

Radiografía del periodismo y competencias profesionales demandadas [Presentación del monográfico]

Panorama of journalism and professional skills in-demand [Monograph presentation]

Coordinadores científicos / Scientific coordinators



José Sixto-García. Director del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela. Doctor en Comunicación con Mención Europea y Premio Extraordinario de Doctorado. Sus líneas de investigación son los escenarios comunicativos propios de los entornos digitales, los modelos de narrativas en red, y la regulación y la deontología periodísticas. Cuenta con más 100 publicaciones, la mayoría en revistas científicas. Entre las más recientes figura la coordinación de los libros *Journalism, Digital Media and the Fourth Industrial Revolution* (Palgrave Macmillan, Springer) y *Communicating public health risk: the case of radon gas* (Routledge). En la actualidad es IP del proyecto de investigación 'La app AlertCops en el Camino de Santiago: la importancia de comunicar un Camino seguro'. Recibió el Premio Drago Latina en 2016 al artículo más citado. Dirigió el Instituto de Medios Sociales (2013-2019) y ha realizado diferentes acciones con el sector empresarial.

*Head of the Department of Communication Sciences at the University of Santiago de Compostela. PhD in Communication with European Mention and Extraordinary Award. His lines of research are the communicative scenarios typical of digital environments, network narrative models, and journalistic regulation and deontology. He published more than 100 publications, the majority in scientific journals. Among the most recent is the coordination of the books *Journalism, Digital Media and the Fourth Industrial Revolution* (Palgrave Macmillan, Springer) and *Communicating public health risk: the case of radon gas* (Routledge). He is currently PI of the research project 'The AlertCops app on the Camino de Santiago: the importance of communicating a safe Camino'. He received the Drago Latina Award in 2016 for the most cited article. He directed the Institute of Social Media (2013-2019) and has carried out different actions with the business sector.*

Universidade de Santiago de Compostela, España / University of Santiago de Compostela, Spain

jose.sixto@usc.es

ORCID: 0000-0002-2988-0975

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978

Cómo citar este artículo / How to cite this article:

Sixto-García, J.; Serrano-Puche, J.; Luchessi, L. (2025). Radiografía del periodismo y competencias profesionales demandadas [Presentación del monográfico] / *Panorama of journalism and professional skills in-demand [Monograph presentation]*. *Doxa Comunicación*, 40, pp. 247-257.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2845>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0



This content is published under Creative Commons Attribution Non-Commercial License. International License CC BY-NC 4.0



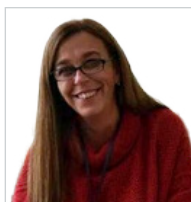
Javier Serrano-Puche. Profesor Titular de Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde ocupa el cargo de Vicedecano de Profesorado. Tiene dos sexenios de investigación (2007-2012/2013-2018) evaluados positivamente por la CNEAI. Es co-responsable del grupo de investigación Periodismo, Comunicación Política y Democracia. Entre otras obras, ha sido coeditor del libro *Comunicación periodística ante los nuevos retos* (Gedisa, 2018). Su producción científica más reciente se centra en la opinión pública en el ámbito digital, la desinformación y la relación entre medios de comunicación y emociones. Sobre estos temas ha publicado en revistas como *International Journal of Communication*, *International Review of Sociology*, *Media and Communication* o en editoriales como Routledge, Palgrave Macmillan o IGI Global.

Professor of Journalism at the School of Communication of the University of Navarra, where he holds the position of Vice-Dean of Faculty Affairs. He has two six-year research periods (2007-2012/2013-2018) positively evaluated by the CNEAI. He is co-responsible for the research group Journalism, Political Communication and Democracy. Among other works, he was co-editor of the book Comunicación periodística ante los nuevos retos (Gedisa, 2018). His most recent scientific production focuses on public opinion in the digital sphere, misinformation and the relationship between the media and emotions. On these topics he published in journals such as the International Journal of Communication, International Review of Sociology, Media and Communication or in publishers such as Routledge, Palgrave Macmillan or IGI Global.

Universidad de Navarra, España / University of Navarra, Spain

jserrano@unav.es

ORCID: 0000-0001-6633-5303



Lila Luchessi . Doctora en Ciencia Política y licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Tiene Postdoctorado (CEA- CONICET-UNC). Es directora del Instituto de Investigación en Políticas Públicas y Gobierno de la Universidad Nacional de Río Negro, donde dirigió la Escuela de Estudios Sociales y Económicos y la Licenciatura en Comunicación Social. También es profesora de la Universidad de Buenos Aires e integra los Comités Académicos de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia, el Doctorado en Comunicación (UASB - Ecuador) y el Doctorado en Ciencias humanas y sociales (UNRN). Es autora de seis libros y numerosos capítulos y artículos científicos.

Doctor in Political Science and graduate in Communication Sciences (UBA). She has a Post-Doctorate (CEA-CONICET-UNC). She is the director of the Institute for Research in Public Policy and Government of the National University of Río Negro, where she directed the School of Social and Economic Studies and the bachelor's degree in Social Communication. She is also a professor at the University of Buenos Aires and a member of the Academic Committees of the Latin American Chair of Transmedia Narratives, the Doctorate in Communication (UASB - Ecuador) and the Doctorate in Human and Social Sciences (UNRN). She is the author of six books and numerous scientific chapters and articles.

Universidad Nacional de Río Negro, Argentina / Universidad de Buenos Aires, Argentina

National University of Río Negro, Argentina/ University of Buenos Aires, Argentina

lluchessi@unrn.edu.ar

ORCID: 0000-0002-4467-8388

Palabras clave:

Profesión periodística; nuevos perfiles profesionales; competencias periodísticas; habilidades periodísticas; precariedad laboral; innovación periodística; emprendimiento.

Keywords:

Journalistic profession; new professional profiles; journalistic proficiency; journalistic skills; job insecurity; journalistic innovation; entrepreneurship.

Presentación

Junto a los perfiles ya tradicionales como el de periodista de prensa, radio o televisión, y también los vinculados a la comunicación organizacional, el mercado demanda cada vez

Presentation

Alongside traditional roles such as print, radio, or television journalism, as well as those related to organizational communication, the market increasingly demands

más profesionales expertos en escenarios digitales, plataformas sociales, periodismo de datos o comunicación móvil, así como otros vinculados a la gestión empresarial en controles de calidad o asuntos de responsabilidad social. La evolución permanente de la comunicación, en especial de la comunicación multimedia, provoca la aparición de nuevos perfiles profesionales cada vez más específicos y especializados (Sánchez-García et al., 2019) y como todo hace prever que la tecnologización seguirá incrementándose en los próximos años (López-García, Rodríguez-Vázquez & Pereira-Fariña, 2017), la profesión periodística se seguirá viendo obligada a reestructurar rutinas productivas y a seguir configurando equipos de trabajo cada vez más interdisciplinarios.

Las competencias clásicas del periodismo (vocación profesional; vocación de servicio; habilidades narrativas; competencias éticas, deontológicas y jurídicas; independencia y libertad...) continúan estando presentes en el ejercicio profesional (Marta-Lazo, Rodríguez & Peñalva, 2020) y siguen siendo tan necesarias como siempre. La tecnología ayuda, pero ni elimina la precariedad laboral que ha venido caracterizando la profesión durante las últimas décadas ni sustituye el rol fundamental del periodista en las sociedades democráticas avanzadas, que, en consonancia con la evolución política, económica y social, se identifica con el papel de altavoz de la ciudadanía (Berganza, Lavín & Piñeiro-Naval, 2017).

Talento humano y tecnologías conviven en las redacciones (Cifuentes & Sixto-García, 2022) para satisfacer las necesidades de unas audiencias también cada vez más especializadas y más exigentes (Arcila, Oller & Blanco, 2020), que necesitan respuestas a culturas diversas en un mundo globalizado (Martín-Antoranz, Cabezuelo-Lorenzo & Bartolomé-Muñoz-de-Luna, 2019) y en un contexto en que la amenaza de la desinformación y la

professionals skilled in digital environments, social media platforms, data journalism, or mobile communication. Additionally, roles associated with business management, quality control, or corporate social responsibility are on the rise. The ongoing evolution of communication, particularly multimedia communication, is driving the emergence of increasingly specific and specialized professional profiles (Sánchez-García et al., 2019).

Given the continued growth in technologization expected over the coming years (López-García, Rodríguez-Vázquez & Pereira-Fariña, 2017), journalism as a profession must continue restructuring its production routines and assembling increasingly interdisciplinary teams.

Classic journalistic competencies (professional vocation; a commitment to service; narrative skills; ethical, deontological, and legal competencies; independence and freedom) remain integral to professional practice (Marta-Lazo, Rodríguez & Peñalva, 2020) and are as essential as ever. Technology is supportive but neither mitigates the job insecurity that has characterized journalism over recent decades nor replaces the fundamental role journalists play in advanced democratic societies. Reflecting political, economic, and social evolution, journalists' roles resonate with the function of being a "voice of the people" (Berganza, Lavín & Piñeiro-Naval, 2017).

Human talent and technology coexist in newsrooms (Cifuentes & Sixto-García, 2022) to meet the needs of increasingly specialized and demanding audiences (Arcila, Oller & Blanco, 2020), who require content that addresses diverse cultures in a globalized world (Martín-Antoranz, Cabezuelo-Lorenzo & Bartolomé-Muñoz-de-Luna, 2019). In a context where misinformation and the spread of fake news on social media

difusión de bulos en redes sociales (Agarwal et al., 2022) hacen que el periodismo resulte más imprescindible que nunca.

Los nuevos perfiles profesionales, la investigación y la innovación para crear productos más atractivos, la situación de la profesión periodística, el emprendimiento en comunicación, la precariedad laboral y el consecuente *multitasking*, la capacitación en cada vez más competencias digitales, la redefinición de los estándares éticos y deontológicos para el periodismo, la exigencia de nuevas habilidades y aptitudes para las nuevas narrativas periodísticas, los modelos de negocio y de financiación, la implicación de los públicos en la gestión y en la elaboración de los contenidos, la tecnologización de las rutinas productivas, la configuración de equipos de trabajo interdisciplinarios o la amenaza de la desinformación para el Estado de derecho constituyen el primer fotograma de esta radiografía actual del periodismo.

¿Qué nuevos perfiles profesionales necesita la profesión periodística del siglo XXI? ¿Cómo afecta la precariedad laboral a la reconfiguración de las redacciones y a las rutinas de trabajo? ¿Qué competencias y habilidades exige la lucha contra la desinformación? ¿Cómo conviven los nuevos perfiles profesionales con la automatización de procesos? ¿Por qué la matriz tecnológica no devalúa la importancia de la ética y la deontología periodísticas? Estas son algunas de las preguntas a las que se da respuesta en este monográfico.

Como punto de partida, Gema Martínez-Navarro de la Universidad Complutense de Madrid (España), vincula inteligencia artificial (IA) y periodismo para investigar este fenómeno desde el punto de vista de los periodistas y la repercusión de la IA en las rutinas de la producción informativa, en las condiciones laborales y en los principios ético-deontológicos. Aceptación y resistencia resaltan como las dos palabras clave que resumen

pose a serious threat (Agarwal et al., 2022), journalism is more necessary than ever.

Emerging professional profiles, research and innovation aimed at creating more appealing products, the state of the journalism profession, entrepreneurship in communication, job insecurity and its related multitasking demands, training in an increasing range of digital skills, the redefinition of ethical and deontological standards, the need for new skills for emerging journalism narratives, business models and funding sources, audience engagement in content management and creation, the technologization of production routines, interdisciplinary team configurations, and the threat misinformation poses to the rule of law comprise the first current “snapshot” of this current panorama of journalism.

What new professional profiles does 21st-century journalism require? How does job insecurity affect newsroom restructuring and work routines? What competencies and skills are needed to combat disinformation? How do new professional profiles coexist with automated processes? Why does the technological matrix not devalue the importance of journalistic ethics and deontology? These are some of the questions this special issue seeks to answer.

As a starting point, Gema Martínez-Navarro from the Complutense University of Madrid (Spain) links artificial intelligence (AI) and journalism to investigate this phenomenon from the perspective of journalists and the impact of AI on news production routines, working conditions, and ethical-deontological principles. Acceptance and resistance stand out as the two key terms summarizing the conclusions of this study, which warns about the robotization of the profession and the potential loss of human value. What opportunities does the integration of AI offer to enhance efficiency and

las conclusiones de este estudio en el que se alerta sobre la robotización de la profesión y la pérdida del valor humano. ¿Qué oportunidades ofrece la integración de la IA para mejorar la eficiencia y creatividad en el trabajo periodístico? ¿Cuáles son los principales desafíos y preocupaciones que enfrentan los periodistas con el uso de la IA? ¿Cómo impacta la adopción de la IA en el mercado laboral periodístico y qué habilidades deben desarrollar los periodistas para adaptarse a estos cambios? Estas son las cuestiones que se formula Martínez-Navarro y que resuelve mediante una metodología fundamentalmente cualitativa. Entre las encomiendas que la autora formula a la comunidad académica destaca la necesidad de seguir profundizando en los efectos éticos y sociales del uso de IA en el periodismo para garantizar el derecho a la información que tiene la ciudadanía.

Las competencias digitales y las carencias formativas de los periodistas en Portugal son analizadas por Tatiana Dourado, investigadora asociada del Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología en Democracia Digital (Brasil), Luísa Torre, investigadora en LabCom (Portugal) y Pedro Jerónimo, coordinador del proyecto MediaTrust.Lab – Laboratorio de Medios Locales para la Confianza Cívica y la Alfabetización, financiado por la Fundación para la Ciencia y la Tecnología en la Universidad de Beira Interior de Covilhã (Portugal). A partir de una muestra de 169 personas, esta investigación pone de manifiesto la necesidad de los periodistas de conocer herramientas para mejorar la visibilidad de las publicaciones en Internet y en las redes sociales, aumentar los conocimientos sobre IA y sobre *big data*. Hacer frente a la desinformación también destaca como uno de los desafíos que los periodistas deben aprender a gestionar. El *design thinking* y la innovación también preocupan a los profesionales portugueses, aunque se diagnostican necesidades diferentes en función del tipo de cobertura geográfica que realizan o del área de especialización.

creativity in journalistic work? What are the main challenges and concerns journalists face with the use of AI? How does AI adoption impact the journalistic labor market, and what skills should journalists develop to adapt to these changes? These are the questions Martínez-Navarro raises and addresses through a primarily qualitative methodology. Among her recommendations to the academic community, the author emphasizes the need to further explore the ethical and social effects of AI in journalism to ensure the public's right to information.

Digital skills and training gaps among journalists in Portugal are examined by Tatiana Dourado, an associate researcher at the National Institute of Science and Technology in Digital Democracy (Brazil), Luísa Torre, a researcher at LabCom (Portugal), and Pedro Jerónimo, coordinator of the MediaTrust.Lab – Laboratory of Local Media for Civic Trust and Literacy project, funded by the Foundation for Science and Technology at the University of Beira Interior in Covilhã (Portugal). Based on a sample of 169 individuals, this research highlights the need for journalists to acquire tools to enhance the visibility of online and social media publications, increase their knowledge of AI and big data. In this context, tackling misinformation emerges as one of the challenges journalists must learn to manage. Design thinking and innovation are also concerns for Portuguese professionals, although different needs are identified depending on the type of geographical coverage they provide or their area of specialization.

Also in Portugal, João Canavilhas and Branco Di Fátima, both from the University of Beira Interior in Covilhã, have examined news consumption among journalism students, the “reporters of the future,” as they call them, with the aim of appropriately defining the strategy that media outlets should follow and, at the same time, determining the professional profiles that may

También en Portugal, João Canavilhas y Branco Di Fátima, ambos de la Universidad de Beira Interior, en Covilhã, se han interesado por examinar el consumo de noticias entre los estudiantes de periodismo, los reporteros del futuro como ellos titulan, con el objetivo de poder definir adecuadamente la estrategia que deben seguir los medios de comunicación y, al tiempo, concretar los perfiles profesionales que puedan resolver las necesidades informativas. En esta investigación participaron 449 estudiantes y los resultados confirman un cambio de rumbo en la dieta mediática que lleva ya algunos años marcando tendencia: los jóvenes no leen periódicos ni revistas, sino que prefieren informarse a través de medios digitales y redes sociales. De los medios tradicionales solo la televisión presenta cierta resiliencia, un factor que los autores atribuyen a su capacidad multimedia.

Precisamente, la televisión, en concreto el impacto de la participación ciudadana o de los *user generated contents* en el proceso de creación de la noticia televisiva, es el objeto de estudio del siguiente trabajo de este monográfico. En esta investigación la profesora Carmen-María González-Pérez de la Universidad de Granada (España) analiza el caso de Canal Sur Televisión para evaluar la repercusión y la incidencia de los contenidos generados por los públicos en las distintas etapas de la producción de noticia en el contexto audiovisual. Las aportaciones de las audiencias resultan significativas para la televisión autonómica, ya que dos de cada diez informaciones que utilizan contenido generado por las audiencias no hubieran podido elaborarse sin este tipo de contribuciones.

A continuación, se presentan cuatro trabajos enmarcados en América. En primer lugar, Andrés Fernando Orozco Macias y Pedro José Madrid Garces, de la Universidad Nacional de Colombia, analizan las estructuras mediáticas de los *influencers* colombianos durante las elecciones legislativas de 2022. Los

meet information needs. This study involved 449 students, and the results confirm a trend that has been shaping media consumption for some years now: young people do not read newspapers or magazines but prefer to get their news through digital media and social networks. Among traditional media, only television demonstrates some resilience, a factor the authors attribute to its multimedia capacity.

The next study in this issue focuses on television, specifically the impact of citizen participation or user-generated content in the process of creating televised news. Professor Carmen-María González-Pérez from the University of Granada (Spain) analyzes the case of Canal Sur Televisión to evaluate the influence and impact of audience-generated content in different stages of news production within the audiovisual context. Audience contributions prove significant for regional television, as two out of ten news items using audience-generated content could not have been produced without such contributions.

Following this, four studies based in the Americas are presented. First, Andrés Fernando Orozco Macias and Pedro José Madrid Garces, from the National University of Colombia, analyze the media structures of Colombian influencers during the 2022 legislative elections. The authors conclude that content creators appear to come from two different backgrounds: one related to image and entertainment derived from their personal biographies, and the other, from a close relationship with political leaders.

In turn, Claudia Taboada Castell, Iker Merchán Mota, and María José Cantalapiedra González from the University of the Basque Country examine the operation of virtual press rooms and the use of digital technologies in relations between institutions and journalists in Cuba, in a communicative

autores concluyen que los creadores de contenido parecen provenir de dos contextos diferentes, uno de ellos relacionado con la imagen y el entretenimiento a partir de sus biografías personales y el otro, de una relación cercana con los líderes políticos.

Por su parte, Claudia Taboada Castell, Iker Merchán Mota y María José Cantalapiedra González, de la Universidad del País Vasco, examinan el funcionamiento de las salas de prensa virtuales y el uso de las tecnologías digitales en las relaciones entre instituciones y periodistas en Cuba en un ecosistema comunicativo en el que las organizaciones pretenden saltarse los filtros periodísticos y emitir mensajes directamente para la sociedad. Estos investigadores descubren que la convergencia hipermedia en los procesos de comunicación institucional en Cuba actúa como un arma de doble filo, ya que los periodistas necesitan de las fuentes oficiales para conformar sus relatos, pero, a la vez, se obstaculiza el contacto directo entre periodistas y representantes institucionales. Con respecto a las salas de prensa virtuales, se diagnostican limitaciones en las opciones de interactividad que ofrecen a los periodistas.

En tercer lugar, se presenta un estudio sobre las condiciones laborales de los periodistas en Colombia. Sus autores, Diego García Ramírez, de la Universidad del Rosario, Colombia, Paulina Morales Valencia, profesional en periodismo y opinión pública de la Universidad del Rosario, y Óscar Parra Castellanos, periodista de datos, combinan la perspectiva académica con el enfoque profesional. Presentan los resultados de una encuesta sobre condiciones laborales realizada a 271 periodistas. Precariedad, inestabilidad contractual, salarios bajos, pluriempleo o largas jornadas laborales son las palabras clave que radiografían la situación del periodismo en el país andino.

También desde Colombia, Carlos Andrés Arango-Lopera, Catalina Londoño-Muñoz y Brenda Meza-Rivera, de la Universidad

ecosystem where organizations aim to bypass journalistic filters and communicate messages directly to the public. These researchers find that hypermedia convergence in institutional communication processes in Cuba acts as a double-edged sword, since journalists need official sources to shape their stories, but, at the same time, direct contact between journalists and institutional representatives is hindered. Regarding virtual press rooms, limitations are identified in the interactive options they offer journalists.

Thirdly, a study on journalists' working conditions in Colombia is presented. Its authors, Diego García Ramírez from the Universidad del Rosario in Colombia, Paulina Morales Valencia, a professional in journalism and public opinion at Universidad del Rosario, and Óscar Parra Castellanos, a data journalist, combine the academic perspective with the professional approach. They present the results of a survey on working conditions conducted among 271 journalists. Precariousness, contractual instability, low salaries, moonlighting or long working hours are the key words that describe the situation of journalism in the Andean country.

Also from Colombia, Carlos Andrés Arango-Lopera, Catalina Londoño-Muñoz, and Brenda Meza-Rivera from the University of Medellín conduct a systematic literature review on the new competencies required for graphic advertising communicators. This work verifies that the new competencies demanded for this professional profile combine advertising, communication, and graphic design, as each of these fields contributes specific skills.

Sara Infante Pineda, Alba García Vega, Rut Martínez Borda, and Iris Barrajón Lara from the University of Alcalá (Spain) also focus their research on new professional profiles, in this case on those who report through social networks. They analyze the TikTok profile of Ángel Martín, a Spanish comedian

de Medellín, realizan una revisión sistemática de literatura acerca de las nuevas competencias exigidas para los comunicadores gráficos publicitarios. En este trabajo se acredita que las nuevas competencias exigidas para este perfil profesional combinan publicidad, comunicación y diseño gráfico, puesto que cada uno de estos campos aportan aptitudes específicas.

Sara Infante Pineda, Alba García Vega, Rut Martínez Borda e Iris Barrajón Lara, de la Universidad de Alcalá (España), también focalizan su investigación en los nuevos perfiles profesionales, en este caso, en el de aquellos que informan a través de las redes sociales. Analizan el caso del perfil en TikTok de Ángel Martín, un cómico y presentador español, que ha desarrollado un formato informativo en esta red dirigido a las audiencias más jóvenes. Las autoras concluyen que las redes sociales exigen a los comunicadores adquirir nuevas competencias digitales para crear contenido que cumpla con las expectativas de unas audiencias interactivas e hiperconectadas, sobre todo cuando las redes se utilizan como medios de comunicación.

La formación específica de los *fact-checkers* es el objeto de estudio de la investigación que aportan Javier Cantón-Correa, de la Universidad de Granada (España) y de la Universidad Internacional de La Rioja (España), Andrés Montoro-Montarroso, de la Universidad de Castilla-La Mancha (España), Juan Gómez-Romero y Miguel Molina-Solana, ambos también de la Universidad de Granada (España), a este número especial. Los autores centran el trabajo en la Península Ibérica en el marco del proyecto europeo IBERIFIER, en el que también participan los dos primeros coordinadores de este monográfico, José Sixto-García y Javier Serrano-Puche. El artículo es de carácter marcadamente tecnológico, puesto que analiza las herramientas basadas en la IA para hacer frente a la desinformación tanto en España como en Portugal, aunque los autores ratifican que el valor humano constituye un elemento fundamental en la garantía

and presenter, who has developed an informative format on this platform aimed at younger audiences. The authors conclude that social networks require communicators to acquire new digital competencies to create content that meets the expectations of interactive, hyperconnected audiences, especially when social networks are used as communication media.

The specific training of fact-checkers is the focus of the research presented in this special issue by Javier Cantón-Correa from the University of Granada (Spain) and the International University of La Rioja (Spain), Andrés Montoro-Montarroso from the University of Castilla-La Mancha (Spain), Juan Gómez-Romero, and Miguel Molina-Solana, both also from the University of Granada. The authors focus their work on the Iberian Peninsula within the framework of the European IBERIFIER project, in which the first two coordinators of this monograph, José Sixto-García and Javier Serrano-Puche, also participate. The article is of a markedly technological nature, since it analyzes AI-based tools for dealing with disinformation in both Spain and Portugal, although the authors confirm that human value is a fundamental element in guaranteeing verification processes. In this sense, the training needs of professionals dedicated to fact-checking require specialization linked to social networks, audiovisual analysis, the use of AI, open source intelligence techniques and data analysis and visualization.

The quality of radio advertising in Spain and the impact it has on professional profiles and labor dynamics is the focus of the work presented by María Fitó-Carreras and Montserrat Vidal-Mestre, from the Universitat Internacional de Catalunya (Spain), and Alfonso Freire-Sánchez, from the Universidad Abat Oliba CEU (Spain). This is a pioneering study in confronting the different theories on the deterioration

de los procesos de verificación. En este sentido, las necesidades formativas de los profesionales dedicados al *fact-checking* requieren especialización ligada a las redes sociales, al análisis audiovisual, al uso de la IA, a las técnicas de inteligencia de código abierto y al análisis y visualización de los datos.

La calidad de la publicidad radiofónica en España y el impacto que tiene en los perfiles profesionales y en las dinámicas laborales constituye el eje del trabajo presentado por María Fitó-Carreras y Montserrat Vidal-Mestre, de la Universitat Internacional de Catalunya (España), y Alfonso Freire-Sánchez, de la Universidad Abat Oliba CEU (España). Se trata de un estudio pionero en confrontar las diferentes teorías sobre el deterioro de la publicidad en la radio, que, además, analiza los perfiles profesionales de los productores de publicidad radiofónica en cuatro grandes grupos de comunicación españoles: Ábside Media, Atresmedia, Grupo Godó y Prisa. Los resultados de este trabajo apuntan a que la escasez de recursos humanos, la ausencia de datos en el proceso creativo, la falta de un mayor respaldo del equipo comercial para defender el trabajo de los equipos de producción o el sistema de grabaciones online se encuentran entre los principales factores que contribuyen a la merma de la calidad de la publicidad en la radio española.

Rosmir Sivira Camacaro, de la Universidad Autónoma de Chile, contribuye con otra revisión sistemática, en este caso sobre la formación universitaria de los periodistas en la era de la IA. Esta nueva definición del perfil profesional del periodista se relaciona con una carencia formativa en aspectos relacionados con la IA y el periodismo automatizado, que, a su vez, es consecuencia de que los docentes no cuentan con los conocimientos necesarios para impartir este tipo de formación. Así, pues, se insta a las universidades a actualizar sus planes de estudio para incorporar programaciones docentes que incorporen la IA tanto desde el punto de vista del uso técnico como de las

of radio advertising, which also analyzes the professional profiles of radio advertising producers in four major Spanish communication groups: Ábside Media, Atresmedia, Grupo Godó and Prisa. The results of this work suggest that the shortage of human resources, the absence of data in the creative process, the lack of greater support from the commercial team to defend the work of production teams or the online recording system are among the main factors contributing to the decline in the quality of advertising on Spanish radio.

Rosmir Sivira Camacaro from the Universidad Autónoma de Chile contributes with another systematic review, in this case on the university training of journalists in the age of AI. This new definition of the professional profile of journalists is related to a lack of training in aspects related to AI and automated journalism, which, in turn, is a consequence of the fact that teachers do not have the necessary knowledge to provide this type of training. Thus, universities are urged to update their curricula to incorporate teaching programs that incorporate AI both from the point of view of its technical use and the ethical implications of its integration into journalistic stories.

Finally, Julianna Paola Ramírez-Lozano and Kelly Rojas-Valdez from CENTRUM Católica Graduate Business School / Pontificia Universidad Católica del Perú close this special issue by referring to responsible journalism, in which academia, the private sector, and the third sector are indispensable pillars for developing social responsibility programs such as the one they describe in this study. Journalism continues to have an essential social responsibility for the exercise of democracy and its vocation must always be that of a public service that contributes to building well-informed and well-educated societies so that they can act accordingly.

implicaciones éticas que supone su integración en las historias periodísticas.

Cierran este monográfico Julianna Paola Ramírez-Lozano y Kelly Rojas-Valdez, del CENTRUM Católica Graduate Business School / Pontificia Universidad Católica del Perú, aludiendo al periodismo responsable. En él la academia, el sector privado y el tercer sector suponen pilares indispensables para el desarrollo de programas de responsabilidad social como el que ellas describen en este trabajo. El periodismo sigue teniendo una responsabilidad social esencial para el ejercicio democrático y su vocación siempre debe ser la de un servicio público que contribuya a construir sociedades bien informadas y bien formadas para que puedan actuar en consecuencia.

En suma, tomadas en su conjunto las investigaciones incluidas en este monográfico ofrecen una visión integral y actualizada sobre las competencias profesionales y los desafíos que enfrenta el periodismo en un contexto de rápidos avances tecnológicos, donde tan apremiante es la necesidad de nuevas habilidades en áreas como la inteligencia artificial, el *big data* y la verificación de información, como la importancia de preservar valores éticos y sociales fundamentales para la función periodística. La diversidad de enfoques y contextos nacionales reflejados en estos estudios subraya el papel crucial de la formación interdisciplinaria y la innovación para responder a las expectativas de audiencias cada vez más complejas y globalizadas. En definitiva, con esta “radiografía” de la situación actual del periodismo se puede enriquecer la comprensión de las demandas de la profesión y proporcionar algunas claves esenciales para su adaptación y fortalecimiento en las próximas décadas.

In sum, taken as a whole, the research included in this monograph offers a comprehensive and up-to-date view of the professional competencies and challenges facing journalism in a context of rapid technological advances, where the need for new skills in areas such as artificial intelligence, big data and fact-checking is as pressing as the importance of preserving ethical and social values fundamental to the journalistic function. The diversity of approaches and national contexts reflected in these studies underscores the crucial role of interdisciplinary training and innovation in meeting the expectations of increasingly complex and globalized audiences. In short, this panorama of the current situation of journalism can enrich the understanding of the demands of the profession and provide some essential keys for its adaptation and strengthening in the coming decades.

Referencias bibliográficas / Bibliographic references

- Agarwal, B., Agarwal, A., Harjule, P. & Rahman, A. (2022). Understanding the intent behind sharing misinformation on social media. *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence*, online first. <https://doi.org/10.1080/0952813X.2021.1960637>
- Arcila C., Oller, M. & Blanco, D. (2020). Digitalización del periodismo iberoamericano y su efecto en la relación del periodista con la audiencia. Estudio comparativo de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, México y Portugal. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 284-300. <https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1909831>
- Berganza, R., Lavín, E. & Piñeiro-Naval, V. (2017). La percepción de los periodistas españoles acerca de sus roles profesionales. *Comunicar*, 25(51), 83-92. <http://dx.doi.org/10.3916/C51-2017-08>
- Cifuentes, C. & Sixto-García, J. (2022). Competencias y perfil profesional de los gestores de medios sociales en los medios de comunicación: apuesta por la automatización robótica de procesos (RPA). *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 1-23. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1544>
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A. & Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, 25(53), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- Marta-Lazo, C., Rodríguez, J. M. & Peñalva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 53-68. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416>
- Martín-Antoranz, P., Cabezuelo-Lorenzo, F., & Bartolomé-Muñoz-de-Luna, Á. (2019). Competencias y formación ética de los profesionales de la comunicación corporativa en contextos interculturales. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 241, 59-72. [https://doi.org/10.35742/rcci.2019.24\(1\).59-72](https://doi.org/10.35742/rcci.2019.24(1).59-72)
- Sánchez-García, P., García-Orosa, B., López-García, X., & Vázquez-Rodríguez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: Investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Trípodos*, (45), 157-177. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2019.45p157-177>

