

La creatividad y la innovación periodística,
como valores añadidos a la profesión

José Luis Martín Sáez

joseluis.martin.saez@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

Yolanda Ortiz de Guinea Ayala

yolanda.ortizdeguinea.ayala@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

Manuel Montes Vozmediano

manueljavier.montes@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

Resumen

La profesión periodística lleva afrontando, especialmente en las últimas décadas, numerosos retos. Ante la desaparición progresiva de cabeceras en soporte papel y el auge de lo digital, se antoja pertinente tanto el análisis de los nuevos medios digitales, desde el punto de vista de su creatividad, como la posible aparición de iniciativas creativas e innovadoras que, sin dejar de lado la esencia del periodismo, aporten un valor añadido a las informaciones y demás manifestaciones periodísticas.

Las redes sociales se están convirtiendo en el canal predilecto de acceso a la información, de modo que los periodistas deben tener en cuenta los mecanismos y las claves de la comunicación en el social media para dirigirse adecuadamente a su audiencia. La distribución de las informaciones a través de estos canales ha tenido como consecuencia negativa la aparición de las denominadas fake news, que debemos aprender a identificar y combatir. Vivimos en la era del algoritmo y esto condiciona nuestra información. Como ha descrito Eli Pariser en su libro *El filtro burbuja*, la recopilación de nuestros datos personales por parte de las grandes empresas tecnológicas desde que en 2009 Google empezó a personalizar los resultados de todas nuestras búsquedas, nos hace vivir en una especie de "burbuja informativa", un espacio personalizado al que solo llegan las informaciones que se amoldan a nuestras apreciaciones y tendencias. Esto nos limita la posibilidad de analizar o descubrir otras realidades, opiniones y planteamientos con el consiguiente peligro para la actividad democrática. Algo sobre lo que los profesionales de la información deben recapacitar.

Los nuevos soportes digitales permiten otras manifestaciones como el periodismo transmedia, de gran atractivo para el público, y que está conllevando la aparición de nuevos perfiles profesionales o el reciclaje de algunos

periodistas, que reorientan su labor hacia estas vertientes que exigen la adquisición de nuevas competencias y destrezas.

Así pues, la formación de los nuevos profesionales debe tener en cuenta estas novedades para que los futuros periodistas, al finalizar sus estudios, estén preparados para afrontar con solvencia estos retos. Perfiles como el del periodista de datos son un excelente reflejo de estas tendencias ya que aúnan las cualidades intrínsecas de la profesión (rigor informativo y espíritu analítico) con una novedosa plasmación en visualizaciones comprensibles para la audiencia, que en el caso de algunas manifestaciones, como pueden ser los reportajes infográficos, suponen también una labor interpretativa de los acontecimientos narrados.

Es nuestro interés recoger todas aquellas aportaciones que nos ayuden a entender mejor el papel del periodismo en la sociedad y reflexionen sobre el grado de exigencia creativa que se le demanda.

Palabras clave

Creatividad · periodismo · innovación · formatos y soportes · infografía · transmedia · redes sociales

Líneas temáticas

- Prácticas periodísticas innovadoras.
- Rigor, análisis y creatividad en el periodismo.
- Periodismo de datos.
- Periodismo transmedia, a la vanguardia en creatividad.
- Los nuevos formatos y soportes periodísticos.
- Periodismo, redes sociales y *fake news*.
- Ética periodística en periodismo y creatividad.

Abstract

The journalistic profession has faced, especially in recent decades, numerous challenges. With the progressive disappearance of newspapers and the rise of digital media, the analysis of new digital media, from the point of view of their creativity, as well as the possible emergence of creative and innovative initiatives that, without leaving aside the essence of journalism, provides added value to information and other journalistic events.

Social networks are becoming the preferred channel of access to information, so journalists must take into account the mechanisms and keys of communication in social media to adequately address their audience. The distributions of information through these channels have had a negative consequence with the appearance of so-called fake news, which we must learn to identify and combat. We live in the age of algorithms and this influences our information. As described by Eli Pariser in his book 'The Bubble filter', the collection of our personal data by large technology companies such as Google have begun to customize the results of all our searches. All of this makes us live in a kind of "information bubble", a personalized space to which only the information that adapts to our preferences and tendencies. This limits us to the possibility of analyzing or discovering other realities, opinions and approaches with the consequent danger for democratic activity. This is something that media professionals should reconsider.

The new digital media allows other forms of news such as transmedia journalism, which is of great appeal to the public, and is leading to the emergence of new professional profiles or the reappearance of some journalists, who dedicate their work towards these aspects that require the acquisition of new skills.

Thus, the training of new professionals must take these developments into account so that future journalists, when they finish their studies,

are prepared to face these challenges with solvency. Profiles such as that of data journalists are an excellent reflection of these tendencies since they combine the intrinsic qualities of the profession (informative rigor and analytical spirit) with a novel expression in understandable visualizations for the audience, which in the case of some aspects, can be infographic reports, they also present an interpretative work of the narrated events.

It is in our interest to collect all those contributions that helps us to better understand the role of journalism in society and reflect on the degree of creative demand that is wanted.

Key words

Creativity · journalism · innovation · formats and supports · infographics · transmedia · social networks

Thematic lines

- Innovative journalistic practices.
- Rigor, analysis and creativity in journalism.
- Data journalism.
- Transmedia journalism, at the forefront of creativity.
- The new formats and journalistic supports.
- Journalism, social networks and fake news.
- Journalistic ethics in journalism and creativity.