

Nuevos perfiles profesionales y transformación del espacio comunicativo

New professional profiles and transformation of the communicative space

Coordinadoras científicas



Belinda de Frutos Torres. Profesora Contratada Doctora en la Universidad de Valladolid en el Campus de Segovia (España). Imparte docencia sobre medios publicitarios en la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas. Doctora en Psicología por la Universidad Autónoma de Madrid. Desarrolló su doctorado en el Departamento de Psicología Social y Metodología de la Universidad Autónoma de Madrid, en Skidmore University College (New York, USA) y en Ontario Western University (Canadá). Su trabajo de investigación reciente se ha centrado en el análisis de los medios interactivos, competencias digitales y sus implicaciones en adolescentes, en la educación y en otros ámbitos profesionales.

Universidad de Valladolid, España
belinda.defrutos@hmca.uva.es
ORCID: 0000-0002-9391-8835



Carmen Llorente Barroso. Profesora Ayudante Doctora (Acreditada Titular de Universidad por la ANECA en 2016) de la Universidad Complutense de Madrid. Doctora en Publicidad y Comunicación Audiovisual por UCM, ha sido y es investigadora en varios proyectos con financiación pública y/o privada. Además, ha publicado diversos artículos en revistas indexadas, participando con regularidad en congresos nacionales e internacionales. Sus líneas de investigación se focalizan en el análisis del sector publicitario y en el estudio de las claves estratégicas y creativas para garantizar una comunicación eficaz de las marcas, especialmente, orientada a públicos vulnerables (mayores). Miembro activo de CSO2015-66746-R, S2015/HUM-3434 (PROVULDIG-CM), R14 (Icono 14) y CEU-CITEC. Tiene reconocido un sexenio de investigación (2009-2014) por parte de la CNEAI.

Universidad Complutense de Madrid, España
carmen.llorentebarroso@ucm.es
ORCID: 0000-0001-7710-0956



María Sánchez-Valle. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. Profesora en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo y directora del Master en Relaciones Públicas y Organización de Eventos de esta Universidad. Es miembro del Programa de actividades sobre vulnerabilidad digital (Provuldig-CAM) (H2015/HUM-3434) y del proyecto de investigación Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados (CSO2013-42166-R). Ha publicado artículos en revistas WoS y participa con regularidad en congresos nacionales e internacionales.

Universidad CEU San Pablo, Madrid, España
mvalle.fhum@ceu.es
ORCID: 0000-0003-1497-2938



Mónica Viñaras-Abad. Doctora por la Universidad Complutense de Madrid en la Facultad de Ciencias de la Información. Profesora adjunta en la Universidad CEU San Pablo. Autora de varios libros, entre ellos *Diccionario básico de la comunicación* y de artículos en revistas científicas. Su investigación se centra en la gestión estratégica de la comunicación corporativa y sus efectos sociales. Forma parte del proyecto CSO2015-66746-R, S2015/HUM-3434 (Provuldig-CAM). Pertenece a las asociaciones profesionales AEIC, Dircom, Icono 14 y AIRP.

Universidad CEU San Pablo, Madrid, España
monica.vinarasabad@ceu.es
ORCID: 0000-0001-8792-5927

Presentación

La nueva situación a la que se enfrenta la sociedad como consecuencia del auge de la tecnología se evidencia en todos los campos profesionales y científicos y, en especial, en el ámbito de la comunicación.

El cambio en la forma en que se establecen las comunicaciones, fundamentalmente entre la población más joven, ha transformado las rutinas de trabajo de los medios de comunicación y de otros sectores íntimamente relacionados con ellos como la publicidad y la comunicación corporativa.

La demanda de nuevas habilidades y competencias, además de conocimientos, y la transformación digital que están sufriendo empresas, instituciones y la Administración, al mismo tiempo que la creciente automatización del trabajo, generan muchos interrogantes sobre la posible desaparición y aparición de nuevos puestos de trabajo.

Estas transformaciones están dando lugar al nacimiento de nuevas profesiones y a la extinción o adaptación de algunas asentadas en el mercado. Esto conlleva un reto para los centros de enseñanza y, más específicamente, para las Universidades, al asumir la formación de los estudiantes sin conocer, con certeza, qué profesiones desempeñarán en el futuro.

Este monográfico reflexiona y analiza los aspectos teóricos y prácticos de las transformaciones que está sufriendo el entorno comunicativo y los nuevos perfiles profesionales. El objetivo consiste en clarificar la situación actual y ayudar a resolver los retos de este nuevo escenario de la comunicación.

Los ejes temáticos sobre los que se ha articulado el *call for papers* son los siguientes:

- La transformación del espacio comunicativo.
- Nuevas profesiones en el campo de la comunicación y la adaptación de las tradicionales.
- La influencia del *big data*, la inteligencia artificial y otros aspectos tecnológicos.
- La interdisciplinariedad de los perfiles profesionales.
- La adaptación de las universidades a los requerimientos de las nuevas profesiones.

Presentation

The new situation that society faces as a result of the rise of technology is evident in all professional and scientific fields, and especially in the field of communication.

The change in the way communications are established, mainly among the youth population, has transformed the work routines of the media and other closely related sectors such as advertising and corporate communication.

The demand for new skills, competencies and knowledge, together with the digital transformation that companies, institutions and the Public Administration is undergoing, in addition to the increasing automation of work tasks, is generating many questions about the possible disappearance and appearance of new jobs. These transformations are leading to the emergence of new professions and the disappearance or adaptation of some that are well-established in the market. This entails a challenge for educational centres, and more specifically for Universities, as they assume the responsibility for training students without knowing, with certainty, what professions they will perform in the future.

This monograph reflects upon and analyses the theoretical and practical aspects of the transformations that the communication environment and the new professional profiles are facing. The objective is to clarify the current situation and help to resolve the challenges of this new communication scenario.

The thematic axes upon which the call for papers has been articulated are as follows:

- Transformation of the communicative space.
- New professions in the field of communication and the adaptation of traditional ones.
- The influence of big data, artificial intelligence and other technological aspects.
- The interdisciplinary nature of professional profiles.
- The adaptation of universities to the requirements of the new professions.

Sobre las nuevas profesiones, se presentan los resultados de una investigación acerca de los perfiles actualmente más demandados y mejor remunerados. Isidro Jiménez-Gómez y Luis Mañas Viniegra, de la Universidad Complutense de Madrid, concluyen que destacan los perfiles vinculados con las competencias digitales.

Relacionado con este tema encontramos el artículo de Pablo Garrido-Pintado, Raquel Caerols Matero y Juan Gabriel García Huertas, de la Universidad Francisco de Vitoria, quienes, presentan los resultados de un estudio Delphi donde se alerta sobre la falta de formación específica para los nuevos perfiles profesionales que surgen del auge de la publicidad programática.

Respecto a la influencia del *big data*, Diego Arias, de la Universidad Complutense de Madrid, y Pilar Sánchez-García y Marta Redondo, de la Universidad de Valladolid, estudian el perfil del periodista de datos como una evolución del periodista de investigación y precisión, deteniéndose en las rutinas y formación, el uso de las fuentes y las herramientas de visualización.

Queda patente en este monográfico cómo los aspectos tecnológicos están cambiando el espacio comunicativo. Idoia Salazar, de la Universidad CEU San Pablo, recoge diferentes iniciativas de desarrollo e implantación de los robots y la inteligencia artificial en el periodismo, tecnologías que están permitiendo una nueva forma en la tarea periodística basada en la colaboración directa entre el hombre y la máquina.

Este monográfico también ha suscitado la atención de las aportaciones relacionadas con la adaptación de las Universidades a los requerimientos del nuevo entorno comunicativo. Se presentan iniciativas llevadas a cabo en el espacio universitario como, por ejemplo, la descrita por Olga Kolotouchkina, María Henar Alonso Mosquera y Juan Enrique González Vallés, de la Universidad CEU San Pablo, en un artículo sobre la participación de un grupo de estudiantes de ese centro en el “Facebook Challenge P2P”, organizado por Edventure Partners, que sirve como punto de partida para reflexionar sobre la interdisciplinariedad de los perfiles profesionales.

Regarding these new professions, the results of an investigative study are presented regarding the profiles that are currently most in demand and are the best paid. Isidro Jiménez-Gómez and Luis Mañas Viniegra, both of Complutense University of Madrid, conclude that the profiles linked to digital competencies stand out.

Related to this issue is the article written by Pablo Garrido-Pintado, Raquel Caerols Matero, and Juan Gabriel García Huertas, all from Francisco de Vitoria University, who present the results of a Delphi study in which they warn of a lack of specific training for the new professional profiles that are emerging from the boom in programmatic advertising.

Regarding the influence of big data, Diego Arias of Complutense University of Madrid, as well as Pilar Sánchez-García and Marta Redondo of the University of Valladolid, have studied the profile of the data journalist as an evolution of the investigative and precision-oriented journalist, analysing routines and training, the use of sources, and visualization tools.

This monograph clearly shows how the technological aspects are changing the communicative space. Idoia Salazar of CEU San Pablo University has gathered together different initiatives of development and implementation of robots and artificial intelligence used in journalism, which are technologies that allow journalists to carry out their work in a new way that is based on direct collaboration between human and machine.

The monograph has also drawn the attention of contributions related to the adaptation of Universities to the requirements of the new communicative environment. Initiatives carried out at universities are presented, such as that described by Olga Kolotouchkina, María Henar Alonso Mosquera, and Juan Enrique González Vallés, all from CEU San Pablo University, in an article related to the participation of a group of students from that centre in the “Facebook Challenge P2P”, organized by Edventure Partners, which serves as a starting point to reflect on the interdisciplinary nature of professional profiles.

Por su parte, Maximiliano Bron y Manuel Gertrudix Barrio, de la Universidad Rey Juan Carlos, abordan los resultados de una investigación llevada a cabo en la Universidad Nacional de La Rioja (Argentina) donde se indagó sobre las mejoras en el aprendizaje autorregulado de los estudiantes que utilizaron el método conocido como Aprendizaje Basado en Proyectos Colaborativos (ABPC). El proyecto consistió en la realización de un documental transmedia como eje central de su proceso formativo del último año de la licenciatura en Comunicación Social.

En cuanto a la formación de los universitarios, Marta Saavedra Llamas, Nicolás Grijalba de la Calle y Luis Miguel Pedrero Esteban, de la Universidad Nebrija, han identificado los perfiles, las competencias y las áreas profesionales exigidos actualmente por el mercado. Se evidencia que la cualificación tecnológica no resulta suficiente en el Grado de Comunicación Audiovisual sin el conocimiento de las bases narrativas sobre las que se construyen las historias.

Por último, la importancia de la responsabilidad social corporativa también adquiere relevancia a partir del estudio realizado por María Teresa García Nieto y Julio Manuel Gil Rodríguez, de la Universidad Complutense de Madrid. En su artículo describen el estado actual de la formación en RSC dentro de la oferta académica en los estudios de grado en las universidades españolas, públicas y privadas, a partir del análisis de las guías docentes de las materias sobre RSC en las titulaciones de comunicación y disciplinas afines.

Consideramos que estas ocho aportaciones ponen en evidencia la innegable evolución de los perfiles profesionales a la que asistimos dentro del ámbito de la comunicación. Una sociedad inmersa en un proceso de transformación tan vertiginoso necesita de la reflexión académica y de la investigación científica para comprender el presente y adaptarse con rigor y con solvencia al futuro. Confiamos en que la modesta contribución de este monográfico contribuya a conseguirlo.

For their part, Maximiliano Bron and Manuel Gertrudix Barrio of Rey Juan Carlos University, address the results of a research project carried out at the National University of La Rioja (Argentina), which investigated improvements in the self-regulated learning of students who used the method known as Collaborative Project-Based Learning (ABPC). The project consisted of creating a transmedia documentary as the central axis of the learning process in the last year of the Social Communication degree.

With regard to the education of university students, Marta Saavedra Llamas, Nicolás Grijalba de la Calle, and Luis Miguel Pedrero Esteban, all from Nebrija University, have identified the profiles, competencies and professional areas currently required by the market. It is evident that technological qualifications are not enough in the Audiovisual Communication Degree without the foundational knowledge of narratives upon which stories are developed.

Finally, the importance of corporate social responsibility is also relevant, as evidenced by the study conducted by María Teresa García Nieto and Julio Manuel Gil Rodríguez, both from Complutense University of Madrid. In the article, they describe the current status of CSR training in the academic offerings of undergraduate studies at Spanish public and private universities, based on the analysis of the teaching guides of CSR subjects in communication degrees and related disciplines.

We consider that these eight contributions highlight the undeniable evolution of professional profiles within the field of communication. A society immersed in such a vertiginous transformation would need academic reflection and scientific research in order to understand the present, and to adapt rigorously and effectively to the future. We hope that the modest contribution made by this monograph contributes toward achieving that goal.

Cómo citar este artículo:

De Frutos Torres, B.; Llorente Barroso, C.; Sánchez-Valle, M. y Viñarás-Abad, M. (2018): Nuevos perfiles profesionales y transformación del espacio comunicativo. [Presentación de monográfico]. *Doxa Comunicación*, 27, pp. 235-238.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a11>