

## **El periodismo en tiempos de las redes sociales: retos y desafíos para viejos y nuevos profesionales de la información que se subieron a Twitter**

Xosé López García – Universidad de Santiago de Compostela –  
xose.lopez.garcia@usc.es

Carlos Toural - Universidad de Santiago de Compostela –  
carlostoural@gmail.com

Alba Silva Rodríguez - Universidad de Santiago de Compostela –  
albasilvarodriguez@gmail.com

**Resumen:** Los profesionales de la información han comprobado directamente que la irrupción de las redes sociales en los últimos años ha variado la forma en que la sociedad participa de la vida pública y, por tanto, su acceso a la información como periodistas. Además, su participación en los nuevos escenarios comunicativos de tipo social ha afectado, de manera importante, a su labor profesional diaria.

El periodismo como ámbito en continua reconfiguración, con actores que afrontan la redefinición de su rol y papel estratégico como son los periodistas y el nuevo escenario de las redes sociales, son los tres ejes en los que este texto se centra.

En este trabajo abordamos los cambios que este nuevo contexto ha producido en el ámbito periodístico a través de la redefinición del papel del profesional de la información. Analizamos, además, la presencia de diez conocidos periodistas españoles (directores y ex directores de importantes medios, y un relevante reportero de internacional) en Twitter.

**Palabras clave:** Periodistas, redes sociales, Twitter.

## 1. Introducción

Las redes sociales se han convertido en estos últimos años, tras su popularización y seguimiento masivo por importantes sectores de la población en los países de nuestro entorno, en un ámbito presente en la agenda de los profesionales de la información. Las fuentes que circulan y visitan por estas “calles virtuales” son útiles a los periodistas, que precisan de las redes para la difusión de sus trabajos y para establecer relaciones con las audiencias más activas. Una década después<sup>1</sup>, el periodismo difícilmente puede cumplir con sus cometidos en la sociedad sin contar con lo que aportan las redes sociales y con los riesgos y peligros derivados de su mal uso.

Las redes sociales, que están revolucionando la forma de relacionarse de muchas personas, de comunicarse y de difundir información, están cada vez más presentes en las actividades profesionales de los periodistas. La mayoría de los profesionales de la información han incorporado las redes sociales a sus rutinas de trabajo. Aunque muchos las contemplan con ciertos reparos sobre su utilidad y sus aportaciones a las labores informativas, algunos de los últimos estudios revelan un progresivo incremento de su uso por parte de los profesionales de los medios de comunicación.

Un reciente estudio de la Universidad de Indiana, en Estados Unidos, señala que para el 40 por ciento de los periodistas norteamericanos las redes sociales forman parte de su trabajo y una tercera parte declara que les dedica entre treinta y sesenta minutos diarios<sup>2</sup>. El citado estudio indica que la plataforma de microblogging Twitter es, con diferencia, la más utilizada. Más de la mitad de los periodistas norteamericanos declaran que utilizan este tipo de servicios habitualmente para obtener información.

---

<sup>1</sup> Nos referimos a los diez años transcurridos desde el nacimiento de Facebook, la red social generalista con más usuarios. Su creador, Mark Zuckerberg, realizó el proyecto primigenio, Thefacebook, en el año 2004.

<sup>2</sup> El estudio, titulado “The American Journalist in the Digital Age: Key Findings”, del que son autores Lars Willnat y David Weaver, puede consultarse en la red en: <http://news.indiana.edu/releases/iu/2014/05/2013-american-journalist-key-findings.pdf>. Consulta para este trabajo: 14 de octubre de 2014.

La mayoría de los periodistas españoles también están en una red social y Facebook y Twitter son las más utilizadas, aunque es esta última la que consideran más útil para su trabajo (Herrero Curiel, 2013:244). Los periodistas reconocen que utilizan las redes para contactar con usuarios para buscar temas propios o para el seguimiento de temas que surgieron en las redes sociales, así como para promoción de la marca personal, la búsqueda de empleo y la mejora de su agenda de contactos<sup>3</sup>.

Los periodistas españoles veteranos<sup>4</sup>, cuando se les pregunta acerca de su entrada en las redes sociales y su proceso de adaptación, sostienen que les han permitido mejorar su documentación de algunos trabajos que han elaborado, que les han posibilitado la difusión de sus piezas informativas y de sus juicios de valor, y que les han reportado puntos de vista de usuarios acerca de sus trabajos. Aunque algunos están en varias redes, es Twitter la que les reporta más información generada en el lugar de los hechos y donde son más activos<sup>5</sup>. Este punto de vista aparece destacado en las respuestas que ofrecen los periodistas norteamericanos en el citado estudio de Willnat y Weaver.

## 2. El nuevo entorno

La convergencia tecnológica, la web social y las innovaciones tecnológicas han supuesto una verdadera revolución en la sociedad del siglo XXI, y los medios de comunicación también se han visto afectados tanto a nivel estructural como de contenidos. No solamente se han alterado los antiguos modelos de producción de noticias (Paterson y Domingo, 2008), sino que también se han

---

<sup>3</sup> Los datos proceden de las encuestas realizadas por Eva Curiel Herrero para su tesis doctoral entre los profesionales.

<sup>4</sup> Entendemos por periodistas españoles veteranos aquellos que tienen en la actualidad entre 50 y 75 años y que han ocupado puestos relevantes, tanto en la gestión y dirección como en trabajos de corresponsalías y reporterismo internacional. La totalidad de estos periodistas tenían cincuenta o más años cuando se popularizaron las redes sociales.

<sup>5</sup> Para este texto hemos analizado la actividad en Twitter durante una semana del mes de octubre del año 2014 de diez periodistas españoles. Los elegidos, en una muestra aleatoria pero ponderada con la incorporación de alguno de los directores de los principales medios impresos de Madrid, han sido: Pedro J. Ramírez, Fernando Jauregui, Arsenio Escolar, Casimiro García-Abadillo, Jesús Maraña, Bieito Rubido, Ramón Lobo, Agustín Valladolid, Jesús Rivasés y Antonio Caño.

abierto de par en par las “puertas” del medio a contenidos generados por el usuario, permitiendo y fomentando la inclusión de comentarios, fotos, vídeos, blogs e incluso artículos elaborados por los lectores (para ejemplos e implicaciones de este hecho, véase Hermida y Thurman, 2008; Thurman, 2008).

Con la llegada de las nuevas tecnologías, las noticias se han convertido en una materia prima con la que es posible elaborar productos de mayor complejidad, con un valor añadido, gracias a la convergencia entre medios y tecnología. Ya en 1995 Nicholas Negroponte predijo que en el futuro las noticias en línea darían a los lectores la habilidad de escoger solo los temas y las fuentes que les interesan. Y parece que ese futuro ha llegado ya. Los lectores no solamente condicionan la agenda noticiosa, sino que incluso dirigen u orientan la práctica informativa. En el libro *The Elements of Journalism*, Bill Kovach y Tim Rosenstiel (2007) explican que cada vez más la noticia es producida y condicionada por los lectores-usuarios. No en vano, el periodismo interactivo es aquel que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características esenciales se relacionan con la formación de la opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y la promoción de la participación ciudadana.

La democratización de la producción online de los medios merece el escrutinio de científicos y académicos para entender sus efectos en el diálogo y en la participación en la esfera pública (Haas, 2005). El trabajo teórico y empírico, en los últimos años, ha demostrado que la deliberación pública puede promover una ciudadanía informada, puesto que posibilita que los ciudadanos se sientan atraídos por los temas, comparte la información y sopesa alternativas, todas ellas necesarias para construir una opinión pública formada que afecta al ejercicio de la política pública (Gastil, 2008).

Estos cambios en el sector de la comunicación y el nuevo papel de la deliberación pública han obligado a los periodistas a adentrarse en el nuevo escenario para seguir informando de la sociedad actual y a la sociedad actual. Aunque han sido los más jóvenes los que, en la mayoría de los casos, antes han apostado por las redes sociales, muchos periodistas veteranos abrieron sus cuentas y comenzaron, con más o menos acierto según los casos, a familiarizarse con las redes sociales en los últimos cinco años.

### **3. El papel del periodista**

Después de que Internet modificase la relación tradicional entre fuente/emisor, periodista y receptor, la web social estableció nuevos marcos referenciales, con un mayor protagonismo de los usuarios, y animó a muchos ciudadanos a estar presentes en las redes sociales. Fue una evolución lógica, pero auspiciada por los principales actores del nuevo ecosistema mediático del siglo XXI. La incorporación de la tecnología digital y la evolución de la sociedad en red han puesto de manifiesto el inicio de una nueva etapa no solo para el ecosistema mediático, sino para los mediadores profesionales, los periodistas.

La ruptura de paradigmas y el impacto de las transformaciones no deben impedirnos observar lo que pervive del periodismo heredado del pasado siglo. Si analizamos la preceptiva periodística que preside la práctica profesional y los códigos deontológicos, constatamos que los principales valores éticos del periodismo y que defendieron los periodistas durante el pasado siglo permanecen en la actualidad<sup>6</sup>. Lo que ocurre es que los periodistas muestran su desconcierto ante los cambios en las rutinas periodísticas, que han dejado sin efecto muchos de los antiguos sistemas de autorregulación ética de los

---

<sup>6</sup> Distintos estudios realizados sobre los principios que definen al periodismo y las características de las prácticas profesionales demuestran esta afirmación. A la hora de citar algunos trabajos concretos, podemos referirnos al libro “The Elements of Journalism”, de Bill Kovach y Tom Rosentiel (Three Rivers Press, New York, 2001, y publicado en castellano con el título “Los elementos del periodismo”). Los sucesivos informes elaborados por el “Proyect for Excellence in Journalism” dieron continuidad al citado trabajo (se pueden consultar en: [www.journalism.org](http://www.journalism.org)), así como varios informes elaborados por observatorios de los medios (en especial, el de prensa brasileño –[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)- y el francés de los medios).

profesionales de la comunicación, y apuntan a la necesidad de nuevas formas de control que resulten eficaces.

Aunque internet permite un funcionamiento en red, muchos procesos de trabajo permanecen estructuralmente iguales. El día a día de los periodistas sigue marcado por muchas rutinas de la producción noticiosa, pero se está modificando su papel como gatekeeper por los nuevos intermediarios que aconsejan y recomiendan, hay nuevas dinámicas en el campo periodístico, sin que éstas alteren las principales bases de actuación. Es cierto que en los últimos cinco años, de la mano de las herramientas de la web social, hubo alteraciones estructurales en las rutinas productivas de los periodistas, pero no hubo grandes cambios en la propia cultura de Newsroom y en la integración de los profesionales en la redefinición de estrategias para el futuro.

La búsqueda de una nueva cultura para las redacciones se produce en una sociedad de matriz digital, bajo la alargada sombra de las herramientas actuales, y en un escenario marcado por los debates periodísticos apuntados. Aunque muchos de los desafíos afectan a los medios tradicionales y a los nuevos medios, lo cierto es que cada grupo busca sus propias recetas a la hora de redefinir las estrategias para el cambio que haga posible afrontar la cultura del periodismo para la sociedad en red. Mientras, desde distintos sectores ciudadanos se destaca el papel de piedra angular –central, por lo tanto- en las sociedades democráticas actuales.

El proceso de reconfiguración de los medios de comunicación en España está marcado por la convergencia digital, tanto en el ámbito tecnológico (multiplataforma) como en el empresarial (concentración), en el profesional (polivalencia) y de contenidos (multimedialidad)<sup>7</sup>. Las tendencias de la evolución en los últimos diez años (2000-2010) indican que, además de la

---

<sup>7</sup> Los resultados de las tendencias de la reconfiguración de los medios de comunicación en España entre los años 2006 y 2009 pueden consultarse en el libro “Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España”, coordinado desde el grupo Novos Medios por Xosé López y Xosé Pereira.

nueva organización logística, con la consiguiente reorganización de las redacciones, y del incremento de plataformas de distribución, también se ha producido un impulso en las coberturas informativas coordinadas entre distintos medios, una adaptación de los profesionales al nuevo marco tecnológico.

La reorganización de las redacciones, la aplicación de las herramientas de la web social, la búsqueda de nuevas vías para conectar con los usuarios y propuestas de nuevas técnicas y formatos para hacer el mejor periodismo constituyen el eje central de lo que dicen los principales diarios españoles en papel y sus correspondientes cibermedios españoles que están haciendo para afrontar ahora, en el cambio de década, los nuevos desafíos<sup>8</sup>. Y es en esas nuevas vías de conectar con los usuarios y promocionar los trabajos de los periodistas donde hay que enmarcar el papel de algunos conocidos periodistas españoles que han dirigido medios en papel y que actualmente dirigen medios digitales o tienen una importante presencia en las redes sociales después de una brillante trayectoria como reporteros o como responsables de importantes cabeceras.

#### **4. Los datos de algunos periodistas españoles en Twitter**

Aunque la industria de los medios de comunicación tradicionales ha entrado en las redes sociales diferenciando sus capacidades como herramienta de comunicación y sus cualidades como instrumentos de estructuración (Campos, 2013: 333), lo cierto es que algunos de los periodistas españoles que han estado al frente de esos medios se muestran muy activos en la actualidad, en el año 2014, y parecen caminar hacia una renovada visión del papel de las redes sociales. El uso de las redes sociales desde la difusión, la recepción y la interacción les conduce a una práctica que les muestra que esas dos dimensiones (comunicación y estructuración) caminan de la mano.

---

<sup>8</sup> Los datos están recogidos del seguimiento de las secciones de comunicación de los nueve principales diarios españoles de información general, en sus versiones en papel y on line, durante los seis primeros meses de 2010.

## Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---

El análisis de la presencia en Twitter de directores y ex directores de medios tradicionales como Casimiro Garcia-Abadillo, Fernando Jauregui, Pedro J. Ramírez Antonio Caño, Jesús Rivasés, Agustín Valladolid, Jesús Maraña, Arsenio Escolar o Bieito Rubido muestra que han quedado atrapados por las redes sociales y que cultivan su presencia en estos canales de comunicación de la sociedad en red. Lo mismo ocurre con el veterano reportero de especialista en temática internacional Ramón Lobo, conocido bloguero y actual colaborador en varios medios de comunicación, tanto tradicionales como nativos digitales.

A continuación recogemos capturas del perfil oficial de los periodistas mencionados en Twitter así como los datos más relevantes de su actividad en dicha red social<sup>9</sup>:



TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES	LISTS
8,013	512	64K	7	1



TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES	LISTS
14.2K	596	25.1K	5	3

---

<sup>9</sup> La muestra para el seguimiento de las cuentas que se recoge en este trabajo se hizo el día 17 de octubre del año 2014.



# Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---



**Arsenio Escolar**  
@arsenioescolar  
Periodista. Director de 20 minutos/20minutos.es. Antes, en muchos otros medios  
Madrid  
[blogs.20minutos.es/arsenioescolar](http://blogs.20minutos.es/arsenioescolar)  
Joined April 2011

TWEETS 8,907 FOLLOWING 423 FOLLOWERS 69K FAVORITES 27

---



**Fernando Jáuregui**  
@FjaureguiC  
Editor del Grupo Diariocritico  
[diariocritico.com/blogs/politica/](http://diariocritico.com/blogs/politica/)  
Joined February 2010

TWEETS 7,701 FOLLOWING 4,473 FOLLOWERS 15.9K FAVORITES 28

---



**Jesús Maraña**  
@jesusmarana  
Periodista. Director editorial de @\_infolibre. Antes, 'Público' y unas cuantas aventuras más. Me equivocó, pero no miento.  
Madrid  
[infolibre.es](http://infolibre.es)  
Joined March 2011

TWEETS 18.5K FOLLOWING 876 FOLLOWERS 110K FAVORITES 27

---

# Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014



**Pedro J. Ramirez** ✓

@pedroj\_ramirez

Fundador, 25 años Director y ahora Columnista de EL MUNDO

[elmundo.es](http://elmundo.es)

Joined March 2011

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES	LISTS
60.5K	311	275K	70	2



**Ramón Lobo**

@ramonlobo

Spanish war correspondent for 20 years in Balkans, Chechenia, Africa, Irak and Afghanistan. I would like to write stories in Latin America. Writer and blogger

Spain

[ramonloboweb.com](http://ramonloboweb.com)

Joined January 2009

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES	LISTS
12.3K	441	69.2K	375	5



**jesusrivases**

@jesus\_rivases

Director de la revista TIEMPO, periodista, escritor

[tiempodehoy.com/COMUNIDAD/blog...](http://tiempodehoy.com/COMUNIDAD/blog...)

Joined April 2011

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES
6,080	446	4,589	20

# Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

---



**Bieito Rubido**  
@bieitorubido

Toda mi vida he querido ser periodista. No recuerdo otra vocación. Es un privilegio dirigir ABC, innovador en su nacimiento y que aspira a seguir siéndolo.

[abc.es](#)

Joined April 2011

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES
6,397	457	14.1K	2

---



**Agustín Valladolid**  
@Agustin2666

Periodista. Director de Zoom News. Ex director de Tiempo e Interviu. Escribo todas las semanas en Zoom News y en Tiempo.

España

[zoomnews.es](#)

Joined July 2011

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS	FAVORITES	LISTS
4,915	907	1,538	130	3

---

Los datos del análisis de su presencia en Twitter indican que son muy activos y constantes en su participación en la red social de microblogging. Así, vemos que los más veteranos en estas lides son Ramón Lobo y Antonio Caño, que tienen perfil en Twitter desde enero y abril del año 2009, respectivamente. La mayoría llegó a esta red social en el año 2011, en un momento en el que su uso profesional ya estaba más o menos consolidado.

Unos son más prolíficos que otros en sus manifestaciones en forma de tuits, ya que Agustín Valladolid, director de Zoom News, cuenta con casi 5.000 mensajes lanzados a la red social del pájaro mientras que Pedro J. Ramírez es un auténtico adicto a Twitter, tal y como demuestran sus más de 60.000 tuits.

Además, hay que tener en cuenta que Pedro J. llegó a Twitter en el año 2011, por lo que el cálculo sale a unos 20.000 tuits al año.

La mayoría ha ido intensificando su relación con Twitter y los tuiteros a partir del año 2011, donde se concentran la mayor parte de los tuits e interacciones provocadas y recibidas por nuestro elenco de periodistas.

Esta participación desigual en Twitter también ha configurado, tal y como se puede comprobar en las capturas aportadas, diferentes comunidades dependiendo de la actividad de los periodistas, de su fomento de la interacción y, en definitiva, del grado de participación que han mostrado con sus comunidades en el tiempo que llevan tuiteando. Pedro J. Ramírez es la referencia en cuanto a número de seguidores ya que destaca con más de 275.000. Jesús Maraña es el siguiente en el escalafón de los periodistas analizados con la comunidad más grande con más de 100.000 seguidores y ya a la zaga aparecen Ramón Lobo y Arsenio Escolar con más de 69.000 y García Abadillo con 64.000 o Antonio Caño con 25.000.

## **5. A modo de conclusión**

El periodismo afronta nuevos desafíos por el proceso de reconfiguración que vive el ecosistema mediático y por el impacto de las redes sociales, que ha llevado a muchos periodistas a tener presencia en estos canales de comunicación tanto para difundir sus trabajos como para entablar relación con los usuarios. La reorganización de las redacciones, que algunos de los veteranos periodistas de medios promovieron, y la aplicación de las herramientas de la web social les han colocado ante nuevos retos profesionales, que asumen como una experiencia en la que muestran destrezas, si nos atenemos al número de seguidores y al número de tuits emitidos.

Las redes sociales, que mantienen altos índices de usuarios habituales en nuestro país y los países de nuestro entorno, están cada vez más presentes en

las actividades profesionales de los periodistas. Un número considerable de los profesionales de la información españoles han incorporado las redes sociales a sus rutinas de trabajo. Aunque muchos llegaron a ellas con muchos recelos, algunos de los últimos estudios revelan un progresivo incremento de su uso por parte de los profesionales de los medios de comunicación españoles. La práctica totalidad de los cibermedios españoles gestiona su presencia en redes sociales, con más o menos intensidad, y conocidos periodistas se han convertido en relevantes “tuiteros”.

El seguimiento de las cuentas de twitter de diez conocidos periodistas españoles, que han ocupado u ocupan puestos relevantes en medios de comunicación, señala que la mayoría no lleva más de tres años participando en Twitter y los que crearon su perfil antes no han empezado a mostrar una actividad elevada hasta después de ese año 2011. La gran mayoría son activos o muy activos y cuentan con comunidades de seguidores de un tamaño proporcional a su actividad, nivel de interacción e implicación en la conversación tuitera.

En líneas generales, se observa cómo los periodistas, en un primer momento más reacios a tener presencia en Twitter o a tener una actividad reseñable en esta red social, ya están acostumbrados al uso de los 140 caracteres, conocen los mecanismos de interacción, los fomentan y cuidan a sus comunidades en forma de respuestas, interacción efectiva y participación constante.

## **6. Referencias bibliográficas**

GASTIL, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. Thousand Oaks/London: Sage.

HAAS, T. (2005): “From ‘public journalism’ to the ‘public’s journalism’? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs”. *Journalism Studies*, 6 (3), 387-396.

HERMIDA, A. & THURMAN, N. (2008): “A clash of cultures: The integration of user-generated content in the discourse on weblogs”. *Journalism Studies*, 6 (3), 387-396.

HERRERO CUIEL, E. (2013): Periodistas y redes sociales en España. Del 11 M al 15 M. (2004-2011). Madrid: Universidad Carlos III. Tesis doctoral.

KOVACH, B./ROSENSTIEL, t. (2007): The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Three River Press

LÓPEZ, X./PEREIRA, X. –coordinadores- (2010): Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago.

NEGROPONTE, N. (1995): El mundo digital. Barcelona: Ediciones B. Puede consultarse en la red en:

<http://users.dcc.uchile.cl/~cguetierr/cursos/INV/serDigital.pdf>. Consulta para este trabajo: 14 de octubre de 2014.

PATERSON, C & DOMINGO, D. (2008): Making online news: The ethnography of new media production. New York: Peter Lang.

Thurman, N. (2008): “Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society*, 10 (1), 139-157.

\* Este texto se basa en los datos recogidos y analizados en el estudio sobre periodistas españoles relevantes de más de cincuenta años con presencia en Twitter elaborado en el marco del proyecto de investigación del Ministerio de Economía y Competitividad “Innovación y desarrollo de los cibermedios en España. Arquitectura de la interactividad periodística en dispositivos múltiples: formatos de información, conversación y servicios” [Referencia: CSO2012-38467-C03-03].