

LOS NUEVOS COMUNICADORES: LOS 'INFORLUENCERS' THE NEW COMMUNICATORS: THE 'INFORLUECERS'

Antonio Rodríguez Ruibal, Luis Alberto Casado Aranda, Ana Belén Bastidas

Manzano, Santiago Hernández Hernández,

Universidad a Distancia de Madrid, antonio.rodriguez@udima.es

Universidad a Distancia de Madrid, luisalberto.casado@udima.es

Universidad a Distancia de Madrid, anabelen.bastidas@udima.es

Universidad a Distancia de Madrid, santiago.hernandez@udima.es

Resumen

El nuevo entorno comunicativo nacido a raíz de internet y las redes sociales ha dado lugar, entre otros muchos cambios, a la manera en la que se producen y consumen las noticias. Sin embargo, una de las novedades más importantes que este nuevo paradigma comunicativo ha traído a la profesión periodística se origina con la aparición de una nueva figura, el influencer. Los influencers con su capacidad para generar debate e influir en las opiniones y comportamientos de sus seguidores están cambiando el perfil del periodista dando lugar al nacimiento de una nueva figura de la que hablaremos en profundidad en las siguientes páginas: el inforluencer. Para hablar de esta nueva figura comunicativa se realizará una investigación dónde hablaremos de su origen, tipologías y se recurrirá también a ejemplos concretos de cómo los periodistas están intentando adaptarse a esta nueva realidad.

Abstract

The new communicative environment born from the internet and social networks has led, among many other changes, to the way in which news is produced and consumed. However, one of the most important novelties that this new communicative paradigm has brought to the journalistic profession originates with the appearance of a new figure, the influencer. Influencers with their ability to generate debate and influence the opinions and behavior of their followers are changing the profile of the journalist leading to the birth of a new figure of which we will discuss in depth in the following pages: the infor. In order to talk about this new communicative figure, an investigation will be carried out, where we will talk about its origin, typologies and we will also resort to concrete examples of how journalists are trying to adapt to this new reality.

Palabras Clave: periodismo, influencia, influencers, comunicación

Keyword: journalism, influence, communication influencers