

Editorial

Retos de la enseñanza del periodismo en la era digital

El actual ecosistema comunicativo, las ingentes exigencias de una sociedad cada vez más hiperconectada, más compleja, y el raudo avance de las tecnologías de la información y la comunicación hacen necesarios nuevos perfiles profesionales que se adapten a las cambiantes dinámicas de hábitos de uso y consumo de contenidos, pero también de nuevas narrativas, formas de contar y registrar los acontecimientos y, sobre todo, de analizarlos de forma crítica para construir una ciudadanía consciente de su rol en la sociedad.

Posverdad, noticias falsas, bulos, ciberanzuelos, bots y, en definitiva, formas de desinformación y manipulación se han adueñado del espacio digital en los últimos lustros, haciendo que el contenido nos persiga, pero que la información —de valor, certeza e interés— se nos oculte. Este apocalíptico escenario ha puesto en tela de juicio y ha menospreciado el valor del periodismo, incluso existiendo negadores de su importancia, cuando es justamente la *apomediación*, o ausencia de mediación profesional, la que ha convertido los contenidos en banalizaciones, pseudoperiodismo o periodismo de la no información. Las grandes operaciones críticas (análisis, interpretación y valoración) siguen siendo imprescindibles en un momento en el que es más necesario que nunca un periodismo que tienda hacia un horizonte de verdad frente al objetivismo dogmático y al relativismo subjetivista. Ese periodismo ético y de calidad deberá cimentarse en una *relatividad* intersubjetiva y dialógica, respetuosa con los acontecimientos y capaz de distinguir entre información y opinión, por más que la dimensión hermenéutica esté presente en ambos polos. Como recordaba Umberto Eco, todo es interpretación, pero hay límites, y unas interpretaciones son más adecuadas y respetuosas con los hechos que otras.

Al mismo tiempo, los procesos y las dinámicas educativas en todos los niveles, pero muy especialmente en la universidad, han entrado en una profunda crisis que afecta tanto a los contenidos como a los procesos de adquisición de competencias, que no se limitan solo al conocimiento, sino también a la adecuada aplicación al mundo de la vida (*Lebenswelt*). Esta realidad resulta especialmente grave en los estudios de Comunicación, afectados por los vertiginosos avances de las tecnologías de la información, por las nuevas constata-

ciones de la neurociencia cognitiva o por el desfonde mismo de las tres funciones esenciales asignadas a la mediación social de la comunicación (formar, informar, entretener).

Así, la innovación en y para la enseñanza del periodismo emerge como la clave urgente para hacer frente a esta realidad, y se debe destacar que no solo se trata del aprendizaje de nuevos medios, plataformas, interfaces y formatos, sino también de la ética, los valores y los principios rectores de la responsabilidad informativa. En este sentido, más que por las competencias tecnológicas y digitales, el «nuevo periodismo» debe velar por el cumplimiento de sus obligaciones sociales y por un compromiso ciudadano, papel protagónico del *gatekeeping* que se encamina a proteger nuestras libertades y derechos, así como visibilizar las realidades que el poder y las clases dominantes no quieren que se expongan.

De aquí surge la importancia capital del presente monográfico de *Anàlisi*, que nace por iniciativa del seminario INNOVACOM: Retos de la enseñanza del periodismo en la era digital, del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), y la Red de Excelencia Innonews, espacio de convergencia en torno al estudio de la innovación en los informativos en la sociedad digital que cuenta con la experiencia científica de cuatro grupos de investigación punteros en este ámbito de investigación, como son el Gabinete de Comunicación y Educación (UAB), el grupo de investigación ITACA (UJI), el grupo de investigación de Novos Medios (USC) y el Grupo de Investigación en Teoría y Tecnología de la Comunicación (US).

En este número especial se presentan 8 investigaciones en torno a la innovación en y para la enseñanza del periodismo realizadas por 23 autores españoles, portugueses y brasileros de 13 universidades. Esta amplitud de países e instituciones permitirá conocer distintas perspectivas y realidades sobre la temática, a la vez que organizar discusiones que consoliden aún más la línea de investigación, sus epistemologías, y contribuyan a la creación de una comunidad científica internacional.

En el primer artículo, titulado «El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la era de la posverdad», Rodrigo Fidel Rodríguez Torres, de la Universidad de La Laguna (Tenerife, España), realiza un análisis en profundidad sobre los valores, la ética, la responsabilidad social y la rendición de cuentas (*accountability*) como aptitudes y competencias diferenciadoras del periodista profesional frente a creadores de contenido o «periodistas ciudadanos». Así, Rodríguez Torres avisa que la labor docente en el periodismo debe recordar la obligación del profesional con la verdad y la disciplina de la verificación, con el fin último de garantizar a los ciudadanos la trazabilidad de las informaciones.

A continuación, Manuel A. Broullón-Lozano, de la Universidad Complutense de Madrid, nos presenta «Contar la(s) historia(s): innovación docente en materias de Historia de la Comunicación», un ensayo que da cuenta de la experiencia desarrollada en 2019 en la asignatura Historia de la Comunica-

ción, de la Universidad de Sevilla, en la que se mezclaron metodologías de microhistorias y aprendizaje-servicio y que resultaron en una mejora del rendimiento académico, así como en la compatibilidad transversal y la necesidad de dar cumplimiento a la vocación de servicio público en la educación universitaria. Broullón pone en valor la importancia del discurso histórico, también en el ámbito de la comunicación, desde el imperativo ético de la veracidad a que están obligados los discursos factuales.

En el tercer manuscrito, Ainara Larrondo Ureta, Simón Peña Fernández, Koldobika Meso Ayerdi y Jesús Pérez Dasilva, de la Universidad del País Vasco (España), conjuntamente con Joao Canavilhas, de la Universidad de Beira Interior (Portugal), Juliana Fernandes Teixeira, de la Universidad Federal de Piauí (Brasil), Gerson Luiz Martins, de la Universidad Federal Mato Grosso do Sul (Brasil), y Fernando Zamith, de la Universidad de Oporto (Portugal), nos presentan «Innovación educativa para la internacionalización y la convergencia de la enseñanza universitaria del ciberperiodismo en Iberoamérica», resultado de un proyecto de vivero de innovación didáctica del ciberperiodismo, con trabajos cooperativos y virtuales en tres países (España, Portugal y Brasil) bajo metodologías de aprendizajes basados en proyectos (ABP). En los resultados se destaca que la internacionalización de los estudios funciona como motivador del alumnado, puesto que logra una mayor implicación en las actividades.

«La formación de periodistas en Metodología en las universidades españolas para un perfil académico y de consultoría digital», de la autoría conjunta de Pilar Sánchez-García y Miguel Vicente Mariño, de la Universidad de Valladolid (España), es el cuarto manuscrito de este número especial y presenta un análisis de la evolución de la formación en investigación científica que ofrecen 40 universidades españolas a sus estudiantes de periodismo, a través de un análisis de contenido de los programas y de las guías docentes. Como principales resultados se destaca la escasa importancia que se otorga al perfil investigador consultor del periodista, resaltándose que poco más de la mitad de las facultades ofrecen orientación metodológica, así como la marginal inclusión de nuevas herramientas, técnicas y enfoques metodológicos en las guías docentes.

En el quinto artículo, titulado «Radiografía del periodismo de datos en las facultades de Comunicación españolas: innovando los estudios de grado en Periodismo» y firmado por Jesús Miguel Flores-Vivar y Pilar José López-López, del Internet Media Lab, de la Universidad Complutense de Madrid, a través de un análisis de los planes de estudios y de las guías docentes, se cuestiona sobre si las facultades de Comunicación están preparadas para afrontar los retos de la pedagogía y de los nuevos perfiles en el área de los macrodatos. Aunque es meridianamente evidente que la formación tecnológica y, específicamente, en periodismo de datos está siendo muy demandada, los investigadores concluyen que no existe una correlación entre lo que exige el mercado laboral y la formación universitaria, dado el carácter marginal que se otorga a la informática y al tratamiento de los macrodatos.

Muy en línea con lo anterior, en el sexto manuscrito, «La formación en periodismo de datos en España: radiografía de la oferta académica universitaria», de Marta Saavedra Llamas, Mercedes Herrero de la Fuente y Eduardo Castillo Lozano, de la Universidad Nebrija, se revisan los planes de estudios y contenidos de las asignaturas de periodismo de datos en España a partir del Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), destacándose que, además de ser una oferta insuficiente, las pocas instituciones de enseñanza superior que cubren este tipo de formación la incluyen como asignaturas optativas con contenidos de carácter generalista, aunque en el caso de estudios de postgrado, en el último lustro se han duplicado las titulaciones que posibilitan esta formación, que en la mayoría de los casos se abordan con materias bastante específicas y con orientación práctica.

El séptimo artículo, titulado «Entornos de aprendizaje digitales en el área de Empresa Informativa. *Gaming* e incidencia en actividades y evaluación», de María José Pérez-Serrano, Manuel Fernández-Sande y Miriam Rodríguez-Pallares, de la Universidad Complutense de Madrid, se presenta el *gaming* y la evaluación interactiva en los entornos de aprendizaje de Gestión de Medios (PIGE-On), proyecto de innovación que se basa en un juego de simulación aplicado a la asignatura de Teoría de la Empresa Informativa, de primero de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, que demuestra que los alumnos desarrollaron su capacidad de análisis y síntesis, sus aptitudes de resolución de problemas y la búsqueda de conexiones entre teoría y práctica, con lo que se convirtieron en sujetos activos del aprendizaje.

Por último, pero no menos importante, el octavo manuscrito, titulado «La enseñanza-aprendizaje del periodismo automatizado en instituciones públicas: estudios, propuestas de viabilidad y perspectivas de impacto de la IA», de María José Ufarte Ruiz, de la Universidad de Castilla-La Mancha (España), y de César Fieiras-Ceide y Miguel Túñez-López, ambos de la Universidad de Santiago de Compostela (España), presenta un estudio sobre el uso de la inteligencia artificial (IA) en el *newsmaking*, con el objetivo de identificar, desde una perspectiva exploratoria, la oferta formativa relacionada con la automatización de contenidos en los grados y en los másteres en Comunicación y Periodismo de las universidades públicas españolas. Al igual que en los análisis referidos *ut supra* en este monográfico, se concluye que la oferta educativa española resulta insuficiente en este terreno, por lo que se resalta la imperiosa necesidad de realizar un cambio de paradigma y una renovación en los planes de estudio.

Cuando ponemos punto final a estas líneas introductorias nos encontramos en uno de los momentos más críticos de la historia reciente de la humanidad: el terrible impacto de consecuencias aún imprevisibles sobre todo el planeta de la pandemia del COVID-19. En estos meses, en una vorágine de hiperinformación que amenaza con el caos, en una caída sin precedentes de la ética profesional de la comunicación, se ha utilizado con frecuencia la metáfora (más o menos afortunada) de la guerra. «La primera víctima cuando llega la guerra es la verdad», afirmó el senador estadounidense Hiram Johnson en

1917, durante la Gran Guerra. Veinticinco años después, durante la Segunda Guerra Mundial, Winston Churchill dijo: «en tiempos de guerra la verdad es tan preciosa que debería ser protegida por un guardaespaldas de las mentiras». Pues bien: si realmente estamos en una guerra (y tal vez no solo contra el virus), aspirar éticamente hacia un horizonte de verdad (pues la verdad íntegra y plena es inalcanzable) se vuelve prioridad absoluta. Tal vez la vida y la dignidad nos vayan en ello. Y esto debe ser adecuadamente articulado con valentía (*sapere aude*) en los nuevos procesos formativos de los comunicadores y periodistas, para no seguir echando vino nuevo en odres viejos. Porque todos nuestros odres están reventando. En los trabajos que aquí presentamos hay pistas muy sólidas para impulsar estas nuevas formas de pensar, de sentir, de comunicar y de actuar para una nueva civilización planetaria. Sin tecnofobias ni tecnofobias, pero con un uso de la tecnología al servicio de la vida y la dignidad humanas. Sin mecanicismos ni *dataísmos*, pero aprovechando las enormes posibilidades que nos ofrecen los macrodatos para una vida mejor, en la que no olvidemos la importancia de lo cualitativo.

Santiago Tejedor Calvo
Universitat Autònoma de Barcelona

Manuel Ángel Vázquez Medel
Universidad de Sevilla

Luis M. Romero Rodríguez
Universidad Rey Juan Carlos

