

# Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

[sphera.ucam.edu](http://sphera.ucam.edu)

ISSN-e: 2695-5725 • ISSN: 1576-4192 • Número 22 • Vol. II • Año 2022 • pp. 1-6

## Educación en periodismo: Propuestas para incrementar la salud del sistema mediático

Cristian Ramón Marín-Sanchiz, **Universidad Miguel Hernández (España)**  
[crms74@gmail.com](mailto:crms74@gmail.com)

José María Valero-Pastor, **Universidad Miguel Hernández (España)**  
[jose.valerop@umh.es](mailto:jose.valerop@umh.es)

Recibido 20/11/22 • Aceptado 15/12/22 • Publicado 23/12/22

**Cómo citar este artículo:** Marín-Sanchiz, C. y Valero-Pastor, J.M. (2022). Educación en periodismo: Propuestas para incrementar la salud del sistema mediático, *Sphera Publica*, 2(22), 1-6.

### Resumen

La educación en Periodismo, en su más amplio sentido, es más necesaria que nunca. Desde el punto de vista de la dirección estratégica de empresas periodísticas, la profesión se enfrenta a un ecosistema extremadamente volátil marcado por cambios permanentes en los hábitos de consumo, un fenómeno potenciado por el incontestable dominio de los gigantes tecnológicos en el mercado digital. Las plataformas sociales se han convertido en el principal intermediario entre la información y los ciudadanos, relegando así a los medios de comunicación a un papel de notable menor protagonismo que en los albores del siglo XXI. La educación en periodismo necesita, como analiza este trabajo, nuevos enfoques, metodologías y perspectivas para adaptarse a la realidad del ecosistema mediático actual.

### Palabras Clave

Periodismo, alfabetización mediática, plataformas, educación, redacciones

## Journalism education: Proposals to improve the health of media landscape

Cristian Ramón Marín-Sanchiz, **Universidad Miguel Hernández (España)**  
[crms74@gmail.com](mailto:crms74@gmail.com)

José María Valero-Pastor, **Universidad Miguel Hernández (España)**  
[jose.valerop@umh.es](mailto:jose.valerop@umh.es)

Received 20/11/22 • Accepted 15/12/22 • Published 23/12/22

**How to reference this paper:** Marín-Sanchiz, C. y Valero-Pastor, J.M. (2022) Journalism education: Proposals to improve the health of media landscape, *Sphera Publica*, 2(22), 1-6.

### Abstract

Journalism education, in its broadest sense, is more necessary than ever. From the point of view of the strategic management of journalistic companies, the profession faces an extremely volatile ecosystem marked by permanent changes in consumer habits, a phenomenon promoted by the indisputable dominance of technological giants in the digital market. Social platforms have become the main intermediary between information and citizens, thus relegating the media to a significantly less prominent role than at the dawn of the 21st century. As this work analyzes, journalism education needs new approaches, methodologies and perspectives to adapt to the reality of the current media ecosystem.

### Keywords

Journalism, media literacy, platforms, education, media outlets

La economía de la atención (Myllylahti, 2018; Davenport y Beck, 2001) marca los tiempos y el sector informativo se muestra reactivo. Este fenómeno no es nuevo. De hecho, se ha investigado ampliamente sobre él durante la última década, pero el fenómeno es complejo. Cada organización mediática debe buscar su propio camino para ser sostenible, porque no existen soluciones únicas (Newman, 2021), y para este cometido es imprescindible la formación, tanto en el ámbito académico como en el industrial, como forma de adquirir nuevas capacidades y recursos competitivos con los que afianzar las ventajas competitivas de las empresas (Valero Pastor, 2021).

Esto, a su vez, redundaría en una profesión más saludable. Las empresas confían cada vez más en la figura del autónomo (Asociación de la Prensa de Madrid, 2020) como forma de aligerar los presupuestos organizacionales, y esto deriva en unas condiciones laborales lejanas a los estándares de otros países. Ante esta situación, los profesionales independientes consideran que una mayor preparación en competencias demandadas por el sector mejoraría su situación profesional (Marín Sanchiz y González Esteban, 2021). El debate sobre la conexión entre la academia y la industria ha sido permanente, y esta línea de investigación puede y deber seguir actualizándose en varias vías aspirando a abarcar la oferta de optativas, abordando también títulos de postgrado, y Sánchez García y Tejedor (2022, p. 13) defienden la necesidad de mantener abierta esta línea de trabajo “en aras de aportar nuevos datos y reflexiones [...] al contenido específico más adecuado para la formación de periodistas en un entorno comunicativo cambiante con perfiles formativos tanto híbridos como especializados”.

También existe un desafío de grandes dimensiones a nivel social. Según datos del Reuters Institute for the Study of Journalism (Newman et al., 2022) sobre España, el interés por las noticias ha caído un 30% desde 2015. A ello hay que unir que los segmentos de población más jóvenes presentan problemas para discriminar entre noticias falsas y reales (Herrero-Curiel y La-Rosa, 2022).

Es, en este contexto, donde la alfabetización mediática gana protagonismo. Formar a los ciudadanos para consumir información de forma más responsable y consciente se antoja indispensable para luchar contra la desinformación y, por tanto, para garantizar la labor democrática que se presupone a los medios. Es una tarea que debe recaer sobre la educación formal (ej.: los programas obligatorios de primaria y secundaria), pero también la informal. De acuerdo con Sádaba y Salaverría (2023, p. 27), que citan a McDougall

(2019) “los docentes pueden adquirir los conocimientos precisos para promover esta competencia”, pero “la implicación de los profesionales de la comunicación emerge como esencial para el éxito de cualquier iniciativa”.

Precisamente, la educomunicación se ha configurado como una estrategia efectiva para apuntalar la salud del sistema mediático y, por extensión, de la democracia. Los medios son parte de la ‘sociedad del aprendizaje’ (Elías-Zambrano et al., 2022), en la que el periodismo más tradicional, la información consumida a través de las redes sociales y cualquier otra iniciativa mediática tienen capacidad de influir sobre la capacidad crítica de la ciudadanía.

En relación con el presente monográfico, Lis Gaibar y José Luis González Esteban publican un artículo de investigación titulado *Educación en salud desde una radio escolar: experiencia innovadora en Ruanda*. Estos investigadores apuestan por un trabajo de campo que, a través de entrevistas semiestructuradas a académicos, periodistas y estudiantes, explora los retos de implantar un proyecto de estas características en un país en vías de desarrollo. La capacitación técnica, unida a la posibilidad de difundir mensajes útiles en materia de educación sanitaria y sexual, son dos de las ventajas observadas.

El ámbito sonoro, con un amplio crecimiento del podcast en el mercado español (Carvajal, Marín Sanchiz y Navas Alejo, 2022), también es un caldo de cultivo interesante para la formación comunicativa. Así lo determina Rebeca Martín Nieto, quien aplicó el enfoque Aprendizaje-Servicio (ApS) para fomentar el espíritu social entre los estudiantes de de Creación y producción radiofónica (Universidad Rey Juan Carlos) mientras se alcanzaban los objetivos de la asignatura y se fomentaban habilidades transversales, como la planificación o el rigor informativo.

Se observa, pues, que la educación en Periodismo ofrece enormes oportunidades. Tantas como retos de calado para la profesión y para la industria en general. De hecho, el periodismo de datos es una de las especializaciones con más recorrido en los últimos años, pero Eduardo Castillo Lozano, Marta Saavedra Llamas y Mercedes Herrero de la Fuente, con su manuscrito titulado *La convergencia mediática y el universo big data* ponen de manifiesto que “las titulaciones con formación en periodismo de datos alcanzan un número insuficiente, tanto en grado como en postgrado”. Desde una perspectiva más amplia, este trabajo destaca —desde una perspectiva académica— la necesidad de tener un mayor compromiso contra la desinformación.

Por su parte, Carlos Serrano Martín publica un estudio en el que analiza la representación de la formación periodística en el cine. Una reflexión atípica sobre la vocación como palanca para una buena praxis profesional, además de la censura en un sistema dictatorial y, en definitiva, las injerencias externas. Todo ello desde la óptica del séptimo arte.

Existen distintas formas de comprender y fortalecer la salud del sistema mediático a través de la educación en Periodismo. Actuar desde distintos frentes es una recomendación que permea en la literatura académica, y este monográfico en la revista *Sphera Publica* refleja, precisamente, la realidad compleja que se observa en entornos universitarios y también profesionales.

## Bibliografía

- Carvajal, M., Marín-Sanchiz, C. R., & Navas, C. J. (2022). The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives. *Profesional de la información*, 31(5).
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). The attention economy. Ubiquity, 2001.
- Elías Zambrano, R., Barrientos Bueno, M., & Ramírez Alvarado, M. D. M. (2022). Medios de comunicación y educación. La necesidad de la Educomunicación en la formación universitaria española. En Sádaba, Núñez Gómez y Pérez Tornero (eds.). La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación de España. Observatorio ATIC, nº 5
- Herrero-Curiel, E., & La-Rosa, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 30(73).
- Marín-Sanchiz, C. R., & González-Esteban, J. L. (2021). Análisis de la formación universitaria en periodismo freelance: la perspectiva de los profesionales españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 569.
- Myllylahti, M. (2018). An attention economy trap? An empirical investigation into four news companies' Facebook traffic and social media revenue. *Journal of Media Business Studies*, 15(4), 237-253.
- Newman, N. (2021). Journalism, media, and technology trends and predictions 2021. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., Eddy, K., & Nielsen, R. (2022). Reuters Institute Digital News Report 2022. Oxford University.
- Sádaba C., & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33.
- Sánchez-García, P., & Tejedor, S. (2022). Enseñanza técnico-digital en los estudios de Periodismo en España: hacia una formación híbrida genérica y especializada en lenguajes y formatos. *Profesional de la información*, 31(1).
- Valero-Pastor, J. M. (2021). La construcción de la innovación en los medios de comunicación nativos digitales: los casos de El Confidencial y Quartz. Tesis doctoral. Universidad Miguel Hernández de Elche.