

# Estrategias de formación periodística en la era de la desinformación

**La era digital ha transformado cómo consumimos y compartimos información, haciendo de la desinformación un gran desafío para los medios de comunicación y, especialmente, para los futuros periodistas. Ante esta realidad, la plataforma «Entremedios» de la Universidad de Zaragoza emerge como un ejemplo innovador de formación periodística.**

## La conexión entre TRIC y la formación periodística

Las TRIC y el Factor Relacional representan un enfoque que promueve la interacción y la alfabetización mediática. Este modelo enfatiza en la construcción colaborativa del conocimiento, permitiendo que cada individuo asuma múltiples roles: emisor, receptor y creador de contenido. La metodología TRIC ha demostrado su trascendencia en este cambio de paradigma hacia las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación (TRIC), que aboga por unas tecnologías y una educación más humanística, poniendo a la persona en el centro (Marta-Lazo et al., 2024). A través de Entremedios, lanzada en el curso 2015-2016, los estudiantes de Periodismo tienen la oportunidad de publicar sus trabajos y desarrollar habilidades esenciales para el ejercicio profesional.

La finalidad de Entremedios es la formación en la elaboración de información de calidad. En un entorno donde la confianza del público en los medios es cada vez más frágil, la plataforma se centra en fomentar un pensamiento crítico y una alfabetización mediática sólida. De acuerdo con la Comisión Europea, es fundamental promover un ecosistema digital responsable y empoderar a la ciudadanía frente a la desinformación. Entremedios aborda este desafío mediante una metodología que integra el aprendizaje colaborativo y la creación de contenido basado en la ética periodística, con el objetivo de seleccionar temas en la *agenda setting* que resulten importantes y positivos para la transformación social, huyendo de los valores noticia menos ortodoxos, como son el morbo, el conflicto o la polémica.

## Una plataforma multimedia profesional

Como antecedentes, la plataforma «Entremedios» se lanza en el curso 2015-16, desde las experiencias alimentadas por la plataforma colaborativa TRICLab (Gabelas y Marta-Lazo, 2020). El Factor Relacional es la base conceptual de esta plataforma y se define como «el eje que conecta los usos, consumos e interacciones que se producen en las redes, tanto psicosociales como sinápticas, con una visión positiva y holística, que abarca las tres dimensiones del ser humano (cognitiva, emocional y social), que desde el desarrollo comunitario contempla todos los agentes mediadores sociales en un triple entorno (individual, social y ambiental)» (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2016).

# El objetivo principal es la formación en la elaboración de una información de calidad

A lo largo de su trayectoria, se ha ido rediseñando para que el alumnado pudiera realizar sus propias piezas periodísticas y mejorar sus competencias. El objetivo principal es la formación en la elaboración de una información de calidad, por lo que desde la coordinación se tiene un carácter de filtro de calidad que se extiende al alumnado. Esto tiene una especial relevancia en un escenario de desinformación y de desconfianza de la ciudadanía ante los medios de difusión de información (Nielsen y Graves, 2017). Una de las principales medidas que propone la Comisión Europea es el fomento de un ecosistema digital responsable y seguro y en crear actividades de alfabetización mediática para empoderar a la ciudadanía ante la desinformación (Comisión Europea, 2018). Por lo tanto, desde Entremedios se propone un enfoque de alfabetización mediática y de pensamiento crítico, dentro de procesos educomunicativos basados en el Factor Relacional.

## **Estructura y secciones de Entremedios**

La plataforma se articula en diversas secciones multimedia, cada una diseñada para fomentar tanto el desarrollo cognitivo como las competencias psicosociales de los estudiantes (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2023). Entremedios recoge un total de 11 secciones en un espacio multimedia: Entreondas, Entreplanos (que incluye a Entrebutacas), Entreventos, Entrelinks (que incluye Entrepíxels y EntreRedes), Entrespots, Entrelíneas (que incluye a Entrepáginas) y Entrevips (Entremedios, 2024), que abarcan una variedad de géneros y formatos, desde textos hasta podcasts y microvídeos. Esta diversidad permite a los alumnos explorar distintos estilos de narración y profundizar en su formación práctica.

Cada sección está gestionada por un grupo de estudiantes que trabajan bajo la supervisión de un coordinador y un editor jefe. Asimismo, cada sección tiene un redactor/a jefe que supervisa cada pieza de acuerdo a los criterios de elaboración, selección y redacción de Entremedios (basados en el libro de estilo) para terminar con las correcciones de los coordinadores/as y/o editores jefe. Este doble control de calidad garantiza la profesionalidad de los contenidos. Este tipo de redacción, compuesta por alumnado de todos los cursos que acuden a diferentes jornadas o eventos, permite colaboraciones muy enriquecedoras.

Esta estructura relacional fomenta el aprendizaje entre pares, creando un ambiente de trabajo enriquecedor que simula la dinámica de una redacción profesional. La implantación de Entremedios en el grado se enmarca en un contexto en el que aumentan los entornos virtuales de aprendizaje (Silva, 2017). Por lo tanto, cada vez son más necesarios espacios educativos de interacción, desde el pensamiento crítico y el conocimiento en favor de la sociedad. En este sentido, se plantea terminar de vertebrar la interacción con los usuarios para aplicar en mayor medida la filosofía relacional del medio (Marta-Lazo et al., 2022).

## **Impacto en la formación periodística del alumnado**

Desde su creación, Entremedios ha publicado más de 1100 entradas, destacando entrevistas y reportajes como las piezas más vistas. La plataforma no solo ha logrado atraer una audiencia considerable en España, sino que también ha despertado interés en países de Latinoamérica, como México, Argentina, Colombia o Perú, ampliando su alcance y relevancia.

# Entremedios se posiciona como una respuesta efectiva a la preparación de profesionales

Las secciones que más contenido han generado durante estos años han sido Entreventos (16%), Entreondas (14%) y Entreplanos (12,6%). En este sentido, el número de piezas por sección es proporcional al año de creación de cada sección, lo cual es una buena noticia ya que significa que el alumnado está interesado en escribir en todas las secciones por igual. Las secciones que menos contenidos tienen son también las más nuevas, Entrepáginas (5,8%) y Entrepixels (2%). Desde el equipo de coordinación de Entremedios es importante motivar al estudiantado a publicar en las secciones que más les interesan, pero siempre manteniendo un equilibrio para que no haya una saturación en secciones concretas.

## Conclusiones

Entremedios se posiciona como una respuesta efectiva a la preparación de profesionales que asuman los retos de la desinformación en el ámbito periodístico. Al fomentar un aprendizaje activo y colaborativo, les prepara no solo para crear contenido de calidad, sino también para ser consumidores críticos de la información. A medida que avanzamos en esta era digital, iniciativas como Entremedios son esenciales para cultivar una ciudadanía informada y empoderada frente a la desinformación.

La mayoría de usuarios son de España, pero se plantea ampliar la proyección de los contenidos a un ámbito global para hacerlos más atractivos para los países de otros países.

Entremedios ha demostrado durante su primera andadura de casi una década que es una respuesta a las necesidades de nuestro estudiantado, ofreciendo un enfoque innovador que asegura la calidad de los contenidos para un público informado.

**Comisión Europea** (2018): «Action Plan against Disinformation». Disponible en: [https://www.eeas.europa.eu/node/54866\\_en](https://www.eeas.europa.eu/node/54866_en)

**Entremedios** (2024). Disponible en: <https://periodismo.unizar.es/>

**Gabelas-Barroso, J. A. y Marta-Lazo, C.** (2020): *La era TRIC: Factor R-elacional y educomunicación*. Sevilla, Egregius.

**Marta-Lazo, C. y Gabelas-Barroso, J.A.** (2023): *Diálogos posdigitales. Las TRIC como medios para la transformación social*. Barcelona, Gedisa.

**Marta-Lazo, C., Gabelas-Barroso, J. A., Nogales-Bocio, A., y Badillo-Mendoza, M. E.** (2022): «Aprendizaje Multimedia y Transferencia de Conocimiento en una Plataforma Digital. Estudio de Caso de Entremedios». *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25(1), 101-120. Disponible en: <https://doi.org/10.5944/ried.25.1.30846>

**Marta-Lazo, C., Gabelas-Barroso, J. A., y Morte Nadal, T.** (2024): «El factor relacional como clave en las TRIC: Estudio de caso en Aragón (España) de la implantación de una unidad didáctica sobre alfabetización

mediática». Encuentros. *Revista De Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 20, 249-258. Disponible en: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10059986>

**Marta-Lazo, C., y Gabelas, J. A.** (2016): *Comunicación Digital. Un modelo basado en el Factor R-elacional*. Barcelona, UOC.

**Nielsen, K., y Graves, L.** (2017): "News you don't believe": Audience perspectives on fake news. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Disponible en: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-dont-believe-audience-perspectives-fake-news>

**Silva, J.** (2017): «Un modelo pedagógico virtual centrado en las E-actividades». *Revista de Educación a Distancia*, 17(53), 1-20. Disponible en: <https://doi.org/10.6018/red/53/10>