

Encuentros EMP / Diálogos EMP: mirar al futuro, compartir ideas y transferir conocimiento

Javier Mayoral
EMP  

<https://dx.doi.org/10.5209/emp.97746>



Primera sesión de los Encuentros EMP. De izquierda a derecha, Andrea Donofrio, Ana Pastor, Marian Chaparro, Fernando Belzunce y Eva Campos. Foto: Jordi Guillén.

A modo de presentación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* sabe que su principal función es difundir investigación académica de calidad. Esta revista no tiene ánimo de lucro. No cobra a autores ni a lectores. Tampoco busca subterfugios para lograr otro tipo de beneficios. Su objetivo esencial es publicar artículos de calidad sobre comunicación o periodismo. No obstante, ese anhelo resulta perfectamente compatible con algunas aspiraciones que, aun siendo complementarias (o incluso secundarias), no deberían ser obviadas. Por ejemplo: propiciar el intercambio de ideas, alentar el diálogo. Y no solo en el campo de la investigación. También entre el mundo académico —en general, con la imprescindible inclusión de estudiantes— y el profesional para lograr así una transferencia bilateral y real de conocimiento.

Ese es el punto de partida de los «Encuentros EMP», cuya primera edición se celebró el pasado mes de noviembre. Y ese es principio motor de la sección «Diálogos EMP» que aquí se presenta. Ambos («Encuentros» y «Diálogos») obedecen al mismo propósito: favorecer la comunicación de ideas, alimentar la reflexión colectiva. Los «Encuentros EMP de investigación y transferencia» se proponen conectar a investigadores, estudiantes y profesionales de la comunicación o del periodismo. Los «Diálogos EMP» informarán de estos «Encuentros» en el primer número de cada año. Además, en el tercer número anual de la revista, «Diálogos EMP» ofrecerá entrevistas con personalidades relevantes de la investigación académica o del mundo profesional en el ámbito de la comunicación o del periodismo.

Cómo citar: Mayoral, J. (2026). Encuentros EMP / Diálogos EMP: mirar al futuro, compartir ideas y transferir conocimiento. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 32(1), 223-231. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.97746>

1. Primer encuentro con estudiantes y profesionales

«¿Por qué mucha gente confía más en los *influencers* que en los periodistas?», pregunta la profesora Marian Chaparro en la primera sesión de los «Encuentros EMP de investigación y transferencia». La mesa de debate se titula «Transformación y manipulación de la opinión pública en la sociedad digital». Intervienen los periodistas Ana Pastor (fundadora de Newtral) y Fernando Belzunce (Director General Editorial de Vocento), junto con los profesores Eva Campos y Andrea Donofrio. Ana Pastor abre fuego con una primera aproximación a la crisis de credibilidad que sufre el periodismo.

—Lo que nos pasa es culpa de los periodistas —comenta Pastor—. Nos pasa lo de siempre. Nos equivocamos y cometemos errores que casi nunca se reconocen. Los medios anglosajones, hasta ahora, tenían una política de rectificación muy clara y transparente. En España lo intentamos, e incluso algunos rectificamos, pero creo que esa política de rectificación debería estar mucho más extendida. También hay elementos nuevos como las redes sociales o las grandes tecnológicas.

«A veces se confunde la credibilidad con la cercanía», matiza Fernando Belzunce. La forma de comunicar de los *influencers*, explica Belzunce, es «muy genuina, muy emocional, resulta muy cercana». Por eso precisamente merece la pena reflexionar sobre el distanciamiento de los medios clásicos respecto a sus audiencias.

—Creo que tenemos que aprender de determinados formatos o formas de comunicar —comenta Fernando Belzunce—. Sin confundir la cercanía con la pérdida de rigor. Ese es el gran reto que ahora tenemos en los medios de comunicación: que lo importante resulte interesante, que no solo sean interesantes contenidos no demasiado importantes.

Eva Campos, profesora de Periodismo y especialista en comunicación política, relaciona la crisis general del periodismo con una crisis de mediación: «La tarea de mediación que realizaban los periodistas entre sociedad e instituciones se ha roto por muchos motivos. Hay nuevos agentes que también comunican. Se ha creado un enorme espacio comunicativo donde los periodistas no hemos sabido encontrar una voz propia y hemos seguido las pautas de otros agentes que comunican de un modo mucho más emocional, con más rapidez y con otros valores. Aquí tenemos una crisis de credibilidad. Lo que se cree no es el dato ni la información, sino a aquella persona con la que conecto más, a aquella persona que dice lo que yo quiero oír».

—No se trata de una crisis coyuntural, sino estructural —sostiene Andrea Donofrio, profesor de Historia del Pensamiento Político—. Se enmarca en un contexto en el que, mientras las instituciones pierden legitimidad, los medios pierden autoridad. Sobre todo, autoridad interpretativa. Ya no son vistos como el canal que tenemos que utilizar para conocer la realidad. Creo que la mayoría de las personas ven a los medios no como mediadores neutrales, sino más bien como agentes con intereses propios.



Dos momentos de la primera jornada de los «Encuentros EMP» (13/11/2025). La foto de la izquierda es de Lucía Gómez.

Llega la primera intervención de una estudiante. Irene responde también a la pregunta inicial de la moderadora, Marian Chaparro, sobre periodistas e *influencers*: «Mi reflexión tiene que ver con la sobrecarga de información y de estímulos. Un *influencer* nos presenta una información y nos dice que ha pasado algo, que tiene tales consecuencias y que lo vamos a ver desde una cierta mirada... Eso es mucho más sencillo que atender a la multitud de perspectivas que proponen una noticia o un reportaje. Un periódico se siente a veces como algo propio de una generación mayor, como si no fuera para nosotros. Es como un mundo aparte. No me siento bienvenida».

La frase final de Irene («No me siento bienvenida» en los medios clásicos) resonó en intervenciones

posteriores. «Me ha matado la frase, pero es la realidad», retomó Ana Pastor, que subrayó la necesidad periodística de «aprender a hacer interesante lo importante», como había solicitado antes Belzunce. Citó Pastor el modelo de Axios, que puede servir como pauta para un periodismo conciso y analítico que muestre «qué está pasando y por qué eso que pasa es importante». En cualquier caso, lo preocupante —comentó Fernando Belzunce— no es tanto que los periódicos impresos se asocien a personas mayores, sino que los medios de comunicación en general se identifiquen con gente mayor. Y es preocupante porque esa asociación puede estar en el origen del gran problema de la industria de los medios de comunicación: «Ahí tenemos un reto

Tabla 1. Algunas ideas del debate sobre la polarización en la sociedad digital.

	Ana Pastor, fundadora de Newtral «Decir que el Fiscal General del Estado, si está en un juicio, igual tendría que haber dimitido no te convierte en un facha. Ni decir que no todos los hombres son violadores me convierte en menos feminista. La polarización es esto. Por la empresa en la que trabajas te han enclavado en un sitio y ya da igual todo. No hay matices. A esto lleva la polarización. Y por supuesto también el negocio de la desinformación».
	Fernando Belzunce, Director General Editorial de Vocento «Es un momento peligroso. Con emociones tan fuertes, hay arrinconamientos tremendos. La polarización tiene que ver con la desinformación. Y desinformación no es solo la mentira o la media verdad. También es la saturación informativa. El gran reto del periodismo siempre ha sido alentar la capacidad crítica. Ahora esa capacidad crítica se ve mermada porque se cree aquello que confirma nuestras creencias».
	Eva Campos, profesora de Periodismo (UCM) «La polarización ha existido siempre. El contexto digital y de redes sociales nos ha llevado a una polarización afectiva. No se trata de buscar el razonamiento, sino buscar aquello que refuerza mis argumentos, aquello con lo que conectamos. Buscamos a los que piensan como nosotros y rechazamos a los que no pertenecen a nuestra tribu. El otro es el enemigo».
	Andrea Donofrio, profesor de Historia del Pensamiento Político (UCM) «Vivimos en una lógica de confrontación permanente. La polarización, paradójicamente, crea comunidad. Aunque sea simplemente por el rechazo del otro, la polarización está creando grupos. El debate está bien, pero a veces hay que pedir a quien dice algo que presente pruebas y argumentos. No siempre podemos estar nosotros aportando esas pruebas o argumentos».

Fuente: «Encuentros EMP de investigación y transferencia» (13 de noviembre de 2025).

mayúsculo, porque en algunos casos la publicidad no basta y es necesario acudir a un sistema de suscripción digital».

María José, estudiante de doctorado, plantea la cuestión de la gratuidad (en redes) frente al modelo de pago de la mayoría de medios clásicos. Y Víctor, estudiante de 4º del grado en Periodismo, pregunta por la libertad (tal vez mayor en redes que en los medios) y por la penalización social de los errores (quizá menor si se cometen en redes y mayor si se detectan en medios). «La información nunca es gratis», responde la profesora Eva Campos, que añade: «Cuando tú no pagas por el producto que consumes, el producto eres tú». Ana Pastor abunda en esa idea: «Lo que ofrecen es gratuito, pero los *influencers* cobran. Y la gente que se dedica a desinformar o a desestabilizar también cobra». Respecto al precio que se paga por los errores, Pastor reconoce que es menor en las redes, donde todo pasa y se olvida muy pronto, pero niega que un periodista sea más libre en las redes que en los medios.

—No es que haya menos libertad en un medio —asegura Pastor—. No se trata de libertad, sino de

responsabilidad. En los medios nunca he recibido una directriz sobre lo que tenía que decir. Si me equivoco, me equivoco yo. La responsabilidad en las redes es menor. Yo me gano la vida con mi credibilidad. Cuando estoy en un medio, si me equivoco, tú puedes penalizarme, porque está en juego mi credibilidad.

Raquel, también estudiante de Periodismo, cuenta que a veces discute con quienes piensan de forma diferente a ella y que su gran baza es precisamente la información: «He tenido que sacar datos para callarles la boca. Y es así como me han creído». Diego, minutos más tarde, defiende que los medios de comunicación deberían ser más combativos con los *influencers*, especialmente con aquellos que más critican a los medios clásicos. Matías, alumno del Programa de Doctorado en Periodismo, plantea si los medios de comunicación tradicionales deben entrar a competir por la atención con las armas y las normas de las redes sociales. También se refiere Matías al problema de la precariedad laboral en las redacciones.

—La precariedad —responde Belzunce— conduce sin lugar a dudas a una pérdida de calidad. Y la



Segundo debate de los Encuentros EMP. De izquierda a derecha, David Varona, Pilar Bernal, Sonia Parratt, Carlos Franganillo y Tamara Antona.

lógica de las redes no es del todo aplicable a una redacción, porque ahí pesa mucho lo colectivo, mientras que en las redes se impone lo personal, lo individual, lo emocional.

—El debate que plantea Diego —dice Pastor— es muy interesante. Yo he denunciado y he llevado incluso al Tribunal Supremo a Alvisé Pérez, que hoy es eurodiputado, pero antes era *influencer*. ¿Cómo los combatimos? Si los ignoras, siguen creciendo. Si los combates, siguen creciendo. La responsabilidad no es solo nuestra [de los periodistas]. También lo es de la sociedad.

—Cuando alguien dice una tontería, una mentira o una media verdad —señala el profesor Donofrio—, hay que señalarlo. Por supuesto. Pero a veces esto no sirve, no es eficaz, porque la audiencia se siente más cómoda con lo que ha dicho un *influencer* o con aquello que encaja mejor con su propio discurso.

—Vivimos saturados de información —reflexiona Eva Campos—. Lo que más necesitamos es claridad de información. Y ahí yo creo que hay un reto muy interesante para el periodismo. Hay mucho ruido digital y nos falta contexto.

La moderadora, la profesora Marían Chaparro, introdujo a mitad de la charla el problema de la polarización. Algunas de las ideas desarrolladas en ese debate han sido recogidas en la Tabla 1. También se refirió a este fenómeno Claudia, alumna de la Facultad de Ciencias de la Información: «Creo que la

polarización también la está utilizando nuestro gremio como herramienta. Porque, como se ha comentado, crea grupos, pero, además, mueve audiencias. Y no me refiero solo a las redes. Me refiero también a la televisión, que usa la polarización como entretenimiento y, por tanto, como herramienta».

La profesora Campos, al hilo de la polarización, planteó un interesantísimo debate sobre los llamados «pseudomedios», entendidos —según explicó— como espacios no dedicados a informar, sino a publicar falsedades que más tarde serán utilizadas (y en consecuencia legitimadas) por otros actores políticos. Ana Pastor se mostró en principio en contra de utilizar el término o el concepto de «pseudomedios», sobre todo si quien decide qué cabezas entran en esa categoría es «el presidente del Gobierno». Sí le pareció muy pertinente y necesaria la información detallada sobre quién financia a un medio y sobre quiénes trabajan en él. También avaló la reflexión más general que propuso el profesor Héctor Fouce, partidario de definir con la mayor precisión posible los estándares prácticos y éticos que identifican al ejercicio profesional del periodismo.

—El periodismo es mejorable —comentó Belzunce al rematar una de sus intervenciones—, pero hay que estar también orgullosos de esta profesión. De verdad. Es un momento para reivindicarlo. Porque sin periodismo todo sería absolutamente peor. Es un

URL del video: <https://youtu.be/zN4k62DTU9E>



Fuente: vídeo elaborado por la Videofactoría, en colaboración con Infoactualidad e Inforadio.



De izquierda a derecha, Luis Miguel Pedrero, Montse Morata, Ana Pérez Escoda, Carlos Elías (foto de la izquierda); Matías de Diego, María José Pérez Serrano, Nuria Navarro y David García Marín y García Marín, a la derecha.

oficio imprescindible para las democracias. Sobre todo en este momento en el que estamos viviendo.

La charla completa de la primera sesión de los «Encuentros *EMP* de investigación y transferencia» puede consultarse en [este vídeo](#), que se encuentra alojado en el canal de YouTube de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM). Ahí también se puede seguir el diálogo sostenido en las otras dos mesas de debate, tituladas «Innovación en televisión» y «Nuevas perspectivas y especialización en el periodismo deportivo». En la sesión sobre televisión, moderada y presentada por la profesora Sonia Parratt, participaron los periodistas Carlos Franganillo (Director de Informativos Telecinco) y Pilar Bernal (Directora de Contenidos Digitales Informativos de TVE). El flanco académico estuvo cubierto por los profesores David Varona y Tamara Antona, ambos de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). La sesión dedicada al periodismo deportivo fue moderada por el profesor Joaquín Sotelo (UCM). Participaron la profesora Clara Sainz de Baranda Andújar (Universidad Carlos III) y los periodistas Vicente Jiménez (exdirector de As), Natalia Torrente (periodista de *Relevo*) y Emilio Contreras (Director Adjunto de *Marca*).

«El mundo de la comunicación es hoy mucho más complejo porque hay muchos más actores, incluso actores disfrazados de periodistas, hay actores que dicen ser medios de comunicación y no lo son... Así que esa complejidad se ha acelerado muchísimo y nuestra responsabilidad como periodistas se ha intensificado», asegura Carlos Franganillo, Director de Informativos Telecinco, en este vídeo elaborado por la Videofactoría de la Facultad de Ciencias de la Información. La pieza audiovisual, con declaraciones grabadas al final de cada debate, viene a resumir la primera jornada de los «Encuentros *EMP* de investigación y transferencia». Esa primera jornada, como se ha explicado, permitió un diálogo abierto entre investigadores, estudiantes y profesionales del periodismo.

2. Cómo mejorar la calidad y la eficacia de la investigación

La segunda jornada de los «Encuentros *EMP*» (14 de noviembre de 2025) se orientó de manera más específica a la investigación académica. En la primera mesa, titulada «Diseño y desarrollo metodológico de un artículo académico: pautas para combinar

rigor e innovación», participaron los profesores Ana Pérez-Escoda (UFV), Luis Miguel Pedrero (UFV), Carlos Elías (UC3M), Koldobika Meso (UPV/EHU) y Dolors Palau Sampio (UV). Presentó y moderó la sesión la profesora Montse Morata (UCM). El diálogo completo puede recuperarse [en este vídeo](#), alojado también en el Canal de YouTube de la Facultad de Ciencias de la Información.

El siguiente debate planteó un asunto de gran utilidad para cualquier investigador: «Cómo superar el proceso de selección de artículos en revistas académicas». Moderada por la profesora Nuria Navarro, miembro del Consejo Editorial de *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, esta sesión recogió los consejos y las sugerencias que fueron desgranando los profesores María José Pérez Serrano (UCM), David García Marín (URJC), Virginia Martín Jiménez (UVA), Xavier Ginesta (UVic) y Gema Lobillo (UMA).

Tanto en la primera como en la segunda sesión se pronunciaron con insistencia las palabras «ciencia» y «método». El profesor Carlos Elías, catedrático de Periodismo, lo explicaba así: «La metodología es la base de la ciencia porque es el método científico. La ciencia y el periodismo tienen el mismo objetivo, que es buscar la verdad y hacerla pública. Por lo tanto, el periodismo en cierta manera está relacionado con la ciencia. Nacieron en el mismo momento».

—Es fundamental ceñirse estrictamente— explica el profesor García Marín— a la normativa de la revista, a su plantilla. Hay que leerse con mucho detalle las normas editoriales, sobre todo en revistas que reciben una enorme cantidad de artículos. Existe un primer filtro editorial en el que los criterios formales pesan mucho, junto con el encaje temático y metodológico del artículo. Por otro lado, la metodología es clave: es la piedra angular de un artículo. Si falla la metodología, se cae todo el edificio. Uno de los problemas más frecuentes que encuentro como revisor, especialmente en trabajos de investigadores que empiezan, es la falta de coherencia interna: títulos que dicen una cosa, objetivos que no coinciden, metodologías que no sirven para alcanzarlos y conclusiones que hablan de otra cosa distinta. Es imprescindible tener muy claros los objetivos, elegir una metodología que se ajuste perfectamente a ellos y extraer conclusiones lógicas a partir de los resultados obtenidos. Lograr esa coherencia interna al principio es complicado, pero su ausencia es motivo de rechazo de muchos artículos.

URL del vídeo: <https://youtu.be/XRgl6DAg5HY>



Fuente: vídeo elaborado por la Videofactoría, en colaboración con Infoactualidad e Inforadio.

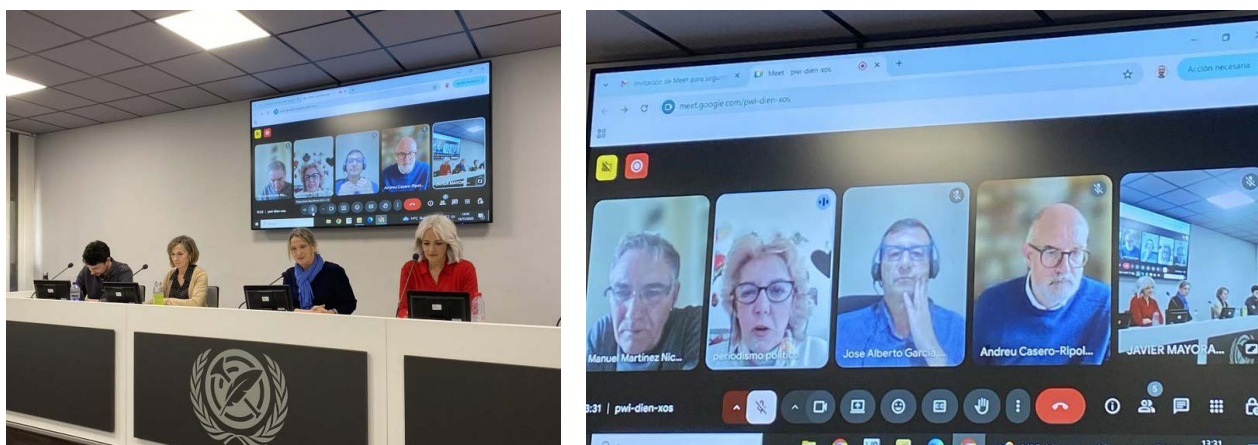
—No me atrevería a llamarlos consejos —matiza la profesora Pérez Serrano—, prefiero hablar de recomendaciones. Creo que hay que fijarse en tres aspectos que deben converger. El primero tiene que ver con la coherencia: establecer una línea de investigación clara y una progresión de esa línea para obtener un resultado curricular acorde con ella. El segundo tiene que ver con la puesta en página de la investigación y, el tercero, con la redacción del artículo. No son pasos necesariamente sucesivos, sino elementos que deben confluir. La coherencia también afecta al equipo que elabora el artículo: quién lo hace, quién colabora, quién lo prepara. Una vez entramos en la elaboración del texto, hay que comprobar escrupulosamente que se cumplen todas las normas de la revista a la que se envía. No se trata de empezar siempre por las revistas situadas en lo más alto de la clasificación, sino de buscar aquellas que se adecuen a la investigación realizada, a la metodología empleada y al estado de desarrollo del trabajo. Una vez decidido el destino, hay que cuidar todos los aspectos formales: la redacción, la plantilla y, sobre todo, la bibliografía. La bibliografía es fundamental por dos motivos: primero, por una cuestión ética, para reconocer la autoría de las ideas; y segundo, por cumplir rigurosamente las normas que exige la revista, ya sea APA, Harvard, Chicago u otro sistema.

Este vídeo elaborado por la Videofactoría de la Facultad de Ciencias de la Información, también con vocación de síntesis, repasa algunas de las cuestiones fundamentales que se plantearon en esta segunda jornada. Se incluyen en el vídeo las reflexiones de algunos de los seis catedráticos que participaron en la tercera y última mesa de debate: los profesores Manuel Martínez Nicolás (URJC), Adriana Amado (UCJC), María Antonia Paz Rebollo (UCM), Jose Alberto García Avilés (UMH), María Luisa Humanes (URJC) y Andreu Casero-Ripollés (UJI). Esta última sesión se dedicó a reflexionar sobre el siguiente tema: «Las bambalinas de la investigación: todo eso que descubrimos o aprendemos

(pero no publicamos) en cada artículo». Porque es verdad que en muchas ocasiones la investigación aporta lecciones —de todo tipo, incluso lecciones de vida— que no se incluyen en el texto publicado, pero que resultan fundamentales para seguir investigando y aprendiendo.

—Cuando me plantearon esta cuestión —explica la profesora María Antonia Paz—, lo primero que se me vino a la cabeza fue el concepto fílmico que se conoce como «fuera de campo». Aquello que está presente, pero que no se ve en el plano que nos ofrece la cámara: ese vaso de agua que tiembla y nos anuncia la llegada del tiburón. Los revisores de revistas académicas tienden a señalar eso que falta, eso que está «fuera de campo», mientras que los autores tendemos a dar por hecho que hay cosas obvias que no necesitamos explicitar. Hay muchos elementos que están fuera de campo porque forman parte del proceso de investigación. Otros elementos se quedan fuera por exigencias de los revisores. En el caso de revistas internacionales, los revisores, aunque ayudan a mejorar los trabajos, no siempre conocen los contextos específicos de cada país.

El profesor Jose Alberto García Avilés utiliza otra metáfora para hablar de los aprendizajes no del todo visibles: «Me gustaría hablar de un artículo académico como la punta de un iceberg, porque las 8000 o 9000 palabras que se publican (que es lo que se ve) tienen por debajo otras siete partes que no se ven, pero están ahí. Y eso que está oculto son años de experiencia, de trabajo, cosas que han funcionado o no... El artículo representa solo una mínima parte del proceso de investigación». Explica García Avilés que quedan fuera de un texto, por un lado, lo que él denomina «falsos positivos» (elementos que en principio encajan en un estudio, pero que la propia investigación demuestra que realmente no encajan) y, por otro, hallazgos que surgen durante el trabajo, pero que desbordan el marco diseñado por los objetivos y por las preguntas de investigación.



De izquierda a derecha, Matias de Diego, María Antonia Paz, Montse Mera, Adriana Amado. En la foto de la derecha, Manuel Martínez Nicolás, María Luisa Humanes, Jose Alberto García Avilés y Andreu Casero-Ripollés.

—Yo vengo de Latinoamérica —explica la profesora Adriana Amado— y la situación allí es muy diferente. Allí solo hay dos países con una democracia plena. Eso significa que mucha de nuestra investigación quedó presa de esa falta de libertad y de esa polarización. En Argentina era para mí más fácil entrar en la investigación formal estudiando la hostilidad del periodismo hacia el Gobierno que investigando la hostilidad del Gobierno hacia el periodismo. Eso ya me obligó a desarrollar temas más asociados a grupos profesionales o fundaciones internacionales. La pregunta es si publicamos aquello que está institucionalmente aceptado o si hacemos el esfuerzo para dejar testimonio de una época.

Además de los condicionantes políticos generales, a menudo influyen decisivamente en los estudios académicos las «políticas de investigación» que marcan las instituciones y los criterios de evaluación que esas instituciones aplican. Eso, según apunta la profesora María Luisa Humanes, también «contribuye a que nos centremos en determinadas temáticas y no en otras». Para explicar de qué están hechas las siete partes no visibles del iceberg que utilizaba García Avilés como metáfora, Humanes enumera los siguientes descartes: «Muchos hallazgos de una investigación se quedan fuera no porque no sean interesantes, sino porque tienen que encajar con los objetivos establecidos, deben someterse a un número determinado de palabras o páginas y deben ser coherentes entre sí. Hay que descartar contenidos más periféricos para líneas de investigación futuras. Los artículos no se enriquecen con más resultados, sino con más profundidad y más coherencia».

Manuel Martínez Nicolás acude a una experiencia personal para advertir de un peligro (un «claro error metodológico») que es al mismo tiempo una tentación muy humana. Él lo llama «la ansiedad por

el dato». Y consiste en iniciar una formidable búsqueda y un agotador acopio de no se sabe exactamente qué.

—En muchas investigaciones —cuenta Martínez Nicolás—, por un problema metodológico obviamente, he caído en una especie de obsesión por reunir datos y datos sobre el objeto de estudio. Cuando te pones a redactar el artículo, con las limitaciones que tiene, debes quedarte solo con lo relevante. Ese es el problema de haber empezado la casa por el tejado.

La profesora María Antonia Paz propone una expresión alternativa: «Yo, más que de *ansiedad del dato*, hablaría de *pasión desbordada*, que me gusta mucho más. La pasión es importante en todos los ámbitos de la vida. Y en la investigación, más». Esa pasión, dice María Antonia, logra que el acopio de materiales no resulte penoso, sino gozoso. Y, en cualquier caso, los elementos sobrantes en un trabajo pueden ser aprovechados muchas veces para otros artículos. Martínez Nicolás, que acepta el cambio de expresión, desarrolla su idea inicial: «Este problema de la ansiedad o de la pasión por el dato procede de un error metodológico fundamental. La guía de toda investigación deben ser las ideas o las teorías. No se trata de ir al mundo empírico en busca de datos, porque eso se convierte en un tsunami».

A partir de la recomendación del profesor Martínez Nicolás, la Tabla 2 recoge algunos de esos aprendizajes que casi nunca se explicitan en los artículos académicos. Como se ve, un aspecto esencial afecta al diseño metodológico de las investigaciones. No obstante, también se abordan otros aspectos. Por ejemplo, técnicas que aportan valor a un artículo (el profesor García Avilés propone tres específicas que no se utilizan con mucha frecuencia) o la responsabilidad de las revistas académicas en la difusión de trabajos creativos e innovadores (la profesora María Antonia Paz señala algunas cuestiones en las que las revistas tienen amplio margen de mejora).

Tabla 2. Algunas ideas del debate sobre aprendizajes no visibles durante el proceso de investigación.

	Manuel Martínez Nicolás, catedrático de Periodismo (URJC) «Una investigación no debe comenzar reuniendo datos. Para eso están el marco teórico, los objetivos, las preguntas de investigación o las hipótesis, que justamente tienen que guiar el trabajo de campo. Buena parte de esos datos no los he sabido explotar después. A veces son prácticamente inservibles. Por ejemplo, en encuestas. Al final te das cuenta de que has incluido un montón de preguntas que no eran necesarias y que han complicado el trabajo de campo. Mi recomendación es atemperar en lo posible eso que llamo <i>ansiedad por el dato</i>».
	María Luisa Humanes, catedrática de Periodismo (URJC) «Podemos morir sepultados por tablas, mapas, visualizaciones, ¿Qué sentido tiene eso? Si previamente no le hemos dado un sentido, podemos morir por el dato. Merece la pena pensar qué tipo de datos queremos conseguir. Y para qué los queremos. Pero esto nos pasa a todos. Nos fascina la información sobre la que trabajamos. Por eso debemos disponer de una guía para no caer en una decepción sobre lo que estamos haciendo y al final no sabemos por dónde tirar».
	Andreu Casero-Ripollés, catedrático de Periodismo (UJI) «Procuro no utilizar modelos larguísimos que generan datos inútiles, pero en los análisis de contenido intento incluir alguna variable nueva para ver cómo funciona. Sobre todo, variables más inusuales. Así se utiliza el análisis como banco de prueba. Si no funciona, se descarta. Si funciona, logras variables innovadoras. Tras el trabajo de campo, a veces se descartan resultados porque su relevancia es reducida. Aquí también opera la presión de revisores y revistas, que nos lleva a elegir resultados fuertes y descartar resultados tal vez significativos, pero menores».
	Adriana Amado, catedrática de Periodismo (UCJC) «Ese es el aspecto que más deja fuera muchas cosas: el marco teórico. Cuando empecé mi doctorado sobre la influencia de los jefes de prensa en las noticias, en Argentina no conseguía directores de tesis porque nadie consideraba que fuera un objeto de estudio válido. Parecía una minucia de la rutina periodística. En mi doctorado muchos profesores me dijeron que no trabajaban con autores norteamericanos. No es una cuestión de nacionalidades. Es una cuestión teórica. El marco teórico es lo que genera el gran recorte».
	Jose Alberto García Avilés, catedrático de Periodismo (UMH) «Apunto tres ámbitos de investigación que quizá están descuidados. Primero: estudios longitudinales que permiten seguir durante un periodo el mismo objeto de investigación. Son más costosos y complicados, pero tienen mucho valor. Segundo: estudios comparativos que evitan el exceso de estudios de caso en un país o incluso en una sola comunidad autónoma. Tercero: ampliar los niveles de análisis, porque hay muchos estudios volcados en lo micro (actores individuales) o en lo medio (actores en un sector), pero faltan trabajos orientados a lo macro (política, legislación, contexto empresarial o económico), que dan más profundidad y contexto».
	María Antonia Paz, catedrática de Periodismo (UCM) «Para mejorar la creatividad y la innovación de la investigación académica, es importante la responsabilidad de las revistas. La responsabilidad de sus consejos editoriales y de sus editores. Ellos hacen un primer filtro y deciden si apuestan por metodologías innovadoras, temas de interés, aportaciones creativas. Hay otro momento importante que también depende del editor: la elección de revisores. Los hay que mejoran enormemente los artículos y los hay que riñen. Es importante elegir bien a los revisores adecuados y explicarles la singularidad de cada trabajo. Además, los monográficos que publican suelen estar copados por estudios de caso. Es casi mejor publicar libros colectivos».

Fuente: «Encuentros EMP de investigación y transferencia» (14 de noviembre de 2025).

La profesora Montse Mera, para acabar la sesión, retomó el título del debate y planteó la siguiente pregunta: «¿Qué podemos aprender de esto que se queda en los márgenes, en las notas, en unos datos que no se han podido incluir? ¿Qué habéis aprendido vosotros?». La primera en responder fue Adriana Amado.

—Yo creo que lo más valioso fue la humildad ante el conocimiento. Aunque pensemos que lo que investigamos es imprescindible para la humanidad, nos damos cuenta de que es apenas un grano de arena en el vasto océano de la ciencia y del conocimiento. Con lo cual yo, cuanto más estudio, más publico y más divulgo, más pequeñita me siento.

El profesor Andreu Casero suscribió la importancia de la humildad y añadió los conceptos de «eficacia», «creatividad», «motivación» y «pasión». García Avilés ponderó el trabajo en equipo y la colaboración entre grupos de investigadores. María Antonia Paz retomó el valor de la humildad y concluyó con esta idea: «Estamos constantemente aprendiendo. Aprendo que no siempre tenemos razón, algo que no es fácil en el mundo académico. Con serenidad. Eso es la madurez académica».

3. Coda casi científica (con un miligramo de humor)

Un miligramo de humor nunca sobra. Ni siquiera en el trabajo más serio. Ni siquiera en el diálogo más sesudo sobre metodología o investigación. Durante la segunda jornada de los «Encuentros *EMP*» se pronunció en varias ocasiones la palabra «ANECA». Una sigla con enorme capacidad de resonancia en el ámbito académico. Los estudiantes de la Videofactoría, *Infoactualidad* e Inforadio, mientras preparaban los vídeos para Estudios sobre el Mensaje Periodístico, preguntaron a varios entrevistados por la ANECA. En concreto, se planteó qué grado de utilidad y eficacia puede tener un organismo como la ANECA en el desarrollo de la investigación académica de calidad. El resultado, como se puede ver en el siguiente vídeo, fue bastante curioso.

Queda claro. El hallazgo no es definitivamente científico, pero al menos sí se puede decir que la respuesta de la academia es unánime. O se acerca a lo unánime. La cuestión de la ANECA, ciertamente, es «compleja». De eso ya no cabe ninguna duda.

URL del vídeo: <https://youtu.be/zpJMijjVGVo>



Fuente: vídeo elaborado por la Videofactoría, en colaboración con Infoactualidad e Inforadio.