

Aportes de la formación universitaria en Periodismo y Comunicación Social a la construcción del sentido crítico de estudiantes argentinos.

Contributions of University Education in Journalism and Social Communication to the Development of Critical Thinking in Argentine Students

Por Nadia S. SCHIAVINATO¹ y Alejandra MASI²

Schiavinato, N. S. y Masi, A. (2025). Aportes de la formación universitaria en Periodismo y Comunicación Social a la construcción del sentido crítico de estudiantes argentinos. *Revista RAES*, XVII(30), pp. 186-200.

Resumen

Los cambios acontecidos durante las últimas dos décadas en relación a las rutinas informativas de los jóvenes — importancia del smartphone como interfaz de preferencia, preeminencia de las redes sociales como modo de acceso a la información, consumo de noticias en paralelo con prácticas de ocio y de entretenimiento— requieren una reflexión acerca de la formación académica de periodistas y comunicadores sociales. Este artículo propone explorar aportes de la experiencia universitaria en la construcción del sentido crítico de estudiantes de primer y segundo año de Periodismo y Comunicación Social de universidades argentinas de gestión estatal y privada. Para ello, se analizaron datos obtenidos en catorce grupos focales mixtos (cuatro realizados en universidades privadas y diez en universidades públicas) de entre seis y ocho participantes. El análisis de los hallazgos indica que, durante los primeros años de la carrera, los estudiantes desarrollan actividades como debates y lectura de bibliografía especializada, combinadas con prácticas propias del ámbito de la comunicación como el chequeo de fuentes y el análisis de estrategias de desinformación. Estas acciones les permiten construir una mirada crítica acerca de los procesos de producción, circulación y consumo de información en los medios. Asimismo, los estudiantes manifestaron ser conscientes del proceso de construcción de esta perspectiva crítica e identificaron un sentido de responsabilidad creciente en relación con el rol del periodista y/o del comunicador social.

Palabras Clave sentido crítico / estudiantes universitarios / estudiantes ingresantes / Comunicación Social / Periodismo.

¹ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - Universidad de San Isidro, Argentina/ nadiaschiavinato@gmail.com/ <http://orcid.org/0000-0001-8401-3682>

² Universidad de San Isidro, Argentina/ alejandramasi@gmail.com / <http://orcid.org/0009-0004-9563-0319>

Abstract

Changes that have occurred over the past two decades regarding young people's news consumption habits—such as the importance of smartphones as the preferred interface, the dominance of social media as a gateway to information, and the consumption of news alongside leisure and entertainment activities—call for a reflection on the academic training of journalists and social communicators. This article aims to explore contributions of university education on the development of critical thinking among first- and second-year Journalism and Social Communication of public and private universities in Argentina. To achieve this, data were analyzed from fourteen mixed-gender focus groups (four conducted in private universities and ten in public universities), each consisting of six to eight participants. The analysis of the findings indicates that, during the early years of their studies, students engage in activities such as debates and reading specialized literature, combined with communication-related practices like fact-checking sources and analyzing disinformation strategies. These activities enable them to develop a critical perspective on the processes of information production, circulation, and consumption in the media. Furthermore, students expressed an awareness of the construction of this critical perspective and identified a growing sense of responsibility regarding the role of journalists and social communicators.

Key words critical thinking / university students / incoming students / Social Communication / Journalism

Introducción

A partir de la segunda mitad de la década del 2000, el consumo de contenidos informativos ha atravesado fuertes cambios tanto a nivel local como en el contexto internacional (Zunino *et al.*, 2022). Si se observa específicamente el caso argentino, datos relevados por la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023 indican que la lectura de noticias se realiza, en la mayoría de los casos, a partir de redes sociales. Además, quienes se informan por redes son en su mayoría jóvenes de entre 18 y 29 años, que utilizan el teléfono celular como dispositivo de preferencia en sus rutinas informativas. Los hallazgos dan cuenta de cambios recientes en la manera de consumir noticias, ya que, si se comparan los resultados de 2023 con los de 2013, se evidencia que el aumento en el uso de las redes coincide con la baja en la cantidad de personas que se informan mediante diarios en papel (40% en 2013 frente a 14% en 2023). Esta situación habilita la pregunta por el acceso y el consumo de noticias por parte de los jóvenes, especialmente de aquellos que, por cuestiones académicas, necesitan estar informados permanentemente.³

Este artículo presenta y analiza resultados parciales de una investigación mayor llevada a cabo por el colectivo de investigadores e investigadoras Investigar en Red.⁴ Este equipo reúne a más de cincuenta universidades de gestión estatal y privada de nueve países de América Latina (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela) con el objetivo de conocer los hábitos informativos de estudiantes de carreras de Periodismo y Comunicación Social. En este marco, durante los años 2022 y 2023 se llevó a cabo la investigación “Consumos emergentes de noticias por parte de estudiantes universitarios durante la pandemia”, radicada en la Universidad Austral de Argentina. Este proyecto buscó describir los consumos emergentes de noticias que realizan los estudiantes y conocer a través de qué medios, plataformas y aplicaciones se desarrolla dicho consumo.

Se entiende por “consumos emergentes” (Albarello, 2019) a aquellos que tienen lugar principalmente a través del *smartphone*, en los que existe una hibridación entre información, persuasión y esparcimiento. Estos consumos se vinculan a contenidos que circulan en el ecosistema digital gracias a la participación activa de las audiencias, ya que en su dinámica hay un predominio del “hacer”, más ligado a la lógica de las redes sociales que a la actitud contemplativa propia de los medios tradicionales (Calvo y Aruguete, 2020). Los consumos emergentes son aquellos que tienen lugar no solo en las redes sociales (*Facebook, Instagram, X, TikTok*), sino también en plataformas como *YouTube, Spotify* o *Twitch*, en las que las rutinas de información conviven con las de ocio y entretenimiento. Este tipo de consumos, en los que las noticias se entremezclan con otras conversaciones desarrolladas en las redes, se desarrollan de manera incidental (Boczkowski y Mitchelstein, 2018; Boczkowski *et al.*, 2018) y se dan en el marco de estrategias de lectura transmedia, entendidas como aquellas que se desarrollan en espacios multiplataforma, con desplazamientos y solapamientos de unos medios con otros de acuerdo a los intereses, necesidades y gustos de los usuarios (Albarello, 2020).

Los hallazgos que se analizan en este artículo corresponden a uno de los objetivos específicos del proyecto general, orientado a identificar el aporte de las carreras de Periodismo y Comunicación Social en la formación de un sentido crítico respecto del consumo de noticias por parte de estudiantes universitarios. En concreto, el objetivo de este artículo es explorar si existe, y de qué manera, una vinculación entre la formación académica recibida por estudiantes de los primeros años de las carreras mencionadas y la conformación de una mirada crítica respecto del consumo informativo.

La construcción del sentido crítico en los estudiantes de Comunicación

³ Sin desconocer los debates actuales en torno a los usos inclusivos del lenguaje, en función de una mayor fluidez en la lectura se utilizará el masculino genérico para nombrar a los diversos géneros.

⁴ Para más información, consultar: <https://investigarenred.ar/>

En los últimos años, un gran cuerpo de investigaciones ha abordado la cuestión del consumo informativo de los jóvenes (Giraldo Luque y Fernández Rovira, 2020; Pérez Escoda *et al.*, 2021; Martínez Fresneda y Zazo Correa, 2024), especialmente a partir de que el entorno digital (Boczkowski y Mitchelstein, 2022) se convirtiera en el espacio privilegiado para el acceso a las noticias. De hecho, el equipo que conforma Investigar en Red llevó a cabo, entre los años 2020 y 2021, un proyecto titulado “*Cómo se informan y cómo estudian los estudiantes de periodismo y comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales*”.

Los resultados de esta investigación destacaron la prevalencia del *smartphone* como dispositivo para acceder a la información (Arri, 2019; Rost, 2022), el consumo incidental de noticias a partir de redes sociales —siendo *X* (en ese momento llamada *Twitter*) la más elegida para informarse— (Arri y Paredes, 2022), los consumos emergentes que hibridan el lenguaje de los medios tradicionales con las formas de consumo propias de los medios digitales, como *newsletters*, *podcast* y las canales de *streaming* (Peret *et al.*, 2022; Bergero *et al.*, 2022) y la lectura de noticias en tiempos de *fake news* (Siles Pavón *et al.*, 2022). Más allá de estos aportes, aún son incipientes los trabajos acerca del consumo digital de noticias en el contexto nacional.

Por otra parte, los espacios académicos que tienen a su cargo la formación de periodistas y comunicadores⁵ se encuentran ante un desafío: los cambios cada vez más vertiginosos en el campo de la comunicación hacen que, a cierta generalidad propia de las ciencias sociales y humanas (Bourdieu *et al.*, 1975), y específicamente de las carreras de Comunicación Social (Fernández y Poore, 2017; Benavente *et al.*, 2017; Deharbe, 2018; Benavente y Uranga, 2021), se suman las nuevas facetas mencionadas anteriormente como la hibridación, los cambios en las rutinas de consumo de información y el avance de las *fake news* (Schiavinato, 2021). La literatura señala que la formación universitaria de comunicadores sociales y periodistas, que a lo largo de los últimos veinticinco años ha atravesado diversos paradigmas como el humanista, el científicista o teorícista y el profesionalista-instrumental (Rojas Rojas, 2021), se encuentra hoy en una encrucijada: la oferta académica debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse a una realidad cada vez menos estable, pero a la vez debe ofrecer herramientas rigurosas que permitan a los estudiantes desarrollar una mirada crítica de los fenómenos en los que van a trabajar a futuro.

Investigaciones recientes indican que ha aumentado el interés por la formación académica de los periodistas y comunicadores sociales (Díaz Del Campo Lozano, 2013; Redondo *et al.*, 2017; Fidel y Borges, 2020), ya que serán ellos quienes, en su ejercicio profesional, garanticen el derecho a la comunicación y la libertad de expresión. En este marco, este estudio explora las experiencias universitarias de los primeros años de estudiantes de carreras de Periodismo y Comunicación Social de universidades de gestión estatal y privada de Argentina en relación con la construcción, si es que la hay, de una mirada crítica que será parte de su perfil profesional.

Afiliación intelectual y la construcción de una identidad profesional

El análisis realizado a continuación se enmarca en la intersección de dos miradas: por un lado, parte del trabajo realizado junto con el equipo de Investigar en Red para conocer las características del consumo emergente de medios por parte de los jóvenes. Por otra parte, este artículo asume una perspectiva pedagógica, ya que indaga cómo el tránsito por los primeros años de la carrera propone y organiza una mirada crítica de las noticias y de los medios de comunicación. En este sentido, el objeto de estudio son los estudiantes de Periodismo y Comunicación

⁵ Según datos del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y del Consejo de Rectores de Universidades Privadas (CRUP), a julio de 2024 en Argentina existen 37 universidades de gestión estatal y 32 universidades de gestión privada que ofrecen carreras de Periodismo y Comunicación, incluyendo Licenciaturas, Tecnicaturas y Ciclos de Complementación Curricular. Más información en: <https://www.cin.edu.ar/instituciones-universitarias/> y en <https://www.crup.org.ar/universidades/>

Social, específicamente quienes cursan los primeros años de sus carreras. Se entiende que, durante los inicios de la vida universitaria, los jóvenes desarrollan un proceso de afiliación intelectual en el que deben “movilizar todos sus recursos para descifrar los códigos implícitos de la nueva cultura en la que necesita(n) ser admitido(s)” (Casco, 2008, p. 237). La incorporación al nivel educativo superior es considerada un pasaje que no se da de modo automático, sino que constituye un proceso gradual de características subjetivas y culturales, en las que el estudiante interactúa con el entorno e incorpora los modos de hacer propios del campo intelectual al cual desea adscribirse (Pierella, 2011).

Ser ingresante universitario también significa construirse a uno mismo en dos dimensiones: en tanto estudiante, requiere atravesar una experiencia vital, que se desarrolla en un contexto histórico y social determinado (Carli, 2012). En este sentido, es posible afirmar que los estudiantes de Comunicación y Periodismo transitan contextos de formación que se reconfiguran permanentemente. Por otra parte, la llegada a la vida universitaria implica una construcción identitaria: en términos de Hall (2003) la identidad se elabora mediante un proceso de interacción entre el sujeto y su entorno, vínculo dialógico en el que se intercambian y construyen significados que, progresivamente, permiten al estudiante desarrollar una identidad profesional ligada al campo de la comunicación social.

El sentido crítico de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social forma parte de esta construcción identitaria, ya que no consiste en un atributo estable y ahistórico, sino que establece una serie de disposiciones, modos de hacer y de comprender el ecosistema de medios que resulta fundamental para el ejercicio profesional de la comunicación. Al respecto, Secul Giusti (2012) señala que, en el caso de los estudiantes de Comunicación, “se permite así la consolidación de una competencia de entendimiento crítico-reflexivo que evita los reduccionismos y orienta a los estudiantes hacia un desarrollo analítico que permita dilucidar formas variadas del discurso y sus estrategias” (p. 10). Si bien el proceso de construcción del perfil profesional se desarrolla a lo largo de toda la carrera universitaria, y luego en las diversas facetas de la vida laboral, poner el foco en los primeros años de la trayectoria académica permite conocer de qué manera las experiencias iniciales de los estudiantes abonan la elaboración del sentido crítico que ejercerán en el plano profesional.

Diseño y metodología de análisis

El diseño de la investigación se enmarca en una perspectiva cualitativa (Vasilachis de Gialdino, 2006; Hernández Sampieri *et al.*, 2014), dado que el objetivo mayor del estudio se orienta a conocer los puntos de vista de los protagonistas, en este caso los estudiantes de Periodismo y Comunicación, y los significados que otorgan a sus prácticas de consumo de noticias en espacios emergentes. Durante todas las etapas de la investigación, los equipos de las universidades que forman parte del proyecto, organizados por institución a la manera de nodos, mantuvieron reuniones quincenales mediante plataformas de videollamada como *Zoom* y *Google Meet* y compartieron materiales y comunicaciones vía *Google Drive* y *WhatsApp*, de forma tal que la experiencia constituya un verdadero trabajo colaborativo (Albarelo, 2024).

Los datos se relevaron mediante la técnica de *focus group*. En el marco del proyecto Investigar en Red se llevaron a cabo 97 grupos focales en 38 universidades de 9 países de América Latina. Con el objetivo de puntualizar la atención en el caso argentino, se analizaron 14 grupos focales llevados a cabo con estudiantes de primer y segundo año de las carreras de Periodismo y Comunicación Social de 10 universidades de gestión pública y 4 de gestión privada ubicadas en 7 provincias: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Buenos Aires), Universidad Nacional de Jujuy (Jujuy), Universidad Nacional de La Pampa (La Pampa), Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Buenos Aires), Universidad Nacional de Salta (Salta), Universidad Nacional de Rosario (Santa Fe), Universidad Nacional del Litoral (Santa Fe), Universidad Nacional del Comahue (Neuquén), Universidad Nacional de La Plata (Buenos Aires), Universidad Nacional de San Martín (Buenos Aires), Universidad

Austral (Buenos Aires), Universidad Católica de Santa Fe (Santa Fe), Universidad del Salvador (Buenos Aires) y Universidad Blas Pascal (Córdoba).

Para la realización de los *focus group* se utilizó una guía de entrevista semiestructurada elaborada en el marco del proyecto general de Investigar en Red. Esta guía, que toma como punto de partida los objetivos generales y específicos del proyecto, aborda líneas de trabajo entre las que se identifican: las formas de acceso a las noticias, las rutinas de consumo, los cambios en el consumo de noticias a partir de la pandemia de COVID19, la vinculación de la formación universitaria con el consumo de medios, las estrategias de chequeo y las cuestiones ligadas a la confianza en los medios y la desinformación. Estas líneas, que fueron consensuadas con todo el equipo de investigación, permitieron relevar datos en forma homogénea en los diferentes grupos focales.

El trabajo de campo se llevó a cabo durante el primer cuatrimestre de 2023. Se elaboró una muestra de conveniencia (Hernández Sampieri *et. al*, 2014) formada por estudiantes universitarios de 18 a 24 años de ambos sexos que cursan carreras de Periodismo y Comunicación Social. El criterio de selección de la muestra, además de la accesibilidad (ya que los investigadores participantes realizaron el trabajo de campo en las instituciones en las que se desempeñan como docentes) tuvo en cuenta que, para los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social, el consumo de noticias adquiere características particulares, ya que constituye parte fundamental de su formación académica (Corradini *et al.*, 2021). Al trabajar con estudiantes de carreras afines se logró que los datos obtenidos por los diferentes equipos pudieran ser comparables en la etapa de análisis. Los estudiantes fueron convocados por correo electrónico, mediante avisos en las clases de las que participan y/o por servicio de mensajería o difusión interno de las universidades. Los grupos focales, integrados por entre 6 y 8 estudiantes cada uno, se organizaron en función del grado de avance de las respectivas carreras: por un lado, los estudiantes de primer y segundo año; por otro, los de tercer, cuarto y quinto año, según correspondiese a cada plan de estudios. Se realizaron entre 2 y 3 grupos focales por universidad. En las universidades que ofrecieran más de una carrera (Periodismo y Comunicación Social) los grupos focales se realizaron en forma separada para cada uno de los programas participantes.

Antes de la realización de los grupos focales se extendió a los participantes un consentimiento informado en el que aceptaban la grabación en audio y/o video de su participación, con la aclaración expresa de que los datos se utilizarían en forma anónima y solo a los fines de la investigación. Además, se les aseguró a los participantes que podrían revocar su consentimiento en cualquier etapa del desarrollo de la investigación.

Un desafío para el desarrollo de los grupos focales fue evitar que las respuestas fueran “ficticias” o “artificiales”, es decir, que los estudiantes contestaran aquello que creen que “deben” contestar. Dado que los *focus groups* se realizaron en el entorno de la universidad, se corría el riesgo de que los jóvenes no lograran salir del rol de alumno y asumieran el espacio como una instancia de evaluación, ya que como afirma Hollander (2004), el grupo focal es un ambiente artificial en el que se construye un relato entre todos los participantes. Para salvar este problema se organizaron grupos de trabajo formados por un moderador y un asistente; se intentó, en los casos en que fuera posible, que los moderadores no fueran los docentes de los estudiantes que participaban del grupo focal. De esta forma, los datos obtenidos permitieron acceder progresivamente a las representaciones e ideas construidas en el ámbito de un determinado grupo como son los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social (Flick, 2004).

Una vez realizados los grupos focales, se transcribió su contenido en forma total y literal para analizarlos a partir de *temas* (Valles, 1992). El primer nivel de análisis consistió en la lectura de todo el material para su codificación abierta (Schettini y Cortazzo, 2019), que buscó otorgar categorías a los datos sin condiciones previas. Luego, se buscaron comparaciones y recurrencias en los fragmentos de distintas entrevistas que, tras una relectura y un nuevo análisis, permitieron construir categorías generales. Estas macro categorías fueron elaboradas colectivamente a partir de los lineamientos generales del proyecto de investigación y de sus objetivos específicos.

Dado el volumen de información y la gran cantidad de investigadores e investigadoras que participaron del proyecto, se utilizó el software *ATLAS/ti* para una codificación rigurosa y accesible y una carpeta compartida en *Google Drive* con subcarpetas por país para que la información estuviese disponible. En la primera parte del procesamiento de datos cada nodo codificó sus propias desgrabaciones; luego, en el segundo nivel de análisis, el equipo de coordinación organizó los fragmentos según las macro categorías en archivos colaborativos.

Los datos que se presentan y analizan en el apartado que sigue corresponden a una de las macro categorías, llamada “influencia de la carrera en el sentido crítico”. Dentro de esta categoría se analizaron los aportes de la formación académica a la construcción de un sentido crítico por parte de los estudiantes de carreras de Periodismo y Comunicación Social. Como se señaló anteriormente, con el objetivo de realizar un análisis en profundidad del caso argentino se realizó un recorte del material original. A partir de la muestra inicial se seleccionó a los grupos focales desarrollados en universidades argentinas de gestión pública y privada. Luego, se excluyeron los grupos focales realizados con estudiantes avanzados, para conservar aquellos cuyos protagonistas fueran estudiantes de primer y segundo año. Estos criterios de inclusión permitieron, por un lado, hacer foco en el ingreso a la carrera y en el proceso de incorporación de los estudiantes a la vida universitaria. Por otro lado, trabajar con universidades argentinas permitió que la muestra final, conformada por 38 estudiantes de cuatro universidades privadas y diez estatales, sea homogénea.⁶

El análisis de los datos correspondientes a la muestra final se realizó según el método comparativo constante (Glaser y Strauss, 1967); a partir de una mirada inductiva se buscó construir subcategorías analíticas y conceptuales, no meramente clasificatorias (Trinidad *et. al*, 2006). En esta etapa del procesamiento de datos se aplicó un procedimiento manual: la segunda autora llevó a cabo el análisis de contenido cualitativo (Bernete, 2013) a fin de elaborar una nueva codificación que permita identificar categorías emergentes del corpus, con el significado que le asignan Strauss y Corbin (2002/1998): agrupación de conceptos en términos explicativos más genéricos. Luego, la primera autora realizó una relectura de todo el material y desarrolló una segunda codificación, reagrupando los fragmentos a partir de las similitudes y diferencias existentes. Este paso permitió construir subcategorías de análisis dentro de la macro categoría “influencia de la carrera en el sentido crítico”. Estas subcategorías y sus correspondientes definiciones se explican a continuación:

Tabla N°1: Definición de las subcategorías de análisis

Subcategoría 1: Desarrollo de actividades propias del campo académico	Incluye las valoraciones acerca de las actividades de análisis y debate que se dan a lo largo de la carrera, la consulta de autores clave y las distintas herramientas adquiridas en los primeros años en la universidad.
Subcategoría 2: Construcción de una mirada especializada	Incluye el desarrollo de hábitos, conductas y miradas construidos a lo largo de la carrera. Forman parte de estas actitudes el chequeo de fuentes, la atención a las estrategias de desinformación, el uso de múltiples fuentes, los enfoques en cuanto al tratamiento de la información.
Subcategoría 3: Construcción de un perfil profesional	Incluye testimonios y dichos que den cuenta de la construcción de un perfil profesional de comunicador en los primeros años de la carrera. En este sentido, se desarrolla una conciencia del sentido crítico en construcción y de la

⁶ Se anonimizaron los datos personales para resguardar la privacidad de los participantes.

Análisis de los datos

Este artículo continúa el trabajo realizado por Albarello (2024), quien, en el marco del equipo de Investigar en Red, elaboró un primer análisis de los datos generales obtenidos en el proyecto “Consumos emergentes de noticias por parte de estudiantes universitarios durante la pandemia”, con énfasis en la incidencia de las carreras de Comunicación Social, Periodismo y afines en el sentido crítico de los estudiantes, especialmente al momento de lidiar con la desinformación que circula en las redes sociales. Por tal motivo, si bien este trabajo se enfoca en los resultados argentinos, y estrictamente en los que refieren a estudiantes de primer y segundo año, se retomarán estudios previos.

La presentación de los hallazgos se estructura en tres partes, que corresponden a las subcategorías elaboradas. En primer lugar, se abordan las valoraciones acerca de las actividades que se dan en el inicio de la carrera y que son propias del estudiantar (Fenstermacher, 1978) como el debate, la lectura de textos académicos y los ejercicios orientados al análisis crítico de las noticias. En segundo lugar, se analizan testimonios que dan cuenta de la construcción de una mirada propia de comunicadores y periodistas en formación a partir del desarrollo de actividades como chequeo de datos, la atención a las estrategias de desinformación, el uso de fuentes diversas y el reconocimiento de los distintos enfoques en cuanto al tratamiento de la información. Por último, se indaga acerca de las reflexiones de los estudiantes sobre la construcción de su sentido crítico durante el trayecto universitario.

En relación con la primera subcategoría, los estudiantes señalan que la vinculación entre teoría y práctica se da en forma permanente y casi automática. Al ser estudiantes que necesitan estar constantemente actualizados, las actividades que realizan en las clases (debates, análisis, lecturas) encuentran un correlato en el consumo cotidiano de noticias:

“Un lugar (en el) que se da mucho el intercambio acerca de la información es acá en la facultad. Todos los días venimos y estás cursando (...) y decís, ahhh viste esto, y te ponés a hablar con el profe y ahí se intercambia un montón de información que encontramos en el día o en la semana”. (Estudiante 31, Universidad Católica de Santa Fe, Provincia de Santa Fe)

“A mí me gusta mucho irme a los textos teóricos, comprender lo que dice el autor, me ayuda mucho a analizar luego lo que consumo”. (Estudiante 32, Universidad Nacional de Jujuy, Provincia de Jujuy)

“Es muy curioso (...) esto de incorporar la información de los textos y después verlos en la vida real, porque eso es lo que tiene esta carrera, que lo podés llevar directamente a la realidad de tu vida cotidiana y emplear ciertas herramientas para varias tareas”. (Estudiante 13, Universidad Nacional del Comahue, Provincia de Neuquén)

De la mano con lo anterior, los estudiantes desarrollan una actitud reflexiva respecto de los contenidos que aprenden en la carrera, que pueden ser tanto actitudinales como procedimentales. Por ejemplo, tres estudiantes señalan que tanto el haber aprendido a redactar noticias como el hecho de conocer los recursos orientados a la construcción de las mismas les permite posicionarse en otro lugar respecto de un lector no especializado. En este sentido, la formación académica contribuye a desarrollar un sentido crítico que se relaciona tanto con el quehacer cotidiano del oficio como con el análisis de los contenidos que circulan y se consumen en los medios:

“Yo creo también que uno aprende a agudizar la mirada y también a ser mucho más responsable porque es verdad, como dice él, que uno veía las noticias con anterioridad y uno le daba otra perspectiva, otra relevancia. Ahora con la carrera, con todas las materias, los textos incluso, es que uno va viendo otro trasfondo, otra mirada. Y uno va viendo otras perspectivas que antes no las veía”. (Estudiante 34, Universidad Nacional de Salta, Provincia de Salta)

“Aprendí a decir, bueno, me pongo a criticar (...) no me gusta este título, yo lo hubiera puesto de esta manera”. (Estudiante 4, Universidad Nacional de La Pampa, Provincia de La Pampa)

“Me parece que el estudio de la carrera no te deja solamente leer la noticia e irte, estás mirando el modo en que está hecha, con qué intencionalidad, qué es lo primero que se destaca. No es solamente la información que tengas, te cambia la perspectiva totalmente”. (Estudiante 36, Universidad Nacional del Litoral, Provincia de Santa Fe).

La segunda subcategoría que se definió a partir del procesamiento de datos remite a ciertas actitudes que los estudiantes incorporaron en el tránsito por la carrera. Los jóvenes hicieron énfasis en el “antes y después”, es decir, en los cambios de hábitos, rutinas informativas y costumbres en función del consumo responsable de medios, conductas en las que la mirada crítica se vuelve fundamental:

“Antes lo primero que leía ya me lo creía y con la carrera aprendí a indagar bien cuál era la fuente y si era confiable. En mi transcurso aprendí a no creermelo todo”. (Estudiante 11, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires)

“Ahora estoy tomando más conciencia de todo el tema de las fuentes por empezar la facultad (...). Tenés una información que te dice una cosa y la otra que te dice otra cosa o cambió en cierto aspecto, entonces empezás a dudar de la veracidad de la información”. (Estudiante 13, Universidad Nacional del Comahue, Provincia de Neuquén)

“Yo también, más que nada en segundo año fui más por el lado de ver diarios y fuentes. Antes consumía más *Twitter*, que no sé si es tan confiable. Ahora comencé a investigar qué medios me gustaban para informarme”. (Estudiante 16, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires)

Estas actitudes se complementan con un interés por estar más informados, a la vez que se admite la necesidad de ampliar las fuentes de la información. Tal como lo señala Albarello (2024), el interés por diversificar las fuentes da cuenta de la construcción del sentido crítico, ya que en los testimonios de los informantes se verifica una actitud proactiva respecto de la búsqueda de fuentes de información variadas:

“La necesidad de estar informado viene de decir ‘che, si yo quiero comunicar algo no puedo comunicarlo desde una burbuja’ (...) me parece que es necesario estar al tanto”. (Estudiante 37, Universidad Blas Pascal, Provincia de Córdoba).

“Antes de la carrera leía poco (...) luego cuando ingresé a la carrera me di cuenta de que tenía que leer un montón (...) y me empecé a informar, la carrera nos lleva a que tengamos que estar informados constantemente”. (Estudiante 2, Universidad Nacional de Jujuy, Provincia de Jujuy)

“Me gusta tener distintos puntos de vista, no me gusta quedarme solo con uno, entonces, puedo estar en El Cronista, después ir a Clarín y pasar por cinco portales al mismo tiempo porque me gusta tener más datos”. (Estudiante 38, Universidad Nacional de La Plata, Provincia de Buenos Aires)

“A mí me gusta ir a otros portales, para poder ver, pero porque yo soy muy obsesiva con esto, el discurso que tiene cada uno, la forma en que se cuentan las cosas. Hay veces que la forma en la que se cuenta algo no es la misma, o el uso de las palabras no es la misma, y es otra visión completamente distinta del mismo hecho. (...) En mi caso consumo *Twitter* y portales más tradicionales, y después *newsletters*, que son... yo estoy suscrita al *Foreign Policy*, *Russia Today* y otros más”. (Estudiante 18, Universidad Nacional de Rosario, Provincia de Santa Fe).

Asimismo, se evidencia que el consumo incidental de noticias (Mitchelstein y Boczkowski, 2018; Boczkowski *et al.*, 2018) forma parte de las rutinas informativas de los estudiantes, que navegan “de tema en tema”. Este consumo habilita el encuentro con fuentes múltiples. En este sentido, los estudiantes admiten estar atentos a los algoritmos de las redes sociales, ya que corren el riesgo de quedarse con fuentes que coincidan con sus puntos de vista, algo que Pariser (2011) definió como “filtros burbuja”, lo que limitaría su capacidad de atender puntos de vista diversos:

“Yo uso las redes sociales. Para informarme no leo mucho ningún medio. Organizo por temas, por ejemplo, tema deporte tenés tres o cuatro referentes en *Twitter* que sabés que tienen buena información y sigo a esos. Después en política, por ejemplo, busco alguien que hable de política de una forma interesante. Tenés *podcasts*, tenés *Twitch*. Lo que sea. Hoy en día te metés un rato, después salís y así voy de tema en tema. Pero algo que aprendí en la carrera de Periodismo es que está bueno, por más que tengas una postura fija sobre un tema, intentar ver lo que dicen las demás posturas, como para tener un pantallazo general y entender un poco. Sino es muy fácil juzgar lo que dice una postura y quedarte solo de tu lado y armar una burbuja que después es contraproducente porque después se te arma una burbuja de recomendaciones de algoritmos y no salís nunca más de ahí. Pero a veces pasa que es difícil meterte en otras posturas porque todo está muy radicalizado y muy personalizado también. Entonces, por ejemplo, es muy distinto lo que dice *Página/12* y *La Nación*. Sabés lo que van a decir, pero está bueno por lo menos saber qué dicen sobre qué tema para criticarlos, por lo menos”. (Estudiante 19, Universidad del Salvador, Provincia de Buenos Aires)

“Por ahí lo que termina pasando es que, como cada uno se encierra en una burbuja y empieza a consumir contenido que vos sabés que responde a tus ideas, como que (...) te terminás radicalizando en algún punto. Entonces está bueno esto de ‘¿A ver qué me ofrecés?’ (...) Consumir otro contenido u otra forma de ver las cosas te va a diferir, te va a incomodar un poquito, pero está bueno ver siempre la otra cara”. (Estudiante 25, Universidad Nacional de Rosario, Provincia de Santa Fe)

En la misma dirección, otro aspecto vinculado con la formación del sentido crítico en los estudiantes a partir de su formación académica lo constituye la capacidad de identificar los diferentes enfoques y puntos de vista en la construcción de una noticia:

“A medida que vamos estudiando vamos aprendiendo a diferenciar eso (...) nosotros tenemos que entender cómo los medios de comunicación transmiten las noticias, (...) podemos diferenciar la intención de hacia dónde va la noticia”. (Estudiante 23, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Provincia de Buenos Aires)

“Una de las cosas que nos han dicho los primeros días de cursada fue bueno, tienen que aprender a dudar y es algo que practico un montón, que ya lo tengo incorporado en realidad, porque más allá de las *fake news* yo creo también que una de las cosas que vemos es que las noticias se construyen desde una perspectiva siempre. Entonces, bueno, depende del medio que leas es el enfoque con que te vas a encontrar”. (Estudiante 20, Universidad Nacional de San Martín, Provincia de Buenos Aires)

Por último, estas actividades, hábitos y conductas que se dan a partir de la incorporación de los jóvenes al ambiente universitario tienen su correlato en la construcción de una actitud comprometida por parte de los propios estudiantes. Los datos demuestran que, además de incorporar ejercicios, rutinas y modos de hacer, también se desarrolla una creciente preocupación por ejercer esa mirada crítica y permanecer atentos a los vaivenes del contexto social, económico y político al momento de consumir noticias:

“(La carrera) te da como una mirada crítica de las cosas, porque uno toma todo el conocimiento teórico que adquiere en la carrera y después vos decís, cuando lees una noticia (...) empezás a relacionar y formás una perspectiva crítica en cuanto a la información”. (Estudiante 5, Universidad Nacional de Rosario, Provincia de Santa Fe)

“A mí me pasa que veo las noticias desde otro punto de vista, con lo que aprendí en estos dos años de carrera, siento que veo una noticia y lo relaciono con un autor (...). Creo que llegué a un punto donde veo una noticia (...) me informo, trato de analizar y trato también de buscar otras respuestas”. (Estudiante 2, Universidad Nacional de Jujuy, Provincia de Jujuy)

“Quizás ahora estudiando comunicación veo que sí realmente en los medios hay opinólogos y quizás no están informados sobre un tema como política, economía, etc. Cuando veo una nota sobre, por ejemplo, alimentación, trato de ser crítica acerca del enfoque de la noticia, las fuentes que usan”. (Estudiante 6, Universidad Nacional de San Martín, Provincia de Buenos Aires)

Como señala Albarello (2024), la construcción de esta mirada crítica va acompañada del desarrollo de un sentido de responsabilidad en función de sus lecturas, sus valoraciones, sus acciones y su compromiso con el ejercicio de la profesión:

“Yo creo que el gran cambio de estudiar Comunicación es el hecho de darme cuenta de que todo está muy relacionado con todo, que como comunicadores tenemos que entender absolutamente todo (...) y creo que ahí es cuando empecé a tomar el valor de las noticias. (...) El otro día estaba viendo los titulares de las elecciones que se supone que eran objetivos porque tenían datos y hay ciertas palabras que a nosotros nos resaltaron que son con opinión, que si no lo sabés probablemente pase desapercibido y creas que es una opinión objetiva, y teniendo la base teórica decís eso de objetivo no tiene nada”. (Estudiante 7, Universidad Austral, Provincia de Buenos Aires).

“Yo creo, voy un año y algo recién en la carrera, aprendes a tener o sentir esa responsabilidad si es que vas a buscar una noticia, redactarla, la miras con otros ojos. Siento tener responsabilidad con respecto a algunas cosas, por ejemplo, si en una noticia se utilizan ciertos conceptos, o nociones que son peyorativas de ciertos colectivos, ya lo miro con otros ojos”. (Estudiante 9, Universidad Nacional de Salta, Provincia de Salta)

“Si me di cuenta de que hay que tener un compromiso a la hora de informar porque para informar tenés que hacerlo bien (...) hay que tener un compromiso para chequear la información para saber desde dónde se informa”. (Estudiante 10, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Provincia de Buenos Aires)

En definitiva, las tres subcategorías que se analizaron permiten elaborar un hilo conductor respecto de los aportes de la carrera a la construcción de un sentido crítico de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social. A partir de las actividades que los jóvenes desarrollan en el marco de los primeros años de sus estudios universitarios, pueden incorporar ciertos hábitos, conductas y miradas que contribuyen a un conocimiento más profundo y comprometido del funcionamiento de los medios y de la producción, circulación y consumo de

noticias. Asimismo, estas primeras experiencias permiten una progresiva afiliación a su campo profesional. Así, el sentido crítico forma parte de una identidad profesional en construcción, ya que esta actitud reflexiva sobre su rol como comunicadores se traduce en un sentido de responsabilidad por el rol que van a ocupar en la sociedad.

En línea con los hallazgos de Albarello (2024) y Bordón *et al.* (2025), durante los primeros años de las carreras de Periodismo y Comunicación Social los estudiantes consultados señalaron experimentar un cambio en su mirada acerca de los medios y de la forma en la que consumen noticias. La permanente vinculación entre teoría y práctica que experimentan en las diferentes asignaturas, sumado al desarrollo de competencias mediáticas que les permiten un acercamiento distinto a la información (búsqueda de fuentes, evitación de filtros burbuja, chequeo de datos, diversificación en el consumo), y al desarrollo de una actitud de responsabilidad y compromiso respecto de su futuro rol profesional, dan cuenta de una progresiva construcción de un sentido crítico que encuentra su punto de apoyo en la formación universitaria.

Conclusiones

Los estudios referidos al consumo de noticias por parte de los jóvenes indican que, junto con el uso del *smartphone* como dispositivo principal (Albarello, 2020), las rutinas informativas asumen la forma de un consumo incidental (Mitchelstein y Boczkowski, 2018; Boczkowski *et al.*, 2018). La preeminencia de las redes sociales como espacio de consumo de noticias (Arri y Paredes, 2022) ha dado lugar al concepto de consumos emergentes, entendidos como aquellos que surgen de la hibridación y en los que conviven la lógica de la información con la del ocio y del entretenimiento.

En este marco, este artículo analizó los resultados de catorce grupos focales realizados entre abril y julio de 2023 en diez universidades estatales y cuatro privadas de Argentina, con el objetivo de conocer si existe, y de qué manera, un vínculo entre la formación recibida en las carreras de Periodismo y Comunicación Social respecto de la construcción del sentido crítico de los estudiantes, a partir de la mirada de éstos. La muestra final solo incluyó a estudiantes de primer y segundo año de las carreras mencionadas. Este criterio tuvo que ver con el interés en profundizar acerca de la construcción de la identidad profesional de los comunicadores sociales a partir de la experiencia de los primeros años de los estudios universitarios (Pierella, 2011; Carli, 2012).

Los resultados del estudio indican que, desde el inicio de la cursada de las carreras, los estudiantes realizan lecturas, análisis y debates que les permiten contrastar lo que ven en la teoría con la práctica cotidiana. Asimismo, desarrollan una capacidad reflexiva que los habilita a identificar diversos enfoques en el tratamiento de la información, chequear las fuentes y diversificar sus espacios de consumo de noticias. Los estudiantes manifiestan estar atentos a los algoritmos de las redes sociales que tienden a ponerlos en contacto con opiniones similares a las propias, a la vez que desarrollan sentimientos de responsabilidad al sentirse referentes informativos en sus entornos cotidianos.

De esta manera, se observa que las experiencias vividas en el inicio de los estudios universitarios abonan a la construcción de un sentido crítico respecto a los consumos emergentes. Estudiantes de Periodismo y Comunicación Social de universidades argentinas de gestión pública y privada identificaron un cambio en su propia mirada respecto de los medios a partir del ingreso a la carrera, modificación que contribuye a la conformación de una identidad profesional específica y que forma parte de un proceso de afiliación intelectual al campo comunicacional. En futuras investigaciones, y atendiendo a las limitaciones del presente estudio, sería interesante explorar casos en los que no se identifiquen cambios en la construcción de una mirada crítica de los medios. Finalmente, dado que el estudio aborda un recorte de un conjunto de datos mayor, investigaciones posteriores que focalicen en otros países o regiones podrían proporcionar información valiosa para continuar esta misma línea de trabajo en clave comparativa.

Referencias bibliográficas

- Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ampersand.
- Albarello, F. (2020). Informarse en el smartphone: Estrategias de lectura transmedia por parte de jóvenes universitarios del Aglomerado Gran Buenos Aires. *Palabra Clave*, 23(3), e2331. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.3.1>
- Albarello, F. (2024). Investigar en red: Una experiencia de inteligencia colectiva en Latinoamérica. *Chasqui*, (155), 195–209. <https://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4990>
- Arri, F. (2019). Leer con las manos. Una revisión sobre los estudios hápticos. *In Mediaciones De La Comunicación*, 14(1), 151–160. <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2890>
- Benavente, S. (2015). Jóvenes estudiantes universitarios: Experiencias y prácticas comunicacionales. En G. Varela (Ed.), *Educación, comunicación y cultura. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 165–174). Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Benavente, S. (2022). La mirada desde la universidad pública: el campo de la comunicación, entre la concentración y la regulación. En M. F. Robledo & L. A. Mazaira (Comps.), *Comunicación/Cultura en la Argentina contemporánea. Debates desde un presente en disputa* (pp. 35–50). Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Benavente, S., & Uranga, W. (2021). Comunicadores y comunicadoras: Una profesión en permanente construcción que desafía a la formación. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (21), 1–20. <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/r9xp2lvaq>
- Benavente, S., & Uranga, W. (2022, septiembre). *Redes juveniles universitarias: Exploración de experiencias comunicacionales desde las trayectorias estudiantiles* [Ponencia]. VII Jornadas Nacionales y IV Latinoamericanas de Ingreso y Permanencia en Carreras Científico-Tecnológicas, Mendoza, Argentina. https://www.ingresoafmat.com/uploads/1/2/0/6/120608565/benavente_uranga.pdf
- Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital. Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo Veintiuno Editores.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Bordón, E., Nieva Agreda, M., Saya, A., & Silvestre, G. (2025). Desarrollo de competencias mediáticas para el consumo crítico de información en estudiantes de Comunicación y Periodismo en Latinoamérica. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (9), 119–144. <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.8515>
- Bourdieu, P., Chamboredon, J. C., & Passeron, J. C. (1975). *El oficio del sociólogo. Presupuestos epistemológicos*. Siglo Veintiuno Editores.
- Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.
- Carli, S. (2012). *El estudiante universitario. Hacia una historia del presente de la educación pública*. Siglo Veintiuno Editores.

- Casco, M. (2008). Afiliación intelectual y prácticas comunicativas de los ingresantes a la universidad. *Revista Coherencia*, 6(11), 233–260. <https://www.redalyc.org/pdf/774/77413098013.pdf>
- Deharbe, C. (2018). Apuntes para el debate sobre la formación de los comunicadores sociales. *Temas y Problemas de Comunicación*, (16), 105–115. <http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/TyPC/article/viewFile/796/813>
- Díaz del Campo Lozano, J. (2020). El lugar de la ética en la formación del periodista. Un estudio de la situación en la Unión Europea. *Cuadernos.Info*, (33), 113–120. <https://doi.org/10.7764/cdi.33.529>
- Fidel, R., & Borges, R. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: La formación ética del periodista en la era de la posverdad. *Análisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, (62), 7–17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7564187>
- Flick, U. (2007). Entrevistas y debates del grupo de discusión. En *Introducción a la investigación cualitativa* (pp. 126–138). Morata.
- Giraldo Luque, S., & Fernández Rovira, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: Economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la información*, 29(5), e290528. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Aldine Publishing Company.
- Hall, S. (2003). ¿Quién necesita identidad? En S. Hall & P. Du Gay (Comps.), *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (5.ª ed.). McGraw-Hill.
- Hollander, J. (2004). The social contexts of focus groups. *Journal of Contemporary Ethnography*, 33(5), 602–637. <https://doi.org/10.1177/0891241604266988>
- Martínez Fresneda, H., & Zazo Correa, L. (2024). Estudio de los perfiles en TikTok de *El Mundo*, *El País*, *ac2alityespanol* y *La Wikly* para analizar las oportunidades informativas de esta red social para la audiencia joven. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1–13. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2180>
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (24), 131–145. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble. What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pérez Escoda, A., Barón Dulce, G., & Rubio Romero, J. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: Redes sociales, “fake news” y confianza en tiempos de pandemia. *Index.comunicación*, 11(2), 187–208. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Mapeod>
- Redondo, M., Sánchez García, P., & Etura, D. (2017). Investigación de la enseñanza ética de los periodistas en España. Análisis bibliométrico y prescripciones formativas aplicadas (2005–2015). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 235–252. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5873879>
- Rojas Rojas, L. (2021). Currículo y transformaciones de la formación de comunicadores sociales en América Latina. *Razón y Palabra*, 24(110), 402–422. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i110.1735>

Schettini, P., & Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social: Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa*. EDULP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49017>

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (J. F. F. Hernández, Trad.). Universidad de Antioquia. (Original publicado en 1998)

Trinidad, A., Carrera, V., & Soriano, R. (2006). *Teoría fundamentada. La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. CIS.

Uranga, W. (2022). Desafíos para la formación en comunicación. En M. F. Robledo & L. A. Mazaira (Comps.), *Comunicación/Cultura en la Argentina contemporánea. Debates desde un presente en disputa* (pp. 85–92). Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa.

Zunino, E., Kessler, G., & Vommaro, G. (2022). Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia. Evidencias del caso argentino. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(1), 129–161. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3231>

Fecha de recepción: 23-08-2024

Fecha de aceptación: 25-03-2025