

Investigar en Red: una experiencia de inteligencia colectiva en Latinoamérica

Researching online: an experience of collective intelligence in Latin America

Pesquisando online: uma experiência de inteligência coletiva na América Latina

Francisco ALBARELLO

Argentina

Universidad Austral

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 155, abril - julio 2024 (Sección Monográfico, pp. 195-210)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 21-01-2024 / Aprobado: 12-04-2024

Resumen

Investigar en Red, es una comunidad de investigadores de carreras de Periodismo y Comunicación de más de 50 universidades de 9 países de Latinoamérica dedicada a indagar sobre las transformaciones en los hábitos de consumo de noticias y de prácticas de estudio de los estudiantes universitarios de la región. Nacida en 2020, en plena pandemia, y conformada inicialmente por 11 universidades argentinas, durante 2023 esta red se ha consolidado y ampliado a otros 8 países gracias a una metodología de investigación abierta, colaborativa y horizontal en la que se pone en juego la inteligencia colectiva. En este artículo, se presentan algunos resultados acerca de la influencia de las carreras de comunicación en el sentido crítico de los estudiantes al lidiar con la desinformación.

Palabras clave: investigar en red, comunidad de investigadores, periodismo y comunicación, inteligencia colectiva, sentido crítico, desinformación

Abstract

Investigar en Red is a community of researchers from Journalism and Communication majors from more than 50 universities in 9 Latin American countries dedicated to investigating the transformations in the news consumption habits and study practices of university students in the region. Born in 2020 in the middle of the pandemic, and initially made up of 11 Argentine universities, during 2023 this network has been consolidated and expanded to 8 other countries thanks to an open, collaborative and horizontal research methodology in which collective intelligence is put into play. This article presents some results about the influence of communication majors on students' critical sense when dealing with misinformation.

Keywords: research online, community of researchers, journalism and communication, collective intelligence, critical sense, misinformation

Resumo

Investigar en Red é uma comunidade de pesquisadores das áreas de Jornalismo e Comunicação de mais de 50 universidades em 9 países latino-americanos que se dedicam a investigar as transformações nos hábitos de consumo de notícias e nas práticas de estudo de estudantes universitários da região. Nascida em 2020 em plena pandemia, e inicialmente composta por 11 universidades argentinas, durante 2023 esta rede foi consolidada e ampliada para outros 8 países graças a uma metodologia de pesquisa aberta, colaborativa e horizontal na qual a inteligência coletiva é posta em jogo . Este artigo apresenta alguns resultados sobre a influência dos cursos de comunicação no senso crítico dos alunos ao lidar com a desinformação.

Palavras-chave: pesquisa online, comunidade de pesquisadores, jornalismo e comunicação, inteligência coletiva, senso crítico, desinformação

Introducción

Las redes de investigación en comunicación, tienen una larga trayectoria en Latinoamérica: sin ir más lejos, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), creada en 1978 y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS), en 1981, han hecho visible la prolífica labor de investigadores e investigadores, y han promovido la mejora en la enseñanza de la disciplina de la Comunicación en la región. Sin embargo, en lo que respecta estudios sobre la cultura digital, se sigue dando una hegemonía anglosajona y una baja, pero creciente producción generada desde América Latina y el Caribe (Hidalgo Toledo, Rodrigues da Cunha, Barredo Ibáñez, 2020).

En ese marco, el proyecto de investigación “Consumos emergentes de noticias por parte de estudiantes universitarios durante la pandemia”, nacido en la Universidad Austral (Argentina) y realizado en el bienio 2022-2023, surge como una respuesta a esta necesidad de acrecentar los estudios sobre la cultura digital en la región, puesto que nuclea el trabajo de investigadores de más de cincuenta universidades de nueve países y responde a una de las preocupaciones expresadas en la “Declaración de Quito” por parte de académicos, investigadores y estudiosos de la comunicación, reunidos en el marco del Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS (2023), particularmente la que expresa que “las instituciones latinoamericanas deben aplicar acciones innovadoras y de cooperación, para impulsar el avance de la comunicación”. En ese sentido, en este artículo presentaremos la metodología desarrollada a lo largo de estos años y algunos resultados vinculados con el aporte que pueden realizar las universidades en el sentido crítico de los estudiantes ante la desinformación.

Historia de una red colaborativa

Investigar en Red, es un colectivo de investigadores e investigadoras de más de cincuenta universidades de nueve países latinoamericanos (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela), dedicados a indagar sobre los hábitos de consumo de noticias y las prácticas de estudio de jóvenes que cursan Comunicación, Periodismo y carreras afines en la región¹. El proyecto original que dio lugar a esta red, se tituló *“Cómo se informan y cómo estudian los estudiantes de periodismo y comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales”*, y fue desarrollado por once universidades de ese país, tanto públicas como privadas, encabezadas por la Universidad Austral, durante el bienio 2020-2021. Luego, la red se amplió a estos nueve países, bajo el proyecto de investigación “Consumos emergentes de noticias por parte de estudiantes universitarios durante la pandemia”, realizado

¹ Más información en <http://www.investigarenred.ar>

en el bienio 2022-2023. A lo largo de estos años de trabajo se desarrolló una metodología particular que se fue adaptando a las características del entorno y de las circunstancias, donde la aparente dificultad que trajo aparejada la pandemia del COVID-19 con el subsiguiente aislamiento social, se transformó en una fortaleza del proyecto. Esto es así, dada la flexibilidad que adquirió el proceso de investigación. Siguiendo a Flores-Márquez y Reyes:

lejos de la mala prensa de la que goza la metodología de representar una instancia rígida, inflexible y gobernada por la inercia, podemos decir que “lo metodológico” es lo inverso: la instancia más plástica, creativa y adaptable del proceso de investigación. (Flores-Márquez y Reyes, 2021, p. 14)

En este sentido, “Investigar en Red” desarrolló una metodología *ad hoc*, que alojó en su seno la diversidad de miradas de un grupo heterogéneo de investigadores, que traían sus propias trayectorias, formaciones y experiencias, pero que perseguían un objetivo común.

Para empezar este recorrido, en cada universidad se buscó la conformación de un equipo de trabajo, que funcionó como un nodo local de la red. A partir de reuniones periódicas, utilizando herramientas colaborativas como Google Meet, Google Drive y un grupo de WhatsApp, se organizaron las distintas etapas de la investigación: el diseño de las herramientas de recolección de datos (entrevistas, encuestas, grupos focales), la sistematización, procesamiento y análisis de toda la información y la presentación de resultados. Así, se gestó una forma de trabajo que hemos denominado “Investigar en Red”, inspirada en el concepto de *inteligencia colectiva*, definida como

la habilidad que tienen las comunidades virtuales de sacar provecho de la experiencia combinada de sus miembros, de tal manera que lo que los individuos no son capaces de conocer por sí mismos de forma individual, pueden llegar a conocerlo a través de una experiencia colectiva. (Levy, citado en Jenkins, 2008)

La dinámica del trabajo colaborativo, alternó instancias generales, de las que participaron los miembros de cada nodo, y reuniones “locales”, internas de cada nodo y también, de investigadores de varias universidades de un mismo país. En las reuniones generales, se coordinaron acciones, se planificaron las actividades, se plantearon dudas o propuestas y se compartieron avances. Asimismo, se utilizó la nube para dejar disponibles las grabaciones en video de las reuniones y también las minutas en una bitácora del proyecto, donde se podía seguir paso a paso la evolución del mismo para aquellos que no podían asistir a las reuniones sincrónicas.

Hay que destacar que el trabajo colaborativo, no se entiende como la aplicación de una metodología preconcebida a todas las universidades que forman parte de la red, sino que, en las reuniones generales, se discutieron los métodos y las herramientas de recolección de datos con el aporte de cada investigador,

y respetando la idiosincrasia de cada país, para lograr una investigación que reuniera la diversidad cultural de nuestra región. En ese sentido, el destacado investigador, Ernesto Calvo, declaró en una entrevista que “*la colaboración académica es una forma más del trabajo de investigación*”, y sostuvo que cada vez más, resulta necesario investigar y publicar con otros (Servent, 2022, p.122).

Si bien existían antecedentes sobre investigaciones similares en muchos de los integrantes del proyecto, por separado, la decisión de unir esos trabajos y construir una red de investigadores en comunicación, articulados en un objeto de estudio común, de alcance internacional e integrada por representantes de universidades públicas y privadas de diversas regiones y países, se ha constituido como una experiencia inédita en el ámbito de las carreras de Comunicación Social y Periodismo en la región.

Siguiendo esta metodología de trabajo, los investigadores sociales, “*toman parte también de la construcción de Internet, no solo en el ámbito discursivo, narrativo, imaginario, sino también, con propuestas que tienen su correlato en desarrollos tecnológicos que se incorporan a su propio objeto de estudio*” (Ardévol y Gómez-Cruz, 2016). El trabajo fue desarrollado a través de Internet: soporte material para la labor de investigación y a la vez, ambiente en el que desenvuelven las prácticas de información y estudio de los estudiantes que fueron el objeto de estudio de la indagación, produciendo una verdadera experiencia de *convergencia*, que como sostiene Jenkins (2008), es un fenómeno no solo tecnológico sino también cultural, y tomando en cuenta la manera en la que método y objeto de estudio articulan nuevas formas de conocimiento (Hine, 2015).

Los resultados de esta primera etapa de la investigación, han sido publicados en el libro colectivo “*Mutaciones: hábitos de información y estudio en jóvenes de universidades argentinas*” (AUTOR, 2022) y en una serie de artículos y ponencias en congresos (Albarelo, 2022; Comba, Peret, Albarello, 2021; Farré, y Saya, 2021; Albarello, 2021 y Albarello, 2020).

El objetivo final de InvestigareRed, consiste en la creación de un *Observatorio Interuniversitario Latinoamericano de Habilidades Digitales*, que permitirá tener una visión actualizada de los hábitos informativos y de estudio, un insumo fundamental para las universidades y para los medios de comunicación, ya que permitirá comprender en profundidad las transformaciones que atraviesan las audiencias jóvenes en el actual ecosistema de medios.

Metodología

El proyecto de investigación “*Consumos emergentes de noticias por parte de estudiantes universitarios durante la pandemia*”, tiene como objetivo describir los consumos emergentes de noticias que realizan los estudiantes universitarios de las carreras de Periodismo y Comunicación de Latinoamérica. Para esto, se busca conocer los medios, plataformas y aplicaciones de software en las que

tiene lugar ese consumo emergente de noticias y comprender qué diferencias presentan con respecto al consumo de noticias en los medios tradicionales (prensa gráfica, radio o TV). La investigación contó con una primera instancia de corte cualitativo en la cual se realizaron un total de 91 grupos focales de entre 6 y 8 estudiantes de 43 universidades que forman parte del proyecto Investigar en Red, ya que se ha demostrado que los grupos focales representan una “técnica de recogida de datos cualitativa sumamente eficiente” (Patton, 1990, p. 335), que ha sido muy utilizada para evaluar audiencias y mercados (Valles, 1999, p. 295) y porque “los debates en grupo corresponden con la manera en que las opiniones se producen, expresan e intercambian en la vida cotidiana” (Flick, 2014, p.128). Siguiendo a Flick (2014, p.127), con la participación de un moderador se buscó que participen equilibradamente todos los integrantes de los grupos focales y sus miembros, expresen sus opiniones sobre el tema. Respecto del método de muestreo, Thomas Lindlof (1995, p. 125) indica que el investigador recluta personas para entrevistas cualitativas porque está advertido de que saben algo, o han tenido alguna experiencia que es importante para el proyecto. En ese sentido, la selección de estudiantes para los grupos focales estuvo orientada hacia aquellos *casos ricos en información*, para probablemente revelar los procesos y estructuras productoras de sentido, que son de interés para el analista (Lindlof, 1995, p. 126). Teniendo en cuenta todo lo dicho, en esta investigación se realizaron focus group a estudiantes universitarios de 18 a 24 años, de ambos sexos, que actualmente cursan las carreras de comunicación social o periodismo en distintas universidades latinoamericanas, con el objeto de analizar sus rutinas de consumos emergentes de noticias en las que ponen en juego distintos medios y plataformas. Dos consideraciones acerca de la muestra: en primer lugar, se optó por relevar a estudiantes que asisten a las universidades que forman parte de esta investigación, principalmente siguiendo el criterio de accesibilidad a los informantes, y en segundo lugar, se optó por estudiantes de las carreras de Periodismo, Comunicación y carreras afines porque a diferencia de quienes cursan otras carreras, estos jóvenes tienen un interés particular por estar informados, ya que eso se relaciona con su carrera y su vocación, y un posicionamiento más elaborado sobre la información y los medios.

Otro aspecto importante relacionado con la metodología elegida, es el análisis textual. Para esta investigación, optamos por el análisis centrado en *temas* que, según Valles (1999, p. 222), ya comienza con el diseño de la investigación, es decir, con la formulación del problema, la selección de casos, contextos y fechas y la selección de una estrategia metodológica. Este tipo de análisis, se condice con el muestreo teórico definido por Lindlof, y aparece esbozado en el *guion de entrevista*, diseñado con anterioridad. De acuerdo con este estilo de análisis -elegido para la presente investigación- luego de leer las transcripciones de las entrevistas, se seleccionaron y destacaron fragmentos de las mismas y se codificaron para luego establecer comparaciones a partir de esas codificaciones, para lo cual se separaron fragmentos de las entrevistas y se los agrupó con otros

fragmentos de otras entrevistas que comparten uno o varios rasgos en común. Luego, ese material reunido, se reclasificó y reinterpretó –operación que Valles denomina “integración local”, pues el análisis e interpretación, se centra en el material acumulado en una sección -bajo categorías descriptivas o conceptuales relacionadas con una cuestión. Finalmente, el análisis centrado en los temas, concluye con la organización de todas las secciones de manera coherente, de acuerdo con una línea o secuencia argumental, narrativa, explicativa, lo que Valles, citando a Weiss (1994, p. 157) denomina “integración inclusiva”. Para realizar el procesamiento y el análisis de las entrevistas, en primer lugar, se procedió a la transcripción de las entrevistas, registradas en audio y video digital. Una vez realizada la transcripción de las entrevistas, se utilizó el software ATLAS/ti, que facilita el análisis cualitativo de grandes volúmenes de datos textuales. Según Wimmer y Dominick (1996, p. 181), la “codificación” –término aplicado al análisis de contenido de los medios masivos- es la tarea de adscripción de una unidad de análisis dentro de una determinada categoría. En ese sentido, se definieron de manera colaborativa esos códigos a fin de realizar un análisis lo más exhaustivo posible para que dé lugar luego a las comparaciones. A partir del análisis comparativo, tanto en el interior de las entrevistas como entre las entrevistas mismas, se procedió a la redacción de los resultados, organizada de forma coherente siguiendo los temas y subtemas propuestos en *el guion de entrevista* y comprendidos con mayor especificidad en los códigos de análisis. En la redacción final se extrajeron las citas a modo de ejemplo de las posiciones representativas o excepcionales de los temas tratados. A continuación, en este artículo, se presentarán los resultados de uno de los treinta códigos analizados, relacionado con la influencia de la carrera en el sentido crítico de los estudiantes ante la desinformación.

Resultados: la incidencia de las carreras en el sentido crítico

En los últimos años, el smartphone se ha impuesto como el dispositivo principal para consumir noticias. Según se desprende de nuestra investigación anterior, el 74% de los estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo de 11 universidades argentinas usaba el móvil para acceder a las noticias, principalmente a través de redes sociales, que son la puerta de entrada a las mismas, a la vez que las cuentas más seguidas son las de medios y periodistas (Albarelllo, 2022, p. 206). La tendencia es confirmada por la Encuesta Nacional de Consumos Culturales de Argentina (SNCC, 2023), según la cual entre quienes leen con frecuencia noticias en redes sociales (48%), se destaca la presencia de personas de entre 18 y 29 años (59%), y el dispositivo más utilizado es el smartphone (58%). Asimismo, el Digital News Report de Reuters Institute (Newman et al, 2023) indica que, si bien el consumo de noticias ha caído en todos los medios en Argentina -incluso el consumo a través de redes sociales que había

crecido en años anteriores- se mantiene en un porcentaje del 77% sobre medios tradicionales como la TV (57%) y la prensa (15%).

El consumo de noticias no solo tiene lugar principalmente a través de las redes sociales y en los intersticios de tiempo que deja la vida en las grandes ciudades (Igarza, 2009), sino que también esos consumos informativos se entremezclan con otras prácticas de ocio y de sociabilidad que tienen lugar a través de las tecnologías relacionales (Aguado y Feijóo, 2013), constituyendo lo que otros autores han denominado “consumo incidental de noticias” (Boczkowski, Mitchelstein & Matassi, 2018). En particular, en un estudio realizado sobre la incidencia de la desinformación en la pandemia del COVID-19, fenómeno definido como *infodemia*, se observó una baja capacidad para reconocer las noticias falsas en más de la mitad de la población de los seis países latinoamericanos que formaron parte de la investigación -Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú-, sobre todo, el caso de aquellos que utilizaban a las redes sociales como fuente principal de la información (Nieves-Cuervo, Manrique-Hernández, Robledo-Colonia, Grillo, 2021).

En este contexto, uno de los intereses particulares de esta investigación, está centrado en la incidencia que tienen las carreras de Comunicación, Periodismo y afines de la región en el sentido crítico de los estudiantes, especialmente cuando tiene que lidiar con la desinformación que circula en las redes sociales.

Informarse más

Los estudiantes entrevistados coinciden en que el estudiar una carrera de Comunicación o Periodismo, ha influido significativamente en su consumo cotidiano de noticias. En primer lugar, destacan que desde que ingresaron a la carrera, se informan más, en gran medida influídos por los profesores que los obligan a estar al tanto de los temas del día:

Yo por ejemplo, me acuerdo de una clase en donde un profesor me dijo “ahora que ustedes están estudiando comunicación, tienen que empezar a informarse, a leer las noticias, el diario” y como que me quedó eso ahí me aparece una noticia y yo, bueno la voy a leer. (Carla, 1er. año de Comunicación Social, Universidad Nacional de Salta, Argentina)

El hecho de informarse habitualmente, generó en los estudiantes una conciencia mayor sobre la necesidad de estar informados. En ese sentido, en gran medida, los estudiantes afirman que a partir de la carrera han ampliado su interés por informarse de temas diversos de actualidad:

Antes de ingresar a la carrera no me interesaban demasiado las noticias, pero desde que entré y al conocer nuevas teorías y perspectivas, eso me permitió que me interese más en lo que está pasando y cómo eso es difundido para dar a conocer.

(Dayana, 1er. semestre de Comunicación, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador)

Desde que empecé a carrera, me di cuenta que el informarse, el estar informado, para mí es fundamental y aprendí que el informarse es prácticamente saber lo que está pasando en la sociedad. (Clara, estudiante de 2do. año de Comunicación, Universidad Católica del Uruguay)

Para muchos estudiantes, hay un antes y un después de ingresar a la carrera, puesto que la misma, los puso en contacto con la información:

Antes de entrar a estudiar Comunicación yo no consumía noticias de ningún tipo, no escuchaba la radio, ni veía las redes sociales, tampoco veía la televisión ni el noticiero del mediodía, ni por la mañana, ni por la noche. Era casi nulo el consumo de noticias. Después de entrar a estudiar Comunicación, como que empecé a destacar la importancia de estar enterado, de saber realmente qué pasa en mi entorno, porque a la final, eso es lo que hace la academia: que nosotros estemos capacitados para incidir en los cambios de transformación social. (Estudiante de 3er. año de Comunicación, Universidad del Quindío, Colombia)

Estar informado, es visto por los estudiantes como un rasgo inmanente a las carreras de Comunicación o Periodismo, como algo natural o automático, un ambiente en el que los estudiantes, acostumbran a sumergirse y del cual se van sintiendo parte a medida que avanzan en la carrera.

Leer entre líneas

Podemos decir que la característica saliente que hemos identificado en el discurso de los estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo sobre el modo en que se relacionan con las noticias, es la sospecha permanente. Influido en gran medida por la propuesta de la universidad, deciden mantener cierta distancia con las noticias, dudan de todo lo que les llega y relacionan sus consumos informativos con los conceptos teóricos desarrollados en las asignaturas:

Antes de haber entrado a estudiar Periodismo, me acuerdo de las noticias que veía, noticia que creía, y ahora sé que no es tan así. Uno hace un filtro de lo que vas a compartir. (Carol, estudiante de 4to. año de Comunicación, Universidad de La Serena, Chile)

Antes, lo primero que leía ya me lo creía, y con la carrera aprendí a indagar cuál era la fuente y si era confiable. En mi tránsito, aprendí a no creerme todo. (Martina, estudiante de 2do. año de Comunicación y Periodismo, Universidad Nacional del Centro de la Pcia. de Buenos Aires, Argentina)

Antes, uno no tenía cuidado, o no sabía lo que era leer una noticia o saber lo que hay detrás de una noticia, entonces, uno no sabía qué tan peligrosas eran las fake news, entonces, yo cambié en el hábito de contrastar las noticias para informarme

bien. (Estudiante de 4to. año de Comunicación, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador)

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: "ah, mirá, esto es lo que vi acá", y empezás a relacionar y formas una perspectiva crítica en cuanto a la información. (José, estudiante de 2do año de Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, Argentina)

Otra manera de tomar distancia de las noticias, expresada por los estudiantes, es el ejercicio que consiste en pensar en el "detrás de escena" de las noticias, en sus estructuras subyacentes, en cómo se construyen y en los distintos recursos que utilizan para apelar a las audiencias:

Es como que sabemos el detrás ahora. Sabemos cómo se arma y no tenemos la experiencia, pero sabemos a partir de las materias que ya tuvimos, por ejemplo, cómo armar una noticia, ya sabemos. Que buscar para que la noticia enganche. (Estudiante de 4to. año de Comunicación, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina)

Yo creo que ayuda a entender el proceso de la formación de una noticia, porque en comunicación, las materias nos enseñan el proceso, el método de búsqueda e incide en una alteración más fuerte del proceso detrás, para llevar a cabo. (Estudiante de Nivel Intermedio de Comunicación, Universidad Católica Boliviana San Pablo, Bolivia)

El hecho de que estoy estudiando comunicación (...), me ha formado en base a las estructuras de lo que debe tener una verdadera noticia para que sea efectiva. Al ver una noticia muy mal escrita, ahí, instantáneamente uno detecta la falta de realidad. (Daniel, estudiante de 6to. semestre de la Universidad Montevila, Venezuela)

Muchas veces me gusta hacer el ejercicio de buscar el parte de prensa oculto, porque a veces es la misma noticia que cambia el título y cambia el copete, pero sobre el desarrollo del mismo en seis, siete, ocho portales distintos. (Estudiante de Comunicación, Universidad Nacional del Litoral, Argentina)

Yo pienso que el estudio incide en la forma como consumimos la información, porque ya tenemos un lente mucho más crítico y uno empieza a verlo del lado de cómo yo hubiera (producido) esa información o de qué forma lo hubiera hecho diferente, o uno empieza a evaluar al periodista. (Lucía, estudiante de 3er. año de Comunicación, Universidad Javeriana, Colombia)

La línea ideológica del medio informativo y cómo esta se traduce en los recursos de los que se valen los periodistas, es otro de los temas referidos por los estudiantes cuando se les preguntó sobre la incidencia de las carreras en su sentido crítico:

Uno aprende a leer entre líneas, sí, con qué intención está esto escrito. Si tiene algo que está implícito, por ejemplo. Ya miro otras cosas que antes no veía, como los timbres de voz, que me parecen muy importantes, la foto que usan para publicar

un texto, la manera en que se escribió un texto, la redacción... Como que me fijo muchísimo más en esos detalles a la hora de estudiar una carrera. (Estudiante de 4to. año de Comunicación de la Universidad del Quindío, Colombia)

Creo que es muy difícil a veces escapar a esa agenda, pero también es como una necesidad de posicionarse constantemente. Como que no es solo qué pasó, sino cuál es tu posición. (Luciana, estudiante de 4to. año de Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina)

Quizás seamos un poco más conscientes de esto de chequear fuentes, o de que quizás, no todo es lo que parece, que atrás de un discurso hay una ideología. Entonces, es como que quizás, tenemos un segundo reparo al momento de informarnos y hay como más herramientas por ahí para investigar o darte cuenta si algo tienen algún sesgo o algo así. (Candelaria, estudiante de 3er. año de Comunicación Audiovisual, Universidad Blas Pascal, Argentina)

Diversificar las fuentes

El efecto más visible en los cambios de hábitos informativos de los estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo en Latinoamérica, tiene que ver, no solamente, con la necesidad de identificar las fuentes de información, sino de diversificarlas para asegurar cierta pluralidad en los enfoques de las noticias:

Por lo menos yo en la pandemia, aprendí a identificar y entendí que no solamente una fuente me es suficiente para yo saber que estoy bien informado. O sea, a raíz de la pandemia, supe que, mínimo unas tres fuentes que me digan lo mismo o algo muy similar es que esa noticia vale.

(Estudiante de 4to. año de Comunicación, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador)

Cambió cómo me relaciono (con las noticias) con respecto a cómo consumo: trato de no quedarme con un solo medio, sino ver diferentes puntos de vista.

(Estudiante de 2do. año de Comunicación, Universidad Nacional de Jujuy, Argentina)

Uno tiene que verificar en otros medios, uno tiene que verificar las fuentes, tiene que verificar como la intención con la que se están escribiendo las noticias.

(Estudiante de Periodismo Digital, Universidad Sergio Arboleda, Colombia)

Yo ya sé que tengo un abanico, un repertorio más de contenido, y me es más fácil también chequear qué tan verídico es o no es, lo que está pasando.

(Estudiante de 4to. año de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Chile)

Creo que la carrera te da muchísimas herramientas para identificar cuándo creer en algo o no. O sea, el verificar las fuentes: si te llega una noticia, ir a distintos medios también te asegura que, bueno, sí, puede estar verificado, si es que hay más contenido relacionado a esa noticia también.

(Estudiante de 4to. año de Comunicación, Universidad de Lima, Perú)

Por otra parte, un aspecto crítico en relación con las fuentes, tiene que ver con el rol activo que desempeñan los algoritmos de software en el acceso sesgado a las noticias, lo que Eli Pariser (2011) definió como “filtros burbuja”. Esta es una

preocupación presente en los estudiantes, que así lo expresaban en los grupos focales:

Lo que termina pasando, es que cada uno se encierra en una burbuja y empieza como a consumir contenidos que vos sabés que responden a tus ideas, como que ya, no sé cómo decirlo, como que terminás radicalizando en cierto punto. Entonces está bueno esto de “¿a ver qué me ofrecés?”, como salir un poco de... consumir otro contenido u otra forma de ver las cosas te va a diferir, o sea, te va a incomodar un poquito, pero está bien, o como ver siempre la otra cara. (Sofía, estudiante de 2do. año de Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, Argentina)

Es muy fácil juzgar lo que dice una postura y quedarte solo de tu lado y armar una burbuja que después es contraproducente, porque se te arma una burbuja de recomendaciones de algoritmos y no salís nunca más de ahí. Pero a veces, es difícil meterte en otras posturas, porque está todo muy radicalizado y muy personalizado también. (Fermín, estudiante de 2do. año de Periodismo y Comunicación, Universidad del Salvador, Argentina)

Convertirse en referentes

Un último aspecto a destacar sobre los dichos de los estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo de Latinoamérica, tiene que ver con el rol social que se les adjudica por estar relacionados cotidianamente con la información. Tal como hemos establecido en una investigación anterior (Albarello, 2022, p. 264), los estudiantes se vuelven referentes y fuentes de autoridad en sus círculos de amigos y familiares en contextos de desinformación, la cual circula preponderantemente a través de las redes sociales:

Yo lo veo en mi grupo de amigas: ellas están estudiando cosas más relacionadas a Matemáticas, en el grupo, mandan noticias que son falsas y no tienen ni idea porque no saben informarse. (Karen, estudiante de 4to. año de Comunicación y Periodismo, Universidad Nacional del Centro de la Pcia. de Buenos Aires, Argentina)

A mí me pasa, que como estudio Comunicación y Periodismo, mis amigos que estudian otras carreras, capaz me toman de punto de referencia y me preguntan cosas. (Estudiante de Comunicación, Universidad Nacional de San Martín, Argentina)

Mi mamá como sabe que estoy estudiando esta profesión, mi mamá se acerca a mí y me dice “ha aparecido esto: ¿es verdad o no?”, eso hace que haya la necesidad de contrastar. (Estudiante de 6to semestre de Comunicación, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador)

Mi abuela le cree mucho a la tele. Cuando vamos a almorzar, entonces me preguntan algo y me dice “no, porque yo lo vi en la tele”, Entonces trato de explicarle, pero ella ya es una persona mayor, mi papá por ahí lo puede entender, pero ella cree que lo que es verdadero solamente va a salir en la tele. (Eliana,

estudiante de 3er. año de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Salta, Argentina)

Mi familia tiende como a creer mucho en mi opinión. Entonces, me pasa eso de que, por ejemplo, mi mamá dice como “Uy, ha pasado tal cosa en tal país, ¿qué opinas tú, hijo?”. (Estudiante de 2do. año de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Chile)

Los estudiantes manifiestan un sentido de responsabilidad social, dada la carrera que eligieron, sobre la información que consumen y que hacen circular:

Desde que estudio Comunicación, tomo con mucha rigurosidad el tema de la información, no quiero estar reproduciendo ese tipo de discursos, ese tipo de mensajes, que actualmente, por ejemplo, hay muchos discursos negacionistas de derechos. (Marisel, estudiante de 3er. año de Comunicación, Universidad Nacional de Jujuy)

Hoy en día, creo que el conocer lo importante que es una noticia, de lo que es un hecho, de lo que es informar, nos da a nosotros, aunque sea, una pizca, una sensación de responsabilidad y de peso al modo de consumir las noticias, de compartirlas, de analizarlas y también no dejarse engañar y siempre buscar la verdad. (Ricardo, estudiante de 7mo. Semestre de Comunicación, Universidad Monteávila, Venezuela)

Yo creo que nos da un sentido de conciencia y de alta responsabilidad, porque las primeras personas que tenemos para informar y para decirles cómo identificar una fake news, es nuestro círculo más cercano. O sea, hay un sentido de responsabilidad. No necesariamente hacerlo con todas las personas que conocemos, pero hacerlo con, por decirlo, más cercanos: papá, mamá, quien sea. (Victoria, estudiante de 4to. año de Comunicación, Universidad de Lima, Perú)

Al menos nosotros como comunicadores agarramos ese sentido de responsabilidad, ¿no?, no te dejas llevar tan fácil por lo que ves, digo, a lo mejor nosotros tenemos un punto de vista, pues, más diferente, ¿no?, ¿por qué? Porque nosotros estamos involucrados: lo que compartes de información, este, quizás otras personas, nada más es lo que reciben, entonces lo tienes, ¿no? Y nosotros, pues sí, es una responsabilidad de “oye, ¡comparte esta noticia!”. (Estudiante de 4to año de Comunicación, Universidad Veracruzana, México)

En suma, en el discurso de los jóvenes entrevistados para esta investigación, se trasluce una expectativa depositada sobre ellos, como referentes informativos. En contextos de alta complejidad e incertidumbre como el que estamos viviendo, con una diversificación brutal de las fuentes de información y una crisis fenomenal de representatividad de las instituciones informativas, el rol de los comunicadores y periodistas en formación, resulta trascendental. Es un desafío importante que se les propone en las carreras y que estos jóvenes parecen asumir con responsabilidad.

Discusión y conclusiones finales

Los resultados presentados en este artículo, como fruto de un proyecto de investigación colaborativo que reunió el esfuerzo de investigadores de más de 50 universidades de nueve países de Latinoamérica, permiten dimensionar que, aún en la diversidad de miradas y realidades de la región, los estudiantes de carreras de Comunicación y Periodismo, comparten muchos rasgos en común en relación a las propuestas que se les hacen desde las universidades. La formación universitaria, conduce a estos jóvenes no solo a promover la cantidad, sino la calidad de las noticias que consumen, los instan a identificar y a diversificar las fuentes y les proveen de herramientas metodológicas para advertir los mensajes ocultos de las noticias, de acuerdo con la línea ideológica del medio y sus intereses políticos y económicos. Al mismo tiempo, los estudiantes identifican el desafío que imponen los algoritmos por el riesgo de encerrarlos en burbujas informativas que bajo el pretexto de la comodidad y la personalización los limiten en el conocimiento del vasto mundo que les ofrece Internet. Asimismo, parecen asumir con responsabilidad el rol de referentes sociales en lo referido a la curación de información, al menos en sus círculos cercanos de familiares y amigos. Estos aspectos se relacionan directamente con las preocupaciones expresadas en la Declaración de Quito (CIESPAL-FELAFACS, 2023), puntualmente en los referido a la adecuación de las currículas académicas de las universidades de la región a los desafíos que plantea la humanidad, entre los cuales, podemos destacar el problema de la desinformación, que pone en riesgo a las democracias. Los resultados aquí obtenidos permiten inferir que, con programas actualizados que promuevan en los estudiantes las competencias necesarias para lidiar con la desinformación, sobre todo en lo relacionado con la irrupción de las inteligencias generativas, y con estrategias didácticas que apuntalen esas competencias para fortalecerlos como referentes sociales o fuentes de autoridad en sus círculos de influencia, estaremos en condiciones de propiciar una Alfabetización Mediática Informacional acorde a los desafíos que se presentan.

Referencias bibliográficas

- Albarello, F. (Editor), Arri, F., Bergero, F.; Bernardi, M.; Cane, J.; Casado, N.; Comba, S.; Díaz, E.; Farré, M.; Fridman, L.; García, S.; López Perdiz, J.; Magallanes, S.; Müller, M.; Pamucio, L.; Paredes, G.; Pedelaborde, P.; Peret; Perticará, M.; M.; Porta, P.; Quintana, M.; Rosales, M.; Rost, A.; Santarelli, J.; Saya, A.; Siles Pavón, A.; Silvestre Luengo, G.; Toledo, E.; Tsuji, T.; Vigil, F.; Zapata, N. (2022) *Mutaciones: Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas*. UNR Editora, Rosario. Disponible en: <https://unreditora.unr.edu.ar/producto/mutaciones/>
- Albarello , F., & Milito, C. (2021). El escenario digital como plataforma para investigar en red. *Question/Cuestión*, 3(70). <https://doi.org/10.24215/16696581e610>

- Albarello, F., Arri, F., Porta, P., Peret, M. (2020). Investigar, estudiar, informar en red. *Revista Argentina de Comunicación*, Volumen 8 N° 11, 388-397. <https://www.fadeccos.ar/revista/index.php/rac/article/view/71>
- Albarello, F., Arri, F. y Porta, P. (2022) *Nuevos hábitos informativos y de estudio de universitarios argentinos en pandemia*, VI Congreso ALFAMED, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú, 26 al 28 de octubre de 2022. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>
- Ardévol y Gómez. (2016). *Digital ethnography and media practices*. México.
- 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), pp. 3523–3539. doi: 10.1177/1461444817750396
- CIESPAL-FELAFACS (2023) Declaración de Quito. Disponible en: <https://congresospal-felafacs.org/declaracion-de-quito/>
- Comba, S., Peret, M., Porta, P., Rost, A., Toledo, E. (2021). Estrategias de investigación en red para comprender el entorno digital, *Interacciones*, Año 1 Nro. 1, 1-20. <https://p3.usal.edu.ar/index.php/interacciones/article/view/5539/7521>
- Farré, M., Saya, A., Giménez, L. (2021) Estudiar en modo colaborativo: nuevas estrategias para aprender. *MisCELáneas educativas*, Universidad Blas Pascal. URL: <https://pedagogia.ubp.edu.ar/2021/10/07/estudiar-en-modo-colaborativo-nuevas-estrategias-para-aprender/>
- Flick, U. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Londres: Sage Publications.
- Flores-Márquez, D., y González-Reyes, R. (Coords.) (2021). *La imaginación metodológica. Coordenadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura digital*. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll
- Hidalgo Toledo, Jorge Alberto, Mágda Rodrigues da Cunha, and Daniel Barredo Ibáñez. “Desafíos de la investigación sobre cultura digital en América Latina. Encuadres para un debate epistemológico.” *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* 19.34 (2020) <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/649/654>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. New York: Routledge.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lindlof, T. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. & Kleis, R. (2023). Digital News Report 2023, Reuters Institute, Universidad de Oxford. Disponible en: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Nieves-Cuervo GM, Manrique-Hernández EF, Robledo-Colonia AF, Grillo AEK. Infodemia: noticias falsas y tendencias de mortalidad por COVID-19 en seis países de América Latina. *Rev Panam Salud Pública*. 2021; 45:e44. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>
- Pariser, E. (2011) *The filter bubble. What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: Sage.
- Servent, M. Redes de investigación científica en América Latina: “Empezar a colaborar es encontrar a alguien que tiene un mismo tipo de obsesiones”, *Revista Disputas*, Vol. 2, Marzo-Julio 2022.

- Sistema de Información Cultural de la Argentina (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales, Ministerio de Educación. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc2023_informe_preliminar.pdf
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Weiss, R. (1994). *Learning from strangers. The art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press.
- Wimmer, R. & Dominic, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Madrid: Bosch Editor.