

# MUTACIONES

Hábitos de información y  
estudio de jóvenes en  
universidades argentinas

Francisco Albarello (Editor)



# **MUTACIONES**

**Hábitos de información y estudio de jóvenes  
en universidades argentinas**



# MUTACIONES

## Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas

Francisco Albarello (Editor)  
Francisco Arri  
Fabián Bergero  
María Teresa Bernardi  
Julieta Cane  
Nicolás Casado  
Silvana Comba  
Enrique Díaz  
Marcela Farré  
Leandro Fridman  
Soledad García  
Julián López Perdiz  
Sergio Magallanes  
María José Müller  
Luciano Pamucio  
Graciela Paredes  
Paula Pedelaborde  
Maximiliano Peret  
Mariana Perticará  
Paula Porta  
Mariel Quintana  
Marcela Rosales  
Alejandro Rost  
Julio Santarelli  
Alejandro Saya  
Alejandra Siles Pavón  
Gustavo Silvestre Luengo  
Edgardo Toledo  
Teresa Tsuji  
María Fernanda Vigil  
Natalia Zapata

Albarello, Francisco

Mutaciones : hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas / Francisco Albarello ; editado por Francisco Albarello. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-702-583-5

1. Análisis Sociológico. 2. Estudiantes Universitarios. I. Título.  
CDD 378.19

Diseño interior Nora Zorzoli

Diseño de tapa Joaquina Parma



Asociación de Universidades  
GRUPO MONTEVIDEO



Libro  
Universitario  
Argentino



**UNR Editora**

Editorial de la Universidad Nacional de Rosario

Secretaría de Extensión Universitaria

Urquiza 2050 - S2000AOB / Rosario, República Argentina

[www.unreditora.unr.edu.ar](http://www.unreditora.unr.edu.ar) / [editora@sede.unr.edu.ar](mailto:editora@sede.unr.edu.ar)

UNIVERSIDAD  
**AUSTRAL**



UBP

UNIVERSIDAD  
**Blas Pascal**



**USAL**  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

*Ciencia a la mente y virtud al corazón*



**UNJu**  
Universidad  
Nacional de Jujuy



**UNICEN**  
Universidad Nacional del Centro  
de la Provincia de Buenos Aires



**UNL** UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DEL LITORAL



**UNR** Universidad  
Nacional  
de Rosario



## INDICE

### INTRODUCCIÓN

Investigar en Red: una experiencia de inteligencia colectiva . . . .	15
Primera fase: entrevistas en profundidad . . . . .	20
Segunda fase: encuesta . . . . .	23
Ficha técnica de la encuesta . . . . .	23
Características sociodemográficas de la muestra recolectada . . .	24
Cómo leer este libro . . . . .	33
Agradecimientos . . . . .	35

### PRIMERA PARTE

#### **Cómo, dónde, cuándo: la tecnología en la vida cotidiana de las y los estudiantes de Comunicación**

#### **Capítulo 1. Acceso a Internet: conexiones y dispositivos móviles**

*Leandro Fridman, Marcela Rosales, Mariana Perticará y María Fernanda Vigil* (Universidad Nacional del Litoral)

Introducción . . . . .	39
1. Avatares del acceso a la red . . . . .	40
1.1. Dispositivos para conectarse a Internet . . . . .	40
1.2. Saber o no saber: cómo es la conectividad en el lugar donde vivo . . . . .	42
1.3. Prestadoras de servicio en el pueblo y la ciudad . . . . .	48
1.4. ¿Wi-Fi o datos? . . . . .	51
1.5. La imaginación al poder: estrategias de acceso a Internet . . . . .	56
2. El smartphone nuestro de cada día . . . . .	59
2.1. Android vs iOS . . . . .	59
2.2. Funcionalidad mata edad . . . . .	63
Conclusiones . . . . .	67

#### **Capítulo 2. El aquí y ahora de Internet: tiempo y lugar de conexión**

*Paula Pedelaborde, Soledad García, Gustavo Silvestre Luengo y Julio César Santarelli* (Universidad Nacional de La Pampa)

Introducción . . . . .	69
1. Vivir conectados . . . . .	69
1.1. El tiempo pasa, nos vamos poniendo tecnos . . . . .	73
1.2. ¿No será mucho? . . . . .	77
1.3. La vida en la pantalla . . . . .	81
2. El lugar de conexión . . . . .	83
2.1. Conexión itinerante . . . . .	83
2.2. El dormitorio: mi lugar en el mundo . . . . .	86
2.3. Los tuyos, los míos, los nuestros . . . . .	90

2.4. En búsqueda de la privacidad . . . . .	93
2.5. Conectarse desde la celda . . . . .	95
Conclusiones . . . . .	96

**Capítulo 3. La tecnología y yo: un día en la vida de las y los estudiantes de comunicación**

*Paula Porta, Natalia Zapata y Julieta Cane*

(Universidad Nacional de La Plata)

Introducción . . . . .	99
1. La mañana: dime cómo te despiertas y te diré tu grado de tecnodependencia . . . . .	99
2. El mediodía: ¿apagón digital, Youtube, Netflix o el noticiero? . . . . .	107
3. La tarde: entre el estudio, el trabajo, la información y el entretenimiento . . . . .	110
4. Por la noche: ¿dormir, scrollear, mirar series o estudiar? . . . . .	114
5. Cambios en la percepción del estudio . . . . .	119
6. Cambios en el consumo de información . . . . .	124
Conclusiones . . . . .	128

**SEGUNDA PARTE**

**¿Cómo se informan las y los estudiantes universitarios de Comunicación durante la pandemia?**

**Capítulo 4. Cómo se informa el estudiantado de Comunicación y carreras afines en la Argentina**

*Alejandro Rost* (Universidad Nacional del Comahue)

Introducción . . . . .	133
1. El smartphone manda . . . . .	133
Por universidad . . . . .	135
Por edad . . . . .	135
Por género . . . . .	136
Por año de la carrera . . . . .	136
2. Medios y plataformas utilizadas . . . . .	138
Por universidad . . . . .	140
Por edad . . . . .	141
Por género . . . . .	142
Por año de la carrera . . . . .	143
Conclusiones . . . . .	144

**Capítulo 5. Informarse en las redes sociales: entre el uso personalizado, los algoritmos y el consumo incidental**

*Francisco Arri y Graciela Paredes* (Universidad del Salvador)

Introducción . . . . .	145
------------------------	-----

1. El día con las redes sociales . . . . .	145
2. Mucho, poco o nada de redes para informarse . . . . .	148
3. Uso diferencial de redes: el patrón personal . . . . .	150
4. La vieja guardia de Facebook. . . . .	153
5. Entro a Twitter, luego existo . . . . .	157
5.1. El uso de tendencias . . . . .	160
5.2. Hashtags y listas . . . . .	161
6. Siempre hay algo en Instagram . . . . .	163
7. Me llega por TikTok . . . . .	166
8. Profundizar por YouTube . . . . .	167
9. “Las noticias vienen a mí”: sobre el consumo incidental de información . . . . .	169
10. Desde chusmear hasta investigar . . . . .	172
11. Uso espectral de las redes: cuando soy un espía . . . . .	174
12. De las redes a los medios y de los medios a las redes. . . . .	176
13. Algoritmos, los nuevos gatekeepers . . . . .	178
14. Luces y sombras de las redes sociales. . . . .	179
15. Medios y periodistas antes que influencers. . . . .	184
Conclusiones. . . . .	191

## **Capítulo 6. La noticia aparecida: el ingreso a los medios a través de sus redes sociales**

*Fabián Bergero, María Teresa Bernardi y Alejandro Rost*

(Universidad Nacional del Comahue)

Introducción . . . . .	193
1. Medios de alcance nacional, en el tope del consumo . . . . .	194
2. Medios regionales: cercanía y credibilidad . . . . .	195
3. Medios alternativos: otras agendas . . . . .	197
4. Los criterios de elección de medios informativos . . . . .	200
4.1. Lectura transversal . . . . .	200
4.2. Lectura según el posicionamiento del medio. . . . .	201
4.3. Lectura según diseño, usabilidad y accesibilidad . . . . .	203
5. Vías de acceso: la noticia aparecida . . . . .	205
5.1. Los sitios a través de las Redes Sociales . . . . .	206
5.2. Otras vías: Google, newsletters y apps . . . . .	209
6. Un efecto fugaz. . . . .	210
Conclusiones. . . . .	212

## **Capítulo 7. Nada se pierde, todo se transforma: el consumo de noticias en medios tradicionales**

*Edgardo Toledo, Silvana Comba y Luciano Pamucio*

(Universidad Nacional de Rosario)

Introducción. . . . .	215
-----------------------	-----

1. La supervivencia de los medios masivos . . . . .	215
2. Rutinas informativas: TV y radio de fondo y muy poco papel. . . . .	218
3. Consumos híbridos . . . . .	225
Conclusiones . . . . .	227

**Capítulo 8. Mientras miro las nuevas olas: consumos emergentes en el ecosistema digital y WhatsApp como fuente de información**

*Maximiliano Peret, Nicolás Casado y Sergio Magallanes*

(Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires)

Introducción . . . . .	229
1. El consumo de los viejos medios en el nuevo ecosistema . . . . .	230
1.1. Consumo audiovisual on demand . . . . .	230
1.2. Consumo audiovisual en vivo: el streaming. . . . .	231
1.3. Radio en Internet . . . . .	232
2. El consumo de los nuevos medios híbridos . . . . .	233
2.1. Newsletters . . . . .	233
2.2. Podcast, la radio on demand . . . . .	235
2.3. Memes . . . . .	237
2.4. Streamers . . . . .	238
3. ¿WhatsApp como fuente de información? . . . . .	239
3.1. Los grupos de WhatsApp: la noticia compartida . . . . .	241
Conclusiones . . . . .	244

**Capítulo 9. El fin de la inocencia: las y los estudiantes de Comunicación y Periodismo ante las *fake news***

*Alejandra Siles Pavón, Mariel Silvina Quintana y*

*Enrique Antonio Díaz* (Universidad Nacional de Jujuy)

Introducción . . . . .	247
1. Del <i>todo sirve</i> a los tiempos de exigencias y especificidades . . . . .	247
2. De la lectura superficial a la lectura crítica . . . . .	249
3. De la novela rosa a la información realista chequeada . . . . .	254
4. Del ser uno más a convertirse en referente . . . . .	264
4.1. Las y los estudiantes como fuente de autoridad . . . . .	265
4.2. Las y los estudiantes como comunicadores/periodistas . . . . .	267
5. Un gran poder conlleva una gran responsabilidad . . . . .	270
Conclusiones . . . . .	272

## TERCERA PARTE

### Transformaciones de los hábitos de estudio de las y los estudiantes de comunicación durante la pandemia

#### Capítulo 10. Estudiar en un ecosistema transmedia: evoluciones y tensiones del consumo digital

*Marcela Farré y Alejandro Saya* (Universidad Blas Pascal)

Introducción . . . . .	277
1. Estudiar en modo transmedia: alcances y límites. . . . .	278
2. Tensiones en el camino de la adaptación . . . . .	280
2.1. Evolución 1: del papel a la pantalla . . . . .	281
2.1.1. Extensión y obsolescencia: ¿subrayar la pantalla? . . . . .	282
2.2. Evolución 2: De la casa a la plataforma, la nueva junta . . . . .	286
2.2.1. Recuperar la reunión social . . . . .	288
2.2.2. Tensión evolutiva: el reverso de la experiencia . . . . .	289
2.3. Evolución 3: Del grupo al trabajo colaborativo. . . . .	290
2.3.1. La tensión hacia la autoría compartida. . . . .	290
2.3.2. ¿Recuperación de la actitud lúdica? . . . . .	291
2.4. Evolución 4: De la memoria a la comprensión, de lo parcial a lo integral . . . . .	292
2.4.1. Un bienvenido nuevo sentido de la evaluación . . . . .	293
2.4.2. Disfrutar, no sufrir el proceso . . . . .	294
2.5. Evolución 5: Del aula física al aula digital I. Redefiniendo canales y espacios de relación . . . . .	297
2.5.1. La construcción en un entorno multiplataforma . . . . .	297
2.5.2. La obsolescencia de la “clase virtual” y los cuadraditos con la foto . . . . .	298
2.6. Evolución 6: del aula física al aula digital II. De la sincronía a la asincronía . . . . .	304
2.6.1. Construyendo tiempos y espacios propios . . . . .	305
2.6.2. Un nuevo espacio de socialización: incorporando nuevas caras y voces . . . . .	307
2.6.3. Una nueva relación entre docentes y estudiantes: ¿Chat sin fronteras o comunicación con límites? . . . . .	308
3. Un final abierto e híbrido . . . . .	312
Conclusiones . . . . .	314

#### Capítulo 11. Entre la PC y el smartphone: plataformas y dispositivos para estudiar

*Julián López Perdíz y Teresa Tsuji*  
(Universidad Nacional de Lomas de Zamora)

Introducción . . . . .	317
1. La PC, más que el smartphone . . . . .	318

2. Plataformas de videollamadas: Meet, Zoom y WhatsApp a la cabeza . . . . .	321
3. La supremacía de las aplicaciones de Google . . . . .	324
4. Entre la distracción y la concentración: uso de WhatsApp para estudiar . . . . .	329
Conclusiones . . . . .	335

**Capítulo 12. Entre la pantalla y el papel: estrategias de lectura transmedia para estudiar**

*Francisco Albarello* (Universidad Austral)

Introducción . . . . .	337
1. Un cambio no elegido . . . . .	337
2. ¿Las razones para no leer en la pantalla? . . . . .	343
3. ¿Las razones para leer en pantalla? . . . . .	348
4. Del digital al papel y más allá . . . . .	354
5. La pantalla para leer, el papel para escribir . . . . .	359
6. <i>Verba volant, scripta manent</i> . . . . .	366
7. Escribir en clase . . . . .	368
Conclusiones . . . . .	373

**Capítulo 13. La hora de los prosumidores: prácticas colaborativas, participación y producción de contenidos vinculados con el estudio**

*Francisco Albarello y María José Müller* (Universidad Austral)

Introducción . . . . .	375
1. Prácticas colaborativas de estudio . . . . .	375
1.1. El descubrimiento . . . . .	376
1.2. WhatsApp como puerta de entrada . . . . .	384
1.3. Oral, sincrónico y compartido / escrito, asincrónico e individual . . . . .	387
1.4. Divide y reinarás . . . . .	393
1.5. Desafíos del trabajo en grupos colaborativos . . . . .	397
2. Participación y producción de contenidos de las y los estudiantes de Comunicación . . . . .	401
2.1. Productores, consumidores o prosumidores . . . . .	402
2.2. En Twitter, más consumidores que productores . . . . .	406
2.3. En Instagram, prosumidores . . . . .	408
2.4. La producción de contenidos digitales para el estudio . . . . .	410
Conclusiones . . . . .	413

<b>Conclusiones</b> . . . . .	415
<b>Bibliografía</b> . . . . .	419
<b>Sobre las y los autores</b> . . . . .	425
<b>Sobre las universidades</b> . . . . .	435

## INTRODUCCIÓN

Este libro recoge la experiencia de dos años de un colectivo de investigadores de once universidades argentinas con un objetivo en común: indagar sobre los hábitos de estudio y de consumo de noticias de las y los estudiantes de las carreras de Comunicación Social, Periodismo y afines. Lejos de ser un obstáculo, la pandemia del COVID-19 y el consecuente Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio –ASPO– decretado en nuestro país a partir de marzo de 2020, potenció el trabajo colaborativo y en red y dio lugar a una investigación federal, diversa y enriquecida, al punto que creó su propia metodología de trabajo.

En estas primeras páginas daremos cuenta del recorrido de esos dos años de trabajo, de la experiencia recogida por este heterogéneo equipo de investigadores y de los aspectos metodológicos de la investigación, para finalizar ofreciendo algunas orientaciones sobre los capítulos que componen este libro.

### **Investigar en Red: una experiencia de inteligencia colectiva**

El proyecto de investigación “*Cómo se informan y cómo estudian las y los estudiantes de periodismo y comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales*”, aprobado a fines de 2019 en la Universidad Austral, fue desarrollado en los años 2020-2021 por investigadores de once universidades argentinas<sup>1</sup>, de gestión pública y de gestión privada, a saber:

- Facultad de Comunicación de la Universidad Austral (Pilar, Buenos Aires).
- Carreras de Comunicación de la Universidad Blas Pascal (Córdoba).
- Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador (Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

---

1 Al final de este libro se ofrecen más detalles sobre los investigadores y las universidades que formaron parte de esta investigación.

- Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Olavarría, Buenos Aires).
- Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue (General Roca, Río Negro).
- Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (Jujuy).
- Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa (La Pampa).
- Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (Buenos Aires).
- Facultad de Humanidades y Ciencias de la Universidad Nacional del Litoral (Santa Fe).
- Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Buenos Aires).
- Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (Santa Fe).

Cada una de estas facultades se constituyó como nodo local, y en el mismo se integraron los investigadores de cada universidad. 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 y encuestas), 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”<sup>2</sup>, inspirada en el concepto de *inteligencia colectiva*, “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 (con la participan de los miembros de cada nodo) y reuniones “locales”, internas de cada nodo. En las reuniones generales se coordinaron acciones, se planificaron las actividades, se plantearon dudas o propuestas y se compartieron avances.

---

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

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 nacional e integrada por representantes de once universidades públicas y privadas, se ha constituido como una experiencia inédita en el ámbito de las carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina. Esta sinergia –término de origen griego que significa “trabajando en conjunto”– que tuvo lugar en el contexto de convergencia cultural, estuvo centrada en un tema de capital importancia en momentos de exposición intensiva a las pantallas: las maneras de estudiar y de consumir noticias, dos de las prácticas que más cambios están atravesando en la actualidad.

Sobre este trabajo en red que venimos describiendo, compartimos a continuación algunos testimonios de integrantes del equipo de investigación, recogidos en el marco de una evaluación interna realizada en torno al proyecto:

*“Es una experiencia sumamente enriquecedora, en primer lugar, por el contexto pandémico en el que surgió. Que, lejos de ser un freno o barrera, permitió una integración total y absolutamente federal para compartir experiencias, prácticas y saberes”.*

*“Fue realmente un gran desafío. En medio de la incertidumbre del primer ASPO, realizar una investigación de esta envergadura parecía casi imposible.... pero finalmente gracias al trabajo en grupo, serio, solidario, se logró”.*

*“Fue uno de los desafíos más lindos y motivadores que asumí durante ese período tan difícil de afrontar”.*

*“Una oportunidad única de estar enlazados, con un grupo grande, amplio, diverso. Conocer otras realidades, también. Estar activos reflexionando sobre lo que vivíamos, en tiempo real”.*

*“Fue un acompañamiento y un estímulo permanente ya que me conectó con un grupo muy potente y federal en medio de tanto*

*aislamiento e incertidumbre. Además, creo que fue una excelente manera de aprovechar la comunicación en la virtualidad. Todo lo que aprendimos de comunicación en la virtualidad, nos permitió sostener una red muy dinámica a pesar de las distancias geográficas y a pesar de que nunca nos encontramos en forma presencial todos juntos”.*

*“Aprendí a Investigar en Red, tomando la idea de la “inteligencia colectiva”. Aprendo mucho de mis colegas a quienes estimo y respeto, que comparten sus vivencias, sus saberes. También me llevo una grata experiencia conociendo la realidad federal del país. Saber que la Argentina no termina en la General Paz es una gran alegría. La diversidad de miradas, de enfoques, de universidades... es lo más atractivo del proyecto”.*

*“Es muy enriquecedor el trabajo en red. Si bien he participado de otras redes de investigación con gente de otras universidades, la dinámica de trabajo había sido distinta: más por correo electrónico y otras plataformas asincrónicas. En este caso en cambio, la red se sostuvo con reuniones virtuales periódicas y eso generó una camaradería y un vínculo mucho más cercano y horizontal entre todos. Aprendí mucho de esa dinámica de trabajo en red”.*

*“La posibilidad del diálogo directo con colegas de gran trayectoria, así como la de articular voces de todas las regiones del país (y de las diferentes realidades institucionales), la sistematicidad de los encuentros, la claridad del horizonte y la factibilidad con la que se trazan las metas de trabajo (sin pausa, pero con la flexibilidad suficiente para respetar y esperar) de acuerdo con las realidades de cada parte del equipo. Las producciones también son un aspecto a destacar. ¡La investigación en soledad frustra las mejores iniciativas y aniquila las mejores intenciones!”*

*“La experiencia interuniversitaria es el aprendizaje mayor. Pero también he logrado lecturas más sistemáticas, articulaciones conceptuales y profundización del conocimiento de ciertas prácticas y dinámicas que venía viendo de manera más fragmentada.*

*Además, quizás porque es el tema en que nos tocó profundizar el análisis, una reconsideración de las condiciones estructurales que se imprimen en los modos de hacer: de leer, estudiar, relacionarse, producir, tanto en lo mediático como en lo académico”.*

*“Aprendí a reflexionar en grupo. A pensar y debatir estrategias y a escuchar otras miradas sobre un tema”.*

*“Reforcé mi experiencia de trabajo en equipo y las posibilidades de hacerlo con eficacia a pesar del número y las diversidades. Esto más allá de afirmar que es la mejor manera de trabajar. Por otra parte, aprendí contenidos y metodologías que no solemos trabajar en Letras. Conocí realidades y necesidades de muchas universidades tanto en la voz de los colegas como en la de sus estudiantes”.*

*“Lo más importante que aprendí es que es posible investigar en equipo y obtener resultados positivos y enriquecedores para todas las partes”.*

*El trabajo colaborativo; reuniones horizontales y excelente planificación”.*

*“La potencia de trabajar en equipo, en red y en forma amplia. Aprendí a potenciar el trabajo colaborativo, técnicas, manejo de Atlas.ti; metodologías de trabajo en investigación, y también, de gestión de equipos de trabajo”.*

Como se puede apreciar, la experiencia de “Investigar en Red” se ha convertido en una metodología de trabajo colaborativo, horizontal, de responsabilidades compartidas y de acuerdos permanentes que han aprovechado la heterogeneidad de sus integrantes y ha potenciado esa diversidad para un objetivo común. El aprendizaje no se ha limitado a técnicas de recolección y análisis de datos, sino que se ha expandido y enriquecido toda la dinámica de trabajo en red. Este trabajo, además, se ha organizado y desarrollado en dos etapas fundamentales que describiremos a continuación.

## Primera fase: entrevistas en profundidad

La conformación de la red de investigadores determinó que la indagación se realizara en estas universidades y se escogiera como población de estudio a sus estudiantes. Durante la primera fase del proyecto, las actividades se centraron en la realización de al menos quince entrevistas en profundidad a alumnos y alumnas, de 18 a 24 años, de carreras de Periodismo, Comunicación Social o afines por universidad, para lo cual cada nodo utilizó plataformas digitales como Google Meet o Zoom para el registro audiovisual de las entrevistas, que luego fueron transcritas. Todo el material producido por el equipo fue compartido en una nube del proyecto en la que cada integrante podía acceder a toda la información. Con este modo de trabajo, los investigadores y las investigadoras sociales “toman parte 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” (Ardèvol y Gómez Cruz, 2012). Internet fue, entonces, el soporte material para nuestra labor de investigación, y también fue el ambiente en el que se desarrollaron las prácticas de información y de estudio de las y los estudiantes en contexto de pandemia, lo cual nos permitió un acercamiento etnográfico particular en el ambiente digital en el que se desarrolló nuestra investigación.

La decisión de hacer las entrevistas mediante plataformas de videoconferencias como Zoom o Google Meet resultó favorable por:

1) Facilidad de contacto con estudiantes que estaban en distintos lugares del país –no solo en la ciudad donde la carrera tiene su sede– debido a que muchos habían regresado a sus localidades de origen a raíz de la pandemia.

2) Agilidad en la gestión y la concreción de la entrevista, evitando traslados complejos en el contexto del ASPO.

3) Registro audiovisual de la conversación, a partir del acuerdo y autorización de las personas entrevistadas.

En cuanto al número de entrevistas, se partió de una base mínima de quince casos por cada nodo/universidad. Para la

selección de los potenciales entrevistados, se buscó un equilibrio entre personas de distinto género y con diversas trayectorias en la carrera (de primero a cuarto o quinto año, dependiendo del plan de estudios) y de distintas procedencias geográficas. La diversidad del estudiantado hizo que tuviéramos que ampliar el rango etario, dado que en muchas universidades –sobre todo las públicas– las y los estudiantes activos exceden los 24 años. Se diseñó un guion para las preguntas, organizado en tres partes: 1) Datos sociodemográficos y tipo de conectividad. 2) ¿Cómo se informa? (medios de referencia, redes sociales, dispositivos, rutinas, contenidos falsos). 3) ¿Cómo estudia? (dispositivos, plataformas, rutinas, comunicación con pares y docentes, papel o pantalla). Este guion fue analizado, discutido y corregido por todo el grupo de investigación en distintas reuniones. Finalmente, logramos realizar un total de 165 entrevistas, con una duración de aproximadamente 50 minutos, todas llevadas a cabo entre agosto y noviembre de 2020.

Todas las entrevistas fueron grabadas en video y luego subidas a plataformas de almacenamiento como Google Drive y YouTube, visibles sólo para el grupo de investigación. Para facilitar el proceso de transcripción, los equipos de cada universidad usaron distintas herramientas gratuitas disponibles: el desgrabador del sitio Chequeado<sup>3</sup>, la plataforma OTranscribe<sup>4</sup>, la aplicación Speechnotes<sup>5</sup> y el dictado por voz de GoogleDocs. Para ello, en algunos casos fue necesario subir previamente los videos a YouTube o los audios a la plataforma correspondiente.

Para analizar las 165 entrevistas utilizamos *Atlas.ti*, un software para análisis cualitativo de grandes volúmenes de datos. Dentro del equipo de investigación, conformado por más de treinta investigadoras e investigadores de carreras de Comunicación Social y Periodismo, la mayoría desconocía o no había utilizado *Atlas.ti*; por eso se consideró necesario hacer una capacitación interna a cargo de quienes tenían experiencia en el uso de dicho programa. Luego de esta instancia se procedió al análisis y

---

3 Disponible en <https://chequeabot.chequeado.com/desgrabador/>

4 Disponible en <https://otranscribe.com/>

5 Disponible en <https://speechnotes.co/es/>

codificación de las 165 entrevistas, tarea que realizamos todos los integrantes del grupo siguiendo el método de “codificación” que, según Wimmer y Dominick (1996), es la tarea de adscripción de una unidad de análisis dentro de una determinada categoría. Para ello, y luego de un arduo proceso de discusión, se construyó con la participación de todos el libro de códigos para categorizar y analizar las entrevistas, con diecisiete códigos comunes: “acceso a Internet”, “tipo de celular”, “tiempo de conexión”, “lugar de conexión”, “rutina con la tecnología”, “redes sociales como fuente de información”, “consumo de medios tradicionales”, “sitios de noticias”, “consumos emergentes”, “uso de WhatsApp y otros para informarse”, “uso de dispositivos para el estudio”, “uso del *smartphone* para el estudio”, “*Fake news*”, “papel/pantalla”, “apuntes colaborativos”, “cursada *online*” y “producción de contenidos”. A su vez, en algunos grupos se decidió agregar códigos que se consideraron relevantes para el propio análisis interno, y así se sumaron cuatro más. Una vez definidos los códigos, comenzó el análisis de las entrevistas, Al finalizar la codificación de su propio corpus de entrevistas, cada universidad exportó y subió el archivo de Atlas.ti generado al Drive compartido, y finalmente los once archivos con las codificaciones se reunieron y procesaron en el Atlas.ti de una sola computadora. Se pudo así generar un único y extenso archivo en Word con todas las entrevistas codificadas: las 165 entrevistas fueron agrupadas en un solo documento de 1.325 páginas, con 5.024 citas y 21 códigos. Para el análisis de todo ese material y, para repartirnos la tarea, acordamos que cada nodo analizara uno o dos códigos con todas las citas que recogían las expresiones de las y los estudiantes de todas las universidades. Además, se estableció un manual de estilo como marco de referencia para la escritura y luego, 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 plasmaron las citas de las posiciones representativas o excepcionales de los temas tratados.

## Segunda fase: encuesta

La segunda etapa de la investigación consistió en la realización de una encuesta en la que se relevó a estudiantes de las once universidades que forman parte de esta investigación. Las preguntas de la encuesta surgieron de las categorías de análisis construidas a partir de las entrevistas de la fase cualitativa. Siguiendo a Flick (2014), se decidió hacer una investigación de carácter mixto que incluyó una fase cualitativa y luego una cuantitativa, con el objetivo de dimensionar los hallazgos obtenidos en la fase cualitativa.

### **Ficha técnica de la encuesta**

*Población objetivo o universo:* alumnos y alumnas regulares de 18 años en adelante que cursan carreras de Comunicación Social, Periodismo, Relaciones Públicas, Diseño, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Comunicación, Institucional, Comunicación Digital y Profesorado en Comunicación Social en las siguientes universidades, públicas y privadas, en continuidad con la fase cualitativa: Universidad Austral, Universidad Blas Pascal, Universidad del Salvador, Universidad Nacional del Centro, Universidad Nacional del Comahue, Universidad Nacional de Jujuy, Universidad Nacional de La Pampa, Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional del Litoral, Universidad Nacional de Lomas de Zamora y Universidad Nacional de Rosario.

*Cobertura geográfica:* las universidades participantes en la investigación se localizan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en las provincias de: Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, Río Negro, La Pampa y Santa Fe.

*Tamaño de muestra:* ascendió a 1.941 estudiantes.

*Diseño muestral:* la técnica de muestreo seleccionada fue de tipo probabilística y el método de muestreo, aleatorio simple, ya que se dispuso de un marco muestral en cada universidad.

*Margen de error:* el margen de error fue de +/- 2% con un nivel de confianza del 95%.

*Técnica de recolección de los datos:* la encuesta se realizó a través de un formulario autoadministrado de 40 preguntas

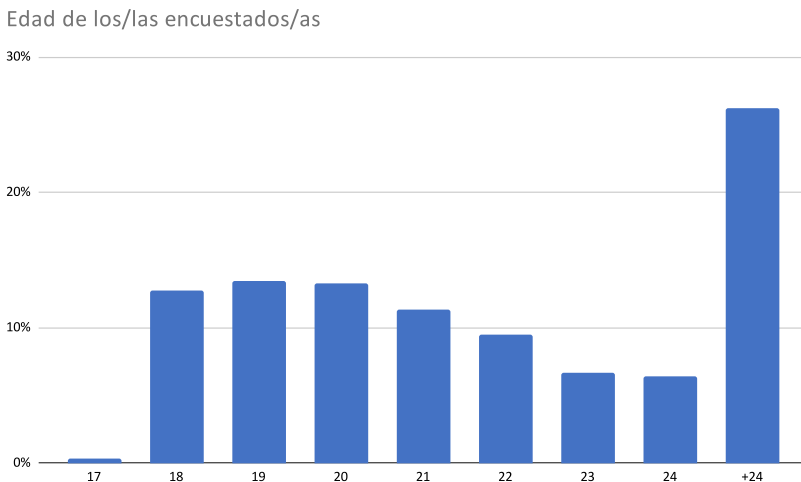
creado con apoyo del software Question.Pro, que los encuestados contestaron de manera online a través de un enlace. El tiempo promedio de completado de la encuesta fue de 9 minutos, de acuerdo con los datos provistos por la plataforma. Se proveyó un consentimiento informado a cada participante con una clara explicación de la naturaleza del estudio, quienes expresaron su voluntad de aceptar todo el procedimiento de manera voluntaria. Para el análisis estadístico se utilizaron las herramientas que provee el software Question.Pro.

*Fecha de terreno:* de mayo a agosto de 2021.

### **Características sociodemográficas de la muestra recolectada**

El 27% de la población encuestada declaró tener más de 24 años de edad, mientras que los de 18 a 21 años se mantuvieron por encima del 10% de la muestra, y el resto por debajo de ese porcentaje. El 71% de quienes respondieron dijo percibirse como mujer, y un 28% como varón, mientras que un 1% de la muestra, en términos no binarios.

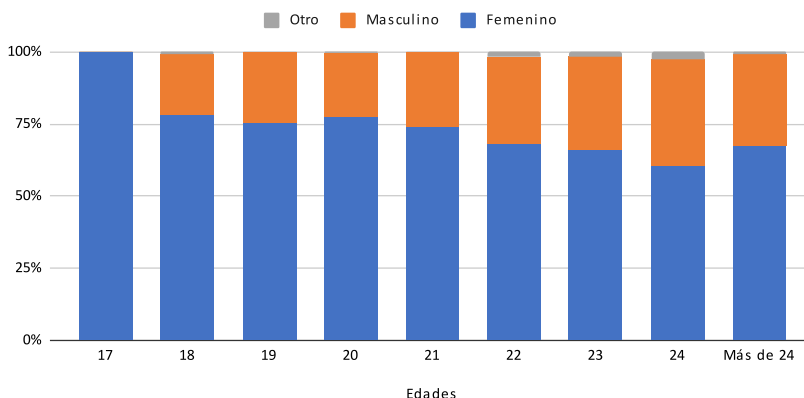
**Gráfico 1**



Por edad, y aun siendo minoría, se observó una tendencia general a un mayor porcentaje del género masculino conforme las edades de los estudiantes son más grandes, con excepción de los que tienen más de 24 años, donde se volvió a reducir el porcentual de varones a un 31,63%.

**Gráfico 2**

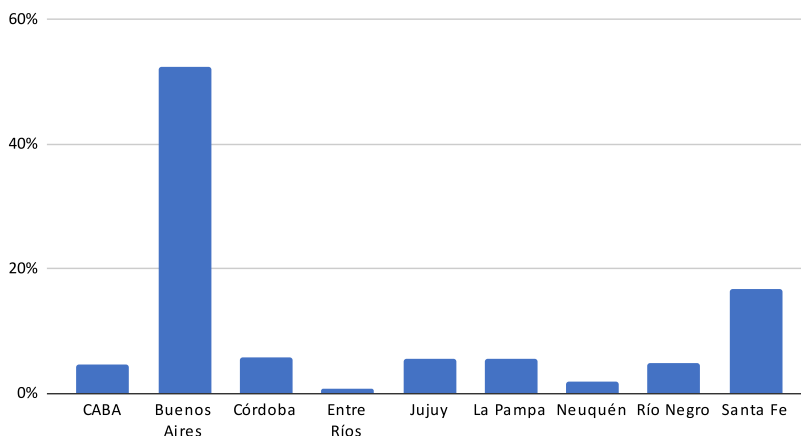
Género autopercebido por edad



En cuanto a la nacionalidad, un 98% declaró ser argentino y argentina, y un 99% que vive actualmente en el país. Asimismo, dado que las universidades que forman parte de la investigación se encuentran en distintos puntos del país, se observó una distribución particular de las y los estudiantes en las distintas provincias. Así, el 52% de la muestra dijo vivir en Buenos Aires (donde se encuentran cinco de las once universidades: Universidad Austral, Universidad del Salvador, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Universidad Nacional de La Plata y Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires). Luego, un 17% de los encuestados declaró vivir en Santa Fe (Universidad Nacional de Rosario y Universidad Nacional del Litoral). Finalmente, en menor medida hubo estudiantes que viven en La Pampa (6%), Jujuy (6%), Córdoba (6%), Río Negro (5%), CABA (5%) y Entre Ríos (1%).

### Gráfico 3

Provincia en la que vive



En cuanto a la ciudad donde viven las y los estudiantes encuestados, a través de una nube de palabras pudimos constatar que principalmente se encuentran en Rosario (pcia. de Santa Fe), CABA, Pilar (pcia. de Buenos Aires), Santa Rosa (pcia. de La Pampa), Olavarría (pcia. de Buenos Aires). San Salvador de Jujuy, Córdoba, La Plata y Lomas de Zamora (pcia. de Buenos Aires). Luego, en menor medida, se destacaron algunas localidades de la provincia de Buenos Aires (Tigre, Lanús, Monte Grande y Burzaco) y de la provincia de Santa Fe (Funes y Santa Fe Capital) (Gráfico 4).

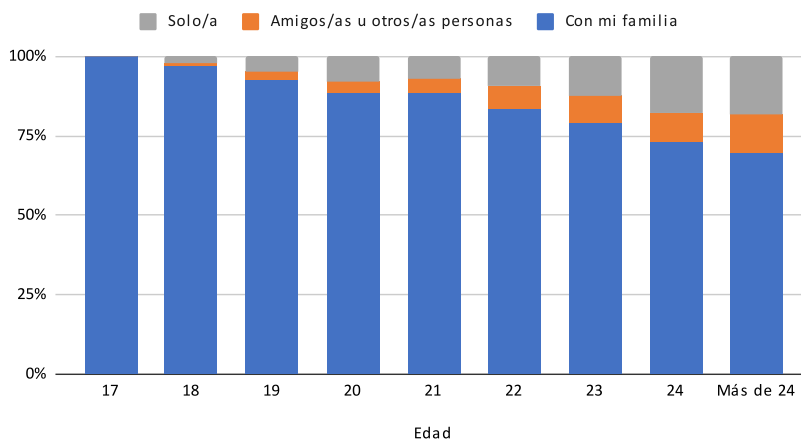
El 83% de los encuestados dijo vivir actualmente con su familia, mientras que un 10% solo o sola y un 7% con amigos, amigas u otras personas (Gráfico 5).

Si discriminamos este dato por edad, podemos ver claramente cómo, conforme las y los estudiantes son mayores, suelen vivir solos en mayor porcentaje, llegando a un 18,07% en los de más de 24 años (Gráfico 6).



### Gráfico 6

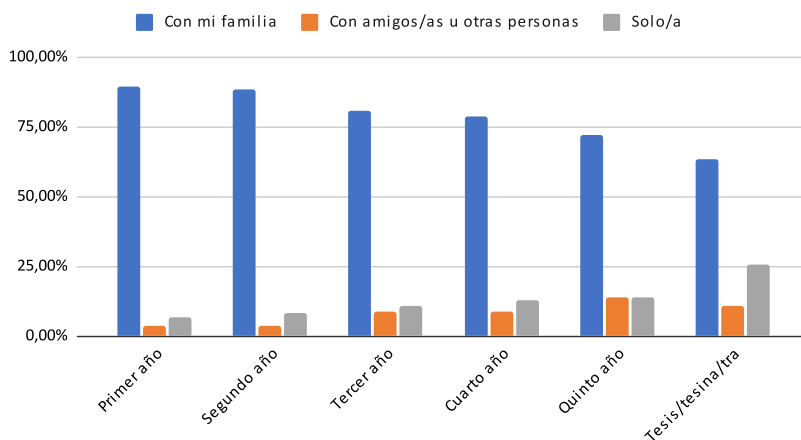
Con quién vive (por edad)



Por año de carrera observamos la misma tendencia: las y los estudiantes más grandes, que son los que están haciendo su tesina o trabajo final, son los que más viven solos (25,81% de los encuestados) mientras que este porcentaje apenas llegó al 6,94% de los de primer año de la carrera.

### Gráfico 7

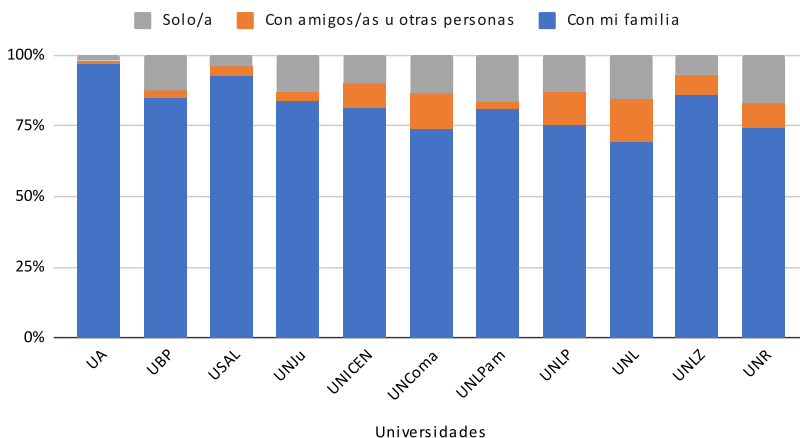
Con quién vive (por año de la carrera)



Si desagregamos esa pregunta por universidad a la que asisten las y los estudiantes encuestados, nos encontramos con que, en la Universidad Austral, por ejemplo, se dio el mayor porcentaje de estudiantes que vive con su familia (97,26%), mientras que, en la Universidad Nacional del Litoral, ese porcentaje llegó al 69,23%. Al mismo tiempo, en la Universidad Nacional de Rosario se dio el mayor porcentaje de estudiantes que viven solos (17,03%) y en la UNL son el 15,38% los que viven con amigos, amigas u otras personas.

**Gráfico 8**

Con quién vive (por universidad)

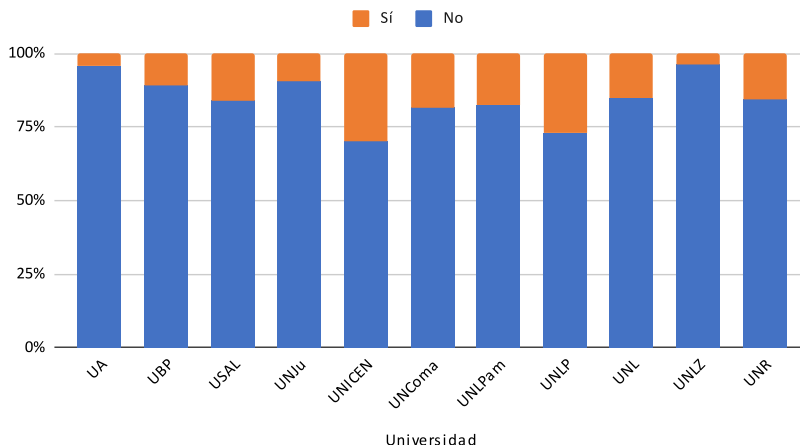


Luego nos interesó saber si los encuestados debieron mudarse de ciudad a raíz de la pandemia del CODIV-19, dado que muchos de ellos son originarios de localidades alejadas de los centros urbanos donde se encuentran las universidades donde estudian. Para nuestra sorpresa, el 83% de los encuestados dijo que no tuvo que mudarse debido a la pandemia, pero hubo diferencias por universidad: por ejemplo, en la Universidad Nacional del Centro y en la Universidad Nacional de La Plata (ambas de la provincia de Buenos Aires), se registraron los mayores porcentajes de estudiantes que sí tuvieron que mudarse de ciudad (30% y

27%, respectivamente), mientras que en la Universidad Austral y en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora ese porcentaje es muy reducido (4,11% y 3,94%, respectivamente).

**Gráfico 9**

Debió mudarse debido a la pandemia (por universidad)



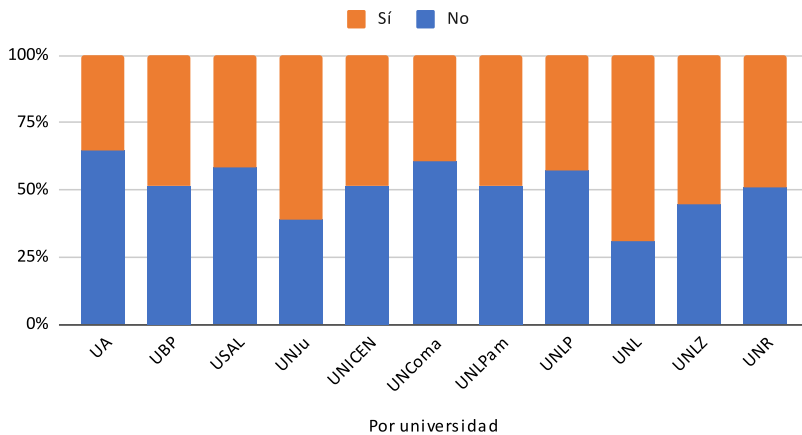
Por otra parte, la relación entre el estudio y el trabajo es un factor importante para comprender la realidad de las y los jóvenes universitarios. En ese sentido, casi la mitad de la muestra, un 48%, dijo trabajar, y salvo en el caso de la Universidad Austral, donde está el mayor porcentaje de estudiantes que no trabajan (64,38%), en el resto de las universidades estos guarismos se mantuvieron altos, ya sea que se trate de instituciones de gestión privada o pública. Por encima del promedio tenemos a la Universidad Nacional del Comahue (60,83%), la Universidad del Salvador (58,39%) y la Universidad Nacional de La Plata (57%). En cambio, por debajo del promedio, las universidades donde el porcentaje de estudiantes que no trabajan fue menor son la Nacional del Litoral (30,77%) y Nacional de Jujuy (38,89%) (Gráfico 10).

Si desagregamos los datos por edad, conforme son más grandes, el porcentaje de estudiantes que trabaja es mayor. Así,

vemos que mientras que ninguno de las y los estudiantes de 17 años dijo trabajar, los que tienen más de 24 años declararon hacerlo en un 72,69% de los casos (Gráfico 11).

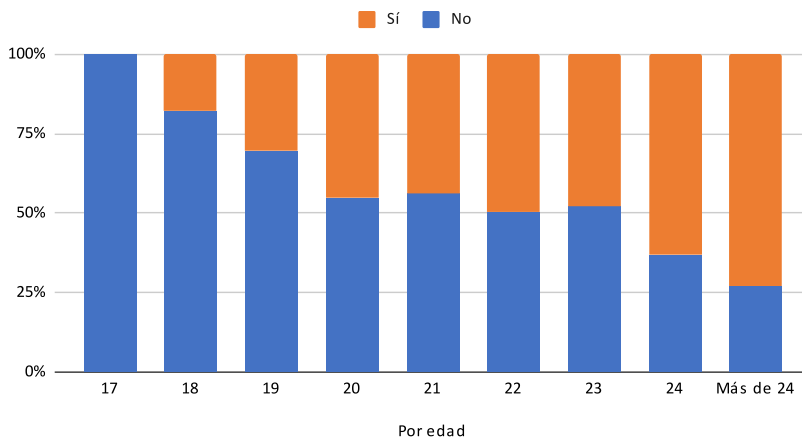
**Gráfico 10**

Trabaja actualmente (por universidad)



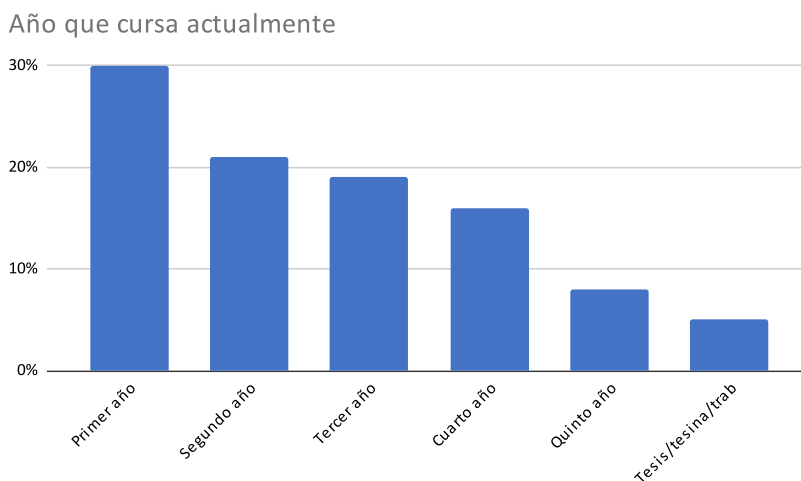
**Gráfico 11**

Trabaja actualmente (por edad)



Finalmente, de acuerdo con el tipo de gestión, el 76% de las y los estudiantes dijo cursar en universidades públicas, mientras que el 24% restante en universidades privadas, porcentaje que se corresponde con la muestra, dado que de las 11 universidades que forman parte de la investigación, ocho son públicas y tres son privadas. Asimismo, un dato importante para esta investigación es el año de cursada. La muestra quedó entonces así conformada:

**Gráfico 12**



Un dato a tener en cuenta es que las carreras de las distintas universidades no cuentan con la misma cantidad de años de cursada o con el requisito de tesis, tesina o trabajo final para su graduación. A los fines de esta indagación, nos pareció importante tener en cuenta las diferencias que se presentaron en la experiencia estudiantil entre las y los jóvenes que cursan los dos primeros años de la carrera y los que están en tercer año en adelante, dado que los primeros son los que tuvieron su experiencia de cursada atravesada en su totalidad por la situación del Aislamiento Social Preventivo Obligatorio con todo lo que eso conllevó para su experiencia como estudiantes. Teniendo en cuenta esto, la muestra ha quedado equilibrada, dado que el 51% de los informantes está en 1ro o 2do. año y el 49% de 3er. año en adelante.

Finalmente, en la siguiente tabla presentamos la composición de la muestra analizada:

**Tabla 1.** Composición de la muestra

<b>Universidad</b>	<b>Casos</b>
Universidad Austral	219
Universidad Blas Pascal	120
Universidad del Salvador	137
Universidad Nacional del Centro de la Pcia. de Buenos Aires	108
Universidad Nacional del Comahue	60
Universidad Nacional de Jujuy	120
Universidad Nacional de La Pampa	121
Universidad Nacional de La Plata	200
Universidad Nacional del Litoral	26
Universidad Nacional de Lomas de Zamora	507
Universidad Nacional de Rosario	323
<b>TOTAL</b>	<b>1941</b>

### **Cómo leer este libro**

Este libro está estructurado en tres partes diferentes. La primera parte presenta tres capítulos que dan cuenta en términos generales de la relación que establecen las y los estudiantes de carreras de comunicación con la tecnología, los dispositivos e Internet. El primer capítulo está dedicado al acceso a Internet, particularmente a través de dispositivos móviles. En el segundo, se analiza el tiempo que se conectan las y los jóvenes y el lugar desde donde lo hacen, teniendo en cuenta que esta investigación ha sido desarrollada en el contexto particular del ASPO. Esta primera parte se cierra con un capítulo dedicado a describir un día en la vida de las y los jóvenes universitarios en el uso de tecnología digital.

La segunda parte del libro está dedicada a las rutinas de consumo de información de las y los estudiantes. En el capítulo 4

se brinda un panorama introductorio sobre el consumo de información: los dispositivos que se utilizan y el tipo de medios o fuentes que consultan habitualmente. En el capítulo 5 se profundiza en el uso de las redes sociales como fuentes de información, describiendo el lugar que ocupa cada una de ellas en la rutina informativa de la población estudiada. Luego, los capítulos 6 y 7 se dedican, respectivamente, a la utilización de los sitios y aplicaciones de noticias y al lugar que ocupan los medios tradicionales (gráfica, radio y TV) en la dieta informativa de las y los jóvenes. La segunda parte se cierra con dos capítulos más, el primero dedicado a lo que hemos denominado “consumos emergentes” de noticias, y a las estrategias que las y los estudiantes de Periodismo y Comunicación ponen en juego frente a las *fake news*.

La tercera y última parte del libro está dedicada a las transformaciones que han sufrido los hábitos de estudio. En ese sentido, el capítulo 10 presenta un panorama general sobre las continuidades y rupturas que ha sufrido la experiencia de las y los estudiantes durante la pandemia; y en el capítulo 11 nos dedicamos a analizar en profundidad las principales plataformas y dispositivos que han utilizado para sostener su actividad académica en este período tan particular. Finalmente, el capítulo 12 está dedicado a analizar las estrategias de lectura transmedia que despliegan las y los estudiantes alternando entre el papel y las pantallas, y se cierra el libro con un capítulo dedicado a las experiencias de trabajo en grupos colaborativos y a las prácticas de participación y producción de contenidos que desarrollan las y los jóvenes en la facultad.

Si bien los capítulos están organizados en tres partes bien delimitadas, este libro se puede comenzar a leer por cualquiera de los capítulos y en cualquier orden. Consideramos que cada capítulo es una puerta de entrada a un tema tan complejo, poliédrico y fascinante como el que presentamos en esta investigación. Valiéndonos de una metáfora, podemos decir que cada capítulo es como un spot de luz que ilumina una parte del objeto bajo análisis, con un estilo y una mirada particular, que es la que le otorga el equipo de investigación de cada universidad. Si bien todos participamos de todas las instancias de la investigación, decidimos que cada

equipo se encargara de escribir y analizar uno de los aspectos que hemos indagado. Es por eso que, siguiendo con la metáfora de los spots, habrá algunas superposiciones o redundancias sobre los resultados obtenidos, ya que resulta muy difícil dividir en partes precisas para su análisis algo que en la realidad se presenta como una experiencia continua de relacionamiento con dispositivos, contenidos y rutinas.

Por último, queremos advertir que en cada capítulo se conjugan fragmentos de las entrevistas en profundidad, en los que quisimos recuperar la voz de las y los jóvenes para que nos cuenten su experiencia en primera persona, con los resultados de la encuesta, en la búsqueda de ofrecer una comprensión más acabada del fenómeno bajo estudio y de dotar de mayor solidez a los argumentos que aquí se presentan. Si bien hay una diferencia de un año entre una y otra fase, creemos que el diálogo entre la etapa cualitativa y la cuantitativa ofrece un panorama enriquecido sobre las diversas maneras en las que estos y estas jóvenes se informan y estudian en el ecosistema digital.

## **Agradecimientos**

Queremos agradecer en primer lugar a la Universidad Austral, no solo por financiar esta investigación en el marco del Concurso Interno de Proyectos de Investigación, sino por apoyar de manera constante esta iniciativa, y particularmente a la profesora Mag. Celina Cantú, quien nos ha asesorado generosamente en los aspectos metodológicos de la encuesta. En segundo lugar, agradecemos a las autoridades de cada una de las facultades de las universidades que se sumaron al proyecto, por facilitar a los investigadores de cada nodo la posibilidad de participar y acceder a las cátedras para realizar la investigación. En tercer lugar, a las y los estudiantes que han participado de las entrevistas en profundidad y de la encuesta, a los profesores que nos han brindado su tiempo para realizar el trabajo de campo y a los profesores, ayudantes y colaboradores que han hecho posible la concreción de cada etapa de este trabajo. Particularmente queremos expresar nuestro agradecimiento a: Camila Fernández Amezaga, Valentina Parodi,

Daniela Rodríguez Mincey, Magui Flores y Lourdes Barrena de la Universidad Austral; a Lucía Giménez de la Universidad Blas Pascal; a Milena Albanese de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora; a Melina Pereyra y Claudia Torres de la Universidad Nacional de La Plata; a César Arrueta, Matías Rivera, Claudio Avilés, Lucía Scalone y María Eugenia Bernal, de la Universidad Nacional de Jujuy y a Juan Luis de Zan, Victoria Nannini y Valentina García Castaño de la Universidad Nacional de Rosario.

## **PRIMERA PARTE**

**Cómo, dónde, cuándo:  
la tecnología en la vida cotidiana de las y  
los estudiantes de Comunicación**



# **Capítulo 1**

## **ACCESO A INTERNET: CONEXIONES Y DISPOSITIVOS MÓVILES**

**Leandro Fridman**  
**Marcela Rosales**  
**Mariana Perticará**  
**María Fernanda Vigil**  
Universidad Nacional del Litoral

### **Introducción**

En este capítulo inicial caracterizamos los dispositivos y servicios de conectividad a los que acceden las y los estudiantes de carreras de Comunicación Social y Periodismo de las universidades argentinas que forman parte de la investigación. En este sentido, se analizan las referencias que hacen las y los estudiantes sobre el tipo de conectividad y por el uso de computadoras, smartphones, tablets y otros dispositivos para acceder a Internet, puestos en relación con edades, años de cursado y universidades en las cuales cursan sus carreras, tanto de universidades públicas como privadas. También se relevan las representaciones respecto de las características de las prestadoras de servicios, las percepciones sobre los costos, las valoraciones y atributos asignados a la conectividad y la explicitación de una multiplicidad de estrategias generadas para acceder oportunamente, de acuerdo con los usos y las necesidades. Finalmente, se analiza el uso del smartphone como dispositivo de acceso a Internet para comprender cómo las y los estudiantes lo integran a sus prácticas cotidianas, qué tipos de dispositivos y sistemas operativos priman, así como también las representaciones de uso sobre estos dispositivos que expresa este grupo de jóvenes. Además, se busca reconocer percepciones relacionadas con el conocimiento del dispositivo, tanto en sus prestaciones como en su aspecto técnico, las motivaciones para la adquisición, el recambio o la

actualización de equipos frente a condicionantes vinculados a la carrera, el trabajo o situaciones especiales como la pandemia.

## **1. Avatares del acceso a la red**

La conexión a Internet fue clave para sobrellevar las vicisitudes impuestas por la cuarentena social, al punto que las y los estudiantes pusieron en juego diferentes estrategias para acceder a la red, ya sea optimizando los dispositivos que tenían disponibles en sus hogares, alternando entre la conexión WI-Fi y los datos de sus celulares y hasta estableciendo acuerdos con familiares y vecinos para mantenerse conectados. La necesidad de estar conectados todo el tiempo los llevó a tener una nueva conciencia sobre la calidad del servicio de Internet que le ofrecen las prestadoras –que muestran diferencias importantes de acuerdo con la ciudad o el pueblo donde viven– y de informarse al respecto.

### **1.1. Dispositivos para conectarse a Internet**

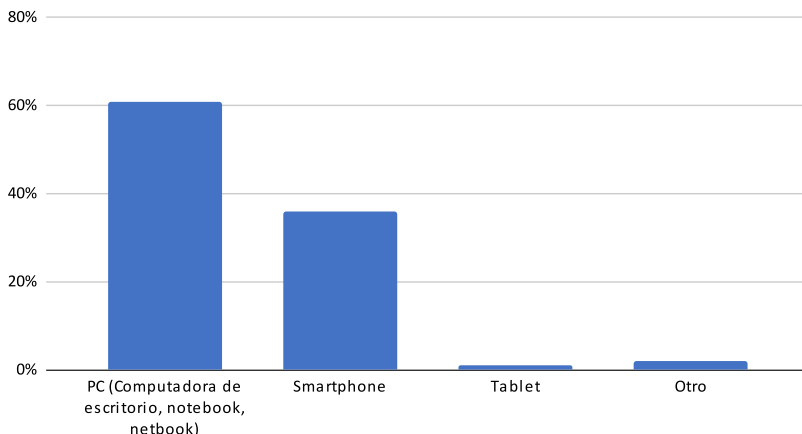
Para comenzar, la distribución entre dispositivos con los que se conectan a Internet las y los jóvenes indica que las computadoras y los teléfonos inteligentes son los elegidos –o al menos los que disponen–, por encima de cualquier otro, como es el caso de las tablets, que casi no alcanzan representatividad en la muestra consultada. Por computadora, se conecta a Internet el 61% de las y los estudiantes y por smartphone, el 36% (Gráfico 13).

Si analizamos este dato por universidad, se advierte que, quienes más se conectan por computadora son de la Universidad Austral (71%), Universidad Nacional de Rosario (69%), Universidad Nacional de La Plata (65%), Universidad Nacional de La Pampa (65%) y Universidad Blas Pascal (65%).

Aunque el uso de computadora es mayoritario en todas las universidades, es significativa también la utilización del celular inteligente para conectarse a Internet: Universidad del Centro (47%), Universidad Nacional de Jujuy (42%), Universidad Nacional del Comahue (42%), Universidad Nacional del Litoral (42%) Universidad Nacional de Lomas de Zamora (42%) y Universidad del Salvador (41%).

### Gráfico 13

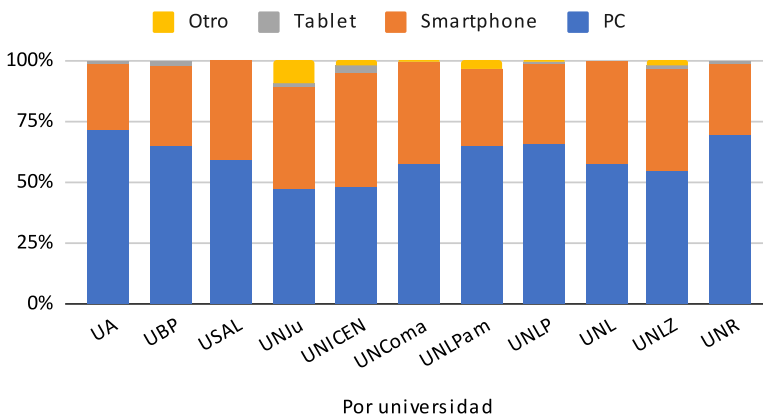
Dispositivo con el que más se conecta



Visto en detalle, el uso de tablet es mínimo en todas las universidades, excepto en la Universidad Nacional del Centro, que muestra un porcentaje apenas mayor que el resto: 3%. En esta misma línea de detalle, se observa que en la Universidad Nacional de Jujuy, un porcentaje relativamente significativo se conecta con otros dispositivos (9%).

### Gráfico 14

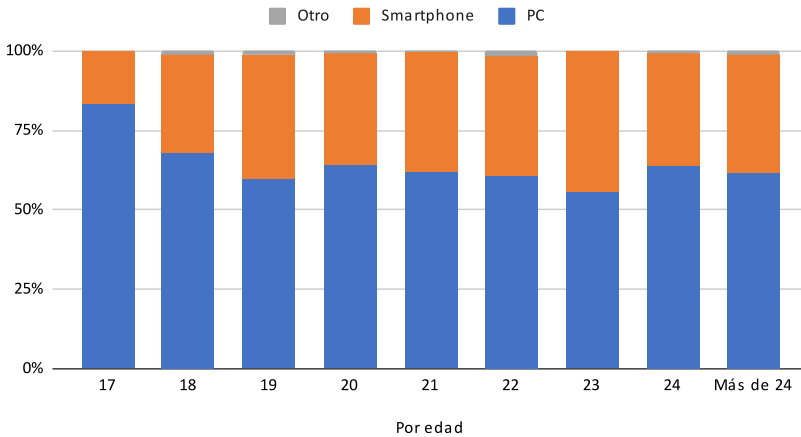
Dispositivo con el que se conecta más a Internet



Analizados los resultados de la encuesta por edad, el uso de computadora para conectarse a Internet es mayoritario en todas las franjas, pero es de destacar que las y los jóvenes de 19 y 23 años son quienes más utilizan el celular en relación con los otros grupos de la muestra: 40% y 43%, respectivamente.

**Gráfico 15**

Dispositivo en el que más se conecta a Internet (por edad)



## 1.2. Saber o no saber: cómo es la conectividad en el lugar donde vivo

Un factor clave para comprender cómo las y los estudiantes de comunicación se conectan a Internet tiene que ver con el servicio de conectividad al que acceden. El contexto de la pandemia, y en particular el período de aislamiento obligatorio durante el cual fue realizada la etapa cualitativa del trabajo de campo de esta investigación, fueron señalados como tiempos críticos con relación a la conectividad. En este punto, las y los estudiantes que participaron de las entrevistas se refirieron a circunstancias y momentos en los que algo se debió cambiar: incorporar el servicio de Internet, mejorar el plan e incluso contratar más de una prestadora, para tomar recaudos ante las fallas en el servicio de conexión a la red.

Se evidenció que los servicios de conectividad comenzaron a ser insuficientes por la alta demanda, o quizás porque se comenzó a prestar más atención a la calidad de esa conexión. Naturalizada la infraestructura tecnológica en el entorno digital, tal vez no se reparaba en estas condiciones hasta que, en un momento crítico, aumentó la dependencia de la conectividad para trabajar, estudiar, entretenerse y mantener la comunicación:

La verdad es que... antes, claro... yo no trabajaba desde mi casa. Entonces vivía los cortes de Internet o el Internet lento como algo no tan importante porque sinceramente lo usaba, pero no para cosas que necesitaba sí o sí tener una conexión perfecta. Y cuando empecé a trabajar desde mi casa, y a cursar incluso desde mi casa, no podía estar a cada rato cerrando porque se me cortaba, porque era totalmente inviable y bueno, cambiamos de compañía y ahora la conectividad es buena...por lo menos, toco madera, hasta ahora todo bien (Morena, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

La conectividad en casa es bastante buena. Diría que el Wi-Fi lo subimos a uno mejor y desde entonces tengo bastante buena conexión (Nahiara, 24 años, 2do año de Comunicación, UNC).

La conectividad en mi casa era de buena calidad hasta la pandemia. Ahora renegamos un montón porque estamos todos, todo el tiempo, conectados. Son tres computadoras y cinco celulares conectados a Internet todo el tiempo. A veces no me funciona el Wi-Fi y tengo que usar los datos del celular que me funcionan mejor que el Wi-Fi. En la pandemia tuvimos que contratar más megas pero así y todo renegamos un montón (Azul, 20 años, Comunicación Audiovisual, UBP).

Por otra parte, la consulta respecto de la valoración del servicio de conectividad durante la fase cuantitativa de la investigación mostró que el 45% de las y los jóvenes consideró que el servicio de Internet es bueno. Luego, para el 31% es regular y un 8% de la muestra dice que es mala o muy mala, pero el porcentaje que cree que es muy buena casi lo duplica: 15%.

### Gráfico 16

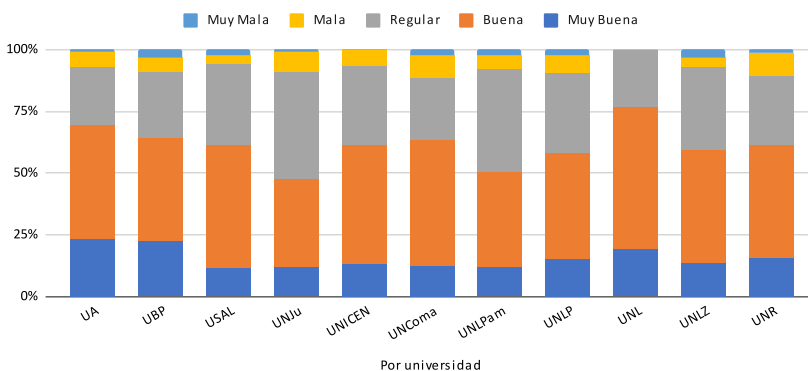
Cómo califica la calidad de Internet que utiliza habitualmente



Resulta interesante analizar estos datos de acuerdo con las universidades en las que cursan las y los jóvenes que respondieron la encuesta, ya que configuran ciertas relaciones con la distribución geográfica.

### Gráfico 17

Cómo califica la calidad de Internet que utiliza habitualmente (por universidad)



En este sentido, entre un 40% y 50% de la muestra señala una valoración buena del servicio de Internet (por sobre las otras opciones), con la excepción de las universidades de Jujuy y La Pampa, en las cuales predomina la valoración regular, en un 42% en cada caso. Las y los estudiantes de las universidades Austral y Blas Pascal se encuentran entre quienes manifiestan un mayor porcentaje de valoración muy buena de su servicio de Internet: 23 %. De la misma manera, las universidades cuyos estudiantes consideran que disponen de una Internet mala y muy mala son las de Comahue (12%) y Rosario (11%). Vale destacar que en la Universidad Nacional del Litoral no se cuentan estudiantes que desaprobaban el servicio de Internet del cual disponen.

Más allá de estas valoraciones que nos permiten tener un panorama aproximado sobre la calidad del servicio de Internet que poseen las y los estudiantes, en la fase cualitativa de la investigación interesó indagar sobre otras percepciones y valoraciones de este servicio. Aquí llamaron la atención ciertas representaciones de la red como un ente con vida propia, alguien más con quien lidiar: “hace lo que quiere, va y viene, se corta, se cae, se va, colapsa, se satura, se traba, es débil, es fuerte”, son algunas de las expresiones recurrentes en las entrevistas. De este modo, parte importante de las personas entrevistadas le otorga atributos personales al servicio de conectividad:

A veces funciona y a veces no, hace lo que quiere sinceramente. Y tenemos fibra óptica (Camila, 20 años. 2do año de Comunicación, UA).

A veces va y viene, como que no es constante todo el tiempo, no (Ana, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

Acá en Macachín es bastante floja, no es muy buena, tiene sus días y se colapsa bastante (Valentina, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Con *la conexión* pasan cosas. Pero como le pasa a cualquier persona (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

En otros casos, es un tema de suerte:

Generalmente (la conectividad es) buena; el problema acá es cuando hay mucha tormenta que suele cortarse la luz, por lo tanto también Internet. Pero tuve suerte todo este año: de todo el tiempo que estuve cursando así, virtualmente, se habrá cortado dos veces, como mucho tres (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Francisco se mostró disconforme pero a la vez con aceptación frente a la calidad de la conectividad disponible:

En general, o sea, uno por ahí se queja del servicio, pero si comparás con otras personas que capaz directamente no tienen conectividad en general anda bien, por ahí hubo algunos problemas durante la cuarentena de uno o dos días que directamente estaba cortado, no andaba (Francisco, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Para tener una mejor idea de las expresiones dejadas por los entrevistados, en la siguiente nube de palabras se logran visibilizar algunas de las respuestas más recurrentes –como “va y viene”, “hace lo que quiere”, “se cae”, “se corta”, “se va”– que llaman la atención porque adjetivan al servicio de conectividad con atributos personales y como si tuviera voluntad propia.

Gráfico 18



Otro de los aspectos indagados en esta investigación es el grado de conocimiento de las y los estudiantes sobre las condiciones técnicas de la infraestructura de conectividad y el tipo de servicio contratado. Algunas de las respuestas dieron cuenta del conocimiento sobre las características del servicio, como por ejemplo, los detalles sobre la calidad por la que pagaban, actitud de monitoreo, control y reclamo permanente en función de los inconvenientes técnicos con relación a la prestación recibida:

De descarga, creo que tengo 200 megas y la conexión es bastante buena. Lo único que no es tan buena es la carga, la carga es bastante baja: 10 megas, o un poco menos (Santiago, 24 años. 4to año de Periodismo, USAL).

Tengo Wi-Fi por fibra óptica, y la calidad son más o menos 70 megas de velocidad; son 100 en teoría pero la práctica suele ser menos (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

De bajada, casi siempre que la mido, tengo la que pago, que son 50 megas; y como vivo solo está bien. Y de subida tengo 5 megas, que me suele quedar corta en algunas cosas, pero en general está bien (Valentino, 20 años, 3er año de Comunicación, UBP).

Tenemos 50 megas en toda la casa. Arriba tenemos un modem de Wi-Fi y abajo un extensor, ya que es muy grande la casa y no llega a todos los ámbitos y como somos muchas trabajando todo el tiempo con la computadora y con Internet estamos con dos módems (Guillermina, 21 años, Comunicación Audiovisual, UBP).

En otros casos, las y los estudiantes manifestaron dudas sobre el tipo de servicio que tenían en sus hogares:

Tengo banda ancha. Creo (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

En realidad no entiendo porque por ahí antes tenía 2 megas y ahora te ofrecen 50 y no entiendo bien de qué va eso, pero es

bastante estable (mi conectividad) (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Fibra óptica, te debo los megas. Eh... (piensa y admite): No. Te debo los megas (Agustín, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Tenemos Wi-Fi, usamos la cooperativa y anda bastante bien. Tenemos creo que 5 megas o 5 gigas, no recuerdo bien. Me había fijado la semana pasada pero me olvidé (Milagros, 26 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

No tengo idea la cantidad de megas o gigas, no sé bien cómo se mide eso. ¿6 gigas? (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

En este punto, resulta interesante comprobar que el reconocimiento que muchas y muchos jóvenes evidencian del entorno digital, en cuanto a la infraestructura que lo sostiene, no abunda en detalles técnicos. Los datos respecto de la calidad de la prestación del servicio se encuentran invisibilizados en los discursos de la mayoría de las y los estudiantes, independientemente de su edad, género, ubicación geográfica o universidad a la que pertenecen. Es más, en muchos casos la atención sobre la conectividad se activó recién en un contexto crítico como la pandemia, en la que se incrementó la demanda de Internet para resolver situaciones cotidianas en todos los hogares y, en muchos lugares y momentos, el servicio resultó insuficiente.

### **1.3. Prestadoras de servicio en el pueblo y la ciudad**

La información proporcionada en las entrevistas sobre las prestadoras del servicio<sup>6</sup> constituyó otro aspecto de gran riqueza para

---

6 Entre las empresas y organizaciones mencionadas como prestadoras de servicio se señalaron: Fibertel, HCNET, Movistar Fibra, Fulla, Telecentro, Fibronet, Vizion Group, Cooperativa Popular de Electricidad de Santa Rosa, Reddifusora, Cablenet de Gálvez, Telecable Rincón, Videotel de Palpalá, Canal 2 Fiberway, Astesano, Vallenet, Arnet, 37 Sur, Claro, Calf y Universo.

esta investigación con amplitud territorial y federal, dado que puso en evidencia las desigualdades en relación con el acceso a Internet, así como también el desconocimiento sobre las empresas prestadoras:

Empresas que ofrecen Wi-Fi, creo que acá hay dos. La verdad es que los nombres no me los acuerdo muy bien y no funcionan bien (Ailén, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

No sé qué prestador es. Sé que no es Fibertel, es todo lo que sé. Tampoco creo que sea Telecom (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

En el contexto de pandemia, las valoraciones que brindaron las y los estudiantes dieron cuenta de un servicio con muchas carencias, tanto por parte de las empresas más reconocidas a nivel nacional, como de las más pequeñas y locales. La situación se complejiza cuando la cantidad de prestadores disponibles no brinda posibilidades de opción:

En La Plata (tengo) Fibertel y acá en 9 de Julio, la cooperativa eléctrica de 9 de julio que es un poco un monopolio que se encarga del gas, de la luz, de Internet, de todo... También hay Fibertel, pero bueno, es la lucha entre el monopolio local y el monopolio nacional, y elegimos la cooperativa (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

No es el gran servicio, es un servicio local de Regina, se llama *Más internet*. Acá hay más prestadoras locales que por ahí prestadoras de a nivel nacional digamos. Por ejemplo, Fibertel no está (Dani, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

En San Cristóbal (pcia. de Santa Fe), uso el servicio de la empresa local porque si ponen Fibertel y se rompe, hay que esperar que vengan técnicos de afuera a arreglarlo (Valentina, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Yo vivo en Roldán, no tiene la mejor conectividad para trabajar desde casa o para un estudiante. Digamos que del 1 al 10 es un

6 o 5, dependiendo el día. No hay muchas opciones de Internet acá, porque opera una sola empresa". (Pablo, 28 años, 1er año de Comunicación, UNR).

Otros estudiantes mencionan contrastes entre el pueblo y la ciudad:

Puedo diferenciar (los servicios) en dos porque yo, los fines de semana o por ejemplo este año tan particular durante la pandemia, estuve en la ciudad de Gálvez donde nací. Ahí a pesar de que tenga Internet no es la misma conexión que la que tengo en Santa Fe. Aquí (en Santa Fe) es muy fluida. Por ejemplo tengo 100 megas y allá en Gálvez lo ponemos en 10 megas. Es una diferencia muy grande (Juan, 27 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

La conectividad en el pueblo es terrible. Tenés que reiniciarlo todo el tiempo. Hay un solo servicio y colapsa. Más en este momento que estamos muchos estudiando y nos volvimos, es un pueblo de dos mil, tres mil habitantes. Caen dos rayos y no tenemos Internet. La empresa prestadora es la cooperativa eléctrica. Sale muchísimo más caro que Fibertel (Guillermina, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

Es interesante ver que, además de que algunas y algunos estudiantes durante la pandemia regresaron a vivir con sus familias en sus localidades de origen, también se cuentan casos de estudiantes que se mudaron del pueblo a la ciudad para tener mejor conectividad y seguir estudiando:

En Santa Fe (tengo) Wi-Fi, tengo una conectividad excelente; y acá en San Cristóbal se me dificulta mucho; es por eso que tres meses atrás tomé la decisión de irme allá a cursar porque es muy malo el Wi-Fi acá, muy, muy malo y es el que la mayoría tiene en toda la ciudad. Por ejemplo, ahora estoy (en San Cristóbal) usando los datos porque, nada, me irrita totalmente no poder comunicarme con fluidez (Valentina, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Otro aspecto que destacan las y los estudiantes que participaron de las entrevistas es el alto costo del servicio de Internet:

Elegimos la cooperativa, más allá de la calidad del servicio, es de lo más barato (Facundo, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

La conectividad, gracias a Dios y el esfuerzo de mi mamá, es de Internet ilimitado. Creo que es un pack que estaban ofreciendo no sé a cuánto y que estaba barato, igual por eso pudimos pasar a ese servicio (Julio, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

La verdad que gracias a Dios y al trabajo de mis padres, no tengo problemas. Soy por ahí privilegiado de tener conectividad a Internet porque tengo muchos casos de amigos, de compañeros, que no lo tienen. Parece tan sencillo, pero hay chicos que no lo tienen. Y es buena (mi conectividad), la verdad que –¡bah!– una sola vez me quedé sin Internet en medio de una clase y tuve que salir porque ya fue... Porque, por ejemplo, me pierdo dos segundos y... ya mi cabeza se va a otro lado y pierdo el hilo de la clase, digamos. Entonces, salí y la vi grabada después (David, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En síntesis, se evidencia, por un lado, la amplia disponibilidad de prestadoras, variedad y grandes empresas en los centros urbanos; y por otro, la realidad de las pequeñas empresas y los esfuerzos de las cooperativas en las localidades más chicas. No obstante, en algunos lugares donde llegan los servicios de las grandes empresas, se prefieren los servicios locales por el acceso a la asistencia técnica. También suele aparecer el desconocimiento respecto de las prestadoras. Para algunas y algunos estudiantes, el servicio de conectividad es responsabilidad de otros miembros de la familia, y simplemente toman el servicio que está disponible.

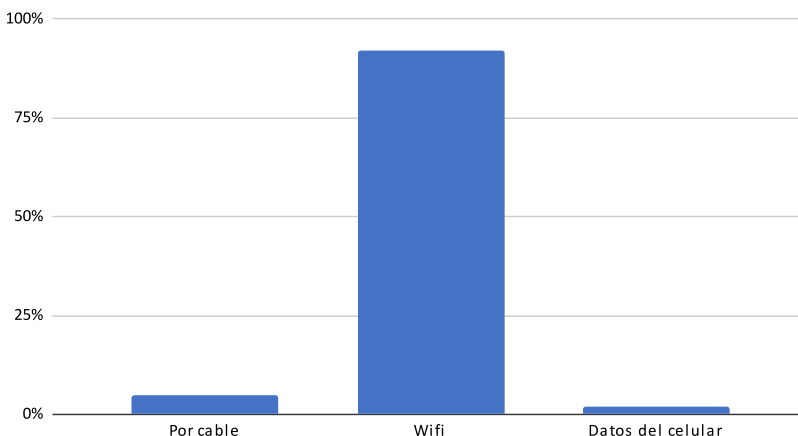
#### **1.4. ¿Wi-Fi o datos?**

En la etapa cualitativa de la investigación, ante la pregunta sobre el modo de acceso a Internet, la primera cuestión mencionada

por las y los jóvenes es el Wi-Fi. Solo de manera complementaria, refirieron al acceso por datos móviles. Esta situación se corroboró en la fase cuantitativa, ya que la respuesta rotunda por el tipo de conexión elegida fue Wi-Fi (92%), y muy por debajo la conexión por cable (5%) y por datos del celular (2%).

**Gráfico 19**

Conexión utilizada con mayor frecuencia



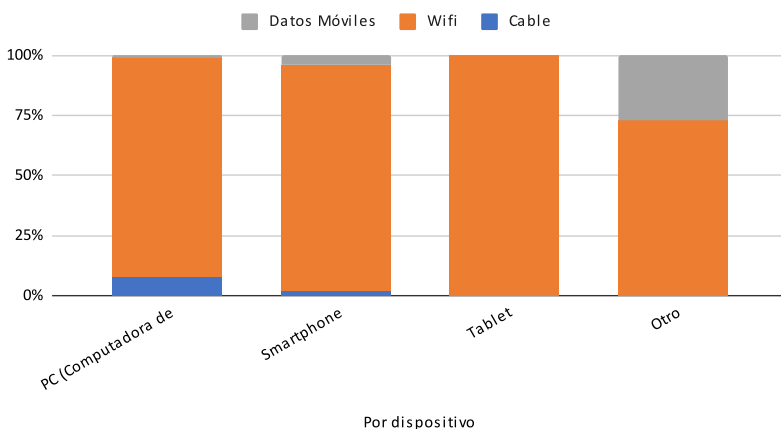
Si a este dato lo observamos en relación con el dispositivo que utilizan para conectarse a Internet, se advierte que en el caso de uso de la PC, la conexión por Wi-Fi desciende algunos puntos en proporción directa con el aumento de conexión por cable (92% usa Wi-Fi y 8% por cable). Cuando se conectan a Internet a través de celular, también prefieren Wi-Fi (94%), aunque existe un 4% por ciento de la muestra que, con mayor frecuencia, a través de este dispositivo, usa datos. Finalmente, la tablet es utilizada exclusivamente con conexión Wi-Fi (Gráfico 20).

En todas universidades involucradas en la investigación, la cantidad de estudiantes que con mayor frecuencia se conecta a Internet por Wi-Fi supera al 90%, con excepción de UNJu (81%) y UNiCEN (85%) las cuales, sin embargo, mantienen una alta

frecuencia de este tipo de conexión. En esas dos universidades, se encuentra el índice más alto de conexión por cable (7% y 10%, respectivamente) y por datos móviles (11% y 5%). Vale destacar que al menos entre un 2% y 6% de las y los estudiantes de todas las universidades manifiestan alta frecuencia de uso del servicio por cable, y que las y los estudiantes de la Universidad Austral, Universidad Blas Pascal, Universidad Nacional del Litoral y Universidad Nacional de Rosario prácticamente dicen no utilizar datos móviles para conectarse a Internet (Gráfico 21).

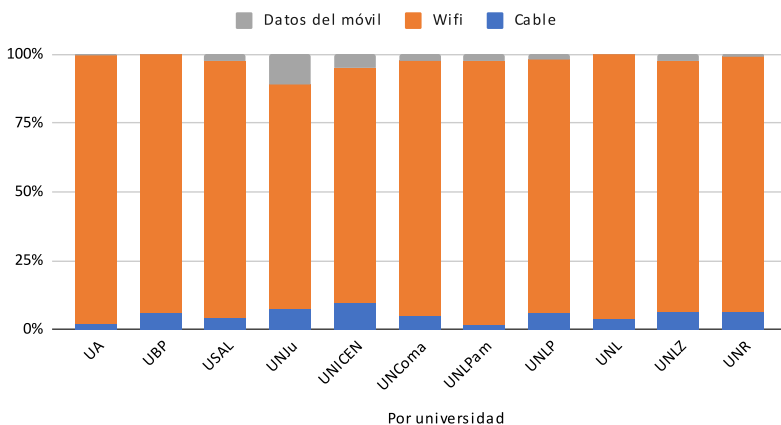
**Gráfico 20**

Tipo de conexión (por dispositivo)



**Gráfico 21**

Tipo de conexión más utilizada (por universidad)



En muchos casos, las y los estudiantes explicaron que, dado que pasan la mayor parte del tiempo en sus hogares, se conectan con mayor frecuencia por Wi-Fi. En algunos casos, como el de Rebeca, incluso dejaron de abonar el servicio de datos:

Siempre (me conecto) por Wi-Fi. La verdad es que tenía datos hace un tiempo, pero como estoy casi siempre en mi casa, era un gasto innecesario. Entonces me di de baja del abono mensual, y estoy con Wi-Fi. Eventualmente le cargo datos con la tarjeta, pero no: siempre me conecto por Wi-Fi (Rebeca, 28 años, UNLZ).

El uso de datos como alternativa al Wi-Fi aparece relacionado con la calidad del servicio: cuando no funciona el Wi-Fi, activan la conexión por datos:

Por Wi-Fi, ahora es casi todo por Wi-Fi. Pero también cuando estaba con la cursada había momentos en que tenía que alternar y cambiar a los datos móviles porque se me trababa y no podía seguir con la cursada o no escuchaba al profesor ni a mis compañeros (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

A veces prefiero usar los datos. Si en el lugar el Wi-Fi funciona bien, uso el Wi-Fi, y si no datos, que la verdad que me salvan muchas veces (Ailén, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

Pero en otros casos, la opción Wi-Fi también apareció condicionada por los costos de los datos:

Depende de si anda el Internet, si es que hay servicio de Internet, pero generalmente prefiero hacerlo por Wi-Fi porque con datos móviles me sale carísimo. Ponele, para un plan de datos necesitás unos 20 dólares que se consumen así (gesto de muy rápido). O cuando se me fue el Internet desde casa, agarré de mis ahorros y dije *bueno voy a poner 25 dólares de crédito para poder tener y cursar bien*, pero de repente tuve una clase, vi un par de videos, hice un par de cosas y chau, se acabó todo. Entonces prefiero hacerlo por Wi-Fi (Rommel, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLP).

Uso Wi-Fi todo lo que se pueda, porque en algún momento seguro no funciona y es importante haber guardado crédito para datos. Intento siempre Wi-Fi porque después cuando en serio lo necesito y se me va, ahí no me queda otra que usar los datos (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

El uso de datos apareció también como una opción cuando no se tiene acceso a Wi-Fi, por no encontrarse en zona de cobertura o por la falta de señal en algunos lugares de la casa. Por ejemplo:

Para todo lo que es ámbito universitario uso Wi-Fi porque estoy dentro de mi casa. Pero cuando me voy de mi casa uso datos (Gerónimo, 19 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Depende de en qué parte de la casa esté porque pasa que no hay Wi-Fi igual en toda la casa. Si estoy en la cocina estoy con 3G pero en mi cuarto estoy con Wi-Fi (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

La alternancia entre Wi-Fi y datos se relaciona a su vez con el tipo de acción o tarea requerida y la velocidad de la conexión necesaria para ello:

Cuando estoy en casa uso el Wi-Fi excepto cuando tengo que descargar algún archivo. Ahí prendo los datos para que vaya más rápido (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

En el caso de algunas y algunos estudiantes, en tanto, se aprecia un uso continuo entre Wi-Fi y datos:

Siempre tengo el Wi-Fi activado y se me conecta automáticamente con cualquier red de Wi-Fi que aparezca. Pero al mismo tiempo tengo los datos. Entonces es como un uso en conjunto, supongo (Lila, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

En otros casos, ni siquiera prestan atención a cuál es el modo de conectividad que están usando:

Me conecto con Wi-Fi siempre que me doy cuenta (María José, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Finalmente, en otros casos se mencionó el hábito de “apagar los datos”, vinculado también con el contexto de la pandemia y estar más tiempo en la casa:

Sí, apago los datos. Antes creo que era como en general la gente no apagaba los datos porque siempre por una cosa por otra tenías que salir y te quedabas incomunicado; ahora que estamos más adentro aprovechamos más lo que es el Wi-Fi (Clara, 20 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

### **1.5. La imaginación al poder: estrategias de acceso a Internet**

El enfoque cualitativo inicial de la investigación permitió analizar las estrategias de acceso a Internet, dadas las dificultades con la conectividad en ciertas horas del día o en determinados espacios del hogar durante el aislamiento social. En las entrevistas, las y los jóvenes aludieron a estrategias relacionadas con la circulación por diferentes dispositivos y por espacios y usos alternativos para acceder a la descarga de mayor cantidad de materiales; incluso la organización de rutinas y turnos para ir a reiniciar el módem cada vez que la conectividad se volvía inestable.

Entre las estrategias más llamativas, aparecieron casos de servicio de Internet compartidos con vecinos, alianzas que resultaron tanto previas a la pandemia como alternativa de emergencia en los meses de cuarentena más estricta:

Vivo sola, pero comparto Internet con dos vecinos más y eso en un contexto normal me ha traído problemas alguna que otra vez, por el tema de la señal porque se me cortaba. Encima el módem no está en mi casa (Guada, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Tengo el pack de 100 megas, full oro. Como vivimos en una zona con mucha demanda, compartimos el Wi-Fi con la chica de abajo, así que dentro de todo es buena (Juan, 26 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

Comparto Wi-Fi con mi vecina porque en la cuarentena se me rompió el módem, se me quemó, entonces recurrí a la vecina porque imagínate con el cursado virtual. Yo estaba acá, sola. Todos los contactos eran virtuales y entre las videollamadas con mis amigos, familia y la cursada no había datos que resistan (Lara, 18 años, 1er año de Comunicación Social, UNR).

En algunos casos, la virtualización obligada de la educación durante la pandemia planteó la necesidad de una conexión a Internet para cada integrante de una misma familia y una esmerada coordinación por parte de cada miembro:

Pasa que mi hermano va a una escuela técnica y le consume muchísimo más Internet y no puede tener interrupción ni nada, entonces hay un Internet para cada uno: Claro y Canal 4 (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Si uno en casa está haciendo algo con Internet, al otro le empieza a funcionar mal. Les tengo que pedir a mis papás que no usen Netflix o que no se pongan a descargar ningún archivo, para que yo pueda ver bien nítida mi pantalla. Sobre todo se nota mucho con el tema de descargar documentos, en la materia de “Diseño e imágenes” nos pasan muchos documentos pesados y yo estoy media hora tratando de bajarlos. Es todo un tema (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

En mi cuarto, no llega tanto la señal, y para pasar las clases yo tenía que irme al comedor, donde había mejor señal; para que no se me trabe también cuando hablara (Jemina, 20 años, 2do año de Comunicación, UNJu).

Además de coordinar horarios de conexión con integrantes de la familia y la ocupación de determinados espacios de la casa,

en algunos casos se requirió la incorporación de dispositivos para extender el alcance del Wi-Fi dentro del hogar:

Tuve que poner un extensor de red, porque era muy leve el Wi-Fi en el piso de arriba, me conectaba arriba, pero tenía que usar datos móviles porque subía y no había más red (Melanie, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLZ).

En algunas familias, también se asignaron nuevas tareas para garantizar la conectividad del grupo conviviente:

Acá, tenemos Internet, pero somos cuatro, bueno en realidad somos tres hermanas. Estamos viviendo en este momento en mi casa, porque usualmente somos dos y a veces cuando tenemos clases simultáneas las tres, se cae Internet, y es una carrera a ir y reiniciar el módem (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En otros casos, para poder cumplir con las tareas de estudio se debieron ensayar circuitos alternativos:

En general el Wi-Fi me anda perfecto, pero hoy me anduvo mal y vine a la oficina de mi mamá (María José, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Por la situación que estamos pasando, la crisis, a veces no tengo Internet por una semana. Entonces aprovecho cuando voy al trabajo, desde una oficina descargo los vídeos de las clases, los textos, los leo y envío las cosas. En el trabajo, porque si no en casa no puedo (Rommel, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLP).

En síntesis, si bien la mayoría de las y los estudiantes se conectó a Internet con más frecuencia por Wi-Fi y a través de la computadora, el análisis cualitativo puso de manifiesto las circunstancias que motivaron o condicionaron los modos y dispositivos de conectividad: se pusieron en juego las prestaciones del servicio, los costos, los momentos de mayor y menor tráfico en Internet, los

espacios de la casa o el trabajo. Además, las y los jóvenes revelaron sus estrategias para garantizarse el acceso a Internet: mencionaron el acceso a promociones y descuentos, la organización familiar respecto de asignación de espacios, tiempos y tareas, diseño de circuitos alternativos, articulación con el vecindario para compartir la señal y adquisición de dispositivos tecnológicos para darle más potencia.

## **2. El smartphone nuestro de cada día**

Como se indica en el apartado anterior, dedicado al acceso a Internet, si bien la mayoría de las y los jóvenes señalaron que se conectan a Internet por la computadora, resulta significativo que casi un 40% de la muestra principalmente utilice el celular como dispositivo de acceso.

Entonces, para describir y comprender cómo las y los estudiantes integran los smartphones a sus prácticas cotidianas, en este apartado se explora qué tipos de dispositivos y sistemas operativos priman entre las y los estudiantes de acuerdo con su edad, año de cursada y universidad a la que pertenecen, así como las representaciones de uso de estos dispositivos que expresa este grupo de jóvenes. También se busca reconocer percepciones relacionadas con el conocimiento del dispositivo, tanto en sus prestaciones como en su aspecto técnico; motivaciones en torno de la adquisición o el recambio y la actualización de equipos frente a condicionantes provenientes de la carrera, el trabajo o situaciones especiales como la pandemia.

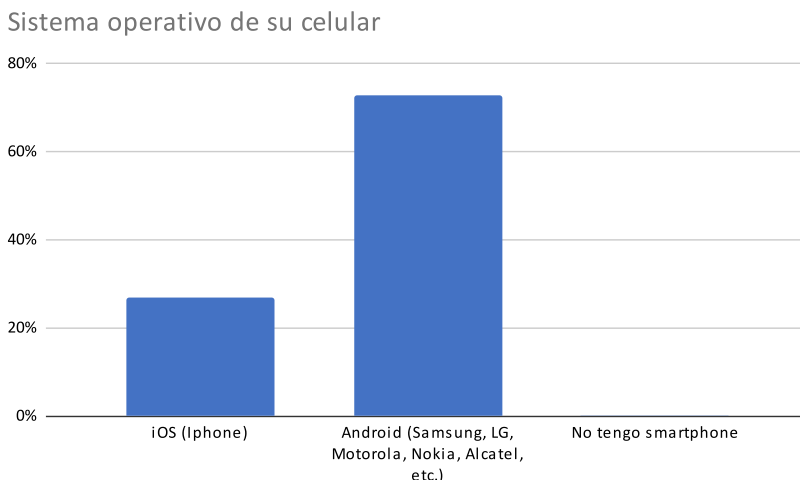
### **2.1. Android vs iOS**

Respecto del sistema operativo con que funcionan los smartphones de las y los estudiantes, en términos generales aparece una proporción de 70/30, con supremacía de Android sobre iOS (iPhone) (Gráfico 22).

A partir de los datos desagregados por cada universidad es posible reconocer que las y los estudiantes de las universidades privadas disponen en su mayoría de smartphones con iOS, y que

entre las y los estudiantes de las universidades públicas predomina el uso de dispositivos *Android*. Tanto es así que en la Universidad Austral (la cual reviste de un mayor porcentaje de posesión de *iOS*) la proporción general (70% *Android* / 30% *iOS*) antes mencionada se invierte y se incrementa aún más en favor de *iOS*: 79% posee *iPhone* y 21% utiliza celulares con sistema operativo *Android*. En el mismo sentido, le sigue la Universidad del Salvador con una prevalencia de *iPhone* (66%) sobre *Android* (34%), mientras que en tercer lugar se ubica la Universidad Blas Pascal con un 59% de predominio de uso de *iPhone* sobre un 41% que utiliza equipos con *Android*.

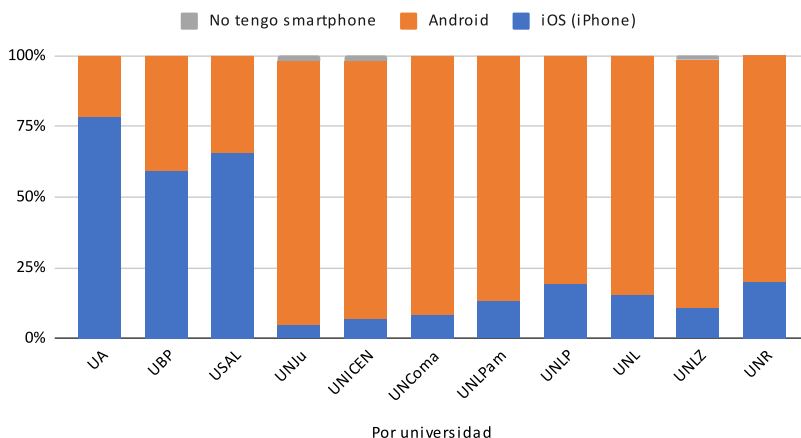
**Gráfico 22**



Si solo se consideran las universidades públicas, el porcentaje que dispone de equipos *iPhone* en cualquiera de ellas es menor a 20 puntos porcentuales, en una franja que va desde el 20% en la Universidad Nacional de Rosario y en la Universidad Nacional de La Plata hasta 5% en Universidad Nacional de Jujuy y 7% en la Universidad Nacional del Centro. En estas dos últimas universidades así como en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora se encuentran, aunque en un porcentaje mínimo, estudiantes que no poseen smartphone (1% en UNLZ; 2% en UNiCEN y UNJu).

## Gráfico 23

Sistema operativo de su celular (por universidad)



Si consideramos la edad, existe un mayor predominio de uso de *iPhone* en los más jóvenes, aunque en ningún caso supera la mitad del grupo etario. Es decir, en el grupo de 18 años, el 46% tiene *iPhone* y el 52% tiene celulares de diferentes marcas con sistema operativo *Android*. Similar relación se da si observamos el año de cursado: el 30% del grupo de primer año es usuario de *iOS* (frente a un 70% que utiliza *Android*) (Gráfico 24).

Por otra parte, considerando los últimos años de cursada y los grupos de mayor edad, se corrobora una importante prevalencia de *Android* sobre *iPhone*: más del 80%; alcanzando el pico más alto de *Android* en el grupo de 24 años y más, y en quienes cursan el 5º año de la carrera y/ o se encuentran en instancia de realización de trabajos finales/tesina (Gráfico 25).

En la etapa cualitativa de investigación, y al igual que con el tipo de conexión que antes mencionada, quedó evidenciado que algunas de las personas entrevistadas no tenían mucho conocimiento acerca de las características de sus equipos más allá del sistema operativo y, particularmente, con relación a sus características técnicas y prestaciones y hasta el modelo de su celular:

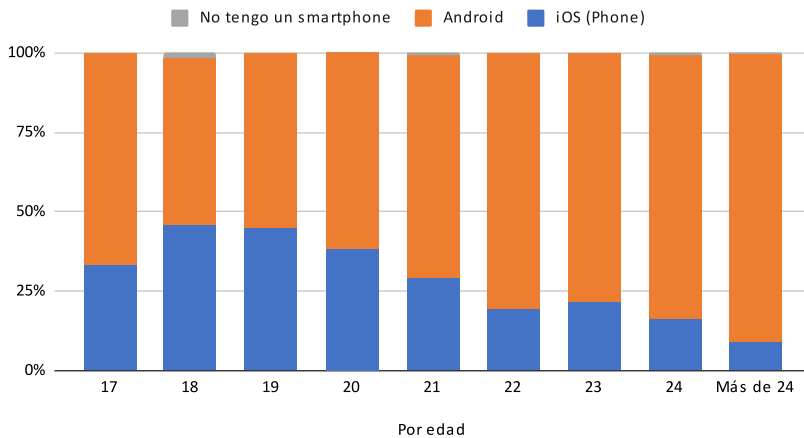
Creo que es Samsung A2 (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

El modelo no sé, y el sistema debe ser Android (Maximiliano, 33 años, 2do año de Comunicación, UNLP).

El sistema operativo es Android y creo que es Motorola 5, si no me equivoco (Melany, 23 años, 6to año de Comunicación, UNLP).

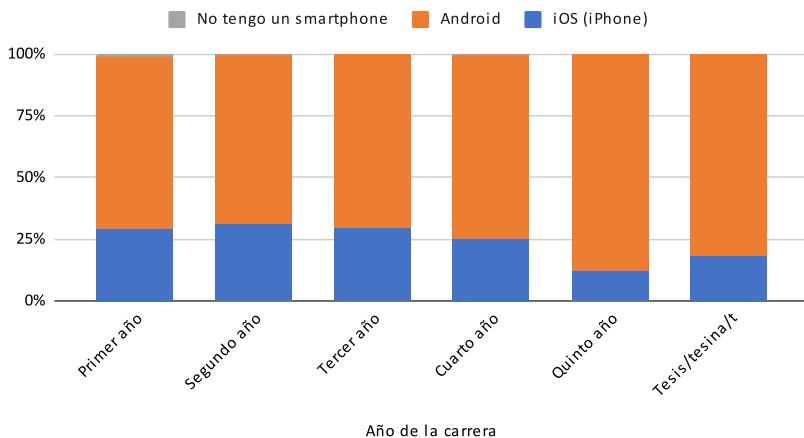
**Gráfico 24**

Sistema operativo de su celular (por edad)



**Gráfico 25**

Sistema operativo de su celular (por año de la carrera)



Por otra parte, Azul, que al momento de la entrevista estaba utilizando “un Samsung J5 Prime que era de su hermana”, define las prestaciones de su teléfono de acuerdo con las aplicaciones que admite:

Tiene como 3 años el teléfono así que sólo tiene lo básico, WhatsApp, Spotify y dejamos de contar. Tiene poca memoria (Azul, 20 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

En el mismo sentido, Morena contó que tiene un iPhone y lo definió por una de las prestaciones que fueron objeto de las estrategias de mercadotecnia de la empresa:

Creo que es el X Plus. Iphone X Plus. No es el más nuevo, el que tiene las tres camaritas. Ese no (Morena, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

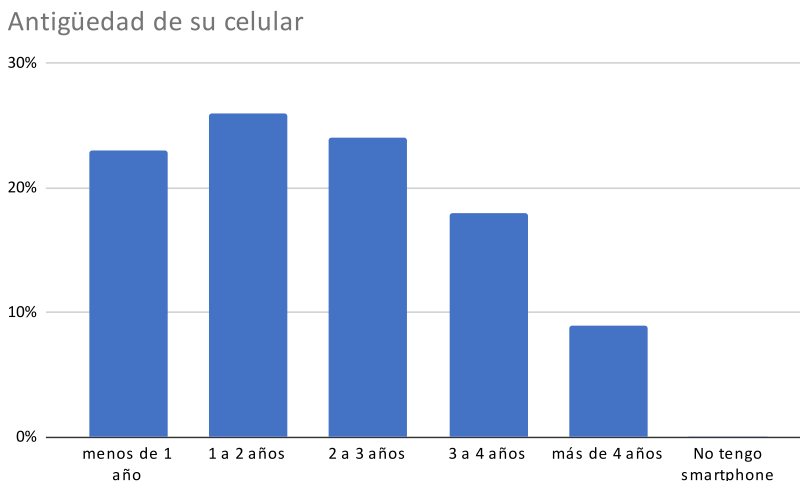
En síntesis, si bien la mayoría de las y los estudiantes reconoce la marca y el sistema operativo de su teléfono celular, no precisa conocimientos técnicos específicos más que algunas prestaciones destacadas. Se evidencia que aunque en la muestra general existe un predominio de Android frente a iOS, si solo se observan las universidades privadas, esa relación se invierte. Si bien la edad y el año de cursada no aparecen como definitorios de la elección del sistema operativo del celular y, considerando estas variables se mantiene la tendencia mayoritaria de Android, es destacable que se observa al inicio de la carrera y entre las y los estudiantes más jóvenes, un mayor uso de iPhone y, al final de la carrera y entre las y los estudiantes de más edad, un índice de uso de Android más marcado que en la media.

## **2.2. Funcionalidad mata edad**

El 73% de las y los estudiantes tiene un celular de menos de 3 años de antigüedad. Sin embargo, en este punto conviene detenerse a ponderar el dato a la luz de las condiciones contextuales, ya que la tercera parte de esos jóvenes ha adquirido o renovado el celular en el último año, de manera coincidente con el período de aislamiento y distanciamiento obligatorio decretado a raíz de la

pandemia de Covid-19. Únicamente el 9% de la muestra posee un teléfono celular de más de 4 años de antigüedad.

**Gráfico 26**



Si se considera la antigüedad del celular que poseen las y los jóvenes en relación con la universidad en la que cursan sus estudios, se observa que más del 25% ha adquirido nuevos celulares en el último año en las universidades nacionales de La Plata (28%), Comahue (28%), del Litoral (27%), del Centro (27%) y del Salvador (26%).

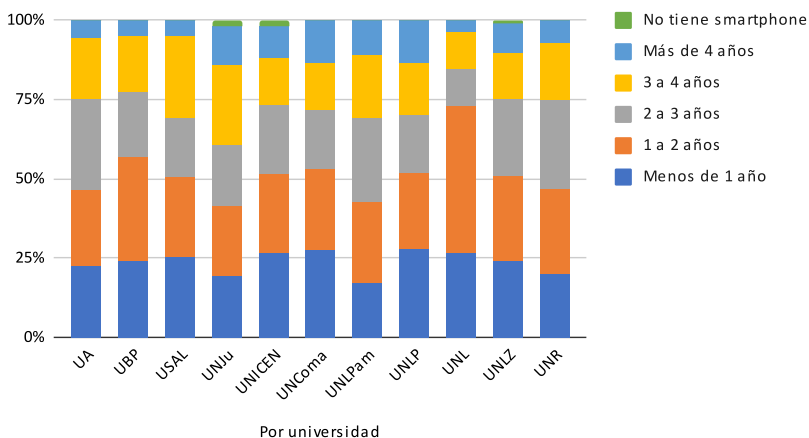
Por el contrario, los mayores porcentajes de estudiantes que poseen celulares de más de 4 años de antigüedad se registran en la Universidad de La Plata (14%), en la Universidad de Comahue (13%) y en la Universidad de Jujuy (12%). Un dato llamativo es que la Universidad Nacional de La Plata aloja a la vez los grupos de estudiantes con celulares más nuevos y más antiguos (Gráfico 27).

Los datos también muestran que la Universidad Nacional de Jujuy presenta el mayor porcentaje de estudiantes con celulares entre 3 y 4 años de antigüedad (25%). En las universidades de Rosario, La Pampa y Austral predomina el grupo de estudiantes

con celulares de entre 2 y 3 años: 28%, 27% y 29%, respectivamente. En otras tres universidades, predomina el grupo de estudiantes con celulares de entre 1 y 2 años: Blas Pascal (33%), Lomas de Zamora (24%) y Universidad Nacional del Litoral (46%). Como se puede observar, existe una distribución heterogénea de la antigüedad de los equipos, que no obedece a variables geográficas o a características de las universidades en particular.

**Gráfico 27**

Antigüedad de su celular (por universidad)



En la fase cualitativa, además del conocimiento o desconocimiento acerca del dispositivo y de la antigüedad de los equipos, las y los jóvenes expresaron con contundencia que lo que importa es “si anda bien o no” y “si es funcional a sus necesidades”. En algunos casos, manifestaron conformidad con el desempeño:

Mi LG, pese a tener sus años, cuatro años por lo menos, no es como el último celular, pero es muy funcional (Carolina, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Sin embargo, no todos se sentían conformes:

No me funciona bien pero zafo, me cumple un poco (Lautaro, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Se traba mucho cuando quiero usar el Zoom o el Jitsi (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Otra situación que se hizo notar en las entrevistas se relaciona con aquellas personas que por trabajo eligen tener más de un equipo:

Lo compré en diciembre y la agencia me compró un LG Spirit, que tiene 10 megas. Nos mandaban fotos (...) y videos y nos llenaban la capacidad prácticamente cada mediodía. Entonces yo lo que hice fue, cuando compré este teléfono, pasar el chip del otro -que es un LG K8. Le pasé el chip a este, que encima nos dieron un chip personal con 4G libre, entonces lo podemos llevar a todos lados (Federico, 28 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Yo para trabajar tenía que usar mi teléfono personal y como soy periodista, no podía estar dando mi teléfono personal porque te llaman todo el tiempo por cualquier motivo (...). Entonces me tuve que comprar otro teléfono para separar la vida personal y vida laboral (Melanie, 23 años, UNLZ).

Para terminar, también se detectó la existencia de una brecha relacionada con los equipos que se desean y los que se pueden adquirir. Fátima se expresó sobre las limitaciones impuestas por su celular:

Es que es un Motorola con Android con 16 Gb de memoria interna. Para el uso que le doy está al límite así que en cualquier momento lo voy a tener que cambiar, pero bueno también los celulares no están nada baratos (Fátima, 24 años, 5to año de Comunicación, UNiCEN).

En el caso de Solana contó parte de sus estrategias para renovar el equipo, y cómo supo hacerse los recursos necesarios para ello durante la pandemia:

Vendí barbijos y conseguí el dinero (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Por último, cabe mencionar las metáforas que utilizaron algunos estudiantes para referirse a la antigüedad y prestaciones de sus celulares, asemejando la vida útil de los equipos con el ciclo biológico de las especies, a través de expresiones tales como “está viejito” o “se está por morir”.

## **Conclusiones**

Esta investigación ha arrojado luz sobre la desigualdad en el tipo de acceso a Internet, la conocida brecha digital, que se ha puesto de manifiesto con mayor crudeza en el contexto de la pandemia. Sin embargo, una mirada atenta a ese lado de la brecha, al que está conectado, al que accede al servicio de Internet y dispone de los dispositivos para hacerlo, muestra ciertos resquicios –matices de las desigualdades– y cierta capacidad de agencia para generar estrategias y sortear obstáculos.

A continuación, resumimos los hallazgos de este capítulo:

- Las características de la infraestructura tecnológica se encuentran invisibilizadas en los discursos de la mayoría de las y los estudiantes, independientemente de su edad, género, ubicación geográfica o universidad a la que pertenecen. Pero en situación de crisis, aprecian el conocimiento preciso de los servicios.

- El 61% de las y los estudiantes se conecta a Internet por computadora, y el 36% por smartphone. Asimismo, el 92% de las y los jóvenes se conecta a Internet por Wi-Fi.

- En el contexto de pandemia, las valoraciones que brindaron las y los estudiantes dieron cuenta de un servicio con muchas carencias, tanto por parte de las empresas más reconocidas a nivel nacional como por las más pequeñas y locales. Sin embargo, el 45% de las y los jóvenes considera que el servicio de Internet del que dispone es bueno.

- Llamam la atención ciertas representaciones de la conectividad, como un ente con vida propia: “hace lo que quiere, va y viene, se corta, se cae, se va, colapsa, se satura, se traba, es débil, es fuerte”.

- Frente a los obstáculos que se presentan en cuanto al acceso a Internet en el hogar, las y los estudiantes desarrollan estrategias, como compartir la conexión, definir tiempos y espacios de uso, coordinar al interior del grupo, o reservar recursos para el funcionamiento óptimo en una instancia clave, como puede ser una clase.

- Si bien la mayoría de las y los estudiantes reconoce la marca y el sistema operativo de su teléfono celular, no precisa conocimientos técnicos específicos más que algunas prestaciones destacadas.

- El predominio de *Android* frente a *iOS* se manifiesta en una relación de 70% a 30%. Pero si solo se observan las universidades privadas, esa relación se invierte: 79% *iOS* frente a 21% *Android*.

- El 73% de las y los estudiantes tiene un celular de menos de 3 años de antigüedad; en tanto, un tercio de la muestra ha adquirido o renovado el celular en el último año, de manera coincidente con el periodo pandemia. El inicio de la carrera marca un momento clave para la compra o renovación del smartphone.

- Además del conocimiento o desconocimiento acerca del dispositivo, y de la antigüedad de los equipos, las y los jóvenes expresaron con contundencia que lo que importa del celular es “si anda bien o no” y si es funcional a sus necesidades.

## Capítulo 2

# EL AQUÍ Y AHORA DE INTERNET: TIEMPO Y LUGAR DE CONEXIÓN

**Paula Pedelaborde**  
**Soledad García**  
**Gustavo Silvestre Luengo**  
**Julio César Santarelli**  
Universidad Nacional de La Pampa

### **Introducción**

En este capítulo se analizará cuánto tiempo pasan conectados a Internet y, a través de qué dispositivos, las y los estudiantes de carreras de Comunicación Social y Periodismo de las universidades argentinas que forman parte de la investigación. Asimismo, se examinará cómo cambiaron estos hábitos en el contexto de la cuarentena social originada a raíz de la pandemia del COVID-19, ya sea en la cantidad de horas de conexión como en las actividades que se realizaron y el modo en que estas se vieron afectadas. En segundo lugar, se indagará sobre el espacio físico de conexión, que se refiere al lugar del hogar donde se conectan a Internet y, en este sentido, resulta importante saber si las y los estudiantes cuentan con una computadora propia o compartida con otros, puesto que influye, directamente, en sus hábitos de estudio y en el acceso a la información.

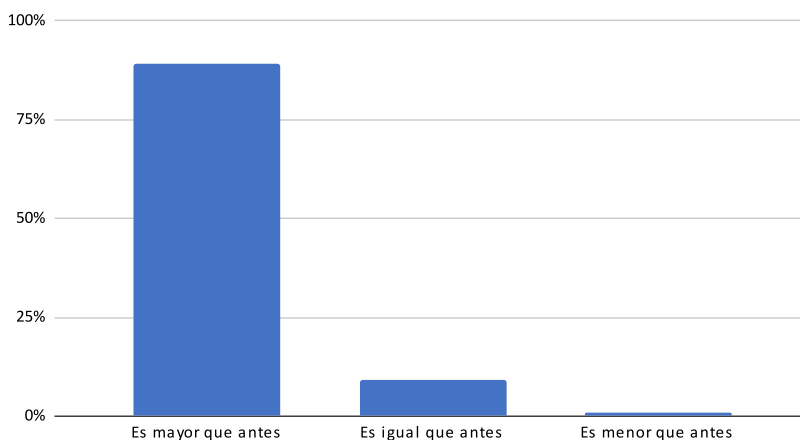
### **1. Vivir conectados**

En los años previos a la irrupción de la pandemia ya era notorio el incremento del uso de las TIC en el desarrollo de diversas actividades tanto dentro como fuera del hogar. Sin embargo, a partir de los datos recopilados por la encuesta observamos que el tiempo de conexión a los dispositivos aumentó de manera considerable durante el aislamiento. Esto se debe, en gran medida,

a que la única alternativa posible para continuar con dichas prácticas fue a través de las pantallas. En ese sentido, el 89% de las y los estudiantes respondió que su tiempo de conexión durante la pandemia fue mayor que antes, mientras que un 9% dijo que ese tiempo de conexión fue igual que antes:

**Gráfico 28**

Tiempo de conexión durante la pandemia



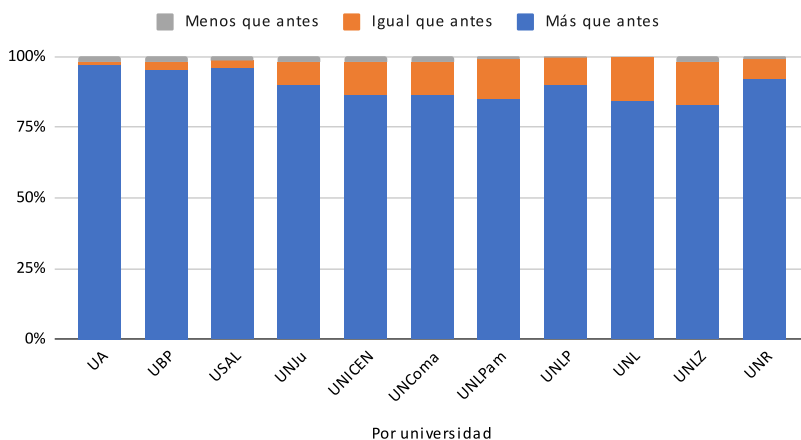
El primer hallazgo que pudimos observar refiere a que el incremento en la conexión a los dispositivos fue transversal a todas las Universidades participantes de la investigación. Por lo tanto, no encontramos grandes diferencias porcentuales entre las instituciones académicas respecto a este eje de análisis (Gráfico 29).

Sin embargo, más allá de que los porcentajes sean muy similares en todas las Universidades, pudimos realizar algunas observaciones que dan cuenta de ciertas diferencias en los modos de percibir el tiempo de conexión. Por ejemplo, notamos que las y los estudiantes que experimentaron de manera más marcada este aumento fueron los de la Universidad Austral (97,26%), la Universidad del Salvador (96,35%), la Universidad Blas Pascal (95,83%)

y la Universidad de Rosario (92,96%), mientras que, en el resto de las casas de estudio, el porcentaje fue entre el 83 y el 90%. En la misma línea de análisis, también encontramos un pequeño número de estudiantes que manifiesta no haber percibido ningún cambio en los tiempos de conexión. Esta apreciación resulta más visible en la Universidad del Litoral (15,38%), en la de Lomas de Zamora (14,99%) y en la de La Pampa (14,05%).

**Gráfico 29**

Tiempo de conexión durante la pandemia (por universidad)

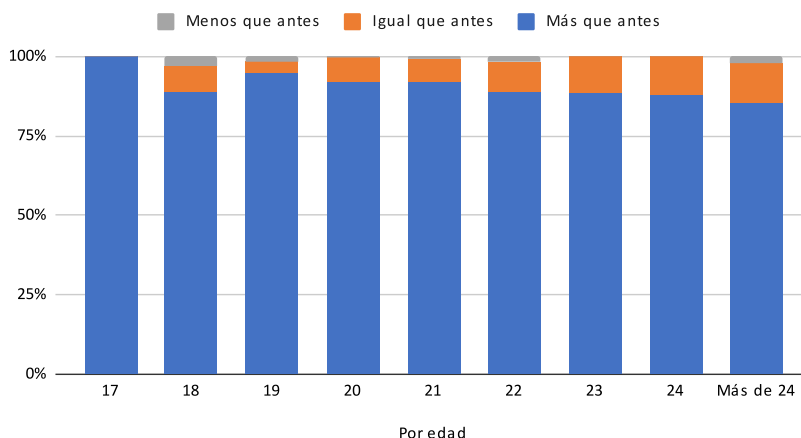


Por último, constatamos un mínimo porcentaje de estudiantes que aseguran que durante la pandemia el tiempo de conexión fue menor. Entre estos casos se destacan la Universidad Nacional de Jujuy (1,85%) y la Universidad Austral (1,83%), mientras que la Universidad Blas Pascal, la Universidad del Centro y la Universidad de Comahue comparten el 1,67%.

En cuanto a la edad de las y los entrevistados, un dato que merece nuestra atención es que quienes tenían 17 años al momento de responder la encuesta percibieron un incremento total en los tiempos de conexión. En cambio, el pequeño porcentaje de estudiantes que percibió una menor conexión es más recurrente en las y los estudiantes mayores de 24 años:

### Gráfico 30

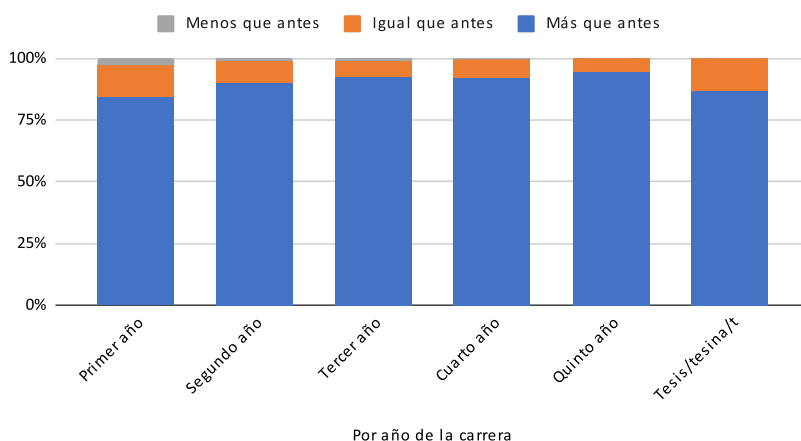
Tiempo de conexión durante la pandemia (por edad)



En lo que respecta al año de cursada, quienes se encontraban en el quinto año percibieron un mayor tiempo de conexión durante la pandemia (94,27%). A estos le siguieron quienes cursaban tercer año (92,55%) y cuarto año (92,31%), mientras que, en los extremos, es decir, el primer año y el último tramo de la carrera universitaria (Tesis/tesina/TIF), presentaron un 84,60% y 87,10% respectivamente:

### Gráfico 31

Tiempo de conexión durante la pandemia (por año de la carrera)

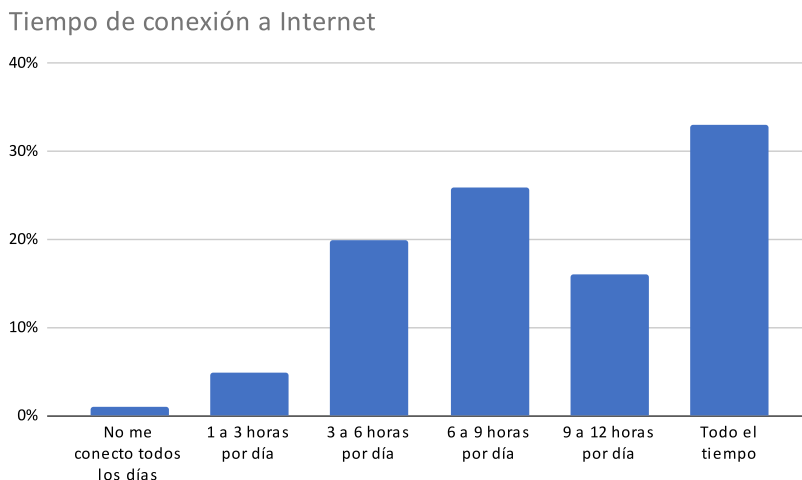


Como cierre, podemos decir que la frecuencia de uso de cualquier tecnología proporciona una idea de la importancia que tiene esa tecnología en la vida de los usuarios. La percepción de las y los jóvenes entrevistados en esta investigación no es que “se conectan a Internet” en determinado momento, sino que “viven conectados”, no solo para responder a las demandas del estudio o del trabajo, sino también para sus actividades sociales, de ocio o de esparcimiento. De ahí que les cueste mucho “desconectarse” y perciban los efectos que produce el exceso de estar tantas horas frente a las pantallas.

### 1.1. El tiempo pasa, nos vamos poniendo tecnos...

La pandemia obligó a todas y todos a estar más tiempo conectados e Internet se convirtió prácticamente en la única manera de no perder la conexión con el mundo exterior y continuar con las actividades cotidianas. De acuerdo con los resultados de la encuesta, un 33% de las y los estudiantes reconoce estar todo el tiempo usando Internet, mientras que un 26% afirma estar entre 6 y 9 horas por día, un 20% pasa de 3 a 6 horas y un 16% de 9 a 12 horas por día. Es de destacar que solo el 1% ha seleccionado la opción “No me conecto todos los días”.

**Gráfico 32**



La conexión permanente fue observada también en la fase de las entrevistas en profundidad:

Creo que en el único momento en el que no estoy conectada es cuando duermo. El uso es constantemente (Sofía, 23 años, 1er año, Relaciones Públicas, USAL).

Muchas horas, todo el tiempo. Porque, aunque yo no esté usando el celular, igual está conectado a Wi-Fi todo el día y me llegan los mensajes y notificaciones todo el tiempo. Así que estoy conectada todo el día y estoy atenta todo el tiempo, excepto cuando duermo o cuando lo dejo para hacer algo como estudiar o salir afuera, pero muchas horas del día sí lo estoy usando (Abril, 18 años, 1er año, Periodismo,UBP)

Estoy todo el día conectada, yo duermo con el celular encendido porque uso la alarma. Chequeo las redes (...) todo implica conexión a Internet, estoy todo el tiempo conectada: 24/7 (Fátima, 24 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

En algunos casos, el tiempo de conexión se ha duplicado en relación con los momentos previos a la pandemia.

Ahora, creo, el doble que antes. A las mañanas son cuatro horas diarias con la computadora en paralelo con el celular. Y después, a la tarde, si me conecto con las chicas, hago videollamadas con mis compañeras o con mis amigos también son otras dos o tres horas. Y con el celular estoy constantemente, no es todo el tiempo, pero cada tanto lo agarro. Así que no sabría decir un horario, pero mucho tiempo (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

(Estoy) muchísimo más conectado, más o menos el doble de tiempo por lo menos (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

Sí, ahora estoy mucho más conectado que antes. Sí o sí. Para empezar, cursas online, ya cursas por Internet, o sea que mitad de la semana estoy con la computadora e Internet prendidos. Después

como no veo a mis amigos presencialmente los veo por la computadora, por el teléfono o juego con ellos a la Play. Estoy todo el día conectado (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

Estoy mucho más conectada ahora que antes, porque no salgo de casa. Antes tenía el viaje hacia la facultad, donde no lo usaba y, una vez ahí, tampoco lo usaba mucho porque estaba con mis compañeros y los celulares o computadoras quedaban de lado. Ahora todo se hace por dispositivos: estudiar, reunirse, hacer cosas... todo el tiempo hay que estar conectado (Florencia, 20 años, 3er año, Comunicación, UA).

El ASPO deja en descubierto diversas cuestiones. Por un lado, el incremento de conexión a Internet, pero también la multifuncionalidad del tiempo. Ya no hay tantos momentos estancos, sino la posibilidad de estar realizando varias actividades a la vez, desde cursar online y mandar un mail laboral, hasta estar conectados a través del WhatsApp web.

Yo me levanto cerca de las 8 u 8:30 de la mañana, me conecto; voy alternando las cosas que voy haciendo, por ahí un rato me pongo a editar, voy un rato y me pongo con la Facultad y así, porque con el trabajo también online, por ahí se trastoca un poco eso que estoy haciendo esto y de repente me llega una consulta y la tengo que responder, entonces dejo de hacer lo de la Facultad, contesto y después retomo. Corto para comer a la una y después vuelvo a retomar tipo 3 de la tarde hasta las 6 de la tarde más o menos. Entonces serían 7 horas más o menos, casi 8 horas (Belén, 22 años, 4to año, Comunicación Social, UNLPAM).

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, entre las y los entrevistados también aparecen casos que no encuentran distinción entre el tiempo de conexión pre-pandemia y durante el período de ASPO:

La verdad es que siempre estuve conectado a Internet haciendo cosas. Siempre fue así. Antes [de la pandemia] también estaba

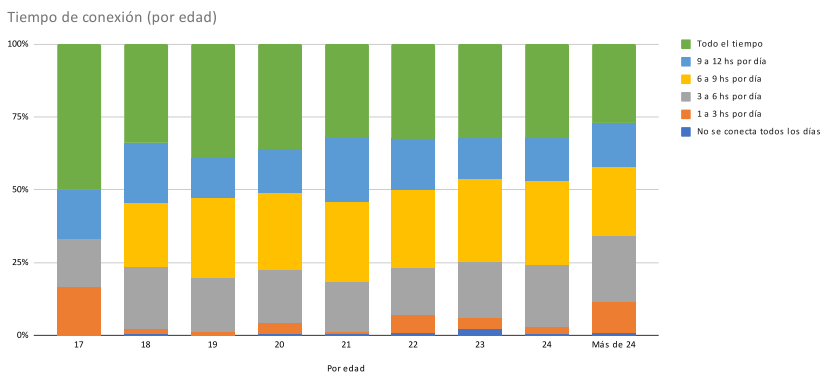
una considerable cantidad de tiempo frente a la computadora estudiando, mirando series y películas porque miro un montón (Gastón, 20 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

No obstante, la mayor demanda de conexión no es solo producto de la pandemia y el ASPO. Hay quienes no se imaginan una vida sin conexión. Internet está tan incorporada a la vida que les resulta impensable estar por fuera de la red.

No podría estar si no estoy conectado. Por ejemplo, yo tengo un grupo de amigos que por ahí son de ir al aire libre, lo que es el tema de pesca, camping y yo no voy porque no lo puedo hacer; por ahí no me manda WhatsApp nadie, pero no puedo estar sin entrar a Instagram o YouTube, no podría. El fin de semana largo fui a un camping, y me llevé los dos celulares: escuchaba música. Yo estoy conectado todo el tiempo (Federico, 28 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Según se desprende de la encuesta, los más jóvenes de la muestra, que tienen 17 años, son los que se conectan todo el tiempo a Internet (50%), y los de más de 24 años son los que menos lo hacen (26,92 %); por tanto, el porcentaje de personas conectadas todo el día disminuye con la edad.

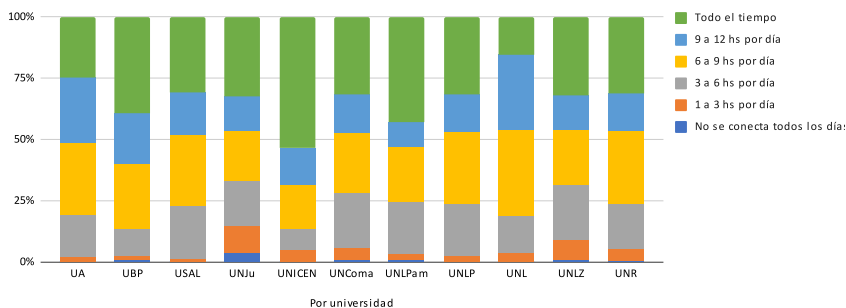
**Gráfico 33**



Las tendencias generales dan cuenta de similares resultados en todas las universidades que conforman la población estudiada. Sin embargo, en algunos casos, aunque se mantienen las tendencias, varían los porcentajes. Por ejemplo, quienes pasan más horas frente a Internet son las y los estudiantes de la Universidad Nacional del Centro (el 53,33% se conecta todo el tiempo). En contraposición, solo el 15,38% de personas encuestadas de la Universidad del Litoral afirmó estar conectada durante toda la jornada. Por el contrario, entre quienes afirmaron no entrar en Internet a diario, el porcentaje más alto se observa en el caso de la Universidad Nacional de Jujuy (3,70%) a diferencia de otras casas de estudio donde nadie escogió esta opción.

**Gráfico 34**

Tiempo de conexión (por universidad)



Si tomamos en cuenta el año de cursada, se observa un descenso de la opción “todo el tiempo” conforme se avanza en la carrera (de un 34,69% en primer año a un 21,02% en quinto año) aunque este indicador vuelve a subir en el caso de quienes se encuentran terminando su trabajo final de graduación. A la vez, se observa un incremento de la opción “6 a 9 horas” (de 22% en primer año a 31,21% en quinto) (Gráfico 35).

## 1.2. ¿No será mucho?

Las y los estudiantes consultados afirmaron estar muchas horas conectados a través de distintos dispositivos con el fin de realizar diversas actividades durante el período de aislamiento

social. Pudieron reconocer que están entre 4 y hasta 12 horas por día, de acuerdo con diferentes variables: tener que cursar o trabajar, jugar con amigas y amigos o simplemente mantener los vínculos sociales. Sin embargo, todas las personas entrevistadas se sorprendieron por la cantidad de horas, incluso en esa extensa variedad de opciones. En muchos casos, hasta que no explicitaron dicha cantidad en la entrevista, no habían podido dimensionar de qué modo la virtualidad se hallaba presente en sus vidas. Incluso para tomar conciencia del tiempo de conexión, muchas veces suelen consultar las estadísticas que les brindan las aplicaciones de sus teléfonos:

La verdad que [paso] muchísimo [tiempo conectada a Internet]. Me suelo fijar en las estadísticas de Instagram. Y, más allá de usar solamente Instagram, si estoy con el celular, estoy en varias aplicaciones. Estoy en Internet: voy y vengo. Navego por muchas plataformas y suelo estar bastante, 4 horas, por ejemplo, sumado a que estudio muchas veces con el celular. Y si tengo un parcial o necesito algo de la facultad, estoy en contacto con mis compañeras y les pido cosas, siempre conectada a través del celular. Me di cuenta de que los fines de semana ni uso del celular, estoy realmente media hora con el celular. Me quedé impresionada porque durante la semana tengo como cinco horas en pantalla (Lola, 20 años, 2do año de Periodismo, UBP).

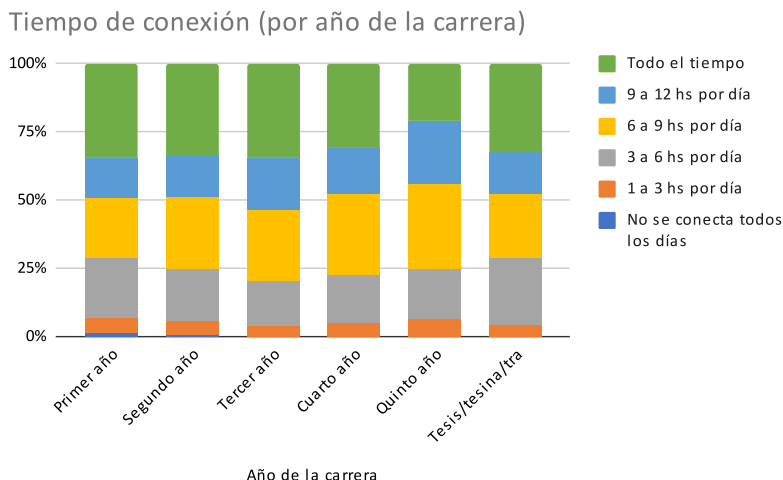
Estoy re traumatado; me marca el celular 8 horas, e intento reducirlo; capaz arrancás con un ratito y después te das cuenta de que estuviste un montón, se te pasó el tiempo (Martín, 22 años, 4to año de Periodismo, UNICEN).

Instagram te marca los tiempos de que estas conectado, creo que una vez me marcó como ocho horas en un día, digamos, en total es muchísimo (Facundo, .24 años, 4to año, Comunicación, UNJu).

Yo tengo en el Instagram, por ejemplo, cuánto tiempo llevo. Cuando llego a la hora, me avisa; lo uso para tratar de no pasarme de eso, para no estar tanto tiempo conectado. Pero entre redes sociales,

buscando información, subiendo los datos del trabajo calculo que debo pasar fácil tres horas seguro en Internet. Deben ser más, pero seguro 3 horas (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

**Gráfico 35**



Los relatos de las y los estudiantes dan cuenta de una conexión constante, que se transforma en un círculo del cual les es difícil salir, dado que las obligaciones y los tiempos de ocio se canalizan a través de la red:

Me doy cuenta de que, en el intento de querer escapar al teléfono, el escape es ponerme una serie o agarrar la compu y hacer las cosas de la facultad y todo es una pantalla. Y cuando me quiero distraer de la facultad agarro el teléfono y es así una rueda (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

La saturación que produce la conexión constante se hace más evidente en el uso de las redes sociales:

Me daba cuenta de que cuando no estaba usando las redes sociales, estaba mucho menos saturada. Como que no es lo mismo la

computadora que cuando agarro el teléfono. Como que hay algo de las redes sociales que me generaba eso (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

La pandemia y el aislamiento preventivo y obligatorio provocaron modificaciones en la vida cotidiana de todas y todos y en todas las rutinas; ha tenido efectos en el campo social, educativo, laboral, económico, entre otros. También se han constatado secuelas en la salud de las personas, tanto a nivel físico como psicológico. Aunque no en todos los casos las personas entrevistadas sean conscientes de ello, las secuelas están. En algunos casos, remiten directamente a los fenómenos más observables, tales como problemas en la vista, dolor de espalda (producto de estar sentados frente a una computadora) o dolor de cabeza por la cantidad de horas de exposición ante las diferentes pantallas (celular, computadora, televisión):

P: ¿Sentís que en cuarentena estás más conectada que antes?

R: Sí, cien por ciento más. Es más, eso me afecta la visión porque estoy todo el día conectada con el celular, con la compu o viendo Netflix y esas cosas en la tele (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Me pasó que el primer cuatrimestre al tener que adaptarme y todo, me quería tomar recreos pero me terminaba tomando recreos mirando una serie o algo, y ya me dolía el cuello y todo, era como que no sentía que había un recreo real, así que lo que me propuse ahora este cuatrimestre, que los días están más lindos y todo, es salir al patio o no ver tantas series, ya creo que hace un mes que no veo nada de Netflix así que si me estoy tratando de distraer un poco saliendo afuera (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

En algunas ocasiones, además de hacer referencia a problemas de índole físico, también aparecieron dificultades vinculadas al orden psicológico, tales como el estrés:

Necesito hacer deporte, moverme un poco, verme con mis amigos. Estar con la pantalla todo el día genera mucho estrés y

además a mí me hace mal a los ojos (Gerónimo, 19 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Aparecen, así, soluciones que en el periodo pre-pandemia hubieran parecido impensadas pero que, en este contexto, se convierten en alternativas viables para dar respuesta a las necesidades de las personas. Nos referimos concretamente a las consultas psicológicas a través de una pantalla.

Ahora tengo todos los fines de semana programados una videollamada con mis amigas que duran horas y horas y es mediante pantalla, mismo la psicóloga, lo hago mediante celular (Eugenia, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

### **1.3. La vida en la pantalla**

Las reuniones sociales también sufrieron transformaciones durante la pandemia ya que el aislamiento prácticamente suprimió todo encuentro presencial. Así, aparecieron opciones impensadas para todas las edades; por ejemplo, entre los y las más jóvenes, festejos de cumpleaños por videollamadas. Las personas entrevistadas dan cuenta de este tipo de experiencia y relatan de qué modo mantuvieron los vínculos con sus pares durante este periodo:

Antes de la cuarentena, un viernes a la noche me juntaba con mis amigos presencialmente y por ahí ahora, lo estoy haciendo de a poco, un poco más. Pero en el momento más estricto de la cuarentena, pasábamos de 10 de la noche hasta las 4 de la mañana conectados vía computadora. Ahí ya crece un montón el tiempo de conexión (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

Creo que nuestra generación siempre estuvo muy conectada porque durante el día entrabas siempre a Instagram antes de la cuarentena, pero la cantidad de tiempo es mucho mayor ahora porque estoy todo el día sentada en la computadora en Zoom haciendo trabajos de la facultad. Y mismo también contacto con amigos, capaz si el fin de semana hacés un plan es por Zoom entonces, básicamente todo pasa por la computadora y si se corta el Wi-Fi

lo sentís más que nunca, tal vez si no fuese por la cuarentena se corta el Wi-Fi y no es lo peor del mundo, pero ahora se te para el mundo (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Por ahí antes como que iba y tomaba mates con mis amigas fuera, ahora lo hago en la compu (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Internet permitió que los encuentros se mudaran al mundo virtual y de esa manera se acortaran las distancias:

WhatsApp estoy 24/7 literalmente porque es lo que a lo que más tengo. En mi caso particular cuando estoy en Ecuador es como que vuelvo a ver a mis amigos, a mi familia, etcétera, entonces estaba muy acostumbrado a verlos todo el tiempo y ahora por el tema de la pandemia no podemos ver y hacemos videollamada; me hablan todo el tiempo, estoy mucho más conectado (Rommel, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLP).

El objetivo de “desconectarse” y distraerse de las obligaciones cotidianas –estudio, cursadas, trabajo– también se logra conectados. Jugar a la Play, mirar películas o series, participar de streamings de entretenimiento, todo se realiza a través de Internet:

Paso conectado a Internet durante el día entre seis, siete, ocho horas, durante el día sin contar cuando me conecto a ver una serie o película (Juan, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

Para distracción me conecto. Tengo Netflix para distraerme. Yo paso mucho tiempo en mi celda, trato de no estar afuera en el pabellón. Me hago la comida y la traigo a la celda. Ya te digo, cuidándome así y todo me contagié (Marcelo, 54 años, 1er año, Comunicación, UNLP).

Incluso, como afirmamos, los festejos de cumpleaños han formado parte de la vida en red:

Creo que como no tenemos otro modo de conectarnos no queda otra que hacer todo por acá, el campus por acá, ir a las noticias por este medio, hasta festejar un cumpleaños. Hay gente que me dice: “bueno, vamos a festejar mi cumpleaños, nos conectamos a las 6 de la tarde” y es el único modo de vernos (...) Los cumpleaños por Zoom que se han vuelto una moda. Es la nueva moda, la nueva conexión (Paula, 23 años, 4to año de Comunicación Social, UNLPAM).

## **2. El lugar de conexión**

Tan importante como saber la cantidad de horas que permanecen conectados a Internet, es conocer desde qué lugares lo hacen. La cuarentena social ha obligado a las y los jóvenes que estudian carreras de Comunicación Social y Periodismo a realizar todas las tareas desde el hogar. Es por eso que nos ha parecido importante comprender las distintas dinámicas que tuvieron lugar en sus casas, de acuerdo con el sitio donde estaba ubicado el router que ofrece el acceso a Internet; también si contaban o no con dispositivos propios o compartidos para realizar sus tareas y cómo todo esto influyó en su cotidianeidad.

### **2.1. Conexión itinerante**

Antes de detallar los espacios físicos destacados por las y los estudiantes entrevistados para esta investigación, vale reconocer que resalta una acción itinerante para la conexión. Es decir, mayormente no existe un lugar exclusivo para el acceso a Internet sino que, en las casas, hay diferentes lugares disponibles y las y los estudiantes rotan entre ellos. Cabe recordar que el 83% de las y los estudiantes encuestados en esta investigación vive con su familia, el 7% con una amiga o amigo y el 10% vive solo o sola, por lo que el lugar de conexión claramente es un aspecto que afecta a todos los integrantes del hogar.

De acuerdo con los resultados de la fase cualitativa de esta investigación, las y los estudiantes suelen tener espacios más establecidos para conectarse en función de cursar o estudiar, o tener sitios específicos para el entretenimiento o para encuentros con

amigas o amigos. Según para qué se deban conectar a Internet, el lugar puede modificarse. Asimismo, el lugar de conexión también puede verse alterado de acuerdo con el dispositivo con el que decida acceder a la red (como vimos en el capítulo 1, el 61% de las y los estudiantes se conecta a través de una computadora, mientras que el 36% a través de un smartphone). Algunos de los entrevistados exponen su necesidad de “cambiar de lugar”, y otros, por el contrario, prefieren estar “en la cueva” para tener “mayor tranquilidad y privacidad”:

Me muevo por todos lados, me voy cambiando, me gusta cambiar de lugar (Camila, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

A veces estoy en el comedor, a veces en la cocina, a veces acá en la habitación (Yanina, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Hay veces que estoy en mi habitación y otras veces que estoy en el living comedor, como ahora. Depende de la gente que haya, si no hay, si no están por ejemplo mi hermano en la habitación estoy ahí yo y si no me vengo acá, cuando todos se van a sus habitaciones yo me vengo acá, me voy trasladando (Camila, 21 años, 4to año, Comunicación Social, UNLPAM).

Yo vivo en mi cueva, que es mi pieza. Tengo muchas luces, tengo mi escritorio. No hay mucho ruido y puedo tener las clases tranquilo (Joel, 21 años, 2do año de Comunicación, UNR).

Sin embargo, en algunos casos, la situación particular de los hogares les impide conseguir la tranquilidad necesaria para la realización de actividades universitarias:

No, mi casa es bastante chica en ese sentido, entonces no hay como un lugar privado como para tener clases directamente. La familia tiene que estar en silencio en algunas actividades y si no hay ruidos constantes (Julio, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

También es destacable que el lugar de conexión está relacionado con el objetivo de la conectividad, es decir, el para qué, en determinado momento se necesita la conexión, y si la actividad que se realizará será compartida con otras personas:

Con la pandemia me pasé mucho tiempo conectado viendo Netflix en el living de la casa, con el televisor smart pero únicamente para esa plataforma (Emilio, 26 años, 4to. año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Más allá de que las y los estudiantes pueden estar conectados todo el tiempo a través de sus smartphones, al momento de seleccionar un espacio para acceder a Internet en el hogar, toman en cuenta variables diferentes: la ubicación del router para la conexión a Wi-Fi; la razón por la que se deben conectar y la necesidad o no de mayor privacidad:

Donde funciona mejor es el living porque ahí está el router. Pero desde la pieza también, porque anda bien. No tengo un lugar fijo. Si quiero, me puedo ir a otra habitación (Nahiara, 24 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

En mi pieza cuando llega bien Internet, porque a veces está alejado del router, pero si no me vengo a la pieza de mi hermana (Ezequiel, 19 años, UNLZ).

O por ahí también me encierro en la habitación y me necesitan para hacer algo. Entonces como que ya perdí mi espacio de privacidad (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Como suelo estar más tiempo sola en mi casa, por lo general en el comedor estoy más tranquila para hacer mis cosas (Rocío, 21 años, 4to año de Comunicación, UBP).

Otros estudiantes, gracias a la ubicuidad que permite el smartphone, cambian siempre de sitio e incluso hay quienes eligen conectarse en lugares poco habituales como el patio, la terraza, la cochera o hasta un pasillo:

Si tengo clases estoy con la computadora hasta el mediodía, aunque a veces hago las clases por el celular por una cuestión de comodidad que puedo estar en el patio de mi casa (María José, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Teníamos una compu en la pieza, otra compu en otra pieza y otra compu en lo que sería un living cochera, “cochera office” lo bautizaron. Yo estaba en esa especie de living, y si alguien tenía que usar la compu obviamente la compartíamos, éramos cinco, y me iba a una de las piezas. A partir de las necesidades de cada miembro de la familia íbamos asignando el tiempo en el dispositivo (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Depende el horario, me armé en el pasillo de mi casa como un sucuchito chiquitito para cuando tengo clases y es el horario que todos están levantados. Y a la mañana que es el horario que doy clases, que es donde estoy ahora, qué es en la cocina, es donde tengo más espacio” (Verónica, 36 años, 1er año, Comunicación Social, UNLPAM).

Me conecto en el escritorio de mi casa donde hago las clases virtuales. No me muevo por Internet sino por la comodidad, si quiero estar al sol estoy un rato al sol, sino mi cuarto o la terraza (María José, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

## **2.2. El dormitorio: mi lugar en el mundo**

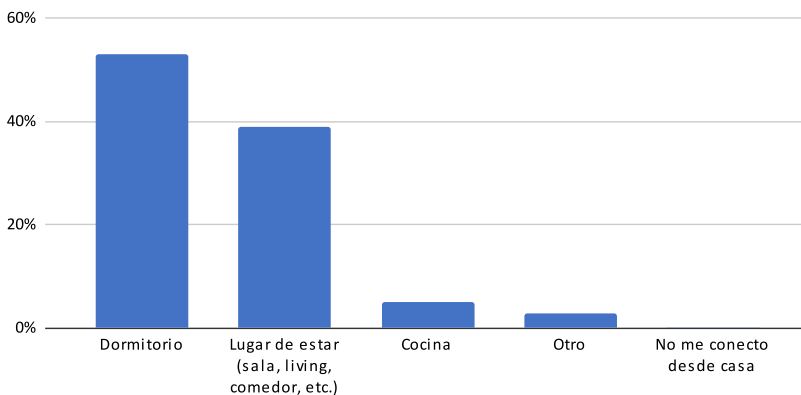
La encuesta realizada en el marco de esta investigación consultó sobre los espacios preferidos para conectarse a Internet en el hogar. Los resultados muestran que poco más de la mitad, el 53 %, elige el dormitorio como espacio de la casa en el que está más tiempo conectado; 39% lo hace en el lugar de estar (sala, living, comedor) y el 5% en la cocina (Gráfico 36).

Si desagregamos estos datos por universidad podemos ver que la preferencia por el dormitorio como lugar de conexión está presente en todas las casas de estudio, pero es mayor en las de gestión privada (68,04% en la Universidad Austral, 66,67% en la

Blas Pascal y 67,88% en la Universidad del Salvador) que en las de gestión pública, en las que, salvo el caso de la UNJu (57,241%), ese porcentaje no llega a la mitad de la muestra. En estas últimas, es más fuerte la presencia de la sala de estar, llegando incluso, en el caso de la Universidad Nacional del Litoral, a superar holgadamente el acceso desde el dormitorio (61,54% sobre 30,77%) (Gráfico 37).

**Gráfico 36**

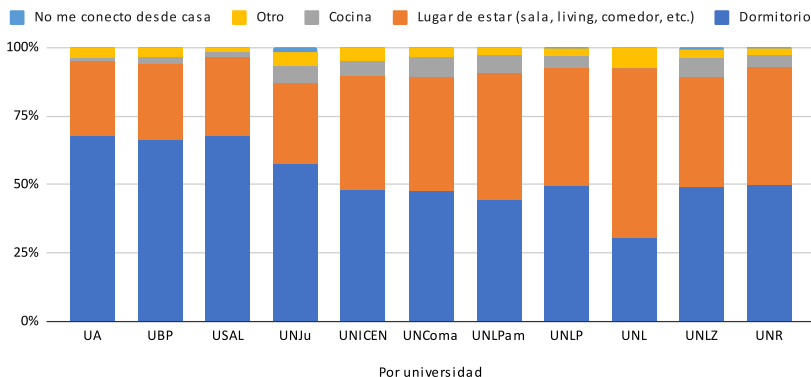
Lugares de la casa donde se conecta más



Answer

**Gráfico 37**

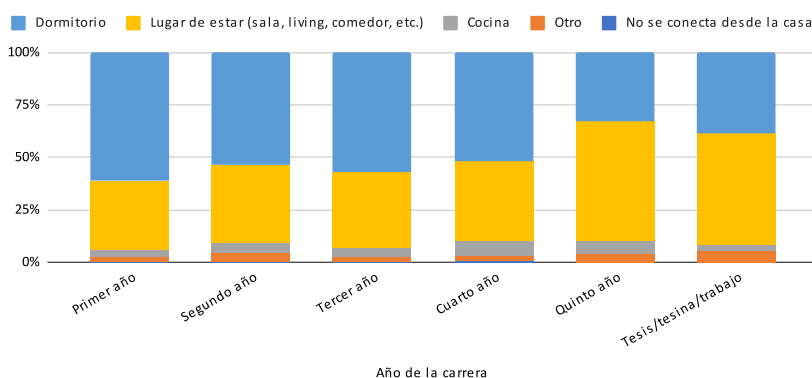
Lugar de la casa en donde se conecta más (por universidad)



La elección de la habitación o dormitorio tiene diferencias significativas en comparación con el año en que se esté cursando la carrera. Las y los estudiantes que se encuentran en el inicio de la vida universitaria seleccionaron este lugar en un 60,91%, mientras que, los que están en el último año del ciclo lectivo, representan el 32,48%. Asimismo, en el quinto año de la carrera es donde más destaca el uso del lugar de estar para conectarse (57,32%).

**Gráfico 38**

Lugar de la casa donde se conecta más (por año de la carrera)



La relación también es similar si se observa el lugar –dormitorio– con la edad de las y los encuestados. El grupo etario de 17 años elige en un 83,33% este espacio para ingresar a la red, mientras que las y los mayores de 24 años lo hacen en un 35,36%. Se observa entonces una tendencia conforme a la edad de los encuestados: cuantos más grandes son descende la preferencia principal por el dormitorio y crece la opción por la sala de estar, living o comedor (Gráfico 39).

En la fase cualitativa las y los jóvenes explican por qué utilizan uno u otro lugar para conectarse:

En mi cuarto. El noventa por ciento de las veces en mi cuarto y a veces en el living (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Tengo un escritorio en mi pieza, así que hago todo ahí (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

En mi cuarto, a veces, y en el living, que está la computadora de escritorio (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

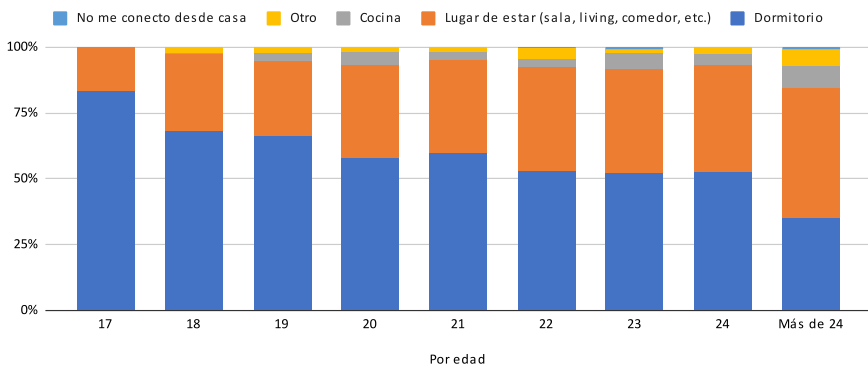
Habitualmente en el comedor ahora estoy en una de las habitaciones, pero habitualmente en el comedor porque está la mesa y es grande entonces puedo tener los apuntes” (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

En mi cuarto porque aquí tengo el escritorio entonces aquí tengo la computadora y me conecto por acá. Pero si no, a veces, como para no estar tanto en el cuarto por una cuestión de que no se vea tanto mi habitación, a veces lo hago desde el comedor. (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Es de particular interés este último extracto, donde la estudiante explica que a veces prefiere no conectarse desde su habitación como una manera de preservar su intimidad que queda expuesta en las reuniones o clases sincrónicas.

**Gráfico 39**

Lugar de la casa donde más se conecta (por edad)

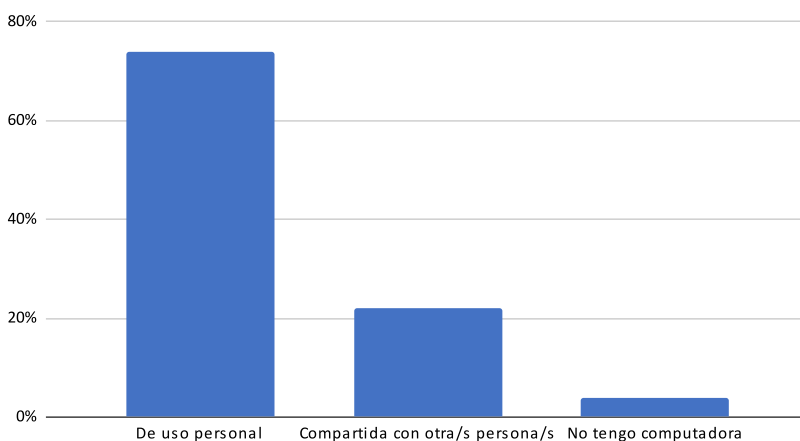


### 2.3. Los tuyos, los míos, los nuestros

Un aspecto íntimamente relacionado con el lugar de conexión lo representa la posibilidad de contar con una computadora de uso personal o compartido con alguna otra persona, o el no tener computadora propia. En ese sentido, el 74% de las y los estudiantes encuestados dijo contar con un equipamiento de uso individual; mientras que el 22% lo comparte. El resto, 4%, no tiene computadora, pero sí se conecta a Internet en diferentes lugares de su casa a través del smartphone.

**Gráfico 40**

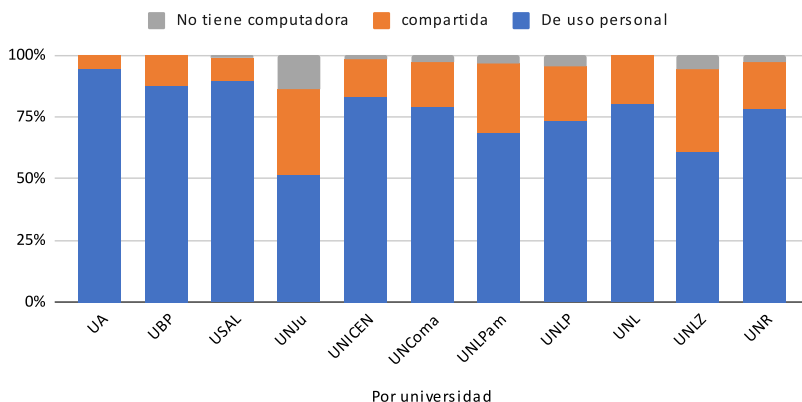
Cuenta con computadora personal o comparte con otros/as



Si observamos la posesión de computadora propia por universidad, podemos notar que así como también son los que más se conectan a Internet desde su dormitorio, las y los estudiantes de universidades privadas son los que más cuentan con dispositivo personal (94,52% en la Universidad Austral, 87,50% Universidad Blas Pascal y 89,78% Universidad del Salvador). Luego, el porcentual más alto entre los que comparten su equipo (34,26%) estudian en la Universidad Nacional de Jujuy, y le siguen de cerca las y los estudiantes de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (33,53%). Asimismo, en la Universidad Nacional de Jujuy está el mayor porcentaje de estudiantes que dice no contar con computadora (13,89%).

### Gráfico 41

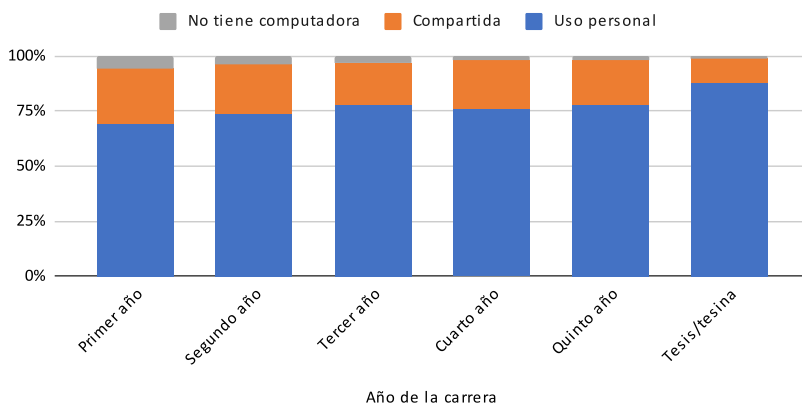
Cuenta con computadora personal o comparte con otros/as (por universidad)



El año de cursada no parece influir mucho en la posesión de computadora propia, salvo en los dos extremos de la carrera, dado que las y los estudiantes de primer año poseen computadora propia en un 68,87% de los casos y aquellos que están elaborando su tesis de grado son los que más cuentan con esta posibilidad: 88,17%.

### Gráfico 42

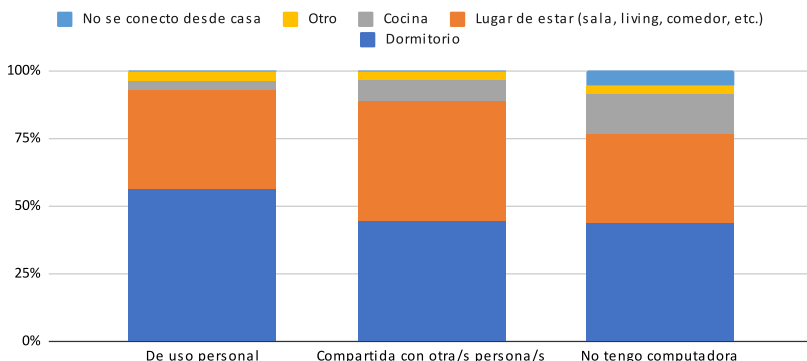
Cuenta con computadora personal o comparte con otros/as (por año de la carrera)



En el siguiente gráfico hemos cruzado la disponibilidad de computadora propia o compartida con el lugar de conexión elegido por las y los estudiantes. Podemos ver que quienes tienen computadora de uso personal, la utilizan principalmente en el dormitorio (56,15%) y en menor medida en el lugar de estar, living o comedor (37,12%). Luego, quienes comparten computadora la utilizan de la misma manera en el dormitorio como en la sala de estar (44,70% y 44,02%, respectivamente). Finalmente, aquellos que no cuentan con computadora se conectan principalmente desde su dormitorio (43,84%), luego en el lugar de estar (32,88%) y finalmente aparece la cocina como espacio de conexión en un 15,07% de los casos.

**Gráfico 43**

Cuenta con computadora personal o comparte con otros/as (por lugar de la casa donde se conecta más)



Esta dinámica entre lugar de conexión y disponibilidad de dispositivos propios o compartidos apareció así expresada en las entrevistas:

Yo, lo que más uso es mi PC. Que no la comparto con nadie; a veces se la doy a mi novio porque trabaja la necesita para alguna reunión y su computadora no tiene ni micrófono ni cámara. Pero si no siempre la uso yo. El celular es un dispositivo muy personal,

no se presta. Tenemos una PC de más que es para cuando vienen los nenes y la usan para jugar o ver videos en YouTube (Fátima, 24 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

Nosotros tenemos una netbook del gobierno que la compartimos con mi hermana, que es de ella en realidad y luego el celular, no tengo otra cosa para entrar (Julio, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Mi computadora notebook es personal para trabajar y otra personal de escritorio que es más de uso familiar, además de mi teléfono (Marcos, 33 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

#### **2.4. En búsqueda de la privacidad**

Una de las observaciones que podemos obtener a partir de las respuestas hace referencia a la necesidad de privacidad al momento de ingresar a Internet. Las y los estudiantes quieren conectarse sin interferencias, ya sea para entretenerse, informarse o realizar tareas relacionadas con su formación universitaria. En ese sentido, el sitio preferido es el cuarto, la pieza o el dormitorio ya que allí no deben negociar horarios ni la disponibilidad de tecnología con otros integrantes del hogar.

Pobre mi hermano, le uso la pieza todo el día porque está solo y yo también necesito estar solo y aislarme porque si no con los ruidos me desconcentro y para estudiar, lo mismo. Mi hermano ya debe tener ganas de que me vuelva a Buenos Aires (Rocco, 19 años, 2do año de Periodismo, USAL).

En mi cuarto, porque me conecto la compu, me pongo con el celu, tomo las clases, ahí es por ahí donde más estoy (Fermín, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL)

Yo tengo suerte de tener mi dormitorio y mi compu y yo cierro la puerta estoy acá digamos y estoy tranquilo en ese sentido (Facundo, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Me conectaba en la casa que está al lado de la mía, la casa de mis abuelos, porque necesito silencio y como ahí no vive nadie, me conectaba desde ahí. Pero bueno, después empezó a entrar mucho mi familia a molestar, entonces ahora estoy encerrada en mi habitación (Sol, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Uso una notebook en mi dormitorio (Federico, 30 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Mi tiempo transcurre en el escritorio. Este lugar es solo mío porque es mi habitación y la compu la uso yo solo (Francisco, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Otros estudiantes se conectan en un lugar común de la vivienda, que suelen mencionar como living o comedor donde, si bien se comparte con el resto de los integrantes de la familia, parece claro que es un sitio habilitado, en el marco de la pandemia, para realizar el tipo de actividades que debieron mudarse al interior del domicilio, por las restricciones de circulación o la situación de aislamiento obligatorio dispuesto como medida preventiva:

Más que nada en mi cuarto. En mi casa estoy mucho tiempo sola, entonces si me canso de estar en mi cuarto, me voy al living, porque vivo sola con mi mamá y mi mamá se va a trabajar durante el día (Lila, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Como suelo estar más tiempo sola en mi casa, por lo general en el comedor estoy más tranquila para hacer mis cosas (Rocio, 21 años, 4to año de Comunicación, UBP)

Bueno en mi caso yo tengo una notebook y bueno depende si no hay nadie en el comedor voy al comedor y si no me quedo en mi cuarto (Lourdes, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Les estudiantes que tienen un lugar específico donde conectarse para realizar sus actividades son una minoría que, como bien definió alguno de ellos, tienen una posición “privilegiada” con

respecto al resto al contar con espacios como un escritorio o una pequeña oficina. En esos casos, las personas entrevistadas no dejan de señalar las ventajas de contar con esa posibilidad para concentrarse en el estudio:

En el [lugar] que estoy ahora, que es un escritorio, que es mi lugar de estudio; y en mi cuarto. Son los dos lugares en los que generalmente estoy conectada (Lola, 20 años, 2do año de Periodismo, UBP).

Y bueno tenemos bastantes habitaciones. La verdad que tengo el privilegio de tener una casa muy grande y tengo una pieza que le dedicamos al estudio. Es la pieza de estudio y es la que uso yo para presenciar las clases. Ese ambiente no lo comparto con nadie estoy solo (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Tengo la suerte de contar con un espacio, que es como un pequeño espacio en escritorio, tengo mi escritorio, mi espacio de estudio digamos. Antes de esto recurría solamente para hacer esos trabajos o para estudiar para tener más concentración, pero ahora estoy prácticamente todo el día (Micaela, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Como casualmente mis padres son profesores de clases de apoyo entonces en la misma casa contamos con dos aulas entonces uno estudia tranquilo donde nadie molesta (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu.)

Tengo una habitación que es la habitación de huéspedes, que nunca hay ningún huésped. Básicamente una habitación con una computadora y una cama. Y siempre es lo que está más desocupado y en silencio y me puedo encerrar (Morena, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

## **2.5. Conectarse desde la celda**

En el marco de esta investigación hay casos de estudiantes que se encuentran privados de su libertad, y estudian a través de programas universitarios para personas en contexto de encierro.

La virtualidad de las clases presenciales también significó una gran posibilidad para que estudiantes en estas condiciones pudieran continuar con sus estudios. En las entrevistas se percibieron respuestas referidas al lugar de conexión, “la celda”, como el espacio permitido y preferido para el estudio:

De mi celda. Antes era difícil, pero una vez que me dieron la computadora la puedo usar, conecto el celular y puedo escribir con el teclado (Maximiliano, 33 años, 2do año de Comunicación, UNLP).

Estoy solo en la celda. Utilizamos muchísimo Internet ahora, y no sólo para informarnos sino para estas clases virtuales está muy bueno (Marcelo, 54 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

Contar con equipamiento –computadora y/o celular– permite reforzar el derecho a la educación, al margen de las circunstancias de contexto de encierro. En estos casos, los detenidos pueden participar tanto de los encuentros sincrónicos como así también de las actividades asincrónicas.

## **Conclusiones**

La situación generada por la pandemia del COVID-19 ha producido que las y los estudiantes de Comunicación y Periodismo de las universidades estudiadas estén más tiempo conectados que antes.

A continuación, presentamos sintéticamente los principales hallazgos:

- El 33% de las y los encuestados reconoce estar todo el tiempo usando Internet. Muchos de ellos manifiestan cierta “saturación” por la conectividad permanente, que se ha extendido no solamente a las actividades académicas o laborales sino también a las reuniones sociales, como el caso de los cumpleaños por Zoom.

- El lugar de conexión y la posibilidad de contar con computadora propia son los dos factores que más influyen en la organización cotidiana de su estudio.

- Un 53% de las y los estudiantes elige el dormitorio como espacio de la casa en el que está más tiempo conectado; mientras que un 39% lo hace en el lugar de estar (sala, living, comedor), lo que requiere de acuerdos con el resto de los familiares con quienes conviven para poder concentrarse en sus tareas académicas.

- El 74% de las y los estudiantes encuestados dijo contar con un equipamiento de uso individual; mientras que el 22% lo comparte con alguien en el hogar. Aquí aparecen diferencias importantes entre las y los estudiantes que asisten a universidades privadas con respecto a las públicas: en las primeras es más común que las y los estudiantes tengan computadora propia y se conecten mayormente desde sus dormitorios.

- Más allá de quienes elijan su dormitorio o un escritorio como espacio fijo de conexión, la experiencia cotidiana de las y los estudiantes es de una conectividad itinerante: van cambiando de lugar de acuerdo con sus necesidades, la distancia con el router que les permite mejor señal y también, según haya o no alguien más en el hogar para estudiar tranquilos.

- Las y los estudiantes pueden requerir mayor privacidad para un encuentro de clase sincrónica o para una reunión entre pares; o bien pueden preferir un espacio compartido para mirar una película o serie en línea.

- La flexibilidad que otorga el hábito de conectividad constante permite –incluso– estar en un sitio determinado y a la vez cumplir con obligaciones en línea de otra índole: es el caso de estudiantes que en su trabajo podían conectarse para cursar o realizar actividades con compañeras o compañeros de manera sincrónica o asincrónica, y también el de las y los estudiantes privados de la libertad, quienes gracias a la posibilidad de conectarse desde sus celdas pudieron continuar con sus estudios.



## Capítulo 3

# LA TECNOLOGÍA Y YO: UN DÍA EN LA VIDA DE LAS Y LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN

**Paula Porta**  
**Natalia Zapata**  
**Julieta Cane**

Universidad Nacional de La Plata

### Introducción

La vida cotidiana está atravesada por la tecnología, ya sea para acceder a la información como también para estudiar, socializar y entretenerse. La pandemia estrechó aún más esta relación con los dispositivos, los que se volvieron imprescindibles para sostener la cotidianidad en un período tan inusual como el aislamiento social. En este capítulo abordamos la rutina diaria de las y los estudiantes de comunicación, los hábitos desarrollados en torno a los dispositivos en distintos momentos del día y las motivaciones que hacen que usen estas tecnologías para satisfacer sus necesidades. Más allá del incremento general en la conexión a los dispositivos, lo novedoso que nos aportó este contexto es que las y los estudiantes establecieron una rutina de interacción con la tecnología para dotar de sentido a la cotidianidad y ordenarla en medio de la incertidumbre. En los siguientes apartados analizaremos las rutinas con la tecnología en diferentes momentos de la jornada: mañana, mediodía, tarde y noche/madrugada.

#### **1. La mañana: dime cómo te despiertas y te diré tu grado de tecnoddependencia**

Frente a la imposibilidad de frecuentar espacios físicos de encuentros por la amenaza que implicaba el virus, los dispositivos tecnológicos se convirtieron en un nexo necesario entre el adentro y el afuera. El devenir de la pandemia, la socialización, el estudio,

el ocio, entre tantas otras áreas de la vida cotidiana, se trasladaron a los píxeles de las pantallas. De allí que no resulte extraño que el hábito de despertarse y utilizar el celular para ingresar a WhatsApp, Twitter o Instagram se haya convertido en una práctica que compartieron numerosos jóvenes:

A la mañana, apenas me despierto uso más el celular para revisar rápidamente todo lo que necesito saber (Pablo, 23 años, 2do año de Comunicación, USAL).

Casi siempre me levanto con alarma. Lo primero que hago es abrir Instagram, siempre. Chusmeo un poquito. Siempre me levanto antes para poder hacer eso. Como que ya sé que lo voy a hacer, preferible darle tiempo y no llegar tarde a las clases (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Generalmente a la mañana lo primero que hago es ver el celular y navegar por Instagram, que es la única red que estoy utilizando ahora. Después veo si tengo algún mensaje en WhatsApp (Fermín, 24 años, 4to año de Periodismo, UNLP).

Desde el primer momento que me suena la alarma del celular a las 7 ya estoy conectado por WhatsApp o Instagram por un tema de trabajo (Juan, 26 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

Cuando me levanto, estoy un poco más con el celular. Ahí scrolleo un poco de redes. Si entreno o hago algunos ejercicios, lo hago viendo videos de Youtube (Martina, 23 años, 4to año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Como vemos, el hábito de despertarse con el celular, chequear mensajes e ingresar a las redes sociales se transformó para muchos jóvenes en un ritual necesario para dar inicio a la jornada. Por medio de la lectura de los testimonios pudimos observar que la mañana es, probablemente, el momento del día en el que se consume mayor cantidad de información a través de las redes.

Merecen nuestra atención los modos que utilizan las y los estudiantes para describir esta práctica: expresiones como “chusmear”, “scrolllear” o “revisar rápidamente” dan cuenta de que el primer contacto con la información es bastante fugaz e incidental porque las noticias “llegan” o “aparecen”:

Me levanto, prendo la computadora, hago el desayuno y estoy con el celular. Ahí generalmente me empiezan a aparecer noticias. Si es algo que me interesa, entro y leo la noticia, sino, leo el título y sigo de largo. Y después, a lo largo de la mañana, como estamos en clase, no estoy tanto leyendo diarios o lo que sea online (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Normalmente es: o me avisan que pasó algo, me llega la notificación de Twitter o de algo, como que a mí me tienen que avisar “Cami pasó esto entrá” porque si no, a menos que esté en Twitter ya chusmeando y me entere ahí, normalmente me gusta que me llegue la notificación (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

En el celular tengo para que me lleguen noticias, de Google y de la app The News, no entro a leer todos, pero sí veo los titulares para saber (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Es interesante remarcar que en la mayoría de los casos se reitera la práctica de leer los titulares como primera aproximación a las noticias del día. Esta lectura es rápida y superficial, sólo se profundiza en el contenido cuando coincide con el interés de las y los estudiantes: “si me interesa, entro y leo la noticia, sino leo el título y sigo de largo”. También es destacable la metáfora que utiliza un joven en torno al uso de las redes sociales para consumir información. Según su punto de vista, las redes son una “puerta de entrada” para llegar a otros medios con mayor alcance:

Cuando te digo que yo me baso en las redes sería que yo las utilizo como puerta de entrada, entro por la puerta por una red social como Twitter en una noticia, veo la noticia que replica por ejemplo

Gustavo López, entro al sitio de Telefé Córdoba y veo la noticia o si no con otros periodistas por ejemplo de Buenos Aires puedo llegar a entrar a La Nación, utilizo a las redes como puerta de entrada para medios grandes, esa digamos sería la rutina (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Por otra parte, llama la atención el paralelismo que realizan numerosos jóvenes entre la práctica de leer el diario en papel con la de ingresar a las redes sociales virtuales para informarse. Esta observación se puede apreciar en el testimonio de una joven que describe a Instagram como una especie de “diario digital” o quien asegura que cuando comienza el día lee hasta el último tweet que no vio la noche anterior:

A la mañana en el proceso de ver las redes y llegar a Twitter comienza el día, básicamente leo hasta el último Tweet que no vi. Como si fuese un libro que uno abre y deja con un señalador (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

Yo me levanto, llevo el celular conmigo, por ejemplo, si voy a la cocina a desayunar. Primero miro Twitter y después voy a Instagram, se volvió mi diario digital (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación, UNR).

Mi rutina es como levantarme, WhatsApp, Instagram, Twitter para el desayuno viste como si fuese el diario (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

En cuanto a los motivos que conducen a las y los jóvenes a despertarse con el celular y revisar las redes sociales, notamos que prevalece el temor a perderse de algo importante durante las horas de sueño –ya sea una noticia, un mensaje de WhatsApp u otro tipo de contenido significativo. Es interesante pensar este tipo de comportamiento en el síndrome de FOMO –en inglés *Fear of missing out*–, en el cual los síntomas más frecuentes son la ansiedad, el miedo y el arrepentimiento a perder una experiencia novedosa o gratificante. Resulta representativa la expresión de

un joven que afirma que “un día no termina, sigue todo el tiempo, salvo cuando salgo de las aplicaciones”:

Me levanto y entro a Instagram porque siempre hay algo ahí y me fijo los posteos, voy bajando y me van apareciendo los diarios que te mencionaba. Usualmente, los diarios tienen una imagen clara de lo que pasa, entonces siempre pongo “ver más” (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Me levanto, ingreso a las redes, miro el historial de Twitter y veo de qué se está hablando, si no miro las tendencias y veo de qué se habla. Un día no termina, sigue todo el tiempo, salvo cuando salgo de las aplicaciones (Manuel, 24 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Me levanto y lo primero que agarro es el celular y entro a Twitter para ver cuáles son las tendencias del día y qué se estuvo twitteando a la noche (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Me levanto, leo Whatsapp y después miro Instagram, donde leo algunas cosas y veo cosas de gente cercana y artistas, streamers y youtubers. Luego, prendo la compu y hago un paneo más amplio en Youtube, mientras desayuno, pero siempre informándome sobre mis intereses (Valentino, 20 años, 3er año de Comunicación, UBP).

Hoy uno se conecta directamente a Facebook o está viendo qué pasó el día de ayer (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En general [el consumo de información] es transversal durante el día por las historias de Instagram que se suben todo el día. Suele ser más a la mañana, que es cuando suben más historias en ese momento o se acumulan de la noche (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Desde que me despierto, apago la alarma y ya estoy chequeando si tengo mensajes o si tengo algún correo (Milagros, 26 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Yo me despierto prácticamente con Twitter y ahí voy volcando la información que tengo yo y de paso veo lo que hay porque por ahí se nos pasa algo (Federico, 28 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Como excepción a este hábito, también están las y los estudiantes que prefieren evitar el contacto con los dispositivos ni bien se despiertan o, al menos, que lo intentan:

Generalmente me levanto a la mañana a eso de las 8:30 e intento darme un tiempito porque no me gusta el choque tecnológico que tiene la pantalla al principio (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

En el desayuno yo no utilizo ningún dispositivo, trato de no hacerlo, trato de desayunar tranquilo (Gonzalo, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLP).

Lo uso como despertador. Cuando me levanto y desayuno trato de no usar el celular (Paloma, 20 años, 2do año de Comunicación, UNR).

La expresión “choque tecnológico” que utiliza uno de los estudiantes para ejemplificar el uso de las pantallas durante las primeras horas del día, da cuenta del papel que juega la dimensión corporal en el uso de los dispositivos. Mientras que para algunos las TIC parecen ser una extensión de sus cuerpos frente a la imposibilidad de desconexión, para otros existe una clara diferenciación entre la dimensión fisiológica y la técnica.

En cuanto al consumo de información, encontramos testimonios de jóvenes que aseguran que cambió mucho a partir de la pandemia. Uno de estos cambios tiene que ver con prácticas que habían internalizado y que, debido a las medidas sanitarias, se vieron interrumpidas. Por ejemplo, el hábito de escuchar la radio o leer las noticias en el trayecto a la Universidad:

Antes leía rápido las noticias en el colectivo mientras iba a la facultad y ahora puedo tomarme el tiempo para leer tranquila e

informarme completamente ya que había veces en que no llegaba a leer la noticia completa porque terminó el recorrido (Camila, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

Antes tenía la rutina ordenada de otra manera. Yo antes me levantaba tipo nueve, ponía “Sexy People” que es este programa y llegaba a la una de la facultad y ponía “Últimos cartuchos” y a la noche cenaba. Cuando iba en el auto me ponía un podcast... Esa es mi información, o sea, nunca estoy leyendo un libro de Foucault. Bueno y ahora como que me falta toda esa rutina, como que estoy todo el tiempo en casa con gente y qué sé yo, no estoy escuchando podcasts como escuchaba en otro momento. Los viajes ya no son viajes de 20 minutos, son viajes de 3 minutos de acá al negocio de mis viejos, entonces no tengo tiempo de escuchar nada como que en ese sentido cambió un montón (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Antes en el auto escuchaba Cadena 3 y algo de información recibía, pero ahora eso no lo tengo. En los trayectos de ómnibus por ahí también escuchaba alguna que otra cosa (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Cuando iba a la facultad escuchaba siempre radio Mitre. Ahí ya me informaba de una manera y como ahora no voy en auto, no escucho radio Mitre (Agustina, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Por ahí escuchaba una radio en camino a la facultad o cosas así. Pero ahora que estoy en mi casa no prendo la tele porque me informo con el celular y tampoco prendo la radio porque no voy a ningún lado (María José, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Antes tenía la costumbre de que cuando mi mamá me llevaba al colegio escuchaba la radio en el auto todas las mañanas. Ahora, como no uso tanto el auto, la radio es el medio que menos uso para informarme (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

En cuanto al consumo de televisión durante la mañana, notamos que en la mayoría de los testimonios aparece como un “ruido de fondo” mientras se realizan otras actividades como desayunar o visitar las redes sociales:

A la mañana TN y todos los lunes veo muchas noticias por un tema de que en algunas materias nos toman test de actualidad y tengo que estar informada (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Prendo la tele y el noticiero (esto es medio “de abuela”) para ver también las noticias, el clima y eso (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Me hago el desayuno y por ahí lo que veo son las noticias en la televisión, mientras me hago el desayuno como de fondo voy escuchando a ver qué onda (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

A la mañana, cuando me despierto, suelo revisar las notificaciones y ahí es cuando empieza mi rutina. Después de eso desayuno y mientras desayuno suelo ver las noticias en la televisión o escuchar la radio (Gerónimo, 19 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Prendo la tele, pero me doy cuenta que nunca me quedo prestando atención a la televisión. Siempre es la tele y el celu en la mano haciendo otra cosa (Valentina, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

A la mañana me gusta más informarme con la televisión que con el celular. Tengo la costumbre de prender la tele mientras me voy despabilando, me hago el desayuno y esas cosas (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Para finalizar este apartado, nos gustaría aclarar que si bien el *smartphone* es el dispositivo que se utiliza con más frecuencia durante el inicio de la jornada, también encontramos testimonios

de estudiantes que directamente encienden la computadora para ingresar a clases virtuales, descargar materiales o realizar trabajos prácticos:

A la mañana uso más la compu, sobre todo por las clases sincrónicas y el trabajo (Rocío, 24 años, 2do año de Comunicación, USAL).

A la mañana uso la computadora hasta el mediodía para ver las clases y hacer cosas de la facultad (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Yo a la mañana uso la notebook, la uso para temas de la facultad o el trabajo también si tengo que investigar algo. El celular lo uso después de la mañana, digamos para el mediodía (Flores, 21 años, 4to año de Comunicación, UNL).

Me levanto casi siempre temprano porque considero que a la mañana me concentro más. Prendo la compu, veo qué cosas tengo que hacer. Envío el trabajo, después leo las clases que dicen qué leer o analizar (Victoria, 18 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

## **2. El mediodía: ¿apagón digital, Youtube, Netflix o el noticiero?**

El mediodía es un momento de gran importancia no sólo por la ingesta de alimentos para recargar energías, sino por las personas con quienes se comparte la mesa. A partir del análisis de los testimonios, pudimos notar que en muchos hogares se establecen ciertas normas o acuerdos respecto al uso de las pantallas durante estas horas del día:

Al mediodía por ahí, capaz, leo algo, trato de no usar pantallas (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Estoy un par de horas sin usar nada mientras almuerzo y descanso un poco (Martina, 23 años, 6to año de Periodismo, UNLZ).

En el almuerzo ni en la cena utilizo el celular. Más por una concepción de casa de que no se usa nada tecnológico (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación, UNR).

En cuanto al consumo de noticias, nos encontramos con que numerosas familias miran y comentan el noticiero durante el almuerzo. Es interesante señalar que, en muchos casos, este consumo excede a la propia voluntad de las y los estudiantes, quienes tuvieron que adaptarse a las particulares dinámicas familiares:

Después al mediodía cuando llego del trabajo como te decía anteriormente, no por iniciativa propia sino porque vivo con mi familia y es inevitable no verla está prendida la televisión con las noticias (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En el almuerzo veo la televisión, veo el noticiero de Telefé con mi familia y después de eso es todo con el celular (Rafael, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Mi rutina informativa no cambió mucho, pero sí un poco. Por ejemplo, el ver ahora todos los días al mediodía el noticiero, que antes no lo hacía (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Al mediodía en mi casa siempre miramos el noticiero y de ahí pasamos de un canal al otro y hasta la tarde, hasta tipo 4 si es que estamos un rato descansando o lo que sea, queda la tele prendida así que seguro está el noticiero de fondo (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Espero a las noticias del mediodía para entender sobre qué trató o sobre lo que se habló en las redes. Y después mayormente lo comentamos en familia mientras almorzamos. Creo que es un tema muy debatido, las noticias al mediodía (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Resulta significativo destacar que, con el devenir de la pandemia, en muchos hogares se produjo un cambio notable en la

programación habitual de contenidos. En este sentido, muchas familias decidieron pasar del noticiero a programas de entretenimiento durante el almuerzo para evitar las noticias trágicas o, incluso, eligieron mirar series *on-demand*:

Básicamente acá en casa, lo que se ve mucho es Telefé, nos levantamos con el noticiero de la mañana, seguimos con el del mediodía, estamos todo el día con Telefé, tal vez hay algún programa de entretenimiento en el medio para sentarnos un poco y que no sea todo dramático, porque últimamente son todos fallecimientos y todo ese tipo de noticias y para cambiar un poco nos vamos al 13, capaz algún programa de comida, o modelaje (Federico, 19 años, 2do año de Periodismo, UNLZ).

Al mediodía y después a la noche también cuando nos sentamos a cenar, vemos qué es lo que está pasando. Noticieros. Pero por ahí en mi casa ya están como medio cansados entonces directamente ponemos una serie o una peli. Al principio de la cuarentena sí, era todo el día. Ahora ya no (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Por otra parte, también encontramos testimonios de jóvenes que, al transitar el aislamiento de manera solitaria, optaron por mirar videos de Youtube o capítulos de una serie de Netflix a título de compañía durante esta etapa de la jornada:

Me conecto a clase por la computadora y salgo tipo 11, 12 o 1, depende del día. Me agarro algo para comer y lo gracioso es que como viendo alguna serie, entonces sigo conectada (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

A las 13 paro para comer. A esa hora por ahí agarro el celular y me pongo en YouTube para ver el video que me interese sobre algo, no sé, más de recreación o de ocio para dispersarme un poco la cabeza porque la tuve muy con cosas (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

### **3. La tarde: entre el estudio, el trabajo, la información y el entretenimiento**

En este apartado vamos a analizar cómo se vincularon las y los estudiantes con la tecnología durante la tarde. Una primera observación tiene que ver con la elección de un dispositivo u otro según el tipo de actividad a realizar. En este sentido, notamos una rutina digital más marcada en los casos de jóvenes que tuvieron que trabajar, estudiar o cursar materias, mientras que quienes disponían de mayor cantidad de tiempo libre utilizaron los dispositivos de forma más aleatoria:

Durante la tarde, intercalo entre la notebook y el celular. El celular lo suelo utilizar para comunicarme con alguien específico, tanto por mensajes como por llamadas, y para usar redes sociales (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Por lo general, en las primeras horas de la tarde me pongo a hacer cosas de la facultad. Después tipo ya seis paro y descanso, meriendo algo por el estilo, me pongo con el celular, a veces me tiro a ver alguna serie por el celular (Dani, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

A la tarde corto para hacer ejercicio pero aún así sigo utilizando el celular para escuchar música. Más tarde, vuelvo a usar la computadora para cursar. Estoy mucho en la computadora (Joaquín, 20 años, 3er año de Institucional, UBP).

Durante la tarde igual vuelvo a usar la computadora para ver algo. No sé buscar recetas cosas así que son del día a día. No tengo algo muy fijo pero sí eso. Estoy bastante tiempo con el celular, con mensajes, Facebook, Instagram (Zoe, 21 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Durante el día estoy con el celular también, aunque con este dispositivo convivo permanentemente, y a la tarde ya no suelo usar la computadora, es más televisión que otra cosa. Si puedo ver

una serie que me gusta en la televisión y no en la computadora, lo hago, aunque casi siempre gana Netflix en la compu (Magalí, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Por otro lado, en algunos casos, el tiempo de uso de dispositivos tecnológicos estuvo condicionado por la situación epidemiológica de cada localidad, es decir, por las actividades que estaban habilitadas según la fase sanitaria decretada por el Ministerio de Salud de la Nación. Esta particularidad se ve reflejada en el testimonio de Guillermina, quien asegura que el tiempo en las pantallas era menor durante la tarde porque podía salir de su casa, pero igualmente llevaba su celular:

A la tarde en el lugar en el que estoy estamos en fase 5 entonces es más un estilo de vida normal, entonces a la tarde salgo más de mi casa (...) Pero durante la tarde ando con el celular pero por la cotidianidad (Guillermina, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

También encontramos numerosos testimonios de jóvenes que utilizan diferentes dispositivos de manera simultánea: están en clases virtuales mientras conversan por WhatsApp, escuchan música, tienen una serie de fondo y *scrollean* por las redes sociales.

Creo que me conecto desde la computadora porque nada, el tema de tener el escritorio, lo que hace que yo pueda estar escuchando algo, viendo otra cosa (Martina, 23 años, 4to año de Comunicación Audiovisual, UBP).

No me gusta estar siempre en una cosa. Como que si estoy viendo la serie mucho tiempo me aburro, después paso al celular. Si estoy mucho con el celular, no sé, paso al libro. Varío entre esas cosas. Nada, después sigue mi vida en el celular (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

A la tarde empiezo a cursar, estoy cinco horas cursando entre diferentes materias, también miro series (Manuel, 24 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Durante toda la tarde estoy cursando así que estoy con la computadora encendida, el celular al lado y bueno lo mismo si tuviera que hacer algo del trabajo (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

A la tarde me vuelvo a conectar con la computadora porque tengo alguna cursada o estoy estudiando, o tengo que escribir una nota para otro lugar entonces con la compu, pero siempre están en simultáneo los dos dispositivos (Melanie, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLZ).

La presencia o el uso simultáneo de las TIC da cuenta de la necesidad de evitar el aburrimiento: mientras más dispositivos tienen cerca, aumentan las posibilidades de acceder a diferentes contenidos y de recibir numerosos estímulos. Si bien la multitarea es una práctica que antecede a la pandemia, pudimos observar que en el aislamiento se acentuó aún más por la imposibilidad de desarrollar otras actividades recreativas en espacios físicos como juntarse con amigos, practicar un deporte, asistir a un recital, entre otras.

El lado negativo de este hábito es que, muchas veces, termina causando saturación o agobio por recibir tantos estímulos al mismo tiempo, además de debilitar los vínculos entre las personas que compartían un mismo espacio, lo que condujo a tomar algunas medidas en el asunto:

Trato de mantener una relación cara a cara sin usar el dispositivo, sobre todo en momentos claves de reunión familiar, almuerzo, cena... trato de distenderme (Joaquín, 29 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

Antes intentaba por lo menos, no sé, hacer otras cosas para no estar todo el tiempo conectada. Hasta ponía el tiempo en las aplicaciones, eso intento usarlo pero siempre es como "dame 15, dame 15" (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Hago un recreo de dispositivos con mi familia en el que nadie

se conecta y sólo tomamos mate (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

A la tarde me gusta estar desconectado de Internet para estar con mi familia, salir a pasear, salir con mis amigos, o hacer deporte, si no, me satura mucho estar muy conectado. Aprendí a hacerme un tiempito para descansar (Gerónimo, 19 años, 3er año de Comunicación, UBP).

En cuanto a los hábitos informativos, notamos que disminuyen durante la tarde, ya que las y los estudiantes priorizan realizar otras actividades como cursar, estudiar o juntarse en grupo a realizar trabajos prácticos de manera virtual:

Durante la tarde por ahí tengo un lapso de poca información, por ahí hago cosas, salgo a correr, entonces no ando muy al tanto, pero ya a la tarde noche sí, sobre todo ahora que publican la cantidad de casos, contagios de Covid, vuelvo a la compu, entro a los sitios a ver qué pasó (sobre todo en mi zona) y ahí por ahí también chusmeo algo en Instagram. Te podría decir que eso es a la mañana y a la tarde-noche. Hay un lapso en el medio en donde no chusmeo mucho (Fermín, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL).

Generalmente por la tarde siempre tengo algo que hacer, así sea trabajar o estudiar por lo que me siento y estoy ahí (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

A la tarde empiezo a cursar, estoy cinco horas cursando entre diferentes materias, también miro series (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Como vemos, a la tarde las rutinas de las y los estudiantes son muy diversas. Están quienes agrupan la cursada en una misma franja horaria, quienes deben salir a trabajar e incluso quienes aprovechan para realizar algún deporte o pasatiempo. Sin embargo, hay un momento del día donde los contenidos en

redes sociales parecen emerger y multiplicarse: la tardecita. Veamos algunos testimonios que llamaron nuestra atención:

Hay momentos, no sé, tipo siete de la tarde que te tirás en un sillón y te ponés a scrollear y scrollear y scrollear y scrollear como infinitamente...y ahí te consumió una hora de tu vida esa actividad, pero es medio un uso constante, todo el tiempo (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Por ahí a la tarde trabajo y como no puedo usarlo, no estoy con el celu. Ya más a la tardecita-noche salgo, reviso algunos mensajes y me pongo al día con las redes después de haberlo dejado (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación, UNR).

#### **4. Por la noche: ¿dormir, scrollear, mirar series o estudiar?**

Durante el contexto de pandemia, específicamente en mayo de 2021, el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) publicó un estudio<sup>7</sup> sobre los efectos de este suceso en la salud mental de niñas, niños y adolescentes. En el mismo, se alertaba sobre el aumento de cuadros como la ansiedad, la depresión y las alteraciones del sueño, los cuales también se hicieron presentes en los testimonios de numerosos estudiantes:

Y ahora cambió mucho, me cuesta con el tema de los horarios. A la mañana levantarme temprano es un horror, porque termino haciendo cosas a la noche y se me desplazó todo el horario (Daniel, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Hasta llegué a ir al oculista porque no podía dormir (Lourdes, 21 años, 4to. año de Comunicación, UNJu).

Estudiar en el mismo lugar que duermo es complicado (Juanse, 24 años, 4to año de Comunicación Social, UNICEN).

---

7 Estudio sobre los efectos en la salud mental de niñas, niños y adolescentes por COVID-19, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, Mayo 2021, Buenos Aires, Argentina.

Estas últimas cuatro semanas ocupé toda la madrugada, cambié de horario de sueño y me dormía prácticamente a las 7 de la mañana. Eso fue el último mes, por aprobar una materia ahora (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Hay veces en que no puedo estudiar, generalmente en el día llego a casa a las 11 de la noche, me pongo con la facultad a ver vídeos de las clases, etcétera, y me duermo a las 4 de la mañana (Rommel, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLP).

Mientras que la práctica de estudiar durante la noche fue una consecuencia de la pandemia para numerosos estudiantes, para otros fue una elección que habían tomado hace un tiempo. Como veremos a continuación, los motivos para seguir ese hábito van desde la búsqueda de un mejor rendimiento académico o lograr una mayor concentración, hasta procurar tranquilidad:

Cuando tengo que estudiar estudio a la noche porque me concentro más. Si es época de parciales, estudio a la noche y descanso más durante el día y a la noche me toca el estudio (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

A la noche me gusta estudiar, hago los trabajos y todo eso (Guillermina, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

Mi caso particular es que yo a veces funciono mejor de noche, estudio de noche, entonces he llegado a estar hasta las 2 de la mañana, por ahí durante el día, capaz me tomo el día, no hago tal actividad y la arranco de noche entonces estoy ahí hasta las 2 de la mañana (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Apenas termino de comer, me conecto con la computadora para empezar a abrir los trabajos, los textos, hacer los prácticos, estar en Zoom, todo eso hasta la una de la mañana (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Me acuesto en mi cama o en el escritorio, ordenándolo todo, me pongo los auriculares con música y empiezo a estudiar y me gusta

más hacerlo por la madrugada porque no hay nadie, hay todo silencio, nadie molesta, ningún perro ladra ni nada (Carla, 24 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

Más allá del estudio, hay otras prácticas que cobran relevancia en la nocturnidad. En este marco, resulta apropiado recordar las palabras del CEO de Netflix, Reed Hastings<sup>8</sup>, quien en 2017 aseguró que su mayor enemigo era el sueño. A partir de los testimonios recuperados, no hay dudas de que está logrando su meta:

A la noche, después de cenar, me acuesto y me pongo con el celu. A la noche uso un poco más la computadora, veo una serie o algo por el estilo. Tengo el celu al lado mío, obviamente (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación, UNR).

A la noche cuando estoy más relajado, por ahí prefiero ver una peli en Netflix (Federico, 19 años, 2do año de Periodismo, UNLZ).

Siempre uso el celular durante gran parte del día, a la noche prefiero la compu para ver Netflix, desde la compu o la tele. Y con la tablet más bien para leer libros digitales (Juana, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

A la noche sigo con el celular, pero más recreativo. Miro las redes sociales, mensajes o series (Paloma, 20 años, 2do año de Comunicación, UNR).

Estoy en la computadora haciendo los textos o imprimiendo hasta la noche, ahí recién como dejo el celular y veo el plasma o veo una serie así hasta las una que es donde me duermo (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

A las 11 estoy viendo series, a través de la computadora. Y por último, los mensajes que uno se queda viendo hasta que se duerme efectivamente (Julián, 26 años, 4to año de Comunicación, UNR).

---

8 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50245579> “La sorprendente confesión del primer director ejecutivo de Netflix (y por qué tuvo que dejar la empresa)”

Juego un rato a la Play hasta las 11 que ceno, después voy a mi habitación, miro alguna serie en Netflix, estoy con el celu un rato, tipo 2 vuelvo a jugar a la Play hasta las 5 y me voy a dormir (Franco, 21 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

En cuanto a los hábitos informativos, al igual que sucede con el almuerzo, durante las horas de la cena es frecuente que las y los jóvenes miren el noticiero con sus familias:

Recién a la noche, cuando me acuesto intento ver algo en la televisión, generalmente el canal 12, el noticiero del 12 y ahí sí intento quedarme toda la hora del noticiero (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

A la noche es el momento cuando veo televisión, en mi familia es costumbre ver el noticiero a la noche (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Después a la de noche en el horario central el noticiero y ya después nada más porque preferimos mirar, no sé, Guido Kaczka o ponemos algún programa no tanto noticieros sino, por ejemplo, el de Alfredo Leuco (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

También están quienes consumen información por las redes sociales antes de irse a dormir. Es significativo el testimonio de un joven que asegura que durante la noche aparecen con más frecuencia los “disparadores” que lo mantienen dentro de las plataformas:

A la noche cuando ya no tengo nada para ver, llegan de manera más fuerte esos disparadores (Valentino, 20 años, 3er año de Comunicación, UBP).

El momento más rutinario, que uso siempre el mismo dispositivo y a la misma hora, es cuando me acuesto, tipo 11 de la noche, por ahí me puedo quedar hasta la 1:30 o 2 de la mañana usando el celular (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

A la noche antes de irme a dormir hay veces que me pongo a escuchar podcast para informarme (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

En la noche antes de acostarme paso horas con el teléfono. Dos horas fácil a la noche antes de dormir sí, según el cansancio, si estoy muy cansado no le doy mucha bolilla (Gonzalo, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLP).

Como vemos, durante la jornada de cada día se da un ritual de consumo a través de los dispositivos tecnológicos que asume un carácter circular, un ciclo que en su trayectoria va generando cambios físicos y mentales que se repiten cada día:

Me levanto y ya estoy entrando a las redes sociales. Llego al trabajo y durante todo el día estoy chequeando mis redes sociales si es que no tengo mucho trabajo. WhatsApp, constantemente. Cuando llego a casa, me conecto con la compu a las clases y cuando terminan, me pongo a ver una serie que, a veces, lo hago desde el celular y ya me voy a dormir y bueno, se repite (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

A la mañana me levanto y ya prendo la computadora para empezar a estudiar una hora antes de cursar y después sigo con la computadora prendida y usando el celular a la vez hasta las 13 más o menos, que es cuando terminan las clases virtuales. Después sigo usando el celular de vez en cuando, pero ya no estoy estudiando. Cuando me pongo a estudiar, otra vez la computadora, todo el tiempo (Sol, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Asimismo, se hace presente una idea de “conexión” vinculada al aspecto productivo, al trabajo, al estudio, al consumo de información noticiosa y, a la vez, pareciera haber otra significación en torno al consumo en tiempo de ocio, en el que la conexión con una pantalla no es percibida como tal, sino, por el contrario, como “desconexión” y/o “distracción”. Pareciera presentarse como un consumo no consciente, es decir, no racionalizado como tal:

A la mañana y cuando llego al trabajo abro Twitter, Infobae y ahí me informo. Sobre todo a la mañana y a la media mañana. A la tarde cuando llego a casa me desconecto de todo eso (yo desde mayo estoy yendo a trabajar a la oficina). Me pongo a ver una serie, hago otras cosas (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

A las 13 (...) agarro el celular y me pongo en YouTube para ver el video que me interese sobre algo, no sé, más de recreación o de ocio para dispersarme un poco la cabeza porque la tuve muy con cosas (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

## **5. Cambios en la percepción del estudio**

A partir de la virtualización de la educación, las y los jóvenes tuvieron que adaptarse a la fuerza a nuevas dinámicas de aprendizaje, espacios de encuentro y métodos de estudio. Si bien nos dedicaremos a analizar en profundidad la experiencia de estudio a partir del capítulo 10, en este apartado, veremos cómo se modificaron las rutinas de estudio en este contexto tan particular. Para comenzar, nos parece relevante recuperar las sensaciones que provocó el traslado de la educación a las pantallas:

Particularmente, la primera parte del año me costó un montón adaptarme a la virtualidad, a pesar de todos los privilegios que tengo: lugar, conexión, etc. Pero hay como una angustia que nos afecta. No podemos estudiar con la misma concentración y productividad. Pero para esta parte del año, que nos hemos acostumbrado a la fuerza, ya tengo hábitos más consolidados (Emilia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Cambió, no sé si para bien o para mal, porque al estar todo el día en mi casa había días que decía “Bueno no tengo nada para hacer entonces estudio”. Pero después como que al acostumbrarme a estar todo el día en casa empecé a encontrar cosas para hacer, series para ver, ejercicio, lo que sea. Me empecé a distraer más y después

volver a estudiar en el mismo lugar en el que hacía todo me daba fiaca (María José, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Creo que me costó mucho más porque sé que si estoy cansada me tiro a la cama y listo, y como ahora tengo la cama a dos pasos ya no quiero hacer nada y me tiro en la cama (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Como se puede apreciar, uno de los cambios más notorios que percibieron las y los estudiantes estuvo relacionado con la distribución de los espacios. El hecho de no poder asistir a clases presenciales, llevó a la necesidad de trasladar el aula a los metros cuadrados de una habitación, de un living o de un comedor:

Quizás cambió mi lugar un poco porque después mi forma de estudio creo que siempre fue la misma desde hace muchos años, siempre fui como que bastante organizada, ahora lo que cambió es el ambiente (Micaela 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Cambió bastante mi forma de estudiar, fue todo demasiado caótico al principio. El lugar en el que había estado de vacaciones se convirtió en mi lugar de estudio, yo nunca estudio acá. Esta casa nunca la pensé ni viví como lugar de estudio. Lo primero fue acostumbrarme a vivir acá y con mi familia, que fue bastante trágico. Después ordenarme, porque además del estudio, todo lo que es el recreo estás en el mismo lugar de estudiar (Francisco, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

Se te mezcla tu ámbito privado con lo de la facultad (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

En la misma línea de análisis, nos encontramos con una fuerte pérdida de motivación generada por la propia angustia e incertidumbre del contexto y, además, por la imposibilidad de frecuentar espacios físicos de encuentro para desarrollar actividades en grupo:

Además de las formas de estudiar ha cambiado las ganas de estudiar. A mí me pasa y lo charlamos con nuestros compañeros que se nos hace muy difícil porque estamos muy desanimados el tema del encierro, de no poder asistir, se nos hace mucho más complicado (Iara, 19 años, 2do. año de Comunicación, UNComa).

Antes me escribía un amigo y me iba al río, salía a la calle, y ahí estaba mucho menos con el móvil. Pero ahora toda mi vida social se pasó a los dispositivos. También la facultad. Eso me afectó muchísimo en el sentido de estar al día con la facultad. No sé si es que se pierde constancia o motivación. No es la misma de siempre. Eso se pierde y es distinto. Agarrar la compu y ponerse a escuchar dos horas una clase, no es lo mismo que la presencialidad (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

No encuentro comparación. Creo que cambié desde leer el material bibliográfico, hasta lo que es prestar atención y la concentración también me cambió al cien por ciento. Porque en la presencialidad sentía más un compañerismo y el acompañamiento de los profesores, y ahora no, me sentía en la deriva totalmente, en la mayoría de las clases, no en todas, pero sí tuve muchas ganas de dejar varias materias, pero no, la piloté como pude (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Con esto de la pandemia como que me dio mucha ansiedad, de estar encerrada, de estar buscando cosas y que las cosas no fueran tan buenas. Perdí el ritmo que estaba empezando a llevar en la cursada (Zoe, 21 años, 1er año Comunicación, UNComa).

Otra de las consecuencias notorias del encierro fue la dificultad para concentrarse en actividades que requerían de mayor esfuerzo cognitivo como estudiar, investigar o permanecer muchas horas seguidas en una clase virtual:

Te puedo decir que cambió sobre todo al principio de la cuarentena con esto de las clases virtuales. Pasa que por ahí estás en clases y hay algún tema que están repitiendo o que ya viste, y por ahí

agarrás el celular y ahí cambia la rutina. Antes vos, estando en el aula, no sentías esa necesidad de agarrar el celular, al menos es lo que me pasaba a mí (Ignacio, 19 años, 2do año de Comunicación, USAL).

Antes me llegaba algún resumen de un amigo y estudiaba con eso, más mis apuntes. Yo estudio dando vueltas por toda la casa, no me puedo quedar quieto, no puedo estudiar sentado y tengo que hablar en voz alta y nada, tratando de estudiar todo (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

El sentido del tiempo también se vio alterado, modificado por el escenario que se configuró durante el ASPO donde las actividades se concentraron en un mismo tiempo y espacio (el hogar), y también, en relación con las nuevas lógicas laborales de quienes, además de estudiar comunicación, trabajaban con redes sociales. En algunos casos se distingue un tiempo para otros (el trabajo, por ejemplo) y el tiempo personal (para el ocio u otras actividades):

Más que nada porque hay un montón de actividades que ya no hago y tengo más tiempo. Pero igual tengo más tiempo, pero no tengo más tiempo... Así que no sé a dónde se fue el tiempo porque, no sé (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Yo manejo redes entonces ya eso multiplica el tiempo que estoy en Internet. Estoy todo el día conectada sí o sí, veinticuatro horas mi teléfono, ponele recién me llegó una notificación de lo que tengo que responder, o sea 24/7 (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

A raíz de que trabajo con redes de varias empresas y marcas, estoy todo el tiempo con el celular, 8 horas al día como mínimo porque tengo que estar editando. Pero después lo que sería mi tiempo, también, me levanto y agarro el celular, o antes de irme a dormir es lo último que veo (María José, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Ese tiempo que me queda del día, hago lo que me quedó por hacer mío, personal, que no tiene nada que ver con el trabajo. Cada día es distinto pero... pero más que nada, ya es que me relajo y veo Netflix (Morena, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En cuanto a la percepción de la cantidad de tiempo dedicado al estudio, nos encontramos con un grupo de estudiantes que afirma que disminuyó considerablemente:

Estudio mucho menos, mucho menos porque tengo menos tiempo. En lo personal hago muchas cosas más de las que estaba haciendo (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

Siento que cambiaron completamente mis hábitos de estudio, que no estoy estudiando a los mismos niveles que estudiaba el año pasado (Catalina, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

De manera contraria, también están quienes aseguran que debido al aislamiento y la interrupción de los viajes a la facultad, tuvieron más tiempo para las actividades académicas, lo que se tradujo en un avance en la carrera:

Cambió bastante mi forma de estudiar, creo que en cuarentena, tengo más tiempo de estudiar, porque uno por ahí es del interior, en mi caso que soy de Palpalá, hay veces que son treinta o cuarenta minutos de viaje hasta el centro, ahora son diez, quince minutos porque no va gente en el colectivo. En la época de la Universidad, era muy largo, muy costoso por ahí tener plata, te levantabas temprano y volvías tarde a casa y llegabas cansado, ni ganas de estudiar o tenés otras actividades, a mí me gusta hacer deportes también... Creo que antes estudiaba menos (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación UNJu).

Creería que tengo más tiempo. Me demanda más tiempo la facultad, en una clase virtual y también porque para conectarme con

mis amigos, con el trabajo, como es todo virtual, es muchísimo más tiempo (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Yo tenía el hábito de levantarme a estudiar y ahora estoy más organizado, tengo un horario para estudiar y me dejo un rato libre para hacer algo ajeno al estudio (José Manuel, 19 años, 1er año, Comunicación UNComa).

Fue beneficioso para mí, dado que al pasar más tiempo en mi casa, tuve oportunidad de avanzar en mi proyecto de tesis, lo que me permitió realizar encuestas, lecturas, plasmar ideas en documentos (Agustina 22 años, 4to año, Comunicación, UNICEN).

De las cuatro [materias] que hice el cuatrimestre pasado, estudié digitalmente, y quizás con mayor tiempo para estudiar, hubo menos viaje, más tiempo libre, menos tiempo perdido en el transporte, ir a menos lugares te da más tiempo para estudiar. (Franco, 21 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

## **6. Cambios en el consumo de información**

En los apartados anteriores indagamos, entre otros aspectos, en las rutinas informativas de las personas entrevistadas durante el ASPO. Asimismo, a partir del capítulo 4 profundizaremos en los hábitos informativos y en los medios que consultan para acceder a las noticias. Ahora proponemos adentrarnos en la percepción de cuánta información se consumió y por qué. En una primera instancia, nos encontramos con testimonios que aseguran que se informan más que antes. Entre las razones de este aumento se encuentra el interés en la evolución de la pandemia, la disposición de mayor cantidad de tiempo libre y la disponibilidad de nuevas herramientas y recursos:

Ahora siento que me informo más que antes, es decir. Ahora busco más la información en detalle, antes en general no lo hacía solamente me quedaba con lo primero que escuchaba o lo primero que veía y no... no buscaba más de qué se trataba, no me

informaba más, y ahora con lo de la pandemia por ahí al tener más tiempo disponible o al tener, claro, estar encerrados y tener más tiempo disponible, ya busco otros medios, busco informarme más y saber más lo que está pasando (Jemima, 20 años, 2do año de Comunicación, UNJu).

Sí, antes leía rápido las noticias en el colectivo mientras iba a la facultad y ahora puedo tomarme el tiempo para leer tranquila e informarme completamente, ya que había veces en que no llegaba de leer la noticia completa porque terminó el recorrido. Hoy en día estás con información a mano todo el tiempo, más que antes (Camila, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

Yo sé que hoy en día me informo más, tengo más herramientas que antes, como te dije anteriormente en Twitter sigo muchísimo más medios y periodistas de lo que seguía anteriormente (Florencia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Más allá de los motivos presentados, hay uno que llamó particularmente nuestra atención: la obligatoriedad. Para algunos estudiantes, una de las razones para consumir información era aprobar los test de actualidad que se tomaban (y toman) en diversas materias, mientras que otros se informaban por el deber-ser que supone la práctica periodística. En este último caso, es llamativo el cuestionamiento de una joven que se pregunta qué va hacer con toda la información que consume:

Todo el tiempo me dicen que tengo que consumir noticias, entonces empecé a consumir más noticias porque estudio comunicación social, como que es importante estar informada, pero a veces digo ¿para qué? ¿qué voy a hacer con eso? (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Al informarme en Instagram, cada noticia la comparto. Entonces no solo me informo más yo, sino que también informo a mis amigos. También porque es obligatorio. Si fuese una persona promedio, estaría hecha con saber solo lo que pasa en Argentina, pero como

me toman, por ejemplo, test de actualidad sobre qué pasa en cualquier país del mundo, me encuentro siguiendo medios en portugués, que no sé si lo hubiese hecho yo sola (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Todos los lunes veo muchas noticias, por un tema de que en algunas materias nos toman test de actualidad y tengo que estar informada (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Por otro lado, encontramos algunos testimonios de jóvenes que sostienen que los modos de consumir información cambiaron por la imposibilidad de encontrarse en un espacio físico con otras personas:

Cuando estoy en contacto con más gente, me informo de otras maneras. Salen temas que por ahí yo no sabía, o datos específicos que no tenía idea, y esa era un poco mi forma de informarme, también: con gente, en los grupos. Hoy en día no es tan así, No estoy en contacto con tanta gente, entonces, o estoy buscando o me llegan algunas publicaciones en Instagram, pero de la gente más cercana a mí. Sin la cuarentena, estaba con otros grupos con los que no tenía tanta afinidad, y hablaban y se informaban de temas que mi grupo por lo general no estaría hablando (Lola, 20 años, 2do año de Periodismo, UBP).

Por ahí antes, no sé, te juntabas con alguien o ibas a la facultad “¿Te enteraste tal cosa?” Lo mismo en el aula el profesor o un compañero hacen un comentario sobre un tema y después yo lo busco o indago en el momento. Bueno, otra de las cosas que también se puede sumar sobre dónde me informo es a través de las cursadas. Por ahí hay algún tema del que yo no sabía y lo comentan. Si me interesa lo busco en el momento. Pero bueno, sí, cambió porque ahora es todo virtual: el tele, la compu, el celu y listo. Por ahí algo que te enterás en la calle, ¿no? Pero poco y nada. Yo creo que cambió (Melany, 23 años, 6to año de Periodismo, UNLP).

Finalmente, una cuestión que se vio muy reflejada a lo largo de las entrevistas –realizadas durante 2020, en pleno ASPO– es

el “agotamiento” que sentían las y los estudiantes luego de un exceso de información. Las noticias que les generaban saturación estaban vinculadas al COVID-19, en un contexto emocional complejo:

Quizás con esto de la pandemia al principio era como “bueno, a ver cuántos muertos hay, a ver cuántos contagios, a ver, a ver, a ver”. Y ahora es como “basta” (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Ahora casi que no veo noticias, me saturé con tanta información sobre el coronavirus (Alina, 19 años, 2do año de Audiovisual, UBP).

Una rutina no sé, inclusive en este último tiempo creo que ha caído en algunos días por una cuestión de decisión personal por estar abrumada de la situación (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

Lo que sí se vio afectado es lo que yo consumo. O sea, bajé un montón mis hábitos de consumo de información porque me satura y siempre veo malas noticias y pasan un montón de cosas que a veces no estoy lista o no puedo afrontar (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Un poco te cansa las noticias de la pandemia, el coronavirus, los medios te bombardean esas noticias y un poco me cansa (David, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Me desconecté totalmente de la información porque sentí que me hacía mal, en mi casa sentimos que nos hacía mal estar pendientes de los números, de lo que se podía y no se podía hacer, entonces me desconecté (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Como vemos, el interés en el seguimiento de la situación epidemiológica fue disminuyendo en el transcurso del tiempo. Las

palabras “saturación”, “cansancio” y “bombardeo” nos hablan de un agotamiento físico y emocional en el consumo diario de las noticias sobre el coronavirus. Sin lugar a dudas, la pandemia marcó un antes y un después en las prácticas informativas de las y los estudiantes de comunicación ¿Cuál será su impacto en las futuras formas de comunicar y de hacer periodismo? Es un interrogante que atraviesa a todas las Universidades que componen esta investigación.

## Conclusiones

En este capítulo hemos indagado en los modos de interacción, consumo de información y métodos de estudio que tuvieron las y los estudiantes de comunicación en el marco del aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO), un momento histórico que, sin lugar a dudas, intensificó las rutinas con la tecnología.

Presentamos a continuación los principales hallazgos de manera sintética:

- Más allá de la ubicación geográfica y del tipo de universidad –privada o pública– se comparten ciertos mecanismos informativos como, por ejemplo, la preponderancia del uso de redes sociales para consumir noticias, la existencia de determinados momentos del día para informarse “a conciencia”, la exposición a contenidos informativos de manera incidental, así como también la elección de seguir a determinados medios, periodistas o *influencers*, todas ellas cuestiones que abordaremos en profundidad en la segunda parte de este libro.

- A la mayoría de las y los estudiantes la irrupción de la pandemia les causó, al principio, asombro e interés por seguir el desarrollo de la situación epidemiológica y de las medidas sanitarias. Sin embargo, con el paso de los meses esa inquietud inicial fue disminuyendo en tanto las noticias referidas al COVID-19 comenzaron a causar saturación, agobio, malestar.

- Aquellos y aquellas jóvenes que tuvieron que regresar a sus ciudades de origen y convivir nuevamente con sus familias, debieron negociar o adaptarse involuntariamente a los contenidos informativos que se consumían dentro del hogar. De este modo,

observamos la recurrencia a medios tradicionales como la televisión durante la hora del almuerzo y la cena. En cambio, en el caso de las y los estudiantes que transitaron el aislamiento de manera solitaria, notamos que preferían consumir series a modo de compañía.

- Desde que se interrumpió la presencialidad de las clases, el consumo de radio disminuyó de manera notable. Esto se debe a que el trayecto desde la casa hacia la universidad era el momento preferido del día para consumir productos radiofónicos, ya sean noticias o *podcasts*.

- La mayoría de las y los estudiantes manifestó cierta dificultad para organizar los horarios y adaptarse a la virtualidad, una pérdida de motivación por la angustia e incertidumbre ocasionada por la pandemia y la necesidad del encuentro cara a cara, entre otras cuestiones.

- Mientras que un considerable número de jóvenes expresó haber estudiado menos durante el aislamiento, para otros significó la posibilidad de avanzar en el recorrido académico debido a la interrupción de otras actividades que antes consumían mayor tiempo, por ejemplo, el viaje hacia la universidad.



## **SEGUNDA PARTE**

**¿Cómo se informan las y los estudiantes universitarios de Comunicación durante la pandemia?**



## Capítulo 4

# CÓMO SE INFORMA EL ESTUDIANTADO DE COMUNICACIÓN Y CARRERAS AFINES EN LA ARGENTINA

**Alejandro Rost**

Universidad Nacional del Comahue

### Introducción

El objetivo de este capítulo, que sirve de apertura a la segunda parte del libro, es introducirnos en los hábitos de consumo de noticias de las y los estudiantes de Comunicación. A partir de los resultados de la encuesta realizada a 1941 estudiantes regulares de Comunicación Social, Periodismo y carreras afines de once universidades de la Argentina, entre mayo y agosto de 2021, se analizarán aspectos tales como los dispositivos a través de los cuales acceden a las noticias y los medios y plataformas que consultan habitualmente para informarse; todo ello contrastado entre las distintas universidades a las que pertenecen, la edad, el año de cursada y el género autopercibido de las y los encuestados.

### 1. El smartphone manda

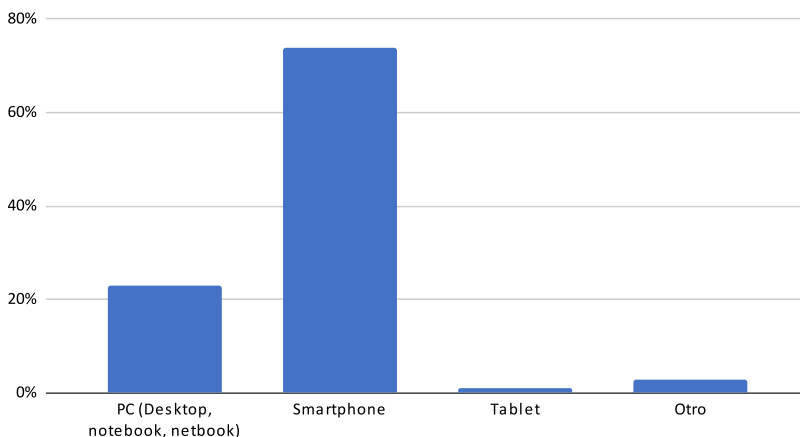
El principal dispositivo digital que usan las y los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo para informarse es, por lejos, el celular. El 74% lo tiene como su principal herramienta para acceder a las noticias, mientras que un 23% usa más la computadora y solo un 1% prefiere una tablet<sup>9</sup>.

---

9 La casi nula preferencia por la tablet como dispositivo de acceso a la información se dimensiona mejor si se tiene en cuenta que la opción “otros dispositivos” obtuvo, en las respuestas, mayor porcentaje (un 3%).

## Gráfico 44

Dispositivo más usado para informarse



Esta elección mayoritaria por el celular como dispositivo de acceso a la noticia que registramos en nuestra encuesta coincide con otros estudios realizados sobre la población argentina en general. Así, por ejemplo, según el Digital News Report 2021 del Reuters Institute y la Universidad de Oxford, un 76% de las personas utiliza el celular para informarse, mientras que un 39% la PC y solo un 6% la tablet (Newman y otros, 2021)<sup>10</sup>. Sin embargo, el uso del móvil como principal dispositivo para el acceso a la información de actualidad contrasta con lo que pasa a la hora de acceder y trabajar con el material de estudio en la universidad, donde un 84% de las y los estudiantes encuestados elige la computadora por sobre el celular (11%), como veremos, con mayor detalle, en el capítulo 11. Es decir, a la hora de informarse, las y los estudiantes prefieren el celular pero, a la hora de estudiar, usan la PC, sea de escritorio, notebook o netbook.

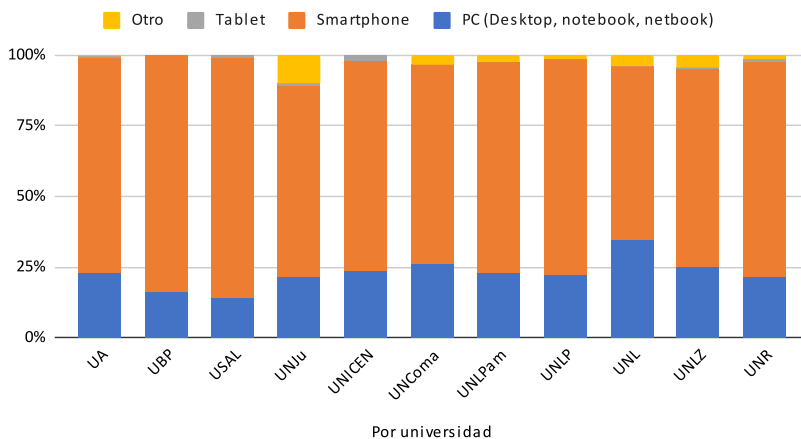
---

10 Un año después, el Digital News Report 2022 registró una caída importante en el uso de la computadora para informarse: un 75% dijo usar el móvil, un 27% la PC y un 5% la tablet (Newman y otros, 2022).

**Por universidad.** La preferencia por el celular para informarse se repite en todas las universidades donde realizamos la encuesta. Los porcentajes de adhesión más altos se registraron en la Universidad del Salvador (85,4%), Blas Pascal (83,3%), Rosario (76,47%), Austral (76,26%) y La Plata (76%). En cambio, los porcentajes más altos a favor de la PC como dispositivo para el acceso a la noticia se vieron en la Universidad del Litoral (34,62%), Comahue (25,83%), Lomas de Zamora (25,25%), Centro de la Provincia de Buenos Aires (23,33%) y La Pampa (23,14%).

**Gráfico 45**

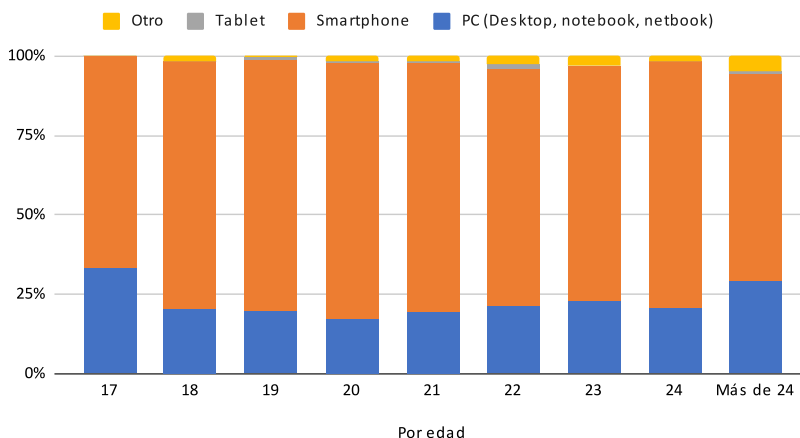
Dispositivo más utilizado para conectarse (por universidad)



**Por edad.** El celular es también el dispositivo más usado para informarse en cada una de las franjas de edad en las que dividimos al estudiantado de Comunicación. Quienes más usan la computadora para la noticia, aunque siempre muy por debajo del celular, se ubican en los dos extremos de las franjas etarias: son las y los jóvenes de 17 años (33,33%) y los de más de 24 años (29,47%). A la inversa, quienes más declaran usar el celular se encuentran en las franjas intermedias, desde 18 a 24 años. Las tablets, como ya dijimos, son mencionadas por muy pocas personas, como principal dispositivo para la noticia.

## Gráfico 46

Dispositivo más utilizado para informarse (por edad)



**Por género.** El celular es el dispositivo más usado para informarse tanto en varones como en mujeres; sin embargo, quienes se autoperciben como del género femenino lo prefieren bastante más (78,35%) que quienes se autoperciben dentro del género masculino (65,36%) pues, según estos datos, hay una diferencia de casi 13 puntos porcentuales. Por otra parte, quienes marcaron la opción “otro género” son los únicos que se inclinan más por la computadora (56,25%) y menos por el celular (37,50%) a la hora de informarse<sup>11</sup> (Gráfico 47).

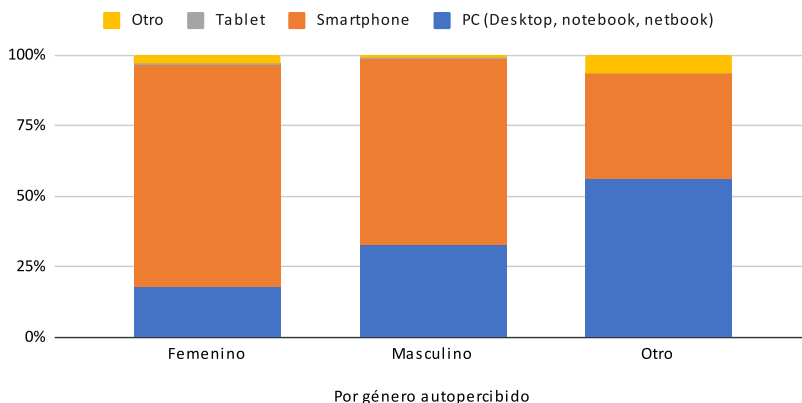
**Por año de la carrera.** El móvil se utiliza más que la PC en todos los años de la carrera a la hora de buscar o acceder a la información de actualidad. Puede decirse que quienes más mencionan el celular, ordenados de mayor a menor, son: quienes transitan la etapa de tesis, las y los estudiantes que cursan el tercer año y, finalmente, quienes están en primer año; a la inversa,

11 Vale aclarar que las mujeres son amplia mayoría en esta encuesta y componen el 72% de la muestra, mientras que los varones son el 28% y quienes se definen en la opción “otro” son un 1%.

quienes están en segundo y en quinto año son quienes más mencionan la PC, aunque siempre muy por debajo del móvil. Según estos datos, se advierte que no hay diferencias significativas entre quienes recién comienzan la carrera y quienes están a punto de egresar. Tampoco hay un patrón claro que marque tendencias, tal como se observa, en el Gráfico 48.

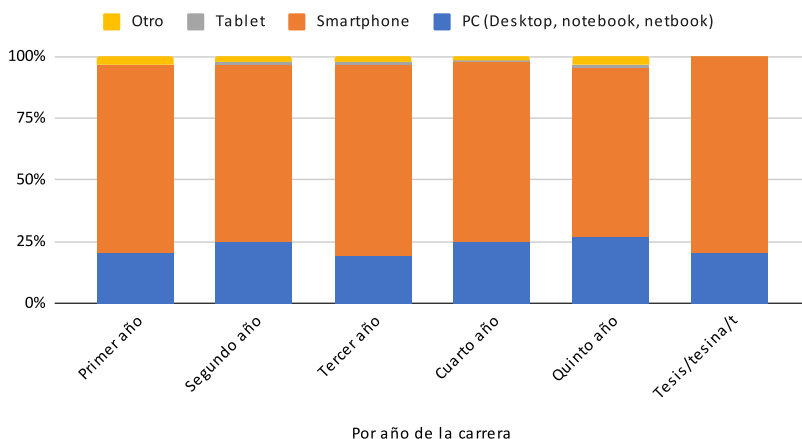
**Gráfico 47**

Dispositivo más utilizado para informarse (por género autopercebido)



**Gráfico 48**

Dispositivo más utilizado para informarse (por año de la carrera)

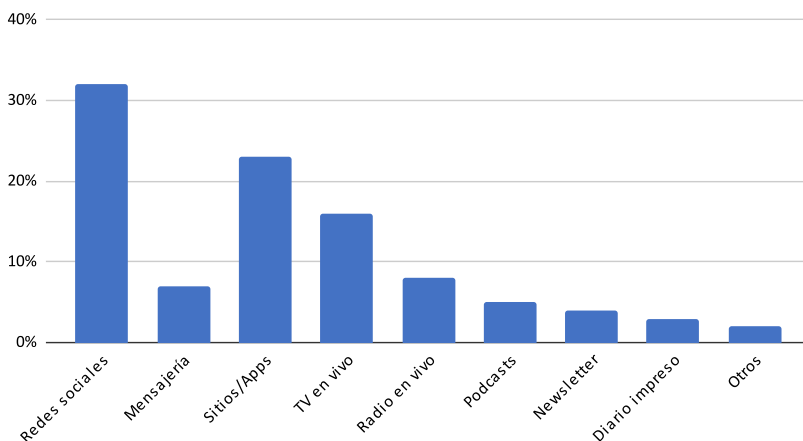


## 2. Medios y plataformas utilizadas

Las redes sociales en Internet son la principal vía de acceso a la noticia en las y los estudiantes de Comunicación Social de la Argentina. El 32% de la muestra declara que, cuando busca informarse, utiliza habitualmente medios sociales como Twitter, Facebook, Instagram o Youtube. Si sumamos los sistemas de mensajería instantánea, como WhatsApp y Telegram, el porcentaje asciende a 39%.

**Gráfico 49**

Medios/Plataformas donde se informa habitualmente



En las redes sociales, las noticias se mezclan con contenidos familiares y de amistades, por lo que no suelen ser resultado de una búsqueda específica sino que aparecen en la navegación y en la interacción. Se trata entonces de un consumo de tipo incidental –como lo definen Mitchelstein, Matassi y Boczkowski (2006)–, donde “el acceso a la información deja de ser una actividad independiente y pasa a ser parte de la sociabilidad en las redes”.

En ese contexto, las principales cuentas en las redes que declaran seguir las y los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo para informarse son las de medios (32%) y periodistas (21%), como analizaremos en detalle el capítulo 5.

Después de las redes sociales en Internet, en segundo lugar en las preferencias aparecen los sitios o aplicaciones de noticias con un 23%. En las entrevistas en profundidad, los medios más mencionados fueron los de alcance nacional como Infobae, La Nación, Clarín y Página/12, aunque, en el caso del estudiantado de las provincias, los combinan con medios regionales y también aparecen medios alternativos, como veremos en el capítulo 6.

En tercer lugar, aparecen televisión en vivo (16%) y radio en vivo (8%), aunque hay quienes acceden a estos también a través de medios digitales en el celular o en la PC<sup>12</sup>. De acuerdo con lo que recogimos en las entrevistas en profundidad, el aislamiento por la pandemia obligó a muchos estudiantes a regresar a la casa de sus padres, donde el consumo de medios tradicionales es mayor, sobre todo el de la televisión. Por otro lado, los diarios impresos son una opción sólo para el 3% de quienes encuestamos.

Se destaca la mención de dos medios emergentes en la encuesta: los podcast (5%) y los newsletters (4%). Quizás esta elección pueda atribuirse en parte a su condición de estudiantes de Comunicación y Periodismo, por una sobreexposición a los contenidos periodísticos. De hecho, son consumos que se incrementan con los años de cursado. Sobre este tema profundizaremos en el capítulo 8.

Si sumamos redes sociales, mensajería instantánea, sitios y aplicaciones de noticias, podcasts y newsletters, podríamos concluir que un 71% se informa habitualmente por medios y plataformas en Internet. En tanto, un 27% lo hace a través de medios tradicionales como TV, radios y diarios impresos.

Podemos contrastar estos registros que abarcan una población joven, con los de otros estudios que se toman de la población en general de la Argentina, en donde se revela un mayor uso de medios tradicionales, sobre todo de la televisión. De acuerdo con el Digital News Report 2021, en la Argentina un 83% dice informarse por fuentes online (incluidas redes sociales), un

---

12 En el capítulo 7 profundizaremos en el consumo de medios tradicionales.

66% por redes sociales, un 64% por la televisión y un 20% por medios impresos<sup>13</sup>. Si bien predominan medios en Internet –y particularmente redes sociales–, aquí la televisión e incluso los medios impresos tienen un papel más importante para el conjunto de la población. Por otro lado, en el trabajo de Boczkowski (2022), que abarca a personas adultas de distintas edades y niveles socioeconómicos principalmente de ciudad de Buenos Aires y alrededores, se destaca el papel de la televisión (65,98%) como la principal fuente de noticia, seguido bastante más atrás por medios digitales (15,54%) y la radio (14,22%). Los medios tradicionales son más usados por personas de mayor edad y menor nivel socioeconómico; los suelen utilizar de fondo, de un modo ambiental.

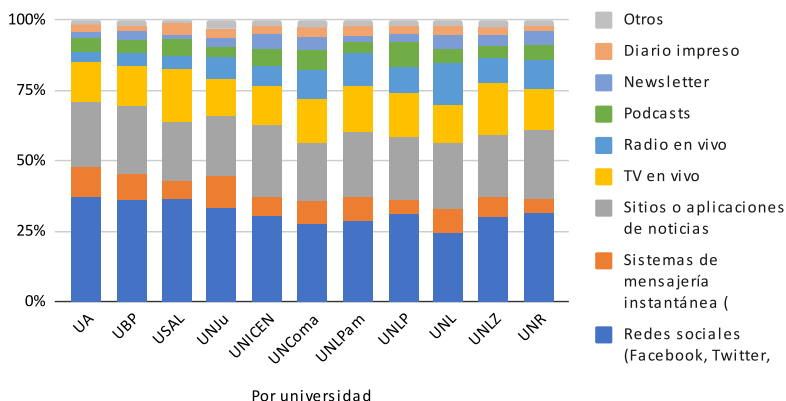
**Por Universidad.** El orden de preferencias de medios y plataformas para informarse se mantiene sin mayores cambios en todas las universidades estudiadas. Así, por ejemplo, las redes sociales están al tope de las preferencias para informarse, si bien varía entre un 24,74% de Universidad del Litoral y un 37,45% de la Universidad Austral. En segundo lugar, aparece la opción de los sitios o aplicaciones de noticias, también en todas las universidades, con poca variación. Y en tercer lugar, surge en todas las sedes la televisión en vivo, sólo apenas superada por la radio en vivo en el caso de la Universidad del Litoral. Por su parte, el consumo de radio es uno de los que más fluctúa según la universidad, pues mientras que un 14,43% lo elige como opción en la Universidad del Litoral, sólo un 3,75% lo menciona en la Universidad Austral. Finalmente, donde más dicen escuchar podcasts es en la Universidad de La Plata (8,89%) y en el Comahue (6,83%); y quienes más mencionan los newsletters son estudiantes de la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires (6,01%) y de la Universidad del Litoral (5,15%).

---

13 Los registros del Digital News Report 2022 son similares: 84% dice informarse por medios online, 69% vía redes sociales, 63% por la TV y 19% a través de medios impresos (Newman et al, 2022).

### Gráfico 50

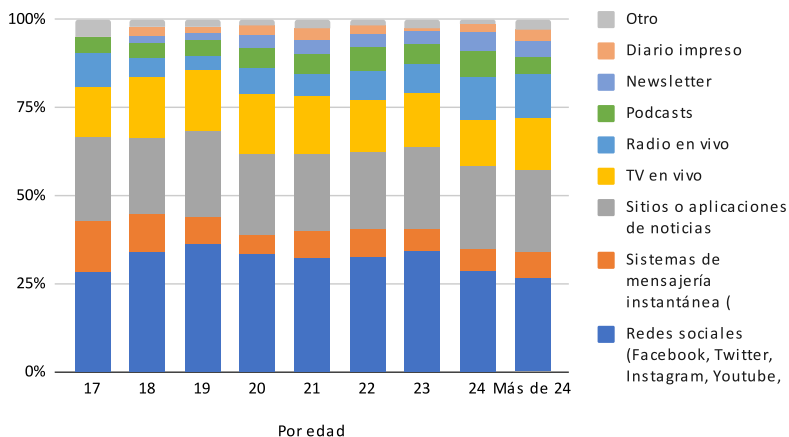
Medios/Plataformas donde se informa habitualmente (por universidad)



**Por edad.** Las redes sociales son la principal opción informativa en todas las franjas etarias, aunque oscila entre un 26,98% (de quienes tienen más de 24 años) y un 36,56% (quienes tienen 19 años). Hay casi 10 puntos de diferencia pero, aun así, siempre están en el primer lugar.

### Gráfico 51

Medios/Plataformas donde se informa habitualmente (por edad)



El acceso a sitios y aplicaciones de noticias es muy parejo en todas las edades y siempre se ofrece como la segunda alternativa informativa.

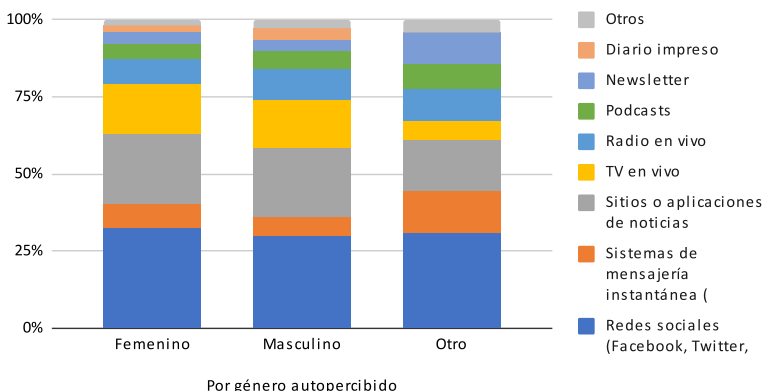
La radio en vivo cambia bastante según la edad. A los 19 años es cuando menos se escucha (4,08%), mientras que luego esta escucha se va incrementando hasta triplicar su valor y llegar al 12,72% en los más de 24. Es decir, que llega más a las y los estudiantes de mayor edad. La televisión no tiene un patrón claro de consumo según la edad y oscila entre un 13,67% (a los 24) y un 17,52% (a los 19 años).

El acceso a podcasts y newsletters tiende a incrementarse con la edad –y con los años de cursado, como veremos–. Los registros más altos en ambos casos están en la franja de los 24 años: 7,24% dicen escuchar podcasts y 5,9% leen boletines.

**Por género.** No hay diferencias significativas en las preferencias de medios y plataformas según el género autopercebido. Las mujeres eligen un poco más las redes sociales, los sistemas de mensajería y la TV en vivo. Los varones están un poco por encima en el consumo de radios en vivo, podcasts y diarios impresos. Para quienes se autoperciben con otras identidades, se destaca el consumo de newsletters y sistemas de mensajería.

**Gráfico 52**

Medios/Plataformas donde se informa habitualmente (por género autopercebido)



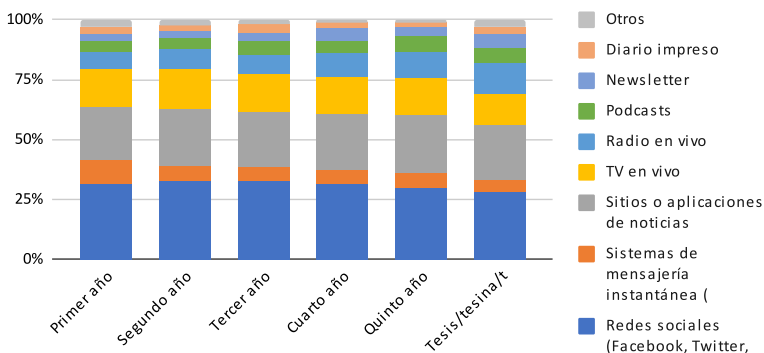
**Por año de la carrera.** Tampoco hay alteraciones importantes en el uso de plataformas y medios para informarse según el año de la carrera. La primera opción informativa siempre son las redes sociales, luego los sitios o aplicaciones de noticias y en tercer lugar la televisión en vivo. El consumo de radio en vivo es lo que más varía a medida que van transcurriendo los años de las carreras y lo hace en forma sostenida, desde un 6,95% que dice escuchar radio en primer año hasta un 12,88% que la menciona cuando ya están en etapa de tesis o tesina.

En menor medida, con el paso por la universidad también se incrementa la escucha de podcasts (de un 4,81% en primer año hasta un 7,11% en quinto año) y el consumo de newsletters (de un 2,74% hasta un 5,76% para quienes están en etapa de tesis). A la inversa, ya desde el segundo año de cursado disminuye el uso de sistemas de mensajería como Whatsapp para informarse (desde un 9,99% en primer año a un 5,42% para quienes están con la tesis).

Podríamos concluir entonces que, según los datos que nos brinda nuestra encuesta, el consumo de radio, podcasts y newsletters tiende a incrementarse posiblemente debido a la experiencia de transitar las carreras de Comunicación Social y Periodismo en la Universidad.

**Gráfico 53**

Medios/Plataformas donde se informa habitualmente (por año de la carrera)



Por año de la carrera

## Conclusiones

Internet ocupa un lugar central en el acceso a la información de actualidad para el estudiantado de Comunicación Social, Periodismo y carreras afines de la Argentina.

A continuación, presentamos una síntesis de los principales hallazgos de este capítulo:

- Siete de cada diez estudiantes usan medios digitales para informarse.

- La principal puerta de entrada a las noticias en todas las universidades y para todas las franjas etarias son las redes sociales, donde siguen sobre todo a medios y periodistas. También visitan sitios o aplicaciones de noticias y, a medida que avanzan en las carreras, escuchan más podcast y leen newsletters.

- El papel de la televisión para las noticias, y en general de los medios tradicionales, es menos importante para las y los estudiantes de Comunicación que para otras poblaciones de mayor edad.

- El principal dispositivo para acceder a la información de actualidad es claramente el celular, en todas las universidades, en todas las franjas etarias y en los distintos años de las carreras.

- La preferencia por el celular es un poco más acentuada en mujeres que en varones, mientras que quienes se autoperciben como de otros géneros, eligen la computadora.

## **Capítulo 5**

### **Informarse en las redes sociales: entre el uso personalizado, los algoritmos y el consumo incidental**

**Francisco Arri**  
**Graciela Paredes**  
Universidad del Salvador

#### **Introducción**

El acceso principal a las noticias por parte de las y los estudiantes de Comunicación de las once universidades que forman parte de esta investigación se da a través de las redes sociales. En este capítulo profundizaremos en el modo en que estas redes se integran a la rutina cotidiana de las y los jóvenes a la hora de informarse. Luego analizaremos qué van a buscar a cada red social en función de sus características diferenciales (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y Youtube), y cómo se da el consumo incidental de noticias que tiene lugar en estos espacios de interacción. Finalmente, indagaremos en las distintas estrategias que desarrollan las y los estudiantes cuando se informan a través de las redes sociales, las relaciones que establecen con los medios periodísticos y la influencia de los algoritmos en el acceso a la información.

#### **1. El día con las redes sociales**

Las redes sociales están integradas a la rutina informativa de las y los estudiantes entrevistados. Como vimos en el capítulo 3, la mayoría de ellos comienza el día de forma similar: aún antes de levantarse de la cama o mientras desayunan, lo primero que hacen es tomar su celular y consultar Twitter, Instagram o Facebook. A partir de estas plataformas, es muy probable que ingresen al sitio digital de algún medio:

Lo primero que hago cuando me despierto es agarrar el celular, que está en la mesa de luz. Sé que no debería tenerlo porque hace mal. Hago un repaso bastante rápido de las redes sociales. Lo primero que hago es chequear el mail que es algo que voy a hacer durante el día, deslizando para abajo y actualizándolo. Después reviso redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. Por lo general a Twitter le destino bastante tiempo, creo que la mayoría de las noticias que no busco activamente me llegan a través de Twitter. Después entro a WhatsApp y arranco mi día (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

Desayuno, me siento con el mate, alguna que otra galletita y entro con el celular a Twitter. En Twitter vos te enganchás en un montón de cosas porque siempre hay una discusión nueva, entonces terminás con ganas de ver de dónde salió esto de acá y terminas entrando a cualquier lado. De Twitter voy a Instagram e Instagram ya me deriva a diferentes links y terminó en cualquier medio digital tratando de ver qué pasó (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

Lo primero que hago cuando me levanto es abrir Facebook que es donde me dan, ya te digo, tengo destacadas las páginas que yo más veo (Facundo, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

La rutina es esta: agarro el teléfono, entro en las redes sociales, veo algunas notas por ahí en algunos medios. No soy de utilizar Facebook, entonces utilizo más Instagram y un poco de Twitter, tampoco demasiado. Y si hay algo que me interesa, profundizo en eso, pero navegando en los diarios (Gonzalo, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLP).

Las conductas varían entre los entrevistados a lo largo del día, sin embargo, hay una constante: ingresan varias veces a las redes sociales. Al ubicuo celular se le suma la computadora para acceder a esas plataformas, sobre todo desde el ámbito laboral:

La verdad es que hago un consumo “snack”, durante todo el día, no es que tengo un horario fijo. Mientras estoy trabajando es bastante intenso, entro también a los medios nacionales además de los regionales. A la tarde si entro a las redes y están hablando de algún tema informativo, también le doy su espacio (Paula, 22 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

Cuando llego a la ofi, me conecto con la compu y obviamente laburo y además del trabajo, siempre mails, portales, utilizo mucho Twitter. Capaz también durante el día estoy entrando a Instagram constantemente- Twitter, Instagram y WhatsApp, eso es lo que uso (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

A lo largo del día dejo el celular cargando y vuelvo a él cada hora para actualizar las redes o ver si alguien me escribió. Eso sí, debo decir que en el contexto de la pandemia no le presto tanta atención al celular como antes porque tengo la computadora acá (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

A medida que el día avanza, las redes sociales pierden la exclusividad como herramienta para conocer la realidad. Las y los jóvenes estudiantes suman otros medios para informarse, ya sea la prensa digital, la radio o la televisión. Un dato interesante que aparece es que, mientras el consumo de redes sociales es una elección individual, el consumo de noticias por televisión es visto como una decisión que toma la familia:

Me levanto y veo Instagram. Veo si hay algún posteo importante de las dos redes, de Somos Jujuy o de Todo Jujuy y si es muy importante lo busco en la página. Pero tiene que ser muy importante. Y si no, bueno espero a las noticias del mediodía para entender sobre qué trató o sobre lo que se habló en las redes. Y después mayormente lo comentamos en familia mientras almorzamos, creo que es un tema muy debatido, las noticias al mediodía (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

A la mañana me meto a las redes sociales primero. Después en los diarios locales y después nacionales. Últimamente empecé a

escuchar mucho más la radio universitaria de nuestra facultad, sobre todo porque informa sobre el ámbito local, en este contexto tan especial (Bernardo, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

Ni bien me levanto, entro a Instagram, porque siempre hay algo ahí y me fijo los posteos, voy bajando y me van apareciendo los diarios que te mencionaba. (...) Después al mediodía, cuando llego del trabajo, no por iniciativa propia sino porque vivo con mi familia y es inevitable no verla, está prendida la televisión con las noticias. Y después a la noche también es inevitable no verlas, porque están las noticias, es como que forman parte de la casa (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Consultar las redes sociales es para muchos la última actividad que realizan antes de irse a dormir. Lo hacen por la necesidad de saber qué pasó en el día y también para anticiparse a lo que podrá pasar en la jornada siguiente.

Mi día termina como lo empecé, en la cama mirando Twitter o los principales portales de Internet y durante el día la rutina es ingresar muchas veces tanto a Twitter como a los portales que mencioné (Juan, 27 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Antes de dormir hago una última vuelta por las redes para ver cómo empieza el día (Paula, 22 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

## **2. Mucho, poco o nada de redes para informarse**

Si bien las y los jóvenes entrevistados usan las redes sociales para informarse, no todos lo hacen con la misma intensidad ni depositan el mismo nivel de confianza en los contenidos que esas plataformas les presentan. Podemos ver distintas categorías de usuarios que van desde los que se informan exclusivamente en redes y dependen de ella para conocer los hechos cotidianos, hasta los que no eligen las redes como fuente primaria de información. Entre

esos extremos, se ubican usuarios que arman su propia combinación de redes sociales y medios tradicionales, en proporciones variables.

Los que dependen completamente de las redes sociales para informarse parecen un grupo menos interesado en la información que los que tienen un consumo de noticias a partir de un ecosistema mediático más diversificado (que incluye a la radio, la televisión, los portales de noticias).

No veo televisión, no escucho radio y no busco noticias. Lo que suele suceder es que las noticias vienen a mí. No, la verdad es que hoy justo le decía a mi vecina que si es importante va a estar en Twitter y si va a estar en Twitter me voy a enterar (Cata, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Diario en papel no leo nada, absolutamente nada. Hace tiempo que no veo un diario en papel ni siquiera. Más allá en un kiosco por ahí, cuando pasás, pero ni cerca. No soy de entrar a los portales, al portal web del diario. Por lo general, yo diría que el 95% o el 100% tienen sus respectivas redes sociales y yo a los que me interesa, los sigo en las redes sociales. Y ahí veo lo que han publicado. Si me interesa la temática entro a la nota, la leo. Vía televisión, nada (Eliseo, 22 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

Por eso digo que lo mío es mucho bicho de redes sociales, porque sigo todo en redes sociales. Ahí sigo todos los noticieros, todas las cuentas (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En el otro extremo, los que dicen usar poco las redes sociales para informarse aparecen como muy preocupados por la calidad de la información. En su mayoría tienen una predilección por los sitios de los propios medios ya que les parece que de esa forma acceden a las fuentes fiables:

Principalmente accedo desde las aplicaciones de los mismos diarios o desde alguna búsqueda que hago por Internet. Pero no uso

tanto las redes sociales para informarme (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Trato de informarme a través de los medios. Pasa que a veces veo quizás algo que es como un disparador para ir a los medios, pero no me informo por las redes. Por ejemplo, tengo muchos amigos que quizás entran a las Tendencias de Twitter o a las noticias que hay en Twitter para informarse y yo trato de no hacer eso. Trato directamente de entrar y ponerme a leer quizás dos minutos de títulos en Infobae y ese tipo de cosas (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Sigo a periodistas y a algunos referentes políticos (Patricia Bullrich, Cristina Fernández de Kirchner), entonces leo algunas cosas que ellas comentan sobre la actualidad. Pero si voy a tener que informarme voy directo a los medios (Catalina, 20 años, 2do año de Periodismo, USAL).

La mayoría de las y los jóvenes encuestados combinan varias redes sociales con otros medios en una dieta a su elección:

Yo diría que me informo a través de las redes más que a través de los medios. Las redes son un intermediario que me permiten llegar a los medios. Yo entro a Twitter y desde ahí por ejemplo entro a ver una nota en algún medio. Pero el paso uno son las redes (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Estoy suscrita a los portales de noticias, al portal de Clarín, a Infobae, o me llegan por mail. No sé, los de los diarios de acá de Neuquén: La Mañana, Neuquén y el diario Río Negro. También por redes sociales. Sigo en Twitter a periodistas, medios de comunicación y por Facebook (Ailén, 20 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

### **3. Uso diferencial de redes: el patrón personal**

Los entrevistados tienen una idea clara de para qué les sirve cada plataforma mediática o para qué usan cada red social. En

este sentido, aparece alguna categorización en el uso de las redes pero que pertenece al ámbito de lo individual y que no sería posible (o conveniente) extrapolar a toda la muestra. En este sentido, lo que queda claro es que cada red social propone un “pacto de interacción” (Scolari, 2004) diferente que las y los estudiantes pueden reconocer claramente y, en función de ese reconocimiento, darle a cada plataforma mediática un uso determinado y específico. Así, por ejemplo, la red Twitter aparece vinculada estrictamente a la búsqueda de información y al contacto con las noticias:

Twitter es como mi centro de información importante (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Twitter es la que más rápido te puede dar la información. Hace poco me pasó que no me andaba Gmail y ningún servicio de Google, y fui a Twitter a corroborar que había problemas con Google (Emiliano, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En Twitter, me informo. Por lo general no peleo con nadie en las redes, lo evito. En Twitter retuiteo, algo de opinión. En Facebook comparto mucho más, en especial de Chile para mis contactos argentinos (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

Por lo general, me informo por Twitter, es donde más noticieros sigo, por una cuestión también de que hago de *community manager* (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En algunas ocasiones los entrevistados afirman que se informan a través de varias plataformas al mismo tiempo, algo propio del actual ecosistema digital en el que están inmersos.

Me informo a través de Twitter e Instagram. A veces desde Facebook también (Azul, 20 años, 2do año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Me informo a través de Facebook, Twitter e Instagram y también por WhatsApp si es que llegan, si comparten en grupo (Marcos, 33 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Si bien, como decíamos al comienzo, no es fácil poder generalizar el uso que las y los estudiantes universitarios le dan a cada red social, sí podemos advertir que los entrevistados manifiestan qué necesidades satisfacen en cada plataforma mediática, entendiendo la idea de que el pacto de interacción sostenido con cada red está claro y/o es explícito.

En Instagram sigo más las cosas que me gustan a mí, tipo las Kardashians que nada que ver con la carrera (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

No tengo una red que siga en forma constante. Sí por ahí siempre para lo que es la actualidad de informativo tanto económico como político y social, entro en Instagram. Después, si quiero andar en algo muy específico o buscar ciertos medios más específicos, utilizo mucho más Twitter. Para comunicarme con compañeros y amigos uso WhatsApp, pero prefiero mucho más Telegram (Bernardo, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

Habitualmente me informo primero por Instagram, porque te decía es la que más utilizo y después son noticias muy recientes. Twitter es la que más rápido te puede dar la información (Emiliano, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Voy cambiando, aparte lo que te da la red social es que te lleva capaz de Facebook a Instagram en un mismo enlace, entonces terminás en Instagram, después terminás en Twitter, así que estoy intercalando (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Me levanto y lo primero que hago es mirar Twitter o Instagram y ahí te dice no sé, Galperin tal cosa y vos vas a Google y ponés Galperin y te aparece que compró un avión. Pero es un poco eso o entro a Facebook... También uso Facebook en menor medida igual. No es mi canal de información, es más para publicar "vendo bicicleta" (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

#### 4. La vieja guardia de Facebook

Hay una idea generalizada de que las y los jóvenes no utilizan ya Facebook. Sin embargo, varios de los entrevistados marcan que siguen eligiendo a esta red social y que les agrada leer contenido allí.

Hace mucho que no veo noticias por televisión, todo es por redes sociales, vivo de Facebook (David, 25 años, 4to año de Comunicación Social, UNJu).

Soy mucho de usar las redes sociales incluso Facebook que todo el mundo cree muerto. A mí me parece un buen lugar (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UNLP).

A mí me gusta mucho Facebook pero ahí hay un montón de *fake news*. Yo soy bastante crédula así que me creo todo, aunque si me interesa mucho el tema lo corroboro googleando (María José, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Varios de los que mencionan su preferencia por Facebook hacen referencia a que se piensa que esta plataforma es para personas mayores. Al usar esta red social, se identifican como “vieja guardia” o “vieja escuela”.

Soy de la vieja guardia, me gusta Facebook. Es con el que más me encuentro (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPAM).

Me informo a través de las redes, yo soy muy de Facebook la verdad, es como que yo soy de una vieja escuela y si sigo a los medios locales, los sigo a todos (Camila, 31 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Hay que discriminar entre red para compartir la cotidianeidad y red para informarse pues las cuentas que siguen los usuarios se relacionan con el empleo que le dan a una plataforma. No es lo

mismo seguir cuentas de medios tradicionales, de medios online y de periodistas, que de amigos o conocidos. En las entrevistas observamos que las y los jóvenes que eligen Facebook lo hacen principalmente para obtener noticias.

Entro a Facebook para ver las noticias, todas las mañanas (Rocío, 24 años, 2do año de Comunicación Social, USAL).

Facebook te da todas las noticias, si a alguien le sucedió algo o un caso particular del coronavirus. Todas las noticias más importantes están en Facebook, obviamente de los diarios que uno sigue (Paula, 23 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

En Facebook es donde más veo las noticias y también Twitter, aunque es más que nada seguir a las personas que hablan y no tanto a las noticias oficiales (Rocío, 24 años, 2do año de Comunicación Social, USAL).

Facebook lo uso un montón, me encanta, todos los enlaces y las publicaciones me llevan a leer las notas (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Entonces por ahí si necesito ver alguna noticia al instante ya sé que directamente entro a Face y Diario Textual, por darte un ejemplo, lo publicó antes que otro diario. Entonces ya directamente entro ahí y lo veo desde Face (Facundo, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

En Facebook las y los jóvenes suelen verse como lectores, no como productores de contenidos. Sin embargo, unos pocos expresan que publican allí sus ideas o que comparten información.

Suelo tener más interacciones o un rol mucho más activo y compartir algunas cosas que estén en tendencia en Facebook. (...). Me gusta que mi opinión haga ruido para que la gente me lea. El público que yo sé que puede discernir lo que estoy diciendo está en Facebook (Gonzalo, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLP).

Si leí en Instagram un texto que me interese o en Facebook mucho más, lo comparto. Hay una noticia sobre lo que sucedió con Blas Correa en el que se subieron muchos posteos que me interesaron, y ahí sí lo compartí (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Institucional, UBP).

Un dato que puede ayudar a entender el motivo por el que eligen Facebook para informarse es la presencia consolidada que allí tienen muchos medios locales. Estos parecen contar con más cuentas en Facebook que en las otras redes. Así, algunos estudiantes mencionan que las noticias que tienen que ver con su comunidad las encuentran generalmente en Facebook ya que allí siguen cuentas de diarios, radios y canales de televisión locales, mientras que para obtener la información nacional o internacional recurren a otras plataformas.

A los medios provinciales que visito, por ejemplo el Diario Textual de acá de La Pampa o el diario La Arena, entro por Facebook. Después, lo que son diarios nacionales o internaciones por Twitter (Yanina, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Los medios locales de acá, como TVCoop San Guillermo, informan bastante por Facebook o Instagram (Joaquín, 20 años, 3er año de Comunicación Institucional, UBP).

Desde que vine a Tandil, arranqué a seguir al diario El Eco en Facebook, por ejemplo. La verdad es que lo sigo mucho más; por ahí, cuando estaba en Buenos Aires no lo hacía (Ignacio, 19 años, 2do año de Comunicación Social, USAL).

También sigo medios de Balcarce y ellos me informan por Facebook. Si quiero saber cuántos casos de coronavirus hay, entonces voy y entro en Facebook y ahí busco específicamente (Fátima, 24 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

Después Facebook, ya te digo, me redirige a La Arena, a La Kermes, a chusmear alguno de estos sitios o a Anfibia (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Por ahí ves en Facebook que te llega una noticia desde diferentes medios pero yo entro al diario Textual (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Frente al grupo que usa Facebook aparece ciertamente otro mucho más numeroso que dice que recurre cada vez menos a esta red. Algunos indican que hace años que no la utilizan y otros que la tienen para cosas relacionadas con la facultad. Varios proponen, a partir de su propia situación, la hipótesis de que la audiencia joven de Facebook migró a Twitter. De este modo, Facebook es la red en la que hay opiniones más extremas sobre su empleo y su utilidad.

Pero Facebook, la verdad es que solo entro para los grupos de la facu, porque como que mucha audiencia joven de Facebook se fue a Twitter, a TikTok. La única que uso para informarme aparte de los diarios online, es Twitter (Nahiara, 24 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Me informo mediante Twitter, Instagram no la uso para eso y Facebook ni lo toco (Franco, 21 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

Toda la búsqueda de información la concentro en Twitter. Facebook no lo uso, solamente para cosas de la Facultad. Además es dudosa la información que se publica ahí (Francisco, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

Tengo Twitter, pero no me parece cómodo y con Facebook me pasa igual, no tengo ni las aplicaciones en el celular (Magalí, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Facebook lo dejé de usar prácticamente. Entro para ver cosas de grupos muy particulares, donde necesito recabar información o preguntar algo, o leer algo (Martina, 23 Años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

Me informo mediante Twitter e Instagram ni bien me despierto. No toco Facebook, lo tengo por las dudas, pero nada (Juana, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

De las entrevistas se desprende que las y los estudiantes van “migrando” en el tiempo de una red social a otra, lo que implica una modificación del uso que le dan a las plataformas previas, es decir, que se reacomodan en el ecosistema mediático.

## **5. Entro a Twitter, luego existo**

Para las y los estudiantes universitarios que forman parte de la muestra de esta investigación, esta red social es la que logra más consenso en ser considerada como herramienta de información. De hecho, varios de ellos la definen como un “medio” que les permite tomar contacto con portales digitales, o incluso como una plataforma que actúa ordenando la información y la conversación pública.

Hoy mi medio de cabecera es Twitter. Hoy lo uso un montón porque como sigo a los diarios digitales, en vez de entrar uno por uno, me salen las noticias. E incluso, lo que tiene de bueno es la sección de tendencias. Entonces vos ves o seleccionás diarios o lo que la gente más menciona. Por ejemplo, el humo en las islas, te das cuenta la repercusión que tiene, o fotos y videos que se hicieron virales (Julián, 26 años, 4to año de Comunicación, UNR).

Twitter solamente te marca qué conversaciones hay, entonces siempre sabés de lo que se habla. Pero si vos querés ver la información, no es muy amplia, si querés profundizar sobre un tema, siempre se recomienda tener un sitio o un blog que te dé la información o ir a las fuentes de periodistas que dan la información (Rebeca, 28 años, 3er año de Periodismo, UNLZ).

En algunos casos, los alumnos asocian el uso de la plataforma con un espacio absolutamente necesario para informarse en función de que estudian carreras vinculadas a la comunicación y al periodismo. En este sentido, también revalorizan la instantaneidad en el acceso a la información.

Una fuente de noticias que yo uso mucho es Twitter porque me permite ver noticias que son más del momento, que van surgiendo, y

ver con otros medios cómo se va desarrollando la noticia (Martina, 23 Años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

Necesito abrir Twitter para vivir. Abro Twitter, luego vivo. Todos tenemos esa adicción, más nosotros. Sí, entro a Twitter, luego vivo (Jimena, 32 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Twitter les permite a las y los estudiantes cumplir con algunas consignas que solicitan en las carreras que estudian. En ocasiones, los profesores realizan tests de actualidad para exigirles a sus alumnos que estén informados. Así, la plataforma mediática les permite poder “medir” los temas que son actuales y conocerlos.

El otro día hablaba con una amiga y le dije que intento saber todo y nos hacen test de actualidad y nunca llego a saber todo. Ella estudia Relaciones Internacionales y me dijo que Twitter es la posta. Ahí te enterás de más cosas, así que capaz hay que aplicarlo (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Desde una perspectiva ecológica de los medios (McLuhan, 1996; Scolari, 2015), se remarca que los distintos medios de comunicación coexisten en un tiempo y un espacio determinados, y que unos no cancelan a los otros sino que los nuevos se construyen sobre los viejos y los reconfiguran (Ong, 1977).

En este sentido, el concepto de *remediación* (Bolter & Grusin, 2001) permite identificar una “contaminación” de los viejos medios en los nuevos y ver el modo en el que un medio queda representado dentro de otro (Scolari, 2008). Así, en algunas ocasiones las y los estudiantes entrevistados comparan a Twitter con mediatizaciones gráficas: bien un diario en papel o bien un libro con marcadores. Incluso, algunos ven similitudes en las rutinas de utilización del diario en papel y la plataforma mediática:

Básicamente leo hasta el último tuit que no vi. Como si fuese un libro que uno abre y deja con un señalador. En el medio leo todo lo que pasó y si veo algo que me llama la atención o considero necesario

saber, freno el flujo del timeline, entro a la noticia, la leo y sigo con el timeline (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación Social, UNR).

Yo me levanto, llevo el celular conmigo, por ejemplo, si voy a la cocina a desayunar. Primero miro Twitter y después voy a Instagram, se volvió mi diario digital (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación Social, UNR).

Yo siempre digo que Twitter es para mí como mi diario porque por ahí me levanto a la mañana, y me pongo a ver Twitter y ahí es donde me entero de muchas cosas. La gente se levantaba por la mañana y leía el diario en papel, yo leo Twitter (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

Twitter es mi diario matutino. Me gusta ver qué pasa y después voy un poco a la fuente directa, googleo (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Uno pensaría que, en Twitter, se hablan puras pavadas pero hay mucha, mucha información de todo lo que está pasando. Como si fuera el diario en la mañana. Una abre la aplicación y está todo ahí (Zoe, 21 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

En algunas ocasiones, Twitter es “la puerta de entrada” de las y los estudiantes a temas que luego profundizarán en otros medios o plataformas. Esta red de *microblogging* también sirve para que los alumnos entren en contacto con medios tradicionales y periodistas.

Me gusta enterarme de las cosas por ahí y después ir al sitio web a ver bien el desarrollo de la noticia en los medios tradicionales. Pero me entero generalmente primero por Twitter y veo qué tema es tendencia, después entro al sitio (Paula, 22 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

En Twitter es donde más entro y tengo las noticias de cada diario al momento. Muchos diarios internacionales también (Julián, 26 años, 4to año de Comunicación, UNR).

Para mí, todo lo que sea informarme pasa por Twitter. Sigo a varias cuentas, a varios diarios: La Nación, Clarín y Página 12 y otras, digamos con propuesta más digital como El Canciller, Revistas Cítrica, La Garganta Poderosa y a unos periodistas especializados, algún tema especial digital y accesibilidad e internacionales, además de periodistas científicos relacionados con el coronavirus (Francisco, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

### **5.1. El uso de tendencias**

Twitter se caracteriza por ofrecer al internauta una serie de herramientas que le permiten ir “midiendo la temperatura” de las conversaciones sociales respecto de ciertos temas en un momento determinado y en una zona geográfica específica.

Así, por ejemplo, las “tendencias”, o *trending topics* son un conjunto de palabras (calculadas de acuerdo con los algoritmos de la plataforma) que indican claramente de qué tema se está hablando en Twitter en un momento específico. En muchos casos, las y los estudiantes valoran positivamente esta herramienta dado que pueden ir monitoreando la agenda temática y descubrir ciertas informaciones para luego profundizarlas en portales digitales o en medios de comunicación tradicionales.

Prefiero entrar a Twitter, por ejemplo, y eso lo hago todo el tiempo para ver lo que hacen mis amigos o para ver algo que, no sé, qué es *trendingtopichoy* y chusmear, no sé, por qué la marcha peronista es *trending*, por decir algo (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Ayer todo el mundo hablaba de la vacuna y lo vi en los *trending topics* y los busco en el navegador (Aiti, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UNComa).

De las tendencias, las y los estudiantes entrevistados valoran la posibilidad de contar con información instantánea sobre la conversación social en Twitter y construir una agenda temática en poco tiempo. También lo ven como un elemento diferenciador de

esta plataforma respecto de las posibilidades de información que dan los medios de comunicación tradicionales.

En Twitter encuentro las tendencias más nuevas, por lo menos para saber qué tengo en la agenda del día y los *trending topics* me ayudan a entender qué es lo que está pasando en el momento (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Me di cuenta de que también te podés informar mediante Twitter por los *hashtags* y las tendencias y todo eso. Entonces hay veces que me entero de cosas antes que por el diario, por no sé Infobae, que te mandan el mail de la noticia. Me entero antes por buscar en Twitter las tendencias o cosas así (Valentina, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Utilizo mucho las redes sociales para informarme sobre qué está pasando. La clave es entrar a Twitter y ver las tendencias que te muestran qué está pasando en el momento (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Lo que más me gusta es Twitter, me la paso leyendo las tendencias, es mi primera fuente y después lo leo en los diarios (Francisco, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Las tendencias en Twitter sirven como puntapié para determinadas noticias que están marcando la agenda del día. Y si estoy mucho tiempo sin conectarme, lo primero que hago es entrar por ahí, porque te indica las tendencias del día, de lo que se habló (Francisco, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

## **5.2. Hashtags y listas**

Otras de las herramientas que ofrece Twitter para gestionar la información son los *hashtags* y las listas. En el caso de los *hashtags*, son palabras identificadas con el signo numeral que crean “etiquetas” para identificar ciertos mensajes con temas específicos, lo que les permite a los usuarios clicar en ellos y poder ver distintos posteos sobre un tópico.

Las listas permiten agrupar a usuarios bajo diferentes criterios (por ejemplo, “periodistas de política”, “medios nacionales”, etc.) y sirven para organizar el visionado de la cronología en la interfaz. Incluso, se puede llegar a utilizar listas confeccionadas por otros usuarios.

Ambas herramientas (*hashtags* y listas) no son tan populares como las tendencias, pero algunos de las y los estudiantes entrevistados hicieron referencia a su uso. En varias ocasiones, las herramientas de Twitter aparecen combinadas para la búsqueda de información:

Para informarme uso Twitter. Ahí entro a los *hashtags*, a las tendencias, porque directamente si pasa algo en el mundo, en el país, lo sabés. Y por ahí encuentro una palabra en Twitter y lo que hago es entrar en el buscador de Google e investigar bien, de fuentes confiables. Sigo a muy pocas personas. Entro para ver las tendencias y de qué hablan, para ver los *hashtags* (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Busco diarios digitales o si no también yo tenía Twitter pero nunca lo usaba y después me di cuenta de que también te podés informar mediante Twitter por los *hashtags* y las tendencias y todo eso. Entonces hay veces que me entero de cosas antes que por el diario (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Las listas les permiten a las y los estudiantes organizar el visionado de las cuentas por áreas temáticas (“videojuegos”) o también por sector o posición del usuario (“periodistas”):

Uso mucho Twitter. Tengo listas armadas, por ejemplo, por temáticas, entonces, videojuegos, toda esa cuestión. También sigo muchos periodistas independientes en Twitter sobre todo. Tengo esa información y también entré a las tendencias a la mañana y a la noche, en los primeros y últimos momentos del día veo las tendencias (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Me informo básicamente en Twitter, mediante listas de Twitter de periodistas que sigo de diversas líneas, o en cuentas que quiero

seguir para eso específicamente (Juan, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

En algún caso, el armado de listas fue indicado en una cátedra de la universidad para que los propios estudiantes vayan tomando contacto con referentes del mundo del periodismo y de la comunicación:

El año pasado un profesor nos hizo hacer una lista que era de periodistas, en la que agregabas 50 periodistas. Entonces eso hice y ahora me sirve para entrar a esa lista y ver qué están publicando, porque generalmente son noticias, aunque a veces hacen mención a su vida privada (Rocco, 19 años, 2do año de Periodismo, USAL).

## **6. Siempre hay algo en Instagram**

Instagram es una plataforma que nació para compartir primero fotos y luego también videos. Pero a medida que los medios y los periodistas fueron creando cuentas en Instagram, la red ganó terreno en el sector de la información y se convirtió en una de las que las y los jóvenes más dicen consumir. Muchos de las y los estudiantes entrevistados la consideran su principal fuente de información:

Principalmente, sigo muchos medios en Instagram. Más a partir de la carrera empecé a seguirlos para estar al día. Es lo que más consumo (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Generalmente me informo con el teléfono, mirando Instagram más que nada. Sigo un par de portales y eso. Como que la información está más ahí para mí (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

También me informo mucho en Instagram. Muchas veces aparecen publicaciones y también veo mucho desde ahí (Lila, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

No bien me levanto, entro a Instagram, porque siempre hay algo ahí y me fijo los posteos, voy bajando y me van apareciendo los diarios que te mencionaba. Usualmente los diarios tienen una imagen clara de lo que pasa, entonces siempre pongo ver los pies de foto y me amplía un poco más la información, no tengo que entrar a ningún lado y voy viendo eso (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En general, me informo durante el día por las historias de Instagram que se suben todo el día. Suele ser más a la mañana, que es cuando suben más historias o se acumulan de la noche. Por Instagram a lo largo del día y si encuentro una noticia que me interese, la abro y la leo (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

En Instagram siempre veo las historias, como todo adolescente, y como sigo a noticieros, siempre veo las noticias que suben noticias en sus historias, y las que me interesan hago 'swipe up' y leo la nota completa. También sigo a muchos programas de radio y a veces a la mañana hacen un informe cortito de las noticias (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Mi principal fuente de consumo de información es Instagram, así que de ahí derivo a las páginas web o a otros sitios. (...) Yo me informo mucho por Instagram. Voy viendo las notas y entrando a base de notas y los GIF que van poniendo en las publicaciones (Guada, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Para informarme, uso las más comunes, que son Instagram y Twitter. (...) Pero Instagram es la principal. Instagram es la principal porque sigo a todas. Twitter también sigo, pero no soy muy consumidor de Twitter. Instagram es lo principal en lo que yo me informo (Eliseo, 22 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

Como usuarios habituales de Instagram, varios entrevistados enuncian que esta red social está desplazando a Twitter como medio para la información en su grupo etario. Según sus experiencias,

Instagram se posiciona sobre Twitter que, a la vez, relegó a Facebook como plataforma para la información:

Yo me levanto y lo primero que agarro es el celular porque es lo que tengo a mano y para informarme, digamos qué está pasando, agarro Instagram. Creo que es como lo más directo. A mí lo que me llama la atención es que, en la manera de dar noticias, que Instagram está comenzando a desplazar a lo que era Twitter. Antes, si alguien se quería enterar de algo iba a Twitter y me da la sensación de que está dejando de pasar (Clara, 25 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Antes me levantaba y miraba Twitter, pero quizás porque me levantaba apurada y me iba a la facu, entonces miraba eso porque era más conciso, me enteraba de todo y me iba. Ahora que tengo más tiempo uso, por ejemplo, Instagram (Camila, 20 años, 3er. año de Comunicación, UNR).

En Twitter no sigo tanto a páginas, sino más bien a personas conocidas. En Instagram sí uso la plataforma para seguir más páginas y de esa forma informarme también (...) Yo creo que Instagram se está poco a poco transformando en la plataforma que a más contenido o que de más formas podés acceder al contenido, porque podés ver videos largos. Por eso, hoy por hoy, la gente de mi edad es la que más utiliza (Emiliano, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Las y los estudiantes que se informan a través de Instagram señalan como ventaja de esta red el modo breve en el que se presentan los contenidos, ya sea un resumen de los temas “de agenda”, o bien, formatos textuales cortos que agilizan la navegación por las noticias:

Soy mucho de entrar a lo que es Instagram y leer alguna que otra noticia por ahí. Cuando estoy con la computadora, igualmente por Instagram. Lo que tiene es que te dan la noticia cortita o videos cortos, entonces después vos tenés que ingresar al link y

ahí ingreso al link, al medio digital, y empiezo por ahí (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

Por donde más me informo es por Instagram porque sigo una página que se llama Infoalinsta y suben todo el tiempo lo que pasa resumido y en palabras clave. Van contando todas noticias cortas y rápidas, y de todo (María José, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Hay una cuenta de Instagram que se la recomiendo a todo el mundo que se llama “Infoalinsta”, que suena re poco profesional, pero me gusta mucho cómo tratan la información porque te resumen al máximo posible. O sea, en una oración te dicen todo (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

## **7. Me llega por TikTok**

En algunas entrevistas, comenzó a asomar TikTok como una plataforma mediática utilizada para informarse. Algunos estudiantes indican que encuentran información en esa red social, pero, de todos modos, no es, como aparece en algunos casos con Twitter o Instagram, la única fuente de noticias. Estas aseveraciones guardan sentido en tanto y en cuanto se nota un crecimiento importante en el uso de TikTok por parte de políticos y también de medios de comunicación (tradicionales o nativos digitales) que han empezado a explorar el lenguaje de esta red que permite crear pequeños clips de “*videoselfies*”, aplicarles ciertos efectos y también una cortina musical.

Algunos estudiantes mencionan que lo atractivo de esta nueva red es ver de qué modo se construye la narrativa de la información para adaptarla al lenguaje audiovisual que propone la plataforma:

Las noticias o me llegan por Instagram o por TikTok o no las registro. Yo no leo el diario porque sí y no veo las noticias en la tele (Belén, 18 años, 1er año de Audiovisual, UBP).

A TikTok lo miro siempre la noche antes de dormir y ahí me termino de enterar también sobre cosas del día si es que no estuve viendo

los portales de noticias en el día (Antonia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Veo TikTok. Es bastante interesante cómo tratan la información. Hay varias cuentas que hablan directamente. Por ejemplo, hay una que me gusta mucho que habla de las cinco noticias que tenés que saber hoy y hay otra que tiene que ver con cinco noticias que tienen que ver con tecnologías (Antonia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Algunos de las y los estudiantes entrevistados mencionaron la cuenta de TikTok de *La Nación* que, si bien es un medio de comunicación que nació como diario, expande a otras plataformas la posibilidad de brindar información:

O a veces en TikTok está apareciendo bastante La Nación, que están metidos (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Hay un montón de *ticktokers* que trabajan, por ejemplo, para La Nación que sigo. Entonces también puedo llegar a ver por ahí pero si me aparece. Por lo general de noche lo uso más como ocio y no para informarme propiamente dicho (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

## **8. Profundizar por YouTube**

Son muy pocas las y los estudiantes entrevistados que nombran a YouTube como un sitio integrado a su rutina para conocer qué ocurre en la realidad. Es cierto que existen algunos que lo prefieren a las otras redes, pero son los menos:

Lo que más uso es YouTube. Siempre lo usé pero no como ahora. Facebook, Instagram y Twitter también, pero no tanto. Face para ver ensayos o algún tema especial. Twitter e Instagram me vuelven un poco loca. Twitter es mucha información, comentario, queja. A veces me estresa. A veces hace falta desconectar. A veces YouTube me ayuda a eso. En YouTube veo de todo. Me copan

mucho los videos de análisis, musicales, documentales y a veces gente que analiza un tema y me interesa mucho como la astrofísica o la astronomía y sigo ese tema (Nahara, 24 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Me informo con Facebook, con Instagram, porque todos los medios tienen páginas ahí, y también mucho YouTube. Me informo viendo resúmenes de noticias, creo que más que nada por YouTube (Lucas, 24 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

Mi jornada informativa la termino mucho con YouTube, videos de noticias del día, y Twitter. Sigo los canales para revisarlos con calma (Lucas, 19 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

De las respuestas obtenidas se desprende que YouTube no es considerada una plataforma para buscar información general. Su uso aparece más ligado a la profundización de la información y al seguimiento de noticias especializadas relacionadas con los propios intereses, como música o política internacional:

En YouTube a veces veo algún que otro video, pero no es tanto buscando activamente noticias, sino que sigo a algún creador (...) por ejemplo, vengo bastante enterada de las elecciones de Estados Unidos a través de este tipo de cosas. Pero digamos que no entro a YouTube para informarme, sino que es consecuencia secundaria (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Dependiendo del tipo de información que estoy buscando puede ser YouTube o por ahí el mismo explorador cuando abre una ventana nueva me tira cosas relacionadas a lo que me interesa y bueno entro ahí. (...) Paso mucho tiempo en YouTube y sigo muchos canales de muchas cosas que me interesan y bueno cuando sale algo nuevo los miro (Rodrigo, 26 años, 4to año de Comunicación Social, UNICEN).

YouTube lo uso mucho para ver contenidos que generan *youtubers*. Por citar un ejemplo, Jorge Pineredo, que tiene una cuenta

que se llama “te lo resumo así nomás”, que hace contenidos sobre películas. Y lo nombré porque nunca me había pasado de estar atento a cuando una persona sube contenido a YouTube. Quizás yo la utilizaba para escuchar música y no tanto para ver contenido. Para leer noticias, Instagram, Twitter. Para escuchar reseñas o información que diga algún *youtuber*, YouTube (Emiliano, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

A veces sí, me gusta buscar, más que nada si tengo que hacer noticias o algo así busco por YouTube o si me pierdo alguna noticia me gusta después buscarla para escucharla (lara, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

## **9. “Las noticias vienen a mí”: sobre el consumo incidental de información**

Durante los últimos años, el acceso al contenido informativo a través de las redes sociales se ha transformado en un aspecto central de la dieta informativa de las y los jóvenes. En este sentido, entre las y los estudiantes entrevistados para esta pesquisa, aparece el fenómeno de la noticia incidental descrito en otras investigaciones (Pew Research Center, 2013; Mitchelstein & Boczkowski, 2018; Fernández Medina et al., 2018). Este concepto, que comenzó a plantearse en la década del 90 y a principios de los 2000 bajo distintos nombres (Williamson, 1998; Heinstrom, 2006), hace referencia a la posibilidad de que los usuarios puedan encontrar noticias de manera repentina mientras están en contacto con un medio con otros propósitos. Esta posibilidad aumentó en el ecosistema digital dado que, a través de Internet, las personas tienen más posibilidades de tomar contacto con contenido noticioso que a través de los medios “tradicionales” (Tewksbury et al., 2001).

De este modo, en los testimonios de las y los estudiantes se utilizan sintagmas que resultan muy útiles para describir la propia percepción de encontrar noticias en redes sociales mientras están navegando en ellas con otro propósito. Hablan de noticias “que me saltan”, “me aparecen”.

Me pasa que las noticias me aparecen, me saltan. No es que yo voy a las noticias sino que las noticias muchas veces vienen a mí porque cuando abro la aplicación y la red social me aparecen y ahí es cuando me informo. No es que yo tenga el hábito de ir a buscarlo sino que me aparece. Así durante el día porque entro bastantes veces en la aplicación, entonces me voy enterando de ciertas cosas a medida que pasa el tiempo, no es que tengo un horario (Lila, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Si estoy navegando en cualquiera de las redes que más utilizo, que son Instagram y Facebook, y salta una noticia que me parece interesante de leer, bueno me tomo mi tiempo de leerla y averiguar un poco más. No es que el consumo de noticias sea algo que se convierta en prioridad o que se vuelva parte de mi día a día (Julio, 24 años, 4to. año de Comunicación Social, UNJu).

En Twitter entro 3 o 4 veces por día y me informo cuando me salta alguna noticia interesante y la leo. No me interesan las tendencias (José Manuel, 19 años, 1er. año de Comunicación Social, UNCOMA).

No es que yo busco saber lo que pasó en el día, es como que las cosas me van llegando, como me van saltando en el inicio o alguien me dice algo y eso me lleva a buscarlo (Morena, 24 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Muchos estudiantes reconocen que la información les aparece aun cuando están navegando en redes sociales con otros propósitos u objetivos (como el de entretenerse, estar en contacto con amigos o compañeros de la facultad). Algún alumno incluso menciona el hecho de “ser bombardeado por noticias” y entonces tener que informarse “aunque no quiera”:

Lo que me pasa con la redes es que, como yo estoy en Twitter o en Instagram, no entro con la intención de informarme pero al seguir esas cuentas, quiera o no, me aparece esa información, entonces terminó eligiéndola (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

No soy de buscar información al menos que me pregunten de algo y no sepa del tema. Pero todo el tiempo estoy siendo bombardeado por noticias, entonces aunque yo no quiera, todo el tiempo estoy informado, ya sea a través de las redes sociales, especialmente Instagram, o a través de notificaciones que me llegan en el celular de portales de noticias (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Algunos de las y los estudiantes que formaron parte de la muestra de esta investigación también reconocen que las “noticias incidentales” aparecen bajo el formato de *breaking news* (o noticias en desarrollo), acentuando el valor de las redes sociales respecto de la instantaneidad y el “tiempo real”. En algunas ocasiones, también mencionan el concepto “consumo incidental” en tanto y en cuanto se presupone que han podido estudiar el fenómeno en las carreras universitarias que cursan:

Durante la primera mañana, te podría decir que me informo de todo pero como hay noticias que ocurren en tiempo real y entonces yo me conecto normalmente a mi Instagram o Facebook y las veo, me saltan enseguida (Federico, 28 años, 5to año de Comunicación Social y Periodismo, UNL).

Miro mucho Twitter, y sí, pero es consumo incidental, tiene que ser algo que impacte. Una extensión de la cuarentena, por ejemplo, lo sigo por Twitter mientras lo veo en vivo. O tiene que ser algo que esté muy bien vendido en Twitter, por ejemplo (Eugenia, 24 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

En otras ocasiones, también se vincula la “noticia incidental” con el interés. Es decir que las y los estudiantes, mientras están en las redes sociales o incluso cuando reciben una notificación de un navegador de Internet, reciben un contenido informativo que les resulta interesante. En este caso, la red o el navegador actuarían como un “recomendador” que luego les permite profundizar el contenido en otro sitio:

Con redes sociales, muchas veces veo noticias que me interesan porque el navegador de Google te manda algunas sugerencias, voy linkeando y leyéndolas, aunque no todos los días entro a ver noticias (Franco, 21 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

Muchas veces por ahí estoy en Twitter y veo justo un medio que publicó una noticia que justo es de mi interés. Ahí entro y te vas enganchando, y seguís viendo otras cuestiones, pero no sé si es que me interesa algo en particular. Veo algo así como un disparador de ahí y sigo viendo. Pero no es algo en particular (Valentina, 21 años, 4to. año de Comunicación, UNLPAM).

Una vez cada tanto en Instagram, que en general lo uso como entretenimiento. Pero si salen noticias que me interesan me meto a leerlas (Francisco, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

## **10. Desde chusmear hasta investigar**

Los entrevistados manifiestan dos formas de acercarse a la información en las redes que conllevan un mayor grado de intencionalidad que la explicada en el apartado anterior. En un primer caso, van a las plataformas con la intención de ver qué es noticia, descubrir de qué se habla en ese momento. Varios de las y los estudiantes lo explican con un término coloquial: entran a “chusmear” qué pasa. Esta acción puede verse como una actualización de la actividad de “ojetear” el diario en papel, en que el lector mira rápidamente los títulos para tener una noción genérica de lo que ocurre en la realidad:

En Facebook e Instagram, te saltan un montón de medios no solo los hegemónicos sino más alternativos. Ahí chusmeo bastante. No tengo un momento del día donde busco, depende del día. Después creo que Twitter es muy bueno. Sea lo que sea que está pasando, en Twitter lo tenés y hay un montón de posturas (Guillermina, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

Por ahí lo de Twitter es re interesante y por ahí te leo uno que otro, pero si no poco. También lo abro para chusmear un rato y lo cierro (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

La actividad de curiosear la información en Facebook, Twitter o Instagram es seguida por la de seleccionar las noticias de interés propio. La decisión de obtener una información más detallada lleva a las y los estudiantes a seguir algunos links para tener un mayor conocimiento de lo que ocurre. Los usuarios se vuelven así más activos:

Por ahí, de curiosa, entro a Twitter y hay alguna tendencia, mucho con las decisiones del presidente, se me prende la lamparita y voy a buscar información sobre el tema. (...) Lo que es a nivel nacional, me llega a través de las redes sociales y si me interesa lo busco (Lara, 18 años, 1er año de Comunicación, UNR).

La verdad es que todo lo que leo es por redes sociales. Por lo general Twitter me lleva al link del diario que me interesa leer la nota, pero ese es el único consumo de diarios que tengo; desde alguna red social (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Cuando te digo que yo me baso en las redes sería que yo las utilizo como puerta de entrada, entro por la puerta por una red social como Twitter en una noticia, veo la noticia que replica por ejemplo Gustavo López<sup>14</sup> (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Me informo a través de los medios porque las redes me tiran el tema pero después voy investigando, no me quedo con una sola cosa. No me gusta leer uno solo, porque para mí no está todo ahí (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPAM).

Si veo Instagram y la noticia está medio incompleta, busco el *hashtag*, por ejemplo noticia sobre gol de Messi, busco #Messi,

---

14 Gustavo López es un periodista y conductor argentino de radio y televisión especializado en coberturas deportivas.

pongo recientes y me aparece el gol de Messi sí o sí. Así con cualquier otra noticia (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Existe un segundo mecanismo de información en las redes que presenta un mayor grado de intencionalidad. En este caso los usuarios van a las redes sociales para investigar y profundizar sobre algo que recibieron en otro medio. Por lo general, eso ocurre cuando el tema es controvertido y las y los jóvenes quieren tener opiniones de diferentes referentes:

Prendo la TV y luego las redes sociales. Busco noticias que vi en la TV para contrastar, eso durante la mañana. Por la tarde muchas redes y medios digitales y algo de TV como para ver resumen de informativos, actualizaciones. Pero desde el celular siempre conectada (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

En redes, generalmente busco cuando es un tema muy controversial para informarme y para ver, sobre todo, diferentes referentes que opinan sobre el tema o que yo considero referentes al menos (Ignacio, 19 años, 2do año de Ciencias de la Comunicación, USAL).

Para las y los estudiantes, las redes brindan dos posibilidades: tomar rápido contacto con los temas de agenda y/o profundizar en esos contenidos a partir de una búsqueda activa de cuestiones vistas en las propias redes o en otros medios.

## **11. Uso espectadorial de las redes: cuando soy un espía**

Desde el sentido común, podríamos imaginarnos que las y los jóvenes estudiantes universitarios están en las redes sociales bajo la idea del prosumo, es decir, que producen y consumen contenido al mismo tiempo, aprovechando los beneficios del *networking* (Fernández, 2018; 2021), la movilidad y la ubicuidad de los dispositivos en un proceso más general definido como autocomunicación de masas (Castells, 2009). Sin embargo, en al-

gunas ocasiones, las y los estudiantes entrevistados refieren que leen contenido en las redes pero no producen información. Incluso, muchos usan Twitter para informarse pero no tienen seguidores.

La cuestión de la “gestión del contacto” entre audiencias (o comunidades) y los medios masivos (ahora las plataformas) ha sido un tema de bastante discusión para comprender los sistemas de intercambio (Fernández, 2018). De este modo, podremos definir una conducta *espectatorial* (Fernández, 2018; 2021) de algunos jóvenes en las redes que emula lo que ocurre en el *broadcasting*, dado que los receptores tienen un lugar “relativamente fijo frente al aparato o soporte por el que les llega la emisión de su mediatización elegida o aceptada” (Fernández, 2018: p. 34). Se observa que esta práctica propia de los medios masivos de comunicación también tiene lugar en las plataformas mediáticas. En algunos casos, los entrevistados se reconocen como “megusteadores” pero marcan un nivel de implicación diferente con la plataforma dado que no escriben. Algunos se definen como “espías” por el hecho de no registrar actos de prosumo en la navegación en redes:

Soy muy megusteadora. Prácticamente no hago comentarios pero sí megusteo mucho. En Twitter sí también, sí estoy más presente; dos o tres tuits por día te puedo tirar. En Facebook soy directamente un espía. Nada, no participo (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Twitter es más lectura, o sea no publico, es una red más “de ver”. Y Facebook no lo uso prácticamente, más que por ahí entrar, mirar. Pero en el que yo participe, es en Instagram. En esa plataforma publico alguna historia o tengo participación (Valentina, 21 años, 4to año de Comunicación Social, UNLPAM).

En Twitter de hecho tengo cero seguidores, sigo varias cuentas pero nadie me sigue ni nada porque principalmente la utilizo para informarme yo. Después todo lo que sea debatir y demás lo hago por otros medios con mis amigos (Pablo, 23 años, 2do año de Ciencias de la Comunicación, USAL).

Pasivo, no tuiteo ni publico absolutamente nada, es solo para saber qué es lo que pasa y qué es lo que publica la gente dependiendo de la red social: Instagram la uso para saber qué hacen mis pares y Twitter para informarme (Agustín L, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Soy solo un observador nada más. Comparto un poco algunos memes, igual como que uso muy poco Facebook, no comparto muchas cosas, de vez en cuando comparto. Soy más observador, para reírme un poco con los memes o buscar noticias (David, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

## 12. De las redes a los medios y de los medios a las redes

Las y los jóvenes entrevistados dan cuenta de que su dieta informativa está conformada por el contacto y la sinergia entre los medios de comunicación tradicionales o *broadcasting* (Fernández, 2018; 2021) y también las redes sociales, con lo cual, van de los medios de comunicación a las plataformas mediáticas y vuelven desde ellas otra vez hacia los medios. Este nuevo escenario puede definirse como *postbroadcasting* por la convivencia entre el modelo de comunicación de los medios masivos y el de las redes sociales. Para Fernández (2021, p. 64-65) este es “el gran ecosistema de la mediatización actual, ni los medios masivos en retroceso tienden a morir ni todo parece ser intercambios en red”. De este modo, podemos pensar que es muy difícil hacer un abordaje de consumo *monomedia* (por ejemplo, pensando solo en lo que ocurre en relación a una red social determinada o a un medio de comunicación) en tanto y en cuanto el ambiente mediático de las y los jóvenes está conformado tanto por la comunicación tradicional del *broadcasting* como por la de las redes y plataformas que, como vimos antes, tienden a hibridarse y a mezclarse en usos, formas y contenidos.

En algunos casos, las y los estudiantes refieren seguir en las redes sociales a periodistas que protagonizan el *prime time* de los noticieros de televisión abierta o bien de cable.

Sigo a bastantes periodistas. Sigo en Twitter para informarme ... los sigo porque los veo en la tele. Por ejemplo, Paula García. Una a la que me gusta leer cada tanto es a María O' Donnell. Leuco pero él no tiene cuenta oficial así que cada tanto leo lo que ponen en la cuenta del programa (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Sigo en redes a Rodolfo Barilli, de Telefé Noticias. También a algunos periodistas de La Nación y a un periodista de tecnología de Telefé que se llama Federico Ini (Santiago, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL).

En otros casos, las propias emisiones de televisión tienen cuentas en redes sociales que sirven para que las y los estudiantes entren en contacto con ellas a través de las plataformas.

Sigo los programas que tienen redes sociales, por ejemplo TyC Sport, Fox Sports y los sigo en Twitter y en Instagram. También ahí sigo a TN y A24, Crónica me informo así en las redes. En Twitter entro 3 o 4 veces por día y me informo cuando me salta alguna noticia interesante y la leo. No me interesan las tendencias (José Manuel, 19 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Dentro de Twitter sigo a varias cuentas de diarios o las cuentas de los noticieros que generalmente tuitean cuando están en vivo. Pero sí por Twitter, es la red que más uso y por donde más me informo (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Muchos de los entrevistados consideran que aquello que se mediatiza en el *broadcasting*, inmediatamente tiene su efecto en las redes sociales. Incluso algunos aseguran que la televisión los incentiva a seguir profundizando alguna noticia en Internet.

Soy de, por ahí escuchar algo en la tele y ya googlear algo a ver qué está pasando o qué quiere decir tal palabra; sí, eso lo hago mucho (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Cuando quiero hacer hincapié en algo, sí entro a Internet, a distintos diarios. Cosas que no entiendo de lo que pasa en la sociedad consulto a mis padres, pidiendo su opinión. Ahora lo que pasa en la tele, al ratito lo tenés en las redes. Ahora me interesa mucho ver los comentarios de las noticias en las redes sociales. Me dan muchos más datos (Paloma, 20 años, 2do año de Comunicación, UNR).

la tele me incentiva a seguir buscando en Internet si me interesa la noticia. La tele está prendida desde el noticiero y queda prendida. Programas de chimentos y así. Cuando escucho algo que me interesa, lo busco (Victoria, 18 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

### **13. Algoritmos, los nuevos *gatekeepers***

Las y los estudiantes entrevistados tienen conciencia de la influencia de los algoritmos en la información a la que acceden en las redes. Los algoritmos son los medios técnicos que clasifican y filtran las publicaciones que un usuario ve en función de la relevancia que tiene, para tal usuario, dicho contenido. El efecto de estos *gatekeepers* digitales, que recuerdan a los editores de los medios tradicionales, es visto por las y los jóvenes tanto como un beneficio que los acerca a lo que les interesa, como un riesgo que los encapsula en una visión unilateral de la realidad:

Las redes sociales te tiran sugerencias de noticias según tus gustos y tus búsquedas anteriores (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

Hay varios entrevistados que consideran de forma positiva las recomendaciones que les hacen los algoritmos ya que lleva a una personalización de la información que les facilita la tarea de saber qué cosas de las que ocurren son relevantes para ellos.

El algoritmo te lo recomienda siempre, al toque. Entonces apenas me conecto me entero (Federico, 28 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En Instagram sigo a Infobae, que es la que por lo general me aparece más en el inicio, por el algoritmo (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Los más críticos a los efectos de los algoritmos hacen, en cierta forma, referencia a la burbuja de filtros, que es el universo propio y único de información que cada uno vive en la red (Pariser, 2017). Ellos marcan el peligro de que se les muestre solo lo que quieren ver y no necesariamente lo que tienen que saber:

Uno se arma como su propio barrio virtual de información porque si por ahí vos ves mi inicio de Twitter no es lo mismo el de una persona que votó a Macri, por ejemplo. Cada uno se arma su propia vidriera. Claro, a veces me resulta hasta peligroso porque como que uno está consumiendo siempre un poco lo que quiere consumir. A diferencia de lo que es Google que vos entras y tenés noticias de un montón de medios, Twitter es el análisis que te interesa sobre el tema que te interesa porque así lo vas construyendo. Empezás a seguir a quien te guste, seguís a gente que retuitea a gente que a vos te gusta (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

También los entrevistados son conscientes de que la edición invisible de los algoritmos a partir de lo que hacen como usuarios de redes sociales, lleva a que alguna información no les aparezca:

Uso Twitter y también Instagram, y YouTube cada tanto. Otra a la que entro todo el tiempo, pero no hay tantas noticias, es TikTok. No sé si será porque te filtra la información y a mí no me aparece. Por ejemplo, suele haber canales de noticias y esas cosas que hacen algo más entretenido, pero a mí no me aparecen así que TikTok lo pondría como red social pero no para informarme (Paula, 21 años, 3er año Periodismo, USAL).

#### **14. Luces y sombras de las redes sociales**

Las y los estudiantes entrevistados suelen reconocer varias ventajas que presentan las redes sociales a la hora de obtener

información. Una de las cualidades positivas que más aparece mencionada es la instantaneidad de las plataformas, lo que les permite enterarse primero de lo que sucede.

En Twitter te enterás en el momento de lo que acaba de pasar. Tiene información mucho más rápido que en los medios, porque para los medios hay todo un trabajo de redacción (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Si escucho radio, posiblemente, el resumen informativo esté bastante desactualizado con lo que me informo por las redes sociales. Un diario, entre que escribe la noticia y yo la veo, capaz que en las redes está antes, se actualizan muy rápido (Julián, 26 años, 4to año de Comunicación, UNR).

Desde mi punto de vista, las redes sociales te informan mucho más rápido, y te dan más contexto que un noticiero. Entrás a Instagram y ves una historia de algo que pasó hace un minuto (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

También destacan que en las redes sociales pueden conseguir, si lo desean y lo buscan, más de un enfoque de lo que sucede. Entre quienes destacan esta ventaja, se observa un intento de no quedar atrapado por los sesgos ideológicos de los diferentes medios:

Siento que en Twitter lo tengo todo ahí, en filita, la nota de La Nación, Crónica, El Destape. Tenés de todo ahí y elijo (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Me informo principalmente a través de las redes sociales. (...) Intento seguir medios de comunicación, cuentas de políticos, intento cubrir todo el espectro entre la derecha y la izquierda en la medida de lo posible. Obviamente que hay un sesgo según la forma en la que yo pienso y lo que quiero y eso aparece en mi *timeline*, pero intento tener cierta variedad en la medida de lo posible para escuchar todas las voces (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Asociado a esto, algunos consideran que las redes sociales son el ámbito para enterarse sobre las cosas que los medios ocultan y también de contenido que es relevante para ellos:

Me informo más a través de las redes porque muchas veces siento que cuando lees un medio hay también muchos periodistas por fuera del medio que tienen un trabajo más profundo y una mirada que por ahí el medio no permite ver, quizás por una cuestión editorial. La verdad es que diría que me informo más por las redes, generalmente un tema que quiero profundizar, busco, busco y profundizo en periodistas puntuales, para ver distintas campanas (Ignacio, 19 años, 2do año de Ciencias de la Comunicación, USAL).

Siento que en Instagram, en páginas como El Resaltador o Filo News, más que nada por la audiencia que ellos tienen, que son personas de más o menos mi edad, encuentro contenido que es más de mi interés, más relevante para mí. En los portales de medios más tradicionales, en cambio, busco información en general (Alina, 19 años, 2do año de Audiovisual, UBP).

La forma en que se presenta la información en las redes sociales es otro de los aspectos positivos que suelen resaltar los entrevistados. La brevedad de la noticia aparece como una cualidad muy valorada, al igual que la simplicidad con la que se la brinda y el empleo de un lenguaje coloquial, cercano al que ellos utilizan:

Lo que más me interesa en redes es que esté todo muy resumido. Que un *graph* me diga lo elemental de lo que paso y si a mí me interesa, lo puedo seguir explayando o no. (...) Siento que lo que tienen las redes sociales es que te quiebran la información para hacerla llegar a todo el mundo y llegar espontáneamente al consumidor y no a alguien que esté activamente buscando como suele pasar en un diario normal. Te quiebran mucho la información y parten muy desde la base y van construyendo desde ahí. Eso es lo que más me gusta de consumir información en redes sociales (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Me dí cuenta, a través de Filo News, que me gusta la información que sube, que realmente está relacionado con el lenguaje de los adolescentes. Es lenguaje criollo, cercano a nosotros, de una manera interesante, didáctica y muy relacionado con la forma y con el lenguaje de las redes sociales. Busco la cercanía. Por ejemplo, Filo News ahora está lanzando informes especiales en videos de un minuto y lo dicen todo de una manera súper entretenida, con gráficas. Entonces llama la atención y lo expresan con nuestras palabras y también lo que me gusta es que justamente quienes transmiten estas historias y estos informes son gente de nuestra edad o hasta 30 años (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Varios de los entrevistados estiman que el entretenimiento puede informar y también que la información debe ser entretenida. Consideran que las redes sociales tienen precisamente la posibilidad de atraer la atención de manera agradable. En ese marco, aparecen los memes como disparadores para informarse:

Muchas veces lo que pasa es que veo algún meme en Twitter y a partir de eso voy a los medios (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Me informo por las cuentas que suben videos tipo memes, que son videos para hacerte reír pero a la vez tienen un trasfondo de hacer que te des cuenta de ciertas cosas. De esa forma me informo muchísimo (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Por ahí, me sorprende la cantidad de veces que me entero de acontecimientos por memes que veo (Valentina, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Aunque Instagram no te quiera informar, te informa. Ponele, suben un meme del dólar y con eso ya sabés que el dólar se fue a la m\*\*\*\*... (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Hay un medio que se llama “Herederos de Alberdi” que habla mucho de política en forma de memes, pero que al fin y al cabo te

terminan informando (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Finalmente, otra ventaja de las redes que destacan las y los estudiantes es que pueden compartir la información que consideran relevante o difundir los puntos de vista de personas que les resultan interesantes. Es decir, las plataformas les permiten jugar un rol más activo, aunque sea como difusores de lo que leen:

Leer el diario es una cosa mucho más personal, mía, propia, que capaz la comento en una conversación. Pero al informarme en Instagram, cada noticia la comparto. Entonces no solo me informo más yo, sino que también informo a mis amigos (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Incluso me doy cuenta de que en Twitter tampoco replico tanto contenido. Por ahí retuiteo a gente que piensa lo mismo que yo y que se le ocurrió algo más interesante que a mí para decir y eso lo retuiteo, lo faveo, todo. Pero después no suelo retuitear noticias (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Los entrevistados también analizan críticamente las plataformas y marcan ciertos problemas que observan al intentar usarlas para informarse. Una de las críticas tiene que ver con el tipo de contenido que encuentran allí, un recorte de la realidad, donde predomina lo atractivo e interesante sobre lo que es realmente importante:

Creo que las redes sociales solo te dan una mirada de lo que a la gente le interesa (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Hace poco seguía la cuenta de Instagram de La Nación. Pero tenían unas noticias tan malas... no me atraían nada. Casi siempre me llenaban de muchas cosas que decís: ¿Para qué me estás poniendo esto en Instagram? ¿Estás intentando informar que a la señora se le cayó el gato por la ventana? Dame noticia, ¿entendés? Como que sus noticias eran tan malas que la dejé de seguir. Así que me quedé solo con Infobae, que la verdad bastante bien y

otra, que no es tan conocida, que no se llama ahí Instagram News, algo así. Solo es de Instagram (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Tengo algo en contra de Twitter que es que hace un recorte de las noticias y la realidad, no está bueno quedarse en eso. Lo uso más como un puntapié de decir “apareció un recorte de tal noticia” y busco si realmente pasó, en qué contexto se dijo (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación, UNR).

A la crítica por el predominio de lo atractivo, se le suma el reproche por la mezcla de contenido:

Con el noticiero, si prendemos la tele, es información lo que estás recibiendo todo el tiempo, son noticias. En Twitter o en Instagram está todo mucho más mezclado. Entonces diría que es como un 50 y 50 (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

## **15. Medios y periodistas antes que influencers**

Las cuentas que siguen en las redes sociales las y los estudiantes entrevistados son de lo más variadas según se desprende de las 165 entrevistas en profundidad. En tanto, en las encuestas realizadas a los 1941 estudiantes de las once universidades que forman parte del estudio, se observa que las cuentas de los medios son las más elegidas, con un 32% de preferencia.

Las cuentas oficiales de los medios tradicionales (Clarín, La Nación, Página/12, Perfil y otros) conviven con las de medios exclusivamente digitales (FiloNews, Anfibia, Cenital, Chequeado, Info al Insta, RedAcción, etc.). Como ya marcamos en otro apartado, hay un seguimiento de muchas cuentas de medios locales, que no va en desmedro de las cuentas de medios nacionales o internacionales. Veamos dos casos como ejemplo, dejando claro que la variedad de cuentas es muy amplia:

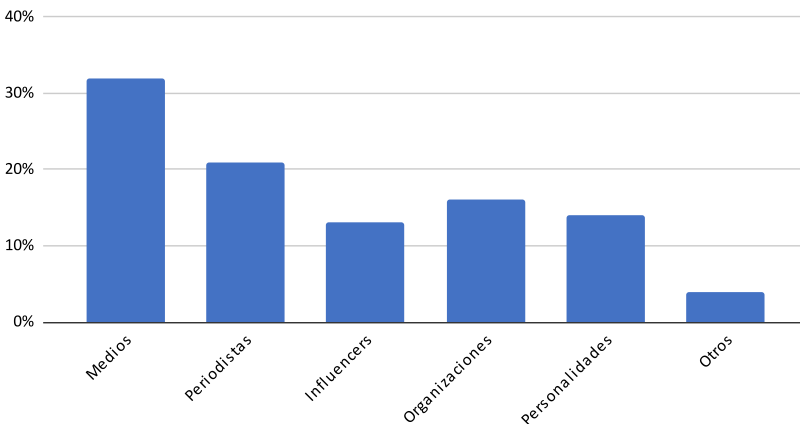
Seguramente me olvidó un montón, pero acá de Córdoba sigo a Andrés Ferreyra de la Voz del Interior, me gusta el estilo que tiene.

Sigo a varios periodistas de La Voz, Andrés Viano, Julio Perotti... A nivel nacional sigo gente de Clarín, C5N, La Nación, y la Tv Pública. Hay un periodista que me gusta mucho en la TV Pública que solía estar en Uno.ar, Lautaro Torres. Creo que Uno.ar y Redacción tienen muy buenos periodistas; por lo menos en el estilo y en el enfoque que le dan, me siento bastante identificado con ellos. Otro medio local es El Resaltador. Me gusta mucho el estilo de periodismo que tienen. Lo sigo en Instagram y tiene un buen contenido y una forma muy interesante de mostrar noticias (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Me informo mayormente por Instagram. Sigo a diferentes medios como por ejemplo, a La Nación. Sí, como más un medio tradicional, como así decirlo y después a Filo News o Redacción. Entonces como que veo, pero es generalmente por Instagram más que otras redes sociales (Martina, 22 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

### Gráfico 54

Cuentas que sigue para informarse en las redes sociales



En segundo orden de preferencia, se ubican las cuentas de los periodistas con un 21%. Es decir que predominan las de los medios y las de los periodistas sobre las otras personalidades.

Observamos que si bien ha cambiado el canal para acceder a la información, el sistema de medios y los periodistas continúan siendo los intermediarios entre las y los jóvenes y los hechos.

Las cuentas de organizaciones, personalidades públicas e *influencers* son elegidas para informarse por parte de las y los jóvenes encuestados en un 16%, 14% y 13% respectivamente.

¿Por qué las redes, de acuerdo con estos datos, no han provocado un mayor grado de desintermediación y las y los jóvenes no van tanto a las organizaciones o a las personalidades públicas? Hay que reconocer que si bien las redes sociales permiten ir a las fuentes, para informarse directamente de ellas hay que tener el conocimiento, el tiempo y el deseo de hacerlo. Frente a eso, los medios y los profesionales de la información siguen siendo la forma más eficiente de acercarse a la realidad y así, si bien ya no detentan el papel de únicos *gatekeepers*, siguen marcando lo que es relevante ya que logran captar seguidores a quienes les gusta su estilo.

Sigo a TN, sigo a Mauro Szeta, me gusta mucho lo que sube y también sigo a Nico Tamborindgui. Me gusta leer lo que tuitea siempre y siempre está como actualizando (Iara, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Ahora empecé a seguir a Caparrós en Twitter y me gusta porque él tuitea algo de actualidad desde el rey de España que se fue del país hasta la derrota de Barcelona contra el Bayern, por ejemplo (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Hay un periodista de *Ámbito* que es Carlos Burgueño que me gusta. Pero después me cuelgo con los nombres. ¿De deporte? Me gusta Varsky aunque comentó algunas cositas con las que no estoy de acuerdo. Sigo a Fernando Tornello que cubre la *Fórmula 1*. Y después a TyC Sport y Olé. Pero no le presto mucha atención (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

¿Qué pasa con el *influencer*, esa persona con capacidad de influir sobre otros en las redes? Si bien en las encuestas el 13% de

las cuentas seguidas corresponden a esta figura, en las entrevistas aparece muy poco el concepto de ir al *influencer* para buscar información. De hecho, no se los llega a identificar con nombre y algunos marcan que los siguen para tomar contacto con temas que no están dentro de la agenda informativa.

Por ahí sigo alguna que otra *influencer* pero que habla de otras cosas externas a lo que está pasando. Hablan más de cosas relacionadas con trastornos alimenticios. Sigo por redes esas cuestiones (Antonella, 25 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

En Twitter hay un fenómeno: hiciste un tuit interesante y te hiciste conocido. Con cada situación salen personajes nuevos, pero por ahí no te hacés seguidor de esa persona. (...) . Sí sigo a algunas personas puntuales, pero pocas porque no me interesa tanto. Sigo más medios por ahí que personas (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

La edad aparece como un factor determinante a la hora de seleccionar las cuentas en redes sociales para informarse. En este sentido, el trabajo de campo cuantitativo muestra que a medida que la edad de las y los estudiantes encuestados baja, aumenta la preferencia por los *influencers*. El grupo etéreo de alumnos de 17 años elige un 28% de cuentas de *influencers* mientras que los de 24 lo hacen en un 10%.

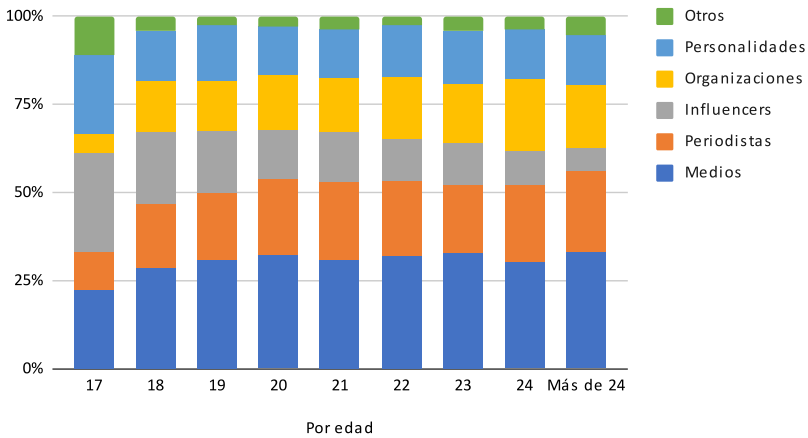
La contracara de esta tendencia es que a medida que la edad de las y los estudiantes crece, también lo hace el seguimiento de cuentas de medios y de periodistas. Quienes tienen 17 años siguen un 22% de cuentas de medios y un 11% de periodistas, mientras que los de 24 años siguen un 31% de cuentas de medios y un 22% de cuentas de periodistas (Gráfico 55).

Una tendencia similar se observa cuando se hace el cruce de cuentas elegidas para informarse con el año de cursada de la carrera en que se encuentra el estudiante. Los de primer año eligen un porcentaje mayor de cuentas de *influencers* (16%) que los que están en el quinto año (8%) o realizando su trabajo final (7%). Esto se debe a

que existe cierta correlación entre la edad que se tiene y el año de la carrera que se está cursando. Si se analizan en forma conjunta las cuentas seguidas de medios y periodistas, que representan los canales tradicionales de información, también se comprueba que a medida que se avanza en la carrera crece el seguimiento de esas cuentas: 49% en primer año contra 54% en quinto año.

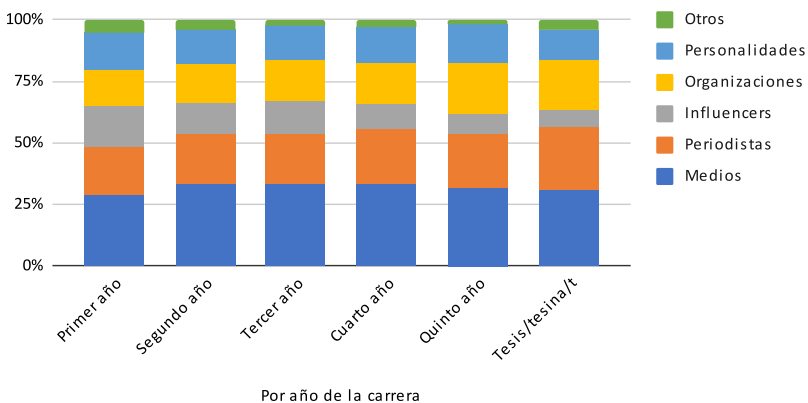
**Gráfico 55**

Cuentas que sigue para informarse en las redes sociales (por edad)



**Gráfico 56**

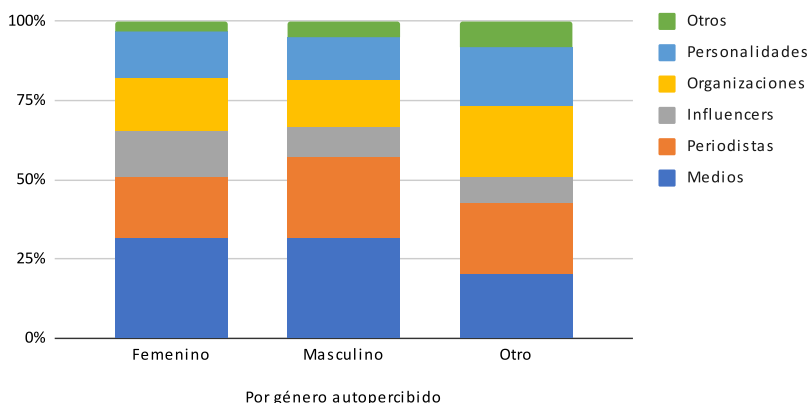
Cuentas que sigue para informarse en las redes sociales (por año de la carrera)



Otra dimensión que podemos analizar a partir de los datos cuantitativos corresponde al género. En este sentido, observamos una única diferencia a la hora de elegir las cuentas para informarse. Las mujeres seleccionan más cuentas de influencers que los hombres (14% y 9% respectivamente) mientras que los hombres prefieren seguir más a periodistas (26%) que las mujeres (19%).

**Gráfico 57**

Cuentas que sigue para informarse en las redes sociales (por género autopercebido)

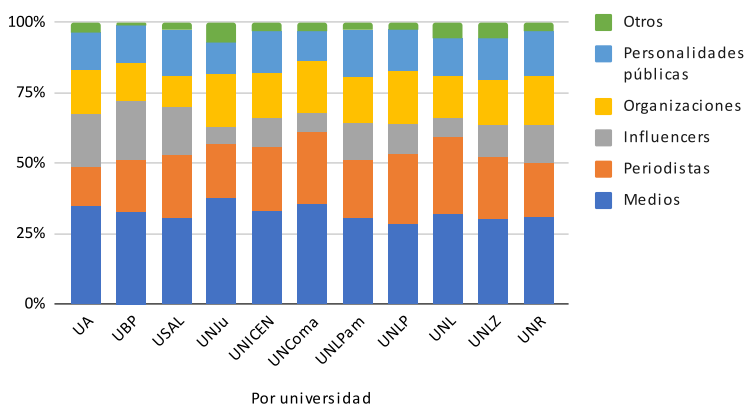


Finalmente, puede evaluarse la relación que existe entre las universidades a las que asisten las y los estudiantes y las cuentas que eligen seguir para conocer los datos de la realidad. En ese cruce se observa que los alumnos de las tres universidades privadas (Universidad Austral, Universidad Blas Pascal y Universidad del Salvador) siguen a un porcentaje mayor de cuentas de *influencers* (19%, 21% y 17% respectivamente) que los de las universidades públicas. Las y los estudiantes de las universidades públicas que más siguen a *influencers* son los de la Universidad Nacional de la Pampa y los de la Universidad Nacional de Rosario (ambos con 13% de cuentas). Las universidades en donde se registra un menor seguimiento de estas personalidades son la Universidad de Jujuy (6%) y la Universidad del Comahue (7%). Es

probable que esto tenga relación con el promedio de edad de las y los estudiantes de las distintas casas de estudios, siendo menor en las privadas y mayor en las públicas. La otra diferencia que se observa es en el seguimiento de cuentas de Organizaciones. Si agrupamos a las universidades públicas por un lado y a las privadas por otro, las primeras siguen un porcentaje mayor de este tipo de cuentas que las segundas. En el resto de las cuentas no se ve una variación significativa entre universidades.

**Gráfico 58**

Cuentas que sigue para informarse en las redes sociales (por universidad)



La cantidad y calidad de la información que las y los estudiantes reciben de las redes sociales está determinada por el tipo de cuenta que eligen seguir. Como se observa tanto en las entrevistas en profundidad como en las encuestas, la mayoría de los participantes prefieren las cuentas que brindan cierto grado de fiabilidad: la de los medios de comunicación (tanto tradicionales como nativos digitales) y la de los periodistas. Sin embargo, advertimos en los más jóvenes un interés incipiente en lo que informan los *influencers*, por lo que a futuro debe prestársele atención a esta tendencia.

## Conclusiones

La triangulación de las entrevistas en profundidad con las encuestas realizadas a las y los estudiantes de las carreras de comunicación respecto de su modo de informarse a través de las redes sociales permite llegar a varias conclusiones:

- Las redes sociales son parte fundamental de la rutina informativa de las y los jóvenes.

- No todos consultan las mismas plataformas ni lo hacen con la misma intensidad, pero es habitual que ingresen varias veces al día a las redes y las combinen con medios tradicionales.

- Las y los estudiantes tienen ideas claras del uso que le dan a cada red y hay mucha heterogeneidad en el modo en que las utilizan

- Twitter es la plataforma que mencionan como mejor posicionada para conocer qué pasa en la realidad. Valoran en ella las *Tendencias* que les permite monitorear la agenda temática.

- Instagram gana terreno en el sector de la información y muchos la consideran su principal fuente de información

- Facebook sigue siendo usada para obtener noticias, y las y los estudiantes mencionan la importante presencia de medios locales en esa red.

- TikTok comienza a asomar como una plataforma utilizada para informarse pero quienes la emplean para conocer la realidad no dependen exclusivamente de ella.

- YouTube no es considerada una plataforma para buscar información general. Su uso está ligado a la profundización de la información y al seguimiento de noticias especializadas.

- Aparecen tres mecanismos de acceso a la información:

- El consumo incidental, es decir, encuentran noticias sin buscarlas mientras están en contacto con un medio.

- El ingreso intencional a las plataformas para descubrir de qué se habla.

- El ingreso a las redes para profundizar en algo concreto del que se enteraron en otro medio.

- Las cuentas del sistema de medios y de los periodistas se imponen como las más seguidas por las y los estudiantes. Los

*influencers* y otras personalidades están lejos de alcanzarlos, pero los *influencers* van ganando terreno, sobre todo en los que tienen menos edad.

- Las y los estudiantes valoran las redes sociales por la instantaneidad de la información, la presencia de múltiples enfoques y el formato breve y simple.

- Las y los estudiantes critican a las redes por el predominio de lo atractivo sobre lo importante, la mezcla de contenidos y el filtro generado por los algoritmos que puede hacerlos habitar una burbuja informativa propia.

## Capítulo 6

# LA NOTICIA APARECIDA: EL INGRESO A LOS MEDIOS A TRAVÉS DE SUS REDES SOCIALES

<b>Fabián</b>			<b>Bergero</b>
<b>María</b>		<b>Teresa</b>	<b>Bernardi</b>
<b>Alejandro</b>			<b>Rost</b>
Universidad	Nacional	del	Comahue

### Introducción

Las noticias se consumen en redes sociales pero lo que se lee allí son, en buena medida, las que forman parte de los grandes medios tradicionales. Las cabeceras más importantes en la web perdieron centralidad pero no importancia, y son los lugares en donde las y los jóvenes universitarios de carreras de Periodismo y Comunicación Social de la Argentina buscan la información.

Además de medios tradicionales de alcance nacional, este grupo estudiado combina la dieta informativa con sitios de noticias locales e hiperlocales para establecer contacto con sus lugares de referencia, mucho más, en tiempos de pandemia. También, seguramente por ser estudiantes de Comunicación y Periodismo, hay quienes rastrean información más allá de los medios tradicionales y llegan a aquellos que proponen agendas, miradas y tratamientos alternativos, sobre todo a través de sus perfiles en redes sociales.

La elección de los medios responde a diferentes motivaciones y estrategias: hay quienes buscan informarse a través de muchas y diversas fuentes, quienes los eligen por su contenido político o ideológico e incluso quienes siguen a una marca periodística por su diseño y accesibilidad. Sin embargo, la noticia no siempre es buscada; de hecho, la idea de que las noticias “aparecen” en el muro de las redes fue una imagen muy repetida en las entrevistas y está asociada al uso del móvil como principal dispositivo de acceso. Además de las redes, también hay quienes usan aplicaciones, leen *newsletters* o confían en el algoritmo de Google para llegar a la noticia.

En este capítulo analizaremos la importancia de los sitios de noticias como fuente de acceso a la información por parte de la población estudiada.

## **1. Medios de alcance nacional, en el tope del consumo**

La diversidad de rutinas, prácticas y estrategias de consumo de medios informativos por parte de jóvenes estudiantes de Periodismo y Comunicación Social entrevistados para esta investigación, tiene un rasgo común que los atraviesa estén donde estén y más allá de sus ideas políticas: la lectura de medios en línea de alcance nacional. De hecho, Infobae, La Nación, Clarín y Página/12, encabezan el lote de sitios más nombrados por los 165 testimonios recogidos para esta parte de la investigación que, si bien no tiene valor estadístico por su carácter cualitativo, nos permite ofrecer una primera imagen de las tendencias de consumo de noticias que representamos en la siguiente nube de palabras<sup>15</sup>. En un escalón bastante más abajo aparecen los sitios de medios televisivos o radiales, como TN, C5N o Cadena 3 (Gráfico 59).

Estos son medios a los que acceden, básicamente, por medio de Internet y llegan a ellos a través de redes sociales, aplicaciones, buscadores y, en menor medida, escribiendo la dirección en el navegador. Los eligen por sus coberturas, porque coinciden ideológicamente con su postura editorial o también para contrastar enfoques ante una noticia. Además, en las preferencias muchos destacan el diseño de la página o la aplicación, la practicidad de uso o, en ciertos casos, la gratuidad y el hecho de no exigir suscripción. En este sentido, las preferencias de las y los estudiantes coinciden básicamente con los medios digitales que eligen los usuarios argentinos en general, según otras encuestas y registros (Newman et al, 2021)<sup>16</sup>.

---

15 En este documento presentaremos nubes de palabras con los medios nacionales, regionales, alternativos y redes más nombrados por las 165 personas entrevistadas. Las nubes fueron generadas con la aplicación gratuita <https://www.jasondavies.com/>

16 De acuerdo con el Digital News Report 2021 del Reuters Institute, los medios online más nombrados son Infobae, TN, Clarín y La Nación. Por

## Gráfico 59



### 2. Medios regionales: cercanía y credibilidad

En el caso de las y los estudiantes entrevistados en distintas partes del país, esa práctica se combina con lectura de medios regionales o locales, una costumbre habitual para quienes viven fuera de Capital Federal, y que forma parte de sus rutinas informativas: La Voz del Interior de Córdoba, Somos Jujuy, La Capital de Rosario, Río Negro y La Arena de La Pampa figuran entre los más nombrados en cada una de las regiones de influencia. Lo que nos interesaba saber en este trabajo es qué buscan en estos medios. La pandemia del COVID-19 despertó en algunos casos el interés por la información más cercana. El aislamiento llevó a concentrar la atención informativa en medios locales:

Te diría que antes de la cuarentena ni siquiera entraba a las páginas de los medios locales. Ahora sí, entro muchísimo a La Mañana de Cipolletti y al Río Negro a leer lo que pasa acá. Antes, nada, nulo. Ahora, muchísimo (Fermín, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL). Siento que estoy tomando más contacto con los medios regionales

---

otro lado, según datos de Comscore, Infobae, La Nación, Clarín y Página/12 son los sitios de noticias con mayor cantidad de visitantes únicos promedio en el primer semestre de 2021.

sobre todo para enterarme cómo es la situación de la provincia por los casos de coronavirus (Rocco, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

En otras ocasiones, lectores y lectoras encuentran en los medios locales la información actualizada de su entorno más cercano, lo que les genera confianza y credibilidad; esta última asociada, también, al conocimiento de algunos de los o las periodistas que trabajan en esos medios.

Somos Jujuy y Todo Jujuy son los únicos dos medios que consumo, de los que considero más confiables (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Un elemento más se agrega en algunos casos: la cercanía con un redactor.

También hay un portal digital que he estado siguiendo en este tiempo de cuarentena, que es “El enlace”, en donde trabaja un amigo, Alejandro Barbosa, que también lo sigo bastante por el simple hecho de que ellos no solo escriben la información, sino que también hacen vivos y uno tiene una mejor perspectiva de lo que está sucediendo en el momento (Estefanía, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Una de las principales razones por las cuales se vuelcan a la prensa local tiene que ver con establecer un contacto con sus lugares de pertenencia, incluso aunque ya no vivan allí, es decir, estar al tanto de lo que ocurre en sus pueblos de origen, con su gente y a través de los medios que consumieron históricamente por fidelidad o tradición.

Más que nada consumimos La Gaceta porque mi mamá es tumucumana entonces salió esa mezcla, somos como una remezcla: consumimos los dos diarios, estamos pendientes de lo que está pasando allá porque la mayoría de nuestra familia vive ahí (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En la siguiente nube de palabras presentamos los medios



agenda alternativa es un componente importante, tanto como el tratamiento de la información.

Antes, a lo mejor leía un poco más Clarín, La Nación, Página 12. Y ahora me gusta más mirar Filo y esas cuentas que son, no sé si es la palabra, un periodismo un poco más alternativo... Red/Acción también suele hacer cosas un poco diferente a lo que estamos acostumbrados (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Yo creo que en Filo News busco siempre otra mirada de los hechos. Lo mismo me pasa con Red/Acción, o buscar temas que tal vez no están siempre en agenda (Martina, 22 años, 4to año Comunicación Audiovisual, UBP).

Los sitios de periodismo de verificación de datos o *fact checking* también resultan atractivos para una audiencia crítica que busca confrontar la información de otros medios:

Sigo a una página que se llama Chequeado que es de Buenos Aires y que ahí constata la información que bajan los medios tradicionales y me sirve para saber si algo es falso o no (Guillermina, 21 años, 3er año Comunicación Audiovisual, UBP).

El fenómeno que aparece como interesante es que el mayor consumo de estos medios se da en las redes sociales. Por una parte, porque estos sitios nativos digitales suelen hacer un uso creativo e interactivo para sus plataformas sociales, a diferencia de los medios tradicionales (Rost y Espiño, 2021) y, por otra parte, porque en esas redes está la comunidad del mismo segmento etario. Alina sigue en Instagram páginas como El Resaltador o Filo News, y explica por qué:

Más que nada por la audiencia que ellos tienen, que son personas de más o menos mi edad, encuentro contenido que es más de mi interés, más relevante para mí. En los portales de medios más tradicionales, en cambio, busco información en general. (Alina, 19 años, 2do año Audiovisual, UBP).

Lola elige seguir a los medios tradicionales por sus sitios

web, pero a los medios nuevos los consume por redes sociales o por aplicaciones.

A los medios nuevos que están más en Instagram o tienen una plataforma específica como Red/Acción, Filo o El Resaltador... a esos los veo en Instagram. No voy a su página web. Si me interesa mucho el tema o la noticia, busco, pero por lo general yo hago esa diferencia (Lola, 20 años, 2do año de Periodismo, UBP).

Aunque los aspectos positivos que resaltan las personas entrevistadas son muchos, también existen críticas hacia la mirada porteño-céntrica de la mayoría de ellos que, ciertamente, están hechos en Buenos Aires.

Filo News, a mi gusto es el menos partidario de todos. Son de criticar mucho a cualquier gobierno, al que sea. Eso está bueno, porque siento que es el más honesto de todos. No hay tanto interés detrás, quizás más privado, pero no tanto al poder. Tiene mucha reflexión, le prestan atención a que cada periodista que escribe, se exponga. Lamentablemente, es un medio unitario, no se preocupa tanto del interior como lo hace con Buenos Aires (Martina, 22 años, 4to año Comunicación Audiovisual, UBP).

#### Gráfico 61

#### 4. Los criterios de elección de medios informativos



Los pactos de lectura que las y los estudiantes de Comunicación y Periodismo establecen con los medios varían significativamente. Existe una galería de motivos por los cuales eligen consumir ciertos medios y descartar otros. Así, por ejemplo, la fidelidad a marcas se expresa sobre todo en los grandes medios de alcance nacional y en los regionales más tradicionales, pero eso no excluye que la elección se realice por cuestiones ideológicas, políticas, e incluso, estéticas. El tiempo (o la falta del mismo) es un factor que lleva a algunas personas a elegir determinados consumos que sean más ágiles, por el modo de presentación de las noticias, por sus alertas o por poseer aplicaciones atractivas.

Estudiaremos a continuación las opiniones de estudiantes de periodismo y comunicación en base a tres variables claras: lectura transversal de medios; lectura según el posicionamiento del medio y lectura en función de la usabilidad y accesibilidad del sitio.

#### **4.1. Lectura transversal**

A efectos de este trabajo, se considerará como lectura transversal el consumo de muchos medios para tener información más profunda y contrastada sobre un hecho de interés, sin importar la orientación política o ideológica del medio o, al revés, buscando confrontar posturas opuestas para formarse una propia opinión. Se podría decir, en términos de Ramonet (2001), que se trata del esfuerzo acometido por lectores y lectoras para estar informados críticamente de lo que ocurre en su entorno.

Es justamente para agarrar un poco de lo que ofrece cada uno y me parece que es una buena manera de construir una visión más diversa que leer sólo La Nación o Página/12. Trato de estar bastante abierta cuando leo (...) y ahí voy viendo qué es lo que pienso (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

No me siento representado por ningún medio o por lo menos no lo he encontrado aún, porque al fin y al cabo sé que son empresas que van a seguir sus intereses, pequeños o grandes son empresas y siempre van a tener ese sesgo. Entonces siempre es bueno te-

ner diferentes opciones y en ese sentido creo que amplía mucho el espectro el hecho de seguir varios medios, de no quedarse con uno solo, de no decir “yo me informo con tal medio porque me gusta y porque siempre lo hice”. Está bueno ir cambiando y viendo lo que cada medio dice, por lo menos es la forma en que yo lo veo. Ir variando la fuente sino uno está muy encasillado en una mirada y cuando te encontrás con alguien que piensa diferente estás literalmente sin herramientas y me ha pasado (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Me interesa mucho ver cómo una misma información la ponen en Clarín y cómo en Página/12. Es una costumbre que tengo, que me agarré en el transcurso de la carrera: ver qué palabras usa uno y otro. Si hay una manifestación o una marcha, Clarín pone equis palabra para evitar llamar eso como represión, o por ahí lo hace Página con otra temática (Eliseo, 22 años, 5to año de Comunicación, UNICEN).

Esta práctica confrontativa rompe con la idea de la fidelidad a un medio o marca:

No sé si me defino como fiel porque no comparto necesariamente lo que piensa ninguno de los cuatro [sitios de noticias que leo], por eso veo los cuatro, no me identifico con ninguno de ellos y la verdad lo que sigo es para tener variedad de información (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

La práctica de realizar una lectura atenta de los contenidos de los medios puede explicarse en parte por la misma condición de que esta muestra está conformada por estudiantes de Comunicación y Periodismo. De hecho, en muchos casos, los y las entrevistados adjudicaron su propia visión crítica a lo aprendido y experimentado en el transcurso de sus trayectos universitarios.

#### **4.2. Lectura según el posicionamiento del medio**

Desde otro punto de vista, hay quienes eligen leer solo los medios que coinciden con sus propias posturas políticas o ideológicas, antes que navegar entre opciones diferentes. Confían sólo en esos

medios y no en otros, por la posición editorial, por la perspectiva que ofrecen o por el tratamiento que le dan a la información:

Cuando quiero leer algo más serio o algo más armado, entro a Clarín o a Infobae a buscar la nota (importante). Por ejemplo, lo que pasa con el FMI no entraría a leerlo a TN sino a una nota en Infobae. Me parece que está más armado (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Es un tema de confianza y calidad de información (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Son los que conozco y sé que son de confianza. En la BBC busco que me cuente qué está pasando en el resto del mundo, después busco temas de actualidad que no sea economía o política pura, más social y lo más neutral posible, no me voy ni loca a Página/12 (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Los sitios que sigo son de la misma línea editorial, no me gusta leer otros porque se nota mucho el cambio de pensamiento (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Recién a los 18 años me di cuenta del manejo de los medios, de por qué ciertos medios usan tales expresiones, dicen ciertas cosas, usan ciertas palabras... y en base a eso, empecé a elegir unos medios a diferencia de otros. Puedo identificar que hay sitios con diferentes orientaciones ideológicas, cargados de subjetividades. Hay algunos que son más objetivos. Entonces, por ejemplo, si quiero buscar información a favor del gobierno actual puedo entrar en Página/12. En cambio, si quiero buscar información que critica al gobierno actual puedo entrar a TN, Clarín, Cadena 3, por ejemplo (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

La adhesión o no a un medio también se relaciona con el modo en que trata la información, por ejemplo, con las coberturas de temas de género.

Con Página/12 me pasa que me gusta leer una nota de Marta Di-

llon, de Mariana Carabajal, de Luciana Peker, pero el tono informativo ha tomado como un tono, para mi gusto, como muy militante que no me gusta para ningún medio. O sea, no es que pienso en la objetividad de los medios ni nada por el estilo. Pero siento que Página/12 adoptó un perfil que no me interpela demasiado. Y lo digo como militante y todo, esos medios como que a mí no me interpelan. Lo militante que se vuelve exageradamente militante no me llama tanto la atención (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

En los medios feministas busco obviamente que respondan a lo que pienso. Los medios conservadores no los sigo tanto. Te doy un ejemplo, La Nación se pronunció un montón de veces en contra del aborto y yo a La Nación no lo sigo. La clave para elegir a un medio es que visibilice esa situación, que tenga perspectiva de género. Sobre todo elijo medios que tengan perspectiva de género que para mí es fundamental y es lo que yo intento hacer también desde mi lugar como futura comunicadora y en el medio en el que estoy (Melany, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

### **4.3. Lectura según diseño, usabilidad y accesibilidad**

El tercer factor que interviene en las decisiones sobre qué leer es el de la usabilidad, el diseño y la accesibilidad que ofrece el medio.

Usaba antes mucho la aplicación de TN, pero no por TN sino porque me gustaba el diseño de la aplicación, y ahora estoy usando más que nada la de Infobae (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Si yo tengo alguna duda y tengo que chequear algo, siempre entro a Infobae, no es por su ideología sino por cómo está dispuesta la aplicación. La organización me parece super práctica. Igual yo le creo más a Perfil pero siento que me confunde la diagramación, tiene muchos colores y subtítulos que están todos en la pantalla y como mi celular es chico, se me mezclan (Catalina, 20 años, 2do año de Periodismo, USAL).

La claridad en la forma de mostrar las noticias resulta clave

para las personas que buscan estar informadas de forma rápida.

Si la página es demasiado confusa, tiene demasiadas publicidades, como que me mezclo, no consigo la noticia y me termino yendo (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Entro a Infobae para darme un pantallazo, como que ver los títulos y listo. Como que siento que para eso es Infobae, tipo informate un poquito de todo. La Nación, para leer cosas más profundas. Me gustan mucho los sitios que no ponen tanta información, que ponen todo corto y conciso como para estar informado y saber del tema pero tampoco tanto (María José, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

La accesibilidad es otro factor importante y, nos referimos aquí, particularmente a los muros de pago que algunos sitios levantaron en los últimos años, que obligan a las y los estudiantes a buscar alternativas cuando se topan con esas restricciones.

A veces caigo en Clarín también, un poco, mientras me deje, porque también te pide que te suscribas (Jimena, 32 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

A Clarín como que lo dejé de ver porque está con el tema este de las suscripciones (Facundo, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPam).

Son varios los diarios tradicionales que introdujeron este modelo de financiamiento que exige suscripción y que deja afuera a muchas personas, tanto en CABA como en las provincias: Clarín (desde mayo de 2017), La Nación (agosto 2017), La Voz (febrero 2018), La Gaceta de Tucumán (junio 2019), Los Andes y Río Negro (ambos en agosto 2020) y Perfil (septiembre 2020).

Cada vez los portales de noticias “oficiales”, ya sean La Voz, Clarín, los más fuertes, comienzan a ser más acotados y más de pago, entonces me la hacen más difícil, y al final me doy cuenta

que de las cosas que me quiero informar, lo hago igual por otro lado (Valentino, 20 años, 3er año de Comunicación, UPB).

## **5. Vías de acceso: la noticia aparecida**

En muchos casos, las y los estudiantes de Comunicación Social no acceden en forma directa a los sitios web de los medios informativos sino a través de otras vías. Es decir, no tienen el hábito de escribir en el navegador la dirección (URL) de una web para acceder a la agenda completa que presenta el medio.

(Visitar) sitios web, así de poner “www”, no. Solamente en Instagram que algunas veces la publicación te redirecciona a la página, si querés más información. No lo hago a menos que sea muy necesario, pero por iniciativa propia, no (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En lugar de abrir un medio, se encuentran con las noticias en la navegación por redes sociales donde siguen a determinadas marcas y periodistas. Las noticias no son buscadas sino que “aparecen” en la línea de tiempo. La idea de que las noticias aparecen es recurrente en las entrevistas y está asociada a dos factores: el consumo en las redes sociales y el uso del teléfono móvil.

Tampoco es que busco un diario y me pongo a leer sino que es lo que me va apareciendo (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Suelo entrar en Twitter porque en Twitter yo sigo páginas de medios digamos digitales y también me aparecen los de Misiones, entonces también utilizo mucho me informo mucho también para ver qué pasa en Misiones (Florencia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

No obstante, también hay quienes establecen un pacto de lectura más fuerte con alguna marca; entonces, o bien la localizan habitualmente desde el navegador, o bien tienen la aplicación en

sus celulares que los lleva directamente a los contenidos del medio. Esas prácticas se inscriben en una rutina de consumo informativo que repiten diariamente y de manera similar, según relataron en las entrevistas.

Siempre visito los mismos sitios, como una rutina. Y cambio si hay alguno que me ofrezca algo interesante (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

Este vínculo se suele dar por ejemplo en estudiantes de las distintas provincias con los medios regionales o locales, debido a que es un tipo de información que no se encuentra tanto en las redes.

Generalmente en Twitter o en las redes, no se ven noticias de Neuquén. Salvo que suceda algo grave o resonante. (Entonces) entro a Río Negro o La Mañana Neuquén para ver qué pasó con la cuarentena, cómo se flexibilizó. Busco eso en los medios locales. Pero en la cuestión nacional estoy acostumbrada a buscar la información yo (Nahara, 24 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Otra práctica bastante mencionada en las entrevistas es la de buscar información de actualidad en Google porque alguien les contó o porque escucharon algún comentario. Si es algo de mucho interés, lo contrastan con distintas fuentes.

Estas estrategias de acceso no son excluyentes ya que en ocasiones se combinan según el momento. Veamos con un poco más de detalle las distintas vías.

### **5.1. Los sitios a través de las Redes Sociales**

Las redes sociales son la principal puerta de entrada a la noticia para las y los estudiantes de Periodismo y Comunicación. Un 32% accede a través de redes sociales (como Twitter, Instagram y Facebook) sumado a un 7% que lo hace por servicios de mensajería instantánea (como Whatsapp y Telegram), según la encuesta que hicimos a 1941 estudiantes y que hemos analizado en el capítulo 4 de este libro. Esto también coincide con los estudios que,

a nivel población general en la Argentina, muestra, por ejemplo, el Digital News Report del Reuters Institute que, en el informe de 2021, registró que el 66% accede a las noticias a través de las redes, por encima de la televisión (64%) y mucho más que los medios impresos (20%) (Newman y otros, 2021).

Más que nada yo uso mucho el Instagram, (...) ahí la única página de información que sigo es “Todo Jujuy” y bueno en Face ya sigo a varias (Lourdes, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Como hemos visto en el capítulo 5, dentro de las fuentes que siguen en las redes sociales, son usuales las cuentas de los medios y periodistas. Es decir que el consumo de medios de comunicación se realiza en buena parte sólo por lo que éstos distribuyen en sus cuentas sociales.

Las uso como puerta de entrada a los grandes medios (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Sigo diferentes agencias o cuentas que tengan que ver con periodismo y sobre todo relacionadas a quizás mi línea de pensamiento: La Garganta Poderosa, Feminacida, Sudestada. Eso en Instagram, por ejemplo. Después uso Facebook también, que sigo a las mismas páginas (Melany, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Las cuentas de los medios en las redes se mezclan también con las de fuentes directas de información.

Entro a sitios web de otros medios, pero mi principal fuente son las redes. Intento seguir medios de comunicación, cuentas de políticos, intento cubrir todo el espectro entre la derecha y la izquierda en la medida de lo posible (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Aunque también hay quienes manifiestan su desconfianza por la información que circula en las redes.

Prefiero los medios, porque en las redes te pueden dar falsas noticias (Carla, 24 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

¿Cuáles son las redes que utilizan? Twitter es la que está más asociada a la información de actualidad. Rebeca explica:

Suelo entrar mucho a los medios por ejemplo Infobae o Página/12, Minuto Uno, pero últimamente uso más Twitter y me entero de muchas cosas que no están tanto en los medios. La verdad es que Twitter es una muy buena herramienta para informarme, al menos para ver lo que es la agenda, si querés profundizar, sí podés ir a algún medio más tradicional (Rebeca, 28 años, 4to año Periodismo, UNLZ).

Yo estoy recorriendo las redes y quizás una me llama la atención y clickeo. Cuando se instalan temas de agenda, leo un tuit hablando de algo y paso de largo, veo otro hablando de lo mismo, paso de largo y leo un tercero y bueno a ver qué está pasando y me pongo a buscar (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

Detrás de Twitter, Instagram es la red más mencionada para el acceso a la información. Un segundo lote lo conforman Facebook y Google y, más abajo, Youtube y un caso que utiliza la red TikTok que aún está experimentando en el uso de noticias.

La cercanía en el lenguaje usado, el dinamismo y el uso de recursos visuales por parte de los medios en redes sociales son muy valorados por las y los estudiantes de Periodismo y Comunicación a la hora de elegir a quién seguir.

Yo me di cuenta a través de Filo News que me gusta la información que sube, ya que si lo hacen por Instagram o por una plataforma que realmente está relacionado con el lenguaje de los adolescentes, es lenguaje criollo, cercano a nosotros de una manera interesante didáctica y muy relacionado con la forma y con el lenguaje de las redes sociales. Busco la cercanía, por ejemplo, Filo News ahora está lanzando informes especiales en videos de

un minuto y lo dicen todo de una manera súper entretenida, con gráficas, entonces llama la atención y lo expresan con nuestras palabras (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

También es importante la identificación con periodistas jóvenes que suelen ser presentadores en estas plataformas en un modo *selfie*:

Y también lo que me gusta es que justamente quienes transmiten estas historias y estos informes son gente de nuestra edad o hasta 30 años. No te lo dice un periodista de 80 años que tiene una cabeza vieja o retrógrada (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

## **5.2. Otras vías: Google, newsletters y apps**

Hay quienes deciden confiar la curaduría informativa al algoritmo de Google.

Cuando busco información suelo entrar a los primeros lugares que me recomienda Google. Suelen ser los más conocidos como Infobae, Clarín, TN, Página/12 (Santiago, 19 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Siempre cuando buscas algo en Google lo primero que te aparecen, los primeros tres sitios son los más sólidos. Son los más importantes, por eso nunca me tomo el trabajo de ir a los de más abajo: Infobae, La Nación, La Voz del Interior (Belén, 18 años, 1er año de Audiovisual, UBP).

Las recomendaciones vía móviles son una tentación para algunas de las personas entrevistadas.

Cuando agarro el celular a la mañana me salen las recomendaciones de noticias de Google (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Las *newsletters* son otra opción que algunos estudiantes eligen para leer contenidos de actualidad de algún medio.

Estoy suscrito al *newsletter* de Clarín, entonces me llegan las noticias ahí. Me informo por ahí y me llegan al email (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

Es otro tipo de información, es más análisis. Es una costumbre que agarré con la cuarentena. Me suscribí a todos los de Cenital: Florencia Halfon, Juan Elman, son todos periodistas y escritores. Tenés los que te informan sobre deportes, que es más internacional. También sobre economía, que me gusta mucho, pero me cuesta entenderla (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Las aplicaciones son una tercera vía de ingreso indirecto a los medios de comunicación. Las hay generales:

Tengo una aplicación que te lleva directo a las páginas de los diarios, que se llama Noticias Argentinas (Manuela. 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

También específicas de cada medio:

Uso la aplicación de La Nación en el celular (Rocco, 19 años, 2do año, USAL).

Más allá de estas alternativas, el acceso a través de las redes sociales aparece como la modalidad más nombrada.

## **6. Un efecto fugaz**

El tiempo es, sin dudas, una variable clave en el estudio de prácticas de consumo informativo que determina tanto qué se lee, cuánto y cómo. Franco sostiene que, como estudiante de Comunicación Social, intenta que sus lecturas sean variadas pero luego aclara:

La verdad es que como tengo poco tiempo uno siempre termina recurriendo más a los mismos sitios (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

Sin embargo, las prácticas se combinan, pasando de lecturas breves en dispositivos móviles, a otras más reposadas en lugares más estáticos, como las computadoras. A Valentina le genera “fiaca” leer todos los enlaces que proponen las noticias. Entonces:

Leo el título, bueno ya está, cuando me siento con una compu me pongo a leer (...) porque cuando es extenso, no me gusta mucho leer del celular. Obviamente que hay situaciones que lo ameritan y que leo la noticia rápido, pero si tengo tiempo o me quiero poner a leer o analizar algo por gusto, lo leo sí de la computadora (Valentina, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Esto lleva paulatinamente a otro modelo extremo: el del consumo *multitasking* de muchos medios y plataformas a la vez. Se trata de una práctica con la que se identifican muchas de las personas encuestadas.

Por lo general Infobae, La Nación, Página 12 (...) y La Posta que es un diario local digital (...) y sigo en las redes sociales todo el tema del Coronavirus y eso (María José, 19 años, 1er año de Periodismo, UNICEN).

Para mí, todo lo que sea informarme pasa por Twitter: sigo a varias cuentas, a varios diarios: app de La Nación, Clarín y Página/12 y otras, digamos con propuesta más digital como El Canciller, Revistas Cítrica, La Garganta Poderosa y a unos periodistas especializados en algún tema especial digital y accesibilidad e internacionales, además de periodistas científicos relacionados con el Coronavirus, generalmente pasa todo por ahí (Francisco, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

También acceden desde aplicaciones y correo electrónico, como Verónica, quien cuenta con una suscripción a La Nación que le llega vía correo electrónico.

Así que reviso los titulares, veo si hay alguna cosa que me interesa más y la busco en Google o en otro lado. Busco en Clarín,

en El Cronista, en diferentes lugares. Después tengo a todos los sitios de La Pampa en Facebook: La Arena, El Diario, Infopico, Infohuella. Reviso todo lo que están subiendo, pero hago algo así como un salpicado de todo como para saber con qué voy arrancar el día. Después, si me interesa algo, profundizo, miro también cuántos casos hay, todo eso, en qué fase estamos. Creo que eso lo hicimos todos porque queremos saber dónde estamos parados (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPam).

Ese consumo, en algunos casos, también se torna familiar.

El medio que consumo mucho es Somos Jujuy. Durante la mañana es donde nos mantenemos prácticamente informados a la hora del desayuno como que vamos comentando lo que cada uno ve en su celular en familia. Al mediodía llega el diariero entonces ahí es donde le compramos los diarios El Tribuno y La Gaceta y bueno ya nos informamos con eso y a la tarde que me informo yo con El Enlace porque es entremedio de la mañana y entre mediodía y un poquito a la tarde estoy en el negocio, entonces es cuando me encuentro más noticias acerca de el Enlace (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

## **Conclusiones**

Los medios que consumen jóvenes universitarios de carreras de Periodismo y Comunicación Social del país son fundamentalmente los grandes medios tradicionales, a través de redes sociales.

Presentamos a continuación los principales hallazgos de este capítulo:

- El acceso a los medios tradicionales a través de sus redes sociales que realizan las y los jóvenes universitarios se combina con sitios de noticias locales (de los lugares en que habitan o de los lugares de donde vienen) y, en alguna medida, con medios que proponen agendas, temas y tratamientos alternativos.

- En general, las y los jóvenes establecen rutinas de lectura de medios mediante un paneo más o menos rápido por una multiplicidad de sitios, pero también hay lecturas profundas, que hemos denominado transversales: buscan una noticia en varias portadas para profundizar o confrontar la información entre un medio y otro.

- Esta práctica contrasta con quienes dicen tener poco tiempo para la lectura de información, y que incluso eligen sitios no por su contenido, su línea editorial o su despliegue multimedia, sino por su diseño y usabilidad. Es decir, el que mejor le facilite una lectura rápida de titulares actualizados.

- Los muros de pago son una barrera aludida por las y los estudiantes pues condiciona el consumo noticioso.

- Las redes sociales son la principal vía de entrada a la información y muchas veces hace que las noticias no sean buscadas sino que aparezcan en la navegación, mezcladas con contenidos familiares y de amistades.

- Hay quienes usan aplicaciones, newsletters y buscadores para hallar información de actualidad.



## Capítulo 7

# NADA SE PIERDE, TODO SE TRANSFORMA: EL CONSUMO DE NOTICIAS EN MEDIOS TRADICIONALES

**Edgardo Toledo**  
**Silvana Comba**  
**Luciano Pamucio**  
Universidad Nacional de Rosario

### Introducción

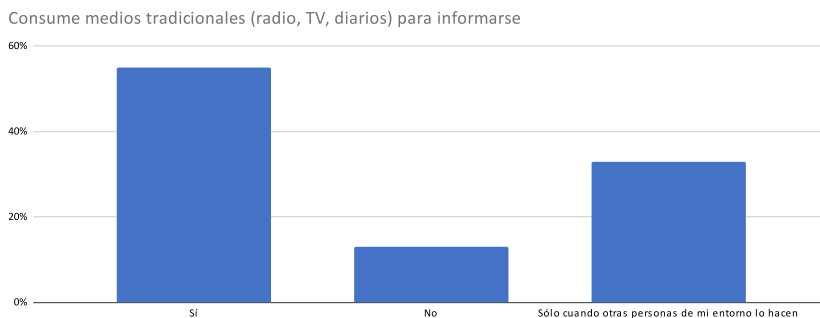
A partir del siglo XX, los medios masivos de comunicación comenzaron a ocupar un lugar central en los consumos culturales cotidianos y, a través del tiempo, se fueron consolidando como industria, creando sus propias audiencias. A finales de siglo, el surgimiento de Internet actuó como una nueva *compuerta evolutiva*, en palabras de Piscitelli (2002), que marcó un antes y un después. Las tecnologías dominantes del conocimiento y de la cultura están interrelacionadas y siguen un patrón evolutivo común, reforzándose mutuamente, hasta que aparece un nuevo nivel de innovación tecnológica o compuerta evolutiva y concomitantemente surgen nuevos patrones de comportamiento social. Llegados a este punto, nos encontramos en un escenario donde conviven los medios masivos de comunicación y los medios sociales, dando lugar a nuevas prácticas híbridas de consumo de información. En este capítulo abordaremos las rutinas de consumo de noticias que las y los jóvenes realizan a través de los medios tradicionales, puntualmente la TV, la radio y el diario impreso. A la vez, relacionaremos este consumo con el de medios emergentes, tarea necesaria si queremos comprender los nuevos modos de informarse.

### 1. La supervivencia de los medios masivos

En poco tiempo fueron cambiando los aparatos, los soportes y los lenguajes para acceder a la información, pero los modos en

que las y los jóvenes se informan no varían al mismo ritmo que la oferta tecnológica. Así, como respuesta a la pregunta: Para informarte, ¿consumís medios tradicionales (radio, TV, diarios)? Un 55% respondió que sí; un 33% respondió que sólo cuando otras personas de su entorno lo hacían y un 13% que no se informaba a través de medios tradicionales. Es decir que un 88% de jóvenes continúa con prácticas de consumo de información vinculadas a los medios masivos. Esto no quiere decir que sólo se informan por estos medios, sino que mantienen esas prácticas y le suman otros modos más recurrentes de acceso a contenidos informativos en las redes sociales que explicaremos más adelante.

**Gráfico 62**



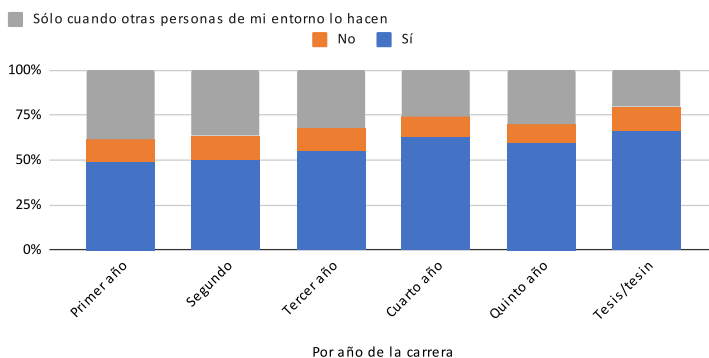
El consumo de medios tradicionales va aumentando levemente desde el primer año de cursado (48,73%) al último tramo de la carrera (66,67%). Si sumamos los porcentajes del consumo que hacen individualmente y con otras personas de su entorno, observamos que sigue siendo elevado: alrededor del 85% (Gráfico 63).

Algunos testimonios recogidos durante la fase cualitativa de la investigación muestran una valoración negativa de la TV, ya sea por el tratamiento de la noticia como por la falta de actualización.

Al mediodía, mi familia ve noticieros, pero no me informa porque son cosas que ya pasaron, o ya estoy al tanto por las redes (Julián, 26 años, 4to año de Comunicación, UNR).

## Gráfico 63

Consume medios tradicionales (radio, TV, diarios) para informarse (por año de la carrera)



Las plataformas, lejos de anular a los medios masivos, lo que están haciendo es ensanchar la oferta y proporcionar otras puertas de entrada a la información. Por su parte, los medios masivos necesitan adaptarse a este nuevo ambiente y se están transformando. Un ejemplo es su presencia en las redes y la utilización que hace cada programa para la interacción con la audiencia, cuando intentan romper con el modelo lineal. Otro aspecto significativo es cómo las cadenas de TV están migrando a las plataformas.

Lo que es muy interesante de la televisión es cómo la televisión se ha reinventado. La televisión son muchas televisiones, es muy versátil, se consume, se hace zapping, channel surfing, como se dice en inglés, en el cable y en la televisión abierta. Lo que ha pasado, otra forma en que se ha reinventado la televisión, sobre todo con los servicios de streaming, es que se consume el mismo contenido en distintas pantallas, en distintos cuartos de la casa (Cátedra UNESCO AMIDI, 2022).

Desde la perspectiva de la ecología de medios, como señala Scolari: “la aparición de nuevas especies (nodos), además,

modifica la ecología del conjunto, ya sea causando la adaptación de algunos elementos o la aparición de híbridos que combinan lo viejo con lo nuevo.” (2008, p. 4)

## **2. Rutinas informativas: TV y radio de fondo y muy poco papel**

Para reflexionar sobre la transformación que están atravesando los consumos de información, partimos del concepto de medio desarrollado por Verón, que “implica la articulación de un soporte tecnológico más una práctica social” (Carlón, p.163). Para dar cuenta de esta articulación, comenzamos por describir el cambio de rutinas informativas de las y los jóvenes a partir de la cuarentena.

Fue significativo el aumento en el consumo de medios masivos, particularmente la TV y la radio, en el contexto familiar. No solo porque estaban más tiempo en el hogar, sino porque algunos volvieron a vivir en la casa de sus padres, ya que durante la pandemia regresaron a sus ciudades de origen. Esta circunstancia provocó un cambio en el contexto de recepción.

El aparato de televisión sigue ocupando un lugar central en la casa familiar, principalmente en el comedor. Esto hace que la TV esté encendida durante las comidas y, en consecuencia, que las y los jóvenes consuman de una manera indirecta las noticias de los medios tradicionales.

¿Televisión? Miro cuando mi viejo mira. Cuando comemos que es el horario en que compartimos todos, miro tele. Noticieros sobre todo. Y por mi parte, veo canales de deportes. Estoy en un escritorio, al lado está la tele. A veces tengo la puerta arrimada y siempre está el zócalo rojo de urgente. Eso está siempre (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa.)

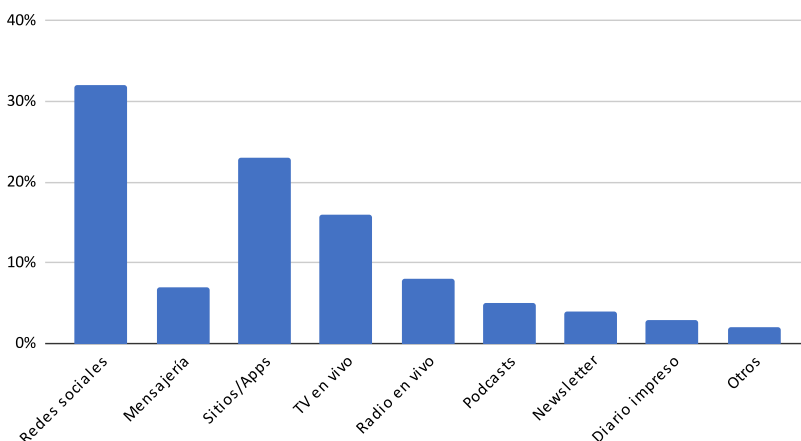
Ahora que estoy con mi familia, ellos siempre a la mañana están escuchando radio. Tipo de 10 a 12 estamos con la radio y ahí soy muy intermitente por si estoy desayunando o si estoy compartiendo con ellos o no (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Después a la hora del almuerzo, vemos el noticiero. Yo a veces no termino de ver el noticiero, como de una a una y media es que estamos todos juntos viendo la tele (Rafael, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

En la encuesta que realizamos en esta investigación (ver capítulo 4), al preguntar: Cuando buscás informarte, ¿a través de qué medios, plataformas lo hacés habitualmente? Un 32% respondió que se informa a través de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y TikTok); un 23%, en sitios o aplicaciones de noticias y un 16% con la TV en vivo (información política, social, policial, que les resulta de interés o eventos deportivos y musicales).

**Gráfico 64**

Medios/Plataformas donde se informa habitualmente



A partir del análisis de estas rutinas informativas, observamos que la TV tiene una fuerte presencia en los consumos de noticias, específicamente, la TV en vivo. Una explicación analítica de este fenómeno la brinda Carlón en el libro *La muerte de los medios masivos*: “estamos bastante de acuerdo con que nos encontramos en la era en la cual probablemente haya comenzado el fin de la televisión como medio pero mucho menos en su fin como lenguaje y dispositivo” (2006, p. 163). Y continúa:

La televisión tiene dos dispositivos y lenguajes: el grabado y el directo o live. El directo (llamado así porque es el lenguaje de la toma directa) estuvo desde el origen y constituye el núcleo de lo televisivo: es aquello que lo diferenció de su ilustre antecesor; el cine. El grabado, es decir, la videograbación, aparecida a mediados de los años 50 (La Ferla, 2005, p. 50), enriqueció las posibilidades discursivas de la televisión, que a partir de entonces tuvo, a diferencia del cine, dos lenguajes, pero no le brindó una nueva especificidad: el directo es la extraordinaria novedad que en el siglo XX instauró la televisión (...) Si las predicciones son correctas podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir en el fin de la televisión (2006, p. 171).

Estos planteos aparecieron de este modo en los dichos de los entrevistados:

P: ¿Cuándo ves televisión mirás en directo o ves on demand?

R: Miro por cable y después si me entero por Twitter que pasó algo en un programa, por ahí lo busco en Youtube para ver qué pasó, si no, siempre miro por cable (Sol, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

El noticiero está prendido siempre a la noche, no importa quién lo encienda, siempre está encendido. En mi familia nos acostumbramos a eso. Ahora, a raíz del coronavirus lo solemos apagar más seguido para no ver noticias tan angustiantes y frustrantes (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

La TV, en muchas ocasiones de la vida cotidiana, está encendida de fondo. Como plantea Roxana Morduchowicz:

Las y los jóvenes de hoy son la generación multimedia. No sólo por la variada oferta mediática de que disponen, sino y muy especialmente por el uso en simultáneo que ejercen de ella. Mientras ven TV hacen la tarea, escuchan música, hablan por teléfono y navegan por Internet (...) los medios no se desplazan entre sí: se complementan y superponen (...) La generación multimedia hace

un uso simultáneo de los medios que termina por no anular a ninguno de ellos. Más bien los integra (2008, p.15).

¿Ves la TV para informarte? No sé si para informarme. La miramos porque está. Mi mamá pone siempre en el horario central la tele y ahí la tenemos de fondo, pero no es que estamos prestando demasiada atención a lo que pasa (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Y tele, en general, está prendida de fondo en casa a la noche así que si estoy por ahí capaz me siento un rato a mirar (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

En mi casa siempre está prendida la tele en el living, generalmente con el canal TN, entonces eso lo termino consumiendo, no porque me sienta a verlo yo, pero bueno, está ahí, uno se sienta en el living a conversar con alguien y está de fondo (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

Mientras que el consumo de TV está ligado al hogar y se realiza en compañía (familia, amigos, pareja), a la radio la escuchan en movilidad (celular y receptor del auto).

La manera más común es en el auto porque donde trabajo vamos con mi padre en el auto y tenemos la radio puesta y generalmente noticiero y a veces música (Federico, 30 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Y radio no escucho mucho, antes de la cuarentena escuchaba yendo a la facultad y volviendo, pero ahora ya no (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Si bien a la mañana cuando estaba en el contexto de presencialidad en la facultad a la mañana me levantaba, capaz que en el camino iba con auriculares escuchando La Kermés. Antes escuchaba mucho La Kermés, eso fue un cambio. Ahora estoy escuchando mucho Radio Noticias, ya desde fin del año pasado (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

La música y el entretenimiento son los géneros elegidos y, en mucha menor medida, la información, contenido que consolidó a la radio. En palabras de Fernández,

La radio se hizo fuerte con la información urgente en vivo desde el lugar de los hechos y el show radiofónico como género broadcasting de síntesis de la actividad informativa, social y cultural y las relaciones entre diversas series de la vida social (2013).

La radio tuvo que ir adaptándose al actual ecosistema sonoro. Un formato en crecimiento es el podcast, que apuesta por la personalización asincrónica del consumo y ofrece sus contenidos a la carta en plataformas de streaming musicales. Aquí acceden a una gran variedad de temas, incluidos algunos contenidos informativos.

P: ¿La radio es un medio informativo para vos?

R: Escucho mucho podcast. Ahora estoy escuchando un resumen a la mañana de Redacción que se llama Foco, que me lo recomendó una amiga para seguir escuchando noticias. Entonces escucho mas que nada podcast. Radio escuchaba cuando iba a la facultad manejando, pero ahora que estoy en casa, poco y nada escucho radio (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Escucho mucho podcast. Nunca fui muy de la radio en general porque me gusta tener más control o curaduría de lo que yo escucho y el podcast me permite un poco eso. La radio, en cambio, tiene lo de controlar lo que uno está escuchando. Sí miro a veces Futurock que busco y escucho, por lo general que terminan colgados también (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

Los diarios en papel ya no forman parte de los consumos mediáticos informativos de las y los jóvenes. Según la encuesta, sólo un 3% recurre a ellos para informarse (ver capítulo 4).

P: ¿Y diario papel te llega a tu casa?

R: Sí, llega todos los miércoles y domingos creo. Llegan Clarín y La Nación.

P: ¿Y los lees o no?

R: No, agarro veo la tapa y lo dejo ahí. Después se usa para el asado (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación, UA.)

Cero coma cero cero cero... Mi contacto con los diarios de papel literalmente es que envolvemos los huevos en la pollería (risas) (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

En ocasiones, los compran con una función de archivo para atesorar una noticia que les resulta significativa o los leen para informarse sobre acontecimientos locales.

Diario papel, no. Hace mucho que ya no leo. Es más, es muy esporádica la vez que puedo llegar a comprar un diario en papel. Tiene que haber algo muy puntual para que compre un diario en papel. Una nota especial que quiera leer o que quiera guardar. Creo que va por ese lado. Por comprar algo que quiera guardar, más que por leer la noticia en sí (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Sí, El Tribuno. El Tribuno de Jujuy es el diario que más compramos en mi casa, quizás tres o cuatro veces a la semana (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Como hemos visto también en el capítulo 6, los medios locales siguen teniendo vigencia a la hora de informarse sobre lo que ocurre en sus ciudades.

En mi casa se escucha mucho la radio, siempre está encendida, así que la escucho mientras me hago el desayuno, mientras cocino o mientras lavo los platos. Suelo escuchar Cadena 3 (Gerónimo, 19 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

En el auto escucho radio de la Universidad Calf y LU5 de NQN (Francisco, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

El medio que sí consumo mucho es Somos Jujuy. Durante la mañana es donde nos mantenemos prácticamente informados a la

hora del desayuno como que vamos comentando lo que cada uno ve en su celular en familia (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

El ámbito natural de la TV tradicional es el hogar. Y esto condiciona el consumo que hacen las y los jóvenes, ligado a las rutinas cotidianas, combinando la TV con los medios sociales.

Después también entro a Instagram y después ya me hago el desayuno y por ahí lo que veo es las noticias en la televisión, mientras me hago el desayuno como de fondo voy escuchando a ver qué onda (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

Mi mañana de información está muy relacionada con el día anterior, porque como normalmente veo el noticiero a la noche, ya sé lo que pasó. Entonces, si quiero buscar algo específico me levanto y lo busco, o si no, abro dos o tres portales para ver qué está pasando. A lo largo del día entro mucho a Twitter a ver las tendencias. De todas formas depende cada día; si vi algo que me interesó, entonces en ese caso lo busco para investigar más sobre el tema, si no espero a la noche donde me vuelvo a informar bastante, con una mirada más completa y general, a través del noticiero (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

La verdad es que hago un consumo “snack”, durante todo el día, no es que tengo un horario fijo, mientras estoy trabajando es bastante intenso, entro también a los medios nacionales además de los regionales, a la tarde si entro a las redes y están hablando de algún tema informativo, también le doy su espacio, a la noche si es como que todavía me queda la costumbre de ver el noticiero, para hacer el resumen del día, me gusta irme a dormir informada, antes de dormir hago una última vuelta por las redes para ver como empieza el día (Paula, 22 años, 3er año de Comunicación, UNLZ).

A la mañana me gusta más informarme con la televisión que con el celular. Tengo la costumbre de prender la tele mientras me voy deshabilitando, me hago el desayuno y esas cosas. Después abro

la computadora y empiezo a ver más noticias con las redes o los portales (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

La TV, en cuanto medio tradicional, se fue adaptando a los usos de los medios emergentes, por ejemplo, a través de los Smart TV, ya que las y los jóvenes consumen plataformas en el aparato TV. Una particularidad es que lo siguen teniendo en sus habitaciones pero sólo para el uso de plataformas o consolas de videojuegos. No miran TV en formato tradicional, ni tienen conexión al cable. En ocasiones, transforman la TV en Smart a través de la consola de juego.

Lo que es medios tradicionales, dejé de consumir hace bastante tiempo. Si bien he trabajado en radio en un principio pero no he consumido prácticamente nunca, excepto aquellas que pasaban música; después lo que es televisión, cable hace dos o tres años que ya no tengo. Como decía, no tengo una Smart TV, tengo tele común que lo hago smart con la consola, si no no. Y diarios físicos tampoco. Creo que desde que terminé de cursar en el instituto, no agarré ninguno más (Federico, 28 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

### **3. Consumos híbridos**

En las habitaciones de las y los jóvenes dominan las pantallas del celular y del Smart TV. Ahí donde visiones apocalípticas del uso de los medios veían encierro y aislamiento, se lanzaron a explorar su identidad comunicándose con sus pares. ¿Cómo? En un nuevo espacio, el de las redes; con distintas actuaciones: fueron apareciendo booktubers, youtubers, fans que subtitulan series para compartir, quienes crean y viralizan memes y quienes publican microrrelatos en Twitter. Amateurs que producen y consumen información con distintas narrativas. A la vez, van tejiendo conversaciones donde mezclan lo íntimo con lo público, lo local con lo global, la información con el humor, lo más racional con lo grotesco o extravagante.

La combinación del consumo de medios tradicionales con medios emergentes genera reenvíos de unos a otros. El concepto

de mediamorfosis, desarrollado por Fidler (1998), contribuye a explicar este fenómeno de complementariedad de medios. Los nuevos no suponen necesariamente la desaparición de los existentes previamente, sino una reconfiguración de usos y lenguajes. De manera similar lo plantea la perspectiva de la ecología de medios, cuando señala que los medios tradicionales no desaparecen cuando surge uno nuevo, sino que se resignifican. Algunos testimonios dan cuenta de las prácticas híbridas de consumo de información, en definitiva, de cómo se informan hoy las y los jóvenes.

Sigo a bastantes paginas como Radio3 y a algunos periodistas. Ellos van posteando información y miro. A veces al mediodía miramos la tele, pone El Tres, más que nada Rosario y así me mantengo informado (Joel, 21 años, 2do año de Comunicación, UNR).

¿Usás la tele para informarte? Sí, miro el noticiero por Youtube porque no tenemos cable porque tampoco miro canales de cable ni nada de eso. Tengo el Smart Tv y pongo Youtube, hay varios noticieros que transmiten en vivo (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Cuando yo quiero informarme lo que más busco es la televisión, la tele en vivo y por ahí si quiero informarme o si me interesa más un tema, ahí si voy a la página y ahí leo o veo los videos. Pero más que nada estoy viendo en la tele o en las páginas de Facebook o Instagram como “Somos Jujuy” y ahí ya cuando quiero ver lo que pasa directamente entro ahí y veo más rápido, si es una noticia que me interese la busco y ahí la amplío (Jemima, 20 años, 2do año de Comunicación, UNJu).

Las características de estas prácticas híbridas coinciden con los resultados de la investigación realizada por Arri sobre el ecosistema mediático de jóvenes universitarios en el aglomerado Gran Buenos Aires:

La interacción simultánea con el smartphone y los medios tradicionales permite a los/as estudiantes poder cotejar informaciones que

reciben a través de la radio o la televisión con lo que ocurre en plataformas sociales o en Internet. Las personas entrevistadas combinan el contacto con los medios tradicionales y el smartphone en diversas situaciones: en algunos casos, la interacción con las plataformas sociales o el buscador Google sirven para chequear una información relevante tocada por la televisión o la radio (2022, p. 342).

Nuestra investigación lo evidencia en estos testimonios:

Prendo la TV y luego las redes sociales, busco noticias que vi en la TV para contrastar, eso durante la mañana. Por la tarde muchas redes y medios digitales y algo de TV como para ver resumen de informativos, actualizaciones. Pero desde el celular siempre conectada (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

Sí, primero me fijo en Google. Tengo una tele, pero no miro mucho... Miro las noticias de las 8 de la noche en el once (...) Luego capaz que C5N o Crónica para ver qué pasa en el día (...) Pero si alguna noticia me interesa busco en el celular y me fijo bien (Maximiliano, 33 años, 2do año de Comunicación, UNLP).

Las notificaciones al celular de alguno de estos medios las tengo como activadas, también me llegan y ahí, ahí veo algo, pero creo que me termino de enterar de los temas cuando veo el noticiero, por ejemplo, el de las 12 (Martina, 22 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

## Conclusiones

Si quisiéramos sintetizar los principales rasgos del consumo de información en medios tradicionales por parte de jóvenes, podríamos decir que:

- La televisión en vivo es el medio que más consumen en su dieta mediática cotidiana. Esto ocurre, generalmente, en el contexto familiar, en el hogar.
- En menor medida recurren a la radio, con un consumo asociado a la movilidad.

- Los diarios en papel ya no aparecen en sus rutinas informativas.
- Los medios locales siguen teniendo vigencia para los acontecimientos que ocurren en sus ciudades.
- La principal característica a la hora de informarse en cuanto a los medios tradicionales es que siempre los combinan con redes sociales, mayormente a través del celular, que constituye la principal puerta de entrada a la información.

## Capítulo 8

# MIENTRAS MIRO LAS NUEVAS OLAS: CONSUMOS EMERGENTES EN EL ECOSISTEMA DIGITAL Y WHATSAPP COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

**Maximiliano Peret**  
**Nicolás Casado**  
**Sergio Magallanes**

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

### Introducción

La investigación sobre los hábitos informativos de las y los estudiantes de Comunicación de las universidades estudiadas ha puesto de relieve la existencia de consumos culturales asociados a la digitalización, que se presentan como alternativos a las formas tradicionales de informarse (medios gráficos, televisión por cable o aire, radio AM y FM, etc.). A estos los identificaremos como consumos emergentes.

El contexto, los contenidos que emergen en las pantallas, los temas que se desarrollan en las mismas y que de alguna manera son noticiables, es decir, de relevancia social, se transforman y visibilizan en diferentes plataformas digitales que los soportan y que van a determinar y proveer diferentes recorridos de lecturas, es decir, de consumos.

Los consumos emergentes que desarrollaremos en este capítulo se relacionan con la miniaturización de los dispositivos que ha favorecido la ubicuidad y también con el aprovechamiento de los “tiempos muertos” en el trabajo, el hogar y las rutinas cotidianas (Alino y otros, 2016). A continuación, abordaremos cada uno de ellos para luego detenernos en el uso de WhastApp como fuente de información.

## **1. El consumo de los viejos medios en el nuevo ecosistema**

Jay David Bolter (2001) define a la “remediación” como la representación de un viejo medio en un nuevo medio. La digitalización de los medios que produjo Internet ha dado lugar a la convergencia (Jenkins, 2008) de los viejos medios en la nueva plataforma, pero esa convergencia no ha dejado intactos a los medios tradicionales: los ha transformado y ha dado lugar a nuevas formas de consumo. Específicamente nos referiremos en este apartado al consumo de la TV y la radio que tiene lugar en la plataforma digital.

### **1.1. Consumo audiovisual on demand**

La popularización de Internet y el aumento de los anchos de banda permitió el desarrollo de plataformas que ofrecen la oportunidad de consumir un contenido en el momento que deseamos hacerlo y no dependiendo de las horas en las que el programador de televisión decida incluir ese contenido. Primero con Youtube y luego con las plataformas de streaming como Netflix o Flow, los contenidos on demand comenzaron a disputarle el espacio a la televisión tradicional y podemos decir que hoy ocupan un lugar de centralidad a la hora de informar y también de consumir contenidos vinculados al ocio.

Ahora en cuarentena, cuando tengo que ver algo en la tele, lo veo en Youtube, que lo suben repetido o (veo) algún fragmento que suben a algún lugar. Lo veo on demand (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Sí, veo entrevistas a personajes que me interesan que han hecho en algún programa (de TV), pero las veo después por YouTube. Noticieros no suelo ver (Gerónimo, 19 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Si lo hago [ver TV] es mediante Flow o YouTube, contenidos después de que pasaron en vivo, de esa forma, pero no veo tanto tampoco (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

En Olavarría como yo no tengo cable, tengo solo Internet, usaba Flow para alguna vez mirar algún partido, pero no lo uso como método de mirar informativos, por ejemplo. Consumo muy poco (Eliseo, 22 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

En YouTube a veces veo algún que otro video, pero no es tanto buscando activamente noticias, sino que sigo a algún creador que a veces por ejemplo vengo bastante enterada de las elecciones de Estados Unidos a través de este tipo de cosas. Pero digamos que no entro a YouTube para informarme, sino que es consecuencia secundaria (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Ahora entro a YouTube para ver noticias, no tengo tele así que veo por YouTube la transmisión en vivo de TN o de C5N o de la TV pública. Si están disponibles los suelo seguir (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Por ejemplo, por cuestiones de política, por ahí el tema de qué ley se está debatiendo en el congreso, cosas, en fin, eso sí lo busco. Entro al canal de Youtube y veo (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Desde la perspectiva de José Luis Fernández (2014), estas estructuras comunicacionales representarían “una poderosa y ambiciosa propuesta de broadcasting múltiple” (Fernández, 2014, p. 204). Es decir, una plataforma del tipo de Netflix, Spotify, Youtube, HBO, Disney, Flow, Paramount, se proponen más como distribuidoras de contenidos, puestas a disposición para el consumo on demand de sus usuarios, que como plataformas de interacción entre ellos.

## **1.2. Consumo audiovisual en vivo: el streaming**

Si bien, como vemos, es el consumo audiovisual el que más se identifica con el on demand, también es importante el acceso desde Internet a la transmisión de televisión en vivo (streaming). Cuando se les consultó sobre el consumo de canales de noticias por Internet las y los estudiantes manifestaron:

Sí, La Nación + (Martina, 22 años, 4to año de Comunicación Audiovisual, UBP).

En Roca, sí. Por Internet. Puede ser en directo, puede ser grabado también. A veces lo agarro en directo porque me llega una notificación de Facebook que Canal 10 está en vivo, por ejemplo, o alguna otra cadena. Pero si encuentro una nota o algún reportaje que han hecho también lo consumo (Dani, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Siempre vemos en directo. Pero acá cuando llueve se cortan las líneas del cable, entonces como que ahí no podemos ver, pero a la hora que queremos ver algún programa en específico entramos en Internet hay una página que es TV libre; entonces como que de ahí vemos los programas que estén en vivo o no; a veces queremos ver un capítulo de qué pasó en el programa que nos perdimos entonces entramos siempre a ver (María, 25 años, 4to Periodismo y Comunicación, UNL).

Antes, el año pasado o años anteriores, lo que hacía mucho es entrar por YouTube a la página en vivo de C5N, lo hacía mucho (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

### **1.3. Radio en Internet**

Si tenemos que pensar en el desarrollo de los diferentes tipos de producciones mediáticas, la radio generó sus propios espacios en la web mucho antes que el desembarco de los productos audiovisuales. El aumento de la conectividad y la posibilidad de escucharlas desde una computadora o del teléfono celular ha favorecido el aumento del consumo de radios online:

Escucho radio online a través de la computadora (Rocío, 24 años, 2do año de Comunicación, USAL).

El programa que más he estado escuchando hasta hace poco era “Últimos cartuchos” que pasaban en Vorterix, que ese sí lo escuchaba desde la compu. Lo estuve escuchando bastante, me

hacía compañía (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Escucho radio de Buenos Aires, pero siempre a través de las páginas web (Juan, 27 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL). Yo escucho radio por Internet. Estoy escuchando Vorterix, la de Buenos Aires. Me interesa mucho y, aparte lo que tiene muy cómodo, es que está en YouTube (Julián, 26 años, 4to año de Comunicación, UNR).

En este último caso, se pone en evidencia el cruce entre la radio y el lenguaje audiovisual al transmitirse los programas en plataformas de video. Internet es escenario, entonces, de la hibridación de lenguajes que antes circulaban por carriles diferentes.

## **2. El consumo de los nuevos medios híbridos**

Desde la perspectiva de la ecología de los medios, Marshall McLuhan sostiene que el contenido de un nuevo medio es un viejo medio (Scolari, 2015). Asimismo, siguiendo a Manovich (2013) el ecosistema actual de medios está evolucionando en la medida en que los usuarios se apropian de las herramientas expresivas que les proveen los dispositivos digitales para construir sus propios medios. Estos hibridan características propias de los viejos medios con nuevas prestaciones, que se basan en la posibilidad de la interacción y la participación de las audiencias, devenidas en prosumidoras. En este marco vamos a analizar el consumo del newsletters, el podcast, el meme y los canales de streaming como nuevos tipos de medios que encontraron en el ecosistema digital su ambiente natural de desarrollo.

### **2.1. Newsletters**

El primer recorrido que veremos, principalmente se asocia a consumos que parten de una consigna, una propuesta dentro del espacio académico –particularmente de una cátedra– y que se da en el consumo de newsletters. Tal como lo señalamos en el capítulo 4 cuando presentamos los resultados de la encuesta,

es interesante ver el lugar que ha ganado la versión digital de un producto que podríamos vincular a formas tradicionales de producción, como lo son los newsletters, que están relacionados, en su mayoría, con los medios digitales de tradición gráfica. En este caso agregamos a la miniaturización de los dispositivos otras variables importantes a considerar en este apartado: la sobreabundancia informativa y la diseminación de contenidos en las redes sociales. Como respuesta, los newsletters (o también denominados boletines de noticias) se envían a suscriptores (generalmente por correo electrónico) y se visualizan como una vía eficaz para llegar al destinatario y también sumar nuevos seguidores. Es característico en estos casos encontrarnos con la especialización temática y la personalización de contenidos, cuestión que pudimos apreciar en las entrevistas realizadas a las y los estudiantes:

Diario en papel no, hace rato no compro uno. Pero sí me llega el newsletter de LastFem, al que me suscribí para hacer el trabajo de periodismo digital. Pero es justamente que he estado pensando en que me tengo que suscribir a otros newsletters porque está buenísimo, pero me olvidé (Guada, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Y estoy suscripto en algunas newsletters como Cenital, Redacción (Dani, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Uso también newsletters pero es otro tipo de información, es más análisis. Es una costumbre que agarré con la cuarentena. Me suscribí a todos los de Cenital: Florencia Halfon, Juan Elman, son todos periodistas y escritores. Tenés los que te informan sobre deportes, que son más internacional. También sobre economía, que me gusta mucho, pero me cuesta entenderla. Pero recién este año con Procesos II estoy entrando al tema. Entonces me gusta porque te da la información más masticada. Explica con memes, gráficos, me gusta, es muy didáctico. Después tienen de ciencia, que con el coronavirus está buenísimo, porque, por ejemplo, cuando fue el tema de que empezaron a aparecer muchas vacunas te explicaba todo. Algunos salen todos los días, dos veces por semana o cada 15 días, tienen distintas frecuencias. Pero son tantos

que cada vez que me levanto leo 3 o 4 (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

En el panorama periodístico actual y en comparación con las plataformas tradicionales, el newsletter aparece como una alternativa de consumo para las y los estudiantes porque, sobre todo y como afirma Camila, allí se encuentran con “información más masticada”. En las entrevistas podemos ver que los newsletters transitan desde hace unos años un “periodo particular de renacimiento” (Rojas Torrijos y González-Alba, 2018). Estos aparecen como un servicio para nuestros estudiantes que les proporciona selección de contenidos y enlaces a sitios de interés, les permite estar en lo último de los acontecimientos y les abre un panorama de lo que ocurre con determinados temas, creando nichos con contenidos especializados y personalizados.

## **2.2. Podcast, la radio on demand**

El consumo on demand, tradicionalmente asociado a las producciones audiovisuales, está ganando un espacio muy importante en lo vinculado con las producciones sonoras o radiofónicas. Como lo indican las entrevistas, y también la encuesta que hemos presentado en el capítulo 4, el podcast se está convirtiendo en uno de los consumos de medios más mencionados por las y los estudiantes, dando surgimiento a nuevos actores en el contexto de la ecología de medios. Como afirma José Luis Fernández (2021, p.180) “el sistema auricular-smartphone está funcionando como una plataforma de regulación individual que construye el rol de *audionautas*”:

Si escucho podcast, estoy buscando algo de información, conocimientos nuevos, alguna entrevista con alguna personalidad destacada. Esos temas, en un podcast (Ignacio, 19 años, 2do año de Comunicación, USAL).

Escucho mucho podcast. Ahora estoy escuchando un resumen a la mañana de Redacción que se llama Foco, que me lo recomendó una amiga para seguir escuchando noticias. Entonces escucho más que nada podcast (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

R: después a la noche antes de irme a dormir hay veces que me pongo a escuchar podcast para informarme.

P: Sobre temas así...

R: Sí, temas que por ahí, en cambio de explicarte qué pasó, te explican un poco más qué es, a qué se refieren, por ejemplo, con lo de la coparticipación, hay podcast que te explican qué es la coparticipación, por qué está mal lo que hicieron, y nada, me informa más por ese lado (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

Escucho mucho más podcasts, en eso estoy. Escucho los de Felipe Pigna, son de historia y toda esa cuestión que no son de entretenimiento, pero más informativos. Así que escucho más podcast (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Sigo algún podcast en Spotify y también en otros medios. Te permite estar haciendo otra cosa al mismo tiempo que escuchas. Entonces no te tienes que sentar a leer una noticia, sino que la vas escuchando. Casi todos los días escucho el podcast de Redacción que se llama Foco sacan noticias de lunes a viernes y es un resumen, explicación breve de lo que pasa en el día. Ese es uno de los podcast. Hay otro que se llama "Esto pasó posta", de Posta FM, más alguno de filosofía... y política, de Anfibia que también sigo, los suelo escuchar y son muy interesantes (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Escucho mucho podcast. Nunca fui muy de la radio en general porque me gusta tener más control o curaduría de lo que yo escucho y el podcast me permite un poco eso. La radio, en cambio, tiene lo de controlar lo que uno está escuchando. Sí miro a veces Futurock que busco y escucho, por lo general que terminan colgados también (Bartolomé, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

El podcast es la opción on demand para los productos con formato radiofónico. Bartolomé destaca, en la última cita, que el atractivo que lo diferencia de la radio (aún cuando el producto pueda ser similar) es la posibilidad de escucharlo en el momento y el lugar que cada usuario decide hacerlo y sin depender de las

programaciones. Además, y en coincidencia con lo que se busca en los newsletters, el podcast ofrece información curada y temática que se ajusta mejor a los intereses de las y los estudiantes.

### **2.3. Memes**

Si tenemos que pensar en uno de los consumos emergentes que potenció la pandemia aparecen en un lugar destacado los memes, un tipo de mensajes que permite el abordaje, desde el humor, de un tema de actualidad. Los memes son un ejemplo de lo que Carlos Scolari (2020) denomina “cultura snack”, esto es, microcontenidos o producciones textuales breves que circulan y se reproducen en Internet. Venier define al meme como una “unidad comunicativa digital que se constituye en un objeto digital compuesto, generalmente, a partir de una imagen reconocida socialmente (una imitación) sobre la cual se produce una intervención o manipulación que crea sentido o recrea el sentido original y es puesto en circulación nuevamente” (Venier, 2018, p.29). En las entrevistas, las y los estudiantes explicaban cómo se informan a través de los memes y el desafío que requiere su comprensión:

Comparto memes, son muy directos sus mensajes. Para mí es una forma bien interesante de comunicar, es esa manera ácida y divertida de comunicar un suceso a través de algo que interpela (Brisa, 20 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

Hay un momento en que los memes se confunden con la realidad y no entendés qué está pasando (Amparo, 23 años, 4to año Audiovisual, UBP).

No, la inteligencia para los memes no la tengo, me encantaría, pero no la tengo (Lara, 18 años, 1er año de Comunicación, UNR).

Asimismo, es interesante recoger en el siguiente extracto una evolución posible del meme como medio informativo:

Es un usuario de redes sociales que se llamó “Humano de Santa Fe” que empezó como de una cuenta de memes, de personajes

que hay acá en la ciudad y que se formó tal comunidad colaborativa también con los chicos de mi edad, más grandes, más chicos y que trascendió la red social, trascendió Instagram; se mudaron a lo que es radio, que es un medio tradicional. Y hoy en día, al margen de que siguen como esa esencia de ellos de hacer una noticia pero contarla desde otro lado, por ahí como más para gente joven, titulando de cierta manera un poco graciosa y demás, se ha transformado en un medio, en un canal de denuncias también. Hay un choque y ellos tienen el video porque alguien se los manda; entonces creo que eso también es una manera de enterarse y que nosotros, la gente de mi edad, busca ese tipo de contenidos (Clara, 25 años, 5to año de Comunicación, UNL).

## 2.4. Streamers

Durante el tiempo del confinamiento domiciliario determinado por los gobiernos frente al avance de la pandemia del COVID19 en el año 2020, una de las tendencias más importantes vinculadas a los consumos digitales fue la de la transmisión en vivo de diferentes eventos y la popularización de los generadores de estos contenidos, identificados como streamers. Twitch, la plataforma de Amazon utilizada para este fin, fue una de las que más creció en este tiempo y fue el espacio donde se transmitieron más del 90% de las horas de streaming, superando en un 78,5% el visionado de 2019, según el informe de Streamlabs<sup>17</sup>. Las y los estudiantes de comunicación entrevistados daban cuenta así de esta tendencia en franco crecimiento:

Veo mucho de artistas, los streamers que están de moda ahora, de algún cantante, actores... soy más de esa onda por ahí no de periodistas o no sé gente como profesionales algún profesional, más que nada streamers, actores actrices, famoso que me gusta su contenido porque en sí uno lo sigue para ver qué hacen (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Me informé más, estuve buscando más información porque yo veía toda información de pandemia y quería seguir buscando otra

---

17 <https://blog.streamlabs.com/streamlabs-and-stream-hatchet-q4-live-streaming-industry-report-a898c98e73f1>

cosa. Porque otra cosa pasaba en el mundo. Trataba de buscar información sobre cursos, que en marzo voy a empezar, descubrí en esa búsqueda que hay ligas profesionales de e-sport y me puse con eso durante toda la pandemia así que me puse a seguir contenido de ese estilo, contenido en Twitch, por ejemplo que son streaming en vivo. Ahí si se quiere sí, hay cambio, porque antes Twitch lo usaba solamente para los partidos y lo empecé a usar para la información de otro tipo y encontré otro tipo de contenido (Federico, 28 años, 5to Periodismo y Comunicación, UNL).

### **3. ¿WhatsApp como fuente de información?**

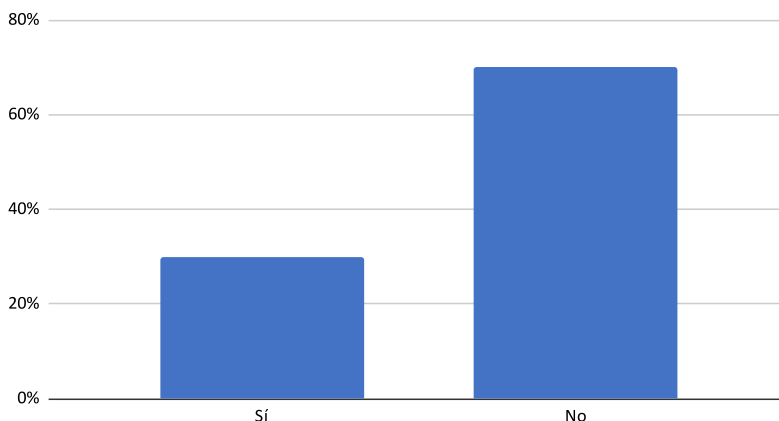
WhatsApp aparece como uno de los recursos más utilizados en las comunicaciones por la mayoría de los usuarios de teléfonos inteligentes, elegido sobre todo por el bajo consumo de datos y porque algunas empresas ofrecen paquetes en los que el uso de estas aplicaciones no genera consumo de Internet del plan contratado. Según el sitio de análisis estadísticos “Statista<sup>18</sup>” WhatsApp se colocó durante 2021 como la red social preferida por los internautas argentinos, con casi el 95% de los usuarios de Internet interactuando en la plataforma. En este contexto, la red social WhatsApp se ha transformado en una de las herramientas predilectas de las y los estudiantes no solo porque permite organizar o llevar adelante procesos de enseñanza-aprendizaje en el contexto de la pandemia (de eso hablaremos en la tercera parte de este libro) sino también por la diversidad de usos y posibilidades que la aplicación les ofrece. Lo que nos interesa analizar en este apartado es el uso de esta aplicación para informarse, particularmente los grupos de WhatsApp utilizados para la circulación de contenidos. En este sentido, en el relevamiento cuantitativo, del total de las y los estudiantes encuestados, un 70% respondió que no utiliza WhatsApp para informarse.

---

18 En 2021, WhatsApp se colocó como la red social preferida por los internautas argentinos, con cerca del 95% de los usuarios de Internet interactuando en la plataforma. Le siguieron Instagram y Facebook como las redes sociales más populares en Argentina, ambas con una participación de más del 85% de los usuarios de Internet. Fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

### Gráfico 65

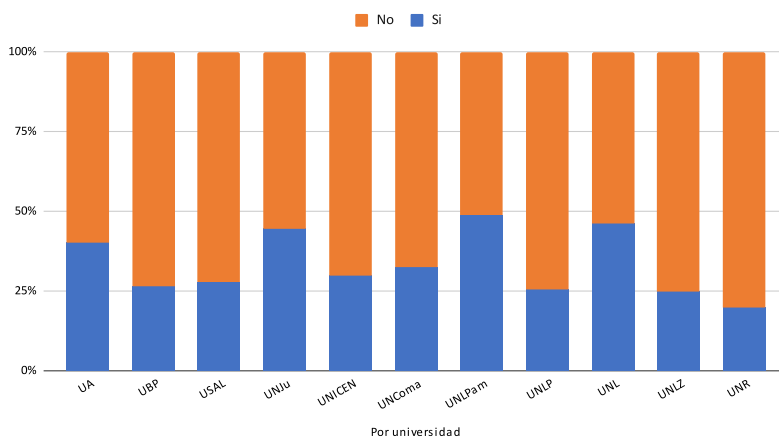
Se informa por WhatsApp



Si desagregamos este dato por universidad, sólo cuatro de las once universidades que participaron de la investigación se acercan al 50% que manifiesta usar dicha aplicación para informarse. En la Universidad Nacional de La Pampa 48,76% afirman usarlo, le sigue la Universidad Nacional del Litoral con el 46,15%, luego la Universidad Nacional de Jujuy con el 44,44% y por último la Universidad Austral con un 40,18%. El resto de las Universidades, menos del 30%, afirma usarlo con el fin de informarse.

### Gráfico 66

Se informa por WhastApp (por universidad)



### 3.1. Los grupos de WhatsApp: la noticia compartida

Antes de avanzar, es preciso aclarar que WhatsApp permite crear dos tipos básicos de grupos. En primer lugar, los grupos de difusión, que no permiten la intervención de sus integrantes, ya que solo los administradores pueden postear información, lo que asimila a estos grupos a las arquitecturas comunicacionales tipo broadcasting (Fernández, 2021). Por otro lado, se encuentran los grupos en los cuales todos pueden intervenir con “mensajes”: en estos, la arquitectura comunicacional es de tipo post-broadcasting (Fernández, 2021). Precisamente, WhatsApp no es considerada por parte de la mayoría de las y los estudiantes de Comunicación como una fuente de información por la desconfianza que genera debido a la circulación de noticias falsas, principalmente en los grupos de WhatsApp, en los que todos pueden postear:

No, principalmente porque corren bastantes fake news más las cadenas esas que, en general, suelen ser mentira y la verdad a mí, por lo menos, no me gustan los grupos de WhatsApp, me gusta más el diálogo uno a uno o con algunos amigos con los que tenemos grupo, pero no para información (Pablo, 23 años, 2do año de Ciencias de la Comunicación, USAL).

No creo que sea una fuente de información, porque se comparten muchas noticias dudosas de las que no se puede saber la fuente. Pero por si alguien hace un comentario sobre algo, me incentiva a buscar sobre el tema para ver si hay algo de información sobre eso y a partir de ahí me informo. Pero no creo que sea verídico la mayor parte de lo que se comparte (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

No, no me llegan noticias tampoco. Una vez me llegó una noticia falsa en un grupo de la facultad, pero me fijo, si es una imagen por ejemplo me fijo con la aplicación de Google de buscar imagen o usar la lógica, si por ahí hay algo demasiado extravagante o fantasioso (Lautaro, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Sí, me llegan difusiones, o cosas así, pero la verdad que no lo creo hasta que lo veo en otro medio (Magalí, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Me ha pasado que me enteré de la muerte de Maradona por este medio. El tema es que no te enterás muy bien de las cosas; tal vez son disparadores a, pero a veces son cadenas falsas, y si te quedás en el molde, son desinformantes (Valentino, 20 años, 3er año de Comunicación, UBP).

No, salvo que algún amigo me diga “Che viste lo que pasó con esto” y ahí agarro y busco en Google o en Twitter, pero viste que WhatsApp por ahí no es una fuente muy confiable por el tema de las cadenas, muy informal en la cuestión de que cualquiera puede mandar cualquier cosa, y es como que en un medio de comunicación, obviamente que si está bien hecha la noticia, tiene fuentes o tiene pruebas. Entonces, prefiero ir directamente a la información más confiable, más chequeada (Santiago, 22 años, 4to año, Periodismo, UBP).

La noticia de la muerte del Diego me enteré porque alguien mandó en un grupo y tuve que salir a chequearlo, porque me parecía raro (Valentina, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Es importante destacar que de las entrevistas realizadas surge que los grupos de WhatsApp, en donde circula la información, en un gran porcentaje se encuentran vinculados a espacios compartidos con la familia y que en la mirada de las y los estudiantes esta información circula bajo el formato cadenas, es decir, mensajes que intentan inducir al destinatario a realizar algún número de copias del mismo, para luego circular el mismo contenido con la misma intención. Por otro lado, en las propias entrevistas la mayoría de las y los estudiantes vincula estos grupos con información con contenido falso. En cuanto a los mecanismos que utilizan las y los estudiantes cuando presuponen que la información que circula en los grupos puede ser falsa, corroboran con otras fuentes, páginas oficiales, aplicaciones y/o buscan noticias relacionadas en

otras redes sociales donde haya cierta curación de los contenidos. Sobre estos temas profundizaremos en el capítulo 9.

Por último, otro tipo de grupos de WhatsApp donde circulan noticias son los grupos de amigos:

Me llegan de mis amigos cuando pasa algo muy... groso, digamos. Sí, sino casi nada. Por ahí con los de comunicación o mis amigos de la facultad tengo eso de que por ahí; “Vieron tal noticia para, no sé, tal materia” y ahí entro y la chusmeo o cosa así pero si no, poco y nada. Sé que hay varios grupos o mensajes de difusión donde por ahí te mandan las noticias del día pero nunca conseguí que alguien me metiera en uno, entonces no (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

En el grupo de mis amigas y en el de mi familia generalmente mandan noticias o cosas que nos interesan y ahí los veo y opinamos, o si tengo familiares en el exterior nos mandan muchas cosas de afuera, de la economía, de los personajes, por ejemplo, ahora con Trump y las elecciones nos cuentan, no hay notas, solo opiniones (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Por suerte no recibo cadenas o mensajes reenviados. Si los recibiera, no los compartiría. En esta ocasión el día de hoy me llegaron las fotos que estaba dando vuelta la de Maradona en el cajón y la verdad que me parecieron un horror y obviamente no las compartí (Juan, 27 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Tampoco es que uno comparte todo el tiempo información en WhatsApp, o sea sí información pero no de los medios. Lo que más se comparte son memes o cosas referidas cómo es el lado más colateral de las noticias (Dani, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

En WhatsApp no me llegan noticias falsas, solo memes o cosas irónicas en los grupos de amigos (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

La información circula en los grupos de amigos en donde todos pueden intervenir en la generación y distribución de información: en este tipo de estructuras comunicacionales se observan claramente estrategias comunicacionales de muchos-a-muchos propias de la comunicación reticular (Scolari, 2008). Los temas que se postean son diversos y pueden ser de relevancia, como el caso de la muerte de Maradona, en donde WhatsApp funcionó viralizando la conmovedora noticia al mejor estilo de las *breaking news* de la TV tradicional. En otros casos la información puede ser meramente una opinión, algo divertido o sin valor informativo, un “contenido colateral” a la información que circula.

## Conclusiones

En este capítulo hemos profundizado sobre el surgimiento de nuevas formas de consumo informativo, que hemos denominado “consumos emergentes”. A continuación ofrecemos sintéticamente los principales hallazgos:

- El consumo emergente de contenidos que tiene lugar en el ecosistema digital sigue una doble tendencia: por un lado, “remedia” a los medios tradicionales en la medida en que se accede a los contenidos –audiovisuales y sonoros, en vivo o en diferido– a través de los canales digitales; y por otro, da lugar a nuevos medios en la medida en que promueve contenidos que hibridan o mezclan a los viejos con los nuevos creadores de contenido.

- En este contexto se difuminan las barreras entre información, entretenimiento y opinión, ya que estos diversos tipos de contenidos convergen en dispositivos multiuso y omnipresentes como el smartphone.

- Los consumos emergentes vinculados al “postbroadcasting” nos permiten ver el proceso de metamorfosis propio de la época, aunque aún se manifiestan intercambios, tensiones y competencias entre la comunicación masiva y la comunicación en red.

- En cuanto al uso de WhatsApp como fuente de (des)información, las y los estudiantes resaltan sobre todo la circulación de noticias que carecen de una fuente confiable y la alta presencia de

información descontextualizada o directamente falsa, sobre todo cuando se lo vincula con grupos de difusión.

- Lo que circula por WhatsApp “no está chequeado”, sin embargo, también aparece como un “iniciador” de la búsqueda de aquello que alguien me comenta y debo salir inmediatamente a buscarlo o verificarlo.

- Entendemos que WhatsApp se constituye para las y los estudiantes como un plot narrativo convergente de otras fuentes de información: una vez que la noticia/información ingresa a este “mundo narrativo” inmediatamente la plataforma se convierte en un espacio de take off (despegue) para ir a otras a “verificar”, es decir, confirmando o expandiendo la información que inició con un posteo (sea por rastreo de fuentes, verificación, chequeo de origen, etc.).

- WhatsApp es el espacio que se elige para circular el lado “colateral de las noticias” con memes que ironizan, acompañan e ilustran los acontecimientos.



## Capítulo 9

# EL FIN DE LA INOCENCIA: LAS Y LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO ANTES LAS *FAKE NEWS*

**Alejandra Siles Pavón**  
**Mariel Silvina Quintana**  
**Enrique Antonio Díaz**  
Universidad Nacional de Jujuy

### Introducción

Hay una estrecha relación entre los modos de consumir información y el hecho de que los entrevistados y entrevistadas de esta investigación sean estudiantes de carreras de Comunicación Social y afines. Esta circunstancia, además, no distingue medios tradicionales, redes sociales o sitios de noticias digitales pues, en todos los casos, las y los estudiantes aguzan su mirada para valorar el contenido informativo y, como correlato, advertir la verdad o falsedad de las noticias.

Por otra parte, y dado que el material con el que contamos ha sido relevado en pleno contexto de pandemia, se apunta también en las entrevistas, la abrumadora cantidad de información circulante y la mayor necesidad de estar atentos a la fiabilidad de sus contenidos. En este sentido, las voces de las y los estudiantes dan cuenta de un importante “**pasaje**” –un antes y un después– en la relación con el consumo de información, a partir del estudio en las distintas carreras de Comunicación que forman parte de la muestra de esta investigación.

### 1. Del *todo sirve* a los tiempos de exigencias y especificidades

Teniendo en cuenta lo expresado en nuestra breve introducción, este capítulo se ordenará tomando las recurrencias más importantes en relación con los ejes mencionados y siguiendo la lógica del “pasaje”, entendido este en clave de crecimiento y

concientización y en el que, además, se advierten escalas determinadas, en primer lugar, por el tiempo de permanencia en la carrera, según los propios estudiantes manifiestan con expresiones como:

A medida que fui estudiando la carrera (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Sobre todo, desde segundo año (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Más que nada en estos últimos dos años (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Es un hábito por así decirlo que una va tomando a lo largo de la carrera pues el primer año no había nada solamente, es decir solo veía las noticias. En segundo año ya sabes un poco más y el tercero pasa lo mismo (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Estas posiciones que referimos son consecuentes con las voces que escuchamos en las encuestas cuando les preguntamos qué cuentas siguen en las redes para informarse, pues, tal como vimos en profundidad en el capítulo 5, ellas y ellos revelan que sus opciones cambian según el año de cursada en sus carreras y la edad. En ambos casos, se entiende que **este cambio de opciones tiene que ver con una mayor exigencia porque buscan especificidad**. Un ejemplo que lo demuestra es el pasaje que realizan de consultar “influencers” a “periodistas” o “medios periodísticos” pues, por definición, toda persona de gran habilidad para comunicar, atraer una audiencia y crear contenidos constantemente tiene potencial para ser influencer.

El periodismo, en cambio, es una disciplina que se estudia y, aún en los casos de periodistas no titulados, el carácter de profesionales que detentan y la pertenencia a algún medio u organización suele otorgarles –al menos en el imaginario– mayor seriedad. En el mismo sentido puede leerse el hecho de que las y los estudiantes busquen información en las redes de las “organizaciones”

pues se trata de espacios que manejan contenidos puntuales, tienen objetivos y metas, y una serie de normas que las legitiman<sup>19</sup>.

Este primer pasaje que involucra dos tiempos importantes en la vida académica de las y los estudiantes, nos conduce directamente a otro pasaje que veremos a continuación.

## 2. De la lectura superficial a la lectura crítica

Una de las mayores recurrencias en las respuestas de las y los estudiantes ante la pregunta sobre cómo se enfrentan a la información que circula en distintos medios y formatos a partir de sus estudios en carreras de comunicación es la **actitud crítica** en las instancias de lectura y recepción. Esta actitud crítica es **valorada positivamente** porque les permite “Leer tras las líneas” (Cassany, 2006, p. 1), es decir, comprender posicionamientos, puntos de vistas e ideologías tanto del texto informativo como del medio que lo produjo. En palabras de los entrevistados esto se traduce en frases como “prestar atención”, “leer en detalle”, observar “la estructura” de una noticia o “el vocabulario” con el que se refiere un tema particular.

En algunos casos, este pasaje es rotundo puesto que, directamente, no se consumían noticias antes de entrar a la carrera, mientras que en otros, se leía en forma superficial o solo había lecturas sobre un tema puntual de interés. Cursar una carrera de comunicación genera una **conciencia** de la necesidad de lecturas múltiples e intersticiales. Estas, además, van conformando una “enciclopedia lectora” (Eco, 1987, p. 2) que se actualiza al momento de emprender las tareas de escrituras que la carrera solicita, porque, como dice una estudiante:

Si no, llega un momento en que no sabes qué escribir, qué decir; tampoco podés escribir de algo que no tienes ni idea; como que sí, tenés que estar constantemente informado (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo, UNICEN).

---

19 Para ampliar el análisis de este punto en datos, porcentajes y argumentos, remitimos al capítulo 5 del libro: “Informarse en las redes sociales: entre el uso personalizado, los algoritmos y el consumo incidental”.

Cabe señalar que el potencial que significa leer críticamente la información circulante es referido por estudiantes que cursan carreras de Comunicación tanto en el norte como en el sur de Argentina, en los grandes centros urbanos y también en el interior del país, como se podrá observar en la variedad de universidades a las que pertenecen las y los estudiantes:

Me hizo más consciente de las palabras que se usan. Antes no prestaba atención a eso, pero en la carrera vi la importancia del lenguaje, del uso de las palabras o de otra. De violencia de género o de las comunidades LGTBIQ (...) Y eso que como estudiante de Gestión no vi tantos contenidos de información (Emilia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Cambia mi forma de informarme en el hecho de que es como que estás atenta a otras cosas que antes quizás lo haya pasado de largo, o estás atenta a los discursos o críticas o un titular, a esas cosas básicamente (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Capaz en la estructura o de cómo está más prestar atención en otros aspectos que antes no prestaba atención. Porque leer noticias sí leía nada más que ahora le presto atención a la estructura, como más para aprender (Zoe, 21 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Antes veía las noticias solamente por verlas, y actualmente las veo de forma crítica y me permite observar como una mayor perspectiva del hecho que se está comunicando (Micaela, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Ya habiendo cursado Redacción tratar de leer un poco aprendiendo a cómo se escribe. Así que creo que hay una mínima diferencia, entre el estudiante de Comunicación que consulta distintos medios y no se deja llevar por las *fake news* (Abril, 20 años, 2do año de Comunicación, UNR).

Haber estudiado periodismo o haber estudiado la licenciatura, te da las herramientas para poder justamente criticar o cuestionar los

hechos políticos o de la vida social desde lo intelectual, y después pasa que estás viendo una nota o estás leyendo algo, ya sé a quién le estoy hablando, ya detecto la línea editorial, las operaciones discursivas, no es lo mismo poner: “por la cuarentena cayó las ventas” que otra cosa, o sea te dan otras herramientas (Eugenia, 24 años, 6to de Periodismo, UNLZ).

Antes de estudiar comunicación no me gustaban las noticias, no consumía, básicamente creía que era tema de mis papás y no le daba mucha importancia. Hasta que entré a Facebook y empecé a redactar por mi parte cosas que me importaban, el básquet, y así me hablaron de Canal 7 para trabajar en una radio y yo tuve que empezar a consumir, pero solamente deportivo. Y después de que entré a comunicación social y me di cuenta que no solamente era lo deportivo lo importante y empecé a consumir otros medios (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Uno cuando está en la secundaria a lo que menos le da bolilla es por ahí a informarse de ciertas cosas o ciertos medios o no está tan pendiente, estamos como en otro mundo y vos entras a la facultad y una vez que entras a estudiar determinada carrera influye un montón en la manera de informarte (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo, UNICEN).

De las últimas dos citas vale destacar que ese “estar en otro mundo” que refiere una estudiante, no es solamente el mundo de la secundaria sino también el mundo de los adultos: “creía que era tema de mis papás”, dice otra estudiante al referirse al hábito e importancia de estar informados. Ambas dan cuenta de una brecha que se zanja con el ingreso a la universidad y a una carrera de comunicación y, si pensamos estas ideas en la dirección opuesta, es decir, que aquel nuevo mundo que transitan las y los estudiantes es la universidad, en términos de Cassany (2008) diríamos que van tomando conciencia de pertenecer a una “comunidad discursiva” específica en la que los textos, géneros y prácticas comunicativas tienen unas finalidades que apuntan a la construcción de un futuro profesional. Así, por ejemplo, se

advierte que la competencia lectora de quienes estudian Comunicación no se reduce a la decodificación de lo lingüístico, sino que se extiende a lo visual pues, dicen algunos, que se ayudan del examen de las fotografías que ofrecen los medios para reconocer la verdad/falsedad de una información:

Hay un tema que me interesa como profesional que es la relación de las fake news, el fact check y las modificaciones de fotos más allá de que vos te podés comer el chasco, entonces sí hice las capacitaciones de cómo identificar fotos, hay plataformas que permiten ver hasta qué punto una foto es real o no (Melanie, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLZ).

A veces te das cuenta por las fotos montadas, o “la casa del gobernador de...” y es obvio que no, que es un lugar en Europa que nada que ver (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Sí, eso lo verifico en primer lugar con la página, si es local o de otros lados, y en segundo lugar por las fotos que suben, porque Google tiene una parte donde puedes subir las fotos y te direcciona de dónde es esa foto y adónde se direcciona esa foto (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

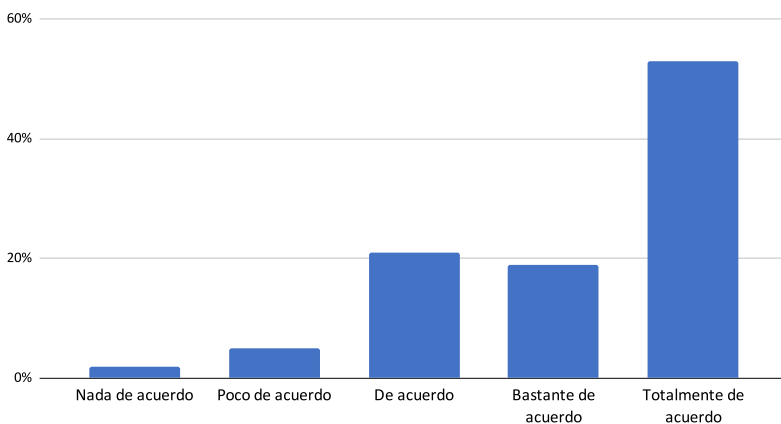
La relación entre cursar una carrera de comunicación y la formación de una actitud crítica en la recepción de la información puede leerse también en las encuestas. Así, ante la afirmación “La carrera que estudio incide en mi sentido crítico hacia las noticias falsas”, la casi totalidad de las y los estudiantes escogen las opciones de sentido positivo: el 21% dice “estar de acuerdo”, el 19% expresa que “está bastante de acuerdo” y el 53% escoge la opción de “estar totalmente de acuerdo”, de modo que la sumatoria arroja un total de 93% (Gráfico 67).

Es cierto que también hay estudiantes que responden estar “poco” y/o “nada” de acuerdo con aquella incidencia, sin embargo, la tendencia negativa disminuye a medida que avanzan en la

carrera: del 10,15% (suma de los porcentajes “poco” y “nada de acuerdo”, correspondientes al primer año de la carrera) al 2,15% (porcentaje de la opción “poco de acuerdo” frente al 0% de “nada de acuerdo” durante el trayecto del trabajo final). A la vez, “totalmente de acuerdo” pasa de 41,79% de adhesión en primer año, a un 65,59% en la etapa final de tesina (Gráfico 68).

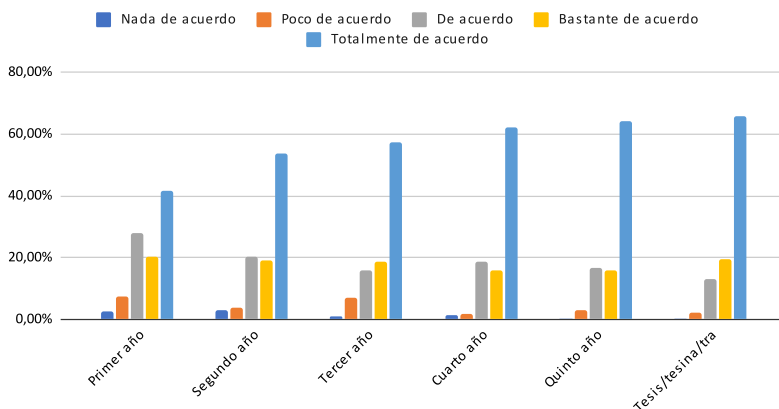
**Gráfico 67**

La carrera que estudio incide en mi sentido crítico ante las noticias falsas



**Gráfico 68**

La carrera que estudio incide en mi sentido crítico ante las noticias falsas (por año de la carrera)



Teniendo en cuenta las respuestas de las y los estudiantes, podemos decir que la **actitud crítica** que se asume en las instancias de lectura los predispone a actuar de determinada manera frente a la información que circula pues **prestan atención** a las formas, los contenidos y los medios que los elaboran. De esto se deriva que poco a poco se construye una **conciencia** acerca de la importancia de estar “bien” informados; entendiendo que aquí “bien” significa consumir información confiable. Hay en este sentido un **interés** genuino de las y los estudiantes por su propio **aprendizaje** o por las actividades que conducen a él.

### 3. De la novela rosa a la información realista chequeada

En estrecha relación con el punto anteriormente desarrollado, la carrera que los entrevistados cursan se pondera por “las herramientas” que la misma les brinda para poder discernir entre informaciones falsas e informaciones más cercanas a la realidad. Aunque no se desconoce que todo lo que se escribe en cualquier género o medio proviene de “una subjetividad”, como dice un estudiante de UNICEN (Mariano, 21 años, 2do. año de Periodismo), se tiene conciencia de que no todo lo que circula se puede creer. Esto se da sobre todo con las **noticias en “redes”** y en los **contextos inmediatos** (vecinos, familiares, gente, en general), especialmente cuando se trata de **personas mayores**, quienes, desde la perspectiva de las y los jóvenes, son las más propensas y/o vulnerables al engaño:

A veces la gente tiende a retuitear cosas que no sabés si son ciertas (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Sí, mi familia manda muchos videos y cadenas. Y estamos mi hermano y yo corroborando y chequeando lo que están mandando y diciéndole que no. Por ejemplo, cuando recién empezaba la cuarentena pasaron como un pdf que era una resolución de la cuarentena cuando todo era muy nuevo y mi hermano comentó así como eso es falso y yo llegué después y nada, tenemos que estar diciéndoles (Guada, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Mi mamá es la típica que manda estas cosas y le digo que se fije de dónde es porque puede ser escrito por cualquier persona (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Básicamente [estoy atenta a los contenidos falsos] porque los links son nombres tipo broma entonces uno se da cuenta. Y tengo gente grande de mi familia en Facebook que lo comparte (Lidia, 22, años, Comunicación, 4to año, UNJu).

Mi papá todo lo que ve en Facebook lo cree (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Una vecina jubilada del barrio en el que vivía antes me manda mensajes, cadenas. Ni siquiera las leo porque sé que hay una alta probabilidad de que sea un contenido falso (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Los últimos ejemplos citados sirven también para plantear la cuestión de los medios y los géneros en relación con la veracidad de la información, es decir, no siempre es solo una cuestión de quienes comparten la información, sino que en sí mismos algunos medios son, de antemano, sospechosos. Así sucede con los **medios de uso masivo y rutinario** como WhatsApp o Facebook y con **géneros también masivos e indeterminados** como “las cadenas”. Cuando a estos factores se suman los contextos anteriormente nombrados, la sospecha se redobra. Así, ante la pregunta sobre las fuentes de noticias falsas, las respuestas son contundentes:

WhatsApp, sí, definitivamente. Y la población etaria mayor a 50. Las *fake news* que me han llegado me han llegado de ese sector: parientes que pasan esa línea. Para mí eso es parte de toda esa generación que se ha incorporado a WhatsApp con esas cadenas y nunca cortó con esas cadenas (Cata, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

WhatsApp por ahí no es una fuente muy confiable por el tema de las cadenas, muy informal en la cuestión de que cualquiera puede

mandar cualquier cosa (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Y en mi casa les vivo diciendo que no crean las cosas que mandan por WhatsApp, por Facebook, porque todo lo que ven lo creen (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Lo que sí, no le suelo dar mucha bola a las cadenas de WhatsApp y la gente de mis alrededores tampoco. Capaz llega algún que otro testimonio de alguien que supuestamente está en Italia y te dice como está el coronavirus ahí (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Incluso mi mamá a veces me pregunta ¿Esto es de verdad? Me lo pasó, no sé, la tía Marta. Le digo, “no ma esto es una cadena, no, no, este medio no existe” o cosas así (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Yo creo que WhatsApp es más inmediato pero a veces es falso; son audios por ejemplo con esto del COVID son cosas falsas y como que no sabés si creer o no y tenés que esperar a que salga confirmado (Lourdes, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Creo que la facultad nos dio una herramienta para identificar y dudar de cualquier tipo de contenido que no provenga de fuentes o medios más o menos confiables. Por Instagram, las historias, veo que se comparten cosas, cadenas o por ahí publicaciones de alguien... lo identifico enseguida, por lo menos dudo enseguida y soy de ponerme a buscar o a pensar un poco de dónde vino y ponerlo en duda (Fermín, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL).

De esta última cita se desprende que estudiar alguna carrera de comunicación otorga a sus protagonistas un “plus” en varios sentidos: primero porque han aprendido a confiar en **la duda**:

Hoy me permito dudar, me permito pensarlo (Daniel, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Esto de poder saber que no todo lo que estoy leyendo es necesariamente así cierto sin más (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Arranco más con la cuestión de desconfianza que de confianza (Amparo, 23 años, 4to año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Instalada la duda, las y los estudiantes pasan del pensamiento a **la acción**: buscan otras voces, filtran, chequean, dialogan con otros, con el propósito de llegar a la versión más verosímil de algún hecho. En esta tarea acuden a **sitios de acceso rápido**, masivos y de primera búsqueda, es decir no exclusivos de un estudiante de comunicación. Entre los primeros se destaca **Google**:

Sí, cuando ocurre eso lo rechequeo. Busco en Google y consulto “fuentes confiables” (Rocío, 24 años, 2do año de Comunicación, USAL).

Lo primero que hago siempre que tenga una mínima duda es buscar en Google la noticia y veo qué sale (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Lo googleo, trato de ver si hay algo que se repite dentro de estas noticias; si hay noticias que estén redactadas o escritas de diferentes formas, ya me genera incertidumbre o duda (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Si es sobre alguna persona busco a esa persona o voy y googleo. Es todo un tema, porque a veces es muy difícil saber si es una *fake news*. A veces pasa que no es falsa, sino que es algo sacado de contexto (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

No solo con contenido [falso], sino si alguien me dice “viste que pasó tal cosa”, trato de googlearlo y fijarme si aparece en algún medio en el cual confío más (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Con [algunas] noticias como que no es tan evidente porque capaz que está un poquito mejor redactado el mensaje. Ahí suelo entrar a medios de comunicación a través de Google y me fijo (Francisco, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Primero, veo la noticia si es una cadena de WhatsApp, bueno ya te das cuenta, pero si es una como que te lleva a una página web o algo así bueno te fijás más o menos, si es, no sé ¿Cómo se llaman estas páginas? Como blog o algo así, claramente no es de una página oficial de un no sé periodista o un medio, cosas así. Y si parece ser de un medio bueno, lo googleas (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Entre los segundos se mencionan sitios diversos como Clarín, La Nación, Infobae, Página 12 y destacamos la respuesta recurrente sobre “Chequeado” entre estudiantes de USAL, porque libran una “buena batalla contra las *fake news*” (Ignacio, 19 años, 2do. año de Comunicación, USAL), sitio que conocieron a fondo a partir de una actividad que la propia universidad generó:

Sí, sigo por ejemplo a Chequeado en Twitter que todo el tiempo están con eso, así que trato de ir viendo qué era falso y qué no (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

También a veces leo por Twitter Chequeado; cuando tengo algún tema en particular que quiero ver, recurro a su cuenta de Twitter (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Sí estoy atenta y sigo, por ejemplo, a Chequeado (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

El tercer plus que otorga la carrera tiene que ver con lo que las y los estudiantes mencionan como “**herramientas**” que, aunque no se nombran puntualmente, consideramos que su uso resulta específico de un estudiante de comunicación o de la currícula de la carrera. Una es “**seguir a determinados periodistas**”,

pues se trata de una opción presente tanto en las encuestas como en las entrevistas. En el primer caso, y como vimos en el capítulo 5, el 21% de las y los estudiantes encuestados afirma que sigue a periodistas en las redes sociales mientras que, en las entrevistas, responden de manera similar:

Eso que hice yo de dejar de seguir a los medios y empezar a seguir periodistas fue una de las cosas que yo siento que alguien que no estudia comunicación o que no está en el palo, no lo hace “ni ahí” (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

También el hecho de abocarme mayormente a seguir en mis redes sociales a periodistas o medios. En otro momento no lo hubiese hecho (Dani, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Por ahí pasa que circulan muchas *fake news* y hay veces que no podés ir a las fuentes. Entonces voy a portales que sé que no les dan lugar a las noticias falsas, confío en ciertos periodistas (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

El año pasado vino Matías di Santi a la facultad y nos dio una charla sobre las *fake news* y ahí los empecé a seguir, veo cómo empiezan a desmentir y también, a veces veo a ver si pusieron algo sobre lo que yo tenía dudas o algo así (Catalina, 20 años, 2do año de Periodismo, USAL).

Recurso a los periodistas especializados para poder saber o responder cuando surge algún tema muy técnico de la economía (Martina, 23 Años, 6to año de Periodismo, UNLZ).

Otra herramienta, totalmente vinculada con la lectura crítica de la información en cuanto a su verdad o falsedad, es la de prestar atención al **partidismo político de los medios**, su tendencia a homogeneizar y afán manipulador.

Cuando es una información y hay tal opinión de un lado y tal opinión del otro tan diferentes es muy difícil encontrar la verdad, por así de-

cirlo. Porque, cuando está muy politizado, tenés tanto un noticiero que te dice “A” y otro que te dice “B”, y [es difícil] sacar tu propia conclusión, creo (Lila, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Me fijo, ahora que estoy aprendiendo, a ver si el título es subjetivo u objetivo entonces por ahí si veo que tiene un poco de opinión, ya por ahí prefiero no entrar e ir a un título o el principio de la nota ya me diga como mm, está acomodando los datos más que tipo diciendo, no sé, “El inepto de Alberto”, por ejemplo, si dice “Al inepto de Alberto” prefiero no entrar e ir a uno donde diga “El presidente Alberto Fernández”, por ejemplo (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

A partir de mis estudios, en lo que voy aprendiendo en la facultad, yo creo que por ahí me surgió esa duda de la concentración de medios, los medios hegemónicos, mirarlo con otras perspectivas, no creo tanto en estos medios que muchas veces se persigue el lucro o son medios como que persiguen el lucro pueden distorsionar la realidad (David, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Siempre soy de chequear, sobre todo cuando mandan cosas en contra del gobierno (Catalina, 20 años, 2do año de Periodismo, USAL).

Te decía de la línea editorial, si bien por ahí en el último tiempo con estas cuestiones de la grieta en Argentina se ha puesto más en evidencia esto de las líneas editoriales de los distintos medios (Francisco, 26 años, 4to año de Comunicación, UNL).

Definitivamente, cursar una carrera de comunicación hace que las y los estudiantes se ocupen del qué, cómo y dónde circula la información. Pierden el inocente optimismo y desconfían de la “versión rosa” de los medios o de la “palabra santa” de algunos periodistas, como dicen estos estudiantes:

Creo que antes de empezar la carrera tenía una versión muy rosa de los medios. Como más optimista. Como que voy a destapar un fraude de una empresa una versión más utópica. Pero bueno. La carrera me dio un montón de herramientas. Tanto la carrera como

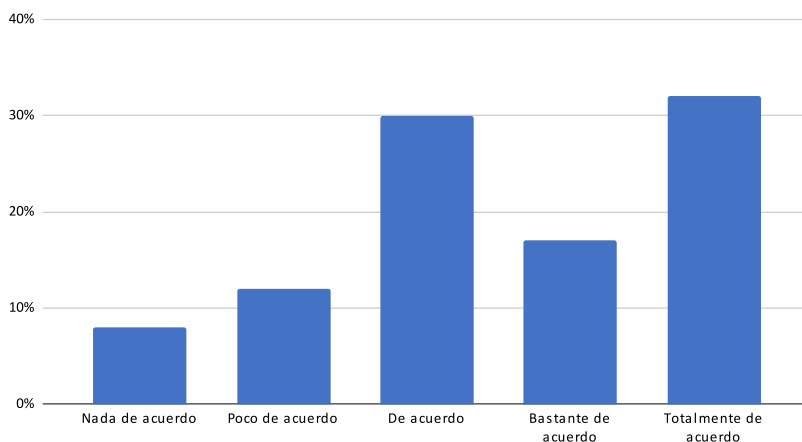
la experiencia de vida. Cuando ves cómo tratan los temas, quién lo hace, cómo se trabaja la información, como una guerra entre dos bandos. La carrera y la experiencia me ayudaron a comprender mejor. Para buscar fuentes más confiables (Nahia, 24 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

No es que lo tomo como palabra santa lo que hizo un periodista por el hecho de estar en televisión o en un medio (Dani, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Sin embargo y como contrapartida a lo anteriormente destacado, hay un conjunto de estudiantes que se declaran **un tanto indiferentes** frente a las noticias falsas, pero no porque no las reconozcan, sino porque no se plantean la cuestión de advertir a los demás, denunciar su falsedad o entrar en un hilo de discusión para desenmascararlas. Esto se advierte tanto en las encuestas como en las entrevistas. En el primer caso, vemos que un 20,53% de las y los estudiantes escoge las opciones que hablan de una negativa total o parcial en cuanto a advertir sobre la falsedad de una noticia pues “no está nada de acuerdo” el 8,05% y “está poco de acuerdo” el 12,48%. Aun así, debemos destacar que la opción más elegida es la que señala estar “totalmente de acuerdo” y cuyo porcentaje del 30%, supera a la sumatoria de las anteriores, según podemos ver en el gráfico Gráfico 69.

**Gráfico 69**

Advierte a sus contactos sobre las noticias falsas en los grupos



En el caso de las entrevistas, las y los estudiantes dicen lo siguiente:

Atenta no, las dejo pasar, soy cero de engancharme en el rollo de esas cosas, no le prestó atención. Ni me sumo a la pelea (Juana, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

La verdad que no, veo que las redes sociales siempre que salta una *fake news* la gente se vuelve loca, y yo digo: “bueno, no es para tanto, es una *fake news*, tampoco es para tanto”, no le veo mucha importancia a eso. No soy mucho de participar si algo está mal, no soy el usuario que, si algo molesta opina o ataca a otro, si me enfrento a una *fake news* la dejo de lado y sigo buscando otra información (Federico, 19 años, 2do año de Periodismo, UNLZ).

No hago nada porque la leí y no es que tenga digo bueno a mi alcance el poder de decir no haría esto es falso o criticárselo a alguien que leyera en serio la crítica porque no (Jorgelina, 19 años, 2do año de Comunicación, UNICEN).

No es que le presto sumamente atención a esas noticias, o estoy pendiente de cuál es falsa y cuál no, solamente aparecen y quizás las paso, no me detengo a ver las noticias (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

No me pongo a revisar ver si la noticia es falsa. La verdad es que ni las leo. Ahora llegué al punto que ni siquiera abro el hilo para seguir leyendo (Eliseo, 22 años, 5to año de Comunicación, UNICEN).

Sí, estoy atento, quizás lo comparto con mis amigos, lo muestro, pero no hago nada sinceramente, me lo guardo para mí, me doy cuenta y nada (Lucas, 24 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

A veces hago comentario y a veces sigo de largo, no le doy mucha importancia (Paloma, 20 años, 2do año de Comunicación, UNR).

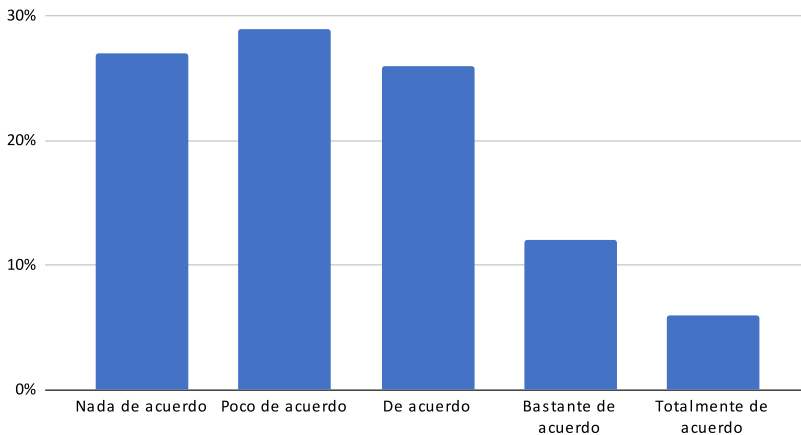
P: ¿Estás atento a contenidos falsos en las redes sociales?

R: Sí y no. Para el momento que los desmienten, capaz es cuando yo me entero que está ese contenido (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

A pesar de la indiferencia que se manifiesta en estas últimas citas con respecto a tomar algún tipo de medida frente a las noticias falsas, lo importante es destacar lo evidente que resultan los recursos de que disponen las y los estudiantes para hacerlo; recursos que no tiene una persona que está fuera del ámbito de las comunicaciones. Saben que la combinación redes, sitios masivos, géneros virales y contextos familiares o vecinales son poco confiables y ante esto, la mayoría actúa, aunque hay otros que prefieren no intervenir. Además, y como en contrapartida con aquella parcial indiferencia, en las encuestas, más de la mitad de las y los estudiantes (56%) afirma que nunca reenvía una noticia sin previo chequeo, aun cuando la misma provenga de un sitio confiable (Gráfico 70).

**Gráfico 70**

Si la fuente es confiable, reenvía la noticia sin chequear

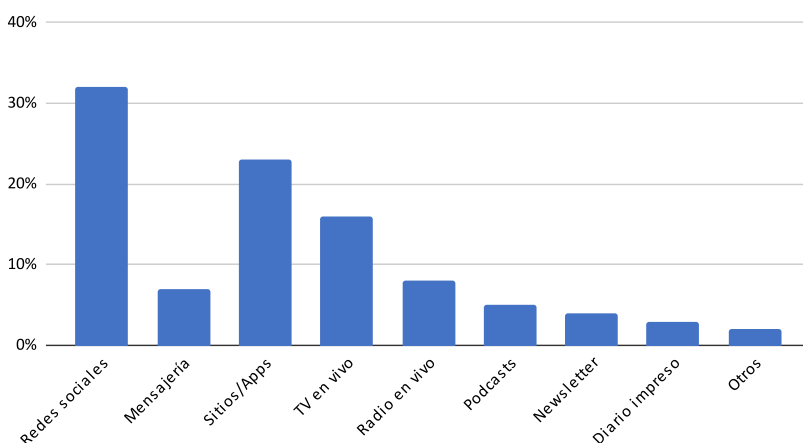


Finalmente, quisiéramos advertir que la duda y desconfianza que algunos medios generan en las y los estudiantes tiene gran relación con sus hábitos informativos, es decir, con las elecciones que realizan cuando quieren informarse. Como hemos visto en el

capítulo 4, a sitios de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram, acude solo por el 7% de los encuestados, en cambio, el 32% busca información en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Twitch, TikTok), el 23% en Sitios de Noticias y el 24% en medios tradicionales de transmisiones en vivo (TV 16% y Radio 8%), según se puede ver en el Gráfico 71.

**Gráfico 71**

Medios/Plataformas donde se informa habitualmente



En esta relación entre confianza, desconfianza y hábitos informativos, WhatsApp es la aplicación más interesante para tener en cuenta puesto que, como ya vimos, las y los estudiantes asocian a “las cadenas” y las “personas mayores de contextos cercanos” que creen todo lo que por allí reciben. Es por ello que la mayoría (70%) afirma que no se informa a través de WhatsApp, por tratarse de un sitio que les despierta singular desconfianza y, la tendencia crece a medida que se avanza en la edad y en el año de cursada, según se trabajó en profundidad en el capítulo 8.

#### 4. Del ser uno más a convertirse en referente

Estos pasajes a los que nos referimos –de la lectura superficial o esporádica a una lectura crítica, y de una concepción

rosa acerca de los medios de comunicación a una visión amplia y comprometida con la realidad– pueden leerse como el capítulo de una *bildungsroman*<sup>20</sup>, en el que el derrotero de los protagonistas, en este caso estudiantes de carreras de comunicación, es sinónimo de formación y aprendizaje. En este sentido, es posible distinguir dos itinerarios:

#### 4.1. Las y los estudiantes como fuente de autoridad

En este primer itinerario, de ser “uno más”, las y los estudiantes se convierten en **fuentes de autoridad** y son consultados por otros; se auto-perciben como **responsables** de la circulación y recepción de la información y son considerados de la misma manera por su entorno.

La verdad es que, en mi familia y amigas, me mandan y me preguntan si es verdad. Para que yo lo chequee. Antes de indignarse me preguntan si es verdad. Por ahí la noticia es verdadera, pero la noticia es engañosa. Entonces me echan a mí el trabajo. Me parece bien, antes de compartir información falsa (Aiti, 20 años, 3er. año de Comunicación, UNComa).

Hay muchas críticas que les hago a los medios que mis hermanos, mis papás no los tienen (...) y que yo les hago ver que son de la sociedad, de cómo se comporta la sociedad, pero también en cómo los medios trabajan determinadas características (...) Es diferente de lo que piensan mis papás, que no pasaron por una escuela y no tienen esa formación y esa responsabilidad que nos inculcan a nosotros (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Mis amigas como un poco me tienen de referencia para compartir cosas o para seguir gente o para consumir medios. Sienten que tengo un poco de responsabilidad. Incluso mi mamá a veces me

---

20 El término proviene del campo literario y designa a un tipo de novela en la que su protagonista vive una serie de sucesos que se traducen en evolución y cambios. Aquí lo utilizamos siguiendo la idea de “pasaje” para dar cuenta del crecimiento, aprendizaje y formación de las y los estudiantes en sus roles de futuros comunicadores.

pregunta ¿Esto es de verdad? Me lo pasó, no sé, la tía Marta (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

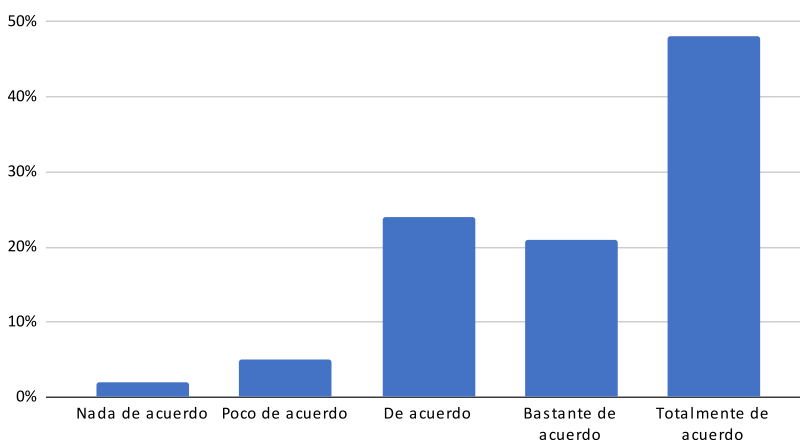
Y los trataba de educar un poco... tampoco es que yo soy un experto, pero para que tengan más conciencia a la hora de compartir (Rafael, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Entonces antes de distribuirlo me preguntan: ¿viste esto? ¿viste de dónde salió? (Aiti, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Esta responsabilidad autopercebida y referenciada, también se evidencia en las encuestas, como puede verse en el gráfico 72, puesto que el 97% (suma de las respuestas “poco de acuerdo”, “de acuerdo”, “bastante de acuerdo”, “totalmente de acuerdo”) manifiesta que chequea una noticia dudosa antes de compartirla, optando el 48% por “totalmente de acuerdo”. Además, el gráfico 73, sobre la misma pregunta, ilustra los porcentajes por año de cursada de la carrera en el mismo sentido. Así, en primer año el 97,29% están de acuerdo con chequear una noticia dudosa antes de enviarla (suma de las respuestas “estar de acuerdo”, ya sea total o parcialmente), y en el último año, correspondiente al trabajo final, el 100% (suma de las mismas opciones anteriores) está de acuerdo con el chequeo previo de la información.

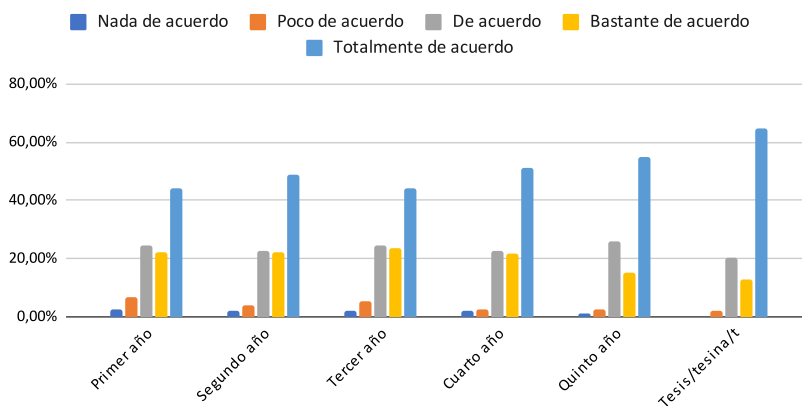
**Gráfico 72**

Cuando llega una noticia dudosa, suele chequearla antes de compartirla



## Gráfico 73

Cuando le llega una noticia dudosa, suele chequearla (por año de la carrera)



### 4.2. Las y los estudiantes como comunicadores/periodistas

En este segundo itinerario, las y los estudiantes se posicionan como **comunicadores/periodistas** en varios sentidos frente a la información que circula.

En un primer sentido, exceden la instancia del consejo<sup>21</sup> y realizan una serie de acciones concretas que van desde no compartir una publicación falsa hasta denunciarla:

No publico cosas que no las haya confirmado o que por ahí me hacen medio ruido, lo busco y después de última lo comparto. Por ejemplo, me pasó hace poquito que con el tema de la toma de Guernica no tenía mucha idea porque la verdad es que estaba con todas las cosas de la facultad y no había podido prestar atención ( ) Cuando me informé ahí sí compartí algo, pero no comparto cosas que no sé (Melany, 23 años, 6to de Periodismo, UNLP).

21 Respecto de esta actitud de aconsejar, es interesante el alto porcentaje de estudiantes (79,47%) que “advierde a sus contactos sobre las noticias falsas”, cifra que arroja la sumatoria de las opciones sobre “estar de acuerdo”, sea total o parcialmente (ver Gráfico 69).

La verdad es que intento estar lo más atenta que puedo [a las *fake news*], y en el caso de que lo registre reporto la publicación o la denuncia. Tengo un grupo de amigas, una estudia Ciencias Políticas y las otras son bastante de participar en las redes sociales y en ámbitos sociales. Entonces quizás se las comparto y les digo: “Denuncien porque esto es una *fake news*” (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPam).

Cuando salió me acuerdo una noticia de que no iba a haber más fernet en todo el país había personas que sabían que era información errónea y otros que pensaban que era de verdad. Entonces eso trato de no compartirlas; por ahí también sirve otro que comparte, escribir y decir “no es verdadera, es falsa” pero trato de no difundirlas (Florencia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Soy re curiosa, enseguida los denuncio y le pongo a la gente que eso no es verdad (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPam).

Está la *fake news* de un canal por ejemplo de noticias que aparece ahí como publicidad, que lo que hago es denunciarlo, informo a Facebook de que es algo falso (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Si, los busco y trato de chequearlo, hago la denuncia, y me doy el trabajo de hacer la denuncia cuando son falsos y también aquellos que generan discursos de odio (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

En segundo lugar, hay estudiantes que trabajan en algún medio de comunicación o institución afín y han aprendido no solo a leer y comunicarse de un modo particular, sino también a ser “tipos particulares de personas” para ir construyendo una “**identidad personal y social**” (Carlino, 2013, p. 362):

Por ejemplo, si bien yo manejo información de primera mano, los periodistas chequean conmigo como voz oficial para no mandar

cualquiera. Entonces nosotros no podemos mandar cualquier cosa. Entonces a mí me usan como el chequeo de fuente oficial, claro, así que calculá que estamos acostumbrados. No voy a consumir información si no está chequeado (Federico, 28 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Mi formación extra académica me ayudó bastante, porque por ejemplo yo soy parte del Observatorio de Medios y que es algo que tenemos mucho en cuenta y que es una temática bastante recurrente las *fake news* (Eliseo, 22 años, 5to año de Comunicación, UNICEN).

Bueno, si veo algo por ejemplo ahora lo de las capturas de pantalla de los tuits de los rugbiers, bueno lo vi y le dije a mi hermana, es complicado porque es muy fácil hackearlos y editar esas cosas. Yo que trabajo de eso, yo edito, justamente es muy fácil editar ese tipo de cosas, es muy fácil, cualquiera puede hacer noticias falsas o falsas capturas, es muy sencillo para mí que manejo programas (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Finalmente, dentro de aquella construcción de identidad de comunicadores, las y los estudiantes asumen un compromiso vinculado estrechamente al carácter deontológico de su formación profesional que los hace “indignarse” ante la irresponsabilidad de compartir noticias falsas:

Es como si fueras médico y estuvieras reposteando algo que habla de una dieta y en realidad no (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Cada vez que veo una (*fake news*) me da mucha bronca, se va desarrollando un poder para detectar qué es verdad y qué es mentira, trato de que no me afecte, pero como periodista te indigna, me gusta entrar a Chequeado para ver la verdad (Paula, 22 años, 3er año de Periodismo, UNLZ).

Es como que lo que dice este medio ponele sobre alguna noticia no es así, está siempre escapado de y no, no me gusta por eso

tanto por ahí consumir eso, más me indigna (Lourdes, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Generalmente cuando estoy en Twitter es como que mmmhhh o en Facebook, cuando hay gente que comparte me da mucha, mucha bronca, muy en serio que se nota que no son cuestiones que estén chequeadas, que no sé de cuál es la fuente (Martina, 22 años, 4to año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Me da bronca o por ahí me pone nervioso que la gente cuente tantas barbaridades en Facebook de algo que ve. Por ejemplo, o sea le ponen una foto de este, por ejemplo, hay un meme que Messi le está tirando una tiendita a una señora que está vendiendo pan digamos y ponen “este es tu ídolo” y comenta la gente bardeándolo y es un Photoshop (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

## **5. Un gran poder conlleva una gran responsabilidad**

A modo de racconto de lo dicho hasta aquí podemos destacar que hay coincidencias entre las y los estudiantes en el sentido positivo de estudiar una carrera de comunicación y en los cambios en sus modos de leer la información en general, pero sobre todo aquella que tiene un carácter dudoso. De ahí que manifiesten la necesidad de estar cada vez más informados en distintos temas y sitios, además de estar alertas y chequear con más frecuencia. En este sentido, acuerdan que la carrera los ha provisto de “herramientas” que el resto de los lectores y consumidores no poseen:

Me parece que en ese sentido estamos bien armados y armadas las y los estudiantes de comunicación (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Lo central en este aspecto es la lectura profunda que llevan a cabo y la posición crítica que asumen, incluso en detalles formales mínimos pero que consideran importantes en la profesión:

Molestan muchas desprolijidades también... por ejemplo, desde ver una camisa arrugada en uno de los conductores; al estudiar cómo me tengo que poner delante de una cámara, me molesta verlo. Me molesta ver que cometen el error que a mí me hubiesen desaprobado por hacer eso (Antonia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Por otra parte, la toma de conciencia de la importancia de informar con veracidad se suma al reconocimiento de que se trata de un lugar de poder:

Es un poder muy grande el que tenemos los comunicadores porque es información que puede ser buena o mala y tengo que saber bien cómo son las cosas o leer más o estar informada porque nunca se sabe (Lara, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

De ahí que están atentos a los bandos, la grieta, los intereses políticos o económicos de los medios, con la conciencia de que en esto no hay azar:

Nada es al azar ni nada son decisiones aleatorias, sino que todo está muy bien pensado, organizado y gestionado para que suceda así. Y eso la carrera me ha ayudado a verlo (Valentina, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Todas estas cuestiones no hacen más que visualizarlos como futuros profesionales de la comunicación, sea que ya se desempeñan en algún medio, o todavía solo participan en ellos como lectores o productores. Diría Cassany (2008) que empiezan a comportarse como miembros de una comunidad porque “conocen los mecanismos de producción, transmisión y recepción del conocimiento que manejan sus miembros; pueden (des)codificar los diferentes sistemas de representación del conocimiento empleados; asumen unos roles y participan de un estatus propio de un determinado ámbito”.

## Conclusiones

Para cerrar este capítulo, retomamos dos ideas centrales enunciadas al principio porque, en esta instancia, ya pueden sostenerse en las voces de las y los protagonistas de esta investigación. Una es que hay una estrecha relación entre los modos de buscar y consumir información certera, veraz y creíble y el hecho de que los entrevistados y entrevistadas sean estudiantes de carreras de comunicación social y afines. La otra es que, en esta tarea, la carrera funciona en ellos creando verdaderos **pasajes de crecimiento** en varios sentidos:

- El primero sigue una lógica temporal en torno a la edad y el año de cursada en las distintas carreras, cuestión por la que transitan desde el *todo sirve* hasta los tiempos de exigencias y especificidades.

- El segundo profundiza esta lógica en las instancias lectoras, es decir, en el pasaje de las lecturas superficiales al ensayo de las lecturas críticas y una toma de conciencia acerca de que no todo lo que se publica se puede/debe creer.

- El tercero revela el impacto de la carrera por las herramientas que la misma les provee para discernir entre informaciones falsas e informaciones más cercanas a la realidad. Este pasaje es importante porque salen de los estadios de la “novela rosa” para poner mayor atención a las redes y los medios y géneros masivos, sobre todo en los contextos cercanos de familiares, amigos y personas mayores que, al no tener la preparación que una carrera les brinda, siguen la tendencia de creer y compartir todo lo que les llega a través de un celular por WhatsApp o encuentran en Facebook. Aquí, además, las y los estudiantes dan cuenta de los procesos de búsquedas que realizan cuando una duda se les instala; proceso que los lleva a chequear en fuentes cada vez más especializadas y en periodistas confiables.

- Como correlato de estos distintos pasajes, el cuarto sentido involucrado muestra a las y los estudiantes como fuentes autorizadas cuando hay dudas sobre la veracidad o falsedad de la información. En este aspecto, es importante que esa autoridad no

se trata solo de una autopercepción, sino también, de una consideración que el resto de las personas les otorgan. Con esto, van construyendo una identidad como comunicadores y por eso llamamos a este apartado: “De ser uno más a convertirse en referente”.

- El último pasaje resume los anteriores por cuanto es una sumatoria de cada paso que las y los estudiantes van dando a medida que crecen en sus carreras: necesitan estar cada vez más informados, más alertas, chequear una diversidad de fuentes, prestar atención a los detalles mínimos, mantener roles activos frente a los demás, advertir las ideologías y posicionamientos de los medios y personas que comunican, tomar conciencia del lugar poderoso que ocupan quienes manejan los medios. Todo esto, como dijimos, no hace más que visualizarlos, de antemano, como futuros profesionales de la comunicación.



## **TERCERA PARTE**

### **Transformaciones de los hábitos de estudio de las y los estudiantes de comunicación durante la pandemia**



## Capítulo 10

# ESTUDIAR EN UN ECOSISTEMA TRANSMEDIA: EVOLUCIONES Y TENSIONES DEL CONSUMO DIGITAL

**Marcela Farré**  
**Alejandro Saya**  
Universidad Blas Pascal

### Introducción

Cursar online fue la realidad educativa que se instaló de manera abrupta y no elegida a partir del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), en marzo de 2020. Un evento externo, la pandemia, vino a imponer súbitamente nuevas condiciones de apropiación del aprendizaje, impactando tanto a estudiantes como a docentes. Si bien las tecnologías digitales ya ofrecían nuevas experiencias de mediación en el proceso de adquisición de conocimientos, la cuarentena extendió globalmente la necesidad de nuevas estrategias para continuar con los objetivos educativos. Cada actor del proceso echó mano de las herramientas disponibles para lograrlo. Los dispositivos digitales online actuaron como una interfaz (Scolari, 2018) que logró unir y resignificar experiencias heterogéneas. Como dice Pierre Lévy (1992), citado por Scolari, “la interfaz mantiene unidas las dos dimensiones del devenir: el movimiento y la metamorfosis. Es la operadora del pasaje” (Scolari, 2018, p. 11).

Durante el avance de esta investigación, fuimos testigos privilegiados de una verdadera evolución sobre los modos de relacionarse y de estudiar que adoptaron jóvenes estudiantes. Podemos hablar de una transformación cultural (Williams, 1958; 1963), en la medida en que detrás de los nuevos dispositivos, rutinas y prácticas, anida una nueva manera de comprender el entorno y darle sentido. Efectivamente, a partir de marzo de 2020 se operó un cambio que no se limitó a aprender a usar tecnologías: se inauguró una nueva manera de interrelación con lo otro, con hábitos y significaciones diferentes.

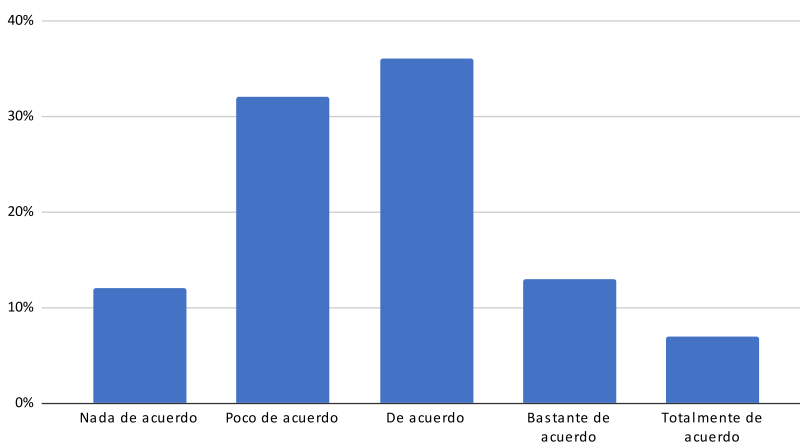
Se puede hablar de un **nuevo ecosistema educativo**, cuyos valores ya son parte del ambiente que habitan estudiantes de Periodismo y Comunicación que aquí se estudian. Confirma esta novedad el contundente resultado de la encuesta realizada a 1941 estudiantes en la que, el 97%, afirma que la pandemia cambió su forma de estudiar y, definitivamente, el ambiente fue la pantalla.

## 1. Estudiar en modo transmedia: alcances y límites

En el ecosistema educativo a partir de la pandemia, las interfaces se multiplicaron, se superpusieron y fueron, también, lugares de pasaje habitados simultáneamente. Se consolidó una forma de enseñanza y estudio transmedia que no era nuevo (Albarello, 2019), pero que pasó a ser un modo central de la experiencia universitaria, la cual tuvo distintas recepciones. El 56% del estudiantado reveló que la cursada virtual le resultó adecuada para aprender (si sumamos quienes manifestaron estar de acuerdo, bastante y totalmente de acuerdo); mientras, el 44% sintió esta experiencia como inadecuada para aprender (poco y nada de acuerdo con ella). Se revela así cómo este ecosistema no está consolidado, sino que está en evolución.

**Gráfico 74**

La experiencia de cursada virtual me resultó adecuada para aprender



En la relación pedagógica intervinieron diversos actores que operaron como mediadores o interfaces. No se piensa aquí en aparatos tecnológicos solamente; nos referimos a instancias de intercambio tales como encuentros con docentes a través de la pantalla, espacios que se navegan en la nube, ámbitos de encuentros colaborativos, aplicaciones interactivas, etc. Es decir, se trata de los espacios de interacción donde los sujetos del aprendizaje se mueven de manera natural, generando un efecto de inmersión (Scolari, 2018) que ha hecho evolucionar el sistema educativo. En él, el “transestudio” es una nueva forma de conocer que se ha instalado formalmente en las instituciones, sin pedir permiso. Va más allá de la “lectura transmedia” (Albarello, 2019), e implica más actores y nuevas variables de contexto, como emerge de esta investigación.

Ahora bien, el proceso que se dio en las universidades a partir de marzo de 2020 no fue uniforme. El aprendizaje mediado por tecnologías estuvo condicionado por los distintos contextos y realidades. Estudiantes de diversas regiones de la Argentina revelaron tendencias, alcances y límites de esa evolución sostenida, imparable, que generó tensiones. Entre las variables más significativas encontramos: el acceso a Internet; la posibilidad de usar dispositivos para estudiar, y si estos eran propios o no; la pertenencia a instituciones con cohortes masivas o, al contrario, con cantidades reducidas; la existencia de gestiones académicas más o menos ágiles y flexibles, lo que condicionó vínculos pedagógicos más o menos ricos; también, la tradición de uso de plataformas y sistemas virtuales en cada institución. Estos, entre otros, fueron factores fundamentales en el proceso de transformación educativa observado.

Así, la cursada online vivió una evolución abrupta, pero no exenta de tensiones. Como toda transformación, al igual que los ecosistemas biológicos, el educativo debió adaptarse, y sigue haciéndolo. Es un ambiente nuevo, en el que viejas especies pugnan por subsistir, mientras otras se funden y algunas más se adaptan. Otras desaparecen o, en cambio, emergen reconvertidas en nuevas formas. La metáfora ecológica (McLuhan, 1996) nos sirve, sin dudas, para comprender el proceso de estudiar. Debería iluminar también a docentes e instituciones educativas, ya que contamos

con claves para una adaptación rápida a nuevas maneras de enseñar, que se ve como necesaria.

A continuación, presentaremos las tensiones identificadas en este proceso, y las evoluciones que resultaron de las mismas.

## **2. Tensiones en el camino de la adaptación**

En *Las leyes de los medios* (1992), Marshall y Eric McLuhan describen los principios que se observan en la evolución y genealogía de los medios. Extensión, obsolescencia, recuperación y reversión son las constantes que se verifican en el camino de la evolución.

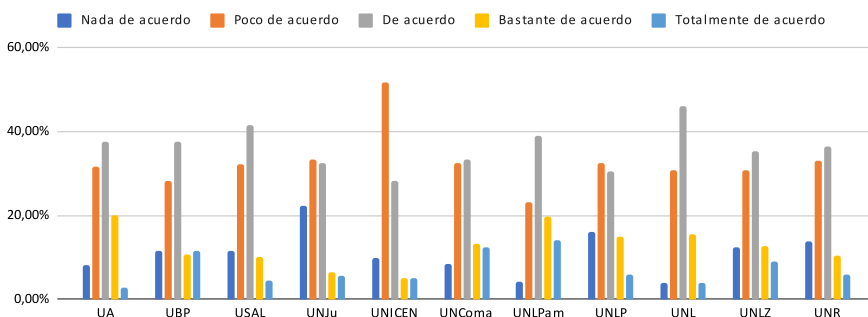
En este capítulo, centrado en describir y analizar las tensiones que se vivieron en la cursada online, se detallarán diversas maneras de adaptación. Se destaca el hecho de que al inicio de la pandemia se observó en la cursada online un predominio de la ley de “extensión”, ya que el “nuevo medio” (la interfaz digital de estudio) tendió a replicar un hábito anterior, amplificándolo. Las y los estudiantes refieren en las entrevistas una preferencia por subrayar textos (ahora, digitales); mantener reuniones grupales (ahora llamadas “sincrónicas”, por plataforma); o incluso sostener la escritura de apuntes (en Word), entre otras.

Así, se verá cómo se transforman –pero también coexisten– hábitos anteriores al cursado digital de la pandemia, propios de las interfaces físicas. Se observa una evolución que poco a poco registra obsolescencias de otras prácticas (como imprimir documentos o usar el Word), reversiones (rechazo a la nueva modalidad, falta de creatividad, desconexión) o recuperaciones (reuniones multitudinarias, por ejemplo, para estudiar).

La evolución se vivió forzada o acelerada y generó incomodidades. Una síntesis de estas actitudes y disposiciones puede verse en la dispar valoración dada por las y los estudiantes a su experiencia de cursada online, en las distintas universidades (Gráfico 75):

## Gráfico 75

La experiencia de cursada virtual le resultó adecuada para aprender (por universidad)



A lo largo de estas páginas se describirán algunas de las transformaciones que atravesaron las y los estudiantes en su experiencia de cursada online.

### 2.1. Evolución 1: del papel a la pantalla

*“Me pongo a leer en pantalla y subrayo con Adobe Reader”  
(Rosario, 21 años)*

La cursada online fue la única manera de proseguir los estudios universitarios durante 2020 y gran parte del 2021. El aislamiento cortó la posibilidad de continuar en contacto no solo con docentes y compañeros o compañeras, sino también con documentos físicos, como libros y apuntes. En este contexto, se generalizó el uso –que ya existía– de materiales en versión digital y la lectura en pantalla.

Este pasaje de una interfaz a otra no fue ni automática ni estuvo exenta de tensiones. Por el contrario, implicó diversas adaptaciones en los hábitos de estudio y de procesamiento cognitivo, ya que cada interfaz contiene sus propias reglas de construcción de sentido. La particular forma y estructura que adopta un contenido condiciona el mensaje y modo de interpretarlo. La forma tiene un contenido, podría afirmarse con Lotman (1976); o también: “el medio es el mensaje”, con Mc.Luhan (1964).

Lo anterior justifica profundizar en el conocimiento de los procesos implicados en esta evolución repentina que debieron vivir las y los estudiantes para proseguir con sus trayectos universitarios, a causa de factores externos.

La preeminencia del material de estudio en formato físico propio del cursado presencial –libros, “apuntes”, fotocopias, notas manuscritas tomadas en cuadernos durante las clases– comenzó a ser abandonada. Dichas prácticas de estudio debieron ser reemplazadas por el formato digital –libros y material de estudio en pdf, archivos digitalizados, sitios web, etc–. Así lo revela la muestra analizada, en la que el 97% de estudiantes declararon rotundamente haber modificado sus hábitos de estudio.

### **2.1.1. Extensión y obsolescencia: ¿subrayar la pantalla?**

Las leyes de los medios también se pueden registrar en el proceso de adaptación de la cursada. La práctica de subrayado para estudiar se extendió al dispositivo de estudio digital, con diversas fases, llegando a ser desterrada (obsolescencia) por gran parte del estudiantado. Si bien se presentan como “fases”, no implica que el total de las personas haya vivido ese proceso evolutivo, ni que hayan sido desterradas por completo las prácticas anteriores. Coexisten pero, sin dudas, se observa la transformación.

#### **• Primera fase: escribir, imprimir, subrayar**

Esta fase describe el estadio en que las y los estudiantes buscaron replicar sus anteriores hábitos de subrayado físico, aunque con sus adaptaciones<sup>22</sup>.

Sigo leyendo el mismo resumen que hago en compu y que después lo imprimo. Eso sigue siendo igual y no cambió (Agustina, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Cuando hago un resumen me gusta pasármelo a mano escrito y estudiar en papel. Todavía me cuesta mucho leer en pantalla porque me gusta ver películas y encima si tengo que estudiar ahí

---

22 El paso de papel a pantalla desde la óptica de las estrategias de lectura transmedia, se aborda en profundidad en el capítulo 12 de este libro.

y cursar, estoy todo el día en la computadora que es algo que tampoco me gusta (Rocco, 19 años, 2do año de Periodismo, USAL).

Siempre escribo y leo en papel, más que nada porque me sirve para estudiar el resaltador y los colores antes que las diferentes tipografías del Word, es mucho más dinámico. El ejercicio de escribir hace que esté todo más procesado (Magalí, 20 años, 3er año de Periodismo, UA).

Uso la compu, todo lo hago ahí. El celular por ahí también lo tengo para anotar, si no tengo un cuaderno... Igual yo soy re del cuaderno, ¡lo amo! Eso no me lo pueden sacar. Amo escribir y anotar en el cuaderno (Melany, 23 años, 6to año de Periodismo, UNLP).

• *Segunda fase: tensión entre papel y pantalla*

Numerosas entrevistas evidencian esta nueva modalidad como una tensión. “Papel versus pantalla” fue una de las emergentes del nuevo ecosistema, tal como se explica en detalle en el capítulo dedicado a este tema:

Ya tenía cierta costumbre, una cosa es leer una nota, y otra cosa es leer un texto universitario digital, soy muy de todo impreso, pero cuando se cursa uno se da cuenta que es un costo muy grande, imprimir todos los módulos. A veces me salía más caro que me trajeran las copias a mi casa que el apunte en sí, entonces me pasó de buscar gente cerca para cambiar apuntes o directamente a leer desde la compu, me tuve que acostumbrar a hacerlo desde la compu (Melanie, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLZ).

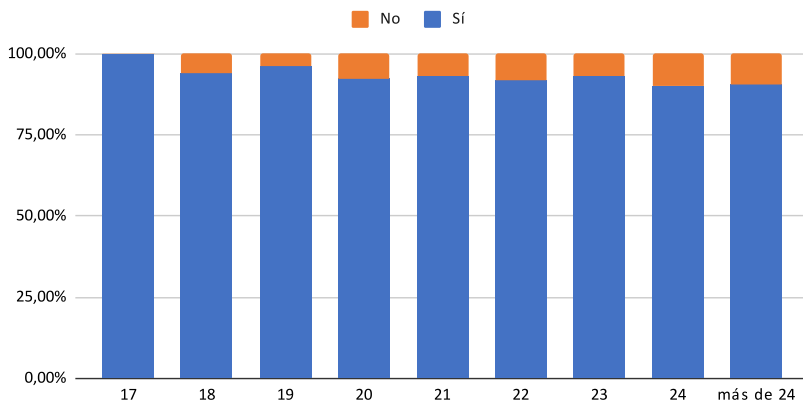
Me encontré con otra realidad de estudio a la mía, porque volví al papel pero me di cuenta de que no podía volver al papel y al subrayado. Así que aprendí a usar otras herramientas en la computadora, a leer en la compu (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPAM).

En esta tensión, la variable de la edad influyó sensiblemente, evidenciando que, a mayor edad, desciende el porcentaje de

estudiantes que afirman estudiar más en pantalla que antes de la pandemia (gráfico 76). En cambio, no se observan diferencias si analizamos esta conducta (estudiar más en pantallas) por Universidad, género o año de cursada.

**Gráfico 76**

La pandemia provocó que estudie en más pantallas que antes (por edad)



• *Tercera fase: la opción digital*

Algunos estudiantes sí manifestaron poder prescindir del papel desde un inicio o en el correr de los días de la cursada online. La confirmación de que se extendía el aislamiento promovió la adaptación con nuevas estrategias:

Lo que hago es recopilar toda la información que le corresponde a la unidad, me pongo a leer, y subrayo con Adobe Reader, y después sobre eso que subrayé anoto lo más importante en un documento. Eso es a lo que yo después vuelvo para estudiar (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

La tensión fue dominante, sin embargo, hacia el final del primer semestre de 2020, se fue instalando la preeminencia de la pantalla. Los textos pasaron de imprimirse para ser subrayados, a

ser leídos en su versión digital, con toma de notas y escritura de resúmenes en archivos también digitales.

En el Drive tengo los resúmenes y en el campus están los textos que suben los profesores (Agustín, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Quedaron atrás los papeles y los símbolos manuscritos que orientaban sus estrategias de apropiación, para evolucionar hacia esas mismas prácticas en los PDF intervenidos con colores y notas.

Yo uso mucho drive para subir los archivos y los edito desde ahí, los marco (Melany, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Esa migración hacia lo digital estuvo también marcada por la practicidad que implicó prescindir del papel escrito, además del ahorro de dinero resultante de no fotocopiar el material. Estas opciones facilitaron la tarea, representando un atajo cuyo descubrimiento implica no volver atrás a lo que ya se percibe complejo. Es la ley de obsolescencia. Word, por ejemplo, es un símbolo del pasado.

Al hacer esto, el ecosistema vivió una nueva evolución: de compartir los cuadernos con notas de clase o resúmenes en papel, los compañeros pasaron a construir esos insumos de manera colaborativa pues, en Drive, se iniciaban y completaban los contenidos para estudiar, tema que se abordará en profundidad en el capítulo 13 de este libro.

Prefiero descargar los archivos, porque en caso de no tener conectividad si lo tengo en Drive es medio complicado ver las cosas y bueno descargar los archivos me parece mejor. Me acuesto en mi cama o en el escritorio, ordenándolo todo, me pongo los auriculares con música y empiezo a estudiar (Carla, 24 años, 3er. año de Comunicación, UNJu).

Sí, cambió totalmente ya no hago nada por papel, o pocas cosas en realidad, los textos que dan cada cátedra todos los hago en la

computadora, los leo desde la computadora, los resalto desde la computadora, los dibujo desde la computadora (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

**Drive a morir.** Me considero embajadora de Drive. Después, sí, mucho Google (...). **Word ya no.** Me reía el otro día porque antes el Paquete de Office era fundamental en una computadora. No tenerlo era un trastorno y ahora es como que no lo uso. Incluso como que me parece medio **obsoleta** la interfaz de Word. Ahora es todo aplicaciones de Google. Después Aulas Web que eso me genera bastante conflicto. En el Profesorado se usa Aulas Web para todas las materias y es una plataforma, que si bien está bien desarrollada por la Universidad, hay algo de la industria de Google que no es lo mismo. Vos entrás a Classroom y te llega una notificación y te llega un mail. Tenés todo ordenadito, tenés todas las tareas y en el otro tenés toda la tipografía vieja, unas pestañas incomprensibles (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).<sup>23</sup>

Terminado el período de cursada online, las universidades fueron recuperando la vuelta al encuentro presencial. Sus protagonistas, tanto estudiantes como docentes, no son las mismas personas pues han evolucionado dentro del ecosistema. Se vislumbra una necesidad de recuperar y extender prácticas que fueron exitosas en la fase anterior, digital, y sostener relaciones pedagógicas híbridas (Maggio, 2022). Más aún, teniendo en cuenta que los y las jóvenes han comprobado la utilidad de ciertas prácticas y la obsolescencia de otras.

## 2.2. Evolución 2: De la casa a la plataforma, la nueva juntada

*“El fin por el que nos juntamos es el mismo”.  
(Santiago, 22 años)*

Demostrando alta capacidad adaptativa, las y los estudiantes lograron encontrar nuevos espacios y estrategias para el estudio grupal y la realización de trabajos en equipo. El no poder

---

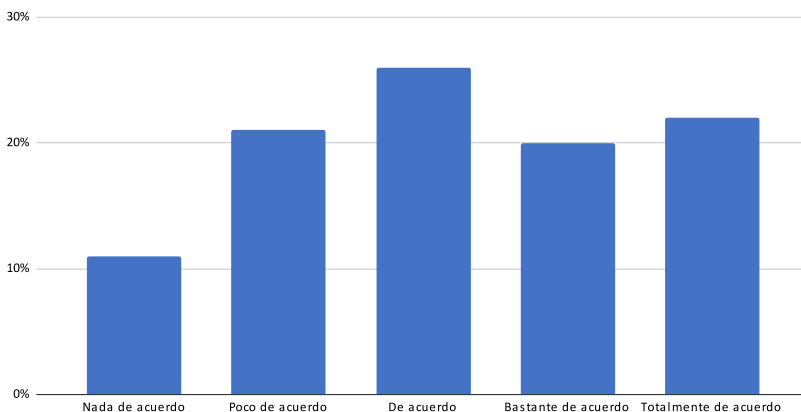
23 Los destacados en negritas son propios.

juntarse físicamente, ha hecho desaparecer una cualidad de la socialización universitaria, la de compartir no sólo los espacios comunes en el campus –biblioteca, cantina, pasillos, parques, etc.– sino también los espacios familiares. Entrar en la casa del otro con su historia, ha sido una dimensión importante en la vida afectiva de las y los jóvenes que, durante la pandemia, no se pudo desarrollar.

La encuesta evidencia la pérdida que significó, en general, la falta de contacto físico entre pares y con docentes. Así un 68% de las y los estudiantes reconoce que el aislamiento social afectó su experiencia de aprendizaje, si tomamos en cuenta la suma de quienes afirman estar de acuerdo, sea bastante o totalmente. Mientras, un 32% restante está poco (21%) o nada (11%) de acuerdo con esta afirmación (Gráfico 77). Una vez más, se advierte una evolución dispar hacia el ecosistema de educación virtual. Este aspecto se mantuvo muy estable, casi idéntico, en la variable de edad.

### Gráfico 77

La experiencia de aprendizaje se vio afectada al no compartir espacio físico con los compañeros/as y profesores/as



La reunión de estudio sigue presente, pero en el ecosistema educativo virtual vivieron una evolución potenciada por las plataformas.

Generalmente las videollamadas son por Meet o de última por Zoom, la mejor alternativa a las reuniones que antes se hacían en la casa de algún compañero. Costó un poco acostumbrarse a eso, a que ya no tenías el “Pásame la lapicera” y sí el “Te paso el link al zoom”. Cambió eso, pero nos acostumbramos bien y hoy te podría decir que por más que hayan cambiado todos esos hábitos, el fin por el que nos juntamos es el mismo, el de hacer un trabajo. Se cumple lo mismo. Entonces costó un poco adaptarse, pero se pudo hacer. Tenemos herramientas como para hacerlo (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

### ***2.2.1 Recuperar la reunión social***

Entre las leyes que se cumplen en la evolución mediática, según McLuhan (1992), está la de recuperación, que significa retomar o potenciar algo que se había perdido. Es el caso de estudiantes que pasaron una buena cantidad de horas, incluso entre muchas personas, compartiendo más allá del objetivo de estudio. En el ecosistema educativo virtual, el WhatsApp no fue suficiente.

Si hay un examen muy importante, estudio más sola que en grupo, pero normalmente nos juntamos y qué sé yo, charlamos, leemos juntas, vamos viendo, depende mucho de la materia (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

El estudio grupal es irremplazable. Nos llamamos y podemos estar cuatro o cinco horas en llamadas con mis compañeras y compañeros y por ejemplo nos vamos consultando al mismo tiempo, porque estamos al mismo tiempo conectados con el celular y vamos viendo algún texto, alguna reflexión y lo vamos hablando, y compartimos material y ofrecemos ayuda. Llegamos a ser hasta cinco personas en estos grupos de videollamada (Rosario, 21 años, 3er año de Periodismo, UBP).

Si me junto a estudiar con una persona no me sirve WhatsApp, necesito algo que tenga más interacción como el Zoom (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

### **2.2.2. Tensión evolutiva: el reverso de la experiencia**

A pesar de naturalizarse la juntada online, hubo quienes la vivieron con frustración, evidenciando lo que McLuhan (1992) define como “reversión”, ley de la evolución mediática que describe el límite al que lleva una nueva realidad, que se experimenta como contraproducente. En las entrevistas, se identificaron diversas razones por las que las reuniones de estudio online se veían perjudicadas:

Ahora es súper difícil porque la videollamada a mí me cuesta mucho, me disperso muchísimo. En cambio, en el encuentro, que es ya como un ritual antes del parcial, es juntarnos a eso, repasar; ahora es súper distinto y así me cuesta mucho más (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Sí, me tocó hacer trabajo en grupo. Horrible la experiencia virtual, más que nada en el grupo es un asco, no me gustaría volver a repetirla en el segundo cuatrimestre realmente. Porque había compañeros que no se conectaban, no porque no podían, sino porque no querían, porque uno después hablaba con ellos. Hubo compañeros que directamente dejaron la materia a medias y tuvimos que hablar con el profe para encontrar una solución. Muy feo el método de trabajar en grupo en la virtualidad, en cambio en presencia vos podés hablar cara a cara con la persona y plantearle, y tratar de ayudarla para que se ponga las pilas, pero en la virtualidad no había manera de que la persona entre, no había manera de lograr llegar a un acuerdo para que todos nos conectemos porque siempre faltaba un compañero o una compañera (Julio, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Así, como todo proceso evolutivo, el que llevó hacia la socialización por videollamada no estuvo exento de tensiones. Superados el aislamiento y distanciamiento social propios de los dos primeros años de la pandemia, queda por analizar qué función y valor adquiere la reunión por este medio.

### **2.3. Evolución 3: Del grupo al trabajo colaborativo**

*“Hasta que teníamos que hacer un trabajo que necesitaba de una redacción uniforme y yo les dije: 'hagamos un Zoom'”.*  
(Melany, 23 años)

Durante la cursada online obligada (2021-2022) también las dinámicas de grupo apresuraron su evolución. Antes de ese momento, nuevas especies –como el Drive de Google– ya habían incrementado el desarrollo de habilidades para el trabajo colaborativo. Asimismo, la participación convergente (Jenkins, 2008) era (es) el ecosistema que habilita hace tiempo una nueva concepción de cultura, como producto colectivo. Sin embargo, estas características eran lejanas aún para gran parte del sistema educativo. La pandemia forzó esa transformación pendiente, y las rutinas de organización del estudio grupal no fueron ajenas al cambio. Es la tercera evolución que aquí se registra, la cual será abordada en profundidad en el capítulo 13 de este libro, dedicado específicamente a la experiencia de trabajo colaborativo.

Una tendencia habitual del trabajo en grupo –cuestionada por docentes–, era la estrategia de división del trabajo, en la que cada individuo tomaba a su cargo una porción de la tarea. Aun cuando los integrantes de un equipo compartieran sus conocimientos e integraran sus saberes, la realización digital era personal, no construida en conjunto. Existía una claridad sobre la autoría o pertenencia de cada porción del producto global. Eso cambió.

Al modificarse los procesos de estudio durante la cursada online, las y los estudiantes tomaron el control de gran parte de su aprendizaje, munidos de competencias tecnológicas y una tendencia a experimentar. En este caso, interesa destacar la evolución registrada hacia la elaboración colaborativa, en una suerte de inteligencia colectiva (Lévy, 2004), en la que la autoría se desvanece.

#### **2.3.1. La tensión hacia la autoría compartida**

El pasaje de un hábito de división del trabajo hacia uno colaborativo y colectivo queda registrado en las entrevistas. Finalmente, se advierte la naturalización del trabajo compartido, con menos escisiones.

Me pasó hace poquito que veníamos haciendo unos trabajos y cada uno seguía el tema: “vos poné esto”, “vos poné aquello”, hasta que teníamos que hacer un trabajo que necesitaba de una redacción uniforme y yo les dije: “hagamos un Zoom”. Entonces hicimos el Zoom, lo hablamos y después usamos Drive, que para mí es una de las mejores cosas que nos pasó a las y los estudiantes que lo podés hacer sincrónico. Vas viendo qué pone uno, qué pone el otro, lo vas aceitando (Melany, 23 años, 6to año de Periodismo, UNLP).

Al indagar sobre el uso de WhatsApp para estudiar, una alumna remarca las diferencias, evidenciando la evolución registrada:

Yo creo que sirve un montón para tener una comunicación en el momento, en el acto. Por ejemplo, ahora con Marti y Lucas hicimos una lluvia de ideas en un grupo de WhatsApp para el tema del medio digital y después yo creo que la mejor forma es pasar todo lo que se habló en WhatsApp o la división de tareas que se puede generar en WhatsApp a otras plataformas como Drive, y publicar lo que han escrito (Guada, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

### **2.3.2. ¿Recuperación de la actitud lúdica?**

La tercera ley de la evolución de las especies mediáticas es la recuperación: los nuevos ecosistemas son capaces de recuperar –y expandir– antiguos rasgos perdidos. Tal vez la pérdida de estructuras pedagógicas y la libertad (y necesidad) de accionar para sobrevivir en el nuevo ecosistema, promovieron un hábito propio de la infancia, el de jugar y experimentar. “Estaban buscando un mundo, y de forma instintiva lo imaginaban con el diseño y la arquitectura lógica del videojuego”, dice Baricco en *The Game* (2019, p. 152) sobre los creadores del iPhone. El autor descubre en esos hitos tecnológicos la necesidad de jugar, experimentar y rebelarse a los límites impuestos, “con la emoción de la experiencia” (p. 153).

El Drive para trabajar en grupo es como estar juntos, porque yo puedo escribir sobre lo que la compañera dice, borrarlo (Lourdes, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Después está el Draw, que es para hacer mapas conceptuales (...) pueden estar escribiendo más de 10 personas a la vez y pueden estar viendo la misma pantalla y editarlo (Lidia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Las aplicaciones y plataformas colaborativas cobran un atractivo particular, al permitir subvertir online el contenido de otra persona, en un campo de juego donde esa regla es permitida, con la promesa de un resultado mejor. Es un juego donde ganan todos.

Con las plataformas una manda un resumen, armamos un Drive y vamos sumando cosas; generalmente lo hace una y otra lo corrige y controla lo que está mal y lo que está bien (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Tuvimos un examen en el que, justamente, había que informarse, parte del examen era “test de actualidad”. Lo primero que hicimos fue armar un Drive para que a nadie se le pase ningún tipo de información. Entonces nos dividimos los días y alguien se encargaba ese día de completar el Drive. Y después cuando tenías que estar al día para el examen, estábamos todos en el Drive porque era un trabajo colaborativo. (Sol, 20 años, 3ro de Comunicación, UA).

A pesar de esta evolución, la encuesta realizada en 2021 revela que la mitad de las y los estudiantes apuesta por el trabajo colaborativo en plataformas, y la otra mitad, no. El tema será detallado en el capítulo 13.

#### **2.4. Evolución 4: De la memoria a la comprensión, de lo parcial a lo integral**

*“No sirve comerse los libros en una noche. Hay que comprender y reflexionar”.*

*(Carolina, 23 años)*

*“Disfruto del proceso de evaluación... que antes me generaba estrés”.*

*(Belén, 22 años)*

Al cursar desde sus hogares con todas las herramientas tecnológicas y el material de estudio a su disposición, las y los estudiantes comenzaron a percibir de otra manera su relación con el estudio y con el proceso de apropiación del conocimiento. La memorización cedió lugar a la comprensión del material, muchas veces a partir de actividades prácticas. Relacionar autores y perspectivas, establecer nexos entre temas y situaciones problemáticas, “linkear” ejemplos... Estas estrategias, ligadas de manera directa a las formas de consumo digital, se consolidaron a medida que el aislamiento se fue extendiendo:

Fue todo más práctico, más ejercicio... En ese sentido cambió mi manera de relacionarme con el estudio, pero no por una cuestión de sistema. No es que cambié el sistema de estudiar. Creo que cambió la plataforma y eso llevó a que la clase sea dada distinta y que los procesos sean distintos, o la forma de evaluarse sea distinta (Morena, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Cambia mucho cuando vos tenés todo el material y con eso tenés que pasarlo a una plataforma donde bueno ya se sabe que vos tenés los textos al lado así que prácticamente te podés copiar, así que esto de relacionar, interpretar, buscar ejemplos, a mi me sirvió mucho más durante este cuatrimestre (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

#### ***2.4.1. Un bienvenido nuevo sentido de la evaluación***

Al contar con sus apuntes disponibles y los métodos para estar conectados durante las evaluaciones, dejó de tener sentido evaluar conocimientos basados en datos e información. Parte de quienes ejercen la docencia, conscientes de esto, comenzaron también a modificar sus estrategias. El nuevo entorno aceleró, finalmente, el sentido de la evaluación, que comenzó a centrarse en la capacidad de comprender conceptos y transferirlos:

Antes memorizaba mucho las cosas para no olvidarme y ahora con lo de la cuarentena es tratar de leer y entender, porque ya no

sirve saber algo de memoria si no lo podés relacionar con otras cosas. Los profesores son conscientes de esto, por eso los exámenes son a libro abierto (Camila, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

El paso de la memorización a la comprensión, de las preguntas cerradas a las actividades que buscaban fomentar el análisis y la reflexión –que por supuesto ya estaban presentes antes de la irrupción de las plataformas y tecnologías digitales– fueron sin embargo naturalizados por las y los estudiantes en el nuevo contexto generado por el ASPO, entendiéndose como una consecuencia lógica y bienvenida del nuevo ecosistema educativo:

Estábamos todos acostumbrados a tener exámenes, a estudiar sí o sí textos, nombres, autores y definiciones y eso si uno no se lo sabía no aprobaba directamente y ahora la forma de estudiar, no es estudiar de manera memorística o comiéndose los libros en una noche, sino que uno tiene tiempo de procesar toda la información, puede preguntar, puede retomar la clase y no hay que estudiar sino que hay que comprender y reflexionar (Carolina, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

#### ***2.4.2. Disfrutar, no sufrir el proceso***

Esta modalidad también propició un manejo distinto de los tiempos, tanto del destinado al estudio como a la organización y administración de las instancias de evaluación. Si antes de la pandemia los parciales y finales presenciales convivían con trabajos de elaboración y entrega, la idea de evaluación como un proceso fue ganando terreno hasta terminar consolidándose. Junto a la “presión y stress”, propia de la época de parciales y finales, comenzaron a aparecer otras sensaciones que no se relacionaban con las exigencias de la evaluación y acreditación, como el “disfrute”:

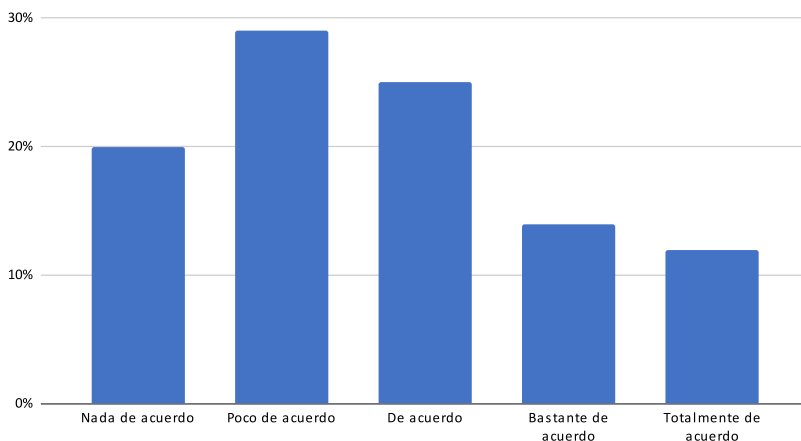
Los parciales ahora son entrega, que te dan un tiempo, entonces yo lo voy armando de a poquito al parcial. Te dan la consigna, vos

la procesás, si no entendés algo le preguntás al docente, interactuás (...) en ese proceso para mí es más rico el aprendizaje (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

La posibilidad de administrar sus propios tiempos, lejos de las rutinas y horarios impuestos por la presencialidad, generó también una tensión aún no resuelta entre las y los estudiantes. Como se indica en el gráfico 5, un 49% del estudiantado se mostró disconforme con la manera de organizar sus tiempos durante la virtualidad, mientras que un 51% manifestó estar de acuerdo, bastante de acuerdo y muy de acuerdo.

**Gráfico 78**

La virtualidad lo/la ayudó a organizar el tiempo de estudio

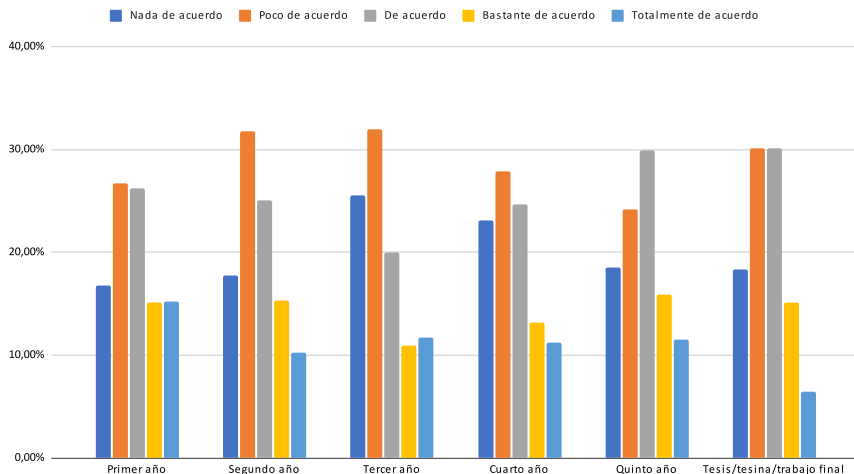


Este nuevo sentido de libertad al momento de organizar los tiempos de estudio fue mejor valorada por las y los estudiantes del último año de las carreras y por quienes se encontraban trabajando en sus Tesinas y Trabajos Finales. Así, por ejemplo, en estudiantes de 3er año el porcentaje de “de acuerdo” es solo del 19,5%, mientras que el mismo crece hasta alcanzar el 24,68% en estudiantes de cuarto año, 29,94% en cuarto año y 30,11% en estudiantes con Tesinas o Trabajos Finales en curso. Para quienes

manifiestan estar “Bastante de acuerdo” los porcentajes desde 3er año hasta Tesinas o Trabajos Finales en curso son de 10,90%, 13,14%, 15,92% y 15,5% respectivamente.

### Gráfico 79

La virtualidad lo/la ayudó a organizar el tiempo de estudio (por año de carrera)



Aunque el análisis, la lectura comprensiva y la reflexión son herramientas y estrategias inherentes a un buen diseño pedagógico, el nuevo ecosistema educativo permitió vincularlas de manera directa a las posibilidades de las plataformas y herramientas digitales: las y los estudiantes “surfearon” corrientes y autores, “linkearon” ejemplos y casos de estudio, exploraron material en distintos lenguajes y formatos –textos en pdf, podcasts, videos, etc.– para construir a partir de allí conocimientos significativos, convirtiendo en obsoleto el aprendizaje memorístico y recuperando las buenas prácticas de aprendizaje. Será interesante explorar cómo, tras la vuelta a la presencialidad plena, estas prácticas pueden seguir consolidándose.

## **2.5. Evolución 5: del aula física al aula digital I. Redefiniendo canales y espacios de relación**

*“Hay una angustia que nos afecta a todos”.  
(Emilia, 22 años)*

*“Me voy a Google y empiezo a buscar cosas”.  
(Martina, 22 años)*

El entorno del aula, el mundo en 360°, también vivió su transformación. Apenas iniciado el ASPO, lo primero que se extrañó fue el contacto con los pares, tan distintivo de la experiencia de cursado presencial:

Creo que lo que más me costó desde la cuarentena es no poder estar con mis compañeros, porque sentía que tenía un grupo con los que me entendía, entonces por ahí lo que le faltaba a uno lo hacía otro (Rocío, 21 años, 4to año de Comunicación, UBP).

Esa falta de contacto generó sentimientos de angustia entre las y los estudiantes, que se vieron privados de forma repentina de esas instancias de socialización:

Particularmente, la primera parte del año me costó un montón adaptarme a la virtualidad, a pesar de todos los privilegios que tengo: lugar, conexión, etc. Pero hay como una angustia que nos afecta a todos (Emilia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

### **2.5.1. La construcción en un entorno multiplataforma**

Sin la posibilidad del contacto y de interactuar en persona, las y los estudiantes recurrieron a las plataformas digitales para propiciar encuentros: grupos de Whatsapp o encuentros vía Meet y Zoom, se incorporaron rápidamente a sus rutinas de trabajo colaborativo fuera del horario de clases, y también propiciaron la comunicación en el entorno del aula digital. La pantalla de la computadora se transformó en un territorio en el que comenzaron a convivir aplicaciones y plataformas, cada una con su propósito: la reunión por plataformas para la instancia “oficial” de clase, con

el docente como moderador y referente; el grupo de Whatsapp activo en el que los compañeros intercambian impresiones, hacen comentarios, comparten dudas, se relajan contando chistes; los canales de la aplicación Discord en los que las y los estudiantes charlan, juegan y se relacionan con otros, más allá de lo que sucede en la clase; y las búsquedas en Internet para validar lo que dicen los y las docentes, buscar ejemplos y, también, para distraerse cuando la reunión “oficial” pierde su interés:

En las clases cuando un profe hace una pregunta uno puede buscarlo en la computadora al momento (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Algo que me pasa tal vez en las clases es que si la clase por ejemplo, me resulta en algunas partes aburrida, por ahí es como que me voy a Google y empiezo a buscar cosas o empiezo a chequear más las redes (Martina, 22 años, 4to año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Imposibilitados de interactuar en el entorno físico 360 propio del aula, las y los estudiantes construyen un nuevo entorno transmedia en el cual transitar la experiencia de cursado. Este ecosistema de medios y recursos, esta “discordización” del entorno de aprendizaje –en el cual se relacionan y comparten información y experiencias de acuerdo con el modelo de canales propuesto por aplicaciones como Discord– opera por extensión, amplificando y multiplicando las posibilidades de interacción propias del aula física. Darse vuelta, decirle una broma al compañero, pedir una lapicera, juntar bancos para trabajar de a dos... Todo esto fue trasladado al ecosistema educativo virtual: las y los estudiantes diferencian registros y construyen conversaciones paralelas y alternativas, cada una con su función, las cuales saben distinguir bien.

### **2.5.2. La obsolescencia de la “clase virtual” y los cuadraditos con la foto**

El paso del espacio físico del aula a la virtualidad, a la experiencia de cursado mediada por plataformas digitales, generó

también una tensión entre la clase “tradicional”, expositiva, con el docente instalado en el centro de la escena, y los nuevos modos de entender el proceso de enseñanza-aprendizaje, con mayor horizontalidad y gran protagonismo de distintas tecnologías, lenguajes y plataformas. A comienzos del ASPO, algunos docentes intentaron trasladar sin cambios la mecánica de la clase expositiva al Zoom o al Meet, con los tiempos propios de las instancias presenciales. En ocasiones, eso provocó frustración y cansancio en el estudiantado, que comenzaba a sentir sobre sus hombros el peso del tiempo transcurrido frente a la pantalla:

Nosotros tenemos una materia ahora que yo no dudo que la profesora sea buenísima, aparte tiene una cabeza... pero nos estuvo dando tres horas reloj. Tres horas reloj todos los viernes. Y yo creo que esta materia habría sido riquísima, pero yo no puedo digamos adquirir el conocimiento ni tampoco poder recibir esa información (Jimena, 32 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

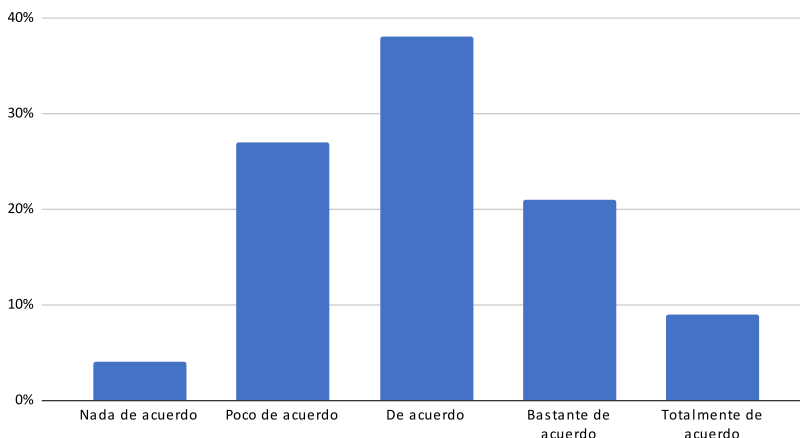
Las clases por Zoom, todas las actividades por Zoom, más allá que nuestra carrera era semipresencial, no tiene, no les veo efectividad. Yo soy una persona un poco ansiosa y me genera mucha ansiedad el Zoom, estar cinco horas conectada (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

La fase cuantitativa de esta investigación arroja resultados acerca de la percepción que las y los estudiantes tuvieron sobre cómo se adaptaron las y los docentes a este nuevo ecosistema educativo, signado por lo digital (Gráfico 80).

Como se puede observar en el gráfico, el 68% de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con el enunciado, con distintos grados de aprobación que van desde “De acuerdo” (38%), “Bastante de acuerdo” (21%) hasta “Muy de acuerdo” (9%). En cuanto al año de cursado, la aprobación también crece a medida en que nos acercamos a los últimos años de las carreras: mientras que en primer año el porcentaje de quienes reconocen estar “de acuerdo” es de 36,21%, en quinto año sube al 43,95%.

## Gráfico 80

Los profesores se adaptaron correctamente a la virtualidad



Para las y los estudiantes que aún convivían con sus familias o que se vieron obligados a regresar a sus hogares a raíz del contexto de la pandemia, el cursado online presentó nuevos desafíos, tales como la negociación permanente entre miembros de la familia en pos de conseguir tiempos y espacios de privacidad. Un gran número de estudiantes, ante la imposibilidad de participar del encuentro sin interrupciones o el pudor por mostrar su entorno doméstico, optó por apagar sus cámaras y presentarse a través de su foto de perfil:

Soy bastante reacio a usar las reuniones virtuales. No me puedo concentrar, no siento que sea una charla por ahí y me costó. Yo que me considero un chico que participa en clases, me costó y espero que me cueste menos en el segundo cuatrimestre de participar tanto en clase con los profes (Rafael, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Aunque tenemos las clases virtuales no es lo mismo, porque en esta situación la atención no es la misma, te distraés por cualquier

cosa en la computadora y en mi caso tocan timbre los clientes de mi mamá o están haciendo mate en la cocina... en cambio en la facultad estás en el aula, enfocado en lo que pasa (Rodrigo, 26 años, 4to año de Comunicación Social, UNICEN).

Esta forma de presentarse no estuvo exenta de tensiones, trasladándose también a la relación entre docentes y estudiantes:

Algunos docentes piden que por favor prendan las cámaras porque también esto para el docente que está acostumbrado a estar al frente de la clase y ver a las y los estudiantes, el hecho de ver cuadraditos en una foto con un nombre les resultaba como muy lejano (Fátima, 24 años, 5to año de Comunicación social, UNICEN).

Cambió bastante mi forma de estudiar, fue todo demasiado caótico al principio. El lugar en el que había estado de vacaciones se convirtió en mi lugar de estudio, yo nunca estudio acá. Esta casa nunca la pensé ni viví como lugar de estudio. Lo primero fue acostumbrarme a vivir acá y con mi familia, que fue bastante trágico. Después ordenarme, porque además del estudio, todo lo que es el recreo estás en el mismo lugar de estudiar (Francisco, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLP)

Falta de confianza, desmotivación, saturación, frustración frente a la inestabilidad y poca calidad en la conectividad... el confinamiento comenzó a hacerse sentir e impactó directamente en la experiencia de cursado:

Es la falta de confianza con el profesor. Por ahí cuando ya lo conoces, estás en la clase, interrumpís y preguntas también, no es que me cueste preguntar, pero creo que esos momentos en el que profesor pregunta si se entiende, que en lo cotidiano del aula normal que había un silencio, acá se multiplica al por millón. Se complica muchísimo porque aparte todos micrófonos apagados, todas las cámaras desactivadas... es poco rendidor en ese aspecto, porque no hay un ida y vuelta. (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Se extraña el contacto ese, el estar preguntando, el poder intercambiar ideas, escuchar ideas de otras personas durante una clase. Creo que eso cambió todo en mi forma de estudiar (Zoe, 21 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Estábamos haciendo un trabajo con un compañero que no entendíamos la consigna en base a qué tengo que analizar esto. Pasa esto, falta mucho lo cotidiano con el profesor y en la clase virtual siempre se le cae Internet, al otro se le sube, el otro abre y el micrófono y se escucha todo... No, no me gustó, no lo disfruté y tampoco sentí que haya sacado algo provechoso este año (Cynthia, 22 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Hay veces que me cuesta bastante, creo que en una de las clases de Teorías me he puesto a llorar, porque me he trabado, me cuesta bastante; y bueno, cuando veo que nadie habla, aparezco, prendo la cámara y digo "profe, soy María" y le hago una pregunta. Cuando tuvimos la última clase presencial, hago preguntas, pero a veces no llego a peinarme y no prendo la cámara (María, 25 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Siguiendo a McLuhan (1992), se puede afirmar que el intento de trasladar la experiencia del aula al nuevo ecosistema naufragó entre la frustración de percibir la obsolescencia del sistema, y los intentos de llevar la clase expositiva al límite, provocando una reversión:

En el primer cuatrimestre, había cuestiones que no estaban organizadas como ahora, entonces no teníamos clases virtuales, no teníamos horarios, las actividades estaban dadas, pero...los docentes también se estaban adecuando. Fue un contexto difícil para todos, entonces fue distinto (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

También siento que no aprendí mucho. Podría haber aprendido más sin la pandemia y la cuarentena (Zoe, 21 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Frente a esto, hubo docentes que optaron por suspender sus esfuerzos hasta que se pudiera vislumbrar un panorama más claro, limitando los canales de comunicación o cortándolos por completo:

Hay una docente que no la conocemos, que no se conecta a la videollamada, sólo nos manda trabajos, entonces es medio difícil (Ana, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

En otras materias no hay diálogo. En Historia, son audios grabados y no hay mucho para preguntar (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Un profesor de tercer año no quería dar su cátedra, y nos molestó un poco por el simple hecho de que queríamos cursar, terminarla, ya que nos falta poco para recibirnos de la tecnicatura y ellos decían que no, que “les parece una pérdida de tiempo”. Incluso tuvimos un profesor que en vez de hacer su materia un cuatrimestre la hizo anual y a último momento mandó todos los trabajos y como que nos vimos muy saturados, por lo que el profe si bien no daba las clases de forma virtual y las hacía por la radio, nos quedábamos con la sensación de que no nos estaba explicando bien, qué es lo que él quería o buscaba y nosotros tratábamos de explicarnos entre el grupo pero él incluso a veces como que se molestaba cuando le pedíamos ayuda y nos sentíamos frustrados (Estefanía, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

La resolución de esta tensión implica considerar otra, signada por el paso de la sincronía a la asincronía. Frente a la frustración y negatividad que provocaron el aislamiento y las mal entendidas “clases virtuales”, comenzaron a asomar nuevas estrategias de comunicación, usos innovadores de las plataformas digitales, y sobre todo una nueva forma de administrar los tiempos en el cursado. Comenzar a entender el cursado como un proceso que no se agota en la “clase virtual” y que comprende distintos tiempos, recursos, plataformas y estrategias, permite capitalizar todas las posibilidades del ecosistema educativo digital, tal como lo analizaremos en la sexta y última tensión.

## **2.6. Evolución: del aula física al aula digital II. De la sincronía a la asincronía**

*“Lo bueno es la posibilidad de ver varias veces un video”.*  
(Francisco, 26 años)

El paso de los meses y el prolongamiento del ASPO, que cedió lugar hacia mediados del 2020 al distanciamiento social y prorrogó la ansiada vuelta al cursado presencial, obligó a quienes ejercían la docencia a repensar la experiencia de cursado y a buscar alternativas que les permitieran mantener o recuperar su relevancia. Apoyados por instituciones educativas que pusieron a su disposición tecnologías y herramientas de comunicación y que, en muchos casos, también promovieron instancias de capacitación, las y los docentes rápidamente viraron el eje de su trabajo y comenzaron a proponer alternativas. Se consolidaron las “aulas virtuales”, a partir de distintas plataformas digitales –desde las propias de cada Universidad, a algunas más estándar como Moodle o Google Classroom– que permitieron sistematizar el material y ordenar la comunicación:

Ahora que está todo más organizado, la verdad es que a mí me encantó. Este cuatrimestre me está gustando mucho porque disfruto, disfruto el proceso de evaluación, que antes –por ahí– generaba mucho más estrés, presión y aparte el decir “es esta fecha y tengo que estudiar y tengo que llegar”, por si no llego, ponele, a la pregunta cuatro no la puedo responder, porque no llegué a estudiarla. Entonces ahora considero que todo esto... es un proceso. Lo considero más como que está más vinculado a eso. Y sí, cambió, cambió en este sentido que te digo, de las fechas y la organización para estudiar (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Las y los estudiantes señalaron la necesidad de sostener una plataforma común a todas las cátedras y materias:

Si ya todos están manejando el aula virtual, Unju Virtual, que se mantengan usando esa misma porque justamente yo no le veo

ninguna carencia en el sentido de que se puede hacer una devolución mucho más fácil, mucho más dinámica y se pueden también notificar incluso desde ahí las reuniones virtuales o el código para entrar ya sea al Zoom o al Meet y no se vuelve tan complicado andar averiguando por dónde pasaron los códigos de acceso (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Las plataformas se integraron entonces al nuevo ecosistema educativo, construyendo un entorno unificado que permitió sistematizar la experiencia de cursado, aportando un sentido de orden y previsibilidad a un contexto incierto: allí, las y los estudiantes encontraron información relevante del día a día del cursado –horarios de los encuentros sincrónicos y enlaces a los mismos–, accedieron fácilmente a los resultados de las evaluaciones, dispusieron de vías de contacto con los profesores, y pudieron descargar el material bibliográfico en PDF. Además, las y los docentes encontraron un espacio en el cual explorar distintos formatos: videos, podcasts, presentaciones en Prezi o PowerPoint –entre otros– se consolidaron como posibilidades que cada docente elegía de acuerdo con sus necesidades y objetivos.

Sí, lo que la cuarentena ha hecho en ese sentido es hacerme estudiar de otra manera. He estudiado mucho desde la computadora, pese a que no es lo más recomendable, pero sí me ha llevado a que esté mucho más conectado, que esté más atento a los foros... el entorno virtual de la facultad, es algo que ya estaba desde antes y sin embargo nunca esperé usarlo. Esta cuarentena me ha hecho estar atento no sólo al celular, sino también a estar entrando a un lugar para ver la información nueva que se esté subiendo, los trabajos que se estén subiendo, los apuntes que se estén subiendo. Es una forma nueva que creo que ha llegado para quedarse, porque creo que ha solucionado ciertos aspectos para los profesores, para los docentes (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

### ***2.6.1. Construyendo tiempos y espacios propios***

Una ventaja rápidamente percibida y valorada por las y los estudiantes fue la posibilidad de acceder al material de

manera asincrónica, en cualquier momento y desde cualquier lugar. Así, quienes además de estudiar, trabajaban, pudieron administrar sus tiempos de una forma más eficiente, y quienes se encontraban de regreso en sus localidades de origen continuaron su cursado sin necesidad de desplazarse físicamente hacia el campus:

Los profes preparan las clases por Meet y presentan los Powers o podés copiar, las suben después a las clases y vos podés mirarlas después y no afecta tu aprendizaje. Yo creo que nos ayuda muchísimo también porque uno por ahí va cansado a la universidad y se sienta y se duerme, no por lo que esté escuchando sino porque tuvo un día agitado y una noche mala y pierde esa posibilidad... esa clase no se recupera porque no se recupera más digamos, la perdés y si no la entendiste olvidate. Me parece que eso es lo bueno, podés volver sobre el material las veces que quieras (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En lo personal me estaba gustando porque no tenía que salir de mi casa, no tenía que alistarme, no tenía que ir a la facultad, sino que era todo más cercano y, las plataformas que usábamos, eran por Meet y por Discord en una materia, bueno más que nada en esas dos ¿no? por Meet y Discord, también algunos profesores subían el en vivo o las clases al aula virtual y ahí los revisaba otra vez... que las clases queden grabadas creo que fue un acierto, porque cuando quería o cuando no me acordaba de algo que había dicho el profe, podía digamos volver a verla y entonces es como que dentro de todo eso fue bueno, fue una ventaja (Jemima, 20 años, 2do año de Comunicación, UNJu).

Por otro lado lo bueno de estas clases y también es un cambio digamos de las clases así virtuales, es la posibilidad de ver varias veces un vídeo si uno tiene alguna duda o también si las clases son grabadas, como en el caso de Teorías, poder verlo en otro momento y no tener que estar conectado sincrónicamente en algún momento que quizás uno por algún motivo no puede. El otro detalle también en el caso de los que somos de alguna otra ciudad

como yo, que soy de Paraná, también nos evita tener que trasladarnos hasta allá (Francisco, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Volver sobre un video para repasar un concepto, mirarlo en el horario más acorde a su rutina, bajar un PowerPoint o un podcast y tenerlo siempre a disposición, prescindir del viaje a la universidad, con el inevitable gasto de tiempo y dinero, fueron ventajas propias de la educación a distancia, rápidamente asimiladas y capitalizadas. El campus o aula virtual se transformó en un espacio confiable y accesible, en el cual se podía encontrar fácilmente todo el material:

Los profes ponen los textos ahí y eso sí me parece que es lo para mi es mucho mejor que lo que es la presencialidad, el Unju Virtual porque los profes vos cuando iba a clases te dan los textos así nomás te lo dejaban en la fotocopidora y tenías que ir hacer fila hasta que lo saques, tenías que muchas veces buscar nosotros porque capaz que otros alumnos iban y por ahí mezclaban... en cambio en el aula virtual está todo ordenado, o sea unidad uno texto, unidad dos texto, unidad tres, es re fácil o sea vos querés leer agarrás... bueno en mi caso que ahora no tengo tinta pero cuando tengo imprimo veo y es mucho más fácil, mucho más organizado (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

También utilizo miUBP que es la plataforma de la Universidad, en dónde está el contenido y yo lo descargo y a partir de ahí hago mis tareas y organizo mi estudio (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

El campus virtual de la Universidad ahora se está explotando mucho más... Me comunico con los profes a través de ahí (Rocío, 20 años, 3er año de Comunicación, UBP).

### ***2.6.2. Un nuevo espacio de socialización: incorporando nuevas caras y voces***

El nuevo ecosistema educativo virtual, con sus espacios y herramientas de comunicación digitales, ha permitido sostener y

expandir la socialización, dando protagonismo a nuevas caras y voces. Entre ellas, las de personas en contextos de encierro:

Yo creo que la inclusión de personas privadas de su libertad a estos sistemas, y poder compartir espacios con compañeros, compañeras, con los mismos profesores, porque nosotros nunca conocimos al profesor, sólo cuando íbamos a rendir libre... de un montón de cosas que nos vamos enterando ahora con compañeros y compañeros que nos cuentan cómo eran las clases, el pasillo de la Universidad... todas estas cosas que hoy se ven en la virtualidad, que pasa por fuera de una clase, por los grupos de Whatsapp, trabajar en un documento, reunirse por Meet, y te hacen sentir bien en mi situación personal, me siento muy cómodo y me ayudan a crecer también. Uno actúa con personas que no estigmatizan, que nos tratan como una persona (Facundo, 27 años, 2do año de Comunicación, UNICEN).

El entorno digital, con sus múltiples puntos de entrada, de salida y de contacto, integra entonces a personas con distintas realidades. No sólo permite que administren sus tiempos y dispongan del material de estudio, sino que también fomenta su socialización e integración, convirtiendo el cursado en una experiencia más enriquecedora para gran parte de quienes lo vivieron.

### ***2.6.3. Una nueva relación entre docentes y estudiantes: ¿Chat sin fronteras o comunicación con límites?***

La asincronía se alineó con un fenómeno que surgió durante la pandemia: la conexión a toda hora y los límites cada vez más borrosos entre estar en línea y fuera de línea. Del mismo modo en que las pantallas se convirtieron en una presencia constante para informarse y para socializar, la experiencia de cursado abrió la puerta para el contacto ininterrumpido entre docentes y estudiantes. Plataformas de mensajería instantánea como WhatsApp y canales de chat más formales, integrados a las distintas aulas virtuales, canalizaron una comunicación permanente, 24/7 en algunos casos:

Es diferente con cada profesor. Con algunos tenemos grupos de WhatsApp, que es bastante efectivo porque mantenemos una comunicación constante y un poco menos formal. Tenés alguna pequeña duda o comentario y lo escribís enseguida... Nos mandamos notas sobre lo que hablamos en clases y la comunicación es fluida (Aiti, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

La posibilidad del contacto permanente entre docentes y estudiantes también constituyó una tensión, y algunos docentes prefirieron fijar límites más claros a la comunicación:

WhatsApp es como un poquito más ágil y sabes que te va a responder enseguida porque tiene el celular en la mano entonces por ahí es un poco más ameno, pero no tenemos ningún número de profesores. Uno de los chicos tenía y le mandó a la profesora y la profesora no le dio mucha atención, lo mandó a freír churros. Le dijo que no, que no se comunique por WhatsApp, entonces también fue tipo bueno cerrar esta ventana (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En algunas ocasiones, fueron las y los mismos estudiantes quienes necesitaron poner límites a este contacto 24/7:

Depende del gusto de cada profesor, que nos comunicamos por WhatsApp y la verdad por grupo decimos que no sé si está tan bueno porque por ahí los profes creen que el WhatsApp es para usarlo todo el día y nos mandan información a las 12 de la noche y sábados y domingos, que son nuestros días para descansar. Así que el WhatsApp no nos gusta tanto (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Esta tensión comenzó a resolverse a partir de consensuar canales de comunicación fluidos, pero que también pudieran respetar los tiempos y espacios de docentes y estudiantes. Es así que el mail y la mensajería de los sistemas de campus virtual terminaron por imponerse, con WhatsApp como un medio alternativo para resolver dudas urgentes y puntuales, en muchos casos.

El cuatrimestre pasado hubo un docente que se comunicó solo por mail y me pareció bárbaro. En italiano tuvimos WhatsApp con la profe y fue un descontrol, hay mucha gente que se lo toma en joda. En otra materia, en WhatsApp mandan el link para videollamada o avisan lo que tenemos que leer. O incluso anticipan lo que vamos a ver en la clase, como un punteo. Y después preguntan si alguien lo leyó. Es como más cercano (Guillermina, 21 años, 3er año. de Planificación, UNLP).

Me comunico a través del campus virtual de la Universidad. Sí tengo algunos celulares que nos salvan cuando nos pasan cosas extrañas, pero en general uso el campus y no tengo problemas con esas herramientas. Soy ansiosa. Pero he aprendido a esperar porque a mí me pasa lo mismo. Sé que mis alumnos me tienen que esperar porque yo tengo una vida también. Mando la pregunta y espero, en un rato contestarán. (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPAM).

WhatsApp está por si alguno tiene una duda solamente. Si tenés dudas podés hablarle por Zoom a los profesores o mandarles mails, no tienen problema. Algunos hasta te dan su número (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

Generalmente usamos más el mail, hay un ida y vuelta porque tenemos varios profesores por materia, entonces nos comunicamos por copia. Además mi universidad tiene la plataforma miUBP y algunos profesores se comunican por ahí, por la mensajería (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

(Me comunico) a través de mail. Solo con un profesor por WhatsApp (Santiago, 24 años, 4to año de Comunicación, USAL).

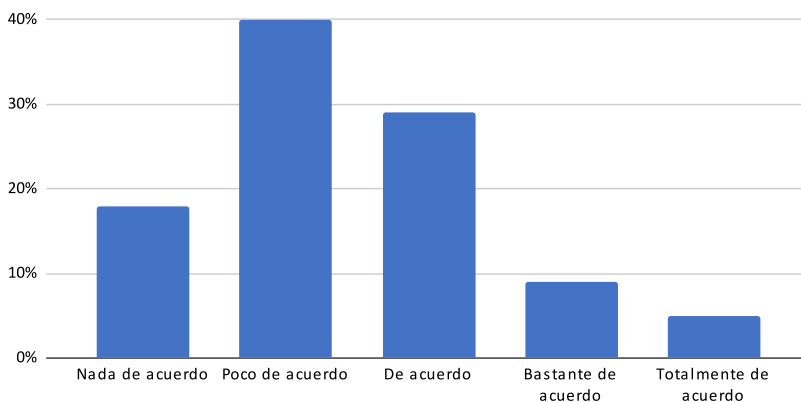
Todo por mail o por ahí algún comentario en el Classroom. Pero la verdad aprovecho bien las clases sincrónicas entonces son muy pocas las cosas que tengo que preguntar, o si es muy urgente, sí, mando un mail (Catalina, 20 años, 2do año de Periodismo, USAL).

Algunas cátedras se manejaron por el aula virtual, otras por correo y algunas por WhatsApp (Carla, 24 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

La comunicación entre docentes y estudiantes a partir de canales digitales continúa siendo una tensión en las respuestas a la afirmación “La comunicación con los profesores ha mejorado en la virtualidad” pues, un 58% de las y los estudiantes manifiestan grados variables de desacuerdo (el 18% está nada de acuerdo y un 40% está poco de acuerdo), mientras que el grado de aprobación es del 42% (29% de acuerdo, 9% bastante de acuerdo y 5% totalmente de acuerdo), como se observa en el gráfico 81.

**Gráfico 81**

La comunicación con los/as profesores/as ha mejorado en la virtualidad



La comunicación entre docentes y estudiantes estuvo entonces signada por una negociación permanente entre las necesidades, expectativas y posibilidades de ambos actores y, con el transcurrir de los meses, el ecosistema se fue afianzando y sus reglas se hicieron cada vez más claras. El entorno digital terminó actuando por extensión, ampliando e intensificando las posibilidades y herramientas de comunicación, y recuperando instancias de contacto que parecían haberse diluido a comienzos de la pandemia.

### 3. Un final abierto e híbrido

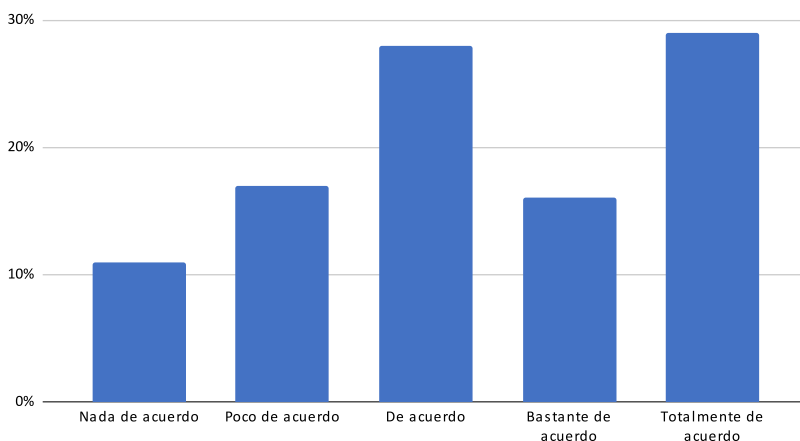
Las plataformas digitales llegaron para quedarse y la pandemia aceleró un proceso evolutivo que venía lentamente transformando el ecosistema educativo. El paisaje no es uniforme y las especies vivirán aún fases superpuestas, y hasta resistencias al nuevo ambiente. Resultará interesante realizar un seguimiento atento, pendiente de qué ocurre con aquellas prácticas transformadas durante 2020 y 2021.

Las y los jóvenes han realizado sus movimientos adaptativos con agilidad. “Word ya fue” y “Drive a morir” son expresiones que sintetizan bien estas evoluciones. Sus docentes están a un clic. Los tiempos son flexibles y el estudio se amolda a demanda. El conocimiento se construye colectivamente. Será importante observar en qué medida los y las docentes han incorporado con igual rapidez nuevos hábitos, o, por el contrario, resisten la pérdida y añoran viejos espacios y rutinas.

La población encuestada revela una fuerte adaptación a un ecosistema educativo que suma el cursado online a la experiencia presencial, con un 73% a favor del cursado híbrido (29% totalmente de acuerdo; 16% bastante de acuerdo y 28% de acuerdo); frente a un 28% que está en desacuerdo (17% poco de acuerdo y 11% nada de acuerdo). Es decir, es mínima la intención de abandonar la virtualidad, como muestra el gráfico 82:

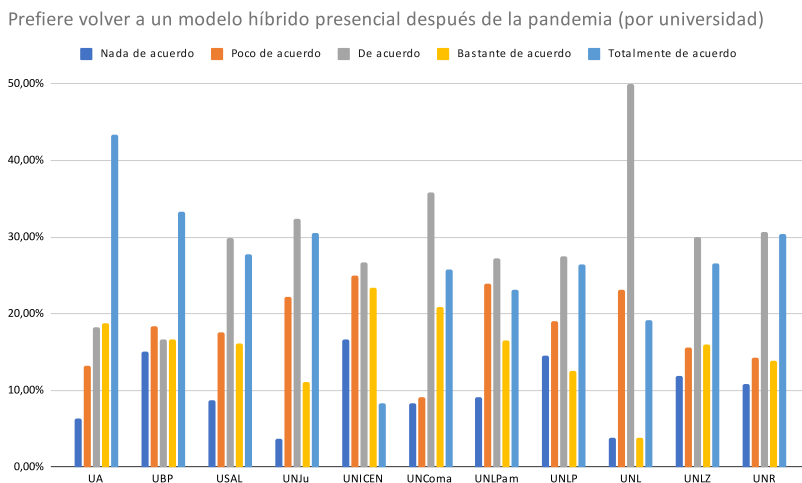
**Gráfico 82**

Prefiere volver a un modelo híbrido presencial después de la pandemia



Esta tendencia se replica al momento de considerar cada universidad, tal como se puede observar en el gráfico 83:

**Gráfico 83**



De acuerdo con este gráfico, los valores para “Nada de acuerdo” o “Poco de acuerdo” van desde el 3,85% hasta el 25%, mientras que los valores para “De acuerdo”, con sus tres matices, comienzan en 16,67% y llegan hasta 43,38%. Cabe destacar que los valores más altos se dan entre quienes manifiestan estar “Totalmente de acuerdo” con el modelo híbrido presencial.

La tensión, sin embargo, aún existe, porque la virtualidad y la presencialidad física no estimulan el aprendizaje de la misma manera. En la cursada online falta la marca temporal que da el espacio físico, con los traslados, los cambios de aula, las rutinas compartidas en lugares comunes, etc. Esta falta de referencias no colabora con la organización del tiempo y el estudio, como se advierte en la encuesta, donde se reparten de manera casi equivalente quienes consideran que la virtualidad ayudó (51%) o no ayudó (49%) a organizar el tiempo de estudio. Nada de acuerdo está el 20% y poco de acuerdo el 29%. En el otro extremo, el 12% está totalmente de acuerdo, el 14% bastante de acuerdo y un 25%

está de acuerdo con que la virtualidad lo/la ayudó a organizar el tiempo de estudio (ver Gráfico 78).

Lo que está en juego son las posibilidades que se multiplican en un entorno de aprendizaje transmedia. Por eso, la vuelta a la educación presencial puede enfatizar aquello que la copresencia física fortalece, pero no puede olvidar las buenas prácticas generadas a partir del uso de plataformas y tecnologías digitales.

En línea con lo que afirma Mariana Maggio en su reciente publicación, “Híbrida: la enseñanza en la universidad que no vimos venir” (2022), nuestra investigación muestra que la convivencia de las especies presenciales y virtuales puede potenciar la educación, un equilibrio entre sincronía y asincronía que no puede ser definido de manera uniforme. Si se pone en el centro a los y las protagonistas de la relación educativa, y se presta atención a su experiencia, se logrará encontrar el mejor formato para un cursado que logre los objetivos planteados.

## **Conclusiones**

La pandemia fue un escenario privilegiado en el que se desplegó una verdadera evolución sobre los modos de relacionarse y de estudiar que adoptaron las y los estudiantes, y esta transformación cultural dio lugar a un nuevo ecosistema educativo que ya forma parte del ambiente natural en el que se mueven las y los jóvenes.

A continuación, presentaremos a modo de síntesis los principales hallazgos de este capítulo:

- El 97% de las y los estudiantes afirma que la pandemia cambió su forma de estudiar y, definitivamente, el ambiente fue la pantalla.

- El 56% del estudiantado reveló que la cursada virtual le resultó adecuada para aprender (si sumamos quienes manifestaron estar de acuerdo, bastante y totalmente de acuerdo); mientras, el 44% sintió esta experiencia como inadecuada para aprender (poco y nada de acuerdo con ella).

- Al inicio de la pandemia se observó en la cursada online un predominio de la ley de “extensión”, ya que el “nuevo medio” (la interfaz digital de estudio) tendió a replicar un hábito anterior, amplificándolo: subrayar textos (ahora, digitales); mantener reuniones grupales (ahora llamadas “sincrónicas”, por plataforma); o incluso sostener la escritura de apuntes (en Word), entre otras.

- Durante la pandemia se produjeron varias evoluciones, las cuales atravesaron distintas fases: el paso del papel a la pantalla, de las reuniones en los hogares a las reuniones en las plataformas, de las reuniones en grupos a los trabajos colaborativos, de la memoria a la comprensión y reflexión, del parcial al proceso integral de evaluación y del aula física al aula virtual. Sin embargo, estas evoluciones presentaron sus tensiones y contrastes.

- La cursada online ha vuelto obsoletos el uso de Microsoft Word al ser reemplazado por Google Drive, la preponderancia de aprendizaje memorístico, y el dictado de “clases virtuales” meramente expositivas.

- El 68% de las y los estudiantes reconoce que el aislamiento social afectó su experiencia de aprendizaje, si tomamos en cuenta la suma de quienes afirman estar de acuerdo, sea bastante o totalmente.

- El 49% del estudiantado se mostró disconforme con la manera de organizar sus tiempos durante la virtualidad, mientras que un 51% manifestó estar de acuerdo, bastante de acuerdo y muy de acuerdo.

- El 68% de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con que los profesores se adaptaron correctamente a la virtualidad, aunque con distintos grados de aprobación que van desde “De acuerdo” (38%), “Bastante de acuerdo” (21%) hasta “Muy de acuerdo” (9%).

- El 73% del estudiantado se manifestó a favor del cursado híbrido (29% totalmente de acuerdo; 16% bastante de acuerdo y 28% de acuerdo); frente a un 28% que está en desacuerdo (17% poco de acuerdo y 11% nada de acuerdo). Es decir, es mínima la intención de abandonar la virtualidad.



# Capítulo 11

## ENTRE LA PC Y EL SMARTPHONE: PLATAFORMAS Y DISPOSITIVOS PARA ESTUDIAR

**Julián López Perdíz**  
**Teresa Tsuji**

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

### Introducción

Si bien el acceso a Internet y el avance de los dispositivos electrónicos revolucionan desde hace años a la comunidad científica y a nuestra cotidianidad en la forma de relacionarnos y pensarnos, el contexto instaurado por la pandemia obligó a repensar la relación docentes-dispositivos-estudiantes. En un campo en el que los dispositivos móviles –pese a su gran avance– seguían siendo satélites de una presencialidad que se mostraba casi irremplazable, fueron las y los docentes quienes, en una primera instancia, eligieron los canales de comunicación y las formas de evaluación y corrección. Transcurrida esta primera experiencia y a través del diálogo con las y los estudiantes, en muchos casos fueron regulando, agregando o adaptando determinadas plataformas. Ante estos cambios, el estudiantado debió tomar una serie de decisiones para establecer qué dispositivo debía utilizar para cada parte del proceso de aprendizaje. Debió repensar, en suma, su vínculo con los aparatos electrónicos, evaluar los pros y contras de cada uno y –en algunos casos– llegar a acuerdos con docentes y sus pares.

En este capítulo indagaremos, en primer lugar, sobre las plataformas utilizadas por las y los estudiantes de comunicación para continuar con sus clases, principalmente a través de la PC o computadora de escritorio y, en segundo lugar, nos detendremos en el uso del smartphone, hegemonizado por WhatsApp como aplicación de apoyo al estudio.

## 1. La PC, más que el smartphone

La primera elección que las y los estudiantes debieron enfrentar en este contexto tan particular de virtualización forzada de la experiencia de aprendizaje, tiene que ver con la dicotomía smartphone o computadora. Al revés de lo que sucedía con el dispositivo preferido para informarse (ver capítulo 4), las y los estudiantes eligieron principalmente la computadora como alternativa principal para estudiar:

El celular queda más relegado al uso personal de entretenimiento y la compu es más para el estudio, porque como estoy todo el tiempo en casa, la uso más para el estudio, para informarme, para Youtube. Uso la compu mucho más que antes. A veces no la usaba porque estaba en la calle. Me era más cómodo buscar la información así (Nahiara, 24, 2do año de Comunicación, UNComa).

Si es algo para consumo personal uso mucho más el teléfono que la computadora, si es para consumo, bueno, no sé, tenemos que leer esto en equipo para hacer el trabajo práctico, uso la compu más que el celular porque siento que el celular, quizás, te distrae más o como que es muy chiquitito y lo lees más rápido así y no te das cuenta de las cosas, entonces para eso uso la computadora (Valentina, 21, 3er año de Comunicación, UA).

El uso de la computadora implica sentarse en un lugar designado específicamente para el estudio. Este acto de ubicarse en determinado espacio, y frente a la PC, emula la experiencia áulica y evita la distracción del uso del celular.

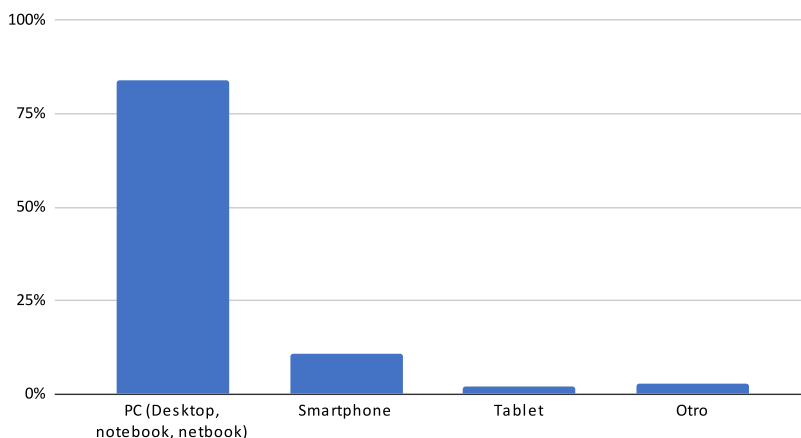
Si nos da el recreo el profesor bueno agarro y veo ahora ya basta de computadora me paro ahí agarro teléfono, entonces es como si estoy sentada enfrente a la computadora es estudio (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

En consonancia con esto, se expone en los testimonios recogidos en las encuestas que la PC de escritorio o notebook fue la

más elegida para “entrar al aula”, pues, el 84% la mencionó como vía principal para acceder al contenido académico de manera virtual, según puede verse en el siguiente gráfico:

**Gráfico 84**

Dispositivo digital que más utilizan para estudiar

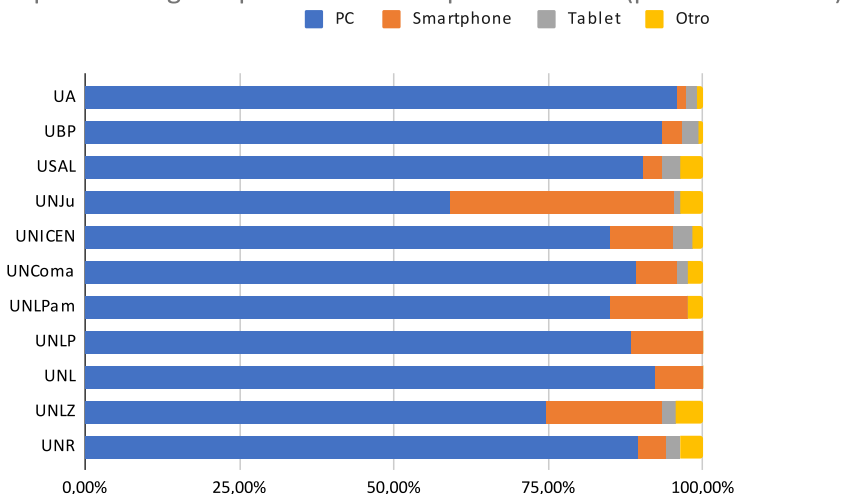


Estos resultados no presentaron diferencias significativas teniendo en cuenta variables tales como la edad, el género autopercebido y el año de cursada de las y los encuestados, pero sí entre estudiantes de las distintas universidades. Es así como, por ejemplo, en las universidades de gestión privada se registró el menor porcentaje del uso del smartphone (1,37% en Universidad Austral, 2,92% Universidad del Salvador y 3,33% Universidad Blas Pascal) y el mayor de la computadora (95,89% Universidad Austral, 93,33% Universidad Blas Pascal y 90,51% Universidad del Salvador). Este dato se complementa con que es en esas universidades donde las y los estudiantes cuentan en mayor medida con dispositivos de uso personal (ver capítulo 2). En tanto, en la Universidad Nacional de Jujuy, el uso del smartphone representa el porcentaje más alto respecto de las otras casas de estudio (36,11%) y es donde, coincidentemente, se registra el menor porcentaje de estudiantes que cuentan con dispositivo propio para conectarse a

Internet. En otras palabras, cuanto más tienen que compartir su dispositivo para conectarse, las y los estudiantes más utilizan el smartphone para acceder a tareas vinculadas con la universidad.

**Gráfico 85**

Dispositivo digital que más utilizan para estudiar (por universidad)



De acuerdo con los resultados de las entrevistas, en algunos casos el smartphone estaba relacionado más con lo personal, con el entretenimiento, con estar “fuera del aula”. Pero también, en otros casos, servía como apéndice, como artefacto de consulta rápida para búsquedas de mensajes y notificaciones, tanto de docentes como de compañeros de estudio.

Lo que me pasa con el celular es que por ahí busco hacerlo rápido por la aplicación, mirar el titular en grande ya está. Después si voy a la computadora lo que busco es leer en profundidad, que es lo que ofrece tener una pantalla más grande con la notebook y después ya si escucho podcast por Spotify o la televisión lo que busco es la parte oral y de imagen. Y en YouTube me pasa que aprendo mucho con la imagen, con lo que me muestran porque cuando te explican te van mostrando un dibujito o lo hacen más

gráfico y eso me queda mucho más que, que lo expliquen así oralmente o con un texto (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

Entre WhatsApp y Gmail. Al mediodía me pongo con la computadora y hago algunos trabajos. Si no también tengo las notificaciones en el celu, abro las noticias que me aparecen (Paloma, 20, 2do año de Comunicación, UNR).

Cuando tengo que estudiar, el celular lo evito, porque es un distractor. Cuando es una clase sí lo tengo cerca, por si tengo que buscar algo (Lara, 18, 1er año de Comunicación, UNR).

Este último testimonio refuerza un dato que fue emergiendo a lo largo de otros testimonios y es la distracción que producían aquellas aplicaciones que se utilizaban para consumir contenido (Spotify, Youtube, etc.) pues, si por un lado funcionaban como una herramienta para el estudio, por otro, eran también una ruta de escape distractora.

## **2. Plataformas de videollamadas: Meet, Zoom y WhatsApp a la cabeza**

Debido al contexto, el encuentro presencial no fue una opción a la hora de programar y estructurar los encuentros áulicos. Las y los docentes debieron buscar otras alternativas, evaluar plataformas, escoger los canales de comunicación, las vías para compartir los recursos bibliográficos, los espacios de consulta, etc. A partir de estas decisiones, el alumnado se halló con plataformas nuevas o poco exploradas en las cuales tuvo que incursionar y, nuevamente, resolver cuestiones prácticas. Al ser consultados –salvo en el caso de la Universidad Blas Pascal que optó por la plataforma integral Teams de Microsoft– Zoom y Meet fueron las plataformas virtuales más elegidas por las universidades para sostener los encuentros. Por otra parte y, respecto de los dispositivos a través de los cuales se conectaron, nuevamente la mayoría eligió la computadora.

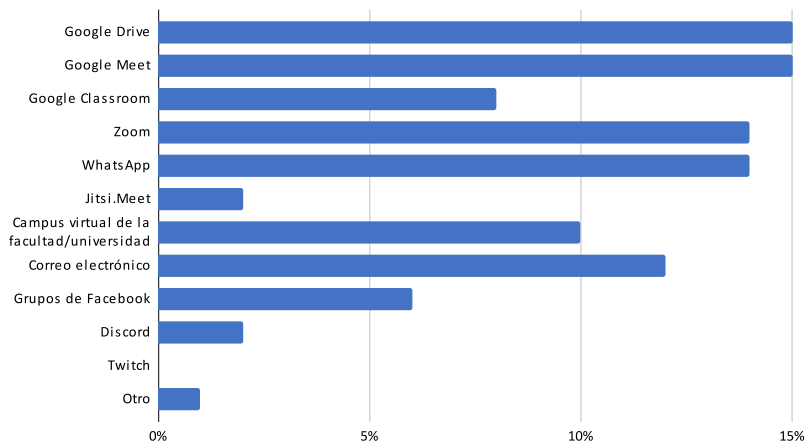
Sí la computadora justamente para entrar a los textos y acceder a las aulas virtuales, y con el celular para coordinar si tenemos Trabajos Prácticos para hacer en grupo o coordinar otra cosa lo hacemos por Zoom o Meet (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Principalmente lo que más uso es Word y Meet y Zoom para estudiar en conjunto o hacer repasos grupales antes de un examen (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Como se observa en los testimonios de Josefina y Manuela, además de seleccionar el dispositivo se eligieron las plataformas de preferencia para las reuniones virtuales entre pares. En estos casos, se observó la utilización de diversas herramientas de videollamadas y su respectiva combinación con otras plataformas. Sin embargo, se mantuvieron preponderantes Zoom y Meet, tal como se desprende de los resultados de la fase cuantitativa de la investigación:

**Gráfico 86**

Plataformas que usan para estudiar o para las clases



Si bien en el gráfico aparecen diversas plataformas y aplicaciones tanto sincrónicas como asincrónicas, podemos ver que Meet, Zoom y WhatsApp fueron las más elegidas (15%, 14% y

14%, respectivamente), dejando lejos a Jitsi.Meet (2%). Luego, dentro de las opciones asincrónicas, el correo electrónico siguió teniendo relevancia (12%) y, en cuanto a las plataformas de aulas virtuales, el campus de cada universidad se lleva el 10% de preferencia, a la que le siguen Google Classroom (8%) y los grupos de Facebook (6%). Párrafo aparte merece el caso de Google Drive (15%), que no solo funcionó como plataforma asincrónica sino en tándem como Google Meet, y que analizaremos más adelante. Finalmente, vemos que tímidamente aparece Discord como plataforma sincrónica para el estudio (2%) y Twitch directamente no es considerado por las y los estudiantes como una aplicación para uso académico. Es de destacar que estas preferencias se mantienen sin diferencias significativas entre estudiantes de distintas universidades, edades y años de cursada.

Tal como se desprende de las entrevistas, en algunos casos, al tener que utilizar aplicaciones como Meet o Zoom, las y los estudiantes se encontraron con el problema de que su computadora no tenía disponible micrófono o cámara, lo que llevó a que utilizaran el smartphone como un periférico. De este modo, veían la clase en la pantalla de su PC, pero utilizaban el smartphone como micrófono y/o cámara web, para poder participar de las clases virtuales:

A través de la PC y a través del celular principalmente porque en la PC no tengo cámara, entonces a través de la PC puedo presenciar las clases o las reuniones, pero no puedo participar. Así que el celular es el periférico, digamos, que uso más porque me permite tener voz e imagen (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Asimismo, en otros casos las deficiencias de sus computadoras hicieron que se conectaran a las clases exclusivamente con el smartphone:

Esa es mi vía principal de conexión, casi no uso la computadora porque bueno las computadoras son más lentas, tardan un poco más en prenderse y apagarse. Para el uso para la conexión en clase, mayormente uso el celular, y generalmente lo hago por ahí (Carolina, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Zoom y el Meet lo intento hacer casi siempre desde el celular, tengo un netbook que me anda lento con esos programas así que prefiero conectarme con el celular (David, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Como podemos ver, si bien la PC es el dispositivo más elegido para las actividades académicas, en caso de que esta no funcione, la opción es el smartphone, y eso se hace más claro cuando se trata de WhastApp, cuestión que abordaremos más adelante.

### **3. La supremacía de las aplicaciones de Google**

Las herramientas del ecosistema Google fueron preponderantes en la virtualización de la enseñanza durante la pandemia. Drive, Meet o Classroom fueron de las más utilizadas para sostener las clases dentro de los entornos virtuales, en demérito de aplicaciones tales como Jitsi.Meet. Los resultados arrojados por las entrevistas revelaron el incremento en el uso de Drive (como almacenamiento) y Docs (utilizado para la redacción de resúmenes y trabajos prácticos grupales) durante la pandemia.

El Drive lo uso bastante, sobre todo igual cuando tenemos trabajo en grupo porque nos compartimos el trabajo y nos conectamos y al mismo tiempo ahí vamos trabajando. Pero si no si yo trabajo sola claro generalmente lo suben al campus virtual y ahí bueno lo descargas y lo vas realizando (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UNLPAM).

Ahí es donde me aparece toda la bibliografía y los PDF así que de ahí los descargo y, generalmente, lo que hago es dividir la pantalla en dos y por un lado tengo el documento de Drive, donde tengo una carpeta específica para esa materia y por ahí justo solo los textos o de bibliografía, y en la otra mitad de la pantalla ahí ya pongo el texto y o lo voy resaltando con la computadora o directamente voy copiando lo que me parece importante, lo voy reestructurando (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

Drive ofrece de forma gratuita un espacio de almacenamiento en Internet, con un espacio de 15 GB por cada cuenta. Esto facilita la subida y modificación de archivos para poder visualizarlos en cualquier otro dispositivo en tiempo real y sin el riesgo de perder la información:

Gracias a la pandemia tuve un descubrimiento enorme de no usar Word solo porque ante cualquier corte de luz pierdo todo. Entonces para estudiar o hacer resúmenes uso mucho Google Drive, que se va guardando solo dentro de la nube. (Joel, 21 años, 2do año de Comunicación, UNR).

Sí, [uso Drive] cuando quiero que se me guarde, si es algo muy importante como un trabajo práctico o algo así, cosa de sí, bueno se me reinició la compu, lo agarro desde el celu y lo comparto, se lo comparto al profesor o lo que sea (Valentina, 21, 3er año de Comunicación, UA).

Como espacio de almacenamiento, Google Drive demostró ser el más elegido entre las y los estudiantes entrevistados; mucho más que OneDrive (de Microsoft), Aulas Web y WeTransfer, plataforma que permite compartir archivos pesados que se borran luego de dos semanas de enviados. Pero la importancia de los documentos compartidos de Drive (antes llamados “docs”) reside no sólo en el autoguardado en la nube con acceso desde cualquier dispositivo, sino en la posibilidad de realizar una redacción colaborativa, que se combinaba con las plataformas de videollamada. Sobre ese aspecto profundizaremos en el capítulo 13.

Por otra parte, la aplicación Google Classroom fue utilizada por el 8% de las y los estudiantes encuestados, muy cerca del 10% que usa el campus virtual propio de la universidad a la que pertenecen. Esta herramienta desarrollada por Google facilita el intercambio de bibliografía, las consultas, y los archivos en formato video o PDF; permite compartir enlaces y sirve también como cartelera para publicaciones tanto de las y los docentes (administradores) como de las y los estudiantes (usuarios) y suele ser combinado con plataformas de videollamada, principalmente Go-

ogle Meet. El uso de Classroom fue generalizado, especialmente entre las universidades que no contaban con su propio campus virtual. Al igual que las plataformas de videollamadas, fue introducido en el proceso de aprendizaje de las y los estudiantes, por decisión unilateral de cada cátedra:

Con el profesor de Planificación fue todo por Meet y Classroom, el profe mandaba ahí todos los trabajos e incluso las notas (Estefanía, 25 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

[Uso] Classroom, Aulas Web, Drive, los que utilice cada profe (Brisa, 20 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

Los profesores nos pidieron que usáramos Classroom, grupos de Facebook, más que nada (Rebeca, 28 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

Utilizo WhatsApp para ver info de las cursadas y ver si me falta algún material. Uso las que definen las cátedras, Classroom, Aulas Web, etc. (Lucas, 19 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

En el caso de las universidades que contaban con su propio campus virtual, las y los estudiantes combinaron su uso con otras aplicaciones de videollamadas como Zoom, Meet y Skype, y otras aplicaciones colaborativas como Google Drive y procesadores de textos como Microsoft Word:

Hago un resumen de los textos que están en el campus y lo meto en un Word que después imprimo y lo voy marcando ahí con lápiz. Después uso Skype para estudiar con mis compañeros, que es más que nada un repaso (Agustina, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

El Campus virtual, Internet por si tengo que buscar una duda, hablo con mis compañeros o hago consultas con los profesores por Zoom, lo aprovecho al máximo (Magalí, 20 años, 3er año de Comunicación, UA)

Finalmente, una mención aparte merecen el buscador de Google y la plataforma de videos Youtube, que tal como se desprende de las entrevistas realizadas, se reafirmó como una de las plataformas de consulta extra académica en época de virtualidad:

También me ha servido mucho en cuanto a lo educacional cuando hay temas que no entiendo de la facultad, generalmente, busco a ver si alguien lo explicó en YouTube (...) Y en YouTube me pasa que aprendo mucho con la imagen, con lo que me muestran porque cuando te explican te van mostrando un dibujito o lo hacen más gráfico y eso me queda mucho más que, que lo expliquen así oralmente o con un texto (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

Para algunas materias en específico, por ejemplo Filosofía, que había muchas cosas que me costaba entenderlas, lo que hacía era buscar videos en YouTube, que hay un montón. Entonces complementaba con lo que ya tenía para poder entenderlo. Es más fácil ver un video que alguien te lo está aplicando (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Hay veces que busco videos en YouTube sobre la información que estoy leyendo (Ailén, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

De estos testimonios se destaca que la mayoría de las consultas por Youtube se realizaron en el marco de la lectura de la bibliografía. En el caso de las búsquedas de información en Google, se presentó el mismo procedimiento:

Suelo estudiar junto con Internet porque me ayuda bastante en esto de que, si no entiendo algo o si quiero profundizar en algún tema y no encuentro un paper, bueno lo busco en Internet (Ailén, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

[Uso] el campus virtual, Internet por si tengo que buscar una duda (Magalí, 20 años, 3er año de Comunicación, UA).

El método de estudio que utilizo es: leer todos los textos, resumirlos y leer eso hasta que me queden los conceptos en la mente, si no entiendo algo lo busco; para esto utilizo mucho la PC (Camila, 19 años, 2do año de Comunicación, UA).

lo que es el Google Académico tuve que buscar más que nada para lo que era el marco teórico (Facundo, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Como se expuso anteriormente, estas prácticas ya se utilizaban en la presencialidad y formaban parte del estudio fuera del aula. Sin embargo, las clases a través de las computadoras dieron una libertad extra al alumnado para hacer consultas en simultáneo, tanto a través del celular como creando nuevas pestañas en el navegador, tal como se plantea en las siguientes respuestas:

Cuando tengo que estudiar, el celular lo evito, porque es un distractor. Cuando es una clase si lo tengo cerca, por si tengo que buscar algo (Lara, 18 años, 1er año de Comunicación, UNR).

También en las clases cuando un profe hace una pregunta uno puede buscarlo en la computadora al momento (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

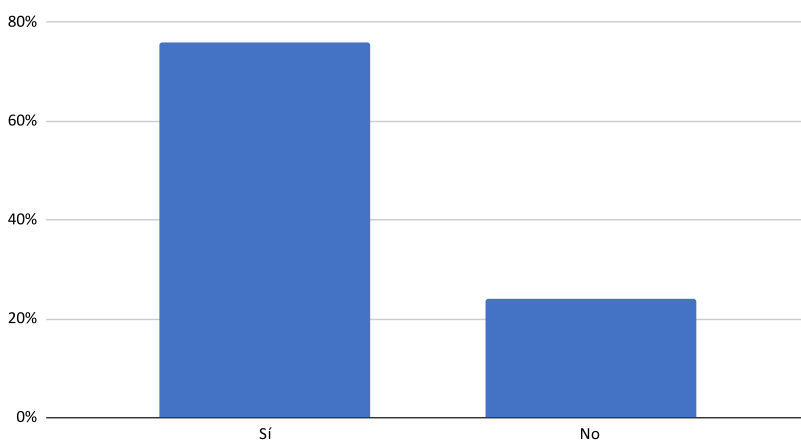
Hay que destacar en primer lugar que en el discurso de las y los estudiantes la hegemonía de Google como buscador está tan internalizada que cuando dicen “buscar en Internet” se refieren, sin nombrarlo, a Google, lo que da cuenta de cuánto se ha invisibilizado la búsqueda de información a través de ese único motor. En segundo lugar, la búsqueda rápida de información y de manera simultánea tiene lugar preponderantemente a través del smartphone, que puede operar como distractor o como complemento de las clases para buscar información, aportando soluciones instantáneas durante los momentos de cursada virtual.

#### 4. Entre la distracción y la concentración: uso de WhatsApp para estudiar

Si la PC de escritorio o Notebook fue la más elegida para la lectura del material bibliográfico y la escritura de trabajos prácticos o resúmenes, WhatsApp fue utilizado principalmente, a través del smartphone, como complemento de la clase, la reunión virtual con pares, o para realizar consultas rápidas. Como queda comprobado en el siguiente gráfico, el 84% de las y los estudiantes entrevistados utilizaron en algún momento la aplicación de WhatsApp, no solamente con fines de entretenimiento, sino para dinamizar sus tareas académicas.

**Gráfico 87**

Usan Whatsapp para estudiar con sus compañeros



WhatsApp se caracteriza por ser de los sistemas más populares por su instantaneidad y por la facilidad para enviar audios, fotos y documentos. Por estas razones, se destacó como una plataforma de contacto entre compañeros, y –en menor medida– con las y los docentes. Según las respuestas obtenidas en las entrevistas, se utilizó principalmente con dos objetivos específicos: resolver dudas y organizar el trabajo grupal.

Estudiamos solos pero con el celular al lado, sabiendo que Camila está estudiando lo mismo que estoy estudiando yo; y si tengo una duda le mando un audio y ella me contesta con un audio. Y así. (...) O si me pregunta algo y yo justo lo tengo en el resumen, le saco una foto y se lo mando, o le digo para que te mando el mail con el resumen este si es que no lo tenés (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Hicimos todo por WhatsApp. Si había que tener una comunicación fluida metemos llamada o mediante audios, pero por suerte no padecí el tema de las reuniones grupales (Juan, 26 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

WhatsApp lo tenemos para avisarnos qué estamos redactando. (Alejandro, 31 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Uso WhatsApp grupos y videollamada, más que nada para organizar los trabajos. También utilizó documentos en Drive (Brisa, 20 años, 3er año de Comunicación, UNLP).

Si tenemos en cuenta, como hemos destacado antes, que los grupos de Facebook fueron elegidos solo por un 6% de las y los encuestados para organizar sus reuniones de estudio, queda claro que el conglomerado Facebook –ahora denominado Meta– está perdiendo la batalla con Google por la hegemonía de las actividades académicas de sus usuarios, salvo por el caso de WhatsApp, que es utilizada como complemento esencial para estudiar con otros.

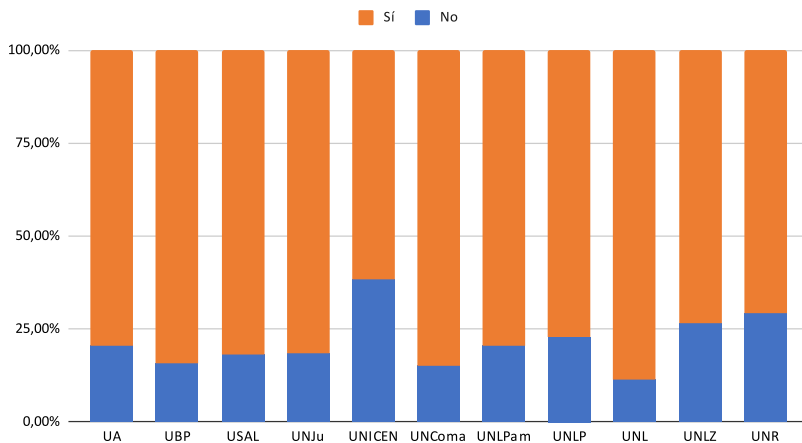
Desagregados por universidad, podemos ver que el uso de WhatsApp es parejo en todas las casas de estudio, salvo en el caso de la Universidad Nacional del Centro, donde se registra el porcentaje más alto de quienes no usan la aplicación para estudiar (38%) (Gráfico 88).

Un dato interesante para destacar es que el uso de WhatsApp no es uniforme: decrece conforme las y los estudiantes avanzan en la carrera. Es así que mientras el 84,54% de las y los

estudiantes de primer año lo utilizan para sus actividades académicas, esto sucede con el 60,22% de quienes se encuentran en su fase de tesis o trabajo final de grado.

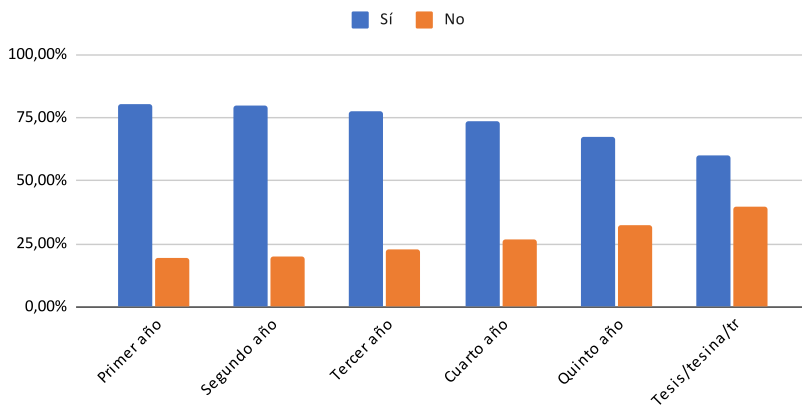
**Gráfico 88**

Usan Whatsapp para estudiar con sus compañeros (por universidad)



**Gráfico 89**

¿Usás WhatsApp para estudiar con tus compañeros/as? (por año de la carrera)



En los siguientes extractos de las entrevistas podemos ver cómo WhatsApp fue utilizado no solamente para estudiar, sino también para organizar diversas cuestiones operativas:

Creo que WhatsApp es clave; una vez usé otra aplicación que se llama Discord, que sirvió, esta buena, pero no tanto como el Whats, que me parece una gran herramienta que cuando la empezamos a descubrir más, la vamos a estar usando para muchas cosas, en trabajos colaborativos, no solamente en la universidad, sino también en los trabajos o empresas (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

Estamos usando mucho WhatsApp, estamos en permanente contacto por ahí. Yo ahora estoy como productor por ejemplo en el final de una materia, así que estoy todo el día hablando por ahí, por supuesto todo lo que es material de estudio, también lo pasamos por ahí (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Yo creo que sirve un montón [el WhatsApp] para tener una comunicación en el momento, en el acto. Por ejemplo, ahora cuando tenemos que hacer una lluvia de ideas. Ahora con mis compañeros hicimos una lluvia en un grupo para el tema de medio digital de la sección y después, yo creo que la mejor forma es eso, pasar todo lo que se habló por los grupos o también la división de tareas que se pueden generar tomando en cuenta otras plataformas como Drive, donde podemos ver lo que se fue escribiendo, o una video-llamada a la hora de hacer una entrevista (Guadalupe, 21 años, Comunicación Social, UNComa).

Nosotras usamos los grupos de WhatsApp para enviar información, por ejemplo, decimos: “Chicas ahí subí el proyecto, les comparto esta referencia o resumen”, así que más para ponernos de acuerdo, así nos avisamos (Guillermina, 21 años, 3er año de Comunicación Audiovisual, UBP).

Uso bastante el WhatsApp para hacer consultas con mis compañeros. Si tengo que pedir algo porque estoy tomando mis apuntes

complementados con la teoría y me falta algún tema lo pido por ahí. Es más, para el paso previo de ponerse a estudiar, es ideal para preparar todo (Joaquín, 22, Relaciones Públicas, USAL).

Nosotros nos escribimos por WhatsApp, actualizándonos constantemente. Ahora que estamos por presentar un proyecto al Polo Audiovisual, yo estoy como productora concursante, así que diariamente es como recordar todo lo que hay que hacer por WhatsApp. En uno o dos casos los profesores nos han dado su WhatsApp, por una cuestión de emergencia y con el profe de animación tenemos un grupo de WhatsApp (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

Estos ejemplos dan cuenta de por qué WhatsApp es una de las aplicaciones favoritas para comunicarse eficientemente y complementarse con otras plataformas, para realizar videoconferencias o incluso subir archivos. Es decir que el WhatsApp juega un papel central a la hora de organizar trabajos, en particular cuando el factor tiempo juega un papel importante. Es posible inferir que este servicio de mensajería corre con la ventaja de la habitualidad, haciendo menos traumática la transición entre la normalidad y la pandemia. Este fenómeno también se extendió a la interacción entre las cátedras y las y los estudiantes, ya que, al dar el número de teléfono, los profesores pudieron evacuar dudas de manera expeditiva.

Sin embargo, en nuestra investigación hubo también muchos casos en los que las y los estudiantes rechazaron el uso de WhatsApp como apoyo a la actividad académica, básicamente, debido a la distracción y al exceso de información al que da lugar:

Nos podemos llamar, o quizás mandarnos algunos archivos por WhatsApp web, pero no mucho porque me distrae tenerlo abierto (Belén, 18 años, 1er año de Audiovisual, UBP).

WhatsApp está por si alguno tiene una duda solamente. Si tenés dudas podés hablar por Zoom directamente a los profesores o le mandas mails, no tienen problema. Algunos hasta te

dan su número (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

No me gusta. Solamente eso, tengo mi grupo de amigos y en él participo, pero después así, lo que son los grupos de cátedras o hay grupos generales de comunicación, solo hablo si alguien pregunta y veo que nadie responde. Llegué incluso a silenciar esos grupos porque vi que hablaban de todo menos lo que pasaba en la cátedra, y te termina llenando el Whats de cosas que no necesitas y cuando buscaba algo necesario como los temas de trabajos prácticos no lo encontraba, creo que lo mejor del WhatsApp es que sea solo para informar (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación Social, UNJu).

Estos casos pueden servir para entender la otra cara de la misma moneda: el WhatsApp distrae a la hora de sentarse a repasar o estudiar, y esto se puede deber, entre otras razones, a que el servicio de mensajería tiene como objetivo principal comunicar y entretener. Las y los estudiantes indicaron que eligen dejar de lado los beneficios que la instantaneidad de este servicio acarrea porque, si conviven con él, es más probable que se distraigan.

Otra de las razones por la cual una parte de las y los estudiantes optó por otras aplicaciones para comunicarse, es que WhatsApp se trata de un servicio útil para generar conversaciones, fundamentalmente, en base a texto y audios. La opción de videollamadas, en cambio, es poco innovadora, si la comparamos con plataformas como Zoom o Meet, que son mejores para realizar videollamadas con múltiples participantes. Por último, otro de los motivos expuestos apunta al fenómeno del spam, donde el WhatsApp bombardea constantemente al estudiante con mensajes e información que no necesita. La superposición de grupos sociales, la circulación de información importante junto mensajes familiares y contenido académico, queda todo mezclado dentro de una vorágine incesante de mensajes. Esto provoca en el estudiante el riesgo de perder lo académicamente relevante, demora su tiempo de estudio y lo desvía del rápido acceso a la información.

## Conclusiones

A partir de la situación especial generada por la pandemia, las universidades debieron tomar una serie de medidas para que el ciclo lectivo continúe, aunque no tal como estaba previsto.

Presentamos a continuación de manera sintética los principales aportes de este capítulo:

- Algunas universidades optaron por contratar Google Suite para contar con las opciones más completas que ofrece esta plataforma (Meet, Drive, Classroom, etc.), otras eligieron la plataforma de videoconferencia Zoom para las clases sincrónicas a la vez que potenciaron su campus virtual propio; y otras, dejaron la decisión final al criterio de cada cátedra.

- Ante este panorama, las y los estudiantes tuvieron que decidir qué dispositivo utilizarían para entrar al nuevo espacio áulico. La mayoría optó por la computadora, relegando el smartphone a consultas rápidas, de uso periférico o apenas como un dispositivo para revisar las notificaciones.

- Durante la cursada aparecieron interrogantes como ¿qué dispositivo aporta lo que necesito para cada plataforma?, ¿cómo se pueden complementar para tener una experiencia más inmersiva? En estos casos, los smartphones fueron los más elegidos para mensajería instantánea, mientras que las plataformas y tareas que requerían más claridad y una pantalla de mayor tamaño tuvieron lugar a través de la PC de escritorio o notebook (esto se vio en el 84% de los casos).

- Tareas de redacción a través de Drive y Word, de lectura de la bibliografía en PDF y de encuentros virtuales en Zoom o Meet fueron los datos más destacados.

- El smartphone fue una de las principales herramientas que las y los estudiantes eligieron para desarrollar sus cursadas, siendo uno de los elementos predilectos para construir canales de comunicación con docentes o con las propias casas de estudios.

- En muchos casos la experiencia no fue tan agradable, porque quedó demostrado que los smartphones, más que soluciones, aportan a la distracción, generando inconvenientes para organizar el tiempo y para sostener el esfuerzo que implica focalizarse en el estudio.



## Capítulo 12

# ENTRE LA PANTALLA Y EL PAPEL: ESTRATEGIAS DE LECTURA TRANSMEDIA PARA ESTUDIAR

**Francisco Albarello**  
Universidad Austral

### Introducción

La lectura es una actividad central en la vida de las y los estudiantes universitarios. Como no podría ser de otra manera, la situación generada por la pandemia ha transformado los hábitos de lectura vinculados con el estudio, y ha resignificado el lugar de las pantallas en relación con el dispositivo impreso. En este capítulo analizaremos las transformaciones en las formas de lectura que desarrollaron las y los estudiantes en este contexto, poniendo en diálogo las características de los distintos dispositivos de lectura y buscando sacar el mejor provecho de cada uno de ellos. Leer los textos para la facultad, tomar los apuntes, estudiar para un examen, todas estas actividades se han modificado, y el papel y las pantallas ofrecen distintas experiencias para cada una de ellas. Combinando los resultados de la encuesta con las entrevistas en profundidad, buscaremos conocer cómo perciben las y los jóvenes estas diferencias, por qué prefieren leer en uno u otro soporte y cómo se aprovechan de ellos para desempeñarse en la carrera.

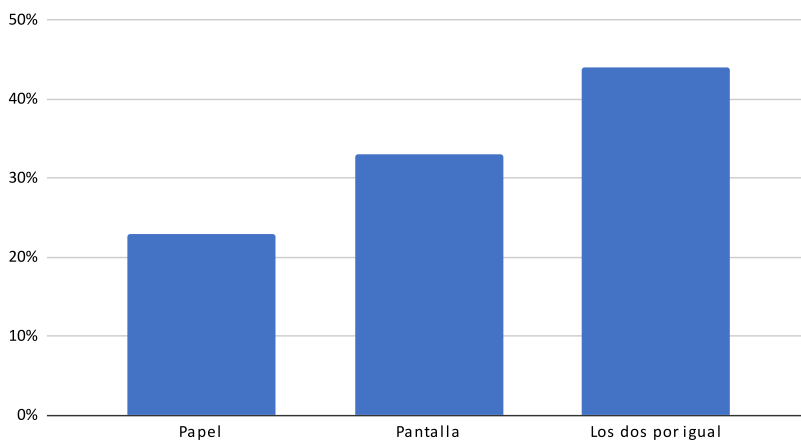
### 1. Un cambio no elegido

La pandemia claramente ha marcado un antes y un después en la relación de las y los jóvenes con los dispositivos de lectura a la hora de estudiar. El Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), que tuvo lugar en los meses en que se realizó el trabajo de campo de la fase cualitativa de la investigación, ha promovido un mayor tiempo de lectura en la pantalla de la computadora. Lo que antes se presentaba como una opción se volvió la forma de

lectura principal, y las y los jóvenes, obligados por las circunstancias al no poder concurrir a la universidad, a la biblioteca o a la fotocopiadora por sus libros o sus apuntes impresos, tuvieron que acostumbrarse a leer principalmente en la pantalla. Asimismo, en la encuesta, que tuvo lugar un año después, también se percibe un mayor uso de la pantalla, que antes de la pandemia, a la hora de estudiar.

**Gráfico 90**

Qué soporte usan más para estudiar

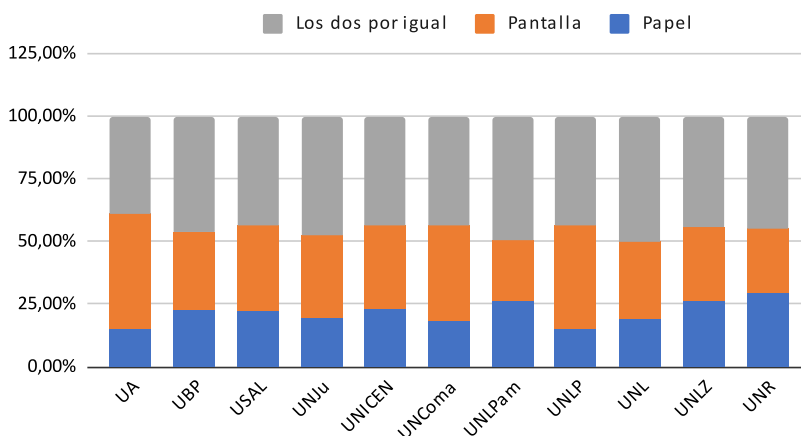


Como se puede apreciar, un 33% de los encuestados elige la pantalla como su opción principal, y un 23% el papel, pero la opción “los dos por igual” es la que se lleva el mayor porcentaje de preferencia (44%). Es así que, si bien en este contexto particular parece haber un predominio de la pantalla sobre el papel a la hora de estudiar, las y los jóvenes principalmente alternan entre uno y otro de acuerdo con sus necesidades y preferencias. Si desagregamos los datos por universidad no encontramos grandes diferencias, pero aparecen algunos matices interesantes: en la Universidad Austral, por ejemplo, hay una preferencia marcada por la pantalla (45,66%) sobre el papel (15,07%), y un 39,27% prefiere los dos por igual, y algo similar ocurre con las y los estudiantes

de la Universidad Nacional de La Plata (41,50%, 15% y 43,50%, respectivamente).

**Gráfico 91**

Qué soporte usan más para estudiar (por universidad)



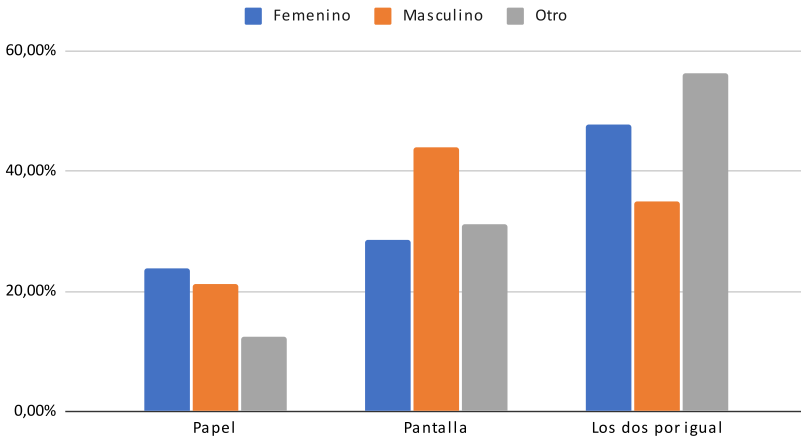
Por edad no hay diferencias dignas de destacar, pero sí por género autopercibido: mientras que las mujeres son las que más prefieren el papel (23,74%), los varones optan con más diferencia por la pantalla (44,01), y la opción “Otro” es la que más elige a los dos por igual (56,25%) (Gráfico 92).

Finalmente, por año de carrera encontramos diferencias interesantes: mientras que las opciones papel y pantalla son parejas para las y los estudiantes del primer año (26,06% y 25,21%, respectivamente), a medida que se avanza en la carrera la pantalla es preponderante, salvo en la etapa de realización de la tesina o trabajo final, donde estos guarismos se vuelven a acercar. Al mismo tiempo, la opción “los dos por igual” se destaca en los dos extremos de la carrera, mientras que de 2° a 5° año permanece muy cerca de la preferencia por la pantalla. Podemos inferir entonces que las y los estudiantes de primer año, quienes aún no han incorporado plenamente las prácticas de estudio universitario,

mantienen una opción preferente por el papel, lo mismo que quienes han terminado de cursar. Asimismo, los que se encuentran en plena carrera son quienes se manejan con más naturalidad con la pantalla y alternan entre esta y el papel por igual.

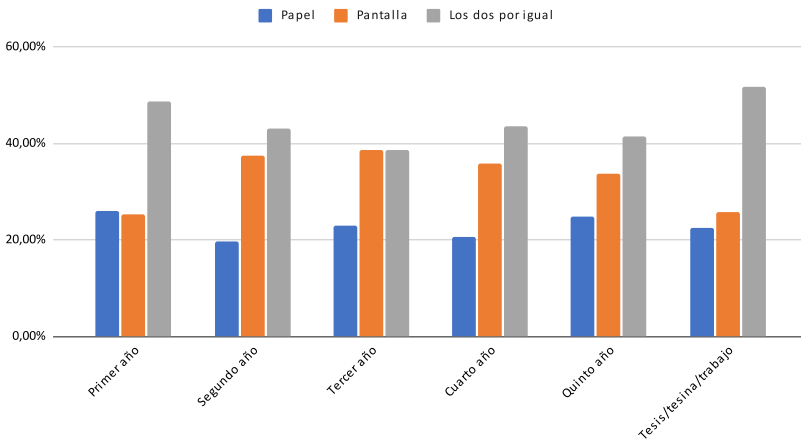
**Gráfico 92**

Qué soporte usan más para estudiar (por género autopercebido)



**Gráfico 93**

Qué soporte usan más para estudiar (por año de carrera)



La fase cualitativa de esta investigación nos acerca algunas explicaciones sobre cómo se produjo esta migración hacia la pantalla como plataforma principal para estudiar:

Me acostumbré mucho más a hacer resúmenes en computadora o incluso tomar apuntes en computadora, que es algo que antes no hacía nunca y ahora sí (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Noté que ahora vivo conectada a Internet, estoy la mayor parte del día con la computadora sobre todo, más que con el celular porque, o sea, en Buenos Aires dejé la impresora, que generalmente yo imprimía todo para leer, y ahora hice como un cambio de chip en la cabeza y empecé a estudiar y leer todo de la computadora, que me costó bastante pero lo estoy logrando (Lourdes, 21 años, 3er. año de Comunicación Social, UA).

Yo estaba acostumbrado a leer más material en papel y hoy por hoy leo casi todo o todo en digital (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

El año pasado me adapté al formato PDF y le encontré como sus virtudes y me acostumbré a leer en PDF y ahora no leo más en fotocopias (Catalina, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Ahora con la pandemia para mí es todo pantalla (Mariano, 21 años, 2do año de Periodismo, UNICEN).

Para estudiar casi siempre leo en pantalla porque ahora es la manera más accesible de llegar a los contenidos, antes no (Juan, 21 años, 3er. año de Planificación, UNLP).

Tengo bastante apego por escribir en un papel pero creo que es un cambio que se tiene que dar o por lo menos que hay una presión por hacerlo así (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Como se puede advertir, las y los jóvenes entrevistados que estudian Comunicación perciben ese “cambio de chip en la cabeza” a partir de la pandemia, y manifiestan que, si bien la pantalla no era la primera opción, forzados por la presión de las circunstancias, comenzaron a adaptarse y hasta, en algunos casos, a encontrarle su lado positivo. Es de destacar el siguiente extracto en el que la razón para leer en pantalla tiene que ver directamente con la contingencia sanitaria del COVID-19:

Leo de la compu. Dejé de imprimir todo. Al principio, por miedo a salir. Y después ya por el contacto de salir, que alguien toque eso, que toque el pendrive, que toque las hojas. A las hojas si les querés poner alcohol, rociarlos con un poquito de alcohol ya se deterioran, no se leen. Entonces leo desde la compu y me quedo tranquila de que leo bien. Después me duele muchísimo la cabeza, pero leo de la compu (Manuela, 22 años, 4to. año Comunicación, UNLPAM).

Ahora bien, resulta interesante cómo se autoperceben aquellos que se resisten a la pantalla y siguen optando por leer en papel:

Soy muy chapado a la antigua en ese sentido, si tengo la posibilidad de tener la cartilla me gusta tener el formato físico y poder leer de ahí (Julio, 24 años, 4to año Comunicación, UNJu).

Lo hago en papel soy como que un poco anticuada, se podría decir, no puedo salir de ese hábito, tengo que tener el papel (Carla, 24 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

Yo soy re analógica. Me encanta anotar, me encanta tener el cuaderno. Creo que llevo más de 7 cuadernos escritos, pero de todas las clases de resúmenes (Brisa, 20 años, 3er año Comunicación, UNLP).

Soy bastante antigua porque no me acostumbro a leer por pantalla (Paula, 23 años, 4to año Comunicación, UNLPAM).

Me gusta tener las hojas, resaltarlas, escribirlas, a la antigua, eso sí me gusta (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

Yo soy team cuaderno, me gusta anotar todo en cuaderno con mi mano y mi letra, no me sale tomar notas en la computadora porque soy lentísimo (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Los adjetivos “antiguo” o “analógico” que eligen estos jóvenes para describir su vínculo con la lectura se oponen a la pantalla como el lugar de lo novedoso o de lo que imponen las circunstancias. Hay cierto duelo o resignación, una renuncia dolorosa a leer en papel:

La verdad si tengo la posibilidad de elegir prefiero leer y escribir en papel (Franco, 21 años, 4to año de Periodismo, UNLZ).

Pero hay otros jóvenes que manifiestan su resistencia a la pantalla con más énfasis, describiendo así su experiencia de lectura:

P: ahora te acostumbraste a leer en pantalla, digamos...

R: Sí, que lo odio. Si puedo no hacerlo no lo hago (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

La adaptación forzada a la pantalla es dolorosa. Si bien se reconoce la necesidad de hacerlo debido a las circunstancias, muchos de las y los jóvenes entrevistados manifiestan resistencia y hasta, a veces, rechazo ante esta realidad.

## **2. ¿Las razones para no leer en la pantalla?**

Vamos a dedicarnos en este apartado a analizar los factores por los que las y los jóvenes entrevistados prefieren no leer en pantalla o hacerlo lo menos posible, más allá de que –como decíamos antes– se vieron obligados a incorporarla plenamente a sus rutinas de estudio. En primer lugar, lo que salta a la vista son

los efectos indeseables que produce la exposición constante a las lecturas prolongadas en pantalla:

Prefiero leer físico porque me cansa menos la vista (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Estando tanto tiempo en la pantalla no me hace bien, me hace doler los ojos y me comienza a doler la cabeza y si leo en la pantalla es mucho esfuerzo (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Me hace mal a la cabeza leer todo desde las pantallas, llega un momento que necesito el papel (Sofía, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Por una cuestión de salud de mis ojos y de mi cabeza prefiero papel (Martina, 23 Años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

En este contexto, casi todo lo tengo digitalizado. Para que te hagas una idea, me tuve que hacer los lentes, porque tanto tiempo con una pantalla te cansa un poco (Julián, 26 años, 4to año Comunicación, UNR).

El cuatrimestre pasado empecé a leer en computadora, terminaba con los ojos derretidos, entonces conseguí una impresora que para este cuatrimestre me cambió la vida así que leo en papel (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Estos lentes son de este año, algo que me disminuya el esfuerzo desde la vista, en el trabajo, leo, todo (...) leer en la computadora es horrible (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Como podemos ver, la pantalla provoca cansancio, dolor de cabeza, molestia en los ojos, y estos son los motivos principales por los cuales las y los jóvenes evitan en lo posible leer de la pantalla y prefieren el papel. Luego, el cansancio aparece asociado

con la dispersión o la distracción que produce la lectura en la pantalla, habida cuenta de la mayor velocidad que parece imprimir a la lectura y el carácter *metamedium* de la computadora, que permite hacer muchas cosas a la vez:

Creo que me distraigo más con la compu que en el papel. Por ahí algo en la compu lo tengo que leer dos veces, pero es más rápido que en el papel también. Siento que por ahí me disperso con la compu, pero que es un poco más rápido. Y con el papel siento que me concentro más. Igual para leer uso la compu (Melany, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Leo de la compu porque las impresiones están re caras (...) Y... sinceramente mucho no me gusta, me cansa, pero leo un rato, disperso, vuelvo. Y los apuntes, sigo con el papel (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Nunca me pareció muy cómodo estudiar desde la compu o desde el teléfono, me parece que se puede generar hasta más distracción por ahí que estando con el papel (Facundo, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Me cuesta leer en digital, me genera muchos distractores. Me gustaba ir a biblioteca por ejemplo. Además tengo problemas visuales y me costó mucho adaptarme a lo virtual (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

En línea con investigaciones anteriores (Albarello, 2011, Albarello, 2019), la pantalla invita a una lectura veloz pero dispersa la atención a raíz de las múltiples funciones que ofrece. Las y los jóvenes entrevistados, en este caso, manifiestan que leen de la pantalla porque no tienen otra alternativa, pero a la vez reconocen el carácter distractor que tiene para el estudio. La mayor concentración, como veremos más adelante, la ofrece la interfaz especializada del papel, que no ofrece otras opciones más que leer.

Hay una expresión recurrente que hacen las y los jóvenes cuando argumentan en contra de la lectura en la pantalla: “no puedo

leer en pantalla”. Muchos de las y los jóvenes entrevistados reconocen que, aunque lo intentan, no logran adaptarse a las características de la lectura en este dispositivo:

No puedo leer por la computadora, tengo que imprimir todos los textos. Imprimo todo porque no puedo, no me acostumbro. Necesito marcarlo, tenerlo recontramarcado, volver a escribir arriba, si no, no puedo (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Leo en pantalla y escribo en papel. Los resúmenes también son en papel, no puedo acostumbrarme a la pantalla (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPAM).

A mí me encanta tomar apuntes en papel, yo no puedo tener los apuntes en la computadora, me gusta tenerlo escrito (Sol, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Casi siempre, cuando tengo que hacer el resumen del resumen del resumen, voy al papel y hago como, no sé, palabra clave 3 flechitas con palabras claves y listo. Como que es lo que necesito para guiarme, en papel. Si, eso no lo hago nunca en la computadora. No puedo hacerlo ahí, necesito como tener algo sí o sí (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Estudio de cosas anotadas por mí, no puedo estudiar de la computadora (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Yo soy muy del papel, de subrayar, de tocar las cosas con la mano, pasar páginas, hacer los apuntes con lápiz, por eso siento que si estudio de un PDF no puedo (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

La lapicera y la hoja no me pueden faltar, no puedo, me cuesta mucho leer de la computadora, sí o sí tengo que tener impreso el texto o esas cosas o transcribir, copiar, hacer cuadros (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

No me sirve leer desde la computadora. Es algo que no puedo hacer (Morena, 24 años, 5to. año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Conozco de chicas que subrayan todo en PDF y lo estudian de ahí, yo no puedo, yo necesito imprimirlo recién y después de empezar a resumir (Clara, 25 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Vale la pena transcribir estas expresiones porque allí las y los jóvenes dan cuenta de los motivos diversos por los cuales no pueden leer en pantalla y prefieren en cambio el papel. Necesitan “tener algo” para estudiar, ya que la pantalla ofrece un texto volátil, que no se puede poseer, no les brinda la seguridad que les da el papel para adquirir los conceptos que ofrece el texto.

La lectura en la pantalla es vista entonces como una obligación, como algo que se tiene que hacer en contra de sus preferencias. En contraposición, cuando hablan de la experiencia de lectura o escritura en papel, la expresión más elegida por las y los estudiantes es “me gusta”. Leer o tomar apuntes en papel es una acción asociada al disfrute:

A mí me encanta tomar apuntes en papel, yo no puedo tener los apuntes en la computadora, me gusta tenerlo escrito (Sol, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Lo imprimo sí o sí en papel, no me gusta leer nada en la computadora, porque me gusta resaltar y marcar (María José, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Usé todas las herramientas que me proporciona Google, como Google Drive y Google Docs, pero me gusta tener todo escrito en papel (Valentino, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UBP).

Me gusta más el papel, el libro, la fotocopia para leer y me siento más cómodo así (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Leo en papel y cuando puedo, porque me gusta, hago los apuntes en papel con colores, la verdad me gusta mucho eso también (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Leo desde la pantalla muchas veces, pero me gusta el papel. Me gusta escribir, me gusta poner mis apuntes en papel. Y en ese sentido, he intentado alguna que otra vez hacer un resumen en Word o algo y... horrible me salió (Valentina, 24 años, 5to año de Comunicación, UNL).

Me gusta imprimirlos particularmente porque solo sentándome a leerlos y a subrayarlos es la única manera en que puedo estudiar (Rommel, 23 años, 3er año de Periodismo, UNLP).

El disfrute que brinda la lectura o escritura en papel está vinculado con los ritos de sentarse a estudiar, de intervenir los textos, de resaltar con colores. Estos hábitos de estudio asociados con el dispositivo impreso o manuscrito serán analizados en otro apartado cuando nos refiramos a la influencia de los dispositivos sobre las prácticas de estudio.

Finalmente, llama la atención que las y los jóvenes entrevistados en esta investigación, en ningún momento usaron la palabra “superficial” para describir la experiencia de lectura en la pantalla. Esta palabra está asociada generalmente con los aspectos negativos de la lectura digital, al punto de que algunos autores (Wolf, 2008; Carr, 2011) llegan a decir que estamos volviendo a una etapa pretérita de nuestra evolución como seres lectores, al período del *desciframiento*, muy anterior a la lectura comprensiva y profunda. En cambio, aquí podemos inferir que las y los jóvenes entrevistados asumen la superficialidad de la lectura en la pantalla como parte de su experiencia de lectura –la tienen tan incorporada e invisibilizada que no necesitan mencionarla– y prefieren señalar como un efecto negativo la distracción o dispersión que produce la pantalla, siempre comparada con el papel.

### **3. ¿Las razones para leer en pantalla?**

Así como analizamos los argumentos que sostienen las y los jóvenes estudiantes de Comunicación, Periodismo y carreras vinculadas para leer en papel, resulta importante identificar los aspectos por los cuales muchos otros eligen leer en la pantalla.

Si bien de la muestra analizada hay una gran parte de los entrevistados que prefieren el papel sobre la pantalla a la hora de estudiar, muchos otros ya se han acostumbrado a la pantalla y le han encontrado sus ventajas, o bien ya la venían utilizando antes de la cuarentena y la situación generada por la pandemia no hizo más que potenciar esa preferencia. Esta divisoria de aguas entre los del “team cuaderno” como sostenía uno de los entrevistados, y los partidarios de la pantalla nos permite afirmar que no se trata de una cuestión generacional, sino que está asociada al gusto personal, a los hábitos y las preferencias. De esta manera, echamos por tierra el mito de los “nativos digitales” (Prensky, 2001) y todas las denominaciones que le sucedieron luego para describir a las y los jóvenes como una categoría de usuario homogénea que prefiere más la pantalla que el papel.

Uno de los principales aspectos de la lectura en pantalla que valoran las y los estudiantes tiene que ver con lo práctico y rápido de la computadora para escribir:

P: ¿Hacés resúmenes en pantalla o en papel?

R: En pantalla, todo en pantalla. Pero desde hace bastante ya. Y después, imprimo todo. Igual no es algo que me haya cambiado con la cuarentena. En el primer cuatrimestre de la facultad, en primer año, tomaba más apuntes a mano. Pero después no. Creo que en octubre o septiembre de ese año me compré mi computadora y a partir de ahí hago... es mucho más práctico, porque siempre terminaba pasando a la computadora todo. Arranqué a llevar la computadora la facultad y fue otro mundo (Lila, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

No es cansador ya, es mucho más práctico (...) me permite subrayar y también realizar anotaciones en el mismo texto, no tuve tantos problemas (Bernardo, 21 años, 3er año de Periodismo, UNICEN).

La computadora tiene las ventajas de poder buscar una palabra, y ya me sale todo lo que define, y eso es importante cuando uno usa. Ponele información escaneada, después lo práctico de copiar y pegar (Martina, 23 Años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

Si era escrito a mano no me iba tan bien porque yo tardo un montón en escribir, voy y vengo. En cambio en Word puedo corregir los errores, es mucho más rápido. Es como una de cal y una de arena, lo malo fue perder la bibliografía física pero lo bueno es escribir tipeando (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

Pantallas, computadora, yo estudio de la computadora, los resúmenes también, todo en la computadora. Es más, estoy en una clase y estoy anotando en Google Drive, no estoy en un cuadernillo (Gabino, 21 años, 4to año de Periodismo, UNICEN).

Antes tomaba como más apuntes a mano, también podía ir a imprimir los apuntes o cosas así entonces ponele, antes lo que hacía era; si quería tomar apuntes con la computadora porque la materia era para eso, para que sea todo rápido y cosas así, bueno los tomaba en la computadora y los dejaba sin resaltar, por ahí le ponían negritas o cosas así, entonces después lo imprimía y yo lo resaltaba, yo le ponía flechas (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

P: ¿Y los apuntes los tomas en computadora o en papel?

R: En computadora.

P: ¿Por qué?

R: Porque es mucho más rápido, más prolijo. Si tomo apuntes en papel no llego y me queda un desastre, después no lo quiero ver (María José, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Yo escribo más rápido por computadora que manualmente. Mi letra es horrible, así que prefiero usar la compu y si es con PDF se me hace más fácil y rápido (Nahiara, 24 años, 2do año de Comunicación Social, UNComa).

La prolijidad, la posibilidad de editar y corregir los textos y la rapidez son algunos de los atributos valorados por las y los jóvenes que deciden leer y escribir en pantalla. A eso se suma la posibilidad que brinda el texto digital de almacenarse en la nube:

A mí no me gusta el material digital, prefiero el papel, pero bueno si hay una ventaja es que podemos ir mucho más rápido porque resaltamos y podemos llevar esos contenidos a Drive (Marcos, 23 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Yo estaba acostumbrado a leer más material en papel y hoy por hoy leo casi todo o todo en digital. Para mí sigue siendo más cómodo que el papel por una cuestión de practicidad, de no tener que llevar libros a la facu, leyendo todo en Google Drive. Creo que esa fue mi principal herramienta a la hora de estudiar (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Cuando empecé a estudiar yo lo hacía en la compu de casa ya ahora voy pasando a la nube y hoy pasé de tener cosas tanto digital como en papel a tener cosas completamente en digital. No es que tengo ahora un archivo en la compu y el cuaderno de la materia en la mochila. Tengo el archivo de la compu, el cuaderno de la materia en la mochila, videos, las entrevistas... todo metido en Drive. Fue pasar todo a la nube (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Escribo los resúmenes en el Drive y a veces hago presentaciones en el Power Point. Trato de guardar todo en la nube. Pero tengo todo digitalizado. Subrayo PDFs pero no agarro la mano a la herramienta. Por eso si tengo que hacer resúmenes, lo imprimo y hago anotaciones (Aiti, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

La portabilidad y accesibilidad que ofrece el texto en la nube lleva a preferir la pantalla sobre el impreso a la hora de estudiar. Y esto se vuelve central cuando las y los jóvenes deciden leer desde el teléfono celular:

Leo mucho de la pantalla y ahora es como que estoy más, realmente estoy como todo el día pegada a la pantalla, más el celular. Porque me acuesto y sigo leyendo cosas del Drive en el celular (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

Generalmente ya me quedó un poco en el pasado escribir en el papel, justamente estoy todo el tiempo escribiendo en pantalla eh... ya sea desde el celular o computadora porque es como que la manera se vuelve más fácil transpolar mis ideas pero en sí creo que yo ya tenía ese hábito antes de la pandemia de hacer todo digital en vez de hacer todo manualmente (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Uso Drive, me parece mucho más seguro porque además después si tengo que corregir algo y lo puedo hacer del celular mucho mejor (Gonzalo, 23 años, 4to año de Periodismo, UNLP).

El celular le brinda al texto digital la accesibilidad en todo tiempo y lugar. Las y los jóvenes entrevistados no piensan al texto en la sola pantalla de la computadora sino en su complementación con el smartphone.

Por otra parte, la lectura y escritura en la pantalla para estudiar representa desafíos importantes para las y los jóvenes, y estos desafíos tienen que ver con la necesidad de emular en la computadora las prácticas de lectura que tienen lugar en el papel, ya sea de libros, fotocopias o apuntes manuscritos. El formato de archivo de texto preferido por las y los estudiantes es el PDF, y en el discurso de los entrevistados aparece una preocupación por reproducir las prácticas de tomar apuntes, realizar resaltados, anotaciones e intervenciones sobre el texto para fijar los contenidos que están estudiando, y se puede apreciar cómo la cuarentena los obligó a superar esos obstáculos:

Estudio mucho en la compu. Aprendí a subrayar en la compu. No sabía hacerlo, pero me descargué un Acrobat Reader que es para subrayar los PDF. Lo que pasa es que el año pasado y en 2018 la mayoría de los textos eran impresos y yo los pasaba a la compu. Ahora es todo en la compu (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Yo antes estudiaba Ciencia Política en la UBA y siempre amé un montón el tema de la bibliografía en papel: el libro, el resaltador,

y me costó muchísimo amigarme con la idea de tener todo en la pantalla. Encima que no veo bien, me costaba (Sofía, 23 años, 1er año de Relaciones Públicas, USAL).

A mí me gusta mucho estudiar con papel, leer y resaltar, y me costó hacer el cambio de empezar a leer un PDF de 20 páginas digitalmente. Cuesta mucho más que tenerlo en papel, pero ya en octubre me acostumbré (Lola, 20 años, 2do año de Periodismo, UBP).

Empecé a usar una herramienta que se llama Foxit Reader que bueno que permite simplemente bueno tiene varias funciones en realidad que para leer los PDF, resaltar y demás, pero bueno por esto que te decía de que es como todo en la computadora todo en el mismo lugar y que por ahí medio que no sé, por una cuestión de gusto prefiero tener el papel en la mano para marcarlo y demás y poder no sé, si estoy haciendo un trabajo práctico por ejemplo tener el papel al costado en el escritorio (Francisco, 26 años, 4to año de Comunicación, UNL).

Ahora me conviene más tener todo en la computadora porque lo puedo resaltar y lo puedo compartir (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Ahora es en Drive si quiero, bueno, lo comparto con alguna compañera y usamos, no sé letras de colores para subtítulo, letra de tal color para cosas importantes, letra de otro color para definiciones o agregar viste que se puede agregar como comentarios (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Directamente tengo todos los apuntes y todos los PDF resaltados en la compu (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Ya no hago nada por papel, o pocas cosas en realidad, los textos que dan cada cátedra todos los hago en la computadora, los leo desde la computadora, los resalto desde la computadora, los dibujo desde la computadora (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En los relatos de muchos de las y los jóvenes entrevistados también aparece el programa Microsoft Word como una posibilidad no solo de tomar apuntes sino de editar el texto, resaltarlo y conservarlo. Incluso se lo combina con los textos en PDF para extraer conceptos:

Antes hacía todo escrito y en eso sí cambió en la cuarentena, me acostumbré mucho más a hacer resúmenes en computadora o incluso tomar apuntes en computadora, que es algo que antes no hacía nunca y ahora sí. Principalmente lo que más uso es Word (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Lo que hago es cuando estoy leyendo los PDF cuando puedo, copio el fragmento que quiero y lo paso en Word. A partir de ahí, a veces cambió la forma en la que está hecha la oración para que me quede, como yo la recuerdo como la pueda recordar. Y después de ahí subrayo, hay un par de herramientas desde Word que podés subrayar y o resaltar mejor dicho y empecé a usar Word para hacer resúmenes (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Antes, con los textos, podía leer de la computadora, pero quizás me hacía mis apuntes en un cuaderno. Ahora, no. Ahora subrayo, y si me interesa alguna palabra la copio y la pego en un Word o hago algún resumencito en Word, pero dejé por completo el lápiz y el papel (Manuela, 22 años, 4to año Comunicación, UNLPAM).

Como podemos comprobar, la preferencia por leer y escribir en la pantalla se relaciona directamente con las posibilidades que brinda el texto digital, ya sea para editar y corregir usando distintos programas, como también para combinarlo con otros dispositivos al almacenarlo en la nube.

#### **4. Del digital al papel y más allá**

En los apartados anteriores hemos visto algunas de las combinaciones que realizan las y los estudiantes entre la pantalla

y el papel a la hora de estudiar. Pero, tal vez, la más interesante es la que se produce cuando las y los jóvenes deciden imprimir los textos que editan en la pantalla para luego resaltarlos o intervenirlos, o bien transcribirlos manualmente en sus cuadernos u hojas de papel. Veamos varias de las estrategias que ponen en marcha:

Subrayo ideas principales y lo transcribo. Subrayo en el PDF o en el Word. Lo transcribo en un cuaderno que tengo. Cuando lo entiendo bien, hago una red conceptual (Victoria, 18 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Sigo usando mucho el papel, y escribo y tengo bien divididas mis materias en mi cuaderno. En ese sentido, me ha quedado el bichito de la secundaria tal vez, de los colorcitos y todo...pero, a la larga me ayuda para memorizar también, tomar apuntes de una manera más libre que escribiéndolo en Word o algún otro dispositivo (Valentina, 24 años, 5to año de Comunicación, UNL).

Imprimo todo. Necesito resaltar, escribirlo, pegarle notitas al texto. Es algo a lo que no me pude acostumbrar. Me cansa mucho la vista. Aparte tengo memoria visual y me gusta resaltar un tema con un color (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Hago un resumen de los textos que están en el campus y lo meto en un Word que después imprimo y lo voy marcando ahí con lápiz (Agustina, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Lo imprimo sí o sí en papel, no me gusta leer nada en la computadora, porque me gusta resaltar y marcar. Lo primero que hago es leer, ir subrayando lo más importante y anotar, y después si tengo tiempo lo paso a un cuaderno y si no en Word hago un resumen de lo que leí y subrayé, pero luego a ese documento de Word lo imprimo y lo vuelvo a marcar y subrayo lo más importante (María José, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Siempre tomo nota de clase en papel, y siempre leo el material teórico y lo voy resaltando ya sea en papel o en la pantalla, no tengo

ningún problema de leer en cualquiera de las dos formas. Después junto todas las notas de clase y hago un resumen, siempre en papel. Me cuesta mucho hacer resúmenes en pantalla porque yo hago muchos mapas mentales, también cambio palabras por símbolos porque tengo mucha memoria visual, y todo eso con la pantalla me cuesta mucho (Alina, 19 años, 2do año de Comunicación, UBP).

Yo no me pude acostumbrar a lo que es el texto en la computadora, yo lo necesito impreso y resaltar dibujar flechas (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

En todos estos extractos podemos ver cómo se potencia la practicidad del texto digital con la fijeza que proporciona el papel. Hasta el momento hemos dado por sentado que todos los jóvenes entrevistados cuentan con una computadora –o en su defecto un smartphone– para el estudio. Y todas las estrategias de lectura que estamos describiendo tienen lugar gracias a que tienen ese dispositivo. Pero no en todos los casos hay una impresora en su hogar o una fotocopiadora cercana donde imprimir sus apuntes, y eso parece marcar un diferencial en la experiencia de lectura:

Como me dejé todo en Roca no tenía impresora, por suerte conseguí una fotocopiadora, queda cerca de mi casa, que me traían todo así que mandaba a imprimir todo me lo traían y sí si no intentar resolverlo, pero por suerte pude imprimir lo más importante (Iara, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

La compu es la herramienta fundamental. Con Internet. Después un poco el celular, pero más que nada la computadora. Y por suerte tengo impresora y trato de pasar las cosas a papel cuando puedo (Aiti, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Leo en papel porque tenemos una impresora en casa (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Tengo impresora y por ahí si los apuntes son bastante largos me las imprimo mejor para poder leerlo en papel bien (Francisco 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Yo no tenía impresora tenía que llevarlo a imprimir, hacerlo, mucho viaje. Entonces en el primer cuatrimestre estuve mucho pantalla y pasar a mano, pasar a mano, pasar a mano (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Tengo el privilegio de tener impresora, y eso me salvó de leer los apuntes por la pantalla porque sufro bastante de la vista y no podía llevar la lectura al principio (Joel, 21 años, 2do año de Comunicación, UNR).

Por suerte tengo una impresora y puedo imprimir apuntes (Santiago, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL).

En Buenos Aires dejé la impresora, que generalmente yo imprimía todo para leer, y ahora hice como un cambio de chip en la cabeza y empecé a estudiar y leer todo de la computadora (Lourdes, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Conseguí una impresora que para este cuatrimestre me cambió la vida así que leo en papel y además puedo leer afuera, muy tranquilo (Iñaki, 19 años, 2do año de Comunicación Social, UA).

Como dice uno de las y los estudiantes, contar con impresora es un “privilegio” que condiciona en gran medida la experiencia de lectura, el tiempo dedicado al estudio y las estrategias que las y los jóvenes utilizan para gestionar sus apuntes. Como veíamos en el capítulo 2, el 74% de las y los estudiantes cuenta con una computadora propia para estudiar. Pero aquí el acceso a las tecnologías digitales no se limita a una computadora o un smartphone conectado a Internet sino, en el caso de las y los estudiantes universitarios, se extiende también a una impresora propia o la posibilidad de imprimir sus textos cerca de donde viven. Contar o no con este periférico condiciona en gran medida los hábitos de estudio.

La combinación de la pantalla con el papel y el ir y venir del texto entre distintos programas de la computadora, constituyen una más de las “estrategias de lectura transmedia” (Albarelo, 2019) que las y los jóvenes ponen en juego a la hora de estudiar, buscando sacar provecho de las ventajas que les ofrece cada uno de los dispositivos para registrar y fijar los conceptos. Como hemos visto, estas estrategias son personales, es decir, no funcionan del mismo modo para todos ellos.

Tal vez una de las estrategias más llamativas es la que varios de las y los estudiantes denominan “el resumen del resumen” que, indefectiblemente, se hace de manera manuscrita:

Hago como un resumen del resumen, porque primero, bueno, se resalta todo y después de lo resaltado, no sé, saco, puede ser, un cuadrito, no sé, de sustantivo, y te hago un cuadrito con todas las clases de sustantivo y así, escrito (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Cuando tengo que hacer el resumen del resumen del resumen, voy al papel y hago como, no sé, palabra clave 3 flechitas con palabras claves y listo. Como qué es lo que necesito para guiarme, en papel. Si, eso no lo hago nunca en la computadora. No puedo hacerlo ahí, necesito como tener algo sí o sí (Sofía, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Hago mi método del resumen del resumen. Yo hago fichas con colores porque soy una persona visual, entonces me gusta saber de la información y tenerlo en una hoja. No me gusta leer cosas largas porque se me cansa la vista así que armo todo sintetizado y dependiendo la materia va cambiando, pero el resumen del resumen, las fichas y la compilación de resúmenes de amigos es como colaborativa la cosa (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Ahora uso pantalla pero normalmente lo que hago es cuando lo tengo impreso que normalmente intento de imprimírmelo, es: subrayo, intento hacerme un resumen online, tipo en mi Word, después si alguna amiga lo necesita, comparto, si no, nada. Y des-

pués leo los resúmenes de otras personas para ver si me faltó algo, si a éste agregé algo o algo, y después del resumen hago un resumen del resumen escrito (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Específicamente uso la computadora, tomando, si la materia me interesa, los textos en crudo, si no hago un resumen del resumen, rindo estudiando únicamente de ahí (Agustín, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Una vez que subrayo hago como el resumen del resumen que paso todo con flechas, con redes, lo simplifico lo que ya estaba en la fotocopia y a veces por ejemplo si encuentro videos los veo también y paso lo que dice el video, las reseñas (lara, 19 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Este “resumen del resumen” –una expresión que aparece principalmente en los entrevistados de una de las universidades que forman parte de la muestra– se constituye en otra estrategia de lectura transmedia que reúne información de distintas fuentes –los apuntes personales, los apuntes de los compañeros, información de las clases, de los videos, etc.– y que condensa los conceptos principales en una producción personal, manuscrita y breve, pensada como último paso antes de rendir un examen.

## **5. La pantalla para leer, el papel para escribir**

Otra de las estrategias de lectura transmedia que hemos detectado en el relato que hacen las y los estudiantes de carreras de Comunicación, Periodismo y afines, tiene que ver con una combinación particular entre la pantalla y el papel. Es de destacar que esta estrategia apareció así denominada por las y los estudiantes cuando contaban sus rutinas de estudio:

Preferentemente me gusta leer en papel y escribir en pantallas sería más para los trabajos prácticos (Elber, 22 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

Lo que más hago es tener mis apuntes de clase, escritos en Word o Google Drive, depende de la materia. Luego completo esos apuntes de clases con la bibliografía que me pasa el docente y una vez que tengo el apunte complementado con la teoría, lo imprimo para poder estudiar para el parcial. Estudio desde el papel. Generalmente escribo el apunte en pantalla y leo en papel. Generalmente una vez que tengo que estudiar algo (final o parcial) me gusta imprimírmelo y estudiar del papel (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

Escribo en los cuadernos, pero leo más en la compu... cuando pasan la información por Gmail o por WhatsApp lo conecto a la computadora y descargo todo el material (Maximiliano, 33 años, 2do año de Comunicación UNLP).

Leo de los PDF y escribo todo. Hago todo en la compu menos los resúmenes, todo a mano (Guillermina, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

Leo y escribo en pantalla. Los resúmenes son en papel (Manuel, 24 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Leo en pantalla y escribo en papel. Los resúmenes también son en papel, no puedo acostumbrarme a la pantalla (Verónica, 36 años, 1er año de Comunicación, UNLPAM).

Como hemos visto anteriormente, escribir resúmenes en papel es una manera de fijar mejor los conceptos, pero otra de las razones tiene que ver con la falta de práctica de muchos estudiantes para escribir rápidamente en la pantalla:

Todavía como no escribo muy rápido con la computadora no hago resúmenes de la computadora, pero si en papel bien papel si tengo muchísimo muchísima información resumida en papel permanentemente (Marcelo, 54 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

Estas funciones diferenciadas que se le otorgan al papel y a la pantalla pueden variar. De hecho, en menor medida, algunos de las y los estudiantes entrevistados dijeron hacer al revés:

Me gusta leer en papel sí o sí, después escribir, escribo en la pantalla, es decir, en la computadora, pero después lo que hago, lo escribo y después lo imprimo (Micaela, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Un último aspecto de lo beneficioso que resulta hacer resúmenes a mano lo describen los siguientes entrevistados:

Yo resumo mucho en papel porque me da la sensación de que tengo la necesidad de sintetizar más. Por una cuestión de esfuerzo, de cansancio, por una cuestión de cantidad de hojas que me lleva, hago un proceso mucho más rápido de síntesis. En cambio, las veces que intenté hacer como resúmenes en computadora no tenía esa misma capacidad de síntesis o la misma capacidad de resumir. Como que está bueno copio y pego, copio y pego y después veo cómo voy (...) con la computadora no me requiere tanta interpretación de lo que estoy leyendo, porque copio y pego. y de última después chequeo qué onda (Catalina, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

P: Tus resúmenes, ¿los hacés en pantalla o en papel?

R: Siempre los hice en papel porque (...) me parece que cuando escribís en papel, cuando bajás a papel estás procesando mejor la información de una manera más consciente que cuando lo hacés en computadoras. Cuando lo hacés en computadora estás más en automático, entonces es como que trabajás menos de lo que estás recibiendo porque es escuchar y pasarlo, casi de manera automática. Lo hacés de manera tan literal, mucho más parecido a lo que dicen los profesores y llegás a captar más información. Pero la procesás menos el momento que estás tomando. Así que generalmente tomo en papel, pero hay algunas clases en las que hay mucha cantidad de información y muy rápida, en clases sobre todo donde es importante lo que dicen los profesores casi literal.

Es lo que dicen ellos y lo que no es eso está mal entonces ahí sí y hago apuntes en la computadora (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación Social, UA).

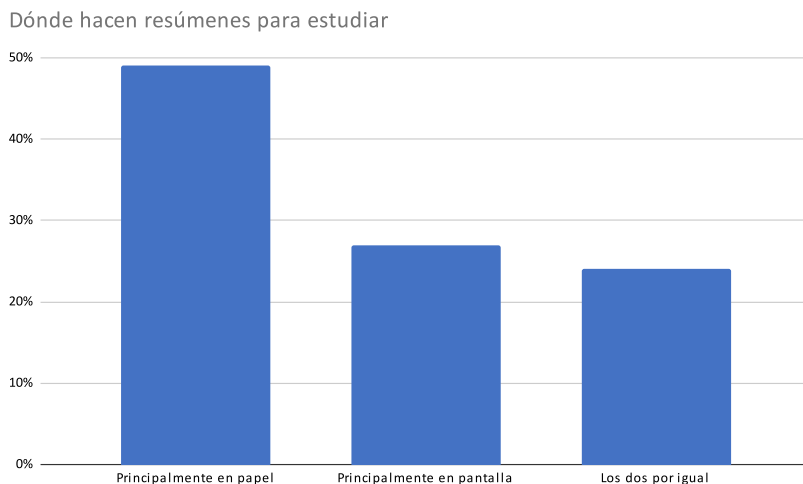
No me acostumbro todavía a hacer resúmenes en Google Docs, por ejemplo. El Google Docs es meramente de producción, sentarme, copiar, pegar y por ahí hacer borradores. Pero después, ponele, los ejes los tengo en papel. Los apuntes, ahora que estoy empezando con un parcial, los tengo todos en papel, el cuaderno (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Resulta interesante la experiencia que relatan estos estudiantes: la ventaja que ofrece la computadora de transcribir con velocidad y de copiar y pegar texto con facilidad se vuelve una desventaja, porque esa facilidad insta más a la reproducción “automática” del texto que a la interpretación o el “procesamiento” de los conceptos. Tomar apuntes a mano requiere de un mayor esfuerzo mental, pero a la vez asegura una mejor interpretación al realizar la síntesis, los “ejes”. Se produce aquí un encuentro entre la velocidad y el acceso a cuantiosa información (la pantalla) y la lentitud y la síntesis de esa información (el papel).

En la fase cuantitativa de esta investigación, realizada un año después de la cualitativa, es de destacar que continúa la preferencia del papel sobre la pantalla. Las y los estudiantes realizan sus resúmenes principalmente en papel en un 49% de los casos, y en pantalla en un 27%, mientras que usan ambos soportes por igual en un 24% (Gráfico 94).

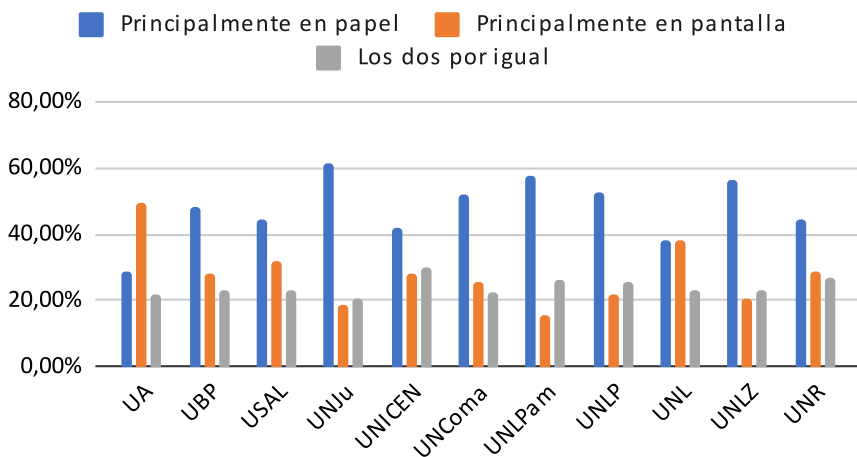
Al igual que sucedió con el uso de la pantalla y del papel para estudiar, aparecen algunas diferencias por universidad: por ejemplo, quienes asisten a la Universidad Austral son los únicos que manifiestan una preferencia de la pantalla sobre el papel (49,32% y 28,77%, respectivamente), mientras en la UNJu, la UNLPam y la UNLZ se observa un predominio destacado del papel sobre las otras opciones (61,11%, 57,85% y 56,61%, respectivamente). En tanto, en la UNL las y los estudiantes que eligieron el papel y la pantalla alcanzan el mismo porcentaje (38,46%) (Gráfico 95).

### Gráfico 94



### Gráfico 95

## Dónde hacen resúmenes para estudiar (por

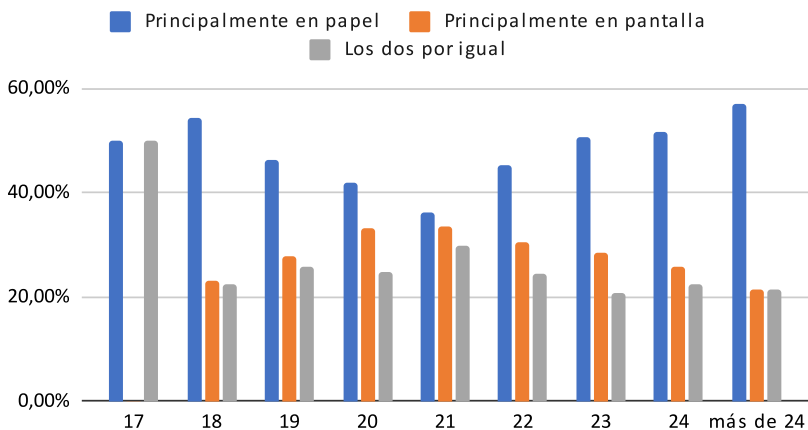


Por edad de los encuestados, la preferencia de uno u otro soporte para hacer resúmenes presenta diferencias importantes:

los de 17 y 18 años y los de más de 24 son los que mayor preferencia tienen por el papel sobre la pantalla, mientras que en los de 20 y 21 la opción por la pantalla se acerca bastante a la del papel.

**Gráfico 96**

Dónde hacen resúmenes para estudiar (por edad)



En el mismo sentido, las y los estudiantes de primer año son los que mantienen una preferencia mayor por el papel y menor por la pantalla (55,84% sobre 20,14%), y algo muy similar sucede con los que están en fase de realización de su tesina o trabajo final (53,76% sobre 20,43%). Llamativamente, en estos dos rangos son los únicos en que la opción “los dos por igual” supera a la preferencia por la pantalla (Gráfico 97).

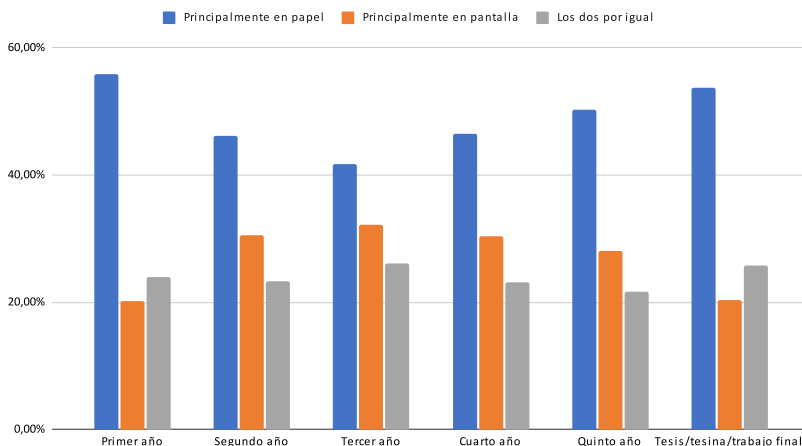
Finalmente, por género autopercebido se mantiene una leve preferencia de las mujeres por el papel (49,93%) y de los varones por la pantalla (34,46%) a la hora de hacer resúmenes (Gráfico 98).

En síntesis, los usos diversos y aparentemente contradictorios del papel y la pantalla para estudiar, demuestran el carácter personal de las estrategias de lectura transmedia que venimos describiendo, en las cuales más allá de las características intrín-

secas de los dispositivos –recordemos que la pantalla está vista como un espacio poco amigable para leer– tienen lugar “usos desviados de la interfaz” (Scolari, 2018) que subvierten esas características y adquieren otro significado para los usuarios.

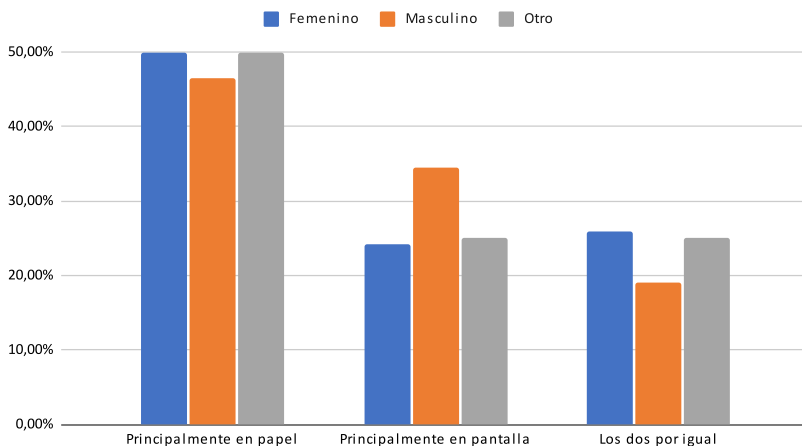
**Gráfico 97**

Dónde hacen los resúmenes para estudiar (por año de la carrera)



**Gráfico 98**

Dónde hacen resúmenes para estudiar (por género autopercebido)



## 6. *Verba volant, scripta manent*

Esta frase, atribuida a Cayo Tito durante un discurso al senado romano, significa “las palabras vuelan, lo escrito queda” (Manguel, 2012). La afirmación no parece perder vigencia, puesto que gran parte de las y los estudiantes entrevistados sostiene que el acto de escribir sus apuntes hace que los conceptos les “queden” en la “memoria”, se “fijen” o los “absorban” en sus cabezas:

P: ¿Vas anotando en papel o vas anotando en un Word?

R: Sí voy anotando en el papel. Para después sí o sí tengo que leerlo de un papel, si no, no me queda.

P: ¿O sea que el papel es como que fija el conocimiento?

R: En mi caso sí. Cuando leo en la computadora no me queda nada (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

P: Y ¿haces resúmenes en pantallas o en papel?, tus resúmenes para estudiar...

R: En la pantalla, pasa de que como vas resaltando y escribiendo al lado lo que escribo es como que sería el resumen, pero a su vez o sea que a su vez después si quiero que se me quede muy muy bien, sí o sí necesito escribirlo en papel (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

lo voy como resumiendo yo porque lo que logro con eso era lo que me pasaba con la escritura, que al escribirlo a mano absorbía más, entonces al escribirlo en la computadora estoy logrando que me pase eso de absorber lo que leo (Lourdes, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Me parece que fijo más los conocimientos cuando los escribo en papel (Gerónimo, 19 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Yo en las clases anoto todo a mano, me sirve más. Después quizás lo paso a computadora, pero, si no lo paso por la mano es como que no me queda (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

El resumen yo me lo sigo haciendo en papel, por una cuestión de que en memoria me queda mucho más (Antonia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Hasta puedo hacer cuatro resúmenes de un tema, pero usar esos cuatro resúmenes para ir aprendiendo para que me vaya quedando (María, 25 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Mi método para estudiar es ir leyendo los PDF e ir tomando apuntes en papel. Al hacerlo siento que se me quedan grabados los contenidos, y una vez que me pongo a estudiar siento que ya los sé porque ya los leí y ya los escribí (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Hay cosas que yo me subrayo y me quedan en la memoria de cosas que yo subrayé y marqué como para enfatizar en eso (Jimena, 32 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Resulta llamativo cómo estas afirmaciones recuperan un planteo antiguo sobre la relación entre oralidad y escritura. Precisamente Platón se opuso a la escritura porque, decía, iba a hacer que las personas perdieran su memoria al confiar en un dispositivo externo el conocimiento que debía estar en sus cabezas (Ong, 1994). Al contrario, aquí vemos que la escritura sale al auxilio de la memoria: escribir ayuda a fijar los conceptos en la memoria, y en esto la escritura a mano parece ser más efectiva que la digital. Asimismo, pasar los apuntes “con sus propias palabras” hace que se apropien de los conceptos y los incorporen mejor cuando estudian:

Siento que está con mi letra, siento que le puedo hacer flecha que lo puedo marcar, colorear me gusta tenerlo (Valentina, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Lo que hago para estudiar era leer un par de veces, tratar de entenderlo y después pasarlo a papel con mis propias palabras (Federico, 19 años, 2do año de Periodismo, UNLZ).

Lo que hago es siempre tomar apuntes en clase así que a la hora del parcial o un final lo que hago es ir resumiendo a mano alzada, que es como más me queda en la cabeza en una hoja en blanco, mezclando lo que lo que vimos y los textos que nos hayan dado. Voy a armando ahí un resumen que después lo voy repitiendo, o sea una vez que lo tengo terminado lo voy repitiendo en voz alta muchas veces hasta que lo entiendo y me queda (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Es de destacar en ese último extracto la persistencia del hábito de la lectura en voz alta para fijar los conceptos a través de la repetición. Tiene lugar aquí otro cruce, esta vez entre oralidad y escritura, que puede ser considerado otra estrategia de lectura transmedia como las que venimos describiendo. A estas estrategias orales dedicaremos el último apartado.

Finalmente, es interesante el siguiente extracto en el que el estudiante busca fijar los conceptos reescribiendo los textos pero, en lugar de hacerlo manualmente, lo hace en su computadora:

Lo que hago es cuando estoy leyendo los PDF cuando puedo, copio el fragmento que quiero y lo paso en Word. A partir de ahí, a veces cambio la forma en la que está hecha la oración para que me quede, como yo la recuerdo como la pueda recordar (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

A diferencia de lo que sucedía con otros estudiantes que preferían no escribir sus apuntes en la computadora porque sentían que lo hacían de manera automática copiando y pegando, es de destacar en este caso cómo la reescritura de ese texto, esta vez en la pantalla, persigue la misma estrategia de fijar los conceptos al hacerlos propios.

## **7. Escribir en clase**

Según los historiadores de la lectura (Cavallo y Chartier, 2001), en los comienzos de la universidad, *dictar clase era dictar del libro*, puesto que antes de la invención de la imprenta de Guten-

berg había pocos libros disponibles y de ese modo los profesores se aseguraban de que llegara el contenido a sus estudiantes. Esto dio lugar a toda una didáctica centrada en el dictado y a un estilo de clase magistral meramente expositiva en la que el profesor monopolizaba la palabra. En muchas aulas esta situación no ha cambiado significativamente, y este es uno de los tantos aspectos que han sido puestos en discusión a raíz de la pandemia, donde pedagogas como Maggio (2020) han planteado si resulta conveniente trasladar sin más las clases expositivas a la pantalla, sosteniendo horas de clase a través de las plataformas de *streaming* como Google Meet o Zoom, entre otras. Si bien este no fue el foco de nuestra investigación, de las entrevistas con las y los estudiantes de Periodismo, Comunicación y carreras afines pudimos inferir que tuvieron que lidiar con clases expositivas a través de Internet, y por eso buscaron replicar el modo en que asistían a clase antes de la cuarentena. Una de las prácticas que ha permanecido intacta fue la de tomar apuntes durante las mismas. Ahora bien, para muchos de los entrevistados, tomar apuntes durante la clase puede ser muy distractor si se lo hace desde la misma computadora, y es por eso que mantienen el hábito de escribirlos a mano mientras escuchan al profesor:

Tomo apuntes de la clase en papel porque me resulta más fácil ver y escuchar, y yo tengo que ir escribiendo. Quizás no me gusta tanto el escuchar y estar en un Word, como que siento que no le presto tanta atención al docente. Entonces prefiero escribir a mano (Manuela, 22 años, 4to. año Comunicación, UNLPAM).

P: te ayuda a tomar nota en papel y no directamente en la compu...

R: Porque siento que lo pienso mucho más porque al estar escuchando y escribiendo así es como copiar o quizás textualmente lo que dice el profesor si es que va muy rápido y si no bueno, lo tenés que pensar y escribís un mini resumen pero quizás, no sé, en estar apurado o en “uh me equivoqué en esta letra, tengo que borrar”, como que siento que no soy tan consciente de lo que estoy escribiendo entonces me acuerdo mucho más de las cosas que dice en clase el profesor escribiéndolo que tipeando (Valentina, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

En estos extractos podemos ver cómo las y los estudiantes se sienten condicionados por las características del procesador de textos –“estar en un Word”– al punto de que dedican parte de su atención a editar el texto mientras escriben. Por lo tanto, eligen la mayor libertad que les otorga el escribir a mano, instancia en la cual se pueden concentrar mejor en lo que dice el profesor y no en lo que ellos van escribiendo. Escribir los apuntes a mano y en papel, entonces, los conecta mejor con la experiencia de estudiantes antes de la pandemia:

Si tomo nota de lo que se dice en la clase, lo hago en mi cuaderno, en un papel. Eso es un hábito que tengo, que me resulta aparte como más familiar a la vieja normalidad... no sé, es como que me siento un poco más normal escribiendo... pero si no... suelo los resúmenes pasarlos, trato de pasarlos a computadora porque me queda más prolijo y por ahí no me entiendo la letra (Morena, 24 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Yo cuando leo algo en digital me siento como saturada. Cuando leo algo en papel siento que estoy haciendo las cosas de la facultad. Para mí, la facultad es papel, es un cuadernillo, pero en lo digital me pasa que al mismo tiempo que tengo un PDF tengo WhatsApp abierto o Instagram o lo que sea y como que todo está ahí. En cambio cuando estoy con el texto estoy yo sola con el texto y lo tengo que leer y punto. Digo, también puedo cerrar WhatsApp Web, pero no me funciona porque al toque lo abro (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Vamos a destacar dos expresiones de estas estudiantes. En primer lugar, para ellas escribir a mano es mejor pero, después, no se entienden la letra; por eso luego deciden pasar esos apuntes a la computadora para que quede más prolijo cuando tengan que estudiar. De ese modo eluden la atención que demanda operar el procesador de texto *durante* la exposición del profesor. En segundo lugar, la expresión “la facultad es papel” sintetiza maravillosamente la necesidad que tienen las y los estudiantes de reducir la multiplicidad de estímulos que les ofrece

la computadora cuando se trata del estudio. Precisamente esta “vieja normalidad” a la que se hace referencia tiene que ver con que la facultad, la clase, el aula, son interfaces especializadas (Albarelo, 2019) que ofrecen un único estímulo (ver/escuchar la clase) y al igual que el libro o el apunte escrito o impreso, que sirve principalmente para leer, cumplen mejor esa sola función. En cambio, la computadora como interfaz metamedium ofrece una multiplicidad de funciones y posibilidades que distraen la atención de la tarea principal y dificultan la concentración. Por eso, estas estudiantes necesitan reducir esa multiplicidad de tareas y utilizar interfaces especializadas para no comprometer su atención y dedicarse exclusivamente a la clase. Sin embargo, otros estudiantes han asumido esta condición metamedium y han incorporado la práctica de tomar apuntes con la computadora, lo cual ya hacían antes de la cuarentena:

Lo que más cambió obviamente fueron las clases. Yo antes llevaba mi computadora a las clases presenciales y tomaba apuntes con mi computadora. En ese sentido, ahora hago algo parecido: escucho al profesor hablar y tomo apuntes de la misma manera (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

Yo siempre era mucho de tomar apuntes en un cuaderno un montón pero ahora con todo esto de la virtualidad noto que no sé, que los docentes están también hablando muchísimo más rápido o yo también puede ser que haya perdido el hábito de la escritura (...) y tomo todos los apuntes por la computadora, voy escribiendo, agarro, abro el bloc de notas al lado y voy escribiendo todo ahí (...) tengo todos los bloc de notas en la computadora bien acomodados con diferente materia (Jorgelina, 19 años, 2do año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

En algunos casos, incluso, las y los estudiantes aprovechan aún más las posibilidades que les brinda la computadora metamedium, y toman nota en la misma computadora para complementar luego esos apuntes con información de otras fuentes:

Ahora pongo la pantalla a la mitad en Meet con los Power Point y en la otra mitad tengo un Word, entonces a medida que hablan voy escribiendo todo y después leo los textos de la bibliografía y directamente complemento, saco alguna oración y así tengo todo en un mismo lugar, mucho mejor (Catalina, 20 años, 2do año de Periodismo, USAL).

Tal vez el aspecto más novedoso que introdujo la pandemia fue el contar sistemáticamente con las grabaciones de las clases, lo cual dio lugar a nuevas estrategias de lectura y escritura, en las cuales las y los estudiantes escuchan las grabaciones luego de la clase para tomar notas o como una introducción a los textos:

P: ¿tenés alguna metodología de estudio? Por ejemplo, primero leo, o primero escucho los audios de las videoconferencias o primero subrayo, etc...

M: Leo, subrayo, resumo y, por lo general mientras voy transcribiendo lo voy procesando y lo voy analizando (Manuela, 22 años, 4to año Comunicación, UNLPAM).

Primero escucho y veo el video de la explicación del profesor de la cursada, y luego me meto al texto (Lucas, 19 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

Ahora, al ser todo virtual, más que de memoria estudio escuchando las clases y comprendiendo. Además, al ser algo que me gusta, se me quedan las ideas grabadas y aprendo más rápido (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Nótese en este último caso cómo el estudiante utiliza la metáfora de la grabación no solo para hablar del video de la clase que escuchó, sino que hablar de “las ideas grabadas” en su memoria. En los primeros casos, además, el video de la clase es la puerta de entrada a los textos y apuntes, así como con las narrativas transmedia, los fans comienzan por la película y luego se introducen en los cómics, la serie de TV o los libros.

Estamos entonces ante una dinámica interesante que si bien sucedía antes de la pandemia –muchos estudiantes solían grabar las clases para escucharlas luego– en este contexto se ha establecido como una práctica habitual. Las estrategias de lectura transmedia se han diversificado y ampliado, incluyendo textos, audios y videos que las y los estudiantes conectan entre sí durante su recorrido en las horas de estudio con el objeto de aprender los conceptos de la mejor manera posible.

## **Conclusiones**

La lectura en el papel y en la pantalla, lejos de oponerse, se complementan en el marco de las estrategias de lectura que realizan las y los estudiantes de Comunicación y Periodismo durante la pandemia, que marcó un punto de inflexión en la incorporación de las pantallas a su vida académica. A continuación, ofrecemos de manera resumida los principales hallazgos de nuestra investigación sobre el modo en que eligen leer las y los estudiantes a la hora de realizar sus tareas académicas.

- La situación generada por la pandemia obligó a las y los estudiantes a adaptarse a la lectura en pantalla, a pesar de no ser su primera opción para leer. Es así que, según la encuesta, un 33% elige la pantalla como su opción principal, y un 23% el papel, pero la opción “los dos por igual” es la que se lleva el mayor porcentaje de preferencia: 44%

- Entre las principales razones para no leer en pantalla se destacan el cansancio visual y las molestias físicas que genera, además de la distracción, asociada a las múltiples tareas que se pueden hacer en la computadora. Las y los estudiantes declaran “no puedo leer en pantalla” y, por el contrario, “me gusta leer en papel”, marcando una diferencia entre la lectura impuesta por la pantalla y el disfrute asociado al papel.

- Entre las principales razones para leer en pantalla se destacan: la practicidad de tomar apuntes en la computadora, la posibilidad de editar textos para que queden más prolijos y legibles, la versatilidad de contar con los textos accesibles en un mismo lugar

en la nube y de enriquecerlos con apuntes de los compañeros y con otras fuentes.

- Las y los estudiantes ponen en juego diversas estrategias de lectura transmedia que complementan la pantalla y el papel como, por ejemplo:

- Leer en pantalla y escribir en papel sus apuntes.

- Imprimir apuntes que toman en la computadora para poder intervenirlos con subrayados, resaltados, etc. con el objeto de apropiárselos mejor para estudiar.

- Transcribir a mano apuntes que tomaron en la computadora.

- Las y los estudiantes realizan sus resúmenes principalmente en papel en un 49% de los casos, y en pantalla en un 27%, mientras que usan ambos soportes por igual en un 24%.

- Tomar apuntes en la computadora durante la clase es percibido como un acto automático en el cual no se fijan bien los conceptos, en cambio, tomar apuntes a mano asegura una mejor comprensión de esos conceptos.

## Capítulo 13

# LA HORA DE LOS PROSUMIDORES: PRÁCTICAS COLABORATIVAS, PARTICIPACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS VINCULADOS CON EL ESTUDIO

**Francisco Albarello**  
**María José Müller**  
Universidad Austral

### Introducción

Tal vez una de las huellas más profundas que está dejando la pandemia en las rutinas de estudio de los universitarios es el descubrimiento y la revalorización del trabajo colaborativo a través de las herramientas que ofrece Internet. Esto ha sido tan notorio que a nosotros mismos como investigadores nos ha sucedido que, inicialmente, creamos el código “apuntes colaborativos” para dar cuenta del intercambio que se producía entre las y los estudiantes en los materiales escritos en los que participaban varios de ellos. Pero rápidamente nos dimos cuenta de que lo colaborativo excedía largamente la creación de apuntes comunes pues se extendía a toda la experiencia de aprendizaje. En este capítulo final vamos a describir y analizar las prácticas colaborativas de estudio que desarrollan las y los estudiantes de carreras de Comunicación, Periodismo y afines, entre las cuales se destaca la producción de contenidos, ya sea en el uso de redes sociales como en el marco de sus actividades académicas.

### 1. Prácticas colaborativas de estudio

La experiencia de estudio durante la pandemia adquirió un rasgo fuertemente colaborativo. Facilitado por la familiaridad que tienen las y los jóvenes con las herramientas digitales, y ante la necesidad de compensar la falta de contacto físico, plataformas como Google (con sus aplicaciones Drive, Meet y Classroom),

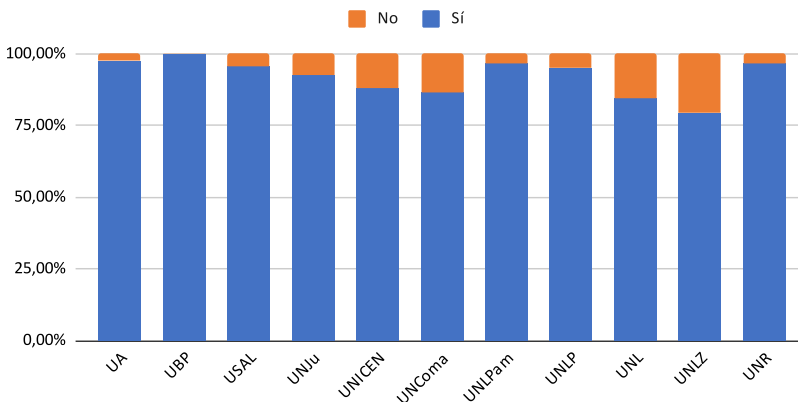
Zoom, WhatsApp, el campus virtual de la universidad y, en menor medida, Microsoft Teams, el correo electrónico y hasta redes sociales como Facebook e Instagram, conformaron un verdadero ecosistema de tecnologías colaborativas al servicio del aprendizaje. Y ponemos el énfasis en el aprendizaje, porque esta experiencia fue mucho más allá de la propuesta de enseñanza que propiciaron las universidades. Las y los jóvenes han convertido en colaborativo lo que es concebido, mayormente, como una experiencia de aprendizaje individual.

### 1.1. El descubrimiento

El camino comienza con un descubrimiento: las herramientas colaborativas que siempre estuvieron allí, de pronto cobraron inusitada visibilidad. A la pregunta “¿hacés trabajos en grupos usando plataformas digitales?”, la respuesta en la fase cuantitativa de la investigación fue contundente: un 91% respondió afirmativamente. Por universidad aparecen algunas diferencias: mientras que quienes asisten a la Universidad Blas Pascal en un 100% respondieron afirmativamente a esta pregunta, las y los estudiantes de universidades públicas como la UNLZ y la UNL lo hicieron en menor medida (79,49% y 84,62%, respectivamente).

**Gráfico 99**

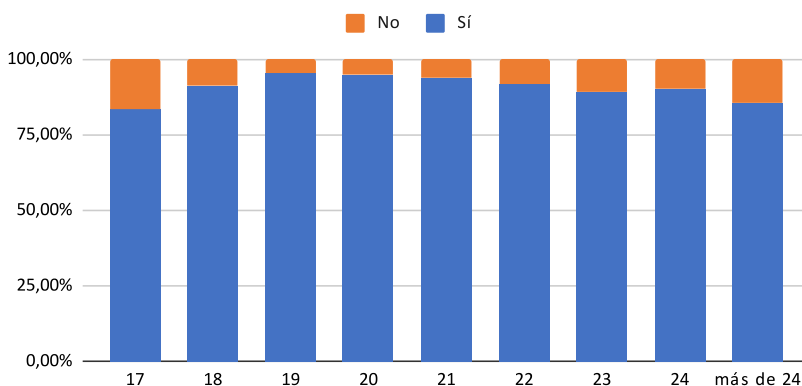
Hacen trabajos en grupo usando plataformas digitales (por universidad)



En tanto, de acuerdo con la edad de los encuestados y en continuidad con lo que vimos acerca del acostumbramiento a la pantalla a la hora de estudiar, son las y los jóvenes de 17 años y los de más de 24 quienes expresaron en menor porcentaje que utilizan plataformas digitales para hacer trabajos en grupos (83,33% y 85,66%, respectivamente).

**Gráfico 100**

Hacen trabajos en grupo usando plataformas digitales (por edad)



Asimismo, por año de cursada se observa que son las y los estudiantes de primer año los que menos utilizan plataformas digitales para hacer trabajos en grupos (84,94%), lo que indica claramente que el trabajo en grupos colaborativos es una competencia que se adquiere a lo largo de la carrera, ya que quienes aún la han terminado mantienen esta práctica para realizar su trabajo de tesis (Gráfico 101).

La fase cualitativa de la investigación nos proporciona explicaciones sobre cómo y por qué las y los estudiantes eligen las plataformas para realizar trabajos en grupos. Muchos de las y los jóvenes entrevistados expresan que el trabajo colaborativo facilita el aprendizaje en el contexto complejo que impuso la pandemia:

Acá lo tenés todo en el celular, te lo facilita un montón. Claro y además la posibilidad de compartirlo con otros también le da como un agregado (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación, UA).

En este contexto lo uso un montón porque hacer los trabajos por Drive facilita muchísimo más (Martina, 22 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

Drive siempre lo usé, pero ahora me acostumbré a usarlo más, ayuda con el manejo de material y luego en la computadora quizás es más fácil usarlo por así decirlo, pero siempre lo usé, aunque ahora se intensificó su uso (Solana, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Te hace mucho más fácil escribir, más que nada en este tiempo que hemos estado aislados, nos conectábamos por videollamada o en el WhatsApp comenzábamos a escribirnos y empezar a escribir en el mismo Word del Drive (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Por cada materia tenía una vía diferente en ese trabajo porque solía ver lo que había trabajado porque de las cinco materias usando cuatro aulas web y otros recursos, con grupos de apoyo es más fácil (Francisco, 21 años, 3er. año de Comunicación, UNLP).

Estuve usando mucho Docs, que desde que empecé a estudiar me sirvió mucho. Además facilitó mucho el trabajo con compañeros que por ahí no conocía (Martina, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

La experiencia grupal salvó a las y los estudiantes de naufragar en el océano de aplicaciones y herramientas que las universidades compulsivamente comenzaron a utilizar en el contexto del ASPO. Esta situación hizo que muchos valoraran positivamente las herramientas colaborativas por el modo en que les facilitó el aprendizaje:

El Drive me parece la clave de mi estudio, me soluciona todo. Estoy fascinada con el Drive: siempre que tenemos que hacer un trabajo en grupo, digo “bueno creo un Drive y aportamos todos” (Lola, 20 años, 2do año Periodismo, UBP).

Drive a morir. Me considero embajadora de Drive. Después sí, mucho Google porque aparte mucho grupo (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Si, un montón. No lo usaba mucho pero ahora es la salvación (Valentina, 25 años, 5to año de Comunicación, UNR).

A mi trabajar en equipo me gusta porque tenés algo de poder discutir. Yo tengo una idea, el otro plantea otra cosa y ese ida y vuelta me encanta. Sí costó bastante más usarlo. Estamos usando mucho una plataforma que se llama Drive, de Google (Martina, 22 años, 5to año de Comunicación, UNR).

**Gráfico 101**

Hacen trabajos en grupo usando plataformas digitales (por año de cursada)

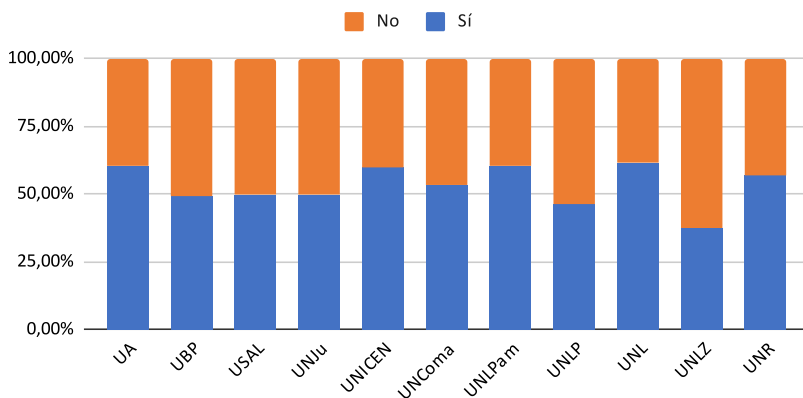


Google Drive fue el gran descubrimiento de la pandemia, por la facilidad que ofrece para trabajar de manera colaborativa, ese “ida y vuelta” necesario para elaborar tareas en conjunto. En la fase cuantitativa de esta investigación le preguntamos a las y

los estudiantes si hacían apuntes colaborativos utilizando herramientas digitales, a lo que respondieron afirmativamente el 50% de los encuestados. Pareciera que el apunte colaborativo es una instancia que implica mayor participación que la de los trabajos en grupos, porque supone escribir entre todos, editar y agregar comentarios a un documento común. Ahora bien, en línea con lo que sucede con el uso de la pantalla para estudiar, la práctica de los apuntes colaborativos presenta diferencias por universidad: es más común en la Universidad Austral (60,27%) la UNICEN (60%), la UNLPam (60,33%) y la UNL (61,54%), mientras que en la UNLZ es una práctica menos común (37,67%).

**Gráfico 102**

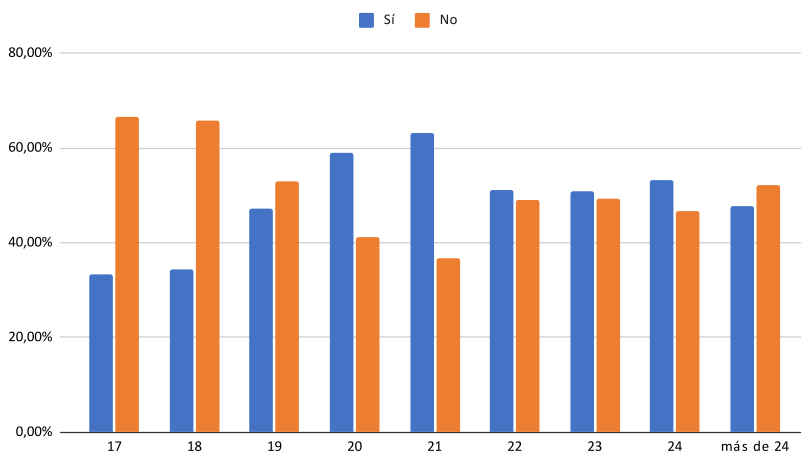
Producen sus apuntes colaborativamente con sus compañeros (por universidad)



Si tenemos en cuenta la edad de los encuestados, la realización de apuntes colaborativos varía significativamente: mientras que las y los estudiantes de 17 y 18 años son los que menos hacen este tipo de actividades (33,33% y 34,27%, respectivamente), llega hasta un 63,18% en las y los estudiantes de 21 años y luego desciende gradualmente hasta llegar a un 47,74% de los de más de 24 años.

### Gráfico 103

Producen apuntes colaborativamente con sus compañeros (por edad)



Asimismo, si tenemos en cuenta el año de cursada, podemos ver claramente cómo la práctica de los apuntes colaborativos es baja en primer año (37,73%), en segundo año llega al 50% de los encuestados y, de tercer año en adelante, crece sensiblemente. Podemos concluir entonces que, al igual que los trabajos colaborativos, la realización de apuntes con otros compañeros es una competencia que se desarrolla a lo largo de la carrera, y que persiste aún en quienes han terminado de cursar y se encuentran realizando su trabajo final de graduación (Gráfico 104).

En la fase cualitativa de esta investigación, las y los estudiantes entrevistados expresan que utilizan Drive en complemento con otros servicios de videoconferencia como el mismo Google Meet, Zoom y también Microsoft Teams. En Drive todos los integrantes del grupo suman su parte, se comentan, editan y realizan resúmenes compartidos. Y mientras lo hacen, mantienen sesiones de videoconferencia para establecer acuerdos e intercambios, sobre todo para realizar trabajos prácticos o para repasar antes de un examen:

Coordinamos un día, un horario, y con un documento compartido vamos contestando juntas. A lo sumo decimos “vos hacé este, yo hago ésta” y después lo comparamos. Pero como siempre en los equipos estoy con mis más amigas, no tenemos nunca muchos problemas en juntarnos, charlar un rato y debatir lo que estamos haciendo (Manuela, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Para las materias con muchos textos hacemos un grupo de estudio para dividirnos los textos y armamos un documento en conjunto con Google Docs. Después en Zoom cada uno explica lo que entendió del texto que resumió o se buscan resúmenes de alguien más, porque no se encuentra el tiempo ni la concentración necesaria para hacerlo (Florencia, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Cuando hay que estudiar para un parcial nos juntamos de a dos o de tres, hacemos resúmenes Y hay mucho feedback, si yo no sé algo la otra persona me lo explica. Con las plataformas una manda un resumen, armamos un Drive y vamos sumando cosas generalmente lo hace una y otra lo corrige y controla lo que está mal y lo que está bien (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

Uso mucho Drive. Cuando estamos haciendo un trabajo en grupo solemos hacer videollamada por Teams con los compañeros, y vamos charlando, debatiendo. También uso mucho WhatsApp. Tenemos un grupo por materia, y por cada grupo de trabajo de cada materia también hacemos otro grupo más (Joaquín, 20 años, 3er año de Institucional, UBP).

Este último trabajo que tuvimos que hacer para periodismo de investigación (...) nos manejamos directamente por Drive, adentro del documento hay un chat, entonces hablábamos por ahí y al mismo tiempo en paralelo si teníamos que aclarar algo más rápido por audio por ejemplo por WhatsApp. Entonces era como estábamos en Drive y en WhatsApp al mismo tiempo. Y escribiendo (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNCOMA).

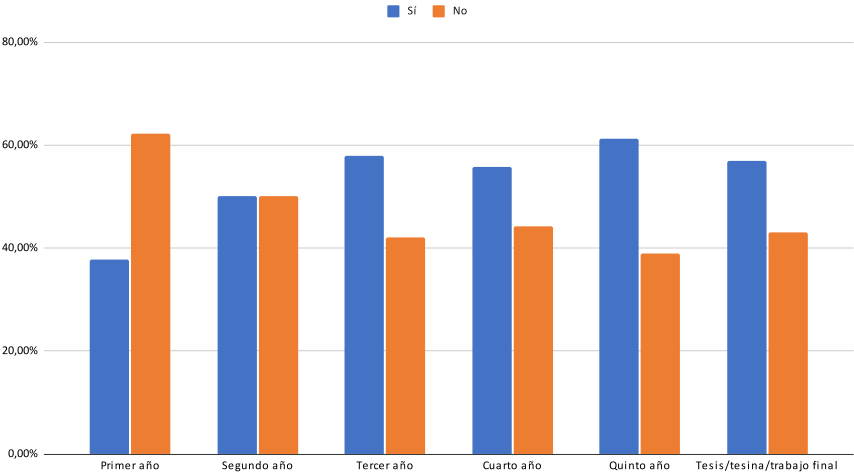
Por Meet, abrimos una sesión y abrimos un documento en Google Docs, a esto también, en Google Docs lo usamos porque es un documento colaborativo, entonces todos escribimos y todos nos podemos corregir, sobre todo cuando hay algún trabajo, o acordamos el día y la hora, y empezamos a estar todos, y nos escuchamos lo que dice el otro, entonces como que decimos “poné esta parte”, o “andá haciendo esta parte y yo corrijo ésta” y ahí vamos viendo todos los cambios que vamos haciendo todos en el documento (Josefina, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

El Drive ha sido, por lo menos en los trabajos grupales, el más usado. Porque permite generar archivos tanto en Word como en Excel y de esa manera ir manipulándolo entre los distintos integrantes (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Hay veces que tenemos grupos que ya sabemos que vamos a trabajar durante todo el año o para los trabajos finales y armamos grupos para coordinar ahí. También armamos una carpeta de Drive donde ponemos lo que cada uno hace del trabajo (Abril, 20 años, 2do año de Comunicación, UNR).

**Gráfico 104**

Producen sus apuntes colaborativamente con sus compañeros/as (por año)



En este rápido recorrido por estudiantes de distintas universidades podemos comprobar la utilidad de Drive y otras plataformas de videoconferencia para el trabajo en grupo. Las y los estudiantes se enseñan entre ellos compartiendo sus resúmenes, se corrigen y editan, desarrollando estrategias horizontales de trabajo y poniendo en diálogo los atributos de cada plataforma: Drive para documentos compartidos y Meet, Zoom o Teams para videoconferencias.

## **1.2. WhatsApp como puerta de entrada**

Hay entre las y los estudiantes un consenso generalizado en utilizar WhatsApp como punto de inicio de las prácticas colaborativas de estudio. La masividad y el acceso ubicuo que posibilita el smartphone le da a este programa de mensajería un lugar relevante en las prácticas de estudio. La mayor parte de las y los estudiantes coinciden en que lo primero que hacen para estudiar en forma colaborativa, por defecto, es armar un grupo de WhatsApp que funciona como punto de apoyo para las otras aplicaciones sincrónicas y asincrónicas:

Como ya somos de la misma camada y todos tenemos los celulares de todos y todas, nos contactamos por WhatsApp, armamos un grupo directamente... bueno, ahora con todo esto nuevo que surgió este año se arman salas de Meet y por acá. Por acá armamos un Drive enseguida, un Google Docs compartido y ahí, a tomar apuntes y a escribir más o menos entre todos (Belén, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Tenemos grupos de WhatsApp, generalmente tengo el mismo grupo para todas las materias porque somos los mismos compañeros. Entonces por ejemplo tenemos un grupo y de ese grupo coordinamos el resto de las materias. O si hay una materia que justo hay otro compañero, sí se arma otro grupo. De ahí coordinamos y hacemos encuentros virtuales y al mismo tiempo abrimos Drive. Entonces vamos debatiendo y armamos las ideas en el Drive y de ahí vamos armando el documento compartido, que es el que vamos a terminar enviando (Valentina, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Usamos WhatsApp, para coordinar un encuentro, usamos un Drive, y arrancamos cada uno a escribir el trabajo y hacemos una videollamada, todo al mismo tiempo (Pablo, 28 años, 1er año de Comunicación, UNR).

Para trabajos en grupo generalmente WhatsApp, armar el grupo con los compañeros y automáticamente una carpeta Drive con el nombre de la materia o con el trabajo (Pablo, 39 años, 2do año de Comunicación, UNLP).

En otra materia también teníamos que hacer un grupo con gente que no conocíamos, yo curso con una amiga así que vimos que gente que publicaba que no tenía grupo, les hablábamos y hacíamos un grupo de WhatsApp para coordinar horarios: “¿Podés tal día hacer un Zoom?” (Melany, 23 años, 5to año de Comunicación, UNLP).

He hecho trabajos grupales y usamos más que nada WhatsApp para coordinarse, qué vamos a hacer, quién se encarga de cada cosa (Federico, 30 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Como podemos ver, WhatsApp es el medio natural para trabajar en grupos colaborativos, y en ese sentido se utiliza como un complemento del trabajo que se realiza en Drive y como un espacio para mantenerse en contacto de manera permanente:

Lo que es mandar los documentos, lo descarto un poco (...) no nos mandamos los archivos por WhatsApp, siempre mandamos los archivos por Gmail, y era fijarse o confirmar la recepción, creo que el WhatsApp es solo para informar, el archivo nos lo mandamos por otra plataforma (Solana, 21 años, 4to. año de Comunicación, UNJu).

Estudio en grupos, hago trabajos grupales coordinando distribuyendo tareas si es posible alguna reunión virtual pero mínima; después todo el tiempo por WhatsApp conectados (Juan, 21 años, 3er año de Planificación, UNLP).

Pero algunos van más allá de esta función informativa y de contacto permanente. Se observa aquí una evolución en el uso del WhatsApp durante la pandemia, que pasó de ser el punto de inicio a ser una especie de acompañante de todo el trabajo colaborativo:

En el Drive volcábamos todo el contenido, pero dentro del grupo de WhatsApp vamos mandando avances, lo que parece que podemos ir escribiendo, vamos pasando lugares donde podemos fijarnos diferentes cosas... el grupo de WhatsApp se ha transformado para que sea eso, antes lo usábamos sólo para coordinar la ida a la facultad y ahora lo usamos para ir craneando el trabajo para después terminar de volcarlos al Drive. Eso sí que es un cambio que ha hecho la cuarentena (Emilio, 26 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Sin embargo, en situaciones de baja conectividad, WhatsApp funciona como una plataforma total que permite no solo estar conectados sino también compartir los archivos que en otras situaciones se comparten y trabajan en Google Drive:

Antes de la pandemia nos juntábamos a hacer el grupo de estudio y bueno como hacíamos como un taller de lectura, y ahora es medio difícil porque no todos contamos con la misma posibilidad de conectarnos así que bueno nos vamos tirando algunos resúmenes por un grupo de WhatsApp (Elber, 22 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

Según podemos notar en el discurso de las y los estudiantes, WhatsApp ha dejado de ser meramente un programa de mensajería para convertirse en un soporte del estudio colaborativo, una especie de pegamento o hilo conductor que mantiene unidos todos los trabajos que se realizan con otros. Sumarse a un grupo de estudio en WhatsApp es el primer paso para ingresar en un ecosistema de herramientas colaborativas que las y los estudiantes aprovechan para estudiar con otros. Si antes se veía al smartphone como un dispositivo que distraía, como un enemigo

del estudio, claramente la pandemia lo ha consagrado como la *killer app* del estudio colaborativo.

### **1.3. Oral, sincrónico y compartido / escrito, asincrónico e individual**

El ecosistema digital de las y los estudiantes universitarios (Albarello, 2016) se compone de plataformas de software -Google Drive, Google Meet, Google Classroom, Zoom, WhatsApp, Microsoft Teams, entre otras- y dispositivos conectados a Internet -computadoras personales, smartphones, tablets- que las y los jóvenes utilizan diariamente en sus prácticas colaborativas de estudio. En menor medida, algunos estudiantes mencionaron otras plataformas como Discord y Facebook, y programas para realizar presentaciones como Canva, Prezi y Genially. Luego, el uso del campus virtual de la universidad está limitado a ser el repositorio de los textos y materiales que suben los profesores. Asimismo, hay una preferencia de Google Meet sobre Zoom por el hecho de que esta última, en su versión gratuita, ofrece sesiones de 40 minutos, que no alcanzan para las largas reuniones que realizan las y los estudiantes:

El trabajo grupal lo hacemos a través de Meet, es una buena aplicación yo diría, porque el Zoom te corta a los cuarenta minutos si no sos premium, como en el Meet no se te corta te da más tiempo para charlar, dos o tres horas (David, 25 años 4to año de Comunicación, UNJu).

También se observa un desplazamiento de los usuarios del procesador de textos Microsoft Word hacia Google Docs, ya que muchos jóvenes se han acostumbrado a trabajar directamente sobre la nube para compartir los archivos que escriben:

Me reía el otro día porque antes el Paquete de Office era fundamental en una computadora. No tenerlo era un trastorno porque no tenías Word y ahora es como que no lo uso. Incluso como que me parece medio obsoleta la interfaz de Word. Ahora es todo aplicaciones de Google (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Algo que hago ahora que no hacía antes es usar Drive directamente. Escribo directamente en Drive. Antes por ahí usaba Word, ahora no. Uso Drive. Me resulta mucho más claro. Después descargo y mando (Melany, 23 años, 5to año de Comunicación, UNLP).

Del análisis de las entrevistas podemos inferir que la utilización de estas aplicaciones mencionadas se estructura en dos instancias bien diferenciadas: instancias sincrónicas e instancias asincrónicas. Ambas no se oponen, sino que se complementan; en algunas ocasiones se dan en forma simultánea, y mayormente por separado en distintos momentos a lo largo del día.

*Las instancias sincrónicas* tienen lugar generalmente en las plataformas de videoconferencia –Google Meet, Zoom, Microsoft Teams, videollamadas de WhatsApp– y allí las y los estudiantes se comunican para realizar comentarios verbales, para trabajar todos juntos sobre un mismo documento, para formular y responder preguntas, y para hablarse mientras escriben. Podemos decir que en estas instancias prima la oralidad:

Podemos ver las correcciones que hacemos en vivo y lo que vamos agregando y mientras tanto mantenernos comunicados (Bernardo, 21 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

Con el Drive, vamos trabajando juntos en el resumen; entonces entramos a Drive y nos manejamos así: bueno tenemos que empezar del inicio hasta el final pero no poner todas las temáticas en una hoja ya después ir organizando lo que se preguntaba, “bueno voy a hacer la siguiente pregunta yo y la otra vos”. Entonces como que ir trabajando en la misma página. La plataforma Drive tienen una parte que tiene el chat para que puedas hablar en el momento; ahí igual vos podés trabajar el momento que sale a otro color o la otra persona entonces, van trabajando. Igual cuando ves que está se está metiendo en donde estás trabajando, empezás a llamar por teléfono y decís “¡pará, pará que eso me toca a mí, borrá!”. O a veces tenemos Zoom o Meet abierto, donde estamos trabajando y a la vez estamos hablando: “¿Terminaste acá?” (María, 25 años, 4to año de Periodismo, UNL).

A Drive la usaba y ya lo tenía como bastante aceitado porque trabajaba también con una amiga que estudiamos juntas y trabajamos juntas y la dinámica ya la tenía sobre trabajar por Drive. Ahora lo que se incluyó es el trabajo por Drive, el celular con WhatsApp llamando (...) claro porque aparte yo voy escribiendo y él lo va viendo y a la vez me va diciendo “Che, capaz que es mejor esto” o va viendo otro concepto y me va dictando, pero está bueno no tener que volver a la pestaña, volver a escribir, volver a la pestaña... que el otro te dicte es mucho más fácil (Cynthia, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

En las instancias sincrónicas, oralidad y escritura funcionan en paralelo: la oralidad –ya sea a través de conversaciones de voz, videoconferencias o en esa suerte de mezcla entre oralidad y escritura que representa el chat (Mayans I Planells, 2002)– funciona en un segundo plano como soporte de la escritura colaborativa, que se ve reforzada por los elementos visuales (como los resaltados) y sobre todo, los agregados de texto de los compañeros sobre el documento mientras trabajan a la vez. Además de funcionar como un soporte de la escritura colaborativa, la oralidad en este tipo de trabajos también cumple una función social relevante, que es combatir la soledad frente a la pantalla, la cual se volvió mucho más significativa durante la pandemia:

A mí no me gusta no que sea hablado porque siento que me falta comunicación, algunos dicen “nah, entramos a un Drive, vos hacés la 1, yo la 2, el otro la 3”, no sé qué, pero a mí no me gusta, yo necesito estar hablando con alguien porque si no siento que lo hago solo (Mariano, 21 años, 2do año de Periodismo, UNICEN).

es casi todo grupal y a mí me cuesta mucho eso de no tener contacto para debatirlo con el compañero o la compañera. Me pasó hace poquito que veníamos haciendo unos trabajos y cada uno seguía el tema: “vos poné esto”, “vos poné aquello”, hasta que teníamos que hacer un trabajo que necesitaba de una redacción uniforme y yo les dije: “hagamos un Zoom”. Entonces hicimos el Zoom, lo hablamos y después usamos Drive, que para mí es una

de las mejores cosas que nos pasó a las y los estudiantes que lo podés hacer sincrónico. Vas viendo qué pone uno, qué pone el otro, lo vas aceitando...En cambio antes, yo me juntaba y redactábamos todas juntas. Ahora es todo muy solitario (Melany, 23 años, 5to año de Comunicación, UNLP).

teníamos que grabar o escribir distintas cosas lo hacíamos a través de Google Drive y estábamos en una videollamada hablando y bueno viendo que poníamos pero este año es como que se terminaron los trabajos en grupos pero la verdad que son me gustan me gusta para no hacerlo siempre solo (Juan, 27 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Los trabajos colaborativos tienen entonces un componente social importante, que se hace visible principalmente en las instancias sincrónicas orales que dan soporte a la escritura común. Como lo expresa uno de las y los jóvenes entrevistados, tiene que haber comunicación para no sentirse solos. Asimismo, varios de las y los jóvenes entrevistados destacan como una de las virtudes de las herramientas colaborativas el ofrecer una sensación de compañía similar a la presencial:

En el período que estuvimos en fase uno y después que volvimos de nuevo que no nos podíamos reunir y en lo posible salir prácticamente nada, lo que hacíamos nosotras era hacer una videollamada y nos conectábamos por Drive, entonces íbamos charlando y editando las dos a la vez en el Drive y buscábamos juntas, eso nos facilitó mucho, inclusive parece como si estuviéramos una al lado de la otra estuviéramos juntas (Milagros, 26 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

El Drive para hacerlo en grupo, es como estar juntos porque yo puedo escribir sobre lo que la compañera dice, borrarlo (Lourdes, 21 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

a veces cuesta el organizar, por ahí el Drive es un problema, que te borran, que te sacan esto o que por ahí no estamos coordinados.

Pero bastante bien, trata de ser bastante, entre comillas, parecido a lo que sería estar juntos (Agustín, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

Compartimos una carpeta en Drive y cuando estamos por entregar algún avance hacemos una videollamada por WhatsApp y a la vez estamos trabajando en el Drive. Es como estar juntas (Sofía, 24 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

Llama la atención que las y los jóvenes entrevistados usen la expresión “estar juntos” para describir la tarea que hacen a través de Google Drive, lo que en el capítulo 10 denominábamos “juntada online”. Estar juntos recrea, entonces, la experiencia de trabajo colaborativo en simultáneo no presencial, sino mediado a través de la pantalla.

Las *instancias asincrónicas*, en cambio, están hegemonizadas por la escritura, y tienen lugar en distintos momentos del día, sobre todo cuando las y los estudiantes no encuentran espacios de encuentro sincrónico con sus compañeros o bien prefieren limitar esos espacios sincrónicos y trabajar principalmente de manera individual sobre los documentos compartidos:

Uso mucho Drive porque una de mis compañeras por ejemplo con el que siempre hago el trabajo no tenemos un horario que nos coincida directamente o también para evitar juntarnos y todo eso, directamente usamos mucho Drive (Antonia, 21 años, 4to. año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Vemos qué día estamos disponibles para hacer una videollamada y ponernos de acuerdo en la división de tareas y así poder empezar a trabajar. Cuando no coincidimos para la videollamada nos dividimos en partes el trabajo y cada uno lo hace a su tiempo. Generalmente los hacemos por Drive (Santiago, 19 años, 1er año de Comunicación, UBP).

Otras veces la combinación entre trabajos sincrónico y asincrónico obedece a una estrategia en la que se busca explotar lo mejor que puede ofrecer cada instancia:

Prefiero juntarme cuando cada uno hizo su aporte y verlo de manera conjunta. Pero estar sentada con cinco personas viendo qué poner, no me parece tan productivo. Sigo esa lógica, soy bastante solitaria, me gusta hacer las cosas como las hago yo (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

En estos casos donde prima lo asincrónico, el trabajo se realiza mayormente en soledad, y la presencia del otro tiene lugar a través de los textos que ha dejado compartidos en la nube. El trabajo del compañero es un insumo para los propios textos y resúmenes, pero la tarea en ese momento es principalmente en solitario:

Suelo usar, ahora Drive es clave porque todos tenemos apuntes de la computadora todos, estamos siempre en la computadora. Antes estudiaba de mis notas y los textos de clase. Ahora en cambio suelo tener abiertos a la vez apuntes de todos los compañeros a la vez y hasta los voy comparando, entonces tengo bien completa la carpeta y suelo resumir de lo que están haciendo los otros, que antes no lo hacía tanto. Entonces uso el Campus para ver qué subieron y qué necesito saber, Drive para ver qué compartieron los otros y para compartir yo misma y también hago mi método del resumen del resumen (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

“Todos estamos siempre en la computadora”: esta afirmación expresa con claridad de qué manera las y los jóvenes han naturalizado el trabajo colaborativo. Sus apuntes, sus producciones, todo su material está disponible en una plataforma común que los hace accesibles para el resto.

Finalmente, el trabajo colaborativo requiere de acuerdos mínimos a establecer entre los integrantes del grupo, principalmente contar con tiempo para trabajar con otros, ya sea de manera sincrónica o asincrónica. De no darse esta situación, las y los estudiantes prefieren hacer los trabajos de manera individual:

Los trabajos grupales nos vimos con distintas dificultades a la hora de hacerlos de forma virtual porque muchas veces da con esto

de no soy yo sino el resto de las personas, como que no pueden conectarse a tal hora o de que no pueden juntarse a tal hora a través de una llamada todo se vuelve incluso de convenir de cada persona y es como que cada realidad que cada uno tiene en su familia en su casa es diferente, entonces coordinar horarios , coordinar trabajos prácticos es complicado (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

Tenemos una materia en la que hay que hacer trabajos en grupo y a mí se me complica porque yo no tengo el mismo tiempo que tienen mis compañeros entonces por ahí es un poco complicado los trabajos en grupo yo prefiero los trabajos individuales (Rodrigo, 25 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

En suma, la instancia sincrónica, oral y compartida se complementa con la asincrónica, escrita e individual, siempre y cuando haya una predisposición y una posibilidad de las y los estudiantes para trabajar de manera colaborativa, aprovechando lo mejor que tiene cada instancia para ofrecer. Veremos a continuación algunas de las características y desafíos que impone esta modalidad de trabajo en la virtualidad.

#### **1.4. Divide y reinarás**

Ya sea porque las y los estudiantes no logran convenir un horario para un encuentro sincrónico, o porque buscan dividir los esfuerzos para realizar un trabajo de cierta magnitud, una de las prácticas más comunes de los trabajos colaborativos es la de distribuirse una parte cada uno para luego ponerlas en común:

Si son muchos textos para leer nos dividimos los textos y cada uno hace resumen y después cada uno explica su texto (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Nos dividimos en el material de lectura, hacemos resúmenes y después hacemos puesta en común y vamos viendo qué tomamos de cada material como para incorporarlo al cuerpo que nosotros

estamos creando (Marcos, 33 años, 5to año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Nos dividimos los textos y hacemos resúmenes para llegar con el material en término. Nos soluciona bastante (Camila, 31 años, 5to año de Comunicación, UNLPAM).

P: ¿Cómo hacés trabajos grupales?

R: Ahora, en esta realidad, es dividir puntos. Básicamente leer el trabajo, ver en el grupo si alguno tiene más fortaleza con algún punto, y a partir de ahí dividirlos. Cada una hace su punto y después, cuando finalizamos, los ponemos en común, leemos todo el trabajo y si todos coinciden, entregamos (Santiago, 24 años, 4to año de Periodismo, USAL).

Si por ejemplo hay que contestar preguntas nos dividimos para contestarlas (Guillermina, 21 años, 3er año de Audiovisual, UBP).

La distribución de tareas requiere de acuerdos previos y de cierta organización o asunción de roles en el grupo, que se deben sostener a lo largo de todo el trabajo para llegar a buen término:

En general, en los trabajos grupales tenés que conveniar, entonces ahora es a tal hora hacemos tal cosa específica. Entonces a veces decís, “vamos a completar esto” o “vamos a contestar las preguntas que dieron de la ficha”, entonces cada uno se fija si le sirve o no y en general suele ser Zoom (Sol, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Yo en ese sentido resuelvo “mirá, hay que hacer esto, vos hacé esta parte, vos hacé otra”. Hemos coincidido con varios compañeros que esa es la mejor manera. No es que estamos todos interviniendo la pregunta uno y viendo qué hay que poner. Tenemos como un paneo general todos, pero cada uno se encarga de una pregunta. Después revisamos si estamos de acuerdo o no, si no corregimos algo. No todo en conjunto porque me vuelvo loca (Bernardita, 24 años, 5to año de Periodismo, UNLP).

Una se encargó de recolectar toda la información, reunió todo en un PDF que luego nos enviaba para chequear que todo estuviera bien (Victoria, 18 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Nosotros siempre trabajamos con un mismo grupo, hacemos llamada por WhatsApp, durante el trabajo vamos hablando y organizando todo, en simultáneo usamos Drive que vamos haciendo y bueno en Audiovisual nos dividimos roles porque es difícil, también el editar que tiene que editar uno solo, los fondos, que ninguno tiene el mismo fondo, vamos viendo (Ana, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

Lo que hacíamos era la típica de dividirse las preguntas y después igual siempre nos decíamos “bueno tal día lo vamos a entregar” y él se encargaba de entregar el trabajo enviándole el trabajo práctico al profesor por correo (Micaela, 23 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

La ordenada siempre soy yo, así que primero le digo mi compañero con el que hago los trabajos: “bueno, hay que hacer tal cosa tal otra”... y bueno, primero armo la carátula, paso bien las consignas, entonces ahí es cuando le paso link y le pasó el texto con el que hay que trabajar. Y yo primero voy a haciendo una parte y después le hago acordar siempre (Antonia, 21 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNL)

Como en toda dinámica grupal, ya sea presencial o mediada por Internet, la organización de roles y responsabilidades es fundamental. Pero para muchos jóvenes, el resultado no es satisfactorio, ya que una cosa es un trabajo grupal colaborativo y otra cosa es una suma de trabajos individuales:

Cuando usábamos Zoom tratábamos de intercambiar ideas y tratar de hacer el trabajo más en grupo. Porque al final ese trabajo en grupo que nos daban para hacer por Internet, lo terminamos haciendo en partes. Es como la suma de trabajos individuales más que el trabajo en grupo (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Estudio en grupo es algo que intento pero no me sale porque tomo los contenidos de una forma muy superficial que a veces siempre compañeros buscan algo más profundo, y a mí me gusta rápido y conciso, por lo que lo poco que estudio el grupo me falla o termino escuchando lo que dicen pero yo estudiando por mi parte (Agustín, 21 años, 3er año de Comunicación, UA).

Por ahí a veces trataba de hacer un trabajo en grupo y mi compañero me decía que no tenía Internet o que le andaba mal porque le había pasado algo entonces nos turnábamos. Decía “bueno, yo hago un trabajo entero, pongo tu nombre y después vos hacés otro trabajo y pones mi nombre”. Y eso era el trabajo en grupo (Malena, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Yo no soy muy fan de hacer una consigna cada uno porque en sí todos tenemos que saber todo y se complica a la hora de hacer un parcial o rendir, entonces por lo menos a mí o sea si lo digo que hicimos con mis compañeros de que cada uno reparte y bueno ya está, pero yo por ahí siempre trato de leer y elaborar la respuesta yo (...) me cuesta mucho leer una respuesta de otra persona digamos, porque no la interpreta por ahí igual que yo por más que sea lo mismo no la interpreta igual que yo y me cuesta en ese sentido (Facundo, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

He aquí tal vez uno de los debates más interesantes que presentan los trabajos colaborativos y que las herramientas digitales de las que se dispone han hecho visible: ¿hasta qué punto es recomendable trabajar dividiendo preguntas y resúmenes si en el camino cada uno pierde dimensión de la generalidad de los conceptos? ¿Los trabajos en grupo así entendidos no pueden promover en ese sentido un aprendizaje superficial y fragmentado de los contenidos? En ese sentido, para algunos jóvenes, dividirse la tarea no es la mejor opción:

El tema de dividirse el trabajo en grupo, es que no todos a veces les ponen el mismo empeño a realizar los puntos, incluso pasa cuando es *face to face*. La cosa es como ... viste ese meme que

dice “vos haces esto, no hace esto” y después se ve un dibujo que está todo mal hecho, bueno, con mis compañeros llegamos a ese acuerdo de que dividir los trabajos era algo que no iba con nosotros (Julio, 24 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En síntesis, así como sucedía antes de la pandemia con los trabajos grupales, la lógica de concebir al trabajo colaborativo como una mera división de la tarea para reducir el tiempo y el esfuerzo, es reconocida por los mismos jóvenes como una estrategia que ahorra tiempo pero no necesariamente es aconsejable para garantizar el aprendizaje. En cambio, las instancias de intercambio, debate y diálogo que propician las herramientas digitales son vistas como una plataforma a partir de la cual construir algo común que enriquece a todos durante el trayecto. En eso consiste, tal como se analizaba el capítulo 10, la evolución del grupo al trabajo colaborativo.

### **1.5. Desafíos del trabajo en grupos colaborativos**

El trabajo en grupos colaborativos parece una alternativa fácil para transitar la vida académica, pero en realidad presenta varios desafíos y requiere de ciertas competencias de parte de las y los estudiantes. A las cuestiones antes desarrolladas, vinculadas con la organización, la delegación de tareas y el seguimiento, se suman otros aspectos que veremos en este apartado.

En primer lugar, en cuanto a la dimensión social del trabajo en grupos, las y los jóvenes entrevistados destacan como un valor la conformación de un grupo estable que los acompañe a lo largo de su trayecto académico:

Tenemos un grupo de estudio. Que en realidad es un grupo de amigos que también nos juntamos a estudiar y la dinámica ahí es dividirnos los temas y cada uno explica uno como para asegurarnos de que todos entendimos todo y hacemos preguntas (Ramiro, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UA).

Nosotros siempre trabajamos con un mismo grupo, hacemos llamada por WhatsApp durante el trabajo vamos hablando y

organizando todo (Ana, 20 años, 3er año de Comunicación Social, UNICEN).

Por suerte mantengo mi mismo grupo desde que arranqué la carrera, entonces como que ya nos conocemos, no es que tuve que entablar una relación con alguien nuevo lo que sea, entonces como que en ese sentido es algo favorable (Agustín, 22 años, 4to año de Periodismo y Comunicación, UNICEN).

Yo tuve la suerte de encontrar un buen grupo porque en lo largo de todos los años porque es un grupo que me acompaño desde el primer día de clases hasta el último y es como que me siento muy acompañado (Franco, 22 años, 4to año de Comunicación, UNJu).

En cambio, cuando las y los jóvenes no cuentan con un grupo estable, o bien son incluidos en un grupo que no conocen, empiezan los problemas:

Fue raro porque lo tuve que hacer con personas que ni siquiera eran de mi carrera, que me pusieron en ese grupo solamente porque estábamos cerca en el alfabeto del apellido, fue medio al azar, nos comunicamos primero por mail, dejamos los números e hicimos grupo de WhatsApp, fuimos organizando, no siempre estábamos de acuerdo, fue un poco complicado y después íbamos volcando la información en un docs compartido en el que a veces se veían archivos con un montón de errores entonces había que corregirlos, con la barrera de la tecnología era difícil no hacer cada ataque algo personal, en ese sentido fue medio complicado, pero lo pudimos ir resolviendo (Martina, 23 años, 5to año de Periodismo, UNLZ).

Ahora bien, el hecho de contar con un grupo estable, incluso conformado por amigos, no garantiza que la tarea se resuelva satisfactoriamente. El aspecto social, el acompañamiento que señalábamos antes como un rasgo positivo de los grupos, a veces puede atentar contra el objetivo planteado:

A mí me cuesta mucho, porque es como que soy medio perseguido con las tareas. O mejor dicho, que se cumpla. Y como trabajo

con amigos y no tengo ganas de discutir, no quiero meterme en eso. A veces me pongo medio botón y me cuesta (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Los trabajos en grupo la verdad que a mí me mató. Me dejó el ánimo por el piso porque yo acostumbraba mucho a juntarme con mis amigos y tener una forma de trabajo mucho más dinámica. Y las veces que hicimos trabajos en grupo, lo hacíamos por Zoom y por Google Drive a la vez pero no, la verdad que no fueron experiencias buenas. Tardamos un trabajo que podríamos haberlo hecho en media hora estuvimos como tres horas y ni siquiera nos quedó bien (Rafa, 21 años, 3er año de Comunicación, UNComa).

Luego, como sucedió siempre con la dinámica de los trabajos compartidos en la universidad, aparecen las malas experiencias con los grupos o la distribución inequitativa de la tarea, que terminan socavando el aspecto colaborativo de esta modalidad de trabajo:

A mí de por sí mucho los trabajos grupales no me gustan. Porque siempre me tocaron malos grupos, siempre termino yo trabajando, y el otro se lleva el crédito (Antonella, 25 años, 5to año de Comunicación Social, UNICEN).

La verdad es que mucho no me gusta trabajar en grupo porque siempre termino con una queja de parte mía (Victoria, 18 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Por otra parte, están los que no logran adaptarse a los trabajos grupales mediados por las tecnologías digitales:

El año pasado hicimos jornadas intensivas de estudio. Nos juntábamos en una casa, cada quien con su compu, con su materia, pero estábamos todos, compartiendo mate, espacio, compañía. Ya no estudio en grupo ni comparto con nadie (Emilia, 22 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Aún no me toca hacer un trabajo grupal y la verdad tengo muchísimo miedo porque no sé cómo lo voy a hacer, no sé cómo lo haría y más que nada por el tema de la conectividad y del tiempo también así que espero no hacer ningún trabajo grupal o muy pocos (Rommel, 23 años, 3er. Año de Periodismo, UNLP).

Los únicos trabajos que teníamos grupales fueron en tele y decidimos hacerlos individuales porque iba a ser difícil, fue una decisión acertada (...) estudiar en grupo se puede manejar de mejor manera en persona, en la virtualidad se aprovecha el tiempo de otra manera (Melanie, 23 Años, 3er Año de Periodismo, UNLZ).

En estos casos, que no representan a la mayoría de los entrevistados, las resistencias a los trabajos grupales o el estudio mediado por las pantallas tienen que ver, por un lado, con la ansiedad que producen los problemas de conectividad, y por el otro, con la preferencia del encuentro presencial que, para estos jóvenes, sigue siendo superior al que ofrece Internet.

Por último, de la muestra analizada, hay un grupo que presentó las mayores dificultades para la realización de trabajos en grupos colaborativos, y estos son las y los estudiantes de los primeros años de las carreras, que no tuvieron una experiencia presencial previa a la cuarentena. Entonces, a la falta de competencias sociales y académicas para la realización de los trabajos grupales, se le sumó el hecho de que no conocían a sus compañeros de facultad. La dimensión social de los trabajos colaborativos les jugó aquí en contra:

¿Estudiar en grupo? Sí. Estaban las consignas pero las he hecho solo porque no conozco a nadie y no he interactuado con nadie (Gastón, 20 años, 1er año de Comunicación, UNComa).

Me cuesta trabajar de manera remota, no conozco a mis compañeros, es complicado. Es más fácil cuando hice un trabajo en el primer cuatrimestre con las compañeras que conocí personalmente en el curso de ingreso. Usamos WhatsApp pero lo evito (Natalia, 34 años, 1er año de Comunicación, UNLP).

He tenido pocos trabajos grupales, con compañeros ya conocidos. Usamos Instagram que es mejor. Subimos todo ahí a través de un Drive para el trabajo (Lucas, 19 años, años, 1er año de Comunicación, UNLP)

Es de destacar que, al no contar con un grupo de compañeros conocidos, el uso de las redes sociales como WhatsApp se ve limitada por la ausencia precisamente de esa dimensión social que rodea a la tarea común. En este último caso, también resulta interesante el uso que se hace de Instagram como auxilio a la tarea en lugar del lugar común que representa el grupo de WhatsApp.

## **2. Participación y producción de contenidos de las y los estudiantes de Comunicación**

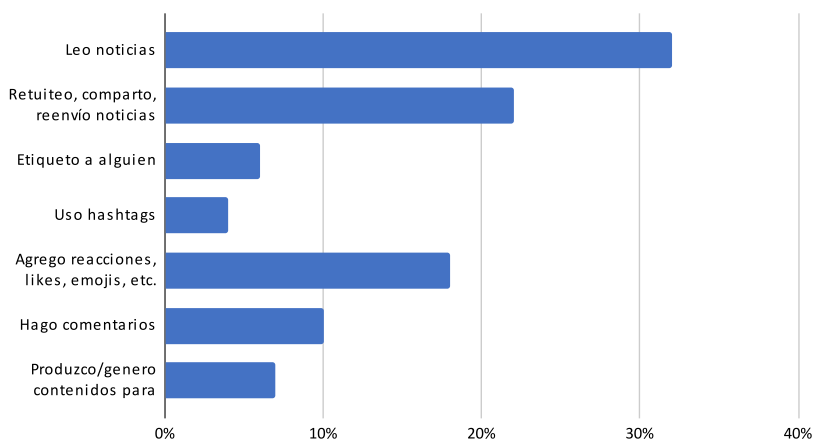
Una de las grandes promesas que trajo aparejada la cultura participativa (Jenkins, 2008) es la posibilidad de que los usuarios no se limiten a consumir información sino que produzcan la propia, desafiando el modelo unidireccional de los medios tradicionales. Es por esa razón que dedicamos la segunda parte de este último capítulo a la dimensión participativa de las y los estudiantes de Comunicación que tiene lugar en Internet. Ya sea a través de las redes sociales, en el marco de sus rutinas informativas –que hemos visto en profundidad en la primera parte del libro– o como parte de su actividad académica, daremos cuenta aquí del nivel de participación que desarrollan estos jóvenes en la red, lo cual ha sido conceptualizado por Rost como distintos tipos de interactividad. El autor define a la interactividad como la capacidad gradual que tiene el medio de darle un mayor poder a sus usuarios y distingue una doble modalidad: la “interactividad selectiva”, que alude a las posibilidades de que las personas controlen el ritmo y la secuencia en la recepción de los contenidos disponibles en Internet; y la “interactividad comunicativa”, que representa las posibilidades de comunicación y expresión que puede desarrollar el usuario en el entorno digital (Rost, 2006).

## 2.1. Productores, consumidores o prosumidores

La relación entre las y los jóvenes y las redes sociales varía según edades, contextos e intereses, pero hay formas de consumir y de producir contenido comunes a la mayoría. Las y los jóvenes entrevistados en esta investigación no sólo son activos consumidores de información y entretenimiento a través de las redes, sino que producen contenido para estas. A su vez, según las particularidades de cada red, las y los jóvenes se alternan entre los roles de consumidor y productor y, muchas veces, resultan prosumidores. En palabras de Rost (2006), alternan entre la interactividad selectiva y la interactividad comunicativa. Esta alternancia entre los diferentes roles también varía según los días de la semana y los horarios en los que utilizan las redes. Los tiempos biológicos determinan su actividad, es decir que no hacen el mismo uso por la mañana, cuando empiezan el día, que a la noche, por ejemplo. En el gráfico 105 podemos observar las múltiples formas en las que las y los jóvenes utilizan las redes, aunque también se advierte que son más activos como consumidores que como productores de contenido.

Gráfico 105

De qué manera participa en las redes



El 32% usa las redes para leer las noticias y el 22% las retuitea, comparte o reenvía. A su vez, el 18% reacciona a través de likes o emojis. En menor proporción las y los jóvenes participan de las redes para publicar comentarios (10%) o producir contenido (7%). Las entrevistas en profundidad confirman los datos que muestran los gráficos en relación con la preponderancia del consumo por encima de la producción:

Soy espectadora en el sentido de que me interesa entrar, leer los debates, informarme, pero no siento necesidad de tuitear algo yo. Prefiero interactuar retuiteando, poner favoritos, seguir a alguien, buscar temas, discusiones. Así que interactúo de ese modo. Más que nada, retuitear y poner favoritos. A veces respondo algo, retuiteo (Nahiara, 24 años, 2do año de Comunicación, UNComa).

Me considero un consumidor un poco más pasivo, que mira y no genera tanto, la verdad. Puedo pasar varios días sin postear nada, pero sí estoy ahí. No es que el hecho de no postear no significa que no me haya conectado, sino que como que estoy ahí, pero no comparto, no subo o... no sé, tiene que ser como muy significativo para que postee (Valentina, 24 años, 5to año de Periodismo, UNL).

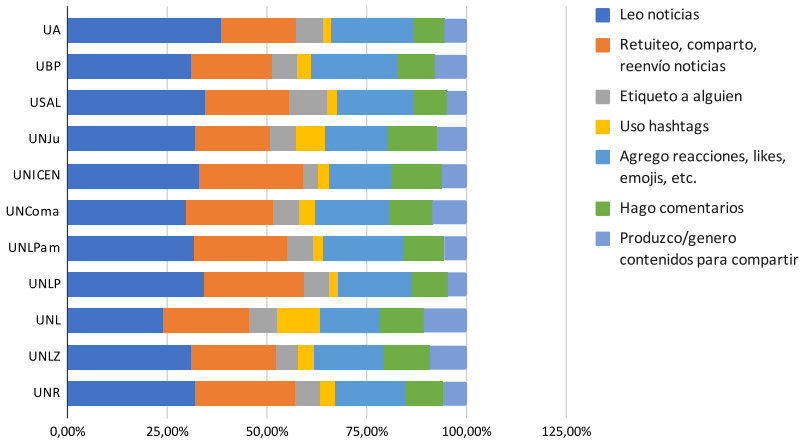
Si analizamos los datos discriminados según cada universidad, observamos que los alumnos coinciden en su modo de relacionarse con las redes más allá de la universidad a la que asisten (Gráfico 106).

En el Gráfico 106 se observa que en todos los casos los alumnos eligen primero las redes para leer las noticias. En segundo lugar, retuitean, comparten o reenvían noticias y, en tercer lugar, reaccionan a través de likes o emojis. Estos resultados confirman que las y los estudiantes de Comunicación tienen un comportamiento similar en su modo de participar en las redes, incluso más allá de la universidad y de la región del país a la que pertenecen.

Al analizar el comportamiento por edades, también se advierten muchas similitudes en las respuestas de las y los jóvenes. Esto puede notarse en el Gráfico 107.

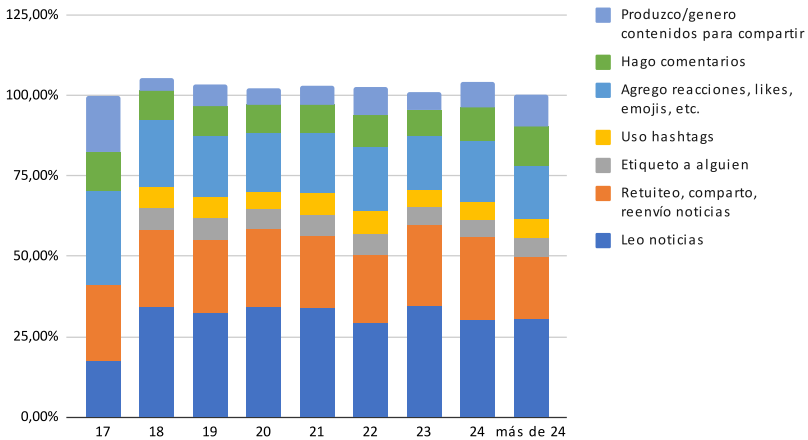
### Gráfico 106

De qué manera participa en las redes (por universidad)



### Gráfico 107

De qué manera participa en las redes (por edad)



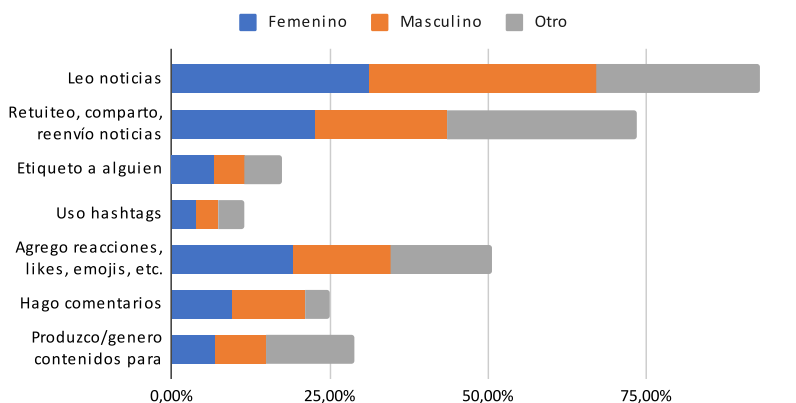
El grupo etario que muestra más diferencias respecto del resto es el de 17 años, que manifiesta utilizar menos las redes para leer noticias (17, 65%) y que tampoco usa hashtags ni

etiqueta personas. A su vez, es el grupo que suma más reacciones a través de likes y emojis (29,41%) y que más contenido produce (17,65%).

En el Gráfico 108 puede notarse también que las respuestas son parejas entre las y los jóvenes según el género autopercebido. Es decir que, en principio, el género no modifica la manera de relacionarse con las redes que tienen las y los jóvenes estudiantes de Comunicación.

**Gráfico 108**

De qué manera participa en las redes (según género autopercebido)

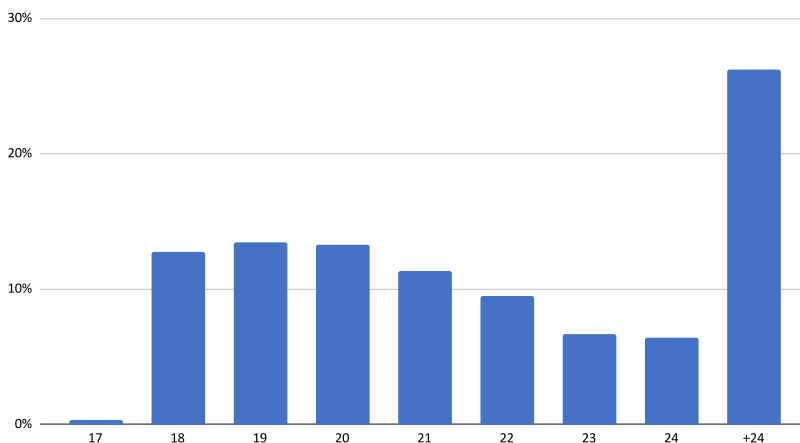


Donde quizá pueden observarse más diferencias en la relación que las y los jóvenes mantienen con las redes es en el análisis de los datos según los años de cursada, como puede ver en el Gráfico 109.

Aquí se observa claramente que la participación en redes descende a medida que avanzan en la carrera. Los alumnos de primer año son los que generan más consumo y producción de contenidos en redes y los de los últimos dos años son los que revelan menor participación, tanto para leer las noticias como para reaccionar a ellas o para publicar contenido propio.

**Gráfico 109**

Edad de los/las encuestados/as



## 2.2. En Twitter, más consumidores que productores

Tal como hemos analizado en el capítulo 5, las y los jóvenes entrevistados eligen Twitter como una de las redes que utilizan con más frecuencia. Twitter les resulta, sobre todo, un lugar donde obtener información y una relación más inmediata con la noticia. Se trata de una red social que funciona como lo hizo la radio hace unas décadas atrás: aporta actualidad, inmediatez y facilita la evolución de la noticia. Por esto, las y los jóvenes tienden a ser más consumidores que productores en Twitter. Se informan, retuitean, favean los contenidos de otros, pero evitan producir contenido original.

En Twitter soy casi pasiva la verdad, más que poner me gusta es más de observación en el sentido de que lo uso como un diario y esa es mi forma de consumirlo (Amparo, 23 años, 4to año de Audiovisual, UBP).

En Twitter soy mucho más de retuitear. Muy de vez en cuando tuiteo; cuando tuiteo es por indignación...digamos. Casi siempre cuando twitteo es para quejarme de algo, porque algo no

me gusta, pero muy cada tanto, cuando pasa algo muy particular o algo que me molesta...si no soy bastante de retuitear o de dar fav o me gusta (Valentín, 20 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Aunque Twitter resulta para las y los jóvenes un escenario de lectura e información, algunos señalan que se trata de una red que muchas veces los interpela. Las polémicas y los mensajes irónicos e incisivos que pueden leerse muchas veces en Twitter despiertan en ellos la necesidad de producir mensajes propios.

Soy de leer en general, suelo ser lo que se llama “usuario fantasma”, es decir que ves pero no ponés comentarios ni “me gusta”, aunque yo sí soy de poner me gusta. Pero últimamente hubo algunas situaciones que me hicieron tener que comentar o retuitear. Te doy dos ejemplos: uno fue cuando la página del partido político Frente de Todos subió “feliz día a los estudiantes” con la temática del juego Among us. Me pareció medio indignante, no lo podía creer. Otro ejemplo es con el tema de los incendios, comenté varias cosas porque sentía que tenía que comentar sí o sí (Abril, 18 años, 1er año de Periodismo, UBP).

Por ahí cuando es un tema que me interpela, no me puedo quedar callada, necesito compartir mi opinión. Por ejemplo, cuando pasó lo de Facundo, sentí la necesidad de compartirlo y pedir justicia. Pero no por ahí de escribir textos muy largos o publicar en las redes (Camila, 20 años, 3er año de Comunicación, UNR).

Mi cuenta personal la usaba para opinar y me jodían mis amigos. O me retuiteaban para joderme. Entonces me hice una cuenta B. No un troll, sino opinar en mi cuenta personal. Me cansé tanto de que me tomen el pelo, que abrí una equis. Pero ahora no la uso mucho porque la descubrieron (Julián, 20 años, 3er año de Comunicación, UNJu).

En lo que es Twitter soy más de retuitear o compartir cosas que me interesan, no necesariamente escribo propios, lo hago cuando hay algo que me indigna mucho o algo lindo que me gustaría compartir,

un pensamiento que quiero expresar. Pero digamos que el uso, si fuera que estoy leyendo un portal de noticias, es una mezcla como lectura para informarme y también para entretenerme, porque necesito un poco de chistes además de la noticia, pero no soy de publicar mis propios mensajes. Ese es mi único perfil público (Martina, 23 años, 4to año de Comunicación UNLZ).

Si, en Twitter yo tengo un lado más opinólogo político y por otro lado algún tweet gracioso divertido también, y me gusta ir jugando por ahí, los dos. Creo que está bueno expresar lo que uno piensa. Siempre que uno lo haga con respeto creo que también es válido. Aparte el hecho de seguir a amigos que no piensan como uno o medios que no piensan como uno también te hacen cuestionar tus propias creencias y creo que está buenísimo. Uno lo puede usar como una súper burbuja o como un espacio de intercambio súper enriquecedor (Santiago, 22 años, 4to año de Periodismo, UBP).

Como puede leerse en los testimonios, algunos perciben esta red como un espacio en el que son más anónimos y, por lo tanto, donde se sienten más libres para decir lo que piensan. A su vez, algunos entienden que Twitter puede ser una oportunidad de interactuar con quien piensa diferente. El usuario tiene la posibilidad de generar su propia “burbuja” siguiendo a quienes piensan como él o, por el contrario, seguir usuarios que piensan distinto y construir así un espacio de debate muy enriquecedor.

### **2.3. En Instagram, prosumidores**

Otra de las redes que más utilizan hoy las y los jóvenes es Instagram (IG), una plataforma que se destaca por su estética y en la que los usuarios cuidan especialmente el uso de imágenes, videos cortos y textos. Alternan sus publicaciones entre posteos que permanecen en el feed e historias que solo duran 24 horas. En sus respuestas, las y los jóvenes dejan entrever que postean más en Instagram que en Twitter, sobre todo en cuestiones más personales. A su vez, la mayoría reconoce que usa más las historias que los posteos, es decir, que prefieren las publicaciones con menos perdurabilidad.

En Instagram, soy un usuario prosumidor porque genero algo de contenido, pero en Twitter soy un usuario totalmente pasivo, al igual que en las demás redes (Rocío, 21 años, 4to año de Comunicación, UBP).

En Twitter no subo nada, no genero contenido y en Instagram sí, pero cosas personales, fotos mías, historias (Sol, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Publico bastantes fotos. Últimamente, no sé si será por la cuarentena, me inspiré y he publicado más de lo normal. Pero casi siempre publico momentos específicos o algo que pasó con alguien, pero no soy de subir todo el tiempo fotos. Por ahí lo más activo son las historias, mejores amigos, pero más que eso no (Lara, 18 años, 1er año de Comunicación UNR).

En Instagram sí genero contenidos, debo subir una cada tres días o cada dos días. Publicaciones, no tanto. La última que subí fue antes de la cuarentena, hace bastante que no subo, pero sí posteo historias. En Twitter hace dos años pongo que no tuiteo ni retuiteo ni pongo me gusta, solo leo (Joaquín, 22 años, 4to año de Relaciones Públicas, USAL).

En síntesis, las y los jóvenes entrevistados eligen, sobre todo, Instagram y Twitter como sus redes sociales de uso frecuente. La mayoría no tiene Facebook o la usa en menor proporción. Twitter resulta un espacio de información y opinión, solo cuando un hecho noticioso los conmueve o un tweet ajeno los interpela. Por ello, en Twitter tienden a ser más consumidores que productores de información y opinión. En cambio, Instagram es una red que usan para mostrarse de modo más personal y donde exhiben sus intereses y relaciones. De todos modos, muchos reconocen que utilizan más las historias que los posteos, una forma de mostrarse que los compromete menos y que los vuelve más invisibles.

El uso de redes que los mismos jóvenes detallan en las entrevistas revela una paradoja de estos tiempos: viven en las redes pero muchos se refugian en el silencio y la invisibilidad. Por un

lado, las redes forman parte esencial de la rutina y los convierte en *voyeurs* del mundo exterior. Las redes expanden su vida social, los mantienen informados y los conectan con sus intereses. Sin embargo, muchos de ellos eligen vivir en las redes de manera antisocial, es decir aprovechando las posibilidades de consumo que estas ofrecen y desechando las de producción de contenidos. Leen, escuchan, miran, se informan pero no publican, optan por la invisibilidad del consumo y desechan la exposición que implica generar contenidos. Están pero no están. Retuitean, repostean y muestran qué contenidos “les gustan” y de ese modo no se comprometen de la misma forma que produciendo contenidos propios.

No, no soy de compartir, más me gusta mirar, chusmear, emm... y no, no soy de compartir. Ni tampoco de generar contenido (...)  
Digamos que soy como medio invisible en ese sentido (Jermina, 20 años, 2do año de Comunicación, UNJu).

#### **2.4. La producción de contenidos digitales para el estudio**

La universidad es el espacio perfecto para explorar las alternativas tecnológicas que existen y que facilitan el estudio. Tiene algo de laboratorio, en donde los alumnos aprenden a utilizar programas que les permiten crear un video, hacer una presentación o editar una pieza de audio. Existen, en casi todas las carreras afines a la comunicación, materias en las que se ofrecen herramientas para realizar los trabajos prácticos de la propia materia pero que, a su vez, resultan el puntapié para que las y los alumnos incorporen esas tecnologías y extiendan su uso a otras materias. La pandemia expandió el uso de las tecnologías para el trabajo remoto y asincrónico e hizo que, tanto las y los docentes como las y los alumnos, maximizaran el aprendizaje y el uso de estas herramientas para la preparación de clases o de trabajos.

Muchas herramientas que estamos viendo en una materia, en Taller de medios y narrativas digitales las empezamos a usar en otras materias, el Canva, para grabar audios el Vocaroo, edición de video y...foto no tanto, (...) pero bueno, todos esos conocimientos los vamos teniendo de la carrera y vamos haciendo la práctica

capaz en otras materias (Camila, 21 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Creo que de todas las materias que estoy viendo la cuestión práctica la estamos llevando a cabo en diferentes plataformas como Genially, como Padlet, Wordpress, el Site (de Google) que quizás antes no lo habíamos hecho nunca. No sé si es solo por mi orientación y cómo lo llevarán a cabo los chicos de Institucional. Pero al ver la cuestión educativa y las nuevas tecnologías creo que en todas las materias que vi explotaron al máximo la situación que estamos viviendo para poder utilizarlas (Manuela, 22 años, 4to año de Comunicación, UNLPAM).

Para el final del seminario de periodismo cultural teníamos la oportunidad también de hacer el final en forma audiovisual o transmedia. Y estoy pensando más o menos qué forma darle. Y sí volcando todo el tiempo las cosas a lo digital. También pensando en hacer podcast y esas cosas (Guadalupe, 21 años, 4to año de Comunicación, UNComa).

Las y los jóvenes aprovechan las alternativas que les ofrecen las nuevas tecnologías para el estudio. Muchas de las materias, sobre todo las prácticas, les exigen la realización de videos, podcasts, presentaciones, fotos, entre otros. Para producir estas piezas, utilizan diferentes *softwares*, que facilitan la creación de contenido digital.

Sí, de acuerdo a lo que nos piden en la materia: videos, powerpoints, a veces nos hacen editar, memes o fotos. Por ejemplo, en una materia que tenemos este año que se llama Comunicación Digital nos hicieron hacer flyers como si estuviésemos promocionando la materia en nuestras redes sociales. Entonces teníamos que hacer por ejemplo un posteo, una historia de Instagram o videos también (Paula, 21 años, 3er año de Periodismo, USAL).

Actualmente estoy produciendo un podcast para la materia "Radio", un cineminuto para la materia "Sonido", y un proyecto de

fotografía documental para la materia “Fotografía” (Azul, 20 años, 3er año de Comunicación, UBP).

El sonido siempre se ha destacado por su ubicuidad y por ofrecer sencillez para la producción y el consumo de contenidos. Las nuevas tecnologías expandieron aún más sus posibilidades, ofreciendo mejor calidad de audio, interfaces de voz, aplicaciones, plataformas, entre otras alternativas que explican por qué hay quienes hablan de una segunda edad de oro del audio (Scolari, 2021), teniendo en cuenta que la primera fue en el apogeo del radioteatro. Por ello, el audio se ha convertido en una herramienta clave para el estudio, no solo para intercambiar mensajes por redes como WhatsApp o Telegram, sino para generar contenido más elaborado a través de las notas de voz del teléfono o con programas de registro de audio que permiten grabar resúmenes o clases en alta calidad y luego viralizar ese contenido. Las y los jóvenes utilizan resúmenes hablados que reproducen cuando quieren, como quieren y las veces que necesitan. Se trata de resúmenes que se elaboran a partir de la lectura en pantalla y que, por lo tanto, muchas veces reemplazan a los clásicos resúmenes en papel. Grabar los resúmenes es una manera de fijar los conceptos y de trabajar otra metodología de estudio que parece ser funcional a las y los jóvenes de estos tiempos. A su vez, muchos aseguran que utilizan el audio para intercambiar explicaciones sobre un tema de estudio con sus compañeros. Incluso, hay algunos que buscan que esos resúmenes tengan su impronta, su punto de vista o ejemplos propios, es decir que añaden personalidad a los audios, más aún si van a compartírselos con otros.

sí, me sirve mucho hacer audios explicando a otro o que alguien me pida que le explique (...) siempre trato, cuando me piden que explique, de imaginarme cómo me lo explican por YouTube, que tanto me sirve a mí, así que trato como de hacer un poco mío el texto o el contenido, y poder ponerlo en mis palabras o armar ejemplos propios eso también me sirve bastante (Lourdes, 21 años, 2do año de Comunicación UA).

Lo que me hago es, si es un final o algo importante, (...) me grabo audios y en lugar de ir escuchando radio en el auto, a rendir voy escuchando los audios, a mí. Una tortura pero bueno (Camila, 20 años, 2do año de Comunicación, UA).

Lo que hice es grabar audios. Por ejemplo, resumiendo algún texto o explicando algunos conceptos, y eso con dos razones: una para cuando vos hablás lo memorizás mejor, y también sobre todo para ayudar a mis compañeros a que entiendan algo y que quede grabado eso (Franco, 21 años, 4to año de Comunicación, UA).

## Conclusiones

Las carreras de Comunicación, Periodismo y afines que cursan las y los estudiantes que forman parte de esta investigación son escenarios de estrategias colaborativas, de participación y de producción de contenidos vinculados con el proceso de enseñanza y aprendizaje. A continuación, resumimos los principales hallazgos de este capítulo.

- Durante la pandemia las prácticas colaborativas de estudio se hicieron más visibles: el 91% de las y los estudiantes afirmaron realizar trabajos en grupos a través de plataformas digitales, entre las que se destaca principalmente Google Drive.

- WhatsApp se impone como la puerta de entrada a las prácticas colaborativas de estudio, se utiliza de manera complementaria con plataformas como Google Drive y acompaña el trabajo común a lo largo de todo su recorrido.

- Durante el estudio, las y los jóvenes alternan entre instancias sincrónicas y compartidas donde predomina la oralidad (por ejemplo cuando realizan sesiones de Google Meet o Zoom mientras trabajan en un documento colaborativo estableciendo acuerdos) e instancias asincrónicas e individuales protagonizadas por la escritura (cuando escriben por separado en un documento colaborativo para compartir sus producciones en otro momento).

- Un riesgo de los trabajos colaborativos es que se conviertan en la suma de trabajos individuales, donde las y los estudiantes pierden la dimensión global del trabajo y se limiten a un conocimiento superficial de los temas.

- El trabajo en grupos colaborativos requiere de acuerdos bien establecidos entre sus integrantes, implica cierta organización y delegación de tareas y su seguimiento y suele ser más productivo cuando esos grupos se mantienen a lo largo del tiempo porque se sostienen en vínculos de confianza.

- En cuanto a su participación en las redes sociales, las y los jóvenes estudiantes desempeñan distintos niveles de interactividad alternando entre los roles de productor, consumidor o prosumidor según la red social en la que interactúan.

- Twitter es la plataforma que eligen para informarse y para espiar la realidad y en la que producen contenido cuando algún hecho o comentario de otro usuario los interpela, los enoja, los involucra; mientras que Instagram es la red en la que se muestran en el plano personal, abren su intimidad, pero eligen la futilidad de las historias por encima de la permanencia de los posteos.

- Cuando se trata del estudio, las y los jóvenes producen contenido digital gracias a las posibilidades que ofrecen las tecnologías que, a su vez, extendieron su alcance en el contexto de la pandemia.

- El resumen sigue siendo una pieza clave para el estudio, pero se suman los resúmenes hablados como alternativa que saca provecho de la ubicuidad del sonido y de su facilidad para viralizarse.

- La universidad resulta un laboratorio donde las y los jóvenes exploran e incorporan criterios para el uso de programas y plataformas que les permiten producir videos, textos sonoros o visuales. Existen, a su vez, las materias que motorizan la producción de esos contenidos –y el aprendizaje de diferente *software*– y las que resultan un espacio de práctica donde los alumnos aprovechan lo aprendido para la realización de los trabajos prácticos.

## CONCLUSIONES

¿Cómo ser relevantes para enseñar e informar después de la pandemia? ¿Qué priorizar en las mediaciones digitales que tienen a jóvenes como protagonistas? En estas páginas hemos intentado describir a fondo los hábitos de estudio y de consumo de información de las y los estudiantes de Comunicación, Periodismo y carreras afines de once universidades argentinas. Los resultados que ha arrojado esta investigación pueden convertirse en insumos importantes, tanto para las empresas de medios en contextos de fuertes transformaciones del ecosistema informativo, como para las universidades, que están siendo desafiadas por cambios sociales, culturales y tecnológicos. Y todo esto en el contexto particular que impuso la pandemia.

Con esta investigación buscamos responder a esos cambios desde la perspectiva de las audiencias: en este caso, estudiantes que utilizan cotidianamente distintas tecnologías y las ponen en diálogo, en el marco de sus rutinas cotidianas para informarse y para estudiar.

En la primera parte del libro pudimos comprobar cómo las condiciones de conectividad, el lugar del hogar desde donde acceden a Internet y la posibilidad de contar con un dispositivo propio juegan un rol crucial en la relación que estos grupos establecen con la información y con las actividades académicas. Incluso descubrimos que la situación generada por la cuarentena social hizo que las y los jóvenes hicieran visible esa relación que tenían totalmente invisibilizada con esos dispositivos por la fuerza del hábito. Más allá de estas condicionantes, al poner el acento en las estrategias de jóvenes usuarios pudimos ver cómo sortean obstáculos y toman atajos hacia sus objetivos. ¿El modo de hacerlo? estar conectados todo el tiempo y de manera itinerante, lo cual no dejó de representar desafíos ni de generar contratiempos en su vida cotidiana para sostener su continuidad como estudiantes universitarios.

En la segunda parte del libro abordamos los hábitos de consumo informativo de las y los estudiantes. Encontramos que el

dispositivo más elegido es el smartphone, y que las redes sociales son la puerta de entrada a las noticias. Pero, a través de ellas, las cuentas más elegidas son las de medios y periodistas. Si bien se enteran de lo que sucede en las redes, van a profundizar esas informaciones en los medios periodísticos digitales, desarrollando *lecturas transversales* que recorren todo el arco ideológico y buscando información local y cercana a sus intereses y perspectivas. Al mismo tiempo, los medios tradicionales como la TV y la radio siguen teniendo su relevancia, aunque el diario papel prácticamente no existe en sus hábitos informativos. Comprobamos también que las y los jóvenes buscan diferentes cosas en las distintas redes y las integran a su vida cotidiana mezclando lo informativo con lo social y el entretenimiento. Y si bien valoran la instantaneidad que les proveen las redes sociales para informarse, este particular grupo de jóvenes critica el predominio de lo atractivo sobre lo importante y se preocupa por la injerencia de los algoritmos en sus dietas informativas. Observamos dos fenómenos interesantes para seguir indagando: en primer lugar, la existencia de lo que hemos denominado *consumos emergentes de noticias*, que se diferencian de los consumos tradicionales y que tienen lugar en plataformas no concebidas originalmente para la producción de noticias. En segundo lugar, la relevancia que adquieren estos y estas jóvenes -en su calidad de futuros profesionales de la comunicación- como curadores de las noticias que circulan en las redes sociales, principalmente WhatsApp.

La tercera parte del libro estuvo abocada a las prácticas de estudio que en la pandemia sufrieron fuertes transformaciones; principalmente, porque la pantalla se volvió inesperadamente su interfaz con la vida académica, especialmente la pantalla de la computadora -de escritorio, notebook o netbook- más que la del smartphone.

Ante este panorama, los cambios más significativos no se produjeron en las prácticas de enseñanza: estas quedaron atrapadas en una suerte de remolino centrípeto generado por la adaptación, impuesta por la virtualización forzada de las clases que discurrieron insospechadamente a través de plataformas de

videoconferencia con el apoyo de campus virtuales que, en algunos casos, se limitaron a operar como repositorios académicos del material de lectura. Este panorama de adaptación o de transposición de viejas prácticas en nuevos envases volvió obsoletas instancias como la clase expositiva y la memorización. En cambio, la verdadera mutación se dio en el orden las estrategias de aprendizaje que –muchas veces a pesar y a contrapelo de las prácticas de enseñanza– desarrollaron las y los estudiantes por su cuenta. Aquí se puso en evidencia cómo, al decir de Baricco (2018), la revolución mental precede a la revolución digital: ellos y ellas ya conocían de hace tiempo las herramientas colaborativas en la nube, pero el contexto de aislamiento social los y las impulsó, como nunca antes, a buscar *aprender con otros* valiéndose de ricas estrategias de producción compartida. Por fin, el espíritu colaborativo impregnado en la World Wide Web creada por Berners Lee a finales de los ochenta, tomó forma; así como tomó forma, también, el otro rasgo distintivo de la web: su carácter de *metamedium*. En efecto, esto de integrar todos los medios en una misma plataforma, lo que a su vez habilita las prácticas multitarea por parte de sus usuarios, se hizo patente cuando las y los estudiantes pusieron en juego complejas estrategias de lectura transmedia que, lejos de oponerlos, les permitieron poner en diálogo las características del papel y la pantalla, las instancias sincrónicas y asincrónicas, la oralidad y la escritura y la lectura en solitario con las lecturas compartidas. Los trabajos colaborativos en los que se integran plataformas en la nube para escribir con sistemas de videoconferencia para hablar, sumado al chat como hilo conductor, representan el ejemplo más claro de qué tipo de estudiantes ha formado la pandemia y de cómo ellos y ellas han elegido transitarla. Y si bien no dejan de encontrar dificultades para organizar sus tiempos de estudio y combatir la distracción –sobre todo cuando usan WhatsApp como apoyo para su actividad académica y puerta de entrada al trabajo colaborativo– creen, en su mayoría, que el futuro de la enseñanza y del aprendizaje es híbrido.

Todo lo anterior nos coloca ante un interrogante que esta investigación ha dejado en evidencia: ¿qué hacemos ahora desde las universidades: volveremos al escenario prepandemia de la

presencialidad plena o capitalizaremos las enseñanzas que nos ha dejado esta circunstancia? Para responder a este interrogante, con el que nos sentimos interpelados como docentes de carreras de Comunicación y Periodismo de Argentina, hacemos nuestras las palabras de Mariana Maggio (2022) cuando sostiene que en este contexto tan particular se abrió una suerte de portal:

La pregunta es si vamos a atravesar el portal pegando un salto hacia adelante que nos permita, ahora sí, entrar en un tiempo de invención y construir colectivamente prácticas de la enseñanza contemporáneas e inclusivas, o si, en cambio, vamos a quedarnos merodeando bajo el marco, lugar al que consideramos seguro pero que, notoriamente, nos deja del lado del pasado (Maggio, 2022).

Creemos firmemente que esta investigación es un aporte para dar ese “salto hacia adelante”: conociendo la manera en que nuestros y nuestras estudiantes acceden a las noticias y desarrollan sus prácticas de estudio, todo ello atravesado por dispositivos digitales y relacionales como son las pantallas, es hora de recrear nuestras currículas, nuestras prácticas de enseñanza y, también, la manera de alimentar el ecosistema de información desde los medios. Es hora de dar cuenta de ese cambio que nos atraviesa a todos como sociedad y que nos saca del lugar de lo seguro y conocido para lanzarnos a nuevos escenarios. La novedad de estos escenarios, más contemporáneos y significativos, nos la traen en este libro las voces de las y los jóvenes que aquí nos interpelan. La mutación está en marcha.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersand.
- Albarello, F. (2016). El ecosistema digital de los jóvenes universitarios: una mirada desde la Ecología de los medios. En Durand, J.; Corongia, A.; Daura, F. T. (Dirs.) y Urrutia, M. S. (Coord.). *Aprender a enseñar: el desafío de la formación docente inicial y continua* (pp. 115-136), Buenos Aires: TeseoPress. Disponible en: <https://bit.ly/3OLz17B> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Albarello, F. (2011). *Leer/navegar en Internet. Las formas de lectura en la computadora*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Aliano, N.; Arillo, N.; Fischer, M.; Pansera, A. (2016). Consumos culturales: modos, formatos y repertorios emergentes. IX Jornadas de Sociología de la UNLP, 5 al 7 de diciembre de 2016, Ensenada, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: <https://bit.ly/3OSrQdY> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Ardèvol Piera, E. & Gómez Cruz, E. (2012). Las tecnologías digitales en el proceso de investigación social: reflexiones teóricas y metodológicas desde la etnografía virtual, *Políticas de conocimiento y dinámicas interculturales: acciones, innovaciones, transformaciones*, pp. 189-204. Disponible en: <https://bit.ly/2GB5HIR> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Arri, F. (2022). Jóvenes, smartphones y “medios tradicionales”. Una indagación del ecosistema mediático de estudiantes universitarios/as de carreras vinculadas a la comunicación del Aglomerado Gran Buenos Aires en Tarullo, R. (comp.) & Frezzotti, Y. (colab.) *Jóvenes, medios y redes sociales: representaciones, usos y prácticas antes y durante la pandemia*. Junín: Ed. Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires. UNNOBA.
- Boczkowski, P. (2022). *Abundancia. La experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. Buenos Aires: UNSAM edita.
- Bolter, J. & Grusin, R. (2001). *Remediation. Understanding New Media*. Massachusetts: MIT Press.
- Carlón, M. y Scolari, C. (Eds.) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Carlino, P. (2013). “Alfabetización académica diez años después”. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 18, núm. 57, 2013, pp. 355-381. México: Consejo Mexicano de Investigación Educativa.

- Carr, N. (2011). *Superficiales. Qué está haciendo Internet con nuestras mentes*. Madrid: Taurus.
- Cassany, D. (2006). *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama.
- Cassany, D. (2008) "Géneros escritos", en *Taller de textos*. Buenos Aires: Paidós.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Cátedra UNESCO AMIDI (23 de mayo de 2022). *¿Cómo vivimos en un mundo con abundancia de información? Pablo Boczkowski* [Archivo de video]. Youtube. Disponible en: <https://bit.ly/3znLTVs> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Cavallo, G. & Chartier, R. (2001). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- Eco, U. (1987). "El lector modelo" en *Lector in fabula*. Barcelona: Lumen.
- Fernández Medina, F; Proust, V. & Núñez-Mussa, E. (2018). Consumo incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas. *RISTI*, N° E16, pp. 308-320.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: Crujía.
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fernández, J. L. (2014). Mediatizaciones del sonido en las redes. El límite Vorterix. En F. Rovetto y M. C. Reviglio (comps.) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: UNR Editora. pp. 191-206. Disponible en: <https://bit.ly/3zIsRB5> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Fernández, J. L. (2013a). Postbroadcasting: estados y estatutos en la actualidad de lo musical mediatizado. En Fernández, J. L. (coord.) (2014). *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires, La Crujía, pp. 14-23.
- Fernández, J. L., entrevistado por Scolari, C. (2013b) Entrevista a J. L. Fernández: los lenguajes de la radio en el blog Hipermediaciones. Disponible en: <https://bit.ly/3BtpWNS> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.
- Flick, U. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Londres: Sage Publications.
- Heinström, J. (2006). Psychological factors behind incidental information. *Library & Information Science Research*, 28(4), pp. 579-594.

- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lotman, I. (1976). *Estructura del texto artístico*. Madrid: Akal Comunicación.
- Maggio, M. (2022). *Híbrida. Enseñar en la universidad que no vimos venir*. Buenos Aires: Tilde Editora.
- Maggio, M. (2020). *Educación en pandemia. Guía de supervivencia para padres y familias*. Buenos Aires: Paidós.
- Manguel, A. (2012). *Una historia de la lectura*. Madrid: Alianza.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. New York: Bloomsbury Academic.
- Mayans i Planells, J. (2002). *Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- Mc Luhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- McLuhan, M. & McLuhan, E. (1992). *Las leyes de los medios*. México: Alianza Editorial.
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, año 13, número 24, pp. 131-145. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>
- Mitchelstein, E; Matassi, M. & Boczkowski, P. (2016). El medio ya no es medio ni mensaje. *Revista Anfibia*. Disponible en: <https://bit.ly/3cJsA7O> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Morduchowicz, R. (2018). *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Newman, N; Fletcher, R; Schulz, A; Andi, S; Robertson, C; Nielsen, R. (2021). *Digital News Report 2021*. Reuters Institute y Universidad de Oxford. Disponible en: <https://bit.ly/3PS0k1y> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Newman, N; Fletcher, R; Robertson, C; Eddy, K; Nielsen, R (2022). *Digital News Report 2022*. Reuters Institute y Universidad de Oxford. Disponible en: <https://bit.ly/3BuMmON> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Ong, W. (1994). *Oralidad y escritura. Tecnología de la palabra*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Ong, W. (1977). *Interfaces of the Word. Studies in the evolution of consciousness and culture*. Londres: Cornell University Press.
- Parisier, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.

- Pew Research Center (2013). The Role of News on Facebook Common yet Incidental. Disponible en: <https://pewrsr.ch/3ScAl6D> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Ramonet, I. (2001). Comunicación contra información. *Sala de Prensa*, vol. 3, p. 2.
- Premsky, M. (2001). *Digital Natives Digital Immigrants*, On the Horizon, MCB University Press, Volumen 9 N° 5. Disponible en: <https://bit.ly/3Jn28gK> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Rojas Torrijos, J. L., & González-Alba, J. A. (2018). La newsletter como producto periodístico en la búsqueda de nuevos lectores. Estudio de boletines de noticias de El País, El Español y El Independiente. *AdComunica*, pp. 165-195. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.9>
- Rost, A. y Espiño, S. (2021). Nuevas narrativas en medios nativos digitales en la Argentina. En Rost, A.; Bernardi, M. T. & Bergero, F. (Eds.) *Nuevas narrativas en periodismo*. General Roca: Publifadecs. Disponible en: <https://bit.ly/3zHrNNL> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. En: <https://www.tdx.cat/handle/10803/4189> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Scolari, C. (2021). ¿Una nueva de oro de la comunicación oral? Podcasts, audiolibros y otras especies sonoras. *Hipermediaciones*, Disponible en: <https://bit.ly/3BDCRwC> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Scolari, C. A. (2020). *Cultura Snack*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2008) Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación* N° 77, julio-diciembre 2008. Disponible en: <https://bit.ly/3vp75Qj> (recuperado el 31 de julio de 2022).
- Scolari, C. (2004) *Hacer click. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

- Tewksbury, D., Weaver, A. J., & Maddex, B. D. (2001). Accidentally informed: Incidental news exposure on the World Wide Web. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(3) pp. 533-554.
- Venier, E. (2018). Los memes y la imitación en la socialidad tecnificada. *Viator. Revista científica de comunicación desde los bordes*, (6), pp. 21-47.
- Williams, R. (2008). La cultura es algo ordinario. En *Historia y cultura común*. Madrid: Libros La Catarata, pp. 37-62.
- Williamson, K. (1998). Discovered by chance: the role of incidental information acquisition in an ecological model of information use. *Library & Information Science Research*, 20(1), pp. 23-40.
- Wimmer, R. & Dominic, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Madrid: Bosch Editor.
- Wolf, M. (2008). *Cómo aprendemos a leer. Historia y ciencia del cerebro y la lectura*. Barcelona: Ediciones B.



## **SOBRE LAS Y LOS AUTORES**

### **Albarello, Francisco (director del proyecto)**

Es Doctor en Comunicación Social por la Universidad Austral y Licenciado en Comunicación Social con orientación en Periodismo por la Universidad Nacional de la Plata. Además, posee un Postgrado en Educación a distancia a través de redes digitales y recursos de Internet por la Universidad de Murcia (España). Es docente investigador con dedicación exclusiva de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral, donde se desempeña en el grado y posgrado. Es Director del Doctorado en Comunicación Social, Secretario de Investigación de la Facultad de Comunicación y Editor Asociado de la revista *Austral Comunicación*.

### **Arri, Francisco**

Doctor en Comunicación Social (Universidad Austral), Master en Comunicación y Educación (Universidad Autónoma de Barcelona), profesor y licenciado en Periodismo (Universidad del Salvador). Dirige el Área de Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador, en donde se desempeña como profesor titular e investigador. Dicta clases en grado en UCES y UAI y en posgrado en la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario y en la Universidad Columbia (Paraguay). Investiga temas vinculados a las mediatizaciones digitales, tecnologías, educación y lectura/navegación en pantallas, dispositivos móviles y tactilidad.

### **Bergero, Fabián**

Periodista. Magister en Periodismo y Medios de Comunicación (UNLP). Docente en la carrera de Comunicación Social en la Universidad Nacional del Comahue. Investigador en el campo del periodismo digital.

### **Bernardi, María Teresa**

Licenciada en Comunicación Social (UNC), Especialista en Planificación y Gestión Social (UNComa) y Doctora en Comunicación Social (UNC). Docente de la Carrera de Comunicación Social en el área de periodismo de la Universidad Nacional del Comahue. Es vicedirectora del Departamento de Comunicación Social. Codirectora del proyecto de Investigación Prácticas profesionales, narrativas emergentes y dimensiones de

la interacción en el periodismo digital de la Norpatagonia. Investigadora Categoría III. Directora de becarixs y de tesis de grado.

### **Cane, Julieta**

Es Licenciada y Profesora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Investiga temas vinculados a las tecnologías y la educación, las transformaciones socioculturales, el consumo de información, entre otros. Desde 2019 hasta 2021 fue ayudante adscripto del “Taller de estrategias de trabajo colaborativo con redes sociales virtuales y otros asistentes online” (FPyCS - UNLP), donde participó de la publicación de diversos libros y artículos. Actualmente se dedica a la docencia, la investigación y la comunicación política.

### **Casado, Nicolás**

Es Licenciado en Comunicación Social y Profesor Universitario en Comunicación Social por la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires y Especialista Docente de Nivel Superior en Educación y TIC (Ministerio de Educación de la Nación). Es Secretario de Extensión, Bienestar y Transferencia de la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN), Integrante del Consejo de Gestión de Vinculación y Transferencia e Integrante de la Comisión Directiva de Radio Universidad 90.1 y de Agencia Comunica (FACSO-UNICEN). Es investigador categorizado V y se desempeña como docente en las carreras Licenciatura y Profesorado en Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN).

### **Comba, Silvana**

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario y Magister en Comunicación Social por la Universidad Diego Portales, Santiago de Chile. Docente investigadora con dedicación exclusiva en la Escuela de Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario, donde se desempeña en el grado y posgrado. Directora de la Escuela de Comunicación Social y coeditora de la revista *Medios y Enteros*. Codirectora del proyecto de investigación *Jóvenes, contenidos informativos y prácticas de ciudadanía comunicacional en medios sociales*.

### **Díaz, Enrique Antonio**

Estudiante avanzado de la carrera Profesorado y Licenciatura en Filosofía en la FHyCS/UNJu. Es Diplomado Universitario en “Filosofía de

la Liberación” (2017) y en “Recursos Tecnológicos para el Aula” (2021). Se desempeña como Ayudante Alumno en la cátedra Teoría y Metodología de la Historia de las Ideas Latinoamericanas (FHyCS/UNJu). Es miembro de la Asociación de Filosofía de la Liberación y del Centro de Estudios e Investigaciones en Lectura y Escritura Académica (CEILEA/INFIL). Actualmente coordina el Centro Pedagógico de Ayuda Estudiantil del Movimiento Social Nuestramérica y participa en proyectos de Investigación en la Universidad Nacional de Jujuy y la Universidad Salesiana.

### **Farré, Marcela**

Es Doctora en Comunicación por la Universidad de La Laguna (España). Profesora y Licenciada en Letras Modernas (UNC). Además tiene una diplomatura en Gestión de Proyectos (PMI). Dirige las carreras de Comunicación de la Universidad Blas Pascal, donde se desempeña como docente titular en grado y posgrado. También dicta clases de posgrado en la Universidad Austral y en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (España). Es directora de la Diplomatura en Gestión de Contenidos Digitales de la Universidad Blas Pascal. Su área de especialización es el análisis de prácticas culturales en relación con el consumo de medios digitales.

### **Fridman, Leandro**

Es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Máster en Consultoría en Integración de Tecnologías de la Información en Organizaciones por la Universidad Politécnica de Valencia (España). Además, tiene una diplomatura en Comunicación Política otorgada por la Fundación Konrad Adenauer (Uruguay). Dicta materias de grado en las facultades de Humanidades y Ciencias e Ingeniería en Ciencias Hídricas de la Universidad Nacional del Litoral y en la de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Actualmente es coordinador académico del ciclo de Licenciatura en Periodismo y Comunicación de la UNL.

### **García, María Soledad**

Es Magíster y Especialista en Ciencias Sociales y Humanidades (Universidad Nacional de Quilmes), y Licenciada en Comunicación Social con Orientación en Producción Gráfica (Universidad Nacional de Córdoba). Se desempeña como Profesora Adjunta Taller de Medios y

Narrativas Digitales (Universidad Nacional de La Pampa). Es Editora responsable de *Revista Descentrada* y forma parte del Comité Editor de *Anuario*- Revista anual de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa. Desde 2011 integra *Red Par* (Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista). Sus áreas de investigación abordan los medios de comunicación, nuevas tecnologías y estudios de género.

### **Lopez Perdiz, Julián**

Es Licenciado en Periodismo por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, es corresponsal investigador del sitio de divulgación científica Argentina Investiga. Colabora con las secretarías de Investigación y Medios de la Facultad de Ciencias Sociales de Lomas de Zamora. Participó en Jornadas para jóvenes investigadores a lo largo del país, colaboró con la creación de diversos sitios web, publicación y producción de programas de radio. *Investigar en Red* es su primera participación como investigador.

### **Magallanes, Sergio**

Es Licenciado en Antropología, Post-titulado en Formación Docente, Diplomado Superior en Educación y Nuevas Tecnologías (FLACSO), Especialista en producción Multimedia de Material Educativo (UNC) y Magíster en Teledetección (UNICEN). Es Maestrando en Comunicación Digital Interactiva (UNR). Se desempeña en Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN como Profesor Asociado; es Director de la línea de investigación MT&CD (Mediaciones Tecnológicas y Comunicación Digital), Director del Observatorio de Redes Sociales: Grooming y Cyberbullying, Jefe del Departamento de TICs de la Escuela Adolfo Pérez Esquivel (UNICEN). Fue durante cinco años Director del Departamento de Comunicación Social y Periodismo (FACSO-UNICEN).

### **Müller, María José**

Es Doctora y Licenciada en Comunicación por la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Es docente e investigadora en temáticas de sonido y oralidad en grado y posgrado en la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Cuenta con amplia experiencia en docencia y entrenamiento en organizaciones de la sociedad civil y en empresas. Es periodista, integrante de FOPEA (Foro de Periodistas Argentinos) y tiene una trayectoria profesional en medios de comunicación.

### **Pamucio, Luciano**

Es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario, docente de la carrera y Secretario de la Escuela de Comunicación Social. Se desempeña, además, como docente y Prosecretario en el Instituto de Enseñanza Técnica N° 18. Escribió el libro “Voces Transitorias” (2009) y el poemario “Desinteresa” (2022). Es co-rector de la revista *Medios y Enteros*.

### **Paredes, Graciela**

Doctora en Ciencias de la Comunicación Social (USAL) y licenciada en Periodismo (USAL). Es directora de la Maestría en Periodismo de Investigación de la Universidad del Salvador desde 2009. Dirige allí el Instituto de Investigación en Ciencias de la Educación y de la Comunicación. Trabaja como docente desde 1991 y es actualmente profesora en las carreras de periodismo en la USAL y en la Universidad del Museo Social Argentino. Es investigadora, especializada en temas de nuevas tecnologías y redes sociales. Se ha desempeñado como periodista en revistas relacionadas con la temática empresarial. Fue consultora en comunicaciones y colaboradora para la selección de libros en varias editoriales.

### **Pedelaborde, Paula**

Es Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata y Especialista en Educación Mediada por Tecnologías de la Comunicación por la Universidad Pedagógica Nacional. Ha sido Directora del Departamento de Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa (UNLPam). Es docente Titular por concurso e investigadora en la Licenciatura en Comunicación de la UNLPam y en la Facultad de Periodismo y Comunicación de la UNLP, en materias vinculadas a la redacción periodística y elaboración de proyectos gráficos.

### **Peret, Maximiliano**

Es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires y Especialista en Tecnología Educativa por la Universidad de Buenos Aires. Ha sido Director del Departamento de Comunicación Social y Periodismo y Secretario de Extensión en la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN) y es Editor General de la *Revista Argentina de Comunicación*. Es docente investigador

con dedicación exclusiva en la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN). También dicta materias de grado en la Universidad Católica de Santa Fe y de posgrado en la Universidad Nacional de Mar del Plata.

### **Perticará, Mariana Andrea**

Es Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos y Magister en Comunicación y Educación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Es investigadora categorizada IV y docente de grado (UNER, UNL) y posgrado (UNER). Trabaja temáticas vinculadas con perspectivas sociohistóricas de los medios y tecnologías de comunicación; consumos culturales y mediáticos actuales; mediaciones en el campo de la comunicación/educación y procesos de conformación de la opinión pública. Ha desarrollado diversas tareas de gestión universitaria. Actualmente se desempeña como secretaria de Extensión y Comunicación Institucional en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Universidad Nacional del Litoral.

### **Porta, Paula Inés**

Es Doctora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata, Magister en Comunicación Audiovisual, Universidad Internacional de Andalucía (España) y Licenciada en Comunicación Social con orientación en Periodismo por la Universidad Nacional de la Plata. Es docente investigadora con dedicación exclusiva de la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata, donde se desempeña en el grado y posgrado. Directora de Proyectos de Investigación y Extensión. Secretaria Académica de la Especialización en Gestión de la Educación Superior, Universidad Nacional de La Plata (2019), Vice Directora Instituto de Investigaciones en Comunicación (IICom) FPCS UNLP y Directora *Question/Cuestión*, revista electrónica especializada en periodismo y comunicación.

### **Quintana, Mariel Silvina**

Es Profesora en Letras por la Universidad Nacional de Jujuy, cursa el Doctorado en Letras de la Universidad Nacional de Tucumán. Docente e investigadora de la UNJu, se desempeña como Jefa de Trabajos Prácticos en las cátedras de Literatura Española I y II e Historia de la Lengua, en la carrera Profesorado y Licenciatura en Letras de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Participa en equipos de investigación sobre literatura, lengua, y alfabetización académica. Integra el Centro

de Estudios e Investigación en Lectura y Escritura Académica (CEILEA), INFIL, UNJu.

### **Rosales, Marcela Victoria**

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario. Doctoranda en Ciencias Sociales por FLACSO Argentina. Además realizó estudios de posgrado en Periodismo Digital (Universidad Pompeu Fabra) y en Ciencias Sociales con mención en Género y Políticas Públicas. Es profesora de grado en la Universidad Nacional de Rosario y en la Universidad Nacional del Litoral e investiga sobre lectura y producción de textos, enseñanza de la escritura y políticas de género. Ha sido directora de Comunicación del Ministerio de Educación de Santa Fe y actualmente asesora en la Cámara de Diputadas y Diputados de Santa Fe.

### **Rost, Alejandro**

Doctor en Periodismo y Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Es Profesor Asociado de Periodismo Digital en la Universidad Nacional del Comahue. Dirige la Especialización en Comunicación y Culturas Contemporáneas en la UNComa. Categoría I de investigación en el Programa Nacional de Incentivos. Dirige un equipo de investigación sobre periodismo digital. Integrante del Instituto Patagónico de Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales (IPEHCS) del Conicet. Ha dado conferencias y cursos de posgrados en universidades de Chile, Ecuador, Bolivia, Colombia, Brasil, España y Argentina. Coautor de cinco libros y de 18 capítulos sobre interactividad, redes y periodismo.

### **Santarelli, Julio César**

Licenciado en Comunicación Social con orientación en Periodismo, Universidad Nacional de La Plata. Profesor en Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Periodista, redactor de El Diario de La Pampa desde 2015. Docente de Comunicación Comunitaria en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNLPam desde 2019. Docente del Taller de Radio II, Universidad Nacional de La Pampa desde 2020.

### **Saya, Alejandro**

Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Magíster en Realización Audiovisual, Emerson College. Profesor Asociado, Producción Audiovisual y Taller de Realización Televisiva, carreras de Comunicación, Universidad Blas Pascal. Profesor Adjunto,

Guión Audiovisual y Narrativas Digitales, Escuela de Cine, Video y TV, Universidad Nacional de Tucumán. Director de la diplomatura en Animación Digital, Universidad Blas Pascal. Miembro del Consejo Asesor del Polo Audiovisual Córdoba. Traductor audiovisual y audiodescriptor, especialista en accesibilidad audiovisual.

### **Siles Pavón, Alejandra**

Es Profesora en Letras por la Universidad Nacional de Jujuy y ha realizado su tesis de Maestría en Estudios Literarios en la Universidad Nacional de Salta. Se desempeña como Profesora Adjunta en la cátedra de Literatura Española I y Jefa de Trabajos Prácticos en Introducción a la Literatura en la FHyCS-UNJu. Investiga la literatura española y la alfabetización académica, especialmente la lectura y escritura en el ámbito universitario. En esta última línea, ha escrito ponencias, dictado cursos de capacitación, codirigido proyectos de investigación y publicado artículos. Integra la Red ALES, es coordinadora general de CEILEA (Centro de Estudios e Investigaciones en Lectura y Escritura Académica) de la UNJu y Secretaria de Extensión de la FHyCS.

### **Silvestre Luengo, Gustavo Hernán**

Periodista de la Universidad Nacional de La Pampa, redactor de *El Diario* de La Pampa desde 1992 y editor de su versión digital. Docente del Taller de Producción Gráfica I y II en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNLPam desde 2012. Investigador del proyecto “Estrategias de reproducción social en espacios de borde del centro de Argentina”, aprobado por el Consejo Directivo de la FCH de la UNLPam. Coautor del libro “Estrategias en Espacio de Borde”, en la colección Libros Académicos de Interés Regional de la Editorial de la UNLPam, en 2017.

### **Toledo, Edgardo**

Magister en Comunicación Social por la Universidad Diego Portales, Santiago de Chile. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario. Docente Titular e investigador con dedicación exclusiva en la carrera de Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario, donde se desempeña en el grado y posgrado. Coeditor de la revista *Medios y Enteros*. Codirector del proyecto de investigación *Jóvenes, contenidos informativos y prácticas de ciudadanía comunicacional en medios sociales*. Consejero superior de la UNR por el claustro docente.

### **Tsuji, Teresa**

Licenciada en Periodismo y Especialista en Redes de educación a Distancia. Docente investigadora Categoría II de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Docente de grado y posgrado. Directora de proyectos de investigación. Ha colaborado en proyectos de investigación y transferencia en el ámbito nacional e internacional en temas relacionados con la Comunicación visual y multimedial, la difusión científica, la estrategia de comunicación, la educación y comunicación, desarrollando diversos proyectos de transferencia: Periodismo escolar en Internet, Cienciared y revistas académicas de comunicación. Editora de la revista Hologramática de la Facultad de Cs Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, y otras.

### **Vigil, María Fernanda**

Licenciada en Comunicación y en Administración. Se ha especializado en comunicación estratégica, gestión de organizaciones y comunicación política. Inició su carrera profesional en consultoras de marketing y agencias de publicidad, para luego dedicarse a organizaciones de la sociedad civil y comunicación política. Docente e investigadora en la UNL y UNRAF, sus pesquisas se centran en el eje de la comunicación y opinión pública. Coordinó el Ciclo de Licenciatura en Periodismo de UNL. Dirige y evalúa trabajos finales de carrera. Ha participado como evaluadora de proyectos de comunicación y ponencias para reuniones científicas. Es capacitadora tanto en el sector público como en el privado.

### **Zapata, Natalia Rosana**

Magister y Especialista en Ciencias Sociales (UNQ). Diploma en Ciencias Sociales (CAICYT-CONICET). Licenciada y Profesora en Comunicación Social (UNLP). Cursa el doctorado en Comunicación (UNLP). Se desempeña como docente, investigadora y extensionista en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Ha realizado trabajos de investigación que analizan la comunicación organizacional; las juventudes y tecnologías y, particularmente, la educación universitaria en la modalidad “contexto de encierro”. Coordina el programa de educación superior en cárceles en esa unidad académica.



## **SOBRE LAS UNIVERSIDADES**

### **Universidad Austral**

Creación: 1991

Tipo de gestión: Privada

Cantidad de estudiantes: 10.350

Facultad: Comunicación

Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social y Lic. en Diseño

Localización: Pilar, provincia de Buenos Aires

Web: <https://www.austral.edu.ar/>

### **Universidad Blas Pascal**

Creación: 1990

Tipo de gestión: Privada

Cantidad de estudiantes: 10.000

Facultad: Carreras de Comunicación

Carreras vinculadas: Lic. en Periodismo y Nuevos Medios, Lic. en Comunicación Institucional, Lic. en Comunicación Audiovisual, Lic. en Publicidad y Lic. en Relaciones Públicas

Localización: Córdoba, provincia de Córdoba

Web: <https://www.ubp.edu.ar/>

### **Universidad del Salvador**

Creación: 1956

Tipo de gestión: Privada

Cantidad de estudiantes: 30.000

Facultad: Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Carreras vinculadas: Lic. en Periodismo, Lic. en Publicidad, Lic. en Relaciones Públicas y Lic. en Ciencias de la Comunicación.

Localización: Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Pilar, provincia de Buenos Aires; Gobernador Virasoro, provincia de Corrientes.

Web: <http://www.usal.edu.ar/>

### **Universidad Nacional de Jujuy**

Creación: 1972

Tipo de gestión: Pública

Cantidad de alumnos: 24.000

Facultad: Humanidades y Ciencias Sociales

Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social, Tec. en Comunicación Social y Tec. en Comunicación Digital Convergente  
Localización: San Salvador de Jujuy, pcia. de Jujuy  
Web: <https://www.unju.edu.ar/>

### **Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires**

Creación: 1974  
Tipo de gestión: Pública  
Cantidad de estudiantes: 25.300  
Facultad: Ciencias Sociales  
Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social y Prof. en Comunicación Social  
Localización: Olavarría, pcia. de Buenos Aires  
Web: <http://www.unicen.edu.ar>

### **Universidad Nacional del Comahue**

Creación: 1972  
Tipo de gestión: Pública  
Cantidad de estudiantes: 35.000  
Facultad: Derecho y Ciencias Sociales  
Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social y Prof. en Comunicación Social  
Localización: General Roca, pcia. de Río Negro  
Web: <https://www.uncoma.edu.ar>

### **Universidad Nacional de La Pampa**

Creación: 1958  
Tipo de gestión: Pública  
Cantidad de estudiantes: 14.400  
Facultad: Ciencias Humanas, Depto. de Comunicación Social  
Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social  
Localización: Santa Rosa, pcia. de La Pampa  
Web: <https://www.unlpam.edu.ar/>

### **Universidad Nacional de La Plata**

Creación: 1897  
Tipo de gestión: Pública  
Cantidad de estudiantes: 115.000  
Facultad: Periodismo y Comunicación Social

Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social Orientación Periodismo, Lic. en Comunicación Social Orientación Planificación, Prof. en Comunicación Social, Tec. Superior Univ. en Periodismo Deportivo, Tec. Superior Univ. en Comunicación Popular, Tec. Superior Univ. en Comunicación Pública y Política y Tec. Superior Univ. en Comunicación Digital  
Localización: La Plata, pcia. de Buenos Aires

Web: <https://unlp.edu.ar/>

### **Universidad Nacional del Litoral**

Creación: 1919

Tipo de gestión: Pública

Cantidad de estudiantes: 50.900

Facultad: Humanidades y Ciencias

Carrera vinculada: Lic. en Periodismo y Comunicación Social

Localización: Santa Fe, pcia. de Santa Fe

Web: <http://www.unl.edu.ar>

### **Universidad Nacional de Lomas de Zamora**

Creación: 1972

Tipo de gestión: Pública

Cantidad de estudiantes: 45.000

Facultad: Ciencias Sociales

Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social, Prof. en Comunicación Social, Lic. en Periodismo, Tec. en Periodismo, Lic. en Publicidad y Tec. en Publicidad

Localización: Lomas de Zamora, pcia. De Buenos Aires

Web: <https://www.unlz.edu.ar/>

### **Universidad Nacional de Rosario**

Creación: 1968

Tipo de gestión: Pública

Cantidad de estudiantes: 90.000

Facultad: Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Carreras vinculadas: Lic. en Comunicación Social y Prof. de Comunicación

Localización: Rosario, pcia. de Santa Fe

Web: <https://unr.edu.ar>

**MUTACIONES**  
**Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas**

---

Procesado gráfico integral  
UNR Editora  
Editorial de la Universidad Nacional de Rosario  
Secretaría de Extensión Universitaria  
Urquiza 2050 - (S2000AOB) Rosario - Santa Fe - República Argentina  
[www.unreditora.unr.edu.ar](http://www.unreditora.unr.edu.ar) - [editora@sede.unr.edu.ar](mailto:editora@sede.unr.edu.ar)

2022

Este libro recoge la experiencia de dos años de trabajo de un colectivo de investigadores de once universidades argentinas con un objetivo en común: indagar sobre los hábitos de estudio y de consumo de noticias de las y los estudiantes de las carreras de Comunicación Social, Periodismo y afines. Lejos de ser un obstáculo, la pandemia del COVID-19 y el consecuente Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) decretado en nuestro país en marzo de 2020, potenció el trabajo colaborativo y en red y dio lugar a una investigación federal, diversa y enriquecida, al punto que creó su propia metodología de trabajo. En estas páginas se presentan los resultados de una investigación que combinó 165 entrevistas con una encuesta a 1.941 estudiantes de universidades privadas y públicas de seis provincias argentinas durante los años 2020 y 2021.

La primera parte del libro indaga sobre los cambios en las rutinas de uso de las tecnologías digitales, Internet, smartphones y computadoras, especialmente durante el período de aislamiento social. La segunda parte aborda en profundidad los hábitos informativos, en los que se conjugan los medios tradicionales (diarios, TV, radio) con los nuevos medios (redes sociales, podcast, newsletter, memes, entre otros). La tercera parte del libro se centra en los hábitos de estudio y sus transformaciones por efecto de la pandemia, donde la lectura y las prácticas colaborativas de estudio se desplegaron a través de las pantallas.

Este libro representa un aporte significativo para comprender las maneras en que se informan y estudian las y los jóvenes universitarios en un contexto cambiante de innovación social, cultural y tecnológica.



Universidad  
Nacional  
de Rosario



**UNR**  
EDITORA



9 789877 025828