

COLECCIÓN CUADERNOS DE POLIEDRO

PERIODISMO Y CRISIS DE CREDIBILIDAD

JERÓNIMO BIDERMAN NÚÑEZ
(EDITOR)



CARLOS CAMPOLONGO
SANDRA CRUCIANELLI
NADIA SCHIAVINATO
JERÓNIMO BIDERMAN NÚÑEZ
FLORENCIA COLOMBO



POLIEDRO
EDITORIAL
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN ISIDRO

Periodismo y crisis de credibilidad

Jerónimo Biderman Núñez (editor)

Carlos Campolongo

Sandra Crucianelli

Nadia Schiavinato

Jerónimo Biderman Núñez

Florencia Colombo

Biderman Núñez, Jerónimo

Periodismo y crisis de credibilidad / Jerónimo Biderman Núñez ; editado por Jerónimo Biderman Núñez. - 1a ed. - Beccar : Poliedro Editorial de la Universidad de San Isidro, 2021.

Libro digital, PDF - (Cuadernos de Poliedro)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-47817-7-2

1. Periodismo. 2. Comunicación. 3. Ética. I. Título.

CDD 070.401

Colección Cuadernos de Poliedro

Diseño editorial: María Soledad Lohlé

Poliedro Editorial de la Universidad de San Isidro

Universidad de San Isidro Dr. Plácido Marín

Av. del Libertador 17175 Beccar (B1643CRD), Buenos Aires, Argentina



Poliedro Editorial de la Universidad de San Isidro es propiedad de la Fundación de Estudios Superiores Dr. Plácido Marín

Autorizada provisoriamente por Decreto PEN Nro. 1642/2012 conforme a lo establecido en el artículo 64 inciso "c" de la Ley 24521

Índice

Introducción	5
Informe “Credibilidad periodística. Actitudes de los argentinos hacia los medios de comunicación y el periodismo” (Auditorio de Opinión Pública-USI)	7
CLAROS Y OSCUROS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO. UNA INVESTIGACIÓN PARA DEBATIR ENTRE LÍNEAS de Carlos Campolongo	44
LA PÉRDIDA DE LA CREDIBILIDAD Y LA LUCHA CONTRA NUESTROS PEORES DEMONIOS de Sandra Crucianelli	59
LA FORMACIÓN ÉTICA DE COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS ANTE LA CRISIS DE CREDIBILIDAD de Nadia Schiavinato	64
PERIODISMO Y CRISIS DE CREDIBILIDAD: UNA MIRADA DESDE LA ÉTICA PROFESIONAL de Jerónimo Biderman Núñez	83
CLAROSCUROS DE UN NUEVO ORDEN POLIFÓNICO de Florencia Colombo	100

LA FORMACIÓN ÉTICA DE COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS ANTE LA CRISIS DE CREDIBILIDAD

Nadia Soledad Schiavinato³

1. Introducción

Este capítulo aborda la problemática de la formación universitaria de comunicadores sociales y periodistas respecto a la ética profesional en el contexto de la crisis de credibilidad del periodismo argentino. La Encuesta Nacional de Credibilidad Periodística “Actitudes de los argentinos hacia los medios de comunicación y el periodismo”, elaborada por el Auditorio de Opinión Pública de la Universidad de San Isidro, señala que el índice de credibilidad periodística se encuentra en la franja media – baja (con tendencia a la baja) ya que la gran mayoría de los encuestados consideran que el periodismo no es una institución independiente ni confiable, entre otros aspectos indagados.

En este marco, resulta pertinente interrogarse por la educación de quienes ejercerán la actividad periodística y de comunicación en las diferentes esferas de la sociedad. Consideramos que la cuestión ética debe ser parte de la formación inicial de comunicadores y periodistas, dado que serán ellos quienes, en su ejercicio profesional, garanticen el derecho a la libertad de expresión y sostengan, a partir de un compromiso ineludible con la verdad, la credibilidad periodística (Barragán Solís, 2007; Díaz Del Campo Lozano, 2013; Redondo, Sánchez García y Etura, 2017; Fidel y Borges, 2020).

³ Nadia Soledad Schiavinato es doctoranda en Ciencias de la Educación por la Universidad de Buenos Aires con beca interna doctoral de CONICET. Cursó estudios de Maestría y Especialización en Educación en la Universidad de San Andrés (Argentina). Es Licenciada y Profesora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires y Diplomada en Lectura, Escritura y Educación por FLACSO. Se desempeña como docente en la Universidad de San Isidro (USI), Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y en Institutos Superiores de Formación Docente. Dirige e integra equipos de investigación sobre formación académica en el nivel de grado y posgrado.

En función de lo anterior, en los siguientes apartados nos proponemos explorar los planes de estudio de las carreras de grado y pregrado de Comunicación Social y Periodismo ofrecidas por universidades nacionales argentinas para constatar si contemplan asignaturas relacionadas con la deontología y la ética profesional. Frente a la crisis de credibilidad que atraviesa el periodismo argentino los espacios universitarios asumen un rol clave, ya que son los ámbitos que habilitan tanto la formación académica en temas de ética como la discusión y reflexión sobre su importancia en el trabajo cotidiano de periodistas y comunicadores.

2. Un contexto cada vez más cambiante

En los últimos veinte años, los espacios académicos en los que se forman comunicadores sociales y periodistas han sido desafiados por una serie de cambios vertiginosos que modificaron la manera en la que se entiende el ejercicio del periodismo y a la noticia como piedra fundamental de la profesión (Ramonet, 2011). Estos cambios se deben principalmente al avance de Internet y de las redes sociales como vías de acceso a la información (Calvo y Aruguete, 2020; Matassi y Boczkowski, 2020), que, por un lado, reducen la calidad informativa a la cantidad de *clicks* que obtienen las noticias (Marín García, 2019) y, por otro, tensionan la identidad de los periodistas, quienes desarrollan su tarea en un ecosistema de medios donde cualquier usuario puede convertirse en generador de contenido (Herrero-Curiel, 2011; Campos Freire, Rúas Araújo, López García y Martínez Fernández, 2016; Enguix, 2019).

En este panorama, las universidades enfrentan la tarea de formar comunicadores en un contexto cada vez más incierto, dado que, a cierta generalidad propia de las ciencias sociales y humanas (Bourdieu, Chamboredon y Passeron, 1975), y específicamente de las carreras de Comunicación Social (Fernández y Poore, 2017; Benavente, Gómez y Vargas, 2017; Deharbe, 2018; Benavente y Uranga, 2021) se suman nuevas facetas como la digitalización, los cambios en las rutinas periodísticas, la mediación cada vez más fuerte del mercado en todos los espacios de la comunicación y la precarización de los vínculos laborales.

Teniendo en cuenta que la comunicación abarca no sólo al periodismo, sino a todos los ámbitos de la vida en sociedad, cabe preguntarse cómo se están formando hoy quienes a futuro se desempeñarán en este campo. Siguiendo a Ramírez Soasti (2020) es posible afirmar que “tanto los medios de comunicación como los comunicadores y periodistas tienen la responsabilidad (...) de sujetarse a códigos de ética para ejercer su labor” (p. 16), ya que en un panorama cada vez más cambiante resulta imperioso contar con criterios deontológicos claros que orienten el ejercicio de la profesión (Biderman Núñez, 2019).

3. La formación ética de los comunicadores sociales en la universidad: un asunto pendiente

Según datos de la Síntesis de Información Universitaria 2019-2020, elaborada por la Secretaría de Políticas Universitarias dependiente del Ministerio de Educación de la Nación, la oferta universitaria de grado y pregrado en Argentina está constituida por 11.245 carreras que se dictan en 131 universidades públicas y privadas de todo el país. Del total de estudiantes universitarios (aproximadamente dos millones trescientos mil, según el informe), el 60% cursan carreras de ciencias sociales y humanas. Una revisión de la oferta de carreras de grado y pregrado de las cincuenta y siete universidades nacionales ⁴ indicó que en treinta y siete de ellas se dictan carreras de Comunicación Social y/o Periodismo, bajo diferentes denominaciones. ⁵

El análisis que aquí se propone se llevó a cabo a partir de los sitios web de cada una de las universidades, en los cuales se identificaron los planes de estudio de las carreras de Periodismo y/o Comunicación. Se encontraron en total sesenta y cinco carreras de grado y pregrado: trece tecnicaturas, treinta y seis licenciaturas, seis ciclos de complementación curricular,⁶ ocho profesorados y dos carreras de

⁴ Para la elaboración de este informe se excluyó a las universidades privadas y a las universidades provinciales, así como a los institutos universitarios. El listado de instituciones se obtuvo del sitio web del Consejo Interuniversitario Nacional. Para consultar la lista completa de carreras, ver Anexo.

⁵ A fines de este trabajo se tomaron en cuenta las carreras que incluyeran las palabras “Comunicación” y “Periodismo” en su nomenclatura (ver Anexo). Se excluyeron las carreras de Comunicación Visual, por considerarse orientadas al campo del Diseño Gráfico, y se incluyeron las carreras de Comunicación Audiovisual y Producción Audiovisual por entender que el desempeño de dichas carreras se vincula casi exclusivamente con el trabajo en medios masivos de comunicación.

⁶ Según el Consejo Interuniversitario Nacional, se denomina Ciclo de Complementación Curricular a las ofertas académicas que tienen como requisito de ingreso la obtención de un título anterior, que

grado cuyo título no incluye ninguna de las categorías mencionadas anteriormente: Periodismo y Periodismo Universitario (ver Gráfico 1).

En cuanto a la orientación disciplinar de la oferta (ver Gráfico 2), del total de las sesenta y cinco carreras examinadas se identificaron 31 licenciaturas en Comunicación Social bajo diferentes nomenclaturas (Ciencias de la Comunicación, Comunicación, Comunicación Social, Estudios de la Comunicación), mientras que solo se encontraron dos Licenciaturas en Periodismo, en la Universidad Nacional de Avellaneda y en la Universidad Nacional de San Luis. De la misma forma, se identificaron nueve tecnicaturas en Comunicación, que abordan diferentes ramas como la Comunicación Digital, la Comunicación Política y Pública, la Comunicación Social para el Desarrollo, la Comunicación Digital y la Gestión de Medios Comunitarios, mientras que solo tres casas de estudios ofrecen tecnicaturas en Periodismo: la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Tecnicatura en Periodismo), la Universidad Nacional de La Plata (Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo) y la Universidad Nacional de Mar del Plata (Tecnicatura Universitaria en Periodismo Digital). Solo dos de las licenciaturas analizadas ofrecen la Tecnicatura en Periodismo como título intermedio (Universidad Nacional del Nordeste y Universidad Nacional de La Matanza) mientras que cinco ofrecen como título intermedio la Tecnicatura en Comunicación Social (Universidad Nacional de Chilecito, Universidad Nacional de Jujuy, Universidad Nacional de La Rioja y Universidad Nacional de Río Negro).

Con respecto a los Ciclos de Complementación Curricular, las seis ofertas encontradas se dividen de la siguiente manera: tres ofrecen la complementación para la Licenciatura en Periodismo (Universidad Nacional de Avellaneda, Universidad Nacional de Rosario y Universidad Nacional de Santiago del Estero), dos para la Licenciatura en Comunicación Social (Universidad Nacional de San Luis y Universidad Nacional de Villa María) y, por último, la Universidad Nacional del Litoral ofrece el Ciclo de Complementación Curricular para la Licenciatura en Periodismo y Comunicación. Además, cabe destacar que, como se mencionó anteriormente, existen dos carreras de Periodismo con programas académicos de grado (Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires y

puede ser superior universitario o no universitario. El título que ofrece el CCC está destinado a “completar/complementar” la formación previamente adquirida y culmina con una nueva titulación.

Universidad Nacional de San Luis), pero cuyo título no es una licenciatura, sino que su denominación es “Periodista”. Esta primera revisión de los datos obtenidos permite comprender que, en la formación académica proporcionada por las universidades nacionales argentinas, las ofertas específicas de Periodismo son escasas, incluso como orientaciones o títulos intermedios dentro de las carreras de Comunicación Social.

Por otra parte, si miramos los planes de estudio veremos que, de las sesenta y cinco carreras de Comunicación Social y Periodismo de grado y pregrado analizadas, solo veinte cuentan con una materia de Ética en su diseño curricular (ver Gráfico 3). Entre las asignaturas identificadas se encuentra, por un lado, Ética Profesional (Universidad Nacional de La Rioja, Universidad Nacional de San Luis, Universidad Nacional de Villa María y Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires), y por otro, un conjunto de asignaturas que vinculan la ética con elementos del derecho a la información: Ética y Legislación de la Información (Universidad Nacional de Jujuy), Derecho a la Información y Ética Profesional (Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco), Ética, Comunicación y Derecho (Universidad Nacional de Río Cuarto), Ética y Legislación Periodística (Universidad Nacional de Santiago del Estero), Ética y Legislación Profesional (Universidad Nacional de Tres de Febrero), Ética y Legislación de la Comunicación (Universidad Nacional de Tucumán), Derecho de la Información y Ética Periodística (Universidad de Villa María) y Ética y Derecho a la Comunicación (Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires). En ningún caso se encontró la palabra “deontología” en los planes de estudio analizados. Un caso llamativo lo constituye la Tecnicatura Universitaria en Comunicación Social para el Desarrollo, ofrecida por la sede Aimogasta de la Universidad Nacional de La Rioja. Si bien esta carrera cuenta con la asignatura Deontología y Ética Profesional en tercer año, no pudo encontrarse en el sitio web de la universidad el plan de estudios que pueda corroborar esta información.

Si ponemos en diálogo los datos presentados hasta aquí, veremos que, en un contexto cada vez mayor de pérdida de credibilidad periodística, las carreras de periodismo constituyen una porción muy menor de la oferta universitaria de grado y pregrado en las universidades nacionales argentinas. Además, dos tercios de las carreras de Comunicación Social y Periodismo mencionadas anteriormente no

ofrecen asignaturas de deontología y ética profesional en sus planes de estudios. En una sociedad cambiante, en la que la calidad de la noticia ha perdido su valor en detrimento del aumento de *clicks* y el avance de las *fake news*, se hace más necesario que nunca que la formación universitaria ofrezca espacios en los que los estudiantes se pongan en contacto con las cuestiones deontológicas propias de su campo de desempeño profesional, al mismo tiempo que desarrollen una conciencia ética que solo puede adquirirse en la universidad (Biderman Núñez, 2019).



Gráfico 1. Oferta académica de universidades nacionales argentinas en Comunicación Social y Periodismo según titulación, año 2021. Elaboración propia.

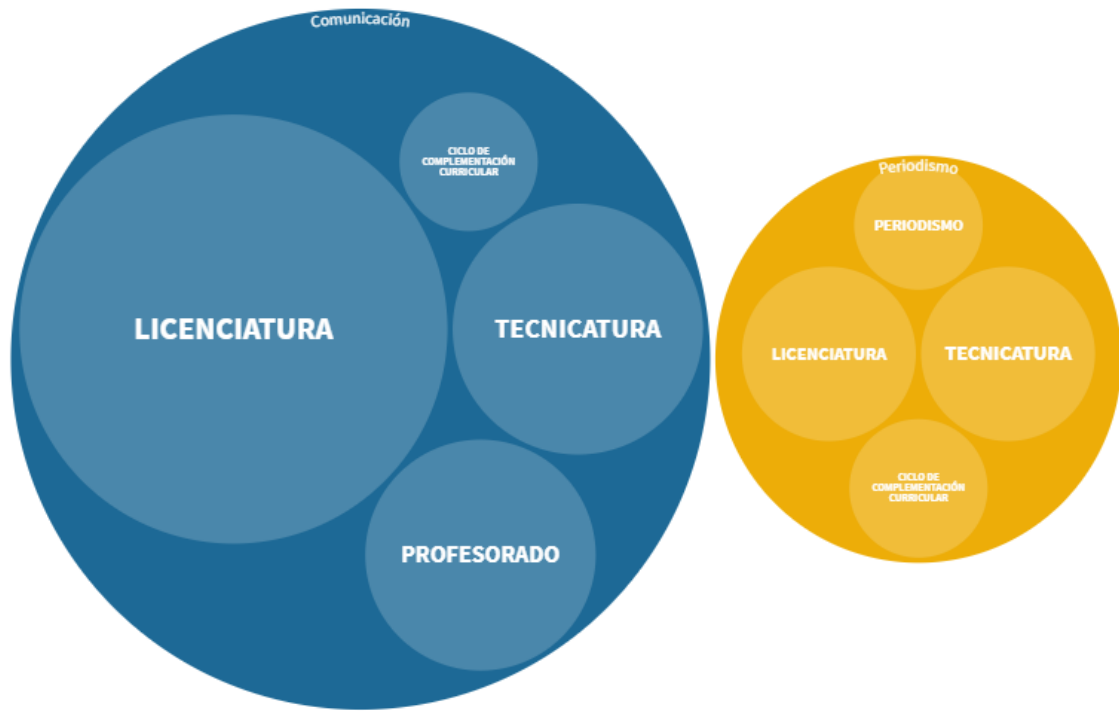


Gráfico 2. Oferta académica de universidades nacionales argentinas según orientación disciplinar (Comunicación Social y Periodismo), año 2021. Elaboración propia.

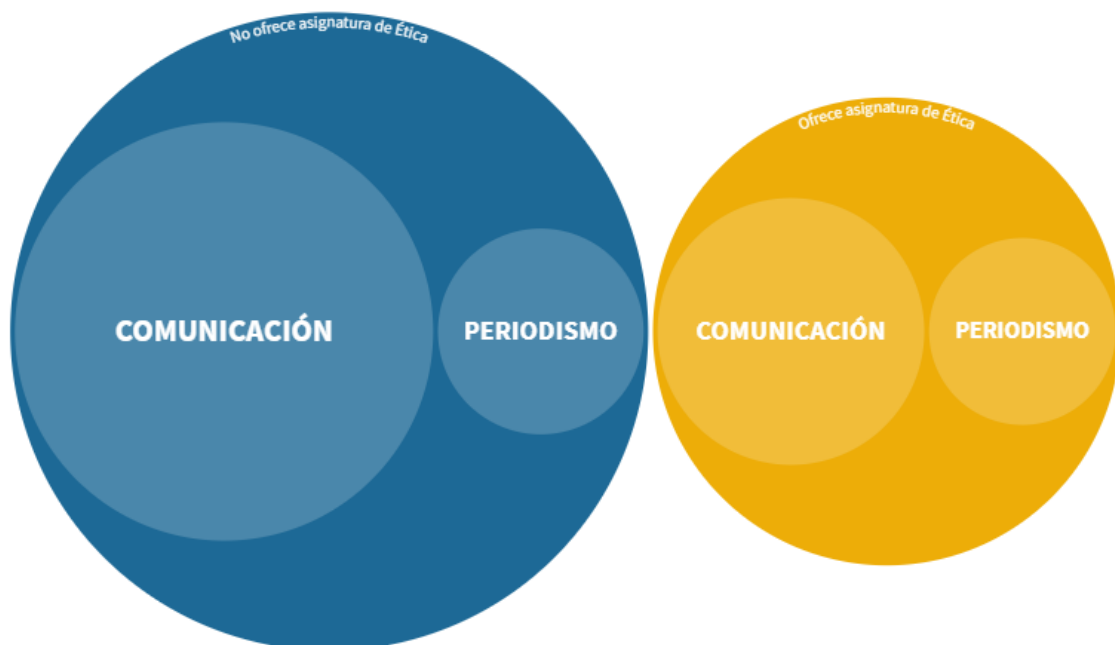


Gráfico 3. Oferta académica de universidades nacionales argentinas en Comunicación Social y Periodismo, según si incluyen o no asignaturas de Ética, año 2021. Elaboración propia.

4. Los múltiples desafíos de la digitalización

Volviendo a los datos presentados por la Síntesis de Información Universitaria 2019-2020, desde 2011 hasta la fecha aumentó un 64,5% la cantidad de estudiantes que eligen la modalidad de cursada a distancia (es decir, mediante plataformas digitales) y se incrementó en un 190% la cantidad de egresados de esta modalidad. Sin lugar a dudas, el avance de la cultura digital en todos los ámbitos de la vida tiene su correlato no solo en la oferta y modalidad de cursada universitaria, sino también en el consumo de medios y de información.

Por su parte, la Encuesta Nacional de Credibilidad Periodística mencionada anteriormente reveló que, de una muestra formada por 1300 casos, el 45,3% se informa a partir de medios digitales, mientras que el 53% prefiere los medios tradicionales. Sin embargo, al ser consultados por la credibilidad de los medios digitales, sólo el 31,1% de los encuestados describió a estos medios como “confiables”. Asimismo, el informe 2021 del Reuters Institute sobre noticias digitales indicó que en nuestro país la confianza en los medios digitales es baja, pero se mantiene estable. Según Eugenia Mitchelstein y Pablo Boczkowski, responsables del reporte para Argentina, del total de los encuestados, el 34% confía en las noticias a las que accede mediante búsquedas, mientras que el 28% confía en las noticias que recibe a través de redes sociales. Además, el estudio indica que, de seis países latinoamericanos (Brasil, Colombia, Perú, México, Chile y Argentina), Argentina se ubica en el último lugar en cuanto a la credibilidad de las noticias.

Numerosas investigaciones (Palomo Torres, 2014; Herrero Curiel, 2015; Rodrigo Alsina y Cerqueira, 2019; Parreira do Prado, 2021) señalan que el exceso de información que circula a través de redes sociales y otros medios digitales atenta contra la credibilidad del periodismo, ya que la presión cada vez mayor por generar contenido en el menor tiempo posible disminuye la calidad informativa a partir del abandono de prácticas como el chequeo de la información y la confiabilidad y el resguardo de las fuentes. Según Samuel-Azran y Hayat (2019) al momento de consumir noticias digitales el vínculo a través del cual esa noticia es recibida es más importante para el consumidor que la fuente de la que proviene. Esto nos lleva a pensar en la necesidad de replantear el rol del periodismo en la

sociedad y revisar el papel que juega la ética en las instancias de formación universitaria. Para que el periodismo pueda ser una institución creíble y confiable resulta prioritario que las universidades tomen esta responsabilidad a su cargo, contribuyendo a formar periodistas y comunicadores sociales comprometidos con los criterios deontológicos que rigen su práctica profesional.

5. A modo de conclusión: el debate por la titulación universitaria

A partir de lo dicho hasta el momento, cabe preguntarse, desde una perspectiva pedagógica, si los futuros comunicadores sociales y periodistas que están estudiando hoy en nuestras universidades cuentan con las herramientas necesarias para ejercer su tarea con calidad y responsabilidad a partir del conocimiento de las nociones de ética y deontología propias de su campo. El debate por la titulación universitaria es retomado por Biderman Núñez (2019), quien señala que “el paso de los periodistas por la formación universitaria, junto con su correspondiente titulación, es una condición necesaria pero no suficiente para la existencia de un periodismo profesional” (p. 35). Coincidimos en este punto, ya que la formación universitaria puede brindar el espacio de reflexión necesario para desarrollar en los estudiantes una perspectiva ética sobre la actividad periodística. Ante la situación actual de pérdida de credibilidad, resulta imperioso comprender que hacer periodismo no es sólo redactar crónicas o elaborar contenidos para medios digitales, sino ser consciente del impacto de las noticias en la opinión pública.

Para esto, y a modo de cierre, consideramos importante señalar que la oferta académica en Periodismo debería ser ampliada en las universidades nacionales, al mismo tiempo que las carreras en las cuales se forman periodistas y comunicadores, ya sean tecnicaturas, licenciaturas o ciclos de complementación, necesitan revisar sus planes de estudio para dar lugar a espacios curriculares en los que se enseñe y se reflexione sobre cuestiones básicas de ética profesional. Algunas implicancias que exceden el objetivo de este capítulo, y que sería interesante abordar, tienen que ver con la situación de las carreras de Periodismo y Comunicación Social ofrecidas por instituciones privadas, considerando que Argentina cuenta con una larga tradición de escuelas de periodismo que continúa hasta la actualidad.

Para finalizar, entendemos que la profesionalización de la labor periodística requiere una formación de calidad, que, como indica el Plan Modelo de Estudios de Periodismo de la UNESCO (2007), incluya aspectos relativos a “la autonomía periodística, (...) la verificación de datos y la corroboración, las fuentes (...), el tratamiento justo y la parcialidad” (p. 28), entre otras cuestiones. Solo las propuestas académicas que tengan en cuenta a la ética como parte de la formación de los periodistas ayudarán a restablecer la credibilidad en el periodismo y en quienes trabajan en él.

Referencias bibliográficas

- Barragán Solís, A. (2007). Ética del periodista: formación y práctica. *Reencuentro*, 49, 37-42. <https://www.redalyc.org/pdf/340/34004906.pdf>
- Benavente, S., Gómez, Y. y Vargas, T. (2017). *El campo profesional de la comunicación desde la percepción de los graduados. Un estudio de caso en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA-Argentina*. II Jornadas de Investigación 2017 de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República, Uruguay. <http://dercom.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/73/2018/03/El-campo-profesional-de-la-comunicaci%C3%B3n-desde-la-percepci%C3%B3n-de-los-graduados.-UDELAR.pdf>
- Benavente, S. y Uranga, W. (2021). Comunicadores y comunicadores: una profesión en permanente construcción que desafía a la formación. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 21, 1-20. <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/r9xp2lvaq>
- Biderman Núñez, J. (2019). *Una propuesta de código deontológico periodístico para la Argentina*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/667747/jbn1de1.pdf?sequence=1>
- Bourdieu, P., Chamboredon, J. C. y Passeron, J. C. (1975). *El oficio del sociólogo. Presupuestos epistemológicos*. Siglo Veintiuno Editores.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.

- Campos-Freire, F., Rúas-Araújo, J., López-García, X., Martínez-Fernández, V. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información*, 25(3), 449-457. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>
- Deharbe, C. (2018). Apuntes para el debate sobre la formación de los comunicadores sociales. *Temas y Problemas de Comunicación*, 16, 105-115. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/95421/CONICET_Digital_Nro.c38771fd-cdfd-42ef-988e-739bdab1ab53_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Díaz Del Campo Lozano, J. (2013). El Lugar de la Ética en la Formación del Periodista. Un Estudio de la Situación en la Unión Europea. *Cuadernos.info*, (33), 113-120. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.33.529>
- Enguix, S. (2019). Diez años de redes sociales y periodismo: riesgos y retos en el ecosistema informativo del S. XXI. *Dígitos, Revista de Comunicación Digital*, 5, 164-183. <https://roderic.uv.es/handle/10550/71389>
- Fernández, F. y Poore, F. (2017). *Comunicadores en crisis. Expectativas y realidades en las trayectorias de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación – UBA*. Tesina de Licenciatura. Universidad de Buenos Aires.
- Fidel, R. y Borges, R. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la era de la posverdad. *Análisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 62, 7-17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7564187>
- Hayat, T. y Samuel-Azran, T. (2019). La credibilidad de las noticias digitales: El vínculo es más impactante que la fuente. *Comunicar*, 27(60), 71-80. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-07>
- Herrero Curiel, E. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Vivat Academia*, 117, 1113-1128. <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959075.pdf>
- Herrero Curiel E. (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Transinformação*, 27(2), 165-171. <https://www.redalyc.org/pdf/3843/384351520006.pdf>
- Marín García, B. (2019). *La tiranía del clic*. Editorial Turner.

- Matassi, M. y Boczkowski, P. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 29(1), 1-21. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- Palomo Torres, M. B. (2014). La credibilidad como desafío vital. *Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*, 98, 1-15. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero098/la-credibilidad-como-desafio-vital/?output=pdf>
- Parreira Do Prado, M. (2021). La credibilidad periodística en jaque: conexión entre propaganda y fake news. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 53, 216 – 230. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i53.12>
- Ramírez Soasti, M. C. (2020). Ética de la comunicación: entre la formación académica y el ejercicio de la profesión. En R. Montoya y M. C. Ramírez Soasti (Coords.), *Derechos a la comunicación: ética y competencias del comunicador* (pp. 13-32). Universidad Politécnica Salesiana.
- Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo: De los medios de masas a la masa de medios*. Clave Intelectual.
- Redondo, M. Sánchez García, P. y Etura, D. (2017). Investigación de la enseñanza ética de los periodistas en España. Análisis bibliométrico y prescripciones formativas aplicadas (2005-2015). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 235-252. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5873879>
- Rodrigo-Alsina, M. y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

Fuentes Consultadas

- Consejo Interuniversitario Nacional. (2021). Instituciones Universitarias. <https://www.cin.edu.ar/instituciones-universitarias/>
- Consejo Interuniversitario Nacional. (2021). Algunas consideraciones acerca de los Ciclos de Complementación Curricular. Dirección Nacional de Gestión Universitaria. <https://www.cin.edu.ar/descargas/asuntosacademicos/Consideraciones%20acerca%20de%20los%20ciclos%20de%20complementacion%20curricular.doc>

- Libonatti, J. (2020). Encuesta Nacional sobre Credibilidad Periodística. Actitudes de los argentinos hacia los medios de comunicación y el periodismo. Auditorio de Opinión Pública de la Universidad de San Isidro. https://drive.google.com/file/d/1PzQzxhzZM7KqCr-KXLj_sen5T8pnqfn/view
- Observatorio de Medios. UCA Periodismo (2021). Argentina: informe 2021 del Reuters Institute sobre noticias digitales. <http://observatoriodemedios.uca.edu.ar/argentina-informe-2021-del-reuters-institute-sobre-noticias-digitales/>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2021). Digital News Report 2021. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
- Secretaría de Políticas Universitarias. (2021). Síntesis de Información de Estadísticas Universitaria 2019-2020. Ministerio de Educación de la Nación. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/sintesis-universitaria-2019-2020-con-nuevas-estadisticas-sobre-modalidad-distancia>
- UNESCO (2007). Plan modelo de estudios de periodismo. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151209_spa.locale=fr