

AÑO 30 NO. ESPECIAL 13, 2025
ENERO-JUNIO



AÑO 30 NO. ESPECIAL 13, 2025

ENERO-JUNIO



Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

Como citar: Sacaluga, I., y Vargas, J. J. (2025). Pensamiento crítico y toma de decisiones en periodismo: enfoque desde el eneagrama. *Revista Venezolana De Gerencia*, 30(Especial 13), 216-232. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.30.especial13.14>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 30 No. Especial 13, 2025, 216-232
Enero-Junio
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Pensamiento crítico y toma de decisiones en periodismo: enfoque desde el eneagrama

Sacaluga Rodríguez, Ignacio*
Vargas Delgado, José Jesús**

Resumen

Este artículo analiza la relación entre el pensamiento crítico y la toma de decisiones en el periodismo, considerando el eneagrama como herramienta de autoconocimiento. El objetivo general es explorar cómo estas competencias influyen en la calidad informativa y en la gestión editorial y organizativa de los medios. Se emplea una metodología cualitativa de carácter exploratorio y documental. Los resultados indican que el pensamiento crítico fortalece la veracidad, la ética y la toma de decisiones estratégicas en todos los niveles del periodismo. El eneagrama contribuye al desarrollo profesional, al mejorar la autoconciencia y la toma de decisiones éticas. Se concluye que integrar pensamiento crítico y eneagrama puede optimizar la práctica periodística y la sostenibilidad de los medios.

Palabras clave: pensamiento crítico; periodismo ético; toma de decisiones; eneagrama; desinformación mediática.

Recibido: 29.01.25

Aceptado: 04.06.25

* Universidad Europea de Madrid (España). Email: ignacio.sacaluga@universidadeuropea.es, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2923-819X>

** Universidad Europea de Madrid (España). Email: jesus.vargas@universidadeuropea.es

Critical thinking and decision making in journalism: approach from the enneagram

Abstract

This article analyzes the relationship between critical thinking and decision-making in journalism, considering the Enneagram as a tool for self-awareness. The general objective is to explore how these competencies influence information quality and the editorial and organizational management of media outlets. A qualitative methodology is employed, based on documentary review and case analysis. The results indicate that critical thinking strengthens truthfulness, ethics, and strategic decision-making at all levels of journalism. The Enneagram contributes to professional development by enhancing self-awareness and supporting ethical decision-making. It is concluded that integrating critical thinking and the Enneagram can optimize journalistic practice and media sustainability.

Keywords: critical thinking; ethical journalism; decision-making; enneagram; media disinformation.

1. Introducción

El pensamiento crítico y la toma de decisiones son habilidades esenciales en el periodismo contemporáneo. En un entorno mediático saturado de información y desinformación, los periodistas deben ser capaces de evaluar la veracidad de las fuentes, analizar datos complejos y tomar decisiones informadas que impacten significativamente en la sociedad.

La capacidad, entendida también como una competencia básica del profesional de la información, de pensar desde todos los ángulos posibles, permite a los periodistas informar desde la honestidad informativa, aportar precisión a sus informaciones y, especialmente, cuestionar los orígenes, intereses, perspectivas y predominancia de la narrativa para ofrecer un

resultado informativo equilibrado y bien argumentado (Cuesta y Chacón, 2017).

El periodismo, como profesión, se enfrenta a desafíos constantes debido a la rápida evolución tecnológica y la proliferación de plataformas digitales. Estos cambios han transformado la manera en que se produce y consume la información, aumentando la necesidad de un pensamiento crítico robusto para discernir entre hechos y opiniones, y para resistir las presiones externas que pueden influir en la objetividad periodística (Marcos et al., 2022). En este contexto, fenómenos como el de la globalización y el acceso rápido y generalizado a la información, así como a la interconexión de medios de comunicación y, por consiguiente, de noticias, exigen a los periodistas una mayor responsabilidad en la verificación y veracidad de los hechos. Una realidad

que otorga a estos profesionales un nuevo matiz como guardianes de la información (García, 2023), proporcionando un mejor contexto que contravenga y prevenga la propagación de noticias falsas o información sesgada (Echeandía et al., 2024); reconocidas, según su intencionalidad, como desinformación (información falsa o inexacta creada con la intención de perjudicar a alguien), misinformación (información falsa o inexacta generada sin intención de perjudicar a nadie) y malinformación (información real utilizada para perjudicar a alguien) (Sacaluga et al., 2024).

El pensamiento crítico en el periodismo no solo se refiere a la capacidad de analizar y evaluar información, sino también a la habilidad de tomar decisiones éticas y responsables. Los periodistas deben ser conscientes de las implicaciones de sus decisiones y de cómo estas pueden afectar a la sociedad. En este sentido, el pensamiento crítico se convierte en una herramienta fundamental para mantener la integridad y la credibilidad del periodismo (Morancho & Rodríguez, 2020).

Este trabajo tiene como objetivo analizar la relación entre el pensamiento crítico y la toma de decisiones en el periodismo, considerando el eneagrama como herramienta de autoconocimiento. Para ello, se propone definir y contextualizar el pensamiento crítico en el ámbito periodístico, destacando su rol en la toma de decisiones estratégicas y operativas dentro de los medios de comunicación. Generar también una aproximación concisa a las teorías y modelos de toma de decisiones aplicables al periodismo, incluyendo su impacto en la gestión editorial y organizativa de los medios; examinar

la importancia del pensamiento crítico en la calidad y ética de la información periodística, tanto en la producción de contenidos como en la gestión de decisiones en las direcciones editoriales y gerenciales; identificar los factores internos y externos que influyen en la toma de decisiones de los periodistas, así como en las dinámicas de liderazgo dentro de los medios de comunicación; y explorar la influencia del Eneagrama en la formación profesional del periodista y su aplicación en la toma de decisiones en distintos niveles organizativos, desde las redacciones hasta la alta dirección.

Estos objetivos buscan proporcionar una comprensión integral de cómo el pensamiento crítico puede mejorar la práctica periodística y optimizar los procesos de toma de decisiones en todos los niveles del sector mediático. En el ejercicio de estos objetivos, se pretende ofrecer algunas guías contextuales de utilidad tanto para profesionales del periodismo como para académicos y gestores de medios interesados en la mejora de la calidad informativa y la toma de decisiones estratégicas (Morancho & Rodríguez, 2020).

2. Enfoque de la investigación

Para abordar los objetivos planteados, se adopta un enfoque metodológico cualitativo de carácter exploratorio y documental. Este tipo de metodología es especialmente adecuado para investigaciones que buscan comprender fenómenos complejos desde una perspectiva interpretativa, como es el caso del pensamiento crítico y la toma de decisiones en el periodismo (Denzin & Lincoln, 2011; Flick, 2018).

La técnica principal utilizada es la revisión de literatura científica, que

permite identificar, analizar y sintetizar el conocimiento existente sobre pensamiento crítico, toma de decisiones, ética periodística y eneagrama en contextos comunicativos. Esta revisión se ha realizado a partir de fuentes académicas indexadas en bases de datos como Google Scholar, Dialnet, Scopus y Web of Science, priorizando artículos revisados por pares, libros especializados y estudios de caso relevantes.

La revisión documental se ha estructurado siguiendo las recomendaciones de Bardin (2002) para el análisis de contenido cualitativo, lo que ha permitido organizar la información en categorías temáticas: pensamiento crítico en el periodismo, modelos de toma de decisiones, ética profesional, factores de influencia en la gestión editorial y aplicación del eneagrama en contextos organizativos.

El uso de estas técnicas permite una comprensión profunda y contextualizada del objeto de estudio, facilitando la identificación de patrones, tensiones y oportunidades en la intersección entre pensamiento crítico, toma de decisiones y formación profesional. Además, esta metodología contribuye a generar propuestas aplicables para la mejora de la práctica periodística, tanto en el ámbito formativo como en el organizativo.

3. Desarrollo del pensamiento crítico y su aplicación en la toma de decisiones periodísticas

El pensamiento crítico es una habilidad cognitiva que implica la evaluación objetiva y reflexiva de la información, ideas y argumentos. Según Facione (1990), el pensamiento

crítico comporta un juicio intencional y autorregulado como consecuencia de un análisis y evaluación previos, así como la exposición de un detallado contexto desde perspectivas conceptuales y metodológicas, con relación a ese juicio. En el contexto del periodismo, el pensamiento crítico permite a los periodistas cuestionar la veracidad de las fuentes, analizar datos complejos y tomar decisiones informadas que impacten significativamente en la sociedad (Baleria, 2021).

El pensamiento crítico en el periodismo no solo se refiere a la capacidad de analizar y evaluar información, sino también a la habilidad de tomar decisiones éticas y responsables. Los periodistas deben ser conscientes de las implicaciones de sus decisiones y de cómo estas pueden afectar a la sociedad. En este sentido, para Christians (2008) el pensamiento crítico, desde una dimensión ética, se convierte en una herramienta fundamental para mantener la integridad y la credibilidad del propio desarrollo profesional del periodismo (Christians, 2008).

Resulta de interés a este respecto, la revisión de literatura científica que aporta López-González et al. (2023) en un artículo que relaciona la educación mediática e informacional (EMI) y el pensamiento crítico, destacando que la EMI es crucial para formar ciudadanos capaces de usar la información de manera crítica en un contexto de creciente desinformación.

A través del análisis de 65 artículos, se identifican tres patrones temáticos principales: ámbitos de aplicación, instrumentos y evaluación, y límites y dificultades. La revisión sugiere que la EMI mejora la capacidad crítica, aunque su impacto puede

debilitarse con el tiempo y necesita ser complementada con otros enfoques. Se observa además una alta producción científica en España y un interés global en diversas disciplinas, con un enfoque empírico predominante. Sin embargo, persisten algunos puntos a vigilar, como la sobreestimación de la confianza en la información científica y la vulnerabilidad de los formadores a la desinformación (López-González et al.,2023).

3.1. Aproximación a las teorías y modelos de toma de decisiones

El proceso de toma de decisiones en el periodismo puede ser entendida a través de diversas teorías y modelos que explican cómo los individuos procesan la información y eligen entre diferentes alternativas. Entre las teorías más relevantes pueden destacarse las teorías normativas, descriptivas y prescriptivas.

1. Teorías normativas: Estas teorías se centran en cómo deberían tomarse las decisiones para ser consideradas óptimas. Un ejemplo es la teoría de la utilidad esperada, que sugiere que los individuos toman decisiones basadas en la maximización de su utilidad esperada (Von Neumann y Morgenstern, 1944). En el periodismo, esto podría traducirse en la búsqueda de la máxima veracidad y relevancia de la información.
2. Teorías descriptivas: Estas teorías describen cómo las personas realmente toman decisiones, a menudo influenciadas por sesgos cognitivos y limitaciones en el procesamiento de la información. Un ejemplo es la teoría de la perspectiva de Kahneman y

Tversky (1979), que explica cómo las personas evalúan las opciones en función de ganancias y pérdidas percibidas, en lugar de resultados finales absolutos.

3. Teorías prescriptivas: Estas teorías buscan mejorar la toma de decisiones al proporcionar estrategias y herramientas que ayuden a los individuos a tomar decisiones más racionales y efectivas. Un ejemplo es el modelo de toma de decisiones racional de Simon (1955), que propone un proceso de toma de decisiones en etapas: identificación del problema, generación de alternativas, evaluación de alternativas y selección de la mejor opción.

En el contexto del periodismo, estos modelos pueden ayudar a los periodistas a estructurar su proceso de toma de decisiones, asegurando que consideren todas las variables relevantes y minimicen los sesgos que puedan afectar su juicio (Gallego, 2015). Este enfoque no solo es crucial en el trabajo diario de las redacciones periodísticas, sino también en los procesos de toma de decisiones en los equipos directivos y de gerencia, donde la selección editorial, la gestión de recursos y las estrategias informativas requieren de una evaluación crítica y fundamentada.

No obstante, Irarrázabal (2021) aborda la problemática del falso balance en el periodismo, especialmente en la toma de decisiones técnicas donde la ciencia, o el periodismo científico, y la política se interceptan, como, por ejemplo, en el cambio climático y las vacunas. Esta investigadora destaca que el periodismo debe equilibrar la presentación de opiniones sin caer en la falsa equivalencia, donde se da igual peso a opiniones no respaldadas por

evidencia científica. Este desafío es particularmente relevante en los niveles gerenciales y de dirección editorial, donde las decisiones estratégicas sobre el tratamiento de la información pueden influir en la percepción pública y en la credibilidad de los medios.

La teoría de la experticia de Collins y Evans (2002) se propone también como marco para legitimar la participación de expertos medulares en la toma de decisiones, diferenciándolos de la ciudadanía y otros expertos interaccionales. La habilidad de los periodistas para discriminar y traducir información técnica es crucial para evitar la desinformación y mantener la credibilidad. Además, se subraya la necesidad de un periodismo bien financiado y capacitado para enfrentar la complejidad de la información en la era digital, donde las redes sociales y la desinformación proliferan (Irrázabal, 2021).

3.2. Relación entre pensamiento crítico y periodismo

La relación entre pensamiento crítico y periodismo es intrínseca y fundamental. El pensamiento crítico permite a los periodistas no solo informar con precisión, sino también cuestionar narrativas predominantes y ofrecer perspectivas equilibradas y bien fundamentadas. Según Báez (2024), el pensamiento crítico es esencial para el ejercicio idóneo del periodismo, ya que permite a los periodistas pensar, reflexionar, cuestionar, investigar, despojarse de prejuicios, evaluar datos e informaciones obtenidas por distintas vías, y seleccionar entre todos los datos e informaciones recibidas aquellos

que contribuyen a la solución de los problemas.

El pensamiento crítico también juega un papel crucial en la ética periodística. Los periodistas deben ser capaces de evaluar las implicaciones éticas de sus decisiones y actuar de manera responsable. Esto incluye la capacidad de reconocer y evitar sesgos, verificar la veracidad de las fuentes y proporcionar una cobertura equilibrada y justa de los eventos.

Esta necesidad de pensamiento crítico no se limita únicamente al ejercicio individual del periodista, sino que también es fundamental en los equipos directivos y de gerencia de los medios de comunicación, donde las decisiones estratégicas pueden afectar la orientación editorial, la selección de fuentes y la credibilidad de la información difundida. La aplicación de criterios éticos en la toma de decisiones a nivel gerencial es clave para garantizar la independencia periodística y minimizar la influencia de intereses externos en la agenda informativa. La capacidad de pensar críticamente permite a los periodistas y a los responsables de la dirección editorial mantener altos estándares éticos y proteger la integridad de la profesión en todos sus niveles (Marcos et al., 2022; Echeandía et al., 2024).

Navarro (2022) examina cómo la era de la posverdad, caracterizada por la prevalencia de emociones y creencias sobre hechos objetivos, afecta el ejercicio del periodismo y la formación del pensamiento crítico.

En este contexto, la desinformación y las fake news se propagan fácilmente a través de las redes sociales, erosionando la capacidad de los ciudadanos para discernir la verdad. El periodismo, para mantener su integridad

y credibilidad, debe promover una ética de la responsabilidad que fomente el pensamiento crítico y la verificación de hechos. La posverdad no solo distorsiona la realidad, sino que también socava la confianza en los medios y en la información, lo que exige un periodismo comprometido con la verdad y la educación de una ciudadanía crítica y bien informada.

La formación en pensamiento crítico es, por tanto, esencial para contrarrestar la manipulación informativa y fortalecer la democracia, destacando la necesidad de una educación que priorice la alfabetización mediática y la capacidad de análisis crítico (Burth et al., 2024).

Los periodistas que practican el pensamiento crítico son capaces de proporcionar información más precisa, completa y contextualizada, lo que a su vez mejora la calidad del debate público y la toma de decisiones informadas por parte de la audiencia (Burth et al., 2024). De este modo, la constatación de que el pensamiento crítico ha sido una herramienta fundamental en el periodismo a lo largo de la historia, permitiendo a los periodistas cuestionar y desafiar narrativas predominantes y ofrecer perspectivas bien fundamentadas, tiene un ejemplo relevante en el caso del Watergate.

Los periodistas Bob Woodward y Carl Bernstein del *Washington Post* utilizaron habilidades de pensamiento crítico para investigar y exponer el escándalo que llevó a la renuncia del presidente Richard Nixon en 1974 (Woodward y Bernstein, 1974). Su capacidad para analizar información, verificar fuentes y tomar decisiones éticas fue crucial para el éxito de su investigación. Su enfoque metodológico, según el propio Bernstein (1987), que

incluía entrevistas con personal de bajo nivel y la recopilación meticulosa de datos, contrastaba con las técnicas más formales y menos efectivas del FBI y los fiscales. La visión del periodista subraya la importancia de la persistencia y la integridad en el periodismo, así como la necesidad de que los periodistas verifiquen la veracidad de las declaraciones oficiales en lugar de actuar como meros transcritores. Además, criticaba la tendencia de la prensa a caer en la autocomplacencia y a no realizar investigaciones profundas, lo que contribuye a la desconfianza pública en los medios.

Por otro lado, la investigación de los Papeles de Panamá, liderada por el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ), expuso como líderes mundiales, políticos y empresarios utilizaban paraísos fiscales para ocultar su riqueza. Esta investigación, que involucró a más de 370 periodistas de 76 países, demostró la importancia del pensamiento crítico y la colaboración internacional en el periodismo investigativo (Cortés & Luengo, 2021)

Otro caso histórico paradigmático es el de la cobertura de la guerra de Vietnam. Los periodistas que informaron sobre el conflicto, como David Halberstam y Neil Sheehan, utilizaron el pensamiento crítico para cuestionar las narrativas oficiales del gobierno estadounidense y revelar la realidad del conflicto en el terreno (Halberstam, 1965). Su trabajo no solo influyó en la opinión pública, sino que también destacó la importancia de la independencia y la integridad en el periodismo.

En el ejercicio de los procesos informativos, el pensamiento crítico se convierte en un vector indispensable para la calidad de la información,

especialmente en las rutinas periodísticas en la era digital. Precisamente para Silva et al. (2022), la calidad del periodismo digital acoge múltiples riegos, habida cuenta de la sobreabundancia de información en internet, la pérdida de credibilidad de los medios tradicionales y la falta de un modelo de negocio sostenible para el periodismo digital. La accesibilidad y la usabilidad de los sitios web, junto con la identificación y autoridad de los autores, son cruciales para mantener la calidad informativa. Sin embargo, la reducción de los costes industriales y la falta de disposición del público a pagar por contenido de calidad han llevado a una disminución en la inversión en recursos humanos especializados. Esto ha resultado en un periodismo superficial y comercialmente orientado, afectando negativamente la profundidad y el análisis crítico de las noticias (Silva et al., 2022).

Además, la convergencia de medios y la participación activa de la audiencia en redes sociales han reconfigurado el panorama mediático, propiciando un cambio de paradigma en las destrezas de los profesionales de la información.

3.3. Impacto de la ética en el ejercicio del pensamiento crítico periodístico

La convergencia de medios y la participación activa de la audiencia en redes sociales han reconfigurado el panorama mediático, propiciando un cambio de paradigma no solo en los modelos de negocio, en las destrezas periodísticas requeridas y en los propios procesos de generación de información periodística, sino también en la toma de decisiones tanto en redacciones como

en equipos directivos y de gerencia.

Este nuevo entorno digital exige que los responsables de la gestión de los medios adopten enfoques estratégicos basados en el pensamiento crítico para garantizar la sostenibilidad de los modelos informativos y la calidad periodística. A su vez, presenta importantes desafíos éticos que deben ser considerados tanto por los profesionales de la información como por quienes lideran y administran los medios, ya que sus decisiones afectan la credibilidad, independencia y responsabilidad social del periodismo en la era digital.

La ética periodística es fundamental para la credibilidad y la confianza del público en los medios de comunicación. Los periodistas deben ser conscientes de las implicaciones de sus decisiones y de cómo estas pueden afectar a la sociedad. El pensamiento crítico permite a los periodistas tomar decisiones informadas y éticas, asegurando que su trabajo se realice de manera responsable y profesional (Blanco et al., 2019).

Para García et al. (2023), la ética periodística resulta fundamental para mantener la credibilidad y la confianza del público en los medios de comunicación. En un entorno digital donde la información se propaga rápidamente y sin filtros, la ética se convierte en un pilar esencial para garantizar la veracidad y la responsabilidad en la difusión de noticias. La presión por obtener clics y seguidores puede llevar a prácticas cuestionables, como la publicación de información no verificada o sensacionalista.

Sin embargo, la ética periodística exige un compromiso con la precisión, la transparencia y la integridad, independientemente de las plataformas utilizadas. La convergencia tecnológica ofrece herramientas para mejorar la verificación de la información, no sin

riesgos para aquellos profesionales conscientes de la responsabilidad que adquieren y que deben enfrentar con rigor y profesionalidad.

3.4. Factores que influyen en la toma de decisiones periodísticas

Existen multitud de motivaciones, acciones, juicios, prejuicios, etc., que pueden impactar en el proceso de toma de decisiones en el ejercicio de la edición periodística. En este trabajo se engloban, desde un prisma aproximativo, posibles influencias internas y externas.

Las influencias internas en la toma de decisiones periodísticas se refieren a los factores personales y profesionales que afectan el juicio y las elecciones de los periodistas. Entre estos factores se encuentran los valores personales, la formación académica y la experiencia profesional.

1. **Valores personales:** Los valores y creencias personales de los periodistas juegan un papel crucial en la toma de decisiones. Estos valores pueden influir en la selección de temas, el enfoque de las historias y la interpretación de los hechos. Según Díaz-Campo et al. (2021), los periodistas con un fuerte sentido de la ética y la justicia tienden a priorizar la veracidad y la imparcialidad en su trabajo, mientras que aquellos con valores más flexibles pueden ser más susceptibles a las influencias externas.
2. **Formación académica:** La educación y la formación académica de los periodistas también son factores determinantes en su capacidad para tomar decisiones informadas y críticas. Los programas de

periodismo que enfatizan el pensamiento crítico, la ética y la metodología de investigación preparan a los periodistas para enfrentar los desafíos de la profesión con mayor competencia y responsabilidad (Reig, 2007).

3. **Experiencia profesional:** La experiencia acumulada a lo largo de la carrera de un periodista influye significativamente en su toma de decisiones. Los periodistas experimentados suelen tener una mejor capacidad para evaluar la veracidad de las fuentes, identificar sesgos y tomar decisiones éticas. Según Reig (2007), la experiencia profesional proporciona a los periodistas una comprensión más profunda de las dinámicas del entorno mediático y les permite manejar situaciones complejas con mayor eficacia.

En relación con las influencias externas en la toma de decisiones periodísticas, incluyen factores como la presión de los medios, los intereses económicos y las expectativas del público.

1. **Presión de los medios:** Los periodistas a menudo enfrentan presiones de sus empleadores y de la industria mediática en general. Estas presiones pueden incluir la necesidad de cumplir con plazos ajustados, la competencia por la primicia y las expectativas de producir contenido que atraiga a una amplia audiencia. Según Reig (2007), estas presiones pueden llevar a los periodistas a tomar decisiones apresuradas o a comprometer la calidad y la ética de su trabajo.
2. **Intereses económicos:** Los intereses económicos de los propietarios de

los medios y los anunciantes pueden influir en la toma de decisiones periodísticas. Los periodistas pueden verse presionados para cubrir ciertos temas o adoptar ciertos enfoques que favorezcan los intereses comerciales de sus empleadores. Para Díaz-Campo (2021), esta influencia puede comprometer la independencia y la objetividad del periodismo, afectando negativamente la calidad de la información.

3. Expectativas del público: Las expectativas y demandas del público también juegan un papel importante en la toma de decisiones periodísticas. Los periodistas deben equilibrar la necesidad de proporcionar información veraz y relevante con la necesidad de atraer y mantener la atención de su audiencia. Por tanto, las expectativas del público pueden influir en la selección de temas y en el enfoque de las historias, lo que puede llevar a una cobertura más sensacionalista o superficial (Díaz-Campo et al., 2021; Reig, 2007).

3.5. Herramientas y/o técnicas para mejorar la toma de decisiones

Para mejorar la toma de decisiones en el periodismo, resulta relevante que los periodistas desarrollen y utilicen herramientas y/o técnicas que les permitan evaluar la información de manera crítica y tomar decisiones informadas y éticas. Para ello, tal y como se ha contextualizado anteriormente, se detallan a continuación algunas propuestas que pueden resultar de utilidad. A saber:

1. Capacitación en pensamiento crítico: La capacitación en pensamiento crítico es esencial para que los periodistas puedan evaluar la veracidad de las fuentes, identificar sesgos y tomar decisiones éticas. Sin embargo, esta formación no solo es crucial para los profesionales en las redacciones periodísticas, sino también para los equipos directivos y de gerencia en los medios de comunicación, quienes deben aplicar estos principios en la toma de decisiones estratégicas y editoriales.
2. Metodologías de investigación: El uso de metodologías de investigación rigurosas permite a los periodistas recopilar y analizar datos de manera sistemática y objetiva. Baleria (2021) se refiere a la adopción de metodologías cualitativas y cuantitativas en la investigación periodística puede mejorar la precisión y la profundidad de la cobertura informativa.
3. Tecnologías de verificación de información: Las tecnologías de verificación de información, como las herramientas de fact-checking y las bases de datos de fuentes confiables, pueden ayudar a los periodistas a verificar la veracidad de la información y a evitar la propagación de noticias falsas. El uso de estas tecnologías, para Dierickx & Lindén (2023), puede mejorar la calidad de la información y fortalecer la confianza del público en los medios de comunicación.
4. Ética y autorregulación: La adopción de códigos de ética y la implementación de mecanismos de autorregulación son fundamentales para garantizar que los periodistas tomen decisiones informadas y

éticas. Así, los códigos de ética proporcionan directrices claras sobre los estándares profesionales y las responsabilidades éticas de los periodistas, mientras que los mecanismos de autorregulación permiten monitorear y evaluar el cumplimiento de estos estándares (Christians, 2008).

En este contexto, se entienden como indispensables la aplicación de ciertas rutinas de prevención en los procesos de edición periodística para prevenir el impacto de las influencias internas y externas.

3.6. Eneagramas y su influencia en la formación del periodista

El Eneagrama es una herramienta de autoconocimiento y desarrollo personal que clasifica a las personas en nueve tipos de personalidad distintos, cada uno con sus propias características, motivaciones y patrones de comportamiento. Esta herramienta ha sido utilizada en diversos campos, incluyendo la psicología, la educación y el desarrollo organizacional, para mejorar la comprensión de uno mismo y de los demás, así como para fomentar el crecimiento personal y profesional (Sacaluga et al., 2024).

En el contexto de la formación profesional del periodista, el Eneagrama puede ofrecer valiosas perspectivas sobre cómo los diferentes tipos de personalidad influyen en el enfoque y la práctica del periodismo. Al comprender sus propios patrones de comportamiento y los de sus colegas, los periodistas pueden mejorar su capacidad para trabajar en equipo, tomar decisiones éticas y manejar el estrés y la presión

inherentes a su profesión (Vargas et al., 2023).

Cada uno de los nueve tipos de personalidad del Eneagrama tiene características únicas que pueden influir en la forma en que los periodistas abordan su trabajo. A continuación, se presenta un análisis de cómo cada tipo de personalidad puede impactar la formación y el desempeño profesional de los periodistas (Sacaluga et al., 2024; Vargas et al., 2023):

- Tipo 1: El Perfeccionista: Los periodistas de este tipo son meticulosos y tienen un fuerte sentido de la ética y la justicia. Su atención al detalle y su compromiso con la precisión pueden llevar a una alta calidad en la investigación y la redacción de noticias. Sin embargo, su tendencia al perfeccionismo puede hacer que sean críticos consigo mismos y con los demás, lo que puede generar conflictos en el entorno laboral.
- Tipo 2: El Ayudador: Los periodistas de este tipo son empáticos y orientados a las relaciones. Su capacidad para conectar con las fuentes y comprender las historias humanas puede enriquecer su trabajo periodístico. De este modo, su deseo de agradar a los demás puede llevarlos a evitar conflictos y a comprometer su objetividad.
- Tipo 3: El Triunfador: Los periodistas de este tipo son ambiciosos y orientados a los resultados. Su capacidad para trabajar bajo presión y su enfoque en el logro de objetivos pueden hacerlos muy efectivos en entornos competitivos. Su deseo de éxito puede llevarlos a priorizar la velocidad sobre la precisión y a tomar decisiones impulsivas.
- Tipo 4: El individualista: Los

periodistas de este tipo son creativos y sensibles. Su capacidad para ver el mundo desde perspectivas únicas puede llevar a una cobertura innovadora y profunda de las noticias. Conviven con cierta tendencia a la introspección y a la emocionalidad, lo que puede hacer que sean menos objetivos y más susceptibles al estrés.

- Tipo 5: El Investigador: Los periodistas de este tipo son analíticos y curiosos. Su capacidad para profundizar en los temas y su amor por el conocimiento pueden llevar a una investigación exhaustiva y bien fundamentada. Su tendencia a la introversión puede hacer que sean menos comunicativos y más aislados en el entorno laboral.
- Tipo 6: El Leal: Los periodistas de este tipo son responsables y orientados a la seguridad. Su capacidad para prever problemas y su lealtad a sus principios pueden llevar a una cobertura ética y cuidadosa de las noticias. Si bien, su tendencia a la ansiedad y a la duda puede hacer que sean indecisos y que necesiten mucha validación externa.
- Tipo 7: El Entusiasta: Los periodistas de este tipo son optimistas y versátiles. Su capacidad para adaptarse rápidamente a nuevas situaciones y su entusiasmo por la vida pueden llevar a una cobertura dinámica y diversa de las noticias. No obstante, su tendencia a evitar el dolor y la incomodidad puede hacer que sean superficiales y que eviten temas difíciles.
- Tipo 8: El Desafiador: Los periodistas de este tipo son asertivos y protectores. Su capacidad para tomar el control y su deseo

de justicia pueden llevar a una cobertura valiente y confrontativa de las noticias. Tienen cierta tendencia a la confrontación y al control, características que pueden generar conflictos en el entorno laboral y afectar su objetividad.

- Tipo 9: El Pacificador: Los periodistas de este tipo son conciliadores y orientados a la armonía. Su capacidad para ver múltiples perspectivas y su deseo de paz pueden llevar a una cobertura equilibrada y justa de las noticias. Como matiz, conservar cierta inclinación a evitar conflictos, algo que puede provocarles cierta indecisión y que eviten tomar posiciones firmes.

Este diseño de perfiles se concibe como un estudio de patrones cuya utilidad se puede ilustrar apoyada también en otros criterios más personalizados. No obstante, el eneagrama puede ser una herramienta para considerar en la formación profesional de los periodistas de varias maneras (Sacaluga et al., 2024; Vargas et al., 2023; Erkasap & Ülgen, 2023):

- Al comprender su propio tipo de personalidad, los periodistas pueden identificar sus fortalezas y áreas de mejora. Esto les permite desarrollar estrategias para manejar el estrés, mejorar su toma de decisiones y trabajar de manera más efectiva en equipo (de Oliveira, 2025).
- Al entender mejor y diferenciar los tipos de personalidad de sus colegas, los periodistas pueden mejorar su comunicación y colaboración. Esto es especialmente importante en entornos de trabajo, donde la presión y los plazos ajustados pueden generar conflictos (Martínez, 2020).

- Los periodistas que ocupan roles de liderazgo pueden utilizar el Eneagrama para comprender mejor a sus equipos y adaptar su estilo de liderazgo a las necesidades individuales de sus miembros. Esto puede mejorar la moral del equipo y aumentar la productividad (Colombo, 2023).
- Eneagrama puede ayudar a los periodistas a tomar decisiones más éticas al proporcionarles una comprensión más profunda de sus motivaciones y de cómo estas pueden influir en su juicio. Esto es especialmente importante en situaciones donde los periodistas deben equilibrar la necesidad de informar con la responsabilidad de no causar daño (Brodowicz, 2025).

3.7. Aplicación práctica de los eneagramas al trabajo periodístico, toma de decisiones y pensamiento crítico

Cada eneotipo del eneagrama presenta características que impactan directamente en el proceso de toma de decisiones de los periodistas. Por ejemplo, el eneotipo 1, conocido como el “Perfeccionista”, se guía por un fuerte sentido de ética y justicia, lo que le lleva a buscar la precisión y veracidad en su información. Sin embargo, su deseo de perfección puede resultar en un análisis excesivo que retrasa decisiones cruciales en situaciones de alta presión, afectando su capacidad para responder de manera eficiente a la urgencia de la noticia (Durán & Catalán, 2022). En contraste, el eneotipo 7, el “Entusiasta”, destaca por su dinamismo y adaptabilidad, cualidades ventajosas

en entornos informativos cambiantes. No obstante, su tendencia a evitar la incomodidad puede hacer que eluda la cobertura de temas complejos, limitando la profundidad analítica necesaria en su trabajo (Vargas Delgado et al., 2023).

El pensamiento crítico, una competencia esencial para los periodistas, les permite evaluar la validez de la información, identificar sesgos y tomar decisiones informadas. Esta capacidad no solo es determinante en el ejercicio individual del periodista, sino también en la toma de decisiones dentro de las redacciones periodísticas, así como en los equipos directivos y de gerencia, donde la gestión estratégica de la información requiere un análisis riguroso y la capacidad de discernir entre distintas narrativas y fuentes.

Aquí es donde el Eneagrama cobra especial relevancia, al facilitar la identificación de los patrones emocionales que pueden interferir con la objetividad y afectar la toma de decisiones en distintos niveles organizativos. Por ejemplo, el eneotipo 5, el “Investigador”, es particularmente eficaz en el análisis detallado y la búsqueda de información exhaustiva. Sin embargo, su inclinación hacia la introversión y el aislamiento puede dificultar la colaboración tanto en las redacciones, donde la interacción entre profesionales es clave, como en los espacios de liderazgo y toma de decisiones, donde la comunicación efectiva y la gestión de equipos resultan fundamentales en momentos de alta carga informativa (Sacaluga et al., 2024).

Los modelos de toma de decisiones en periodismo también pueden analizarse desde la perspectiva del eneagrama. Los modelos normativos, que proponen que las decisiones deben maximizar la veracidad y la relevancia

de la información, se alinean bien con el perfil del eneatiipo 1, que busca la perfección en cada aspecto de su trabajo (Cuesta y Chacón, 2017). Por otro lado, los modelos descriptivos, que reconocen las limitaciones y sesgos en la toma de decisiones, son más aplicables a perfiles como el eneatiipo 6, el “Leal”, quien a menudo experimenta indecisión y dudas debido a su necesidad de validación externa (Vargas Delgado et al., 2023).

El eneatiipo 8, conocido como el “Desafiador”, añade una dimensión interesante a este análisis. Este eneatiipo se caracteriza por su capacidad para tomar decisiones de manera rápida y asertiva, lo que es especialmente útil en situaciones de incertidumbre. Su firme inclinación hacia la justicia y el control puede ser beneficiosa en la cobertura de temas delicados, pero, si no se gestiona adecuadamente, puede generar conflictos en el entorno laboral (Durán & Catalán, 2022). Asimismo, el eneatiipo 9, el “Pacificador”, tiende a evitar el conflicto, lo que puede obstaculizar la toma de decisiones firmes en situaciones controvertidas, afectando la claridad y contundencia de la información presentada (Sacaluga Rodríguez et al., 2024).

4. Conclusiones

Este trabajo incide en la intersección entre el pensamiento crítico y la toma de decisiones en el desarrollo de las rutinas periodísticas, subrayando su importancia para la calidad y ética de la información. Además, incluye un vector adicional en dicha intersección, el eneagrama y sus diferentes perfiles, como una herramienta valiosa para la formación profesional de los periodistas, ofreciendo perspectivas sobre cómo los diferentes tipos de personalidad pueden

influir en su desempeño. En ese sentido, puede concluirse que:

- El pensamiento crítico es esencial para evaluar la veracidad de las fuentes, analizar datos complejos y tomar decisiones informadas. No solo permite a los periodistas proporcionar información precisa, completa y contextualizada, sino que también resulta fundamental en los procesos de toma de decisiones dentro de las redacciones, así como en los equipos directivos y de gerencia de los medios de comunicación.
- Los valores personales, la formación académica y la experiencia profesional de los periodistas juegan un papel crucial en su capacidad para tomar decisiones informadas y críticas. Así como también, la presión de los medios, los intereses económicos y las expectativas del público pueden afectar a la independencia y la objetividad del periodismo y de quienes lo ejercen.
- Casos como el escándalo de Watergate, la cobertura de la guerra de Vietnam y la investigación de los Papeles de Panamá ilustran cómo el pensamiento crítico y la toma de decisiones influyen en la práctica periodística y en los resultados obtenidos.
- Además, la identificación del perfil de eneagrama puede mejorar el autoconocimiento, la comunicación y el trabajo en equipo, el desarrollo de habilidades de liderazgo y la toma de decisiones éticas entre los periodistas.

Referencias

Báez, B. M. (2024). La importancia del uso de la guía de juegos didácticos

- para estimular el lenguaje verbal en niños de 3 a 4 años. *Nexus Research Journal*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.62943/nrj.v3n1.2024.79>
- Baleria, G. (2021). *The journalism behind journalism: Going beyond the basics to train effective journalists in a shifting landscape*. Routledge.
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal.
- Bernstein, C. (1987). *La prensa americana a partir del Watergate*. *Annals del Periodisme Català*. https://lc.cx/_FwO7p
- Bernstein, C., & Woodward, B. (1974). *All the president's men*. Simon and Schuster Paperbacks.
- Blanco, I., García, C., y Tejedor, S. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y Comunicación Social*, 24(2), 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Brodowicz, M. (2025, febrero 16). *La importancia de la ética del periodismo en la sociedad moderna*. Aithor. <https://aithor.com/essay-examples/la-importancia-de-la-etica-del-periodismo-en-la-sociedad-moderna>
- Burth, S., Riewestahl, E., Ramasubramanian, S., Foster, B., Johnson, P. R., Mihailidis, P., & Tully, M. (2024). Mapping media literacy impact in the U.S.: a review of literature and call for equity. *Annals of the International Communication Association*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2354357>
- Colombo, D. (2023, diciembre 16). *Los 9 rostros del poder: descubre qué tipo de líder eres según el eneagrama*, por. Daniel Colombo. <https://www.danielcolombo.com/los-9-rostros-del-poder-descubre-que-tipo-de-lider-eres-segun-el-eneagrama-por-daniel-colombo/>
- [del-poder-descubre-que-tipo-de-lider-eres-segun-el-eneagrama-por-daniel-colombo/](https://www.danielcolombo.com/los-9-rostros-del-poder-descubre-que-tipo-de-lider-eres-segun-el-eneagrama-por-daniel-colombo/)
- Collins, H. M. & Evans, R. (2002). The third wave of science studies: Studies of expertise and experience. *Social Studies of Science*, 32(2), 235-296. <https://doi.org/10.1177/0306312702032002003>
- Cortés, H., & Luengo, M. (2021). Data journalism, massive leaks, and investigation: What the panama papers have taught us about ethics. En *News Media Innovation Reconsidered* (pp. 105–123). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119706519.ch7>
- Cuesta, Ó. J., y Chacón, J. C. (2017). Evaluación de la formación de periodistas: entre las destrezas tecnológicas, las habilidades investigativas y el pensamiento crítico. *Escenarios*, 15(1), 25-35. <https://doi.org/10.15665/esc.v15i1.1458>
- Christians, C. G. (2008). Ethics in journalism. *The international encyclopedia of communication*, 1. https://lc.cx/_7GjWr
- de Oliveira, A. (2025, marzo 24). What is leadership development: Definition and programs. [Proactioninternational.com](https://blog.proactioninternational.com/en/what-is-leadership-development). <https://blog.proactioninternational.com/en/what-is-leadership-development>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.
- Díaz-Campo, J., Suárez-Villegas, J. C., y Rodríguez-Martínez, R. (2021). La independencia de los periodistas frente a los regalos e interferencias económicas: una perspectiva comparada entre periodistas y ciudadanía. *Revista Latina de*

- Comunicación Social*, (79), 207-222. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1499>
- Dierickx, L., & Lindén, C. G. (2023). Journalism and Fact-Checking Technologies: Understanding User Needs. *Communication+* 1, 10(1). <https://doi.org/10.7275/cpo.1879>
- Durán, C., & Catalán, A. (2022). *Eneagrama: los engaños del carácter y sus antídotos*. Editorial Kaitos.
- Echeandía, R., Murillo, J., y Palomino-Flores, P. (2024). Cultivando el pensamiento crítico en estudiantes de periodismo en la era digital. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E66), 370-382. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/675772/Cultivando.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Erkasap, A., & Ülgen, B. (2023). An investigation on the effect of enneagram types on organisational dissent. *Multidisciplinary Business Review*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.35692/07183992.16.1.2>
- Facione, P. A. (1990). *Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction*. The California Academic Press.
- Flick, U. (2018). *Introducción a la investigación cualitativa*. (5ta. ed.). Morata.
- Gallego, J. P. (2015). Teorías normativas y descriptivas de la toma de decisiones: un modelo integrador. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (2), 854-865. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20420>
- García, V. M., Vasquez, D. C., y Sánchez, D. I. (2023). Convergencias de la ética periodística en el ejercicio profesional del comunicador. *Recimundo*, 7(1), 407–414. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.407-414](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.407-414)
- García, A. (2023). *Innovar en Periodismo: De la desinformación al Metaverso*. Editorial Tirant Lo Blanch.
- Halberstam, D. (1965). *The Making of a Quagmire: America and Vietnam during the Kennedy Era*. Random House.
- Irarrázabal, M. (2021). Periodismo, experticia y toma de decisiones técnicas. *Conexión*, (16), 111-132. <https://doi.org/10.18800/conexion.202102.005>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 47(2), 263. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- López, H., Sosa, L., Sánchez, L., y Carvallo, A. F. (2023). Educación mediática e informacional y pensamiento crítico: una revisión sistemática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 19. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1939>
- Marcos, F. V., Artalejo, F. R., y Franco, M. A. L. (2022). El pensamiento crítico aplicado al periodismo científico. Ciencia a conciencia: crítica y debate. *Revista Española de Salud Pública*, 96, 3. <https://ojs.sanidad.gob.es/index.php/resp/article/view/241>
- Martínez, E. (2020). *Transpersonal psychology for everyday life: keys and resources*. Editorial Maior.
- Morancho, V. I., y Rodríguez, J. M. (2020). Pensamiento Crítico: conceptualización y relevancia en el seno de la educación superior. *Revista de la educación*

- superior, 49(194), 9-25. <https://doi.org/10.36857/resu.2020.194.1121>
- Navarro, A. (2022). Posverdad, medios de comunicación y poder. Un problema para las humanidades. *Comunicación y Hombre*, 18, 151–166. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2022.18.670.151-166>
- Reig, R. (2007). *El periodista en la telaraña: nueva economía, comunicación, periodismo, públicos* (Vol. 26). Anthropos Editorial.
- Sacaluga, I., Vargas, J. J., y Pérez, J. (2024). Explorando la confluencia neurocomunicativa: análisis de la interdependencia entre rasgos de personalidad y patrones de consumo informativo en la detección de noticias falsas. Un estudio con estudiantes universitarios de periodismo y comunicación a través. *Revista Latina de Comunicación Social*, (82), 34. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2281>
- Silva, N. G., Paredes, I. E., y Ocaña, J. M. (2022). La calidad de la información en los medios digitales de noticias. *Recimundo*, 6(4), 46–57. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.46-57](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.46-57)
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99. <https://doi.org/10.2307/1884852>
- Vargas, J. J., Sacaluga, I., y García, F. (2023). Intersección entre desinformación, populismo y eneagramas: un enfoque holístico en la gestión de noticias falsas en estudiantes universitarios. *Historia y Comunicación Social*, 28(2), 289-303. <https://doi.org/10.5209/hics.88862>
- Vargas, J. J., Sacaluga, I., y García, F. (2023). Intersección entre desinformación, populismo y eneagramas: un enfoque holístico en la gestión de noticias falsas en estudiantes universitarios. *Historia y comunicación social*, 28(2), 289–303. <https://doi.org/10.5209/hics.88862>
- Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of games and economic behavior*. Princeton University Press.