

Consumo de noticias. Hábitos informativos en estudiantes de Comunicación Social.

Corradini, Mariana Carola, Dávila Rodríguez, Lisha Pamela y Álvarez, Rodrigo.

Cita:

Corradini, Mariana Carola, Dávila Rodríguez, Lisha Pamela y Álvarez, Rodrigo (2021). *Consumo de noticias. Hábitos informativos en estudiantes de Comunicación Social. Primer Congreso Latinoamericano de Trabajo Social de la UNVM. VII Jornadas Regionales de Trabajo Soc. IAPCS -UNVM, Villa María.*

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/primer.congreso.latinoamericano.de.trabajo.social.de.la.unvm.vii.jornadas.regionales.de.trabajo.soc/76>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/exNH/FxN>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Título: Consumo de noticias. Hábitos informativos en estudiantes de Comunicación Social.

Eje Temático: 4

Autores:

Corradini, Mariana Carola – Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Villa María - Arturo Jauretche 1555 – Villa María (Cba.) CP: 5900 – mcorradini@gmail.com

Dávila Rodríguez, Lisha Pamela - Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Villa María - Arturo Jauretche 1555 – Villa María (Cba.) CP: 5900 – lishpam@gmail.com

Alvarez, Rodrigo - Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Villa María - Arturo Jauretche 1555 – Villa María (Cba.) CP: 5900 – inforodrigoalvarez@gmail.com

PALABRAS CLAVE: HABITOS INFORMATIVOS – PERIODISMO - ENCUESTA

I.

Las y los jóvenes encuentran en sus teléfonos celulares el dispositivo excluyente por el cual acceden a la información sobre el mundo que los rodea. Práctica cotidiana que resulta secundaria, supeditada a sus actividades de sociabilidad en las redes sociales. Es lo que Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein (2017) denominan consumo incidental de la información.

Estas son algunas de las conclusiones a las que arribamos en el marco de la Encuesta de Hábitos Informativos realizada a estudiantes de primer año de la Licenciatura en Comunicación Social del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, dentro del Espacio Curricular Redacción Periodística.

El objetivo de ese relevamiento, que se realizó en la primera semana de clases, apuntó a conocer cuáles son las prácticas de acceso a las noticias de parte de las y los estudiantes que eligieron formarse en el campo de la comunicación y el periodismo, lo que convierte a la información en insumo básico de trabajo.

Es un estudio cuanti-cualitativo que se vale de un cuestionario semi-estructurado aplicado a 50 ingresantes. Quienes respondieron son mayoritariamente jóvenes de entre 17 y 25 años que no sienten que usen los medios, sino que se definen como parte de ellos, como si se tratase de un ambiente más, afín a los ambientes urbanos y naturales que engloban sus vidas cotidianas.

Este trabajo además forma parte del proyecto de investigación “El lugar y las voces del conflicto en las agendas publicadas” en el marco del programa de investigación “Comunicación institucional, política y mediática: prácticas, agendas, discursos, redes en comunidades y territorios. Segunda Parte” (Convocatoria 2020-2022) de la Universidad Nacional de Villa María.

II.

El Espacio Curricular Redacción Periodística es anual, está a cargo de la docente Dra. Mariana Corradini, y de la Dra. Lisha Dávila Rodríguez como parte del cuerpo docente, con el Técnico en Periodismo Rodrigo Álvarez en calidad de adscripto.

Este EC tiene cuatro objetivos centrales:

- Apuntar a la formación de un profesional reflexivo y crítico, con las competencias necesarias para su desarrollo profesional
- Lograr que los alumnos comprendan el rol fundante de la correcta redacción periodística para el desarrollo posterior de la profesión.
- Lograr que los alumnos puedan desarrollar habilidades para la apropiación de las herramientas y técnicas que les permitan abordar la redacción periodística, con la mirada puesta en los distintos tipos de medios de comunicación.
- Formar alumnos que puedan dimensionar cabalmente los aportes que pueden hacer las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales para el ejercicio de la profesión y estar en condiciones de aplicarlos.

Y cinco objetivos específicos:

- Lograr que los alumnos adquieran habilidades básicas para la escritura y puedan producir, construir y difundir informaciones y opiniones que resulten relevantes para distintos espacios sociales, políticos, culturales e institucionales desde diferentes formatos en cuanto a géneros y soportes
- Proporcionar a los alumnos elementos teóricos sobre técnicas y estilos de redacción, para su aplicación a los distintos géneros y formatos.

- Facilitar la aplicación de esos conocimientos en instancias prácticas reales, con la participación en actividades noticiables de la vida cotidiana local
- Instar a los alumnos a convertirse en estudiantes informados a partir de distintos medios y soportes. Un futuro periodista no puede no conocer qué pasa en su entorno
- Acompañar a los estudiantes en su construcción como profesionales capaces de mirar, interpretar y contar el mundo que los rodea.

En ese marco toma sustento la necesidad de un diagnóstico que nos permita conocer cuán importante es la información en la vida de las y los estudiantes, teniendo en cuenta que será el insumo básico de buena parte de los trabajos prácticos que se realizarán durante el ciclo lectivo para la aplicación del contenido teórico del Espacio Curricular.

En el ciclo 2021 el cuestionario se aplicó a los 50 ingresantes luego de explicarles el objetivo del mismo, para luego realizar un análisis desde el marco comprensivo que aporta el desarrollo de Pablo Boczkowski y Eugenia Mitchelstein (2017) en referencia al consumo incidental de la información:

La mayoría de los entrevistados accede a las noticias por medios digitales, usualmente a través de dispositivos móviles, como una práctica secundaria de su monitoreo de las redes sociales. No entran en contacto con el universo digital para buscar noticias, sino que se encuentran con ellas en los *feeds* de sus redes, entremezcladas con anécdotas graciosas de amigos, pedidos de ayuda y fotos de viajes, animales y comidas (Boczkowski y [Mitchelstein](#), 2017)

Al respecto los autores también señalan:

Esta *incidentalización* del consumo de noticias genera una pérdida de contexto y jerarquía del contenido periodístico en la experiencia del público. El diario, el programa de radio y la televisión desaparecen como una unidad que presenta una visión ordenada y representativa de la actualidad. Lo que queda son retazos de historias y opiniones, inmersas en un mosaico gigantesco de información de todo tipo y toda procedencia. (Boczkowski y [Mitchelstein](#), 2017)

Teniendo en cuenta esos conceptos pero también buscando identificar particularidades que hacen a la región, se les consultó lo siguiente:

Edad:

1- ¿Se considera una persona informada?

SI-NO (tache lo que no corresponda)

2-Responda. En un día cualquiera de su vida:

- a) ¿Dedica un momento del día a informarse? Si la respuesta es positiva indique cuál y cómo.
- b) ¿Con qué dispositivos accede habitualmente a la información? Marque con una cruz
Diario
Radio
TV
Celular
- c) ¿Cómo llega a la información (redes sociales, página web del medio, etc.)?
- d) ¿A través de qué medios de comunicación accede con mayor frecuencia a la información?
- e) ¿Qué tipo de noticias le interesan (temas)?
- f) ¿Se informa a través de los medios locales? Si la respuesta es afirmativa enumere cuáles elige

3-Mencione cuáles son a su criterio las cinco informaciones más relevantes de la última semana

4-Mencione las cinco informaciones que, según su criterio, son las más importantes que escuchó en su vida

5-¿Cuál es para usted la noticia más importante de hoy miércoles?

Aclaremos que además de buscar respuestas en relación con los hábitos informativos, también se los indagó sobre su visión en relación con cuáles fueron en el corto y mediano plazo las noticias más relevantes, pero no a partir de su propia óptica sino desde el cristal de las que encontraron mayor desarrollo en los medios de comunicación.

Esto como primer paso para comprender el rol de los medios y sus elecciones a la hora de contar un mundo posible (Alsina).

En palabras de Alsina (1996) medios y periodistas construyen “mundos posibles” que se reflejan en los textos periodísticos publicados en los distintos soportes a partir del “mundo real” que es el mundo de los acontecimientos, que miran con los marcos interpretativos de su propio “mundo de referencia”.

III.

Una vez aplicado el cuestionario, se hizo la tabulación de las respuestas. Compartimos los resultados de los puntos consultados que resultan de interés para este trabajo:

Resultados en porcentajes:

- El 72,5 % se consideran una persona informada.
- El 77,5 % dedica un tiempo del día para informarse.
- El 84,4 % es menor de 25 años.
- El 35,5% se informa durante la noche.
- El 32,2% se informa a lo largo del día.
- El 16,1% se informa al mediodía.
- El 16,1% se informa por la mañana.

Accede habitualmente a la información a través de

- Celular: 97,5%
- Televisión: 65%
- Radio: El 30%
- Diarios: 22,5%

Llega a la información a través de

- Redes Sociales: 100%

- Web de los medios: 50%

-Televisión: 27,5%

-Google: 10%

-Youtube: 7,5%

-Medios Gráficos: 7,5%

Accede con mayor frecuencia a la información a través del medio de comunicación:

- Medios digitales y Páginas web Oficiales: 40%

-Instagram: 32%

-Twitter: 20%

-Televisión / Noticieros: El 20%

- Facebook: 12,5%

-Radio: 12,5%

-Celular: 7,5%

-Medios Gráficos: 5%

-Internet: 5%

Temas que más interesan

-Deportes: 60%.

-Política y Economía: 42,5%

-Cultura: 25%.

-Sociales: 25%.

-Espectáculo: 15%.

-Salud / Covid-19: 12,5%.

-Información general y Actualidad: 12,5%

- Internacionales: 10%.
- Policiales: 10%
- Nacionales: 7,5%
- Ambiente: 5%
- Locales: 5%
- Feminismo / Diversidad y Género: 5%
- E-Sports: 5%
- Ciencia: 2,5%
- Educación: 2,5%
- Tecnología: 2,5%
- El 55% se informa a través de medios locales.
- El 45% no se informa a través de medios locales.
- Medios locales a través de los cuáles se informan:
- El Diario del Centro del País: 25%
- Villa María Vivo: 22,5%
- Villa María Ya: 20%
- Puntal Villa María: 10%
- UniTeve: 7,5%
- C20: 5%
- Canal 12: 2,5%
- La Voz del Interior: 2,5%
- Hoy Día: 2,5%
- Cadena 3: 2,5%

- El Regional: 2,5%
- Radio Villa María: 2,5%
- Radio Tecnoteca: 2,5%
- Canal 2: 2,5%
- Radio 2000: 2,5%
- Radiovisión: 2,5%
- Villa María Noticias: 2,5%
- FM Box 103.3: 2,5%
- La Voz de San Justo: 2,5%
- Multimedios Tío Pujio: 2,5%

Eso muestran los números. Las que siguen son algunas respuestas de las y los estudiantes, donde dan cuenta de sus propios hábitos y experiencias y cuentan cómo se informan y mediante qué dispositivos:

“Si hablamos en porcentajes el 80% de la información me llega de páginas de noticias en redes sociales, el 20% por la TV”.

“A veces entro a twitter o Youtube y me aparecen videos de noticieros o canales de entrevistas/periodismo”.

“Usualmente miro las tendencias del día y profundizo en la búsqueda de las que más me interesan. Y me informo vía redes sociales como Twitter”.

“La información me llega a través de las redes sociales, a las que accedo a través del celular o la compu”.

“Con frecuencia accedo a la información por medios de comunicación virtuales”.

“Muchas veces llego a la información por redes sociales y por el diario local. Accedo con mucha frecuencia con el celular, que es mi método y medio de comunicación”

“Llego a la información vía redes sociales, el inicio del buscador de Google, visitar portales web o mediante noticias en la TV”.

“Llego a la información por el diario, noticieros, página web del medio, redes sociales”.

“No dedico un momento del día en informarme, pero la fuente principal es el celular. Cada vez que hago uso del mismo aprovecho a leer noticias de todo tipo, ya sean nacionales o internaciones, por medio de las redes sociales, portales de noticias y/o videos”.

“No tengo un hábito con un horario en especial para informarme pero en la mañana o antes de dormir, me gusta leer algo en la web o escuchar radio. Utilizo mucho tiempo el celular por lo cual sigo diferentes medios periodísticos por redes sociales o busco por páginas web. Me gusta escuchar mucho la cadena 3 o a Matías Barzolla”.

“Me informo todo el tiempo sobre deportes (futbol, básquet, tenis, etc.) lo hago todos los días mediante aplicaciones o redes sociales”.

“Por lo general, por medio de mis redes sociales –en especial Facebook-, por la comunicación con personas y televisión. Si hay alguna información precisa que desee ampliar, busco en medios periodísticos digitales”.

IV.

Los resultados muestran una tendencia significativa hacia un tipo de consumo de noticias definido incidental, es decir, que las personas “encuentran” el contenido informativo inmerso en el universo digital de las redes y plataformas sociales, sin buscarlo deliberadamente. Esta nueva forma de informarse viene a romper con los anteriores “rituales” de consumo mediático, en los cuáles se les dedicaba un tiempo determinado, deliberada y exclusivamente. Un espacio y tiempo independiente de todo lo demás, en un contexto creado para tal fin y por lo tanto poco interrumpido por otros aspectos de la vida diaria. Ahora, con el advenimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e internet, esto se ha diluido en un mar de contenidos entremezclados donde lo informativo compite con fotos de animales, de familiares y recetas de cocinas, entre otros.

Otro factor a tener en cuenta es la edad de las personas encuestadas, donde el 84,4% no supera los 25 años (y es mayor de 17), siendo un segmento etario que ha crecido con dispositivos electrónicos desde su infancia y en cuya realidad el universo digital siempre ha estado presente.

El 97,5% de los encuestados mencionó que accede habitualmente a la información a través de su celular y el 100% además destacó a las redes sociales como uno de los principales canales que utiliza para llegar a este tipo de contenido. Estas formas de consumo de noticias caracterizan de manera perfecta al “consumo incidental”, dado que las personas utilizan a las redes sociales y al celular con otros diversos objetivos, más que el mero hecho de informarse. Las noticias se encuentran mezcladas en otros tipos de contenidos, que hacen a las relaciones sociales y para lo cual fue creado el enorme universo digital y sus dispositivos electrónicos, lo que implica una pérdida de profundización y una manera de informarse a través de títulos y primeros párrafos. Es así que el consumo de noticias ya no cuenta de un tiempo y espacio determinados ni específicos, y mucho menos prolongado, sino que compite por cada segundo de atención en una marea de contenidos diversos y que es constantemente interrumpido por estos o por el transitar mismo de la vida diaria, ya que los dispositivos portátiles brinda la posibilidad de informarse mientras se llevan a cabo otro tipo de acciones, como ir de un lugar a otro, estar en medio de una reunión de amigos, o mientras se mira una película, entre otras.

El segundo dispositivo más mencionado a través del cual acceden a la información es el televisor, con un 65%, seguido por la radio -bastante más atrás- con un 30% y por último, por el diario con un 22,5%. Esto refuerza la idea del método informativo en el cuál se pueden hacer otras cosas al mismo tiempo, como por ejemplo la costumbre de “dejar el televisor de fondo”, y esa sea quizás la razón por la cual el diario queda muy relegado, ya que requiere de un tipo de atención más dedicada y prolongada.

Por otro lado, el 77,5% mencionó que dedica un tiempo del día para informarse, marcando la noche como uno de los momentos para tal fin (35,5%) y, “a lo largo del día” (32,2%) como otra manera de llegar a la información. Esta opción de informarse “a lo largo del día” es otra de las características principales del “Consumo Incidental”, basado en la idea de acceder a la noticia mientras se navega en diferentes plataformas digitales y en breves lapsos de tiempo, intermediarios entre el devenir diario. Estos

momentos del día que se le dedica a las noticias ya no son como sucedía en la segunda mitad del siglo XX, sino que dependerá en muchos casos de lo que los algoritmos de las redes decidan poner adelante nuestro, de las tendencias del día y/o del interés que genere determinado tema o título de actualidad.

Esto se vuelve a ver reflejado en lo mencionado en cuanto a los medios de comunicación a través de los cuáles se accede con mayor frecuencia a la información, donde se consideró a varias redes sociales como medios de comunicación propiamente dichos. El 64,5% de los encuestados mencionaron a las redes sociales, Instagram (32%), Twitter (20%) y Facebook (12,5%), como los medios de comunicación que utilizan con frecuencia para acceder a las noticias, lo cual es claro un signo de la época y de la incidentalización, donde las noticias pierden el contexto y la jerarquización de los hechos, para transformarse en retazos de historia diluidas en información de todo tipo y procedencia. Los medios digitales y páginas oficiales ocupan el segundo lugar (40%), dejando a los medios gráficos muy relegados, con apenas el 5% de los estudiantes encuestados. El hecho de tener acceso a un celular y/o a una computadora con conectividad abre un universo de posibilidades, dado su carácter de ser portable, multiuso y ubicuo, es a su vez uno de los aspectos que genera que la acción de informarse pueda ser interrumpida por múltiples factores.

En cuanto a las temáticas que más interesan, lideran los deportes con el 60%, seguido por Política y Economía con en 42,5% y lo Cultural y lo Social con un 25% cada una.

Por otro lado, solamente el 55% expresó informarse a través de medios locales, lo que resulta un número bajo teniendo en cuenta la importancia de tener conocimiento del contexto cercano en el cual uno se desarrolla. En este sentido, la globalización de la información y el crecimiento de oligopolios de medios de comunicación son quizás dos de los factores a destacar que han generado un desarrollo mayor del interés en lo que sucede a nivel nacional e internacional, dejando de lado lo que está ocurriendo en nuestra propia localidad.

En definitiva, la tecnología es un factor clave para entender como jóvenes consumen noticias en la actualidad y también da pistas sobre el contenido de la información a la que acceden.

V.

Una vez tabulados e interpretados los datos se hizo una devolución para que alumnos y alumnas se reconozcan en sus propias prácticas informativas y de vida en las redes, lo que resultó altamente enriquecedor a partir de los comentarios y reflexiones que surgieron. Escuchamos a quienes los tenían previamente identificados y se reconocieron en esos hábitos y quienes no, de tan naturalizados que se encuentran en su cotidianidad.

Es esta instancia la plataforma a partir de la cual desde el Espacio Curricular se sugieren prácticas para enriquecer la vinculación con la información desde una perspectiva de cercanía geográfica, recuperando el valor de los medios de proximidad, llamados así porque son medios pensados en clave local, publicaciones que no constituyen medios hegemónicos en el escenario nacional pero que sí tienen relevancia en las regiones en que se producen y circulan, donde resultan trascendentales para la constitución de la opinión pública. Estas son las regiones en las que ellos habitan y en las que probablemente se dé su desarrollo profesional.

En todos los casos objetivar las prácticas y hábitos informativos resulta positivo y permite avances significativos para el Espacio Curricular en general pero también para la formación de las y los estudiantes en particular, en un proceso hacia un consumo más consciente de la información y también más plural en referencia a la cantidad de medios, líneas editoriales y temas a los que se exponen, en consonancia con uno de los objetivos de este Espacio Curricular que las y los estudiantes se conviertan en profesionales “capaces de mirar, interpretar y contar el mundo que los rodea”.

Bibliografía:

-Alsina, Miguel Rodrigo. (1996) La construcción de la noticia. Editorial Paidós. Barcelona.

-Boczkowski Pablo y Mitchelstein Eugenia (2017) El medio ya no es ni medio ni mensaje. Recuperado de: <http://revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>

-Boczkowski Pablo y [Mitchelstein](#) Eugenia (2018) Vivir en las redes. Recuperado de: <http://revistaanfibia.com/ensayo/vivir-en-las-redes/>

-Corradini, M. y Duarte, R. (2020). La emotividad, el valor noticia que fortaleció el Covid. 2do. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. Villa María: Universidad Nacional de Villa María

-De Fontcuberta, Mar (versión revisada y ampliada) (2011) La noticia: pistas para percibir el mundo. Paidós Papeles de Comunicación. Barcelona.