

Jóvenes y medios: ¿Cómo se informan estudiantes de Periodismo y Comunicación?

Julieta Cane, julietacane@gmail.com, IICOM-FPyCS-UNLP

Melina Milagros Pereyra, pereyramel.99@gmail.com, CIC/IICOM-FPyCS-UNLP

María Alejandra González, alegonzalezruspil@gmail.com, IICOM-FPyCS-UNLP

Palabras claves: consumos emergentes; estudiantes universitarios; información.

Resumen

Esta ponencia indaga sobre los modos en los que actualmente estudiantes de Periodismo y Comunicación se informan a partir de los hallazgos de grupos focales realizados para tal fin. Se enmarca en una investigación en proceso que busca indagar acerca de las nuevas prácticas o “consumos emergentes de noticias” por parte de universitarios/as que cursan estas carreras con el fin de comprender los hábitos, prácticas significativas y las formas en cómo obtienen y usan la información. Asimismo, pretende conocer los medios, plataformas y aplicaciones de *software* en las que tiene lugar ese consumo emergente de noticias y qué diferencias presentan con respecto al consumo de noticias en los medios tradicionales (prensa gráfica, radio o TV).

A partir de sus testimonios, recuperamos qué es noticia para ellos/as, de qué modos y a través de qué medios se informan, qué mirada tienen sobre la desinformación y el rol de sus carreras en el sentido crítico presente en sus hábitos informativos.

Introducción

El presente trabajo tiene el objetivo de sistematizar las experiencias y los principales hallazgos de nuestra participación en la red de investigación interuniversitaria “Investigar en Red”, dirigido por el Dr. Francisco Albarello de la Universidad Austral (UA). Dicho espacio comenzó a consolidarse a fines del 2019 y principios del 2020 cuando un grupo de docentes e investigadores/as de once universidades de Argentina nos enlazamos con inquietudes similares y un objetivo en común: investigar cómo se informan y estudian las y los estudiantes de comunicación en Argentina a través de dispositivos móviles.

La metodología de trabajo fue el desarrollo de entrevistas en profundidad durante junio y octubre del 2020, que se complementó con la realización de encuestas. Mediante la aplicación del software AtlasTi, se observaron diversas categorías de análisis que derivan de las entrevistas (tiempo y lugar de conexión, consumo de medios tradicionales y emergentes, uso de dispositivos para el estudio, entre otros). Cabe destacar que esta investigación se desarrolló en plena pandemia y Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), por lo que constituyó un gran desafío para todos los actores involucrados y una enorme satisfacción cuando se publicó, a fines del 2022, el libro digital *Mutaciones* (UNR Editora) que recopila todo nuestro trabajo de análisis.

La investigación no finalizó con la publicación del libro, sino que desde marzo de 2023 nos encontramos trabajando y compartiendo experiencias con más de 50 universidades de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela con una investigación centrada en indagar y describir los "consumos emergentes de noticias" por parte de estudiantes de Comunicación y Periodismo de Latinoamérica. Partimos de la hipótesis de que desarrollan prácticas de "consumos emergentes de noticias" porque se diferencian de las maneras de informarse de los medios tradicionales, ya que tienen lugar en plataformas de consumo de noticias no diseñadas inicialmente para ese fin. Estas plataformas, asimismo, complementan las rutinas informativas con otros usos, vinculados con el ocio y el entretenimiento, a la vez que introducen a las noticias en las dinámicas conversacionales que allí tienen lugar.

Como parte de la primera etapa cualitativa de la investigación, durante el período de julio y noviembre del 2023 llevamos adelante grupos focales en cada una de las universidades que forman parte de esta Red. En nuestro caso, desde la Facultad de Periodismo y de Comunicación Social de la Universidad de La Plata (FPyCS-UNLP), realizamos tres grupos focales con estudiantes de primero y segundo año, por un lado, y de los últimos años, por el otro. El cuestionario que trabajamos constó de cuatro ejes generales sobre los que nos propusimos indagar para conocer las prácticas de las y los estudiantes de nuestra Unidad Académica: acceso a las noticias, consumo y producción de noticias, influencia de la pandemia y desinformación.

En la presente ponencia compartiremos las primeras reflexiones y testimonios en torno a las prácticas de consumo e información que experimentan las y los entrevistados. Vale mencionar que la investigación se encuentra en proceso y análisis de los resultados y que los datos brindados conforman una primera aproximación a la temática. Dichos testimonios se complementarán con la realización de encuestas y se cruzarán con las

voces de otras y otros estudiantes que contribuyen a esta red colaborativa en plena expansión.

Nociones teóricas que guían la investigación

Partimos de la hipótesis de que las y los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo desarrollan prácticas de consumo particulares al momento de informarse, lo que llamamos *consumos emergentes de noticias* ya que se diferencian de los modos tradicionales de información porque lo hacen en plataformas que no fueron pensadas específicamente para ese fin, a la vez que en dichas plataformas despliegan otras prácticas de usos vinculadas al ocio y el entretenimiento.

En este sentido, el concepto de lectura transmedia (Albarello, 2019) nos permite conceptualizar las estrategias que despliegan las y los estudiantes al momento de informarse, en sus modos leer, consumir, producir e intervenir ya que ponen en juego diferentes medios y dispositivos a fines de usar lo mejor de cada uno.

En una investigación anterior (Porta, Cane y Zapata, 2022), dimos cuenta de las rutinas informativas que los jóvenes universitarios construyeron de acuerdo al momento del día y sus intereses en un contexto de pandemia y aislamiento. Ahora, buscamos profundizar en los modos de informarse atendiendo los siguientes tópicos: qué es noticia, qué es informarse; el interés (o la obligación) que sienten las y los jóvenes por informarse; el momento y la situación en la que se informan; la influencia de los algoritmos en el consumo de noticias, así como también de la carrera universitaria en la aprehensión de un sentido crítico.

Por lo que nos preguntamos: ¿Qué es noticia en la actualidad? ¿Quién(es) definen los temas? ¿Los medios? ¿Las redes? ¿Los algoritmos? Según Carlos Scolari (2022), “el paradigma según el cual unas pocas personas producen contenidos para otras muchas, característico de la televisión —*broadcasting*— se va desdibujando, aunque aún convive con uno nuevo, el de la red —*networking*—, que ha elevado el concepto de interactividad a una de sus máximas expresiones”.

Profundizar la comprensión de los fenómenos sociales desde la metodología cualitativa

En la primera etapa de la investigación empleamos una metodología de carácter cualitativo con eje en la técnica de grupos focales. Los *focus group* también llamados “grupos de discusión” son entrevistas que se realizan, sobre un tema específico, a

grupos de seis a ocho integrantes en las que se cuenta con la moderación de un entrevistador que busca la participación equilibrada de todos los integrantes del grupo con el objeto de cubrir el tema lo más posible (Flick, 2014, p.127).

En cuanto al método de muestreo, Thomas Lindlof (1995) indica que el investigador recluta personas para entrevistas cualitativas porque está advertido de que saben algo, o han tenido alguna experiencia que es importante para el proyecto. En ese sentido, la selección del muestreo estará inclinada hacia aquellos casos ricos en información, para probablemente revelar los procesos y estructuras productoras de sentido, que son de interés para el analista (Lindlof, 1995).

En esta investigación en particular se realizaron *focus group* a estudiantes universitarios de entre 18 y 24 años que actualmente cursan las carreras de Comunicación Social o Periodismo en distintas universidades latinoamericanas, con el objeto de analizar sus rutinas de “consumos emergentes de noticias”. Al respecto, cabe destacar que, por un lado, se optó por relevar a estudiantes que asisten a las universidades que integran la red siguiendo el criterio de accesibilidad a los informantes y, por el otro, que se incluyeron universidades latinoamericanas, tanto públicas como privadas, con el objeto de tener una dimensión más amplia del fenómeno en la región.

La red interuniversitaria hace hincapié en las estrategias de diseño y desarrollo de los grupos focales, así como en las guías para la elaboración de las preguntas, los controles de calidad, los debates y características regionales. En este sentido, y a modo de sistematización de la experiencia y fomentando la cooperación y colaboración, se comunican periódicamente hacia el interior de los equipos, los criterios de accesibilidad y los aspectos éticos, como también las recomendaciones para las y los entrevistadores y moderadoras/es, a la vez de otras particularidades técnicas a tener en cuenta en cada universidad.

Asimismo, se tiene en cuenta la formación en el uso del software AtlasTi de todos los equipos, sumando nociones básicas de análisis cualitativo de datos para -luego- dividirse en la observación de las diversas categorías de análisis derivadas de las entrevistas. Estas capacitaciones son ofrecidas por las y los investigadores con mayor experiencia o miembros del “grupo fundador” y son enriquecidas con el aporte de todas las universidades. En este sentido, el espíritu colaborativo de la red también comparte de forma solidaria bibliografía específica, *softwares*, recursos y se organiza para la publicación conjunta de *papers*, la presentación en congresos y para el análisis cruzado de datos por temas y zonas geográficas.

Además, resulta sumamente importante la unificación de criterios en relación a las recomendaciones para la transcripción de las entrevistas, la elaboración del libro de códigos, la codificación por universidad, la codificación global en una única unidad hermenéutica y la posterior interpretación de los resultados (productos, artículos y publicaciones).

En nuestro caso particular -desde la FPyCS-UNLP-, realizamos tres grupos focales durante julio y noviembre de 2023 con un total de 16 estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, por un lado, agrupados en primero, segundo y tercer año, y por el otro, en el ciclo superior (cuarto, quinto año de la carrera y en proceso de realización de su Trabajo Integrador Final).

Tras el análisis de los hallazgos resultantes de los focus groups, la investigación contará con la ejecución de una encuesta digital regional para llegar a un universo mayor de estudiantes.

Consumo incidental de noticias, desinformación e influencia de la carrera, algunos hallazgos

Como dijimos anteriormente, esta ponencia se pregunta por los modos de informarse de quienes cursan la carrera de Comunicación Social y Periodismo en la FPyCS-UNLP, por lo que nos parece interesante comenzar por relevar qué comprenden por noticia, uno de los tópicos utilizado en los grupos focales. Por ejemplo, Laura, estudiante avanzada, emplea la palabra “novedad” como característica principal:

Para mí la noticia la defino como una novedad, para mí es algo novedoso, algo actual, lo pongo en sinónimo con esa palabra, para mí es una novedad algo interesante o relevante algo como puede que no, pero ya es dependiendo de los gustos y eso. Y el medio nativo digital yo diría que es justamente como un medio o una herramienta que nace de las tecnologías y bueno de la nueva forma que consumimos en Internet” (Laura, en proceso de TIF).

Otra de las características atribuidas a las noticias es, según Félix, la influencia que poseen en la construcción de una realidad. A partir de este testimonio, pudimos dimensionar el sentido crítico presente en las carreras que se dictan en nuestra Casa de Estudios, así como también la oportunidad que ven las y los jóvenes en las redes sociales para dar a conocer sus voces:

Para mí las noticias son como una forma de entender y de construir la realidad puede ser como una analogía de alguien que mira por una ventana de un edificio un montón de ventanas pero a la vez allá hay otra ventana donde está pasando otra historia y como simultáneo que bueno llevándolo a los medios nativos digitales para mí son como la globalización de tal ejercicio y a la vez como una revolución del mismo porque quizás antes estaba mucho más monopolizado y con los medios nativos digitales de repente la contrahegemonía tiene su posición más firme. Alguien que solamente porque le apasiona escribir ya puede hacerlo sin ninguna restricción con un grado de libertad mucho más grande (Félix, 3er año).

Es interesante observar la analogía que emplea el estudiante para hacer referencia al consumo de información como alguien que mira por la ventana de un edificio un montón de ventanas que a la vez coexisten con otras presentes en otro edificio. Este testimonio da cuenta de la infinidad de contenidos que circulan en las redes y de que hay tantas noticias como consumidores, sobre todo, porque el algoritmo adapta el contenido en función de los intereses de cada usuario/a. Veamos algunos testimonios al respecto:

A mí me pasa mucho como que me informo de la información que me llega. A veces sigo cuentas o escucho la radio y es la información la que está en la agenda la que recibo. A veces me pongo a investigar un poco más, pero solo investigo de lo que me hace ruido. Siempre me quedo con lo que me llega (Guille, 1er año).

La información llega y, muchas veces, sin que la busquemos. Este testimonio da cuenta del crecimiento exponencial del consumo incidental de noticias, una práctica que todas y todos hemos experimentado como usuarios/as de las redes, pero que sin dudas debemos problematizar con urgencia. Según Mitchelstein, Matassi y Boczkowski (2016), “esta incidentalización del consumo de noticias genera una pérdida de contexto y jerarquía del contenido periodístico en la experiencia del público”. Es decir, que se corre más riesgo de caer en las trampas de la desinformación, un tema que preocupa tanto a docentes como a estudiantes:

Cuando pasó la pandemia y vine acá cuando estamos saliendo ya, pero sí, había mucha mejor manera de consumir noticias dentro de la facultad, de cuestionarlas de seleccionar jerarquizar la información, pero no sé si hubiera sido lo mismo, sino cursado esta carrera tenemos quizás me hubiera caído mucho más fácil en la guerra de las verdades de esa información la *fake News* yo igual soy bastante precavido con esas cosas (Félix, 3er año, UNLP).

Como señalamos anteriormente, quienes estudian Comunicación y Periodismo ven notoria influencia de la carrera en términos de los cuidados a la hora de ver una noticia, compartirla y brindar abiertamente su opinión, teniendo en cuenta el escenario de posverdad y proliferación de *fake news*. El sentido crítico, atento y reflexivo se impone como una característica de quienes estudian estas carreras, tal como puede verse en los testimonios de Luciana y Ana:

Yo creo que tiene que ver con poder tener una mirada crítica y para tener una mirada crítica tienes que estar bien informado. También cómo puedes ver la primicia, bueno “Caputo ministro de Economía” bueno bien, quién es y qué hizo y cuál es su historia y cuál es su trayectoria. Me parece que también eso es un punto bastante clave (Luciana, 4to año)

Yo soy muy cuidadosa con las dos partes, bueno, no comparto casi nada por ahí puedo hablarlo con un amigo, pero no es que voy a ir a las redes sociales y compartirles tal y disfrutar si no estoy muy segura, si hay algo que me parece como que me quedo pensando y después vuelvo a chequear por ahí efectivamente lo dijo, pero compartirlo así de repente porque siento la bronca de que eso no (Ana, 4to año)

De la lectura superficial en redes al *click* en los contenidos

Las redes sociales se presentan como puerta de entrada al consumo emergente de noticias y ocupan un lugar central en sus rutinas informativas. Twitter, TikTok, Instagram y WhatsApp son mencionadas entre las/os entrevistadas/os como fuentes de información, impartiendo en cada red, estrategias de lectura y consumo de acuerdo a lo que cada una les propone.

Ahora bien, podemos reconocer dos momentos a la hora de encontrarse con una noticia: primero realizan una lectura superficial de los contenidos, donde predomina la lectura

de los titulares; y en un segundo momento, se encuentran con algo que llame demasiado su atención y ahí sí profundizan en la búsqueda de más información sobre ese contenido específico y de interés para ellos/as. Como cuenta Ernesto:

En ese aspecto de noticias que hay diariamente hago como un filtro, por ejemplo, en las redes sociales de las que yo me informo véase a Instagram que es una de las que más uso, veo un poco las noticias que me llaman más la atención en el día a día. Obviamente no puedo entrar y profundizar en todas, porque simplemente generalmente no me da el tiempo, pero, por ejemplo, veo noticias en el feed de Instagram y veo una que me interese y bueno a lo largo del día como que voy profundizando, busco notas de información en algún medio de interés. Utilizo a medios como para informarme a La Nación, La República que es un medio peruano, a Página 12, Infobae sobre todo, y después cuando me siento en un tema o quiero desarrollarlo, ahí es cuando entro tal vez a YouTube que es donde podría ser la red predilecta en la que yo profundizo prácticamente todos los temas de interés que tengo (Ernesto, 5to año)

Además de “entrar” o “clicar” una noticia por el titular, las y los estudiantes muchas veces eligen informarse y profundizar solamente en contenidos que los interpelen, así como saben muy bien qué es lo que no leerían, independientemente del medio que lo haya posteado:

Más que nada noticias que me interpelen. Los títulos, o sea, de entrada, porque pasa esto. Después hay noticias de “cómo preparar una chocotorta” (risas) ahí no voy a entrar (Franco, 1er año)

Aunque al tratarse de un escenario de constante (sobre)información, en varias oportunidades los/as estudiantes se sienten abrumados o saturados, por lo que deciden conscientemente evitar las noticias. Por ejemplo, Abril percibió que durante el contexto de pandemia todo lo que estaba ocurriendo le generaba mucha preocupación a su familia entonces promovió una disminución en el consumo de información:

(...) Cuando inició todo esto de lo que era el virus que yo estaba en mi casa, era como que notaba mucho el cambio en sí en mi familia, por ejemplo, estaban todo el tiempo

con la tele prendida, como que se estaban informando demasiado y encima de los medios hegemónicos, entonces era como “bueno, tenemos que cambiar esto muchachos”, entonces ponele yo apagaba la tele y les decía “bueno, ahora vamos a hablar, quieran o no vamos a hablar”. Era preparar el mate y decir “bueno, qué hacemos”. Una vez llegué incluso a sacarles el cable atrás del televisor y decir “ay no sé, no sé qué pasó”, pero más que nada por ellos. En sí por mí no, pero porque nunca fui de darle atención a la tele, siempre fui más como de buscarme a mí y cuando me mudé sola, menos información me llegaba entonces por ahí regulaba más el consumo de noticias porque o me tenía que ir a laburar o me ponía a leer un libro (Abril, 2do año)

El concepto de *news avoidance* nos habla justamente de esta evitación selectiva de noticias; fenómenos que también releva el informe *Digital News Report* publicado en 2023. El estudio realizado por el Instituto Reuters remarca que el 38% de la población en Argentina y otros países de América Latina evitan selectivamente las noticias y un 55% las de contenido violento por ocasionales “emociones negativas que impactan en su estabilidad emocional” (Red/Acción, 2023). En esta línea, Laura comenta que restringe toda noticia que sea explícita por generarle malestar:

También que hay medios que son muy amarillistas y es como que te muestran la escena del perro que sufrió tal cosa, y por ejemplo yo soy una persona que no me gusta ver eso, y esa parte si la pongo restringida. Como cualquier noticia que sea explícita o algo así, ya el teléfono no me la muestra y yo menos la sigo, eso sí, cuando son muy explícitos (Laura, en proceso de TIF).

Para continuar pensando/produciendo

En esta ponencia, indagamos en las formas de informarse por parte de estudiantes de Periodismo y Comunicación a partir de una investigación realizada en la FPyCS-UNLP durante 2022/2023. Empleamos una metodología cualitativa con eje en grupos focales, lo que nos permitió trabajar determinados tópicos y arribar a algunos resultados.

En primer lugar, nos parece interesante recuperar qué entienden por noticia ya que la definen como algo novedoso y a su vez reconocen la influencia que tienen en la construcción de la realidad. En esta línea, el consumo incidental de noticias, el hecho de

que la noticia simplemente “me aparece”, se vincula directamente con el *boom* de la sobreinformación y el riesgo de la desinformación.

En este sentido, el hecho de que sean estudiantes de Comunicación y Periodismo les brinda más herramientas en términos de prestar más atención ante la circulación de noticias falsas, así como actúan de manera crítica y reflexiva a la hora de consumir noticias, compartirla con amigos/as, familiares o incluso en sus propias redes sociales.

Particularmente sobre el momento de informarse, la mayoría lo hace a través de redes sociales como Instagram, Twitter, Tik Tok y Whatsapp. Encontramos que realizan una lectura de titulares y profundizan en dicho contenido solo si es de su interés, tras lo cual afrontan una búsqueda más profunda, consultando diarios y medios digitales que les ayuden a conocer más sobre el tema y construir su propia opinión.

Consideramos que el análisis de este fenómeno en jóvenes estudiantes universitarios/as ayuda a dimensionar el aporte real de la formación académica en la construcción de un sentido crítico en momentos de circulación global de noticias falsas. Y representa, además, un insumo valioso para las propuestas de formación de profesionales que imparten nuestras universidades.

Finalmente, y en cuanto a las proyecciones futuras, la meta es crear un Observatorio Interuniversitario Latinoamericano de Habilidades Digitales que permitirá tener una visión actualizada de los hábitos informativos y de estudio. Este será un insumo fundamental para las universidades y para los medios de comunicación, ya que abrirá la posibilidad de comprender en profundidad las transformaciones que atraviesan las audiencias juveniles en el actual ecosistema de medios.

Referencias bibliográficas

Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ediciones Ampersand.

Flick, U. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Sage Publications.

Lindlof, T. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. Sage Publications.

Mitchelstein, E.; Matassi, M.; & Boczkowski, P. (2016). El medio ya no es medio ni mensaje. *Revista Anfibia*. Disponible en: <https://www.revistaanfibia.com/medio-ya-no-mensaje/>

Porta, P; Cane, J; & Zapata, N. (2022). La tecnología y yo: un día en la vida de las y los estudiantes de comunicación En Albarello (Ed.) *Mutaciones* (pp. 99-132). UNR Editora.

Ríos Gutierréz, J. A. (2023) Por qué la gente se aleja de las noticias y desconfía de la prensa. *Red/Acción*. Disponible en: <https://www.redaccion.com.ar/por-que-la-gente-se-aleja-de-las-noticias-y-desconfia-de-la-prensa/>

Scolari, C. (2022) Los formatos breves de la cultura snack. *Portal Educ.Ar*. Disponible en: <https://www.educ.ar/recursos/158220/los-formatos-breves-de-la-cultura-snack>

RED