

## Consumo de información y uso de tecnologías digitales de estudiantes de Periodismo de la UNSL

*Information consumption and use of digital technologies by journalism students at the National University of San Luis*

**Andrea DE LA NAVA\***

**Dayana ALFARO\*\***

### RESUMEN

Este trabajo describe una experiencia de recolección de datos vinculados al consumo de información de actualidad y uso de tecnologías digitales por parte de estudiantes de 1<sup>o</sup>, 2<sup>o</sup> y 3<sup>o</sup> año de la Licenciatura en Periodismo de la UNSL. La investigación se planteó desde un enfoque cuantitativo. El método de recolección de datos fue una encuesta a 52 estudiantes de periodismo de la UNSL realizada en los meses de marzo y abril de 2019. La información obtenida a través de este instrumento permitió analizar los hábitos de consumo de información de actualidad y la constatación de fuentes por parte de dichos sujetos, atendiendo a que estas acciones son esenciales para el desempeño responsable de la profesión periodística y se vinculan directamente con la ética profesional que conlleva trabajar con información, que debe ser procesada para poder comunicar a la ciudadanía sobre los hechos que se consideran de relevancia para la misma. La formación universitaria de futuros profesionales de la noticia requiere una revisión de sus prácticas de consumo mediático no incidental, proponiendo a la vez, repasar el compromiso social de quienes se educan en la Universidad Pública y el deber ético que posee la mencionada carrera. Con ello, a partir de esta investigación, se espera contribuir en la promoción de debates en torno a la formación de periodistas, fomentar acciones para la construcción de estrategias pedagógicas de enseñanza y aprendizaje que incrementen los índices de consumo de información de actualidad por parte de quienes serán los responsables de brindar noticias a la comunidad.

Palabras clave: consumo de información de actualidad; tecnologías digitales; redes sociales; estudiantes; Periodismo.

### ABSTRACT

This work describes a data collection experience linked to the consumption of current-affairs information and use of digital technologies by students from 1st, 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> year of the Journalism program at the National University of San Luis (UNSL). The research followed a quantitative approach. The data collection method consisted of a survey conducted to 52

---

\* Lic. en Comunicación Social. Universidad Nacional de San Luis. Contacto: andrea.m.delanava@gmail.com

\*\* Lic. en Periodismo. Universidad Nacional de San Luis. Contacto: dayanalfaro21@gmail.com

Journalism students from March to April. The information obtained through this instrument allowed us to analyze the current-affairs information consumption habits and the verification of sources by the studied subjects. We considered these actions to be essential for the responsible performance of the journalistic profession. We further took into account the fact that those actions are directly linked to the professional ethics involved in working with information which must be processed in order to communicate the facts that are considered relevant to the public. University training of future news professionals requires a review of their non-incidental media consumption practices. It must also propose to analyze the social commitment of those who are educated at public, state-run universities and the ethical duty of the journalism university program. This research is expected to raise debates around the training of journalists, to promote actions for the development of pedagogical teaching and learning strategies that increase the indexes of current-affairs information consumption on the part of those who will be responsible for providing news to the community.

Key words: current-affairs information consumption; digital technologies; social networks; students; Journalism.

---

## Introducción

El siguiente trabajo expresa los resultados obtenidos en la encuesta realizada a lxs alumnx de 1º, 2º y 3º año de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), con el fin de indagar las características del consumo de información en torno a hechos de actualidad y la importancia que dan a este tema lxs estudiantes como futuros profesionales de la comunicación y las noticias.

La indagación estuvo centrada en el consumo de información sobre hechos de actualidad en medios tradicionales y digitales. Paralelamente, se analizó el uso que lxs encuestadxs realizan de las redes sociales, como nexos para acceder a las noticias que publican los medios de comunicación de los que son seguidores. Además, este análisis extrae parámetros vinculados a la situación socio-económica de los encuestados en cuanto al acceso a Internet mediante Wifi o packs de datos y dispositivos tecnológicos digitales.

Por lo tanto, este trabajo busca responder a cuestionamientos como: Lxs futuros periodistas ¿tienen el hábito de informarse sobre hechos de actualidad?, ¿qué importancia le dan a estar informados?, ¿cuáles son las características del consumo de información y a través de qué medios se informan? Las respuestas a estas inquietudes pueden ser la base de la discusión para repensar las actuales prácticas pedagógicas que lxs docentes de dicha carrera aplicamos para fortalecer el hábito de lxs estudiantes de estar informados y verificar las fuentes de información y la procedencia de datos.

## Antecedentes

Si bien existen diversos estudios sobre la profesión periodística en general, las investigaciones que tengan como objeto de conocimiento a lxs estudiantes de periodismo son escasas, más aún si indagamos sobre el consumo de información de actualidad en el proceso de formación.

El relevamiento realizado de manera previa y durante esta investigación nos permitió determinar que la mayoría de los trabajos académicos encontrados apuntan a la percepción de la profesión, la ética, el futuro laboral, entre otras temáticas. Sin embargo, localizamos el trabajo desarrollado por Rafael Díaz Arias y Francisco Rodríguez Pastoriza (2012), titulado *Consumo y actitudes informativas de los estudiantes de periodismo*, el cual cuenta con

diversos aspectos en común con respecto a nuestra investigación, ya que tiene como objeto de conocimiento el grado de consumo de información de los estudiantes de Periodismo de las universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona y Valladolid. Este trabajo también tiene en cuenta los medios que los estudiantes utilizan para informarse, “sus pautas de comportamiento, su valoración de las distintas ofertas”... “su concepción de la profesión de periodista”.

Dentro de las investigaciones que coinciden sólo en algún aspecto con nuestro trabajo se encuentra el informe *Estudiantes de Periodismo en Chile: Percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios* publicado en 2015. Esta investigación de Claudia Mellado y otros (2015), permitió conocer “las formas en las cuales la educación del periodismo influye en los valores y actitudes profesionales de los estudiantes”. Los datos analizados por los autores se obtuvieron a través de la aplicación de encuestas a 1985 estudiantes de periodismo, abarcando el 80% de la educación de periodismo de Chile.

Otro de los artículos considerados como antecedentes fue *El periodismo y la necesidad de estar bien informado. Una propuesta formativa* de Fernández Peña, Arrillaga Lazkano y Aguirre Maiora (2014) en el que se describió el desarrollo de una plataforma “con la que los alumnos de los grados del área de Comunicación pueden autoevaluar su conocimiento en esta área mediante la elaboración de test de actualidad online”.

Además, se contempló la investigación de García Penalver (2015) *Hábitos de consumo de información de actualidad en los jóvenes ¿Cómo interpretan la realidad y participan en los medios de comunicación? Estudio de casos: jóvenes de 18 a 20 años*, el cual permitió conocer “los hábitos de consumo de información de actualidad que tienen estos jóvenes” y las herramientas con las que cuentan en el caso que deban participar en un medio de comunicación.

Un precedente pertinente para hacer énfasis en las formas de consumo mediadas por la hiperconectividad y repensar el rol de estudiantes, padres, madres y docentes universitarios refiere a la propuesta de Dolors Reig y Luis Vílchez (2013), *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*, en la que focalizaron la utilidad de “...intentar reflejar cómo está siendo ese proceso, cómo lo verbalizan los jóvenes, los padres y los profesores. Es importante descubrir cómo, en este nuevo contexto, se redefinen los roles, los procesos, los instrumentos y los actores”.

También, se recupera el aporte teórico de Eugenia Mitchelstein; Pablo Boczkowski y Celeste Wagner (2013), *La brecha de las noticias en Argentina: factores contextuales y preferencias de periodistas y público* con la intención de tener en cuenta una brecha significativa y consistente entre las preferencias de publicación de determinados temas por parte de los medios de comunicación y de periodistas, comparada con los intereses informativos de los consumidores.

### **Acercamiento al objeto de estudio**

Las autoras de este artículo, en el mes de febrero y marzo de 2019 trabajamos durante cinco semanas con los ingresantes de la carrera Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de San Luis. El ser docentes de una carrera de estas características nos otorga la responsabilidad de investigar sobre el perfil de los profesionales que saldrán al mercado laboral y cuál es su vínculo con la realidad, porque como expresa el informe *Estudiantes de Periodismo en Chile: Percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios* (2015) la formación de profesionales de la noticia requiere principal atención, desde sus comienzos como oficio hasta su constitución en carrera académica:

La educación del periodismo es vista de forma importante porque esta puede “perpetuar o modificar las prácticas profesionales, así como modelar las

percepciones que los periodistas tienen del rol y la función de los medios” (Gaunt, 1992:1). Los valores profesionales y las actitudes del periodismo pueden ser aprendidos e internalizados por los periodistas a través de la vivencia de distintas experiencias en una variedad de ambientes e interactuando con múltiples fuentes, incluyendo aquellas que provienen del ambiente educativo (Shoemaker y Reese, 2013, citado en Mellado, et. al. 2015).

La Licenciatura en Periodismo está constituida por una malla curricular de 35 materias distribuidas en 4 años. Fue creada en el año 2009 y otorga el título intermedio de Periodista Universitario a quienes aprueban todas las materias de los primeros tres años de la carrera. Lxs estudiantes que deseen realizar la Licenciatura deben aprobar las materias de cuarto año y un trabajo final de tesis. La UNSL es la única que ofrece esta carrera universitaria en la provincia de San Luis, cuyas materias se dictan de forma presencial y con un curso de ingreso obligatorio de 5 semanas para lxs inscriptxs.

Según datos estadísticos publicados en el sitio web de la UNSL, entre 2017 y 2019, la Licenciatura en Periodismo tuvo 162 ingresantes<sup>1</sup>. Aunque el mayor número de inscriptxs se registró en 2017, se pudo comprobar que solo el 25% aproximadamente cursa en tiempo y forma las materias de tercer año que se corresponden según la fecha de ingreso a la carrera.

### ***La importancia de mantenerse informados y el acceso a la información de actualidad***

Las formas de hacer periodismo, producir y consumir información cambiaron y seguramente, seguirán cambiando. El mundo del periodismo está siendo atravesado por cambios rotundos provenientes de la tecnología, la economía y la sociedad, sin embargo, hay principios fundacionales del periodismo que deben mantenerse.

La información es una materia prima esencial para los periodistas. Generar el hábito de estar informados sobre la actualidad, consultar distintas fuentes sobre el mismo tema, tener curiosidad por conocer más allá de lo que se observa a simple vista son herramientas básicas que consideramos, se deben fortalecer desde el primer año de estudios de la carrera universitaria, ya que hacen a la esencia de la labor periodística profesional.

Cabe rescatar la impronta de realizar un análisis acerca de la formación de lxs periodistas, su compromiso social incluyendo la ética profesional que requiere este rol, y la presencia de la Universidad Pública en cuanto institución formadora. A partir de lo mencionado, se puede definir a lxs periodistas mediante Carlos Marín (2003), como aquellxs profesionalxs que buscan información, la procesan, e interpretan para dar a conocer qué es lo que está sucediendo. Continuando con el planteo del autor, lxs periodistas se interesan “por lo que sucede y puede repercutir o no en la vida personal y colectiva” (Marín, 2003: 10).

Además, quienes son profesionales de la noticia deben acatar las normas éticas que componen este ejercicio y que no constituyen únicamente el estar informadxs de la actualidad mediática. Deben también respetar su compromiso con la sociedad, interpretar un fragmento de la realidad de forma fehaciente, tener conocimiento y contextualizar el minuto a minuto noticioso. Por ende, en la enumeración de cualidades que deben poseer unx gran periodista, una de ellas, es que el profesional de la noticia debe estar al tanto de toda actualidad noticiosa, en todos los ámbitos y a la par, le conviene ser “frucioso lector de diarios...” (Marín, 2003: 26). Este aporte teórico puede ser empleado para un análisis más amplio del consumo de medios gráficos, incluyendo los medios digitales, la televisión y la radio.

Mucho se habla de la crisis de los medios, pero más allá de este efecto que requiere procesos de adaptación y transformación en los medios de comunicación tradicionales, aunque los modelos de negocios, producción y consumos cambien, siempre va a ser necesario que unx

---

1 Ingresantes año 2017: 69 - Ingresantes año 2018: 46 - Ingresantes año 2019: 47.

periodistx esté ahí para investigar, producir noticias y brindar información de calidad. Para cumplir estas características profesionales es necesario que lxs periodistxs permanezcan informadxs, pero se supone que este hábito es incorporado desde la etapa de formación, ya sea por la propia voluntad, curiosidad y necesidad de conocer lo que ocurre en la actualidad de los distintos ámbitos, o para cumplir con la exigencia de las materias que lxs futurxs periodistxs deben aprobar en la universidad.

Los cambios tecnológicos facilitan el acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación, aunque esto no signifique que todxs lxs personas cuenten con los recursos materiales para poder hacer uso de ellas, sobre todo en el segmento de los estudiantes universitarios argentinos. Sin embargo, no podemos desconocer que en la actualidad es mucho más sencillo que hace 10 años consumir información y conocer casi de manera inmediata lo que sucede en distintas partes del mundo, además de tener la posibilidad de producir y difundir cualquier hecho de actualidad que ocurre a nuestro alrededor con solo un clic. Estamos en la “era de la hiperconectividad” como describen Dolores Reig y Fernando Vílchez (2013) y esto lo demuestran datos de relevamientos estadísticos realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) en el tercer trimestre de 2019 en Argentina. El informe refleja que casi 32 millones de personas en nuestro país tienen acceso móvil a Internet, mientras que 7,5 millones tienen acceso fijo (INDEC, 2019: 3). En otro informe, denominado *Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH*, publicado en mayo de 2019, el INDEC señala que, en el cuarto trimestre de 2018, “el 63% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 80,3%, a Internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 84 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 78 de cada 100 utilizan Internet” (INDEC, 2019: 3). En el ámbito local, el gobierno de la provincia de San Luis a través de la infraestructura denominada “Autopista de la Información” ofrece servicio de Wifi libre y gratuito en 120 localidades, 21 Gbps de tráfico de Internet, resultando en más de 50 mil dispositivos instantáneos conectados y más de 150 mil usuarios diarios de la red Wifi. Estos recursos generan una penetración que supera el 95% si se tienen en cuenta los usuarios que se conectan a ISP privados. Por lo tanto, según estos datos, el acceso a Internet gratuito en la ciudad de San Luis, más los espacios dentro de la universidad que permiten el uso de computadoras y Wifi libre facilitan el acceso a información de actualidad, al menos, a través de contenidos digitales.

El ejercicio de informarse por parte de futuros periodistas constituye una necesidad básica para ejercer la profesión. Este análisis parte de la premisa de observación áulica y está en concordancia con Simón Fernández Peña; Iñaky Arrillaga Lazkano y Antxoka Aguirre Maiora (2014) respecto a que el estar “informado no puede enseñarse como si de un tema más se tratara, sino que debe inculcarse en el alumno como un hábito” (Fernández Peña, et. al., 2014: 389).

### ***El curso de ingreso 2019, disparador de esta investigación***

En febrero de 2019 iniciamos el dictado del curso de ingreso para la Licenciatura en Periodismo, el cual constituyó el punto de inicio para este análisis<sup>2</sup>. A partir de esta sencilla experiencia nos preguntamos por qué lxs estudiantes de periodismo no consumen información de actualidad si existen distintos factores tecnológicos que facilitan esta actividad. Cuando consultamos en el aula de clase, las respuestas, principalmente de quienes provienen de otras

---

2 Comenzamos el dictado del curso de ingreso con la presunción de que las tecnologías digitales permitían que los jóvenes tuvieran el hábito de estar informados. Luego de trabajar con lxs ingresantes de la Licenciatura en Periodismo, desde el 5 de febrero hasta el 8 de marzo de 2019, pudimos observar que nuestra hipótesis era errónea. En este contexto emerge el problema de investigación, en el cual como docentes decidimos hacer mayor hincapié en la importancia de conocer acontecimientos de actualidad y las personas involucradas en ellos. Sólo encontramos una reacción positiva en el día del examen final, para el que habíamos notificado a lxs estudiantes sobre el desarrollo de una actividad relacionada a un tema de actualidad. En este caso, algunos inventaron información para cumplir con la actividad solicitada, y otros redactaron un texto breve basado en alguna noticia del día con datos reales y precisos.

provincias o ciudades fueron, la falta de dispositivos como televisores, radios, computadora, o por no contar con dinero para comprar el diario, pagar paquetes de datos o servicio de Internet para acceder a información a través de medios online.

Sin embargo, ningunx manifestó la posibilidad de resolver esas dificultades accediendo a los espacios universitarios que ofrecen Wifi de manera gratuita<sup>3</sup>, o simplemente conversando entre compañerxs para intercambiar información sobre las noticias que conocía cada estudiante. Por otra parte, comprobamos que varios de lxs ingresantes que están interesados en trabajar como periodistxs deportivos sí tenían información sobre este tipo de acontecimientos, pero no hablaron hasta que se preguntó en la clase la existencia de noticias de dicho ámbito. Esta situación nos demostró que dentro de la representación del concepto de noticias e información de actualidad que lxs estudiantes consideran que lxs docentes queremos escuchar no se incluye el deporte, la cultura o el espectáculo. Pero más allá de esta situación particular, no encontramos la o las respuestas a nuestras preguntas, ya que este comportamiento de lxs alumnxs de estar desinformadxs sobre noticias de hechos de actualidad, de todos los ámbitos, no se modificó durante el curso de ingreso.

### **Metodología de la investigación**

En el siguiente apartado se desarrolla la metodología de investigación propuesta para el tratamiento de datos recolectados mediante el diseño de una encuesta, a fines de aportar elementos que contribuyan a la interpretación y comprensión de la información recopilada.

El instrumento de recolección de datos constituyó el diseño y aplicación de una encuesta para obtener material de análisis que nos permita profundizar en las características del consumo de información por parte de lxs estudiantes que en el año 2019 estaban cursando materias en primero, segundo y/o tercer año de la carrera Licenciatura en Periodismo de la UNSL.

La encuesta se diseñó durante la última semana de marzo de 2019 y se aplicó en las primeras dos semanas de abril del mismo año durante el dictado de las materias<sup>4</sup> que contaban con mayor cantidad de alumnos al momento del desarrollo de este trabajo. Fueron entregadas en soporte papel, para que cada estudiante la complete en un plazo de 15 minutos ante la presencia de las autoras de esta investigación.

### **Los resultados de las encuestas**

En este apartado se presentan los resultados obtenidos, lo que permite la visualización de los datos recolectados.

Se realizaron un total de 52 encuestas, cuyas preguntas nos permitieron conocer en rasgos generales la importancia que lxs futurxs periodistxs le dan a estar informadxs sobre hechos de actualidad. Del total de encuestados, 31 estaban cursando mayoritariamente materias de primer año, 13 de segundo, 8 de tercero.

### ***La importancia de mantenerse informadxs y los medios de comunicación más consumidos***

El primer dato relevante refiere a que el 98,1% de lxs encuestadxs adhiere a la relevancia de mantenerse informados, en contraste con el 1,9% quienes niegan la importancia de este aspecto expresando: "Creo que el periodista tiene la ventaja de elegir la orientación y en el caso contrario, un medio específico, debe estar informado sobre lo que pasa en su orientación

---

3 Servicio que fue informado desde los primeros días del curso de ingreso.

4 El momento elegido para la aplicación de la encuesta fue el dictado de las materias: Fundamentos del Periodismo de primer año, Periodismo Gráfico de segundo año y Taller de Periodismo Televisivo de tercer año de la Licenciatura en Periodismo de la mencionada casa de estudios.

laboral". A modo de argumentar el por qué no se informan, algunos de los justificativos fueron el poco tiempo personal de cada estudiante para dedicar a esta actividad, la reducida atracción que generan algunas noticias, e inconvenientes tecnológicos en cuanto al acceso a Internet o a dispositivos digitales.

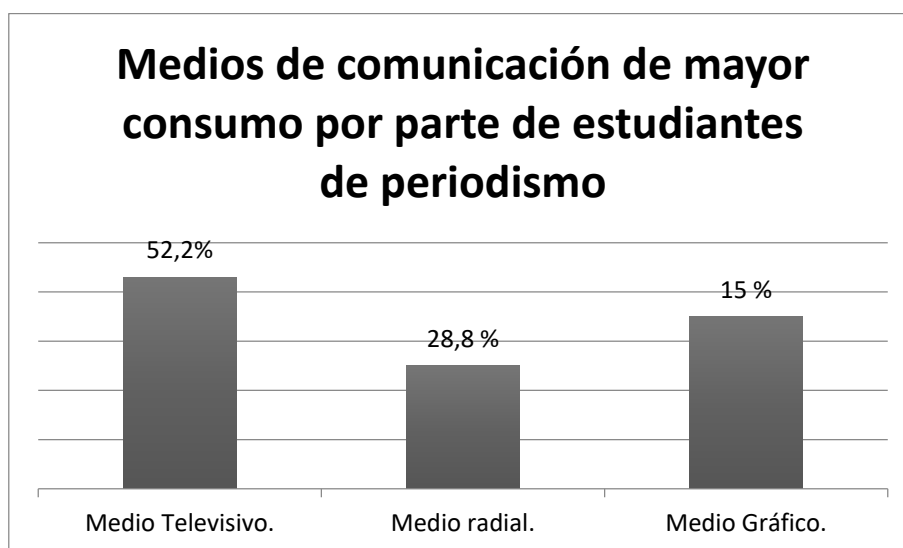
En relación con el medio de comunicación de mayor consumo el 56,2% de lxs estudiantes eligieron a la televisión, le suceden los programas radiales con un 28,8% y por último el medio gráfico elegido por el 15% de lxs futurxs periodistxs. Aquí, cabe rescatar que varias de encuestadxs comentaron consumir varios programas de un mismo formato.

El Diario de la República, medio de comunicación local con mayor tirada de ejemplares en la provincia de San Luis, fue indicado por un 60% de lxs encuestadxs, le siguen Clarín, Página 12 y el periódico deportivo Olé.

Respecto a los canales televisivos de mayor consumo, los más elegidos fueron Telefé con un 22,2%, El Trece con un 13,9% y en tercer lugar, Canal 13 de San Luis. Cabe mencionar, que lxs futurxs periodistxs afirmaron que también consumían canales deportivos como TyC Sport, Fox Sport y ESPN.

Los programas radiales que escuchan lxs estudiantes son de cadenas de radios nacionales y provinciales. Ellas son: Radio Popular, Radio Universidad y a nivel nacional Radio Mitre, La 100 y Radio La Red con un porcentaje promedio de 22,3% a 7,4%.

Gráfico 1. Medios de comunicación de mayor consumo por parte de estudiantes de periodismo



Fuente: elaboración propia

### ***Horarios para informarse, consumo de redes sociales y cantidad de tiempo para informarse diariamente***

Aquí se menciona el consumo o no de redes sociales como fuente de información, el 53,8% de quienes respondieron la encuesta afirmaron que emplean Facebook y Twitter para conocer noticias.

De acuerdo a los datos sistematizados sobre el horario del día empleado para informarse, el 33,9% de lxs estudiantes afirmó hacerlo durante el transcurso de todo el día. Le sigue la opción de las primeras horas de la mañana, con 27,4%. Por lo que concierne a la cantidad de

tiempo empleado a informarse diariamente, el 54,2% de encuestadxs respondieron que navegan en los medios entre 1 y 3 horas diarias.

### ***Acceso planificado o incidental para consumo de información en redes sociales y de medios de comunicación digitales***

Ante la consulta referida al uso incidental o planificado de redes sociales como medio para acceder a información, el 27,5% de lxs encuestadxs expresó que planificaban esa búsqueda, mientras que un 9,8% lo hacía de forma incidental, o sea, se informaban en base a lo que los algoritmos de cada plataforma les mostraba. Además un 23,5% de lxs alumnx seleccionaron ambas opciones<sup>5</sup>.

Seguidamente, se presentan los resultados vinculados a las características del consumo de información de lxs estudiantes de periodismo de la UNSL en torno a la consulta sobre el seguimiento de medios de comunicación tradicionales a través de las páginas que estos tienen en redes sociales.

Del total de personas que respondieron el cuestionario, el 41,2% lo hizo afirmativamente, especificando los medios de los que son seguidores, mientras que el mismo porcentaje no expresó el nombre de estos. Por lo tanto, si no tuviésemos en cuenta que se preguntaba a qué medios seguía, se puede afirmar que el 84,2 % de los encuestados sigue al menos a un medio de comunicación en sus cuentas de redes sociales.

En cuanto a la especificación de nombres de medios que seguían lxs encuestadxs mediante redes sociales, el más nombrado fue El Diario de la República (25%), mientras que Infobae alcanzó el 21,4% y en tercer lugar se ubicó Página 12 con el 17.9%. Los diarios Clarín, La Nación y El Chorrillero fueron mencionados en un 14,3%, mientras que un 10,7 % de lxs encuestadxs manifestaron seguir en redes sociales a Radio Popular. A su vez, La Izquierda Diario, TN, C5N, Telefe y radio La Red fueron nombradas en un 7, 1%<sup>6</sup>.

### ***Modalidad de consumo de información de actualidad en redes sociales y verificación de información***

A continuación, se describe el comportamiento de lxs estudiantes de periodismo al momento de consumir información actual publicada por medios de comunicación en redes sociales.

El 50,9% de lxs futurxs periodistxs leen el título y si les interesa continúan leyendo la nota completa. Casi una misma proporción toma esta actitud con respecto a los vídeos sobre información de actualidad publicados en redes sociales por un medio de comunicación. El 33% de lxs encuestadxs manifestó necesitar un título que lo cautive para escuchar un audio sobre información de actualidad. Sólo leen notas completas un 9% y ese mismo porcentaje refleja la cantidad de estudiantes que, de las noticias escritas publicadas por medios de comunicación en redes sociales, solo lee el título y la bajada. Aquí, varias de las personas que respondieron el cuestionario seleccionaron varias opciones.

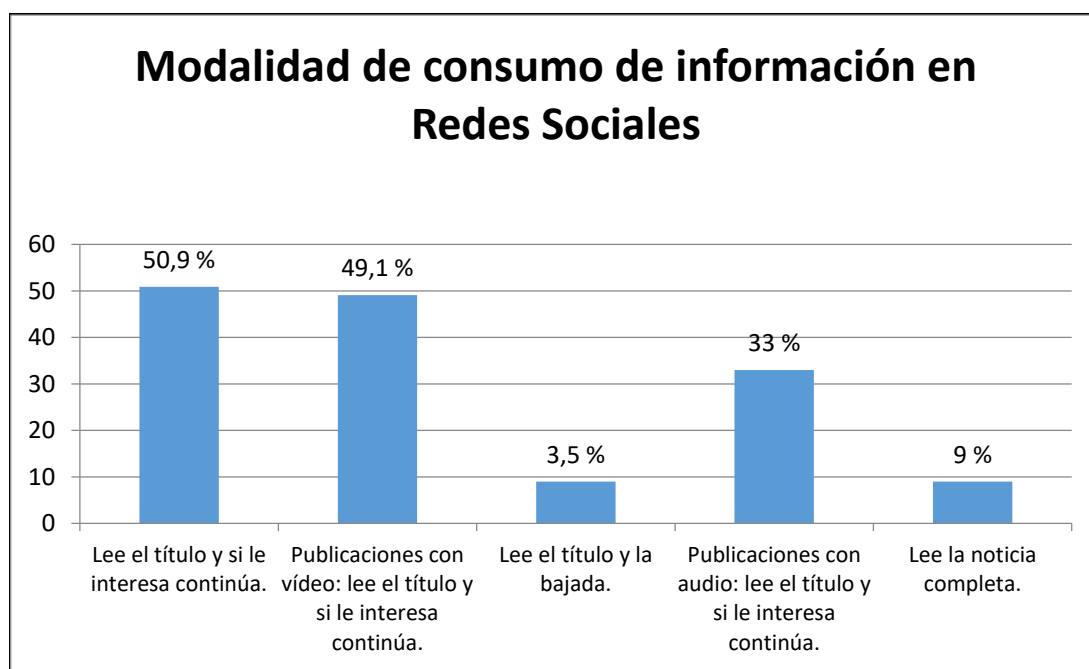
---

5 Mientras que un 25,5% indicó que se informaba (sin brindar especificaciones), y el 13,7% no respondió a esta pregunta.

6 Por otra parte, medios como La Garganta Poderosa, Tv Pública, El Destape, La 13, BBC, El Canciller, Presente, Espn, TyC Sport, Uno, El País, Olé, Digital, Nacional, Mitre, América, Filo News, Venado, RT, Sputnik, KCNA, NAK y el Programa Periodismo Para Todos fueron nombrados solo una vez por parte de lxs encuestadxs, lo que los ubica como los medios/programa menos seguidos por lxs estudiantes de periodismo de la Universidad Nacional de San Luis en las redes sociales.



Gráfico 2: Modalidades de consumo de información en Redes Sociales por parte de estudiantes de periodismo

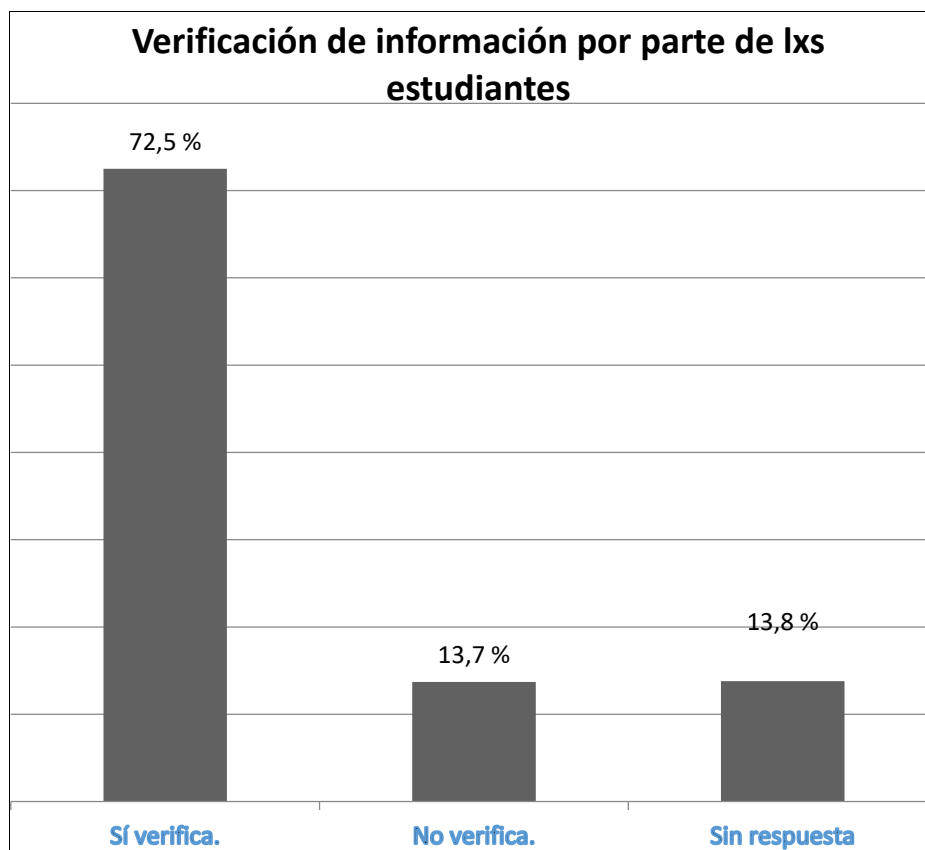


Fuente: elaboración propia

Aquí se mencionan los resultados ante la consulta sobre la importancia que lxs estudiantes de periodismo de la UNSL le atribuyen a la fuente que publica la información que están consumiendo, teniendo en cuenta el alto porcentaje de noticias falsas que suelen difundirse a través de las redes sociales. Con respecto a lo mencionado, el 67,3% afirmó tener en cuenta este aspecto al momento de consumir o difundir estas publicaciones, mientras que el 2,1 % respondió que no. El 30,6% de lxs encuestadxs no respondió esta pregunta.

Más allá de conocer la importancia que lxs futurxs periodistxs de la UNSL le dan a la fuente que publica las noticias que consumen, se indaga sobre otro aspecto fundamental para la profesión que es la verificación de la información con el objetivo de reducir la circulación de noticias falsas. En este segmento, el 72,5% afirmó verificar la información, el 13,7% aseguró no hacerlo. El 13,8% de encuestadxs no respondió esta pregunta.

Gráfico 3: Verificación de información por parte de lxs estudiantes.



Fuente: elaboración propia

### **Modalidades de acceso a Internet**

En cuanto al acceso a Internet, el 58,8% de lxs alumnxs expresó acceder a este servicio a través del pago de planes de datos mensuales, mientras que el 13,7% no lo hace. El mismo porcentaje no respondió esta pregunta. Además, se consultó si solían realizar recarga de datos durante el mes. El 42,9% respondió afirmativamente, mientras que el 36,7% no lo hace. Sin embargo, el 20,4% no respondió a esta pregunta.

Por otra parte, se consultó a lxs estudiantes si solo accedían a Internet a través de wifi. Si bien el 19,6% afirmó optar por esta modalidad, el 60,8% respondió de manera negativa. El 19,6% restante no respondió esta pregunta.

También, se interrogó a lxs encuestadxs si consideraban que no estar informados podría generar dificultades estudiantiles y profesionales. Aunque la mayoría expresó que sí, 10 personas justificaron su respuesta. Las razones expresadas fueron la falta de información de actualidad es fundamental para el desempeño en algunas materias y en el ámbito profesional. Además, resaltar la relevancia de estar informadxs para opinar, fundamentar y crear un punto de vista sobre los problemas de la sociedad. Asimismo, recalcaron que mantenerse al tanto de las noticias constituye un eje central de la cultura general del periodista.

### **Reflexiones finales**

Luego del análisis de los resultados obtenidos podemos afirmar que lxs estudiantes de periodismo consideran esencial mantenerse informados, ya que son futuros profesionales de la noticia. Sin embargo, comprobamos que muy pocos, al momento del relevamiento, pudieron demostrar que conocían datos e información sobre hechos de actualidad que habían sido

noticias muy difundidas en esos últimos días. Esto se contrapone con la información brindada por un destacado porcentaje de lxs encuestadxs que aseguraron informarse de manera cotidiana, planificada y durante todo el día. Por lo tanto, si bien las respuestas de lxs alumnxs ante las preguntas sobre la importancia de estar informadxs y los hábitos de consumo de información resultaron alentadores, cuando contrastamos con las respuestas a preguntas sobre información general y de actualidad, la mayoría fueron parcial o totalmente incorrectas. También pudimos comprobar que los mayores porcentajes de respuestas correctas fueron sobre el nombre del Presidente de la Nación Argentina y el nombre del Gobernador de la provincia de San Luis. Aunque estos datos puedan parecer básicos, en coincidencia con las conclusiones que expresan Eugenia Mitchelstein et al. (2013) en el libro *La brecha de las noticias. La diferencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*, 2019 fue año electoral y de una marcada crisis económica en Argentina, por lo tanto, estas características contextuales incrementan el interés y consumo relacionados a temas políticos por sobre otras temáticas. Esta característica también se ve reflejada en los resultados de la investigación realizada a lxs estudiantes de periodismo en universidades chilenas, que afirma “los estudiantes de periodismo muestran un nivel de interés en política muy superior al que presentan los jóvenes sin estudios universitarios o provenientes de otras profesiones de su misma edad” (Mellano et al. 2015: 5).

Más allá de que la televisión y los medios digitales son los más elegidos por lxs estudiantes dentro del universo de opciones con los que cuentan al momento de informarse, podemos concluir en coincidencia con Mellano et al. (2015) en relación con que “la dieta informativa de los estudiantes de periodismo es diversa y combina las redes sociales, los medios digitales y los medios tradicionales.” (Mellano et al. 2015: 24). Así quedó plasmado en varias respuestas donde lxs estudiantes de periodismo de la UNSL, quienes no sólo expresaron el consumo de varios tipos de medios de comunicación, sino también aclararon informarse mediante la combinación de noticieros televisivos y contenidos desarrollados en portales digitales.

Un pequeño porcentaje de encuestadxs expresó que no consumía información de actualidad y las razones que justifican esta situación es que no tienen tiempo debido a la gran cantidad de actividades en las que están involucradxs y no les atraen las noticias que ofrecen los medios hegemónicos. Otras razones también fueron adjudicadas a las dificultades para conectarse a Internet y de contar con un dispositivo que funcione correctamente. Más allá de estas expresiones, comprobamos que, en mayor o menor medida, lxs alumnxs pueden acceder a información de actualidad, ya sea a través de medios tradicionales o digitales, y con dispositivos disponibles dentro de la Universidad o fuera de ella. Ante los datos recopilados cabe mencionar que lxs estudiantes acceden a Internet, también, mediante datos móviles, que luego deben recargar a lo largo del mes.

Ante las evidencias podemos afirmar que más allá de que estudiantes y docentes consideramos fundamental desarrollar y fortalecer el hábito de consumo de información de actualidad porque es esencial para el ejercicio responsable y ético del periodismo que se promueve desde la universidad pública, las estrategias pedagógicas vigentes aplicadas para tal fin, a través de las diferentes materias que integran la Licenciatura en Periodismo, no están cumpliendo con estos objetivos. En concordancia con esta situación, no sólo corresponde diseñar estrategias de enseñanza y aprendizaje que permitan fomentar el incremento de consumo de noticias. También, es pertinente recuperar y repensar la impronta de estudiar en una Universidad Pública y poner en discusión el doble compromiso con la sociedad, en cuanto a estudiantes y profesionales de la noticia.

Entonces, nuestra misión será sensibilizar a lxs estudiantes sobre la importancia de estar informados de lo que sucede en la actualidad, para fortalecer las bases de la estructura profesional que comienzan a construir en las aulas de la Universidad, cimientos que pueden ser determinantes en el futuro laboral y ético de cada estudiante.

Luego de este estudio, también surgieron elementos que permitirán continuar indagando y profundizar este tema. Alguno de los interrogantes emergentes se refieren a: ¿Cómo influyen

los algoritmos en el consumo de información de actualidad en quienes utilizan redes sociales para esta actividad?, ¿Lxs alumnxs toman recaudos para ampliar el espectro de temas que les ofrecen las redes para facilitar el acceso a ese contenido? y por último, no menos importante, ¿por qué hay un mínimo interés estudiantil en mantenerse informadxs y aun así querer estudiar periodismo? profesión que consiste, entre varias características, en dar a conocer hechos de actualidad.

### **Conclusión**

Se considera que lxs profesionales de la noticia deben mantenerse actualizadxs sobre la realidad, lo que implica dedicar gran parte de su tiempo a consumir y analizar los contenidos informativos que luego serán difundidos a la sociedad. Asimismo, no se debe perder de vista el compromiso que deberían tener lxs estudiantes de periodismo al formarse en la Universidad Pública, más allá de aprender aspectos técnicos y contenido teórico- académico.

El oficio periodístico involucra conocer, analizar e interpretar la realidad, y por ende la actualidad mediática. También, se espera que quien se desempeña en esta profesión tenga la capacidad de contextualizar los hechos actuales, conocer causas y posibles consecuencias, lo que refiere a informar con criterio, fundamento y determinación a fines de informar a las audiencias de forma fehaciente. La formación en periodismo requiere docentes capaces de motivar el consumo de información en todos sus formatos, y que paralelamente incentiven y promuevan ejercicios de revisión y reflexión sobre la agenda periodística en todas las temáticas que engloba.



- Diarios en papel ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
- Televisión ¿Qué programas- Canal/es?
- Consumo los tres anteriores a través del celular, tablet, notebook, netbook, computadora de escritorio u otro dispositivo.
- Otra respuesta:

A partir de lo expresado anteriormente, ¿En qué horario del día se informa?

- Todo el día
  - En las primeras horas de la mañana
  - En la mañana
  - A la siesta, luego de almorzar
  - En la tarde
  - A la noche, antes de dormir
- Usa redes sociales como Facebook y Twitter para estar actualizado sobre lo que sucede.
- Otra respuesta

¿Qué cantidad de tiempo utiliza para informarse EN TOTAL, durante el día?

- 15 minutos
- Más de una hora y menos de 3 horas
- Más de 30 y menos de 1 hora
- Otra respuesta:

### *Parte 3: Consumo de información de actualidad a través de redes sociales y características del acceso a Internet*

Si se informa a través de publicaciones en Redes Sociales:

- ¿Busca informarse o se informa de manera incidental? (¿según las publicaciones que ve al chequear las redes?)
- ¿Sigue a distintos medios de comunicación?

no si ¿Cuáles?

Cuando encuentra noticias publicadas por medios de comunicación en las redes (marque todas las opciones que lo representan):

- Leo el título y si me interesa continúo leyendo.
- Leo solo el título y la bajada
- Leo la noticia completa
- En caso de publicaciones con vídeo: Leo el título y si me interesa veo el vídeo.
- En caso de publicaciones con audio: Leo el título y si me interesa escucho el audio.

Para evitar consumir noticias falsas:

¿Tiene en cuenta qué medio de comunicación o qué persona realiza la publicación?

si no

¿Trata de chequear o verificar si la noticia es veraz?

si no

Sobre el acceso a Internet:

¿Paga plan de datos mensuales?

no si

¿Hace recarga de datos?

no si

¿Solo usa Wifi?

no	si
¿Paga datos pero trata de usar Wifi gratuito?	
no	si

2) Explique ¿por qué no consume información sobre hechos de actualidad o noticias? [...]

3) Considera que no estar informado le genera dificultades? Elija una opción

No ¿Por qué?

Si ¿Por qué?

4) Nombre y apellido del Presidente de la República Argentina [...]

## Referencias bibliográficas

AREA MOREIRA, Manuel; GUTIÉRREZ MARTÍN, Alfonso; y VIDAL FERNÁNDEZ, Fernando (2012). *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Madrid: Fundación Telefónica/Fundación Encuentro. Recuperado de: [http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/161](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/161) (12/12/2019)

DÍAZ ARIAS, Rafael. y RODRÍGUEZ PASTORIZA Francisco. (2012) “Consumo y actitudes informativas de los estudiantes de periodismo”, en Congreso Internacional Periodismo en Red, 436 - 474.

FERNÁNDEZ PEÑA, Simón; ARRILLAGA LAZKANO, Iñaky y AGUIRRE MAIORA, Antxoka (2014). “El periodismo y la necesidad de estar bien informado. Una propuesta formativa” en la revista Historia y Comunicación Social Vol. 19. Nº, Esp. Febrero, 387 - 400.

GARCÍA PENALVER, M. (2015). *Hábitos de consumo de información de actualidad en los jóvenes ¿Cómo interpretan la realidad y participan en los medios de comunicación? Estudio de casos: jóvenes de 18 a 20 años*”. Recuperado de [http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:masterComEdred-Magarcia/Garcia\\_Penalver\\_Maria\\_Angeles\\_TFM.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:masterComEdred-Magarcia/Garcia_Penalver_Maria_Angeles_TFM.pdf) (5/11/ 2019).

INDEC. Informe accesos a Internet. Tercer trimestre 2019. Recuperado de: [https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/internet\\_12\\_192DA9793C88.pdf](https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/internet_12_192DA9793C88.pdf) (5/11/2019)

INDEC. Informe Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH. Cuarto trimestre de 2018. Recuperado de: [https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/mautic\\_05\\_19CF6C49F37A.pdf](https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_19CF6C49F37A.pdf) (20/11/2019).

MARIN, Carlos. (2003). *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo.

MARTÍNEZ, Gemma (2003). “*El consumo de información: una primera aproximación al concepto*” en Revista Hipertext.net. Nº 1. Recuperado de: <http://www.hipertext.net>. (1/11/2019).

MELLADO, Claudia; SCHERMAN, Andrés; AGUILAR, Marcela; CASTILLO Ana María; ESPINOZA Francis; HASBUN, José Luis; HORMÁZABAL, Constanza;

Ministerio de Ciencia y Tecnología del gobierno de la provincia de San Luis. Recuperado de: <https://www.ciencia.sanluis.gov.ar/Infraestructura.aspx> (28/11/2019).

MELLADO, Claudia; SCHERMAN, Andrés; AGUILAR, Marcela; CASTILLO Ana María; ESPINOZA Francis; HASBUN, José Luis; HORMÁZABAL, Constanza; LABRADOR, María José; LAGOS, Claudia; LÓPEZ-HERMIDA, Alberto Pedro; ORTÚN, Juan Francisco; PARRA, Elizabeth y VERA, Claudia. (2015). *Estudiantes de Periodismo en Chile: Percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios*. Informe 2015. Recuperado de: [https://www.academia.edu/26967171/ESTUDIANTES\\_DE\\_PERIODISMO\\_EN\\_CHILE\\_Perc\\_epci%C3%B3n\\_sobre\\_la\\_profesi%C3%B3n\\_su\\_futuro\\_laboral\\_y\\_el\\_desempe%C3%B1o\\_de\\_los\\_medios](https://www.academia.edu/26967171/ESTUDIANTES_DE_PERIODISMO_EN_CHILE_Perc_epci%C3%B3n_sobre_la_profesi%C3%B3n_su_futuro_laboral_y_el_desempe%C3%B1o_de_los_medios) (03.01.2020)

MITCHELSTEIN, Eugenia; BOCZKOWSKI, Pablo; WAGNER, Celeste y LEIVA, Silvana (2013). *La brecha de las noticias. La diferencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Buenos Aires: Manantial.

LABRADOR, María José; LAGOS, Claudia; LÓPEZ-HERMIDA, Alberto Pedro; ORTÚN, Juan Francisco; PARRA, Elizabeth y VERA, Claudia. (2015). *Estudiantes de Periodismo en Chile: Percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios*. Informe 2015. Recuperado de: [https://www.academia.edu/26967171/ESTUDIANTES\\_DE\\_PERIODISMO\\_EN\\_CHILE\\_Perc](https://www.academia.edu/26967171/ESTUDIANTES_DE_PERIODISMO_EN_CHILE_Perc)



epci%3%B3n\_sobre\_la\_profesi%3%B3n\_su\_futuro\_laboral\_y\_el\_desempe%3%B1o\_d  
e\_los\_medios (03.01.2020)

REIG, Dolores; y VILCHEZ, Luis. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica y Fundación Encuentro.

Cita sugerida: DE LA NAVA, Andrea y ALFARO, Dayana (2020). "Consumo de información y uso de tecnologías digitales de estudiantes de Periodismo de la UNSL" en *Revista Argonautas*, Vol. 10, Nº 15, 149-165.

<http://fchportaldigital.unsl.edu.ar/index.php/ARGO/index>

Recibido: 16 de julio de 2020

Aceptado: 9 de octubre de 2020