



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2024,
Volumen 8, Número 4.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4

**DE LOS MEDIOS TRADICIONALES A LAS REDES
SOCIALES: PREFERENCIA DEL CONSUMO DE
NOTICIAS EN LOS JÓVENES**

**FROM TRADITIONAL MEDIA TO SOCIAL NETWORKS:
PREFERENCE OF NEWS CONSUMPTION IN YOUNG
PEOPLE**

Alexandra Victoria Cuestas Zegarra
Universidad Técnica de Oruro, Bolivia

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13189

De los Medios Tradicionales a las Redes Sociales: Preferencia del Consumo de Noticias en los Jóvenes

Alexandra Victoria Cuestas Zegarra¹

alexandracuestaszegarra@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-9905-9578>

Universidad Técnica de Oruro

Oruro – Bolivia

RESUMEN

La comunicación, ha sido fundamental para el crecimiento de nuestra sociedad a través de la difusión de noticias en los medios masivos convencionales, como la televisión, la radio y la prensa. Desde el surgimiento de las nuevas tecnologías y la aparición de las redes sociales, la manera en que los jóvenes consumen noticias ha experimentado cambios significativos. Estas plataformas ofrecen rapidez e inmediatez en la información, así como la posibilidad única de interacción directa entre el público y los contenidos informativos. El estudio revela que los jóvenes prefieren ver o leer noticias en las redes sociales en lugar de los medios convencionales. Sin embargo, a pesar de su preferencia por ver noticias en las redes sociales, también resaltan su gran desconfianza por la cantidad de noticias falsas que se difunden y porque cualquier persona puede publicar noticias en la actualidad, lo que no es posible en los medios convencionales. Sin embargo, consumir noticias responde a la importancia que los jóvenes atribuyen a estar informados sobre su entorno, un aspecto esencial para su vida diaria y su desarrollo personal. Las redes sociales, han cambiado la forma en que recibimos y compartimos noticias, pero los medios tradicionales siguen siendo importantes y brindan profundidad y autenticación. La interacción entre estos dos tipos de plataformas continúa dando forma al panorama de la información moderno, desafiando a jóvenes a ser más críticos y selectivos

Palabras Claves: televisión, redes sociales, consumo, noticias y jóvenes

¹ Autor principal

Correspondencia: alexandracuestaszegarra@gmail.com

From Traditional Media to Social Networks: Preference of News Consumption in Young People

ABSTRACT

Communication has been fundamental to the growth of our society through the dissemination of news in conventional mass media, such as television, radio and the press. Since the emergence of new technologies and the appearance of social networks, the way in which young people consume news has undergone significant changes. These platforms offer speed and immediacy of information, as well as the unique possibility of direct interaction between the public and the news content. The study reveals that young people prefer to watch or read news on social networks rather than conventional media. However, despite their preference for watching news on social networks, they also highlight their great distrust because of the amount of fake news that is spread and because anyone can publish news nowadays, which is not possible in conventional media. However, consuming news responds to the importance that young people attribute to being informed about their environment, an essential aspect for their daily lives and personal development, news not only informs us, but also has an impact on our opinions and daily decisions. Social media has changed the way we receive and share news, but traditional media remains important and provides depth and authentication. The interaction between these two types of platforms continues to shape the modern information landscape, challenging young people to be critical and selective about the information they use and share.

Keywords: television, social networks, consumption, news, young people

Artículo recibido 13 julio 2024

Aceptado para publicación: 17 agosto 2024



INTRODUCCIÓN

El artículo "De los medios tradicionales a las redes sociales: preferencia del consumo de noticias en los jóvenes", analiza el papel de la comunicación en la difusión de noticias.

La comunicación siempre ha sido y seguirá siendo esencial para el desarrollo de la sociedad. Desde eras pasadas, se puede observar que los humanos siempre han estado buscando formas de comunicarse, ya sea a través del humo, los sonidos geográficos, los sonidos onomatopéyicos, la voz, lo escrito, lo corporal, entre otras formas.

Como señala Bregaglio: "La comunicación es una herramienta para promover una mejor calidad de vida de la sociedad, no un mero instrumento para difundir noticias" (2009. pág. 62), lo que significa que su responsabilidad va más allá de simplemente difundir noticias. En la actualidad, la frase "no hay desarrollo sin comunicación" es ampliamente aceptada. Sin embargo, no podemos dejar de lado que el hombre siempre busca la manera de saber lo que sucede en su entorno para poder realizar su rutina diaria, por lo que las noticias han sido uno de los pilares fundamentales para que el mundo en el que vivimos sea como es actualmente.

Durante el siglo XX, los jóvenes recurrieron a los medios convencionales como la televisión, la radio y la prensa escrita para obtener información sobre los eventos más relevantes. La forma en que los jóvenes consumen noticias ha cambiado con la aparición de nuevas tecnologías de información y comunicación, especialmente con el surgimiento de las redes sociales: "Los medios informativos se encuentran ante un proceso de migración y adaptación a nuevas formas de producción, distribución y circulación de noticias a raíz de la creciente popularidad de nuevas plataformas digitales, entre las que se cuentan las redes sociales" (Mitchelstein, et al. 2019, p.158).

Por lo tanto, después de observar y analizar los antecedentes sobre la comunicación y su relevancia en la difusión de noticias a través de los medios convencionales y las redes sociales, el presente artículo tiene como objetivo: **Analizar y descubrir cuál es el medio de consumo de noticias preferido por los jóvenes.**

Consideramos que los datos obtenidos ayudarán a la población a determinar si los medios tradicionales o las redes sociales son los medios más utilizados por los jóvenes para conocer noticias. Por lo tanto, es importante saber si las redes sociales están reemplazando a los medios de comunicación masiva en

este grupo de personas.

Comunicación

La comunicación fue y continúa siendo la herramienta principal para el desarrollo de nuestra sociedad, ya que desde tiempos pasados fue desarrollando diferentes maneras para que el hombre transmita sus inquietudes, deseos y necesidades.

Existen diferentes formas de comunicar: Con los gestos, la palabra, la escritura, lo visual, entre otros, los cuales son esenciales para que el ser humano tenga una comunicación individual como social.

Para poder definir a la comunicación, es crucial poder entender lo que Petrone (2020) señala: “La comunicación, es el proceso mediante el cual transmitimos y recibimos datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción” (p.188).

Por otro lado, también para Beltrán (2007) contempla a la comunicación como “el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (p. 85)

Basándonos en los autores mencionados, cabe resaltar que la comunicación sin duda es un proceso interactivo que para poder cumplir su fin se necesita de dos partes o más que se encuentran dispuestas a poder recibir y enviar mensajes con fines determinados bajo las mismas circunstancias.

Información

En ocasiones se suele confundir a la comunicación con la información, ya que, si bien ambos conceptos pueden tener en común la transferencia de datos, son conceptos totalmente distintos, pero que claramente se pueden llegar a complementar.

La Real Academia Española, explica que la información es la “Acción y efecto de informar”. Thompson (2008) demuestra una conceptualización más amplificada, resaltando que: “La información es un conjunto de datos acerca de algún suceso, hecho o fenómeno, que organizados en un contexto determinado tienen su significado, cuyo propósito puede ser el de reducir la incertidumbre o incrementar el conocimiento acerca de algo” (p.2).

Por lo expuesto, se puede decir que información es la acción de transmitir datos, sobre una temática en específico con el fin de poder disminuir lo desconocido y adquirir un nuevo conocimiento.



Diferencia entre comunicación e información

Sumado a esto también es necesario señalar la diferencia entre comunicación e información; la comunicación es un proceso de transmisión mensajes, donde el emisor transmite una idea al receptor, y que dicho receptor que recibe el mensaje completa el proceso convirtiéndose en emisor, lo cual da lugar a una comunicación bilateral. La información es la transmisión de mensajes, donde un emisor solo se dedica a enviar ideas, conceptos, etc. a un receptor o varios, sin esperar ni recibir una respuesta de dicho receptor, lo cual da lugar a un proceso unilateral.

Medios masivos de la comunicación

Como se mencionó con anterioridad, la comunicación actualmente se manifiesta de diferentes formas, sin duda los medios masivos de comunicación como: La radio, la prensa y la televisión, juegan un rol importante dentro de nuestra sociedad por el alcance que tienen y por la evolución que tuvieron con el transcurrir del tiempo, teniendo en sus manos el poder de llegar a una gran cantidad de personas de manera simultánea. Su impacto sigue siendo relevante en la actualidad. Lo cual fue y sigue en vigencia el efecto que tiene para poder dar a conocer información sobre diferentes temas de gran relevancia que les interesa a las personas de acuerdo a su trascendencia.

Prensa escrita

La prensa escrita, es un medio de comunicación masivo, cuyo rol principal informar sobre diversas actividades, hechos y sucesos que acontecen dentro de una sociedad. Durante muchos años fue una pieza fundamental para las personas, ya que, por medio del periódico podrían estar al tanto de diferentes situaciones en su contexto social.

Por muchos años, leer el periódico fue una actividad diaria y bastante común, donde jóvenes y adultos solían comprar un ejemplar de su periódico preferido a tempranas horas del día, para comenzar la jornada conociendo lo que sucedía en su realidad.

Con los años, fueron apareciendo otros medios para transmitir noticias, estamos hablando de la radio y la televisión que, si bien por muchos eran los medios favoritos para enterarse de noticias, para otros la prensa escrita seguían teniendo el primer lugar porque ejercitaba la mente, la vista y por supuesto la lectura, lo cual es fundamental para el desarrollo de nuestro cerebro. No obstante, también la llegada de las nuevas tecnologías de información y comunicación, como las redes sociales, de alguna manera



quitaron específicamente al sector juvenil el hábito de comprar y leer un ejemplar de cualquier periódico para enterarse sobre los hechos sociales.

Tal como lo señala Puente (2019) “El periodismo ha sido objeto de cambios constantes desde sus inicios; el contexto, la audiencia y el medio han sido los causantes de las diferentes modificaciones en los procesos de producción, distribución y comercialización de la información” (p.1).

Sin embargo, a pesar de los avances tecnológicos, la prensa escrita también supo adaptarse para emitir noticias en medios como redes sociales y plataformas digitales. Hoy por hoy la prensa escrita sigue de manera física (periódicos), pero también de manera virtual, donde podemos señalar que en el año 2020 durante la pandemia por Covid -19, la prensa escrita de manera digitalizada juega un papel fundamental a la hora de dar a conocer lo que sucedía día tras día, ya que, al no poder salir de casa para comprar un periódico físico, las personas optaron por leer noticias de manera virtual.

A su vez el lector y el medio de la prensa escrita lograron evolucionar y crecer junto a las nuevas tecnologías de información y comunicación, también tuvo que hacerlo el periodista, ya no solo bastaba con escribir una nota periodística y tomar una fotografía, ahora por medio de la prensa digital, se tiene otros elementos que complementan a una noticia, por ejemplo: Videos, infografías, audios, links, entre otros. Que sin duda obligan al periodista a actualizarse constantemente dentro de este campo aun tradicional, como es la prensa escrita.

Por lo tanto, la profesión del periodista se ha transformado junto a los medios y las empresas informativas que buscan ser parte de las nuevas plataformas digitales por medio de la convergencia de sus contenidos, de las herramientas, por supuesto de su personal y sin dejar de lado su modelo de negocio (Puente, 2019, p.2).

RADIOLA radio, es un medio de comunicación tradicional, cuyo propósito principal es conectar con distintas personas de manera rápida e inmediata, con el tiempo fue convirtiéndose en una herramienta primordial no solo para entretener al radioescucha, sino también para informar y educar cumpliendo una de las funciones fundamentales de la comunicación tras la llegada de la televisión en el siglo XX, muchos pensaron que este medio de comunicación desaparecería ya que es un medio unisensorial porque solo utiliza el sentido del oído para llegar a su audiencia. Con la aparición de la televisión, para cuya visualización emplea más de un sentido lo cual, se creía que esto sería más atractivo, dejando a

la radio al olvido, sin embargo, aunque la audiencia de este medio disminuyó, no desapareció, porque supo adaptarse para mantenerse vigente hasta nuestros días; ya que la radio está presente en lugares donde la televisión no puede llegar.

“La radio continuó afianzando y creando nuevas prácticas. Desde su nacimiento somos testigos de una Radio que nace y renace en medio de cambios sociales incorporándose a escenarios de trabajo y de tiempo libre” (Bosetti y Espada, 2020, p.9).

Entonces la radio ha demostrado ser un medio de comunicación adaptable, no desapareció ni desaparecerá como medio de comunicación, porque tiene la capacidad para llegar a espacios muy remotos.

Televisión

La televisión, llegó a Latinoamérica en 1950, su llegada tuvo grandes impactos y por su puesto varias reacciones y opiniones. La televisión fue y es aún vital para el proceso de comunicación, ya que por este medio se puede llegar a una gran cantidad de personas en todas partes del mundo a través de diferentes sentidos como la vista y el oído, lo cual lo hace más atractivo para las personas, porque no solo oyen el contenido relatado también lo ven.

En el siglo pasado, la televisión ocupó el primer lugar en preferencia como medio de comunicación, debido a su variedad de contenido, la información, el entretenimiento que ofrece al televidente; este nuevo protagonismo le quitó audiencia a la radio y por supuesto a la prensa escrita, que quedaron en un segundo plano debido a la popularidad y al alcance.

Tal cual lo señalan Fernández y Robles (1995): La televisión, es el medio de comunicación preferido por el gran público. Uno de cada dos encuestados elige la televisión por encima de la radio y la prensa diaria, y el número de televidentes es muy superior al de oyentes y lectores (p.95).

Es evidente que la televisión lideró una gran cantidad de audiencias fieles al medio por la dinamicidad que ofrece a la hora de transmitir contenido, por ello sigue aún vigente como un medio de comunicación relevante dentro de nuestra sociedad.

La Noticia

Las noticias son importantes para que la sociedad se mantenga informada sobre los acontecimientos que ocurren a su alrededor, sin duda los medios masivos de comunicación que tradicionalmente

conocemos como: La radio, la prensa y la televisión, fueron pilares para que una noticia sea comunicada al mundo.

Randall (1999, citado en Iranzo, Latorre, 2019), resalta que: “la noticia podría definirse como una información novedosa e insólita sobre un asunto de interés general del que no se tenía conocimiento hasta entonces” (p. 26).

La radio, tiene su propio estilo a la hora de dar una noticia, caracterizada por el poder de la voz, donde el hecho se relata de manera auditiva, el radioescucha imagina y procesa lo que escucha en su mente; la televisión, por otro lado, tiene otra particularidad para poder transmitir la noticia ya que cuenta con el recurso auditivo pero también visual, dado que a medida que el presentador de noticias mediante su voz da a conocer lo sucedido al mismo tiempo muestra imágenes o videos, que lo hacen más atractivo para algunas personas, cabe mencionar que suele existir personas que no les agrada la idea de visualizar noticias desastrosas por su salud mental, que como consecuencia prefieren escuchar noticias por la radio; también así la prensa escrita ejerce la vista a la hora de dar a conocer una noticia por medio de los impresos, donde dicha noticia está acompañada de una fotografía y testimonios que el periodista investiga y trata.

Cada medio tiene su propio estilo a la hora de dar a conocer un hecho acontecido, es decir una noticia, por muchos años fueron la fuente preferida de las personas para poder enterarse de lo se encuentran en su contexto, algunos con preferencia a la prensa otros hacia la radio y hay quienes prefieren la televisión.

No obstante, la forma o manera en la que las personas se enteran de los acontecimientos informativos, fue cambiando en los últimos años; si bien los medios tradicionales se han convertido en la fuente principal para enterarse de las noticias, en los últimos años se cree que esto ha cambiado por la llegada de las redes sociales.

Bosetti y Espada (2020) afirman que: “Las formas de comunicación, los lenguajes y los medios se modifican constantemente, evolucionan, cambian a raíz del desarrollo tecnológico y de prácticas sociales” (p.9) en consecuencia, la comunicación está en constante cambio, pero también los medios por donde se ejerce la misma.

Es así que Gómez, Paniagua y Farias (2015, p.541) añaden que: “Hasta hace apenas una década, la

actitud de las audiencias en los medios de comunicación de masas (prensa, radio y televisión) se reducía prácticamente a un consumo pasivo de los contenidos. Con la irrupción de las redes sociales”.

Podemos determinar que el consumo que se daba en los medios tradicionales para poder enterarse de las noticias es disminuido por la aparición de las redes sociales.

Redes Sociales

Las redes sociales, son plataformas diversas donde se transmite información extensa, se difunde también contenido de entretenimiento, noticias, música y demás. Aparecieron con la finalidad de conectar con las personas a pesar de estar a kilómetros de distancia. Sin duda, su creación fue la causa para que el mundo se transforme, tanto jóvenes como adultos cambiaron su forma de comunicarse, pero también de informarse.

“La aparición de Internet a fines del siglo XX, la creación de las redes sociales y la masificación de los smartphones causó una transformación en los procesos de producción y consumo de los contenidos informativos” (Medina et al., 2018, p. 309).

En pleno siglo XXI podemos deducir que la utilización de las redes sociales es extensa en personas de diferentes edades, desde niños hasta adultos, pero sobre todo en jóvenes. Puesto que por medio de las redes sociales más conocidas como: Facebook, WhatsApp, Twitter ahora llamado X y otras; socializan, conviven y por supuesto se enteran sobre las noticias de la sociedad.

“Las redes sociales representan una nueva forma de interacción y uno de los servicios más utilizados por los internautas actualmente, especialmente por los jóvenes” (Lagla et al., 2018, p.2).

Por tanto, los jóvenes pueden disfrutar y tener un acceso casi inmediato sobre lo que está aconteciendo al otro lado del mundo o incluso en la misma ciudad que están, pero en diferentes sectores, es lo atractivo de estas nuevas tecnologías que facilitan el trabajo por la inmediatez que tiene, lo que no ocurre cuando un medio tradicional como la televisión o la radio, da a conocer un hecho social (noticia). También es necesario señalar que específicamente en la población juvenil las redes sociales son herramientas que los acompañan prácticamente desde que nacen, para ellos no es difícil aprender a utilizar estas redes sociales y plataformas virtuales porque son parte de su vida, lo cual no ocurre con los adultos, puesto que ellos se están adaptando a algo totalmente nuevo que no existía cuando nacieron. Para refutar esta idea la siguiente cita nos dice: “El sector más joven de la población, son considerados

nativos digitales, por el que son quienes más las usan y quienes tienen un mayor dominio de las mismas debido a que prácticamente han crecido junto a ellas” (Martin,2015, p.5).

Por otro lado, también se debe hacer mención que los jóvenes utilizan las redes sociales para tener cerca a sus seres queridos mediante la comunicación de mensajes, llamadas, entre otros usos. Pero también es clave resaltar que los jóvenes utilizan las redes sociales para enterarse sobre lo acontecido en su alrededor y por supuesto en el mundo entero.

“Los jóvenes emplean las redes sociales en primer lugar para mantenerse en contacto con otros y, a continuación, para obtener actualizaciones, noticias y otras opiniones” (García et al., 2015, p. 603).

Figura 1: Recopilación sobre las principales redes sociales

Red social	Tema y dirección web
Facebook	Interés general https://www.facebook.com/
YouTube	Sitio donde subir, alojar y compartir videos gratis. https://www.youtube.com/
Google+	Red social de Google. Atrayente por sus comunidades, por el servicio de subir y compartir fotos y por la autoridad que aporta a los blogs y sitios de Internet. https://plus.google.com/
Reddit	Comunidad donde compartir enlaces a sitios web, servicios, noticias de actualidad y todo tipo de contenido de interés. https://www.reddit.com/
Twitter	Publicación instantánea de noticias y todo tipo de acontecimientos que pueden convertirse en virales en la red. Admite imágenes y videos. https://twitter.com/
Instagram	Aplicación, comunidad y red social para subir, editar y compartir fotos. Solo se pueden subir desde dispositivos móviles. https://www.instagram.com/
LinkedIn	Curriculos personales e información de negocios. De interés para profesionales y todo el que busque trabajo y oportunidades laborales de valor. https://www.linkedin.com/

(Fresno,2018, p. 16)

Mediante el anterior cuadro podemos deducir que las redes sociales tiene diferentes enfoques de contenido, lo cual beneficia a las personas porque todos tiene diferentes gustos, no obstante también podemos notar que Facebook tiene un interés general, personas de diferentes edades y por supuesto ofrece contenido diverso, tanto de entretenimiento como noticias del momento ya que es fácil de usar, es útil, es rápido, lo cual hace que muchos jóvenes prefieran enterarse de las noticias por ese medio que por los medios de comunicación tradicionales.

METODOLOGÍA

La presente investigación tiene una naturaleza cualitativa, dado que se obtuvo resultados estadísticos

acerca de la preferencia de los jóvenes en cuanto al medio para consumir noticias.

Método

La presente investigación se basa en el método deductivo, ya que parte del método deductivo que va de lo general a lo particular, inicia con la teoría sobre la comunicación, siendo este tópico complejo para luego realizar una encuesta a los jóvenes y así conocer su preferencia en cuanto al medio para consumir noticias.

Técnicas

La aplicación de la técnica de la encuesta, nos permitió identificar las preferencias de los jóvenes en cuanto al medio al medio que eligen para informarse sobre los acontecimientos que suceden en su entorno social, es decir de noticias.

Población y Muestra

El trabajo titulado: “De los medios tradicionales a las redes sociales: Preferencia del consumo de noticias en los jóvenes” el mismo se llevó a cabo en la ciudad de Oruro con una población finita y una muestrano probabilística.

Población

La población de la presente investigación estuvo compuesto por los jóvenes universitarios de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Técnica De Oruro (UTO).

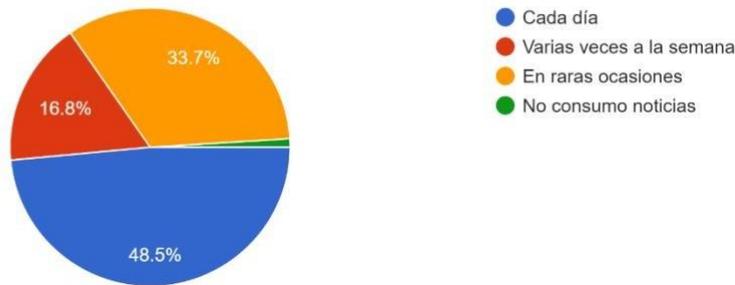
Muestra

La muestra estuvo conformada por jóvenes universitarios del cuarto año de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

RESULTADOS.

¿Con qué frecuencia lees o ves noticias?

101 respuestas



Frecuencia del Consumo de Noticias en Jóvenes

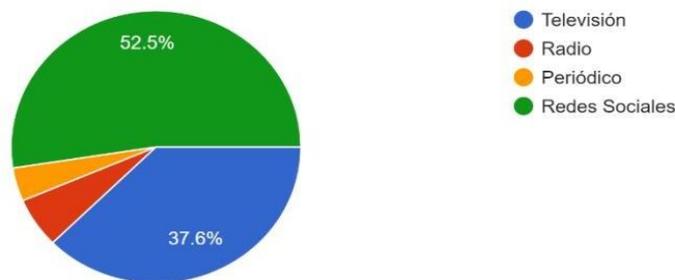
Interpretación

Se observa que el 48.5% de los jóvenes señala consumir noticias cada día, por otro lado, el 33.7% de los jóvenes solo en raras ocasiones y el 16,8% varias veces a la semana.

Medio de preferencia donde se enteran de noticias los jóvenes

¿Por qué medio prefieres enterarte de las noticias ?

101 respuestas



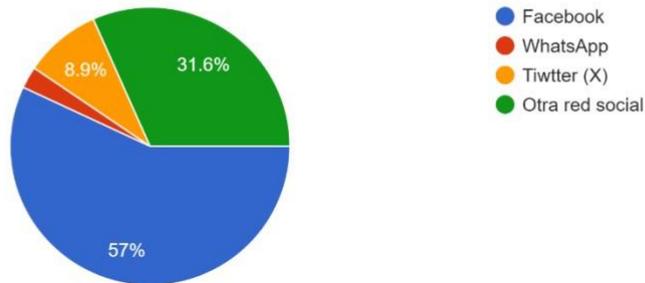
Interpretación

Podemos observar que, de los 101 jóvenes universitarios, el 52.5% prefiere enterarse de noticias por medio de las redes sociales, el 37.6% por medio de la televisión, el 6.5% por el medio tradicional de la radio y el 4.4% por medio del periódico.

Redes sociales por donde los jóvenes consumen noticias:

En caso de haber respondido Redes sociales ¿Qué red social utilizas más para enterarte sobre las noticias?

79 respuestas



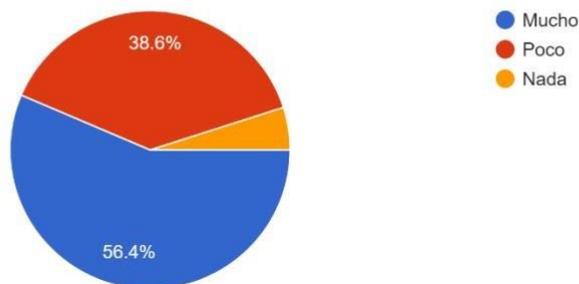
Interpretación:

Mediante el gráfico, podemos señalar que los jóvenes que prefieren enterarse de noticias por las redes sociales, un 57% se enteran por medio de Facebook, el 31.6% por otras redes, el 8.9% por la red social de Twitter ahora conocido como X y un 2.5% de los jóvenes se enteran de noticias por medio de WhatsApp.

Confianza en Medios Tradicionales

¿Confías en las noticias que ves en los medios tradicionales (televisión, radio, periódicos)?

101 respuestas



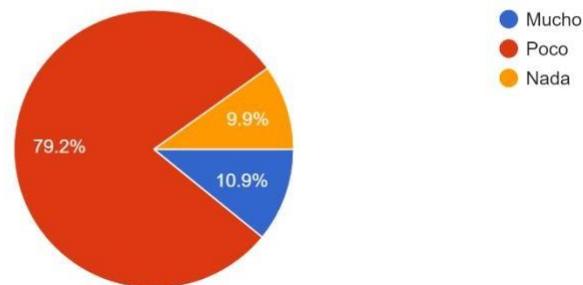
Interpretación

El 56.4% de los jóvenes indica tener mucha confianza en los medios tradicionales de comunicación, por otro lado, el 38,6% señala que confía muy poco y el 5% apunta a no creer nada de estos medios a la hora de difundir una noticia.

Confianza En Las Redes Sociales

¿Confías en las noticias que ves en las redes sociales?

101 respuestas



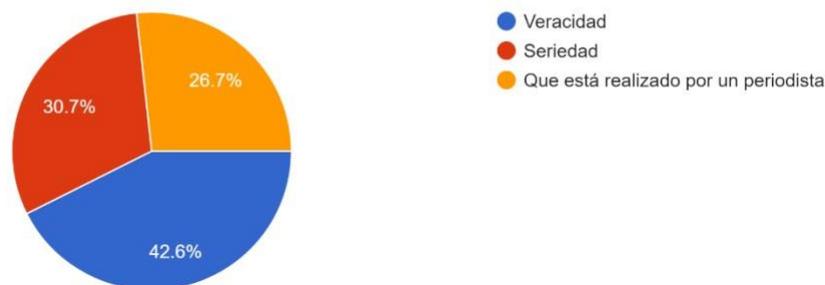
Interpretación:

Mediante el gráfico podemos demostrar que el 79,2% de los jóvenes confía mucho en las redes sociales al momento de enterarse de una noticia, pero el 10,9% demuestra que confía poco y el 9,9% no confía en nada.

Ventaja de los Medios Tradicionales al Publicar una Noticia.

¿Cuál considera que es la principal ventaja de los medios tradicionales a la hora de dar a conocer una noticia?

101 respuestas



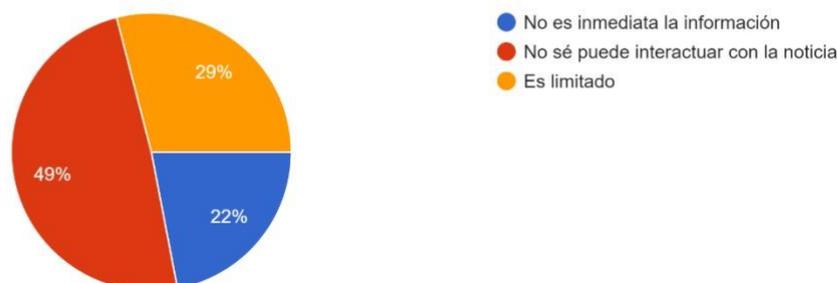
Interpretación

El 42,6% de los jóvenes considera que la principal ventaja de los medios tradicionales de comunicación al momento de dar a conocer una noticia, es la veracidad; el 30,7 % considera que es su seriedad y el 26,7% señala que su ventaja de la realización de la noticia está realizada por un profesional en periodismo.

Desventaja De Los Medios Tradicionales Al Publicar Una Noticia

¿Cuál considera que es la principal desventaja de los medios tradicionales a la hora de dar a conocer una noticia?

100 respuestas



Interpretación:

De todos los encuestados, podemos deducir que el 49% de los jóvenes cree que su principal desventaja de los medios tradicionales de comunicación al momento de publicar una noticia, recae en que el público no tiene una manera de interactuar con la noticia, en cambio el 29% considera que los medios tradicionales tienen limitaciones y el 22% que no es inmediata la publicación de una noticia.

Principal Ventaja De Las Redes Sociales Al Publicar Una Noticia

¿Cuál consideras que es la principal ventaja de las redes sociales a la hora de dar a conocer una noticia?

101 respuestas



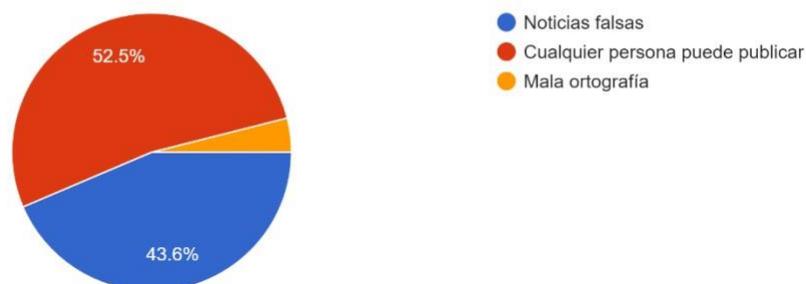
Interpretación

El 60,4% de los jóvenes encuestados estiman que la principal ventaja de las redes sociales al dar a conocer una noticia es su rapidez, el 20,8% señala que es la posibilidad de interactuar con la noticia y el 18,8% la veracidad.

Principal desventaja de las redes sociales al publicar una noticia

¿Cuál consideras que es la principal desventaja de las redes sociales a la hora de dar a conocer una noticia?

101 respuestas



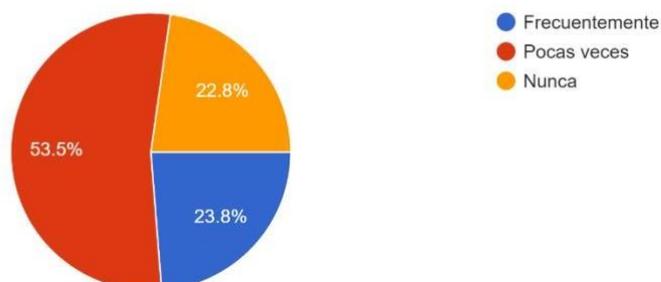
Interpretación:

El 52.5% indica que su desventaja son la difusión de noticias falsas, el 43,6% señala que cualquiera persona puede publicar noticias y el 4,4% que existe contenido con mala ortografía.

Interacción De Jóvenes Con Las Noticias Redes Sociales

¿Interactúas con las noticias en redes sociales (comentarios, reacciones, etc.)?

101 respuestas



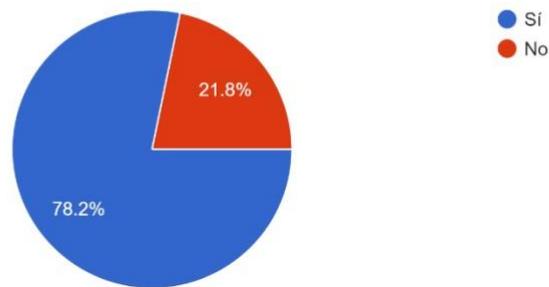
Interpretación

De los 101 jóvenes universitarios que fueron encuestados el 53,5% indica que interactúa pocas veces con las noticias que ve en redes sociales, por otro lado, el 23,8% señala que lo haga frecuentemente y el 22,8% de los jóvenes nunca interactúa con noticias.

Redes Sociales Cambian La Forma De Consumir Noticias

¿Crees que las redes sociales han cambiado la forma en que consume noticias de buena manera?

101 respuestas



Interpretación:

Mediante el gráfico, podemos deducir que el 78,2% de los jóvenes encuestados, consideran que las redes sociales cambiaron la manera de consumir noticias de forma positiva, en cambio el 21,8% resalta que no existe un cambio positivo.

DISCUSIÓN

Es crucial enfatizar que la comunicación es fundamental para el progreso de nuestra sociedad. Las fuentes tradicionales de noticias han sido la televisión, la prensa y la radio. Sin embargo, las redes sociales han emergido como un medio crucial para la divulgación de información en la era digital actual. Esta investigación se alinea con otros estudios que destacan cómo las redes sociales han cambiado la comunicación contemporánea. Sin embargo, es crucial investigar cómo este cambio afecta cómo recibimos, procesamos y relacionamos la información en nuestro día a día.

CONCLUSIONES

La comunicación es la base del desarrollo, sin duda a través de medios tradicionales como la televisión, la radio y el periodismo. Con la llegada de nuevas plataformas digitales como las redes sociales, las noticias han encontrado la manera de ser vistas por un gran número de personas. En las redes sociales, la forma en que se consumen las noticias, especialmente entre los jóvenes, es diferente.

Este estudio reveló que los jóvenes prefieren consumir noticias a través de las redes sociales que los medios tradicionales. No obstante, también señala que a pesar de las noticias que consumen a través de estas plataformas, tienen una fuerte desconfianza hacia los distintos tipos de noticias falsas que se difunden, las cuales son provocadas por la falta de profesionalismo, valorando esto su mayor desventaja

ante los medios convencionales.

Se destaca que un gran número de jóvenes que aún confían en la veracidad y seriedad de los medios tradicionales, porque cuentan con un nutrido grupo de profesionales periodísticos, por lo cual destacan que gran ventaja ante las redes sociales.

También señalan que el mayor beneficio de las redes sociales frente a los medios tradicionales a la hora de publicar noticias es la inmediatez que ofrecen y la posibilidad de comentar, reaccionar y compartir noticias en el momento adecuado, que todavía los medios tradicionales no tienen, considerando este factor como su desventaja más grande.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, M. G., Rojano, F. P., & Batlle, P. F. (2015). Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales. Una aproximación al perfil y programas más comentados. *Revista Latina de comunicación social*, (70), 539-551.

Beltrán S., Luis Ramiro. Un adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". *Punto Cero. Universidad Católica Boliviana*, vol. 12, núm. 15, julio-diciembre, 2007, pp. 71-91

<https://lc.cx/5Y4sO3>

Bosetti, O. E. y Espada A. (2020). *La radio (1920-2020): la obstinada vigencia de un medio invisible*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Departamento de Ciencias Sociales, Unidad de Publicaciones para la Comunicación Social de la Ciencia. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2985>

Catalina-García, B., Jiménez, A. G., & Vozmediano, M. M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y comunicación social*, 20(2), 601.

Fresno Chávez, C. (2018). ¿Son eficientes las redes sociales?.

Lagla, G. A. F., Chisag, J. C. C., Moreano, J. A. C., Pico, O. A. G., & Pulloquina, R. H.

M. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Boletín Redipe*, 6(4), 56-65.

Martín Rosell María (2015) Jóvenes y redes sociales. Universidad de La Laguna.

Medina, F. J. F., Proust, V., & Núñez-Mussa, E. (2018). Consumo incidental de noticias en un contexto



- de redes sociales y múltiples pantallas. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, (E16), 308-320.
- Mitchelstein, E., Leiva, S., Giuliano, C., & Boczkowski, P. J. (2019). La política da quehablar: Engagement en redes sociales de sitios de noticias.
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. Revista colombiana de cirugía, 36(2), 188-192
- Puente Martínez, G. S. (2019). El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita.
- Robles, Miguel Á.; Hernández, Manuela Televisión y cultura Comunicar, núm. 4, marzo, 1995 Grupo Comunicar Huelva, España. }
- Salas Beltrán, N. P. Cobertura periodística de la devoción de la Virgen de la Cabeza en la ciudad de Andújar España a través del Diario Jaén (Doctoral dissertation, UMSA).
<https://acortar.link/N6x7aW>
- Seguridad ciudadana y medios de comunicación. PNUD Paraguay. Seguridad ciudadana y medios de comunicación. Asunción, diciembre 2008.
- Thompson Ivan. (2008). Definición de información. Disponible en: <https://www.merida.tecnm.mx/wp-content/uploads/2022/12/prueba3.pdf>

