

Consumo de medios noticiosos en redes sociales virtuales (RSV) entre estudiantes universitarios

Consumption of News Media in Virtual Social Networks (RSV) Among College Students

Rocío Cortés Campos (México)

Universidad Autónoma de Yucatán

rocio.cortes@correo.uady.mx

Fecha de recepción: 9 de enero de 2016

Fecha de recepción evaluador: 25 de febrero de 2016

Fecha de recepción corrección: 19 de marzo de 2016

Resumen

Diferentes esferas de la vida social se vieron afectadas con el arribo de la Sociedad de la Información, sobre todo con la emergencia de redes sociales virtuales como Facebook, YouTube y Twitter, por mencionar algunas. Los medios de información y comunicación no fueron la excepción, y en el mismo tono el periodismo también sufrió su influencia, pues hoy día su consumo se encuentra estrechamente vinculado con alguna RSV, especialmente por parte del público más joven. En esta dirección, el trabajo explora el consumo y opiniones de los estudiantes universitarios con respecto a las cuentas de medios noticiosos en las redes Facebook y Twitter. La investigación se desarrolló entre estudiantes de licenciatura de una universidad pública de Yucatán. En los resultados destaca que en opinión de los estudiantes, las RSV podrían estar desplazando a los medios masivos de información y comunicación; además de que utilizan las RSV no sólo con fines lúdicos o socialización, sino también para obtener información noticiosa. Entre las cuentas periodísticas más seguidas en Facebook y Twitter se ubicaron las del *Diario de Yucatán* y la cuenta oficial de la periodista mexicana Carmen Aristegui. La información se obtuvo a través de una metodología mixta en la que se aplicaron 458 encuestas de corte cuantitativo y 12 entrevistas abiertas semi-dirigidas a estudiantes de nivel Licenciatura del campus más numeroso de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Palabras clave: Redes Sociales Virtuales, Estudiantes Universitarios, Periodismo, Internet, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Abstract

Different spheres of social life were affected for information society, especially with emergence of online social networks (RSV in spanish) like Facebook, YouTube, Twitter, and others. Mass media communication were no exception; at the same time, journalism suffered this influence today because its consumption is closely linked with a RSV, especially by the younger audience. The work explores opinions and consumption of college students about official accounts in Facebook and Twitter of media, journals and newspapers. Participants came from a public university of Yucatán. Results highlighted that in the opinion of students, RSV may be displacing mass media communication. Furthermore students use RSV not only for games or socialization, but also for news reporting. Official accounts on Facebook and Twitter most followed were newspaper *Diario de Yucatán* and mexican journalist Carmen Aristegui. Information was obtained through a mixed methodology with 458 quantitative surveys and 12 semi-open interviews aimed at undergraduate students of the Autonomous University of Yucatan (its most populous campus).

Keywords: Virtual Social Media, Undergraduate Students, Journalism, Internet, Information and Communications Technology.

Introducción

Los usuarios emplean Internet por diversas razones: para conectarse en una red y socializar con contactos (a los que se conoce presencial o virtualmente), por cuestiones laborales o académicas; para obtener información noticiosa o periodística, para obtener datos importantes de algún artista o deportista predilecto, etc. Para González y Hernández (2008, p. 10), el ciberespacio es “un ámbito de información, construcción, creación, aprendizaje y descubrimiento.” La Internet es casi un pozo de los deseos. Basta con una buena conexión, un navegador eficiente, las palabras clave precisas o tener un contacto especializado para encontrar cualquier información u objeto que se desee. No existen imposibles. Es la esencia misma de un mundo interconectado en forma de red.

A principios del siglo XXI, mucho antes del “boom” de las Redes Sociales Virtuales, Castells ya vaticinaba el poder que mecanismos como este cobrarían con el paso de los años al señalar que: “Las redes son el elemento fundamental del que están y estarán hechas las organizaciones” (2006, p. 196). La interconexión en red que expone Castells se realiza mediante tecnologías que permiten a los individuos establecer comunicación y transmitir información diversa a pesar de las distancias y más allá del tiempo sincrónico, en formatos digitales como la multimedia. Dicha interconexión afectó diversas áreas de la vida social, entre ellas la de los medios de comunicación.

En su trabajo *La prensa sin Gutenberg*, Fogel y Patino (2005) explican que la introducción de la Internet revolucionó muchos aspectos de la vida cotidiana, entre algunos de los cuales se encuentran los medios de comunicación y particularmente el periodismo. De hecho, apuntaban que Internet no era un soporte más para el periodismo, sino que implicaba “el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora” (2005, p. 15). No es un nuevo capítulo de la historia, es otra historia, aseguran. Y si analizamos la situación del periodismo contemporáneo, quizá el presagio no sea tan desatinado. Importantes periódicos del mundo (muchos de ellos que antes fueron impresos) ya no sólo cuentan con una versión impresa, sino también con una versión electrónica; en algunos casos se trata de la única.

The New York Times, uno de los periódicos más prestigiados y populares no sólo de Estados Unidos, sino del mundo, es uno de los mejores ejemplos de las consecuencias importantes que trajo consigo la Internet. Para 2010, el periódico anunció que dejaría de producir su versión impresa y que se concentraría en la electrónica. Con la llegada de las RSV a la vida cotidiana de las personas, el consumo del periodismo digital se complejizó. Ahora no depende de la buena costumbre o hábito del internauta para visitar la página electrónica del periódico, sino que está íntimamente relacionado con el hábito de los usuarios para compartir tal o cual nota en su red. Sobre esta idea, Noguera (2010) refiere la importancia de las RSV como paradigma periodístico, enfatizando su carácter fundamental en la difusión del periodismo digital de España. A lo largo de una investigación en la que analiza contenidos y titulares de estados cuentas oficiales de Facebook en medios españoles.

Sobre el mismo tema, Gomes-Franco (2014) estudia particularmente el consumo del periodismo digital en España y Brasil mediante la red Facebook. Entre sus aportaciones reconoce la necesidad de que los cibermedios generen mayor interactividad entre sus audiencias. Una buena oportunidad para esto son las RSV.

Por su parte, Túñez (2011) identifica la importancia del manejo y gestión de información mediante redes como Facebook, Twitter y Tuenti en el posicionamiento de los periódicos digitales. Su trabajo sobre RSV y medios digitales de España se enfoca en cuatro aspectos principales: interactividad, elaboración y presentación de contenidos; audiencias y seguidores; y estrategias comerciales. Destaca que no existe propiamente un modelo para definir la presencia de los periódicos en las RSV, pues cada medio ha desarrollado una estrategia diferente para relacionarse con los internautas.

En todo caso, los medios no han ignorado la importancia de las RSV en la vida cotidiana de los individuos por lo que han creado cuentas mediante las que gestionan contenidos y procurar mantener algún tipo de relación con sus consumidores. Como ejemplo de lo anterior se puede citar el caso de *The New York Times*, cuya cuenta oficial en Twitter reporta más de 15 millones de seguidores; en tanto que en Facebook tiene 9,2 millones de seguidores. El periódico español *El País* registra 3,863,852 millones de suscritos en Twitter, y 1,6 millones en Facebook. El periódico mexicano *El universal*

reporta 3,293,475 millones de seguidores en Twitter, y 2,2 millones en Facebook (las cifras corresponden a febrero de 2015).

En este marco, el trabajo tiene como objetivo estudiar las impresiones de los estudiantes universitarios en torno a las RSV y su relación con los medios masivos de información y comunicación, así como también se propone estudiar su consumo de medios digitales, sobre todo de periodismo a través de alguna RSV; especialmente en el caso de Facebook y Twitter entre estudiantes de Licenciatura de una universidad pública de Yucatán. Para eso resulta fundamental ofrecer un contexto y punto de partida sobre este público en particular.

Eje teórico: Redes Sociales Virtuales y universitarios

Entre los distintos usuarios de RSV hay un grupo en particular que es particularmente importante para esta investigación: el de los estudiantes, pues cada vez se encuentran más inmersos en el mundo de la Web 2.0 (Bicen & Cavus, 2011, p. 943). A propósito, Prensky (2010, p. 5) señala que los estudiantes contemporáneos experimentaron un cambio importante con respecto a su generación predecesora. Demostraron mayor destreza para el manejo y la comunicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación:

Los universitarios de hoy constituyen la primera generación formada en los nuevos avances tecnológicos, a los que se han acostumbrado por inmersión al encontrarse, desde siempre, rodeados de ordenadores, vídeos y videojuegos, música digital, telefonía móvil y otros entretenimientos y herramientas afines (Prensky, 2010, p. 5).

Fue tal el impacto en el manejo de la tecnología, que Prensky establece dos tipos de usuarios: los nativos digitales, y los inmigrantes digitales. Los primeros, comenta Prensky, nacieron en el florecimiento de las TIC. Crecieron en el marco de un uso cotidiano y común tecnología; sobre todo de teléfonos inteligentes, o de servicios como Internet. Los segundos, los inmigrantes digitales, son las generaciones que les anteceden, es decir, quienes vieron el arribo de tales tecnologías y tuvieron que integrarlas en sus actividades cotidianas.

En esta dirección, Prensky refiere la existencia de una brecha digital y generacional. Entre algunos de los aspectos más importantes que distinguen a los inmigrantes de los nativos digitales, destacan que los segundos: 1) quieren recibir la información de forma ágil e inmediata, 2) se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos, 3) prefieren los gráficos a los textos, 4) se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos), 5) funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red, 6) tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas, 7) refieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional (Prensky, 2010, p. 6).

Esta generación de los llamados nativos digitales, sobre todo los estudiantes, tiene un buen manejo de tecnología, y su obtención de información (digital) es aún

mayor que la de sus profesores (Prensky, 2010, pág. 5). Un aspecto fundamental en que puede observarse la pericia de los nativos digitales en torno a las TIC y las RSV es en sus hábitos de multitarea, pues los estudiantes realizan diferentes actividades en simultáneo a la consulta de alguna RSV (Bices & Cavus, 2011; Cortés, 2015; Cortés y Canto, 2014).

Al respecto de la brecha digital, Sánchez y Castro (2013) explican que es en los docentes en quienes recae mayor responsabilidad en los procesos de enseñanza-aprendizaje, no sólo por dirigir y orientar el proceso, sino por el esfuerzo que implica su habilitación y apropiación en el manejo de las TIC.

Por otro lado, Piscitelli (2006) señala que entre los nativos y los migrantes digitales no sólo se presenta una brecha digital, sino también cognitiva. Entre cada generación existen diferentes maneras de conocer y comprender el mundo; esto afecta también el desarrollo de sus prácticas cotidianas, así como de sus habilidades y competencias.

Una diferencia fundamental, en este sentido, es la cercanía que cada generación tiene con respecto a las TIC. Buen ejemplo de esta circunstancia la expone Islas (2009) al señalar que uno de los impactos más importantes de las tecnologías digitales sobre los medios de comunicación los ha presentado el periodismo, pues los nativos digitales “hoy no tienen interés alguno en la industria de la información” (Islas O., 2009, p. 15), en particular sobre los medios impresos. Esto por las circunstancias previamente expuestas por Prensky: los nativos digitales quieren información rápida e instantánea, interactiva (que les permita replicar mediante un foro, por ejemplo); tienen mayor preferencia por los gráficos (principalmente ofrecidos por los medios digitales), y no por el texto escrito (abundante en los medios impresos). No así con los migrantes digitales que conceden más importancia a la información impresa vertida en periódicos locales, por ejemplo.

Por otro lado, Valerio y Valenzuela (2011) explican que los nuevos estudiantes redefinen la forma en la que quieren interactuar y aprender. Esto se debe al medio de alfabetización digital en que crecieron, además del acceso a recursos electrónicos y servicios de Internet. Lo anterior sumado a su necesidad por mantenerse comunicados les permite entablar una interacción participativa (Valerio & Valenzuela, 2011, p. 668) con los medios digitales. Entre dichos medios se encuentran los periódicos digitales a los que acceden través de las Redes Sociales Virtuales, tal como demuestran los resultados de este trabajo, como se verá más adelante.

Marco de contexto: las RSV en México.

Para 2014, año en que se realizó esta investigación, el portal especializado en TIC y RSV, Alexa, reportaba que los 10 sitios web más visitados en el mundo iban encabezados, en el siguiente orden, por Google, Facebook, YouTube, Yahoo, Baidu, Wikipedia, QQ, LinkedIn, Live y Twitter. La situación particular para México era muy

parecida, salvo que Twitter ocupaba el octavo sitio, y LinkedIn no figuraba en los primeros 10 lugares, pues se posicionaba hasta el décimo primer sitio (Alexa, 2014). Del listado anterior, puede observarse que las RSV propiamente dichas son Facebook, YouTube, Baidu, LinkedIn y Twitter.

Esta investigación se enfoca particularmente en Facebook y Twitter dada su popularidad en México, pues se ubican en los primeros lugares en los últimos años (Merca2.0, 2013; Consulta Mitofsky, 2014; Asociación Mexicana de Internet, 2013). Se excluye YouTube debido a su doble configuración: es RSV, pero también es portal de videos, a los cuales el usuario puede acceder sin necesariamente estar registrado con una cuenta, lo que no le permite interactuar en ella como haría un usuario suscrito. En cambio, el acceso a Facebook y Twitter está condicionado por el registro.

Método empleado

La propuesta de este trabajo procura una metodología mixta que combine los aspectos cualitativo y cuantitativo, para obtener información precisa, pero que también explore la diversidad de opiniones de algunos usuarios.

Entre algunos de los trabajos consultados para la elaboración de esta propuesta, están las aportaciones de Tarrés (2001), Vieytes (2004), Hernández Et. Al. (2006), Cantor (2002), De Pelekais (2000), (Pita & Pértegas, 2002) y Bar (2010), entre otros que han desarrollado importantes aportaciones en relación con la metodología de las ciencias sociales, sus diferentes estrategias, técnicas y procedimientos; pero en particular han participado en el debate de la metodología cualitativa vs cuantitativa, y la pertinencia de combinar ambos modelos. Entre sus principales argumentaciones destaca el reconocimiento a esta mancuerna para abordar temas diversos y complejos.

Con respecto al contexto y sujetos de investigación, es importante señalar que los sujetos de la investigación son estudiantes de nivel Licenciatura, de la Universidad Autónoma de Yucatán que para 2014 contaba con 14,041 estudiantes de este nivel, divididos en seis campus cuyas edades más frecuentes van de los 17 y 25 años. Este trabajo reporta el caso del campus más numeroso, el de Ciencias Sociales, Económico-Administrativas y Humanidades, el cual se compone de seis facultades: Ciencias Antropológicas, Educación, Psicología, Economía, Contaduría y Administración, y Derecho.

La muestra se extrajo con base en la matrícula señalada, y aunque la muestra proporcional era de 360 encuestas, se superó el mínimo establecido con 458 encuestas aplicadas. El cuestionario contenía preguntas en torno al uso y consumo de las RSV por parte de los estudiantes, pero también indagó sobre sus apreciaciones sobre el impacto de las RSV en su vida cotidiana y consumo de medios. A la par de la aplicación de encuestas, se realizaron 12 entrevistas abiertas semidirigidas que tenían por objetivo profundizar dicha información. Los testimonios y opiniones sobre el consumo de

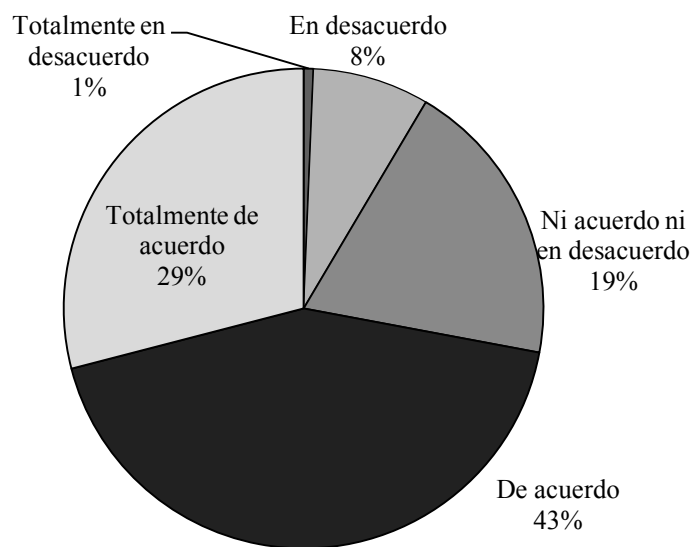
medios en RSV se presentan junto a la información cuantitativa desarrollada en forma de gráficos y tablas.

Exposición de resultados

Los medios masivos de información y comunicación no se han visto exentos del impacto de las RSV en la vida cotidiana; también presentan afectaciones considerables. Los usuarios son conscientes de la importancia que cobran las RSV en cuanto a la difusión de información noticiosa, comúnmente expuesta en medios masivos de comunicación. Fue por eso que se propuso a los estudiantes la afirmación “Las redes están desplazando a medios de información y comunicación como la televisión, radio y periódicos”. Para eso tenían la opción de responder con base en su opinión sobre el enunciado, en una escala likert que iba desde la opción Totalmente en desacuerdo hasta el extremo Totalmente de acuerdo.

Como se observa en el gráfico siguiente, 72% manifestó estar de acuerdo con totalmente de acuerdo con dicho enunciado.

Figura 1. “Las redes están desplazando a los medios de información y comunicación”



Opiniones sobre el enunciado “Las redes están desplazando a los medios de información y comunicación”. La mayoría de la población (74%) está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación. Solamente el 9% indicó total o parcial desaprobación, y el 19% se manifestó indiferente. Los resultados reflejan las impresiones de los estudiantes sobre el papel de las RSV como medios informativos. Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los estudiantes considera que las RSV ocupan un lugar importante no sólo en tanto medio de comunicación en general, sino también como medio informativo y/o noticioso. En este sentido, aunque no puede decirse a ciencia cierta que las RSV desplacen a los medios masivos de información y comunicación, sí

se puede apreciar un mayor protagonismo de estas en los procesos de información y consulta en torno a temas de la agenda pública en las apreciaciones de este nuevo público constituido por estudiantes universitarios.

En esa dirección, entre los hallazgos de este trabajo se encuentra que los estudiantes consumen información noticiosa de corte periodístico mediante alguna RSV. Para obtener esta información se pidió a los estudiantes de escribieran en la encuesta al menos tres cuentas de personajes públicos o medios informativos y noticiosos que siguieran. Posteriormente se realizó una sistematización por categorías entre las que se ubicaron las de personajes como artistas, políticos y medios informativos, entre otros.

Entre las cuentas periodísticas y/o noticiosas con mayor índice de seguidores, se encuentran las de la periodista mexicana Carmen Aristegui y el *Diario de Yucatán* para el caso de Facebook. En dicha red, Aristegui reporta 16% de preferencias entre los informantes; en tanto que el *Diario de Yucatán* fue reportado por 32% de los usuarios.

Para el caso de Twitter también repitieron Aristegui, con 13%, y el *Diario de Yucatán*, con 20%; pero a diferencia de Facebook, en Twitter destacó un nuevo periodista que ni siquiera figuró para en la red Facebook: Joaquín López Dóriga, que tuvo 15% de seguidores, como se pueda apreciar en la siguiente tabla en la que se compara la popularidad de las cuentas noticiosas, de acuerdo con el porcentaje de seguidores que reportaron en la investigación, tanto para la red Facebook como para Twitter.

Tabla 2. Cuentas de periódicos, periodistas o medios noticiosos con mayor número de seguidores en Facebook y Twitter. División en porcentaje y RSV.

Periódico/periodista/Medio noticioso	Seguidores en Facebook	Seguidores en Twitter
Diario de Yucatán	32%	21%
Aristegui Noticias	16%	13%
Joaquín López Dóriga	--	15%
El Economista	11%	4%
La Jornada	11%	4%
El Financiero	7%	--
CNN Expansión	5%	4%
El Universal	4%	9%
CNN en Español	3%	7%
Milenio Noticias	3%	--
Proceso	3%	4%

Televisa Deportes	3%	--
Animal político	2%	--
Milenio Novedades	--	7%
Denise Dresser	--	4%
Medio tiempo	--	4%
Pájaro Político	--	4%
Total	100%	100%

Entre otros aspectos, destaca un empate entre *El Economista* y *La Jornada* tanto para la red Facebook, como para Twitter. El periódico mexicano *El Universal*, ya referido, tuvo más éxito en Twitter (9% de preferencias) que en Facebook (4%). También se observan otras diferencias importantes; por ejemplo *El Financiero* tiene 7% de preferencias en Facebook, pero no figura en Twitter; lo que también ocurre con *Televisa Deportes* y *Animal Político*, aunque con porcentajes menores. Caso contrario se observa en la cuentas de *Milenio Novedades*, *Denise Dresser*, *Medio Tiempo* y *Pájaro político* que registran seguidores en Twitter, pero no en Facebook.

La preferencia de una u otra cuenta puede deberse a múltiples factores como el manejo de la red, los contenidos publicados, la propia popularidad del medio y/o periodista, pero también tiene relación directa sobre el tipo de consumo el usuario. Esto último implica consideraciones importantes como por ejemplo el acceso a Internet y el gusto o pericia por el manejo de las TIC, por mencionar algunos.

Así, por ejemplo, entre algunas de las principales ventajas del consumo de medios en RSV se encuentra que los usuarios más avezados en la gestión de TIC pueden elegir la información que prefieran sin depender de la *agenda setting* de los medios, es decir, la selección de notas y temas que publicarán, pues el propio usuario tiene el poder de configurar su *time line*, es decir, el orden y selección de noticias que desea recibir.

De esta forma, gracias a las RSV, los usuarios pueden tener contacto directo con la fuente de su interés y preferencia: políticos, artistas, deportistas, expertos de área y líderes de opinión. Como ejemplo de esto se encuentran los casos de Juan (22 años) y Fernando (23 años) que alegaron emplear las redes, sobre todo Twitter, para mantenerse informados acerca de temas relevantes de actualidad como fenómenos socioeconómicos y políticos importantes.

En el mismo sentido, Eduardo (24 años) emplea la red Twitter específicamente para obtener información noticiosa, como el caso de los periodistas; o de twiteros y blogueros famosos.

En el testimonio destaca la presencia de la periodista mexicana Carmen Aristegui:

En Twitter sigo líderes de opinión en las noticias por ejemplo a Pedro Ferriz, a un columnista del *Excélsior*, sigo a Carmen Aristegui, a algunos bloggers como el Escorpión Dorado (que es súper prosaico y me gusta ese humor muy negro y vulgar, se me hace muy padre), artistas como Fernando Delgadillo, a un trovador chileno. Sigo a gente que está en los medios de comunicación o en cosas de arte Eduardo (24 años, Facultad de Psicología).

Otro indicador del impacto de las RSV en los procesos informativos contemporáneos se evidencia en la cantidad de seguidores en Facebook y Twitter de algunos de los medios y /o periodistas referidos en el listado. Así, el *Diario de Yucatán* posee 100,270 seguidores en Twitter, y 179,799 en Facebook. Se repite el caso para algunos comunicadores mexicanos que figuran también en la lista de los más seguidos como Carmen Aristegui que tiene más 2,58M seguidores en Twitter, y 4,4 millones en Facebook. Por su parte, Joaquín López Dóriga tiene 4,39M en Twitter y 381,487 e Facebook.

Estos periodistas hicieron su carrera a partir de medios de información y comunicación como la prensa, la radio y la televisión, en tanto que el *Diario de Yucatán* inició como un periódico impreso (a principios del Siglo XX) para luego crear, además, su versión electrónica. No obstante, fueron conscientes del gran impacto de las RSV en la vida cotidiana de las personas y extendieron su trabajo periodístico a las redes para procurar mayor cercanía con el público y para captar a las nuevas generaciones más apegadas a las TIC. Como resultado, entre sus seguidores se encuentra no sólo el público que los conoció en los medios, sino también el que dio con ellos mediante alguna RSV. Es decir, migrantes y nativos digitales.

Sobre esto último, el consumo del periodismo se torna cada vez más complejo porque incluye variables como las competencias de los individuos para el manejo de las TIC y RSV, así como identificación de líderes de opinión y temas de interés. Tales competencias difieren de generación en generación. Se presentan sobre todo entre los usuarios más jóvenes, cuyas prácticas informativas son distintas de las de sus padres y de generaciones predecesoras, tal como señalaba Prensky (2010). El caso de Lluvia (19 años) ejemplifica esta situación:

Yo siempre reviso el periódico normal. Pero si veo un link y me interesa la noticia, lo abro. Lo que ocurre con el periódico normal es que lo que pasó ayer, pues te va a decir lo que ya sabías. Me pasa con mi papá. El de repente se pierde y no siempre se entera de las cosas. Ahorita con lo del Chicharito por ejemplo, que creo que se dio la noticia el sábado en la madrugada (y hoy ya es miércoles), pues me enteré de que ya estaba prácticamente fichado. Después me enteré en la madrugada, y mi papá como a medio día me dice que Chicharito ya está fichado. Y yo: “papá, eso lo dijeron desde la mañana. Desde muy temprano”. Y mi papá me dijo que se acababa de enterar. Con las redes te

enteras mucho antes y ya hasta considero vieja la noticia aunque hayan pasado dos o tres horas.

Piscitelli (2006) refiere la existencia de una brecha generacional entre nativos y migrantes digitales, derivada de la revolución tecnológica y comunicativa. Prensky señalaba que los nativos digitales tenían mayores habilidades en el manejo de las TIC, pues nacieron en una era en la que estas ocupan un lugar destacado como parte de la interacción en la vida cotidiana. La situación que relata Lluvia con respecto a su manera de obtener información del día a día, en comparación con la que sigue su padre, ayuda a corroborar esta idea.

En esa dirección, un resultado interesante que se observa en la distribución de cuentas más populares en RSV, es el consumo de medios periodísticos por parte de los usuarios. Islas (2009) explica que los nativos digitales tienen un consumo de medios distinto al de los migrantes. Muchos de ellos no leen periodismo impreso. Sin embargo, eso no significa que no consuman medios periodísticos, como se observa en los resultados de este trabajo.

Conclusiones

Con la llegada de las TIC y las RSV a la vida cotidiana emergieron nuevas formas de consumo de información periodística y/o noticiosa; sobre todo por parte de los universitarios, que también han tomado conciencia de la importancia del uso y gestión de RSV para mantenerse informados sobre temas de actualidad. Dicha circunstancia obligó a los medios de información y comunicación y a los propios periodistas a emplear las RSV para establecer mayor contacto con sus audiencias.

Esta situación se torna aún más delicada al recuperar las opiniones de los universitarios sobre el papel protagónico de RSV en el consumo de información noticiosa por encima de los medios de información y comunicación. Como se observó previamente, los universitarios consideran que RSV podrían estar desplazando a los medios. Sin embargo haría falta desarrollar estudios con mayor profundidad para conocer en qué medida se cumple esta circunstancia particular en entornos cotidianos.

Con respecto al consumo de cuentas de periodismo digital en el contexto estudiado, se observa que algunos medios y periodistas han tenido mayor penetración entre las audiencias, como fue el caso del *Diario de Yucatán* y de la periodista Carmen Aristegui en las redes Facebook y Twitter; mientras que el periodista Joaquín López Dóriga tuvo mayor aparición en esta última. Entre otras observaciones se sugiere que la red Twitter sería más utilizada que Facebook para obtener información noticiosa y/o periodística. Esto se encuentra no sólo en los resultados cuantitativos, sino también en los testimonios ofrecidos por los usuarios.

Asimismo se aprecia el fenómeno de la brecha digital entre nativos y migrantes, especialmente con respecto al consumo periodístico. El manejo diferenciado de las RSV

y las TIC por parte de ambos grupos implica que usualmente los nativos obtienen información periodística y/o noticiosa con mayor antelación y detalle que los migrantes.

Este tipo de circunstancias abre la puerta para el ejercicio de un nuevo periodismo más en contacto con sus consumidores y más activo en materia de RSV y TIC. También obliga a los medios de información y comunicación a entablar mayores vínculos e interacción con sus audiencias, especialmente con las más jóvenes, tema que también podría desarrollarse con mayor extensión en futuras investigaciones y en contextos multivariados.

Bibliografía

- Alexa. *The Web Information Company*. (2014). Recuperado de Top Sites. The Top 500 Sites on The Web. Recuperado de: <http://www.alexacom>.
- Asociación Mexicana de Internet. (2013). Hábitos de los usuarios de Internet en 2013. Recuperado de www.amipci.org.mx/P?=esthsabitos.
- Bar, A. (2010). La metodología cuantitativa y su uso en América Latina. *Cinta Moebio*. 37. 1-14. Recuperado de: www.moebio.uchile.cl/37/bar.htm el 28 de septiembre de 2013.
- Bicen, H., y Cavus, N. (2011). Social network sites usage habits of undergraduate students: case study of Facebook. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*. 28. 943-947. Recuperado de www.sciencedirect.com.
- Cantor, G. (2002). La triangulación metodológica en ciencias sociales. Reflexiones a partir de un trabajo de investigación empírica. *Cinta de Moebio*. 13. Marzo. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.
- Mitofsky (2014). Perfil del usuario en redes sociales en Internet. Facebook y Twitter. *Consulta Mitofsky. The Poll Reference*. Recuperado de: <http://consulta.mx/web/index.php/estudios-e-investigaciones/mexico-opina/193-perfil-de-usuarios-de-redes-sociales>
- Castells, M. (2006). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La Sociedad red. Vol. 1*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Cortés, R. (2015). Uso y consumo de Redes Sociales Virtuales entre universitarios. Un acercamiento a los hábitos de multitarea. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*. 2. Enero-junio. Recuperado de: <http://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/258>
- Cortés, R. y Canto, P. (2014). Virtual Social Media (VSM). A multitasking Skill Among College Students. *International Conference of Education, Research and Information*. ICERI. Sevilla.

- Gomez-Franco, F. (2014). Estrategias en la creación del mensaje periodístico. El empleo de Facebook en los principales diarios de Brasil y España. *Creatividad y diseño gráfico*.22. Agosto. 1-33. Madrid. Recuperado de: www.creatividadysociedad.com.
- González, M., y Hernández, M. (2008). Interpretación de la virtualidad. El conocimiento mediado por espacios de interacción social. *Apertura*. 8(9). 8-20. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Fogel, J. y Patiño, B. (2008). *La prensa sin Gutenberg*. Madrid: Punto de Lectura.
- Islas, O. (2009). Nuevos públicos para nuevos medios. Los nativos digitales. *Revista Mexicana de la Comunicación*. Septiembre-octubre. 12-15
- Merca2.0. (2013). Estudio de hábitos de redes sociales en México 2013. *Mercad2.0. Mercadotecnia, Publicidad, Medios*. Recuperado el 1 de noviembre de 2013, de Merca2.0. Mercadotecnia, publicidad, medios: <http://www.merca20.com/wp-content/uploads/whitepapers/redes-sociales-whitepaper-2013.pdf>.
- Pelekais, de; C. (2000). Métodos cualitativos y cuantitativos: diferencias y tendencias. *Telos*, 2(2). 347-352.
- Piscitelli, A. (2006). Nativos e inmigrantes digitales ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos, o más aún? *RMIE*. 28(11). Enero-marzo. 178-185.
- Pita, S., y Pértegas, S. (2002). Investigación cualitativa y cuantitativa. *Atención primaria en la red*. 9. 76-78. Recuperado de http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/xuanti_cuali.asp
- Prensky, M. (2010). Nativos e inmigrantes digitales. *Cuadernos SEK 2.0. Institución Educativa SEK*. Recuperado de [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Noguera, J. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*. 65. 176-186. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/819/81915723013.pdf>, el 19 de septiembre de 2012.
- Tarrés, M. L. (2001). Lo cualitativo como tradición. M. Tarrés (coord.). *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Miguel Ángel Porrúa / ECM / FLACSO.

- Túñez, M. y Martínez, M. (2014). Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales de un periodista en la producción de noticias: Hacia un periodismo de empresa. *Zer*.19(36). 37-54.
- Valerio, G., y Valenzuela, R. (2011). Redes sociales y estudiantes universitarios. Del nativo digital al informívoro saludable. *El profesional de la información*. 6(20). Noviembre-diciembre. 667-670.
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Buenos Aires: Editorial de las ciencias.