

Dra. Rocío GÓMEZ

Universidad de los Andes. Chile. ragomez@miuandes.cl. <https://orcid.org/0000-0003-1602-3357>

Dr. Alejandro ROST

Universidad Nacional del Comahue. Argentina. rostalejandro@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-8924-7223>

Dr. Francisco-Javier ALBARELLO

Universidad Austral. Argentina. falbarello@austral.edu.ar. <https://orcid.org/0000-0001-6623-916X>

Silvana COMBA

Universidad Nacional del Rosario. Argentina. silvanacomba7@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-1314-9360>

Edgardo TOLEDO

Universidad Nacional del Rosario. Argentina. panitoleado@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-9439-6653>

Entre la saturación y el refugio: características de la evitación informativa de jóvenes en América Latina

Between Overload and Refuge: Characteristics of Young People News Avoidance in Latin America

Fechas | Recepción: 29/07/2025 - Revisión: 22/10/2025 - Publicación final: 01/01/2026

Resumen

Propósito. Este estudio describe las características de la evitación de noticias entre jóvenes estudiantes de Comunicación en universidades latinoamericanas. **Metodología.** Se aplicó un enfoque cualitativo y exploratorio mediante 96 grupos focales realizados entre febrero y diciembre de 2023 en 37 universidades públicas y privadas de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela, con estudiantes de pregrado seleccionados por conveniencia. **Resultados y conclusiones.** Se constató que la evitación es principalmente selectiva, vinculada con temas como pandemia, noticias policiales, conflictos políticos y guerras. La negatividad y la sobrecarga informativa generan emociones como ansiedad y angustia, llevando a los jóvenes a desarrollar estrategias de refugio, entre ellas el uso de redes sociales para contenidos de entretenimiento, la configuración algorítmica para silenciar información y la desconexión temporal de los medios. Estas prácticas inciden en la forma en que perciben la calidad y relevancia del periodismo. **Aportación original.** El estudio aporta evidencia inédita sobre la evitación noticiosa en jóvenes latinoamericanos, un segmento poco explorado pese a su rol futuro como profesionales de la comunicación. Sus hallazgos ayudan a comprender cómo los medios pueden reconectar con audiencias jóvenes, y contribuyen al debate académico sobre la plataformaización

Abstract

Purpose. This study describes the characteristics of news avoidance among Communication students in Latin American universities. **Methodology.** A qualitative and exploratory approach was applied through 96 focus groups conducted between February and December 2023 in 37 public and private universities in Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Mexico, Peru, Uruguay, and Venezuela, with undergraduate students recruited by convenience sampling. **Results and Conclusions.** The findings show that avoidance is mainly selective, focused on topics such as the pandemic, crime-related news, political conflicts and wars. Negativity and information overload triggered emotions like anxiety and distress, prompting students to develop refuge strategies, including the use of social media for entertainment, algorithmic filtering to silence unwanted content, and temporary disconnection from news sources. These practices influence their perceptions of journalism's quality and relevance. **Singularities.** The study provides novel evidence on news avoidance among Latin American youth, a segment underexplored despite its future relevance as communication professionals. The insights contribute to understanding how media organizations may reconnect with younger audiences and to advancing academic debates on platformization, news consumption, and its implications for media, politics and society.

Gómez, Rocío; Rost, Alejandro; Albarello, Francisco-Javier; Comba, Silvana; & Toledo, Edgardo (2026). Entre la saturación y el refugio: características de la evitación informativa de jóvenes en América Latina [Between Overload and Refuge: Characteristics of Young People News Avoidance in Latin America]. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 17(1), e30555. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.30555>

del consumo informativo y sus efectos en la relación entre medios, política y sociedad.

Palabras clave

Consumo emergente; Consumo informativo; Estudiantes universitarios; Evitación de noticias; Noticias.

Keywords

Emerging consumption; Informational consumption; News; News avoidance, University students.

1. Introducción

Durante los últimos años, fundamentalmente a partir de la pandemia, la evitación de las noticias se presenta como una práctica informativa frecuente. Según el Digital News Report (Newman et al., 2025), el nivel de evasión de contenidos de actualidad se encuentra en los niveles más altos, donde un 40% de las personas en el mundo aseguran que evitan las noticias, a menudo o a veces.

Particularmente en América Latina, la evasión supera en algunos casos al promedio internacional. En Brasil, Chile y Argentina un 46% asegura que evade los contenidos informativos, seguidos por Colombia (44%), México (44%) y Perú (39%).

Para comprender esta práctica, resulta necesario tener en cuenta algunas características de la actual ecología de medios, tales como la plataformización de los consumos culturales (Van Dijck, 2020), la abundancia de información (Boczkowski & Mitchellstein, 2021) que se despliega en los medios sociales, el consumo incidental de noticias (Boczkowski et al., 2018) y el rol que cumplen los algoritmos al condicionar los contenidos a los que se exponen (Couraceiro & Paisana, 2024). Considerando que se espera que la evitación de noticias aumente en el tiempo (Karlsen et al., 2020), es que resulta relevante conocer y analizar sus características, dadas las implicancias que tiene para la política (Damstra et al., 2023), la desinformación (Hameleers & van der Meer, 2023; Tandoc & Kim, 2023) y fundamentalmente para la industria mediática (Kalogeropoulos et al., 2024; Palmer et al., 2020) en la que se presenta como un desafío para lograr una conexión con la audiencia (Nettlefold & Pecl, 2022; Overgaard, 2023).

Si bien hay investigaciones que abordan este tema, aún se requiere evidencia particularmente en el caso de las personas jóvenes, que son quienes más lo experimentan (Kormelink & Gunnewiek, 2022; Skovsgaard & Andersen, 2022). Además es valioso contar con mayores antecedentes en el caso de América Latina, donde las investigaciones son escasas y sólo se cuenta con algunos datos en Argentina (Boczkowski, 2022; Villi et al., 2021) y Chile (Mellado & Cruz, 2025; Peña y Lillo & Guzmán, 2022; Sibrian et al., 2024a; Sibrian et al., 2024b). Esto es particularmente relevante si se considera que la evasión varía de acuerdo con el contexto cultural y político del país en el que se desarrolla (Newman et al., 2023; Schäfer et al., 2023).

En ese sentido, esta investigación, cuyo trabajo de campo se realizó poco después de la pandemia de Covid19, busca describir las características de la evitación de noticias que realiza el alumnado de carreras de Comunicación y Periodismo en universidades de América Latina. La tasa bruta de matrículas en educación superior de la región aumentó de un 49% a un 54.1% de 2015 a 2020 (Unesco, 2025). De modo similar lo muestra el informe del sitio Statista (2025) cuando señala que entre 2000 y 2023 el porcentaje creció del 23% al 58% y, a la vez, aclara que el porcentaje de quienes finalizan sus estudios universitarios aún está por debajo del 30%. Este incremento en el ingreso es el resultado de la adopción de diversas políticas y estrategias en la región. No obstante, hay una gran variación según el país, motivada por factores como el desarrollo económico, las políticas educativas, la desigualdad y las características demográficas, y se está trabajando en políticas de retención de estudiantes para mejorar las tasas de graduación.

2. Marco teórico

2.1. Jóvenes y consumo de noticias en el contexto digital

El predominio de las redes sociales por sobre los medios tradicionales como fuentes de acceso o puertas de entrada a las noticias (Aimetta y Peret, 2025; Newman et al., 2025; Rost, 2022), ha generado cambios en las diferentes prácticas informativas, tales como la búsqueda, el encuentro incidental y la evasión de información (Agarwal, 2023). En el actual contexto digital, estas plataformas tienen la capacidad de amplificar la visibilidad y exposición del contenido noticioso (Collier et al., 2021).

Además, no sólo permiten que las audiencias puedan realizar distintas actividades con la información (Park & Lee, 2023), sino que también posibilitan la intervención de diversos actores en la curación del contenido (Dvir-Gvrisman, 2022; Thorson y Wells, 2016), entre los que destacan los algoritmos como

construcciones sociotécnicas (Siles et al., 2022; Sued, 2022). Estos han adquirido relevancia al momento de analizar el consumo noticioso, en parte, por considerarse como una de las zonas grises del funcionamiento de las redes sociales (Bergström & Belfrage, 2018) y por el escaso conocimiento junto con el escepticismo que las audiencias tienen de ellos (Gran et al., 2020). Los algoritmos, al predecir las preferencias a través de la personalización (Couraceiro & Paisana, 2024), pueden categorizar a las personas de acuerdo con su interés en la actualidad (Palmer & Toff, 2022), alterando la cantidad de noticias que aparecen en los perfiles según la red social (Hagar & Diakopoulos, 2023). Esta individualización de las prácticas informativas específicamente en América Latina, puede disminuir la diversidad de puntos de vista a los que pueden acceder (Díaz, 2025).

Estas características explican que el consumo informativo, especialmente el de las personas jóvenes, ocurra de manera fragmentada, a través del encuentro incidental en diferentes periodos, sin jerarquía ni contexto (Boczkowski et al., 2018; Serrano Puche et al., 2018), lo que implica un consumo emergente de noticias, es decir, el uso de estas plataformas, originalmente con fines sociales, para propósitos informativos (Albarello, 2022; Pedelaborde y Beneitez, 2025; Toledo y Comba, 2025).

Cuando hablamos de las personas jóvenes en Latinoamérica hay que decir que no se los puede caracterizar como un conjunto homogéneo: Reguillo (2010) señala que hay diferencias de género, de clase y de instancias de inscripción del yo juvenil, ya sea en los mercados de trabajo, en los consumos culturales y en la participación en movimientos sociales. Asimismo, Reguillo (2010) sostiene que hay dos juventudes: una mayoritaria, precarizada y desconectada de la sociedad de la información y también de las instituciones y sistemas de seguridad; y otra, la minoritaria, conectada y con todas las oportunidades de consumo. Sin embargo, según datos de We Are Social (2025), la conexión a través de dispositivos móviles se acrecienta cada año y, comparada con la población de Sudamérica asciende a 115% y a 101% en América Central. Pese a ello, el 83,2% de los sudamericanos accede a Internet, y el 79,2% de quienes viven en Centroamérica. Asimismo, son los jóvenes de 16 a 24 años quienes más tiempo pasan en Internet, sobre todo las mujeres, con un promedio de 4 horas con 44 minutos por día (We Are Social, 2025).

Si bien pueden presentarse matices que distinguen las prácticas noticiosas de este segmento (Ceballos-del-Cid et al., 2025), por ejemplo, en relación con el contexto social, político o cultural del país, podemos afirmar que son un grupo que tiene un consumo muy similar, en cuanto a la preferencia por el contenido audiovisual en redes sociales como Instagram (Andrada-Sola et al., 2025) o TikTok (Hendrickx, 2024) y en respuesta a intereses personales.

De la literatura sobre el tema y los resultados obtenidos en nuestras investigaciones anteriores, se desprende que las personas jóvenes que son universitarias, acceden a información a través del smartphone (Rost, 2022). Twitter aparece como el espacio privilegiado para el consumo de información, mediante el uso de hashtags, las tendencias y los comentarios. Instagram es su principal medio de comunicación, entretenimiento y vida social. No obstante, durante los últimos años, esta red también constituye una puerta de entrada a la información al igual que TikTok y Twitch.

Entre los consumos emergentes relacionados con las noticias (Albarello, 2022; Pedelaborde y Beneitez, 2025; Toledo y Comba, 2025) priorizan el uso del video, tanto en Instagram como en Youtube y TikTok. En pocos casos observamos el uso de Facebook para informarse. Lo que advertimos como nuevos formatos son los podcasts y, en mayor medida, los newsletters. Relacionan a las plataformas y, especialmente, a los grupos de WhatsApp, con espacios de circulación de desinformación (Peret et al., 2022), por lo que prestan atención a este fenómeno y desarrollan estrategias (Albarello, 2024; Bordón et al., 2025; Londoño-Pardo et al., 2025; Pereyra y Cane, 2024; Siles-Pavón et al., 2022; Schiavinato y Masi, 2025). En esta ecología densa también emplean estrategias para lidiar con la sobrecarga informativa (Itzkowitz et al., 2024), así como para alejarse de las noticias (Vandenplas et al., 2021).

2.2. La práctica informativa de evitar las noticias

A pesar de que la evitación de las noticias es un tema que ha despertado el interés en la investigación, principalmente a partir de 2021, aún no se presenta una definición generalizada (Damstra et al., 2023; Palmer et al., 2023; Villi et al., 2021) e incluso los resultados se consideran inconsistentes (Ohme et al., 2022; Reiss, 2023), por las distintas maneras de entenderla (Skovsgaard & Andersen, 2020; Villi et al., 2021).

Para proponer una conceptualización común, Skovsgaard & Andersen (2020: 463) definen la evitación como "un bajo consumo de noticias durante un período continuo de tiempo causado ya sea por una aversión a las noticias (intencionada) o una mayor preferencia por otros contenidos (no intencional)". En ese sentido, se identifican diferentes tipologías, que lo caracterizan según la intencionalidad, el alcance, la temporalidad y las acciones. En primer lugar, la evitación puede categorizarse como intencional (activa), cuando las personas deciden dejar de ver noticias por una serie de factores

individuales, de contenido o contexto, o bien, no intencional (pasiva), que se refleja en el interés por otros contenidos como el entretenimiento y vinculados con la configuración algorítmica en redes sociales (Edgerly, 2023; Skovsgaard & Andersen, 2020; Toff & Kalogeropoulos, 2020).

La evitación también se clasifica de acuerdo con su alcance y temporalidad. Puede ser habitual o constante -cuando se mantiene en el tiempo de forma prolongada-, o bien, si se manifiesta de manera situacional o específica dependiendo del contexto y tema (Andersen et al., 2024; Newman et al., 2023; Skovsgaard & Andersen, 2022). En ese sentido, Skovsgaard & Andersen (2022) establecen tres clasificaciones: evitación consistente (se mantiene en el tiempo), ocasional (cuando se evitan las noticias de todos los temas, pero algunas veces) y selectiva (que se refiere a la evasión de temas específicos).

Además, se identifica una serie de acciones que se desarrollan, tanto para establecer las características de su dieta informativa como para evitar los contenidos que no les interesan (Lee et al., 2020), entre las que se encuentran la disminución de la revisión de las noticias en algunos momentos (Newman et al., 2023), la sustitución de los medios de comunicación o el alejamiento total de la información noticiosa (Nguyen et al., 2023).

Los estudios han señalado varias razones que explican por qué las personas evitan las noticias. En primer lugar, se relaciona con una desconfianza hacia los medios de comunicación, por la percepción de sus contenidos y su rol según los estándares profesionales (Palmer & Toff, 2022; Setianto & Praceka, 2023). La creciente polarización política en las democracias occidentales ha llevado a una polarización mediática y, con ello, a una pérdida de confianza de la ciudadanía en los medios con los que no coincide ideológicamente (Salaverría et al, 2024). También influyen las emociones que producen las noticias, las que generalmente se vinculan con la ansiedad o sobrecarga desarrollada por la cantidad de información recibida (Edgerly, 2022; Boczkowski, 2022; Villi et al., 2021).

De manera similar, los contenidos noticiosos se pueden evitar si las personas perciben que no son de calidad (Goyanes et al., 2023; Ohme et al., 2022) o si se consideran que no responden al interés, la identidad o se valoran como irrelevantes (Edgerly, 2022; Palmer & Toff, 2022). Asimismo, esta práctica responde a las características contextuales como el sistema de medios y la oferta (Palmer & Toff, 2022; Gorski & Thomas, 2022), la cultura, la libertad de prensa y el sistema político (Toff & Kalogeropoulos, 2020).

2.3. La evitación como una práctica común entre jóvenes

De acuerdo con datos del Digital News Report (Newman et al., 2025) en el mundo un 42% de quienes tienen entre 18 y 24 años evita las noticias. A nivel latinoamericano, los países con mayor evitación de noticias son Argentina (45%), Chile (44%), Brasil (43%), México (41%), Colombia (40%) y Perú (38%).

En el caso de las personas jóvenes, este tipo de práctica informativa se ha definido en las investigaciones como un bajo consumo de noticias (Edgerly et al., 2018; Shehata, 2016), pero también se explica a partir de los repertorios mediáticos. En ese sentido, Vandenplas et al. (2021) indican que la evitación en este segmento es una práctica crossmedia, es decir, forma parte de las diferentes prácticas informativas presentes en su rutina y que puede variar de acuerdo con la influencia de factores espacio temporales, por lo que manifiestan que ciertas características contextuales pueden producir que se desencadene o no un alejamiento de las noticias. Otros autores consideran que se trata de repertorios de consumo (Taneja et al., 2012) o de estrategias de lectura transmedia (Albarelo, 2020) para lidiar con la ingente información durante sus rutinas informativas.

Respecto a las razones que explican que este grupo se distancie de las noticias, Schrøder & Ørsten (2016) señalaron que las personas jóvenes de entre 18 y 24 años que evitan los contenidos informativos lo hacen porque están ocupadas con otras actividades de su rutina diaria (estudio o trabajo) o por la falta de interés en la actualidad. En una línea similar, Aharoni et al. (2020) indican que, además de sus opiniones sobre los medios de comunicación, influye el sesgo y la posición política, como también factores tecnológicos relacionados con la accesibilidad a los contenidos noticiosos y el propósito de disminuir los efectos negativos que puede ocasionar el consumo de noticias, por ejemplo, en la salud.

Durante la pandemia, las investigaciones evidencian cambios a nivel de los repertorios mediáticos de este grupo (Vandenplas et al., 2021), donde la evitación se desarrolla como parte de las estrategias para manejar la cantidad de información recibida y que demuestra que la evasión se vincula con características contextuales específicas (Kormelink & Gunnewiek, 2022; Kenya & Rofil, 2023).

En ese sentido, aún se necesita de evidencia en el caso de la gente joven particularmente -y donde se enfoca esta investigación- entre aquellos que estudian carreras de Comunicación, debido a que serán quienes en el futuro tendrán un rol relevante en la opinión pública (Lazcano-Peña et al., 2021) y que además cuentan con un sentido crítico debido a su formación (Albarelo, 2024; Bordón et al., 2025;

Londoño-Pardo et al., 2025; Pereyra y Cane, 2024; Siles-Pavón et al., 2022; Schiavinato y Masi, 2025). Desde esa perspectiva, falta investigación que indague esta práctica informativa a partir de otros actores como los medios de comunicación (Andersen et al., 2024b). Si bien se encuentran algunos antecedentes en esta línea, estos apuntan a cómo los periodistas entienden la evitación de noticias y las posibles soluciones que se pueden ofrecer (Palmer & Edgerly, 2024a), así como también las razones por las que creen que las personas tienen esta práctica (Palmer & Edgerly, 2024b).

Por lo mismo, los resultados de esta investigación pueden contribuir a un área menos explorada del tema y de ese modo, ofrecer mayores antecedentes para la toma de decisiones en la estrategia de los medios de comunicación (Canavilhas y Di Fátima, 2025).

3. Metodología

Esta investigación forma parte del proyecto "Investigar en Red", un colectivo integrado por académicos pertenecientes a 37 universidades de 8 países de América Latina que busca explorar los consumos emergentes de noticias del alumnado de carreras de Comunicación de América Latina.

Implementamos una estrategia de tipo cualitativa y exploratoria, ya que la indagación de las prácticas de evitación de noticias que las personas jóvenes realizan cotidianamente constituye un campo reciente de estudios, con múltiples dimensiones que requieren trabajo de campo y nuevos desarrollos teóricos. El tipo de conocimiento que queremos generar apunta a la comprensión de las estrategias que ponen en juego en los nuevos medios: nos interesa conocer cómo entienden sus propias prácticas, qué piensan sobre los distintos medios y qué esperan de las diversas plataformas que utilizan para informarse y compartir información.

Este estudio busca describir las características de la evitación de noticias del estudiantado universitario de Comunicación de América Latina, para lo que se establecen tres objetivos específicos: 1) Caracterizar los factores que producen que eviten las noticias (individuales, contextuales o de contenido), 2) Identificar el tipo de evitación: si es consistente, ocasional y/o selectiva, y 3) Comparar las características de la evitación en los diferentes países de América Latina.

Los resultados que se presentan responden al enfoque cualitativo de esta investigación que, como señala Bryman (2012: 36), "generalmente enfatiza las palabras en lugar de la cuantificación en la recopilación y análisis de datos", lo que resulta relevante en un estudio de las características mencionadas. Esta fase fue realizada entre junio y octubre de 2023 y los hallazgos provienen de 96 grupos focales de 37 universidades públicas y privadas de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela, con la composición que muestra la siguiente Tabla 1.

Tabla 1: Distribución de los focus groups por país

| País | N° de universidades | Tipo de universidad | | N° de focus groups | Estudiantes |
|-----------|---------------------|---------------------|---------|--------------------|-------------|
| | | Pública | Privada | | |
| Argentina | 18 | 13 | 5 | 45 | 364 |
| Chile | 4 | 2 | 2 | 8 | 56 |
| Colombia | 6 | 1 | 5 | 24 | 226 |
| Ecuador | 2 | | 2 | 4 | 32 |
| México | 2 | 2 | | 2 | 21 |
| Perú | 2 | | 2 | 6 | 48 |
| Uruguay | 2 | | 2 | 5 | 35 |
| Venezuela | 1 | | 1 | 2 | 11 |
| TOTAL | 37 | | | 96 | 793 |

Fuente: elaboración propia

Se realizaron entre 2 y 3 grupos focales por universidad, de 6 a 8 integrantes cada uno, tanto de los años iniciales de las carreras como de los intermedios y finales, que tuvieron una duración promedio de 60 minutos. La sobrerrepresentación de Argentina en la muestra tiene que ver con que el proyecto

"Investigar en Red" fue ideado y compuesto inicialmente por universidades de ese país, a los que luego se sumaron instituciones del resto de Latinoamérica, pero en menor cantidad, una vez que la red se había afianzado en Argentina.

Los grupos focales fueron integrados por estudiantes de distinto género, de 18 a 24 años, quienes fueron reclutados siguiendo las características del muestreo no probabilístico por conveniencia (Hernández et al., 2014). La pauta de preguntas fue validada por profesores del proyecto de las distintas universidades y por medio de pruebas piloto realizadas en 5 de las 37 universidades que conformaron luego la muestra total. Los focus groups fueron moderados por investigadores y colaboradores pertenecientes a las 37 universidades, que tuvieron entrenamiento para el desarrollo del trabajo de campo. En relación con los objetivos propuestos, esta técnica tiene la ventaja de convertirse en un espacio en el que los participantes se expresen de manera parecida a como lo hacen en su vida cotidiana (Flick, 2014) y donde se pueden conocer múltiples perspectivas sobre el tema de investigación (Patton, 2015).

En cuanto a los aspectos éticos, junto con lo propuesto por Hernández (2014), se siguieron las pautas entregadas por los Comités Éticos Científicos de las universidades que respaldan este trabajo. Entre ellas, se encuentran la firma de un consentimiento informado, en el que se establecieron las características de la investigación, participación y uso de datos. Además, dada la importancia de mantener el anonimato de los participantes, el resguardo de su identidad se realizó desde las transcripciones, por lo que sus nombres fueron cambiados en este proceso (Wang et al., 2024).

El análisis de los resultados, correspondientes a respuestas asociadas con la evitación (Nº:496), fue temático (Escudero, 2020) a través del programa Atlas Ti en su versión 23.3.0 y consideró los factores que producen la evitación de las noticias (individuales, contextuales o de contenido) y las características del tipo de evitación (consistente, ocasional y/o selectiva). Las preguntas del guión de entrevista que funcionaron como disparador en relación con la evitación de noticias fueron: 1) ¿Se sintieron sobreinformados durante la pandemia? y 2) Si se sintieron sobreinformados, ¿realizaron alguna acción para bloquear las noticias?. En el transcurso de los grupos focales, se trataron también otros temas además de la evitación de noticias, relacionados con el consumo informativo.

4. Resultados

Los resultados de esta investigación indican que la evitación de las noticias que realizan los jóvenes que estudian carreras de Periodismo y Comunicación en Latinoamérica se puede dar por tres factores: en primer lugar, por la negatividad del abordaje de las noticias, luego por los medios o plataformas en las que se accede a las ellas, y, finalmente, según los momentos del día en los que se informan. Asimismo, encontramos que, ante la sobrecarga informativa y para alejarse de los sentimientos negativos que les generan, los jóvenes ponen en juego algunas estrategias para lograr una desconexión de las noticias.

4.1. La negatividad como factor de evitación de las noticias

Hay una característica común que atraviesan los temas que el estudiantado de Comunicación Social latinoamericano dice evitar o haber evitado intencionalmente: son noticias que despiertan sentimientos negativos y de angustia. Entre ellas, en nuestra investigación lo más mencionado fue la pandemia, en un contexto en el que las consecuencias del Covid estaban todavía muy presentes cuando se realizaron los grupos focales en 2023. No obstante, también surgieron otros tres temas de evitación caracterizados por la negatividad: las noticias policiales, de conflictos políticos y de guerras.

El coronavirus fue el tema más mencionado por estudiantes en todos los países como causa de un alejamiento de las noticias. Luego de un primer período de avidez por tratar de informarse sobre lo que sucedía en cada país y subregión con el virus, sobrevino una sensación de sobrecarga informativa, de saturación y terror generalizado que les llevó a aislarse de los medios para "preservar la salud mental".

"Yo sí sentí sobreinformación, sobre todo en el peak de la pandemia que fue a principios mediados de 2020. Y sí, intenté bloquear todas las noticias que tenían que ver con el Covid, yo ya no quería saber nada del tema" (Estudiante, Universidad Monteávila, Venezuela).

"Creo que para la pandemia hubo demasiada información entonces uno se pregunta por el balance entre estar informado y caer ya en una saturación excesiva de información que no es sano para la salud mental" (Estudiante, Universidad Javeriana, Colombia).

"Todo el tiempo eran noticias negativas, con impacto negativo y no quería llenarme de esos sentimientos" (Estudiante, Universidad Nacional del Comahue, Argentina).

Los calificativos que utilizaron en todos los grupos focales fueron elocuentes: las noticias sobre el Covid resultaban "negativas", "abrumadoras" y "agobiantes". Y aún más las emociones que despertaban: "ansiedad", "miedo constante", "saturación", "incertidumbre", "angustia", "impotencia",

"desesperanza", "intoxicación", "pánico" y "hartazgo". Asimismo, aparecieron metáforas significativas para representar la sensación que les producía el exceso de información: "la información te inunda", "te invade el miedo", y "bombardeo constante de información", fueron algunas de esas expresiones.

Los efectos de las noticias sobre el Covid no sólo incidieron en el ánimo de las personas jóvenes sino también en la familia conviviente, por lo que la decisión de bloquear las noticias respondió a ese contexto en la casa, en una situación de obligado encierro.

"A mi abuelita le afectaba full. Ella escuchaba el sonidito de las noticias y comenzaba a temblar, entonces por eso optamos mejor evadir esas noticias. Y como nos centramos en nosotros, si no nos pasa nada a nosotros, todo estaba bien" (Estudiante, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador).

"Mi mamá se puso un poquito histérica, se generaba muchísimo miedo. A mí me tocó decirle a ella que no viera más noticias. Y yo también dejé de ver noticias, porque yo soy muy sensible. Por eso dejé de ver noticias en televisión, porque todo el día era lo mismo" (Estudiante, Universidad del Quindío, Colombia).

"Una vez llegué incluso a sacarles el cable atrás del televisor y decir "ay no sé, no sé qué pasó", pero más que nada por ellos" (Estudiante, Universidad Nacional de La Plata, Argentina)

Uno de los aspectos que incidió en el rechazo a las noticias sobre el Covid, además de la negatividad de los contenidos, es que circulaba información falsa que infundía todavía más confusión y miedo. Una estudiante de Colombia, comentó que "siempre mostraban noticias de que todo el mundo se estaba muriendo, pero en realidad era desinformación y le cogí pereza a las noticias" (Estudiante, Politécnico GranColombiano de Medellín, Colombia).

En la misma línea, este joven de Argentina sostuvo que la pandemia "era un exceso, no solo de información, sino de desinformación también" (Estudiante, Universidad Católica de Santa Fe, Argentina) y esta otra de Uruguay, lo explicó de esta manera: "al haber mucha información, te desinforma, porque como que rechazás, en principio, entrar a esa información" (Estudiante, Universidad Católica del Uruguay, Uruguay). En otras palabras, tanta información recibida durante la pandemia les terminaba generando un efecto contrario: lejos de sentirse informados, se sentían intoxicados y sin poder comprender cabalmente el tema.

"Dejé de ver la televisión, de escuchar la radio, de entrar a medios. Sentía que era como demasiado, como que la información más que informar me estaba contaminando" (Estudiante, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile).

"Yo sentía que estaba agobiado de información que no era la correcta, que no me hacía entender bien todo el contexto, todo el tema" (Estudiante, Universidad Austral, Argentina).

Otro aspecto que destacaron es que llegó un momento en que las noticias sobre la pandemia se volvieron repetitivas: todos los noticieros se iniciaban con el conteo de casos y las víctimas por el Covid. Y durante mucho tiempo la agenda estuvo dominada por este único tema y sus consecuencias en todos los aspectos de la vida cotidiana. "Todo era lo mismo", coincidieron los estudiantes. Eso derivó en un creciente desinterés pero también en una saturación informativa que los llevó a buscar aislarse.

Las consecuencias negativas por el tratamiento noticioso que tuvo el Covid por parte de los medios no se limitaron al tiempo que duró la pandemia. Por el contrario, señalaron que les siguió afectando en el consumo de noticias incluso cuando la emergencia ya había concluido, produciendo un "efecto rebote" que los llevó a informarse menos. Así lo expresaron estudiantes de Perú y Venezuela:

"La pandemia fue un antes y un después para mi consumo, porque a partir de llegar a ese hartazgo, yo ya no consumo como antes las noticias. Entonces, ahora, si bien me llegan, me interesan los temas sociales, no llego a sobrecargarme, como sí lo hacía en su momento" (Estudiante, Universidad de Lima, Perú).

"Yo empecé a consumir noticias básicamente porque además no había nada que hacer, entonces estábamos expuestos a las noticias y creo que eso causó también a mí, ya al final de la pandemia, un efecto rebote en el que ya estaba cansado de ver noticias y fue como una ola, lo que mi consumo de noticias subió desde la pandemia pero a su vez ese consumo fue tan alto que bajó" (Estudiante, Universidad Monteávila, Venezuela).

Las noticias sobre robos, crímenes y los problemas de seguridad ciudadana generan también cansancio y rechazo. Son temas que llevan a "apagar" las noticias porque no las consideran importantes, no las aguantan, los pone muy nerviosos, pueden arruinarles el día o porque les da inseguridad en su vida cotidiana.

"Trato de evitar noticias trágicas o extremas ya que siento que por eso se arruina mi día. O tengo más cuidado" (Estudiante, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador).

"Yo odio las policiales. No entiendo por qué eso es noticia. Y no entiendo por qué eso nos importa o nos debería importar (Estudiante, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina).

Las policiales también despiertan la sensación de que las noticias se repiten como en un bucle y son siempre las mismas, así lo explica una estudiante de Perú: "Todos los días es lo mismo, muertes, delincuentes, evidencia y en general política, yo no la escucho. Entonces siempre las noticias como que van por ahí" (Estudiante, Universidad Privada Antenor Orrego, Perú).

Las noticias sobre los conflictos políticos, las carencias socioeconómicas y las discusiones alrededor de los problemas que aquejan al país o la región suelen ser evitadas por algunas personas en los grupos focales. Son temas que ocasionan disputas, enemistades y peleas en el entorno más inmediato de amistades o familiares, por lo que muchos prefieren evitar exponerse a ellos.

"Yo consumía mucha información de política y después como que discutía en base a eso y llegué un punto que dije "no, basta, me estoy enfermado literalmente por discutir tanto". Entonces ahí bajé mucho mi consumo" (Estudiante, Universidad Nacional de Salta, Argentina).

"Cuando es como una noticia de algún conflicto o de algo. Que tiene opiniones divididas. Y veo como los comentarios de la gente así súper enojada, ahí trato como de... como que me rehúso a leer la noticia. Porque ya como digo... ¿Para qué?" (Estudiante, Universidad de Chile, Chile).

Puntualmente, en Chile, mencionaron el "estallido social", que tuvo su mayor intensidad entre octubre de 2019 y marzo de 2020, como tema muy sensible. Las discusiones y peleas que suscitó ese conflicto en las calles, que fue protagonizado, en un comienzo, por el propio estudiantado, llevaron a algunas personas a buscar evitar el tema en las noticias porque les causaba angustia y tristeza o por no estar de acuerdo con la cobertura que realizaban los principales medios.

"Antes de eso (la pandemia) estuvo el estallido social, que fue un tema que a mí me angustiaba muchísimo, porque el tema de las protestas para mí es sensitivamente muy desagradable. Yo ya me dejé de informar cuando empezó el tema del estallido social" (Estudiante, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile).

Aunque en mucho menor medida, otro tema mencionado como causa de la evitación, fueron las guerras, tanto la de Israel-Palestina como la de Ucrania. La muerte y la crueldad que se muestra en estos conflictos armados causan rechazo y llevan a apagar las noticias. También en este caso se mencionó la reiteración y la idea de que "todo es lo mismo". No obstante, al ser conflictos lejanos de los países latinoamericanos, tienen menor presencia en los medios de la región y no son tan mencionados como en otros países.

"A mí me pasa muchas que veces al entrar a la red me rechaza leer las noticias, me rechaza leer noticias de Ucrania, de Covid. Porque es como que hay mucho y la capacidad de filtración... uno se cansa también porque llega un momento en que hay tanta información que no la podés procesar, ¿entendés?" (Estudiante, Universidad Católica del Uruguay, Uruguay).

"Evitamos esas noticias que hablen del cambio climático, guerras y otras cosas, así de que afectan al mundo y preferimos cubrirlas con las noticias que no son relevantes" (Estudiante, Universidad Veracruzana, México).

En suma, la negatividad de las noticias y las emociones que producen fueron las causas más relevantes de la evitación selectiva y consciente que realizaron las personas jóvenes que estudian Comunicación Social.

4.2. Evitación por medios y momentos

La televisión es el medio que más dicen evitar. Lo consideran "un medio tradicional" que no encienden por decisión propia, sino que acceden por el consumo que se realiza habitualmente a nivel familiar. Los padres y madres son quienes ven la TV y, muchas veces, la dejan todo el tiempo encendida, de fondo. Las y los estudiantes independizados deciden incluso prescindir de tener televisor en sus propias viviendas.

"Yo no veo televisión. Cuando veo televisión es porque lo tiene encendido mi familia, mi papá, mi mamá, ellos prenden la televisión y hay noticias" (Estudiante, Politécnico GranColombiano de Medellín, Colombia).

La TV está directamente asociada al coronavirus y continúa teniendo ese estigma, aun cuando había terminado en el momento en el que se realizaron los grupos focales para esta investigación. Ningún otro medio mostró de forma tan dramática cómo se incrementaba la cantidad de infectados y muertos, por lo que llegó un momento en que decidieron cortar con toda exposición a los noticieros.

"Cancelé la televisión. Se terminó el conteo constante de cuántas personas habían muerto al lado mío" (Estudiante, Universidad Nacional de San Martín, Argentina).

"No quiero prender más el televisor, no quiero seguir viendo, ya sé qué es, ya sé qué está pasando, pero no más" (Estudiante, Universidad Sergio Arboleda, Colombia).

Las críticas al tratamiento que hizo la televisión de las noticias sobre el Covid fueron unánimes. En Colombia, la asociaron con el dramatismo y con el amarillismo, mientras que en la Argentina la criticaron porque presenta un constante "bombardeo de noticias", que "te quema la cabeza" (Estudiante, Universidad de San Isidro, Argentina) y llega un punto en que resulta "enloquecedora". Sin embargo, no faltaron críticas a otros medios "tradicionales" como los diarios o la radio: la sobreinformación fue un fenómeno que atravesó todo el ecosistema mediático.

"Yo antes sí leía más el diario en mi teléfono y me parece que los medios se manejan muy mal en la pandemia, metieron mucho miedo y no se hicieron nunca cargo de cuál fue su peso en la situación" (Estudiante, Universidad del Salvador, Argentina).

"Dejé de ver la televisión, de escuchar la radio, de entrar a medios. Sentía que era como demasiado, como que la información más que informar estaba como contaminando" (Estudiante, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile).

El smartphone es el dispositivo que más utilizan para acceder a las noticias. Sin embargo, aunque en menor medida, es también vehículo de las noticias que quieren evitar, sobre todo cuando se relaciona con redes sociales como X, la red informativa por excelencia, o con las notificaciones.

"Yo también llegué al punto de estar pegada al celular, viendo las noticias, preocupada y todo, y llega un punto en el que te saturas emocionalmente, y te choca bastante" (Estudiante, Universidad de Lima, Perú).

"Era tipo dejar eso de lado, buscar otras cosas u otras maneras de entretenerme y pasar el rato que no fuera estar leyendo las noticias en el celular porque me podía explotar el cerebro" (Estudiante, Universidad Austral, Argentina).

No obstante estos casos, los sentimientos que despierta el celular son más ambiguos porque también hay quienes encuentran en este dispositivo -como veremos más adelante- un lugar de refugio y entretenimiento, que puede ser más controlado por las personas usuarias, esto último vinculado con la posibilidad de seleccionar contenidos, condicionar a los algoritmos y desinstalar las aplicaciones.

Junto con la evitación de medios, en ciertos casos, mencionan momentos del día en los que eligen evitar las noticias. Por ejemplo, a la mañana, cuando recién se levantan, o a la noche, cuando ya quieren descansar. Y también las vacaciones.

"O sea, porque yo llego a mi casa cansado y es como que volver a llenarme la cabeza con más información. O sea, no me entra pues y si la escuchara sería como que estoy escuchando cero, pues. Entonces como que busco distraerme más en las noches" (Estudiante, Universidad de Lima, Perú).

"Cuando estamos en vacaciones, como que me doy un détox de las noticias, así como que digo ya, si estoy de vacaciones de la universidad, no quiero saber nada de noticias como por un tiempo" (Estudiante, Universidad de La Serena, Chile).

4.3. Estrategias de refugio ante la sobrecarga informativa

Al evadir noticias, el estudiantado suele desarrollar lo que denominamos "estrategias de refugio", es decir, buscan o crean espacios de consumo cultural que les permiten eludir la negatividad de las noticias y les proporcionan mayor confort. Hay un tránsito desde el consumo abrumador y angustiante de las noticias a uno más controlado y placentero, que puede ser transitorio, alternado o definitivo.

En ese viaje, se pueden diferenciar distintas estrategias, que no son excluyentes sino que se eligen según las situaciones. Una de ellas consiste en refugiarse en el celular que, lejos del broadcasting de los medios masivos, les permite elegir a cada minuto a qué exponerse, cómo y cuándo.

Las noticias pueden aparecer allí, entremezcladas en las redes sociales, pero no es "el bombardeo constante de la tele". Entonces, surge como dispositivo que abruma con las noticias, pero puede ser más controlado por las personas.

"Mi forma de evadirme de esa información (coronavirus) era el celular. En mi celular, yo no veía, no consumía el tipo de información que estaba mostrando la tele ya" (Estudiante, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile).

Un lugar de evasión al que apelan son las redes sociales que promueven más contenidos de entretenimiento, como TikTok, una aplicación muy descargada durante la pandemia, o, en menor medida, Instagram. Como señala un estudiante de Ecuador: "Yo prefiero ya no saber más de esas cosas (noticias tristes) y prefiero pasar sólo en TikTok o en Instagram" (Estudiante, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador).

La configuración algorítmica de las redes sociales es otra de las estrategias de refugio. Así como deciden "apagar" el televisor", también buscan "silenciar" las noticias indeseables o dejar de seguir determinados perfiles para que no "contaminen" el consumo que hacen en sus dispositivos para volcarse al entretenimiento.

"Dejé, simplemente de poner el mismo canal todo el tiempo y veía otras cosas o aparte el mismo teléfono cuando vos dejás de consumirlo o dejás de likearlo o de repostear, ya no te manda, (por) el algoritmo" (Estudiante, Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina).

"Yo en mi caso silencié muchos medios, dejé de seguir a personas, dejé de mirar Twitter que es como la red más informativa y veía más TikTok, más cosas de entretenimiento" (Estudiante, Universidad Javeriana, Colombia).

Otro refugio, al que aluden son los canales de streaming en YouTube o similares, que combinan mucho entretenimiento y humor con escasas dosis de noticias.

"Llegó un punto en el que me saturó y dejé de ver completamente televisión y me pasé a redes sociales, podcasts, YouTube y todo esto" (Estudiante, Universidad de Lima, Perú).

"Me concentraba más que todo en buscar canales en Youtube, cuentas en Instagram que tuvieran que ver más con la parte de entretenimiento. Para que así no me aparecieran canales relacionados a noticias, porque de verdad que ya sentía que no podía con tanta carga" (Estudiante, Universidad de Monteávila, Venezuela).

Una cuarta alternativa es directamente huir de todo consumo noticioso para refugiarse en programas de reality shows en televisión, tal como cuenta este estudiante de Chile:

"Me ha pasado con este fenómeno de (los programas de reality show) Gran Hermano o Tierra Brava, que la gente dice: 'pero cómo la gente se alimenta de algo que no es real y no consume cosas más importantes'. A pesar de que soy una persona informada, me sirve un montón la cosa más basura que pueda haber en la televisión o mi teléfono porque me ayuda a desconectarme, o no estar todo el rato con las malas noticias" (Estudiante, Universidad de Chile, Chile).

En esta categoría, también hay quienes aseguran ver series y películas de plataformas de video on demand como Netflix, como manera de lograr una desconexión de las noticias.

5. Discusión y conclusiones

La evitación de las noticias, tal como ocurre en el caso de los jóvenes (Kormelink & Gunnewiek, 2022; Skovsgaard & Andersen, 2022), es una práctica habitual entre estudiantes de Comunicación y Periodismo de Latinoamérica, lo que confirma que no puede definirse a partir de un bajo consumo noticioso (Toff & Kalogeropoulos, 2020).

Lo anterior queda particularmente en evidencia al tratarse de estudiantes de esta área que debido a su formación tienen un perfil distinto, fundamentalmente en competencias mediáticas y digitales (Bustamante et al., 2019), con conocimientos más específicos sobre temas como la desinformación (Albarelo, 2024; Bordón et al., 2025; Londoño-Pardo et al., 2025) y que presentan hábitos informativos establecidos donde el uso de redes sociales se complementa con la revisión de medios de comunicación tradicionales (Avendaño et al., 2021; Pedelaborde y Silvestre Luengo, 2024; Rosa Alejandro, 2023).

Por lo mismo, los resultados sugieren que la comprensión de la evitación debe realizarse a partir de la respuesta a factores individuales como contextuales (Andersen et al., 2024) y como una práctica que

puede desarrollarse en personas con distintas rutinas informativas (Aharoni et al., 2020; Kalogeropoulos., 2020; Ohme et al., 2022) y en respuesta a determinados momentos.

Aunque algunos manifiestan que mantuvieron esta práctica durante momentos concretos (como el estallido social en Chile) o son más críticos de los medios (como en Argentina y Colombia), en general no se presentan diferencias en las características de la evitación según el país.

En esa línea, los hallazgos de este estudio, muestran que el tipo de evitación más común es la selectiva (Skovsgaard & Andersen, 2022), como fue la pandemia, y en menor medida, los asuntos policiales, los conflictos políticos y guerras. De ese modo, los elementos contextuales son los principales impulsores del alejamiento, tal como han evidenciado otros estudios (Kenya & Rofil, 2023; Kormelink & Gunnewiek, 2022).

El tratamiento informativo, específicamente de los contenidos policiales, da cuenta de una crítica al desarrollo de la actividad periodística, por la manera en la que los medios presentan las noticias, que perciben como desprovistas de contexto o muy repetitivas, lo que puede explicarse por las carreras vinculadas con la Comunicación.

Este punto, es relevante para el análisis más profundo de esta práctica, dado que las investigaciones que la vinculan con los medios de comunicación, se han enfocado en la comprensión por parte de las y los comunicadores en ejercicio profesional (Palmer & Edgerly, 2024a; Palmer & Edgerly, 2024b), pero no en aquellos que en un futuro tendrán que incorporarse al mundo laboral y que podrían generar cambios en la cobertura noticiosa en respuesta a las características de una audiencia con las que comparten ciertas características.

Junto con los elementos contextuales, y tal como se ha demostrado en otros estudios (Boczkowski, 2022; Edgerly, 2022; Villi et al., 2021), los hallazgos dan cuenta de que los sentimientos negativos conducen a una evitación informativa (principalmente selectiva) y generan múltiples emociones como ansiedad, miedo, angustia, pánico y desesperanza.

Además, los resultados muestran que se desarrollan estrategias de refugio, para distanciarse de las noticias. Estas van más allá de lo que han mencionado en investigaciones anteriores cuando se refieren a las acciones para desconectarse de las noticias (Newman et al., 2023; Nguyen et al., 2023; Pérez Altale et al., 2024), porque revelan una planificación de actividades que no sólo les permiten distanciarse, sino también cuidar su "salud o paz mental", algo que es muy importante preservar para este grupo. La opción por contenidos de entretenimiento y la configuración algorítmica de las redes, a diferencia de lo que plantean Skovsgaard & Andersen (2022), no puede considerarse como un tipo de evitación no intencional, sino como una estrategia de refugio ante las noticias negativas. Son las personas jóvenes quienes deciden conscientemente "apagar" ciertas noticias en sus dispositivos móviles, emulando de ese modo la acción de apagar el televisor cuando les presenta informaciones que les desagradan.

La evitación de noticias es un tema relevante para estudiar en la actualidad, dado que las personas cada vez se alejan más de ellas. En ese sentido, este estudio contribuye en entregar antecedentes de quienes en un futuro estarán encargados de vincularse con audiencias que presentan esas características, para generar contenidos que conecten con ellas y que respondan a sus demandas informativas. Este trabajo se desarrolló poco después de la pandemia de Coronavirus, por lo que la temática estuvo muy presente en los grupos focales; será necesario contrastar estos resultados con próximas investigaciones, para conocer la evitación que realizan las personas jóvenes en otros contextos y en qué medida medios como la televisión siguen marcados por las críticas a sus coberturas.

6. Referencias bibliográficas

Aharoni, Tali, Kligler-Vilenchik, Neta, & Tenenboim-Weinblatt, Keren (2020). Be Less of a Slave to the News: A Text-to-Material Perspective on News Avoidance among Young Adults. *Journalism Studies*, 22(1), 42-59. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2020.1852885>

Aimetta, Freda, y Peret, Maximiliano (2025). Ya no te dan ganas de leerlo: Las redes sociales como puerta de entrada a las noticias. *Intersecciones En Comunicación*, 1(19). <https://doi.org/10.51385/q5625c18>

Agarwal, Naresh (2023). Information Behavior Research in the twenty-first century: *The journey so far*. *Informatio*, 28(1), 97-146. <https://doi.org/10.35643/info.28.1.5>

Albarello, Francisco (2020). De la hegemonía al nicho: desplazamiento de medios tradicionales en rutinas informativas de un grupo de universitarios argentinos. *Dixit*, 32, 46-60. <https://doi.org/10.22235/D.VI32.1946>

Albarello, Francisco (ed.) (2022). *Mutaciones. Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas*. UNR Editora.

Albarello, Francisco (2024). Investigar en Red: una experiencia de inteligencia colectiva en Latinoamérica. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(155).
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i155.4990>

Andersen, Kim, Toff, Benjamin, & Ytre-Arne, Brita (2024a). Introduction: What We (Don't) Know About News Avoidance. *Journalism Studies*, 25(12), 1367–1384. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2393131>

Andersen, Kim, Shehata, Adam, Skovsgaard, Morten, & Strömbäck, Jesper (2024b). Selective News Avoidance: Consistency and Temporality. *Communication Research*.
<https://doi.org/10.1177/00936502231221689>

Andrada Sola, Pablo, Arri, Francisco, García Luna, Ana Laura, y Paredes, Graciela (2025). El uso de Instagram en el consumo informativo de los estudiantes de Comunicación en América Latina. *La Trama De La Comunicación*, 28(02), 194–230. <https://doi.org/10.35305/lt.v28i02.879>

Avendaño, William R, Luna, Henry O, & Rueda, Gerson (2021). Virtual education in times of COVID-19: perceptions of university students. *Formación universitaria*, 14(5), 119-128.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000500119>

Bergström, Annika, & Jervelycke Belfrage, María (2018). News in social media: Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(5), 583–598.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>

Boczkowski, Pablo (2022). *Abundancia: La experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. UNSAM Edita, Universidad Nacional de San Martín.

Boczkowski, Pablo, y Mitchelstein, Eugenia (2021). *The digital environment: How we live, learn, work, and play now*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/13602.001.0001>

Boczkowski, Pablo, Mitchelstein, Eugenia, y Matassi, Mora (2018). "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523-3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>

Bordón, Esteban, Nieva Agreda, M. de los Ángeles, Saya, Alejandro, y Silvestre, Gustavo (2025). Desarrollo de competencias mediáticas para el consumo crítico de información en estudiantes de Comunicación y Periodismo en Latinoamérica. *AdComunica*, (29), 119–144.
<https://doi.org/10.6035/adcomunica.8515>

Bustamante, Guillermo, Jaramillo-Castro, Oscar, y Piña-Araya, Rommel (2019). Competencias mediáticas para periodistas en tiempos de infoxicación. *Latin American Journal of International Affairs*, 9(2), 84-92. <http://www.lajia.net/lajia/article/view/92>

Braun, Victoria, y Clarke, Virginia (2014). Análisis temático. En Teo, T. (ed.), *Enciclopedia de Psicología Crítica* (pp. 1947-1952). Springer.

Bryman, Alan (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford University Press.

Canavilhas, João, y Di Fátima, Branco (2025). Reporteros del futuro: consumo de noticias entre estudiantes de periodismo en Portugal. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 40, 305-319. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2392>

Ceballos-del-Cid, Yaiza, Gómez-Calderón, Bernardo, y Córdoba-Cabús, Alba (2025). Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: un análisis diacrónico (2021-2023). *Revista Mediterránea De Comunicación*, 16(1), e28010. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28010>

Collier, Jessica, Dunaway, Johanna, & Stroud, Natalie (2021). Pathways to Deeper News Engagement: Factors Influencing Click Behaviors on News Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(5), 265–283. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac009>

Couraceiro, Paulo, & Paisana, Miguel (2024). Da Personalização Algorítmica à Mediação Jornalística: Mudanças nas Preferências dos Jovens Portugueses no Consumo de Notícias Online. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4504. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_4

Creswell, John, & Creswell, David (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

- Damstra, Alyt, Vliegenthart, Rens, Boomgaarden, Hajo, Glüer, Kathrin, Lindgren, Elina, Strömbäck, Jesper, & Tsfati, Yariv (2023). Knowledge and the News: An Investigation of the Relation Between News Use, News Avoidance, and the Presence of (Mis)beliefs. *International Journal of Press/Politics*, 28(1), 29–48. <https://doi.org/10.1177/19401612211031457>
- Díaz, Eliseo (2025). Juventudes, usos y consumos de noticias políticas. Sistematización bibliográfica latinoamericana. *Investigación & Amp; Desarrollo*, 33(1), 187–217. <https://doi.org/10.14482/indes.33.01.720.003>
- Dvir-Gvirsman, Shira (2022). Understanding news engagement on social media: A media repertoire approach. *New Media and Society*, 24(8), 1791–1812. <https://doi.org/10.1177/1461444820961349>
- Edgerly, Stephanie, Vraga, Emily, Bode, Leticia, Thorson, Kjerstin, & Thorson, Esther (2018). New Media, New Relationship to Participation? A Closer Look at Youth News Repertoires and Political Participation. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 95(1), 192–212. <https://doi.org/10.1177/1077699017706928>
- Edgerly, Stephanie (2022). The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism*, 23(9), 1828–1845. <https://doi.org/10.1177/14648849211012922>
- Edgerly, Stephanie (2023). Avoiding News is Hard Work, or is it? A Closer Look at the Work of News Avoidance among Frequent and Infrequent Consumers of News. *Journalism Studies*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293834>
- Escudero, Camila (2020). El análisis temático como herramienta de investigación en el área de la Comunicación Social: contribuciones y limitaciones. *La Trama de la Comunicación*, 24(2), 89-100. <https://doi.org/10.35305/lt.v24i2.746>
- Flick, Uwe (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Sage Publications.
- Gorski, Lea, & Thomas, Fabian (2022). Staying Tuned or Tuning Out? A Longitudinal Analysis of News-Avoiders on the Micro and Macro-Level. *Communication Research*, 49(7), 942–965. <https://doi.org/10.1177/00936502211025907>
- Gorski, Lea (2023). Uninterested, disenchanted, or overwhelmed? An analysis of motives behind intentional and unintentional news avoidance. *Communications*, 48(4), 563–587. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0084>
- Goyanes, Manuel, Ardèvol-Abreu, Alberto, y Gil de Zúñiga, Homero (2023). Antecedents of News Avoidance: Competing Effects of Political Interest, News Overload, Trust in News Media, and “News Finds Me” Perception. *Digital Journalism*, 11(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1990097>
- Gran, Anne-Britt, Booth, Peter, & Bucher, Taina (2020). To be or not to be algorithm aware: a question of a new digital divide? *Information, Communication & Society*, 24(12), 1779–1796. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736124>
- Hagar, Nick, & Diakopoulos, Nicholas (2023). Algorithmic indifference: The dearth of news recommendations on TikTok. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448231192964>
- Hameleers, Michael & Meer, Toni (2023). With time comes trust? The development of misinformation perceptions related to COVID-19 over a six-month period: Evidence from a five-wave panel survey study in the Netherlands. *Communications*, 50(2), 213-235. <https://doi.org/10.1515/commun-2023-0010>
- Hendrickx, Jonathan (2024). ‘Normal news is boring’: How young adults encounter and experience news on Instagram and TikTok. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448241255955>
- Hernández, Roberto, Fernández, Carlos, & Baptista, Pilar (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill.
- Itzkowitz, Aliya, Whitelaw, Ben, Donald, Daisy, Montagu, George, Gilbert, Jeremy, Germuska, Joe, Lambertini, Lamberto, Fainman-Adelman, Liat, & Ha, Tran (2024). *Next Gen News: Understanding the audiences of 2030*. <https://www.next-gen-news.com/>
- Kalogeropoulos, Antonis, Toff, Benjamin, & Fletcher, Richard (2024). The Watchdog Press in the Doghouse: A Comparative Study of Attitudes about Accountability Journalism, Trust in News, and News Avoidance. *International Journal of Press/Politics*, 29(2), 485–506. <https://doi.org/10.1177/19401612221112572>

- Karlsen, Rune, Beyer, Audun, & Steen-Johnsen, Kari (2020). Do High-Choice Media Environments Facilitate News Avoidance? A Longitudinal Study 1997–2016. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 64(5), 794–814. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1835428>
- Kenya, Harry, & Rofil, Lily (2023). News consumption behaviours of Jakarta youth during the COVID-19 pandemic. *AIP Conference Proceedings*, 2594 (1). <https://doi.org/10.1063/5.0123534>
- Kormelink, Tim, & Klein Gunnewiek, Anne (2022). From "Far Away" to "Shock" to "Fatigue" to "Back to Normal": How Young People Experienced News During the First Wave of the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies*, 23(5–6), 669–686. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1932560>
- Lazcano-Peña, Daniela, Gálvez-Pereira, María Paz, y Zuleta-Cavalli, Rafaella (2021). Imaginarios sobre periodismo en Chile antes y después del estallido social. Una mirada desde futuros profesionales. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (21). <https://doi.org/10.62174/avatars.2021.6248>
- Lee, Francis, Chan, Michael, Chen, Hsuan, Nielsen, Rasmus, & Fletcher, Richard (2019). Consumptive News Feed Curation on Social Media as Proactive Personalization: A Study of Six East Asian Markets. *Journalism Studies*, 20(15), 2277–2292. Intencional.
- Londoño-Pardo, Óscar, Arbelaez, María Paula, y Mateus, Julio-César (2025). Creencias, actitudes y comportamientos de los estudiantes universitarios de la Comunidad Andina ante la desinformación. *Cuadernos.Info*, (60), 168–189. <https://doi.org/10.7764/cdi.60.86100>
- Mellado, Claudia, y Cruz, Alexis (2025). *Informe 2025. Consumo de Noticias y Evaluación del Periodismo en Chile*. Valparaíso: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. <https://www.noticiasperiodismo.cl/>
- Nettlefold, Jocelyn, & Pecl, Gretta (2020). Engaged Journalism and Climate Change: Lessons From an Audience-led, Locally Focused Australian Collaboration. *Journalism Practice*, 16(1), 19–34. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1798272>
- Newman, Nic, Fletcher, Richard, Eddy, Kirsten, Robertson, Graig, & Kleis Nielsen, Rasmus (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Newman, Nic, Fletcher, Richard, Eddy, Kirsten, Robertson, Graig, & Kleis Nielsen, Rasmus (2025). *Digital News Report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025>
- Nguyen, An, Glück, Antje, & Jackson, Daniel (2023). The up-down-up pandemic news experience: A mixed-method approach to its negative and positive effects on psychological wellbeing. *Journalism*, 24(12), 2687–2704. <https://doi.org/10.1177/14648849221135137>
- Ohme, Jakov, Araujo, Theo, Zarouali, Brahim, & de Vreese, Claes (2022). Frequencies, Drivers, and Solutions to News Non-Attendance: Investigating Differences Between Low News Usage and News (Topic) Avoidance with Conversational Agents. *Journalism Studies*, 23(12), 1510–1530. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2102533>
- Overgaard, Christian (2023). Mitigating the consequences of negative news: How constructive journalism enhances self-efficacy and news credibility. *Journalism*, 24(7), 1424–1441. <https://doi.org/10.1177/14648849211062738>
- Palmer, Ruth, & Toff, Benjamin (2020). What Does It Take to Sustain a News Habit? The Role of Civic Duty Norms and a Connection to a "News Community" Among News Avoiders in the UK and Spain. In *International Journal of Communication* (14). <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12252>
- Palmer, Ruth, Toff, Benjamin, & Nielsen, Rasmus (2020). "The Media Covers Up a Lot of Things": Watchdog Ideals Meet Folk Theories of Journalism. *Journalism Studies*, 21(14), 1973–1989. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1808516>
- Palmer, Ruth, & Toff, Benjamin (2022). Neither Absent nor Ambient: Incidental News Exposure From the Perspective of News Avoiders in the UK, United States, and Spain. *The International Journal of Press/Politics*, 29(3), 755–773. <https://doi.org/10.1177/19401612221103144>
- Palmer, Ruth, Toff, Benjamin, & Nielsen, Rasmus (2023). Examining Assumptions Around How News Avoidance Gets Defined: The Importance of Overall News Consumption, Intention, and Structural Inequalities. *Journalism Studies*, 24(6), 697–714. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2183058>

- Palmer, Ruth, & Edgerly, Stephanie (2024a). How Journalists Perceive News Avoidance: Reactions and Solutions to the Missing Audience as Boundary Work. *Journalism Studies*, 25(12), 1555–1572. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2345672>
- Palmer, Ruth, & Edgerly, Stephanie (2024b). "Because the News is Depressing as Hell": Journalists' Explanations of News Avoidance. *Digital Journalism*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2351523>
- Park, Sora, & Lee, Jee (2023). Incidental News Exposure on Facebook and Its Relation to Trust in News. *Social media + Society*, 9(1), 205630512311588. <https://doi.org/10.1177/20563051231158823>
- Patton, Michael (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE
- Pedelaborde, Paula, y Silvestre Luengo, Gustavo (2024). Las redes sociales como consumo emergente para acceder a la información. *Anuario de la Facultad de Ciencias Humanas. Nueva Época*, 20 (20), 3- 10. <https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/9310>
- Pedelaborde, Paula, y Beneitez, María Elena (2025). Jóvenes de La Plata y consumos emergentes: las múltiples estrategias para estar al tanto de lo que les interesa. *Question/Cuestión*, 3(80), e990. <https://doi.org/10.24215/16696581e990>
- Peña y Lillo, Macarena, & Guzmán, Pablo (2022). Búsqueda, escaneo y evitación de información sobre COVID-19 en Chile. *Cuadernos. info*, (53), 184-204. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.53.47775>
- Pereyra, Melina, y Cane, Julieta (2024). "¿Es o no es mentira?" Testimonios de estudiantes de Comunicación y Periodismo acerca de la Inteligencia Artificial Generativa y el consumo de noticias. *Question/Cuestión*, 3(79), e955. <https://doi.org/10.24215/16696581e955>
- Peret, Maximiliano, Casado, Nicolás, y Magallanes, Sergio (2022). Mientras miro las nuevas olas: consumos emergentes en el ecosistema digital y WhatsApp como fuente de información. En: Albarello, F. (ed.). *Mutaciones. Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas* (pp. 229-245). UNR Editora.
- Pérez Altable Laura, Okan Yasmina, LeLonkiewicz Jaroslaw, & Salvador-Mata Bertran (2024). *Informe de recerca: Evitació de notícies en població jove resident a Catalunya: variables predictores i línies d'actuació* (Informe, 28 pp). Universitat Pompeu Fabra. Càtedra Futurs de la Comunicació. <http://hdl.handle.net/10230/68986>
- Reguillo, Rossana (Coord.) (2010). *Los jóvenes en México*. Fondo de Cultura Económica / Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- Reiss, Michael (2023). Dissecting Non-Use of Online News—Systematic Evidence from Combining Tracking and Automated Text Classification. *Digital Journalism*, 11(2), 363–383. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2105243>
- Rosa Alejandro, Miguel (2024). Hábitos de consumo noticioso de la Generación Z, estudio de caso: estudiantes de Comunicación Social de República Dominicana y Puerto Rico. Universidad Complutense de Madrid. <http://hdl.handle.net/20.500.14352/99245>
- Rost, Alejandro (2022). Cómo se informa el estudiantado de Comunicación y carreras afines en la Argentina. En Albarello, F. (ed.). *Mutaciones. Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas*. UNR Editora, (pp. 133-144).
- Salaverría, Ramón, Bachmann, Ingrid y Magallón Rosa, Raúl (2024). Desinformación y confianza en los medios: propuestas de actuación. *index.Comunicación*, 14(2), 13–32. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/02Yconfi>
- Serrano Puche, Javier, Fernández, Carmen, & Rodríguez-Virgili, Jordi (2018). Información política y exposición incidental en las redes sociales: un análisis de Argentina, Chile, España y México. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 27, 19–42. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a1>
- Setianto, Yearry, & Praceka, Puspita (2023). One Year Later, Why Are People Still Avoiding COVID-19 News?: Understanding Predictors of News Avoidance in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(3), 60–80. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3903-04>
- Shehata, Adam (2016). News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use—Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society*, 19(6), 758–781. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1199705>

- Siles, Ignacio, Gómez-Cruz, Edgar, & Ricaurte, Paola (2022). Toward a popular theory of algorithms. *Popular Communication*, 21(1), 57–70. <https://doi.org/10.1080/15405702.2022.2103140>
- Siles-Pavón, Alejandra, Quintana, Mariel, & Díaz, Enrique Antonio (2022). El fin de la inocencia: las y los estudiantes de Comunicación y Periodismo ante las fake news. En Albarello, F. (ed.), *Mutaciones. Hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas* (pp. 247-273). UNR Editora.
- Sibrian, Nairbis, Alfaro, Amaranta, & Núñez, Juan Carlos (2024a). Validación de instrumento sobre exposición a discursos de odio de comunidades migrantes en el ecosistema mediático chileno: resultados preliminares. *Revista Latina de Comunicación Social*, (82), 1–23. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2226>
- Sibrian Díaz, Nairbis, Alfaro, Amaranta, Núñez, Juan Carlos, y Zúñiga Rodríguez, Vanessa (2024b). Evitación mediática en respuesta al ciberodio hacia personas migrantes en Chile. *index. comunicación*, 14(2), 83-108. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/02Evitac>
- Schäfer, Svenja, Aaldering, Loes, & Lecheler, Sophie (2023). "Give Me a Break!" Prevalence and Predictors of Intentional News Avoidance During the COVID-19 Pandemic. *Mass Communication and Society*, 26(4), 671–694. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2125406>
- Schiavinato, Nadia Soledad, & Masi, Alejandra (2025). Aportes de la formación universitaria en Periodismo y Comunicación Social a la construcción del sentido crítico de estudiantes argentinos. *RAES - Revista Argentina De Educación Superior*, (30), 186-200. <https://revistas.untref.edu.ar/index.php/raes/article/view/2137>
- Schrøder, Kim, & Ørsten, Mark (2016). The nature of news avoidance in a digital world. In *Reuters Digital News Report 2016*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://www.digitalnewsreport.org/essays/2016/nature-news-avoidance-digital-world/>
- Skovsgaard, Morten, & Andersen, Kim (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>
- Skovsgaard, Morten, & Andersen, Kim (2022). News avoidance. In *The SAGE encyclopedia of journalism*, SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781544391199>
- Statista (2025). Plataforma global de datos, Higher education in Latin America - Statistics & Facts <https://www.statista.com/topics/13407/higher-education-in-latin-america/#topicOverview>
- Sued, Gabriela (2022). Culturas algorítmicas: conceptos y métodos para su estudio social. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(246), 43–73. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.246.7842>
- Tandoc, Edson, & Kim, Hye (2023). Avoiding real news, believing in fake news? Investigating pathways from information overload to misbelief. *Journalism*, 24(6), 1174–1192. <https://doi.org/10.1177/14648849221090744>
- Taneja, Harsh, Webster, James, Malthouse, Edward, & Ksiazek, Thomas (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951-968. <https://doi.org/10.1177/1461444811436146>
- Thorson, Kjerstin, & Wells, Chris (2016). Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age. *Communication Theory*, 26(3), 309–328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>
- Toff, Benjamin, & Kalogeropoulos, Antonis (2020). All the news That's fit to ignore: How the information environment does and does not shape news avoidance. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 366–390. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016>
- Toledo, Edgardo, y Comba, Silvana (2025). Prácticas emergentes de consumos informativos en jóvenes. *RevCom*, (16), e086. <https://doi.org/10.24215/24517836e086>
- UNESCO, Instituto Internacional para la educación superior de América Latina y el Caribe (2025) La educación superior en América Latina y el Caribe: avances y retos; documentos de apoyo para la CRES+5, documento de reunión ED/HE/IESALC/IP/2025/49. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392578?posInSet=1&queryId=N-EXPLORE-5405ba1f-4858-4dfc-b4ce-333a8938c651>

Vandenplas, Ruben, Truyens, Pauljan, Vis, S, & Picone, Ike (2021). Tuning Out the News. A Cross-Media Perspective on News Avoidance Practices of Young News Users in Flanders During the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies*, 22(16), 2197–2217. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1990788>

Van Dijck, José (2020). Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance. *New Media & Society*, 23(9), 2801-2819. <https://doi.org/10.1177/1461444820940293>

Villi, Mikko, Aharoni, Tali, Tenenboim-Weinblatt, Keren, Boczkowski, Pablo, Hayashi, Kaori, Mitchelstein, Eugenia, Tanaka, Akira, & Kligler-Vilenchik, Neta (2021). Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism*, 10(1), 148–164. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1904266>

Wang, Sixuan, Ramdani, Junjun, Sun, Shuting, Bose, Priyanka, & Gao, Xuesong (2024). Naming Research Participants in Qualitative Language Learning Research: Numbers, Pseudonyms, or Real Names? *Journal of Language, Identity & Education*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/15348458.2023.2298737>

We Are Social (2025). *Digital 2025 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>

Contribuciones

| Tarea | Firmante 1 | Firmante 2 | Firmante 3 | Firmante 4 | Firmante 5 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Conceptualización | X | X | X | X | X |
| Curación de contenidos | X | X | X | X | X |
| Análisis formal | X | X | X | X | X |
| Adquisición de fondos | | | X | | |
| Investigación | X | X | X | X | X |
| Metodología | X | X | X | X | X |
| Administración del proyecto | | | X | | |
| Recursos | | | X | | |
| Software | X | X | X | X | X |
| Supervisión | X | X | X | X | X |
| Validación | X | X | X | X | X |
| Visualización | X | X | X | X | X |
| Redacción: borrador original | X | X | X | X | X |
| Redacción: revisión y edición | X | X | X | X | X |

Agradecimientos

Queremos agradecer a todos los integrantes de Investigar en Red por su colaboración en el trabajo de campo a partir del cual se pudieron obtener los resultados que se presentan en este artículo.

Financiación

La investigación "Consumos emergentes de noticias por parte de estudiantes universitarios durante la pandemia", realizada en el bienio 2022-2023, ha sido financiada por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Austral, Argentina (Resolución N° CPCS 80/21),

Declaración de conflicto de intereses

Las personas autoras declaran que no existe ningún conflicto de intereses.