

Título Costumbres al Leer Noticias

Tipo de Producto Material Didáctico

Autores Fuentes Cuiñas, Ana Alejandra

Código del Proyecto y Título del Proyecto

A18S12 - Preferencias de formato y hábitos de consumo de periódicos en el Ámbito Metropolitano de Buenos Aires

Responsable del Proyecto

Fuentes Cuiñas, Ana Alejandra

Línea

Opinión Pública

Área Temática

Comunicación

Fecha

Septiembre 2018

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

COSTUMBRES AL LEER NOTICIAS

Ana Alejandra Fuentes Cuiñas
Rodrigo Mario Fino
Boris Andres Arko
Pablo Augusto Vailati

INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO.

El 93% de la información producida en todo el mundo se publica en formatos electrónicos (redes sociales, ediciones electrónicas, etc.).

Las sociedades experimentaron un cambio en los hábitos de lectura, que se evidencia con una reducción de las suscripciones a versiones impresas de periódicos.

(Morales & Espinoza, 2003) (Eisenberg, 2008) (Chandra, 2007)

INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO (CONT).

El gran volumen de contenido de Internet representa un impacto importante en la transmisión, desarrollo y consumo de noticias.

La revolución tecnológica también ha permitido involucrar a otros sentidos en el acto comunicativo (incluidos el uso de sonidos, videos, animaciones e imágenes).

(Kaur & Verma , 2009) (Singer & Alexander, 2017)

INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO (CONT).

Con una población de 43 millones de habitantes, hay aproximadamente 50 millones de teléfonos celulares en uso en Argentina.

La evolución de los modelos de negocio de los diarios comenzó cuando, en el Reino Unido en 2004, el legendario periódico 'The Times' cambió su formato de sábana a tabloide.

(Catalano, 2017) (Cabot, 2018) (Sticco, 2017) (Douglas, 2004) (O'Carroll, 2004)

INVESTIGACIONES ANTERIORES.

España:

27% de los ciudadanos prefieren leer las noticias en formato digital.

India:

78% de la gente prefiere la lectura en formato impresa frente a la digital.

Estados Unidos:

59% de quienes leen noticias prefieren el format digital, mientras que el 26% prefiere el format impreso.

Argentina:

Baja suscripción a periodicos online, pero se utilizan redes sociales para informarse.

(AIMC, 2018) (Tata Group, 2014) (Mitchell, Gottfried, Barthel & Shearer, 2016) (CINEA, 2013)

OBJETIVO GENERAL.

Detectar las características más relevantes de los hábitos actuales de consumo de noticias, comparando los formatos impresos y digitales.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Analizar las razones por las que se leen las noticias y la relación entre el nivel de estudios y la lectura de periódicos.

Analizar los hábitos de lectura de noticias en Buenos Aires, tanto para lectores como para no lectores.

Relevar las percepciones sobre los formatos de periódico.

Comparar las preferencias de los diferentes medios a través de los cuales los usuarios pueden acceder a las noticias.



DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Tipo de investigación: cuantitativa (descriptiva, transversal simple).

Instrumento de recolección: cuestionario online estructurado.

Tipo de muestreo utilizado: bola de nieve.

Muestra: 503 personas que estudian, viven o trabajan en AMBA y tienen entre 18 y 65 años.



DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN (CONT).

Período del trabajo de campo: 15/11/2017 - 28/12/2017

Análisis de datos realizado con el programa SPSS en su versión 20.

Limitaciones: más casos jóvenes que mayores, poca información de estudios anteriores



ANÁLISIS DE DATOS



LECTORES DE DIARIOS.

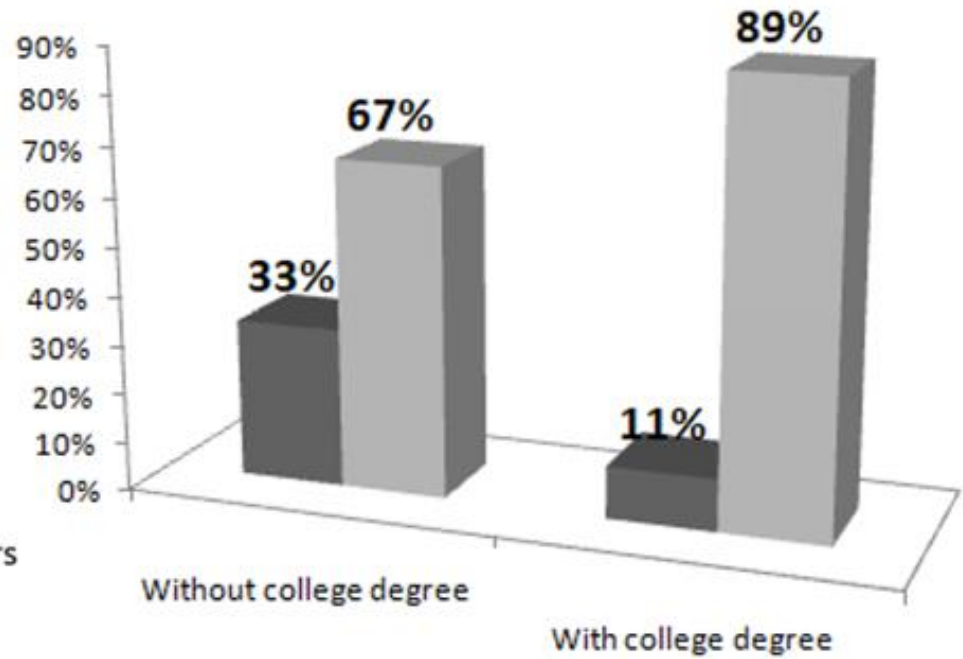
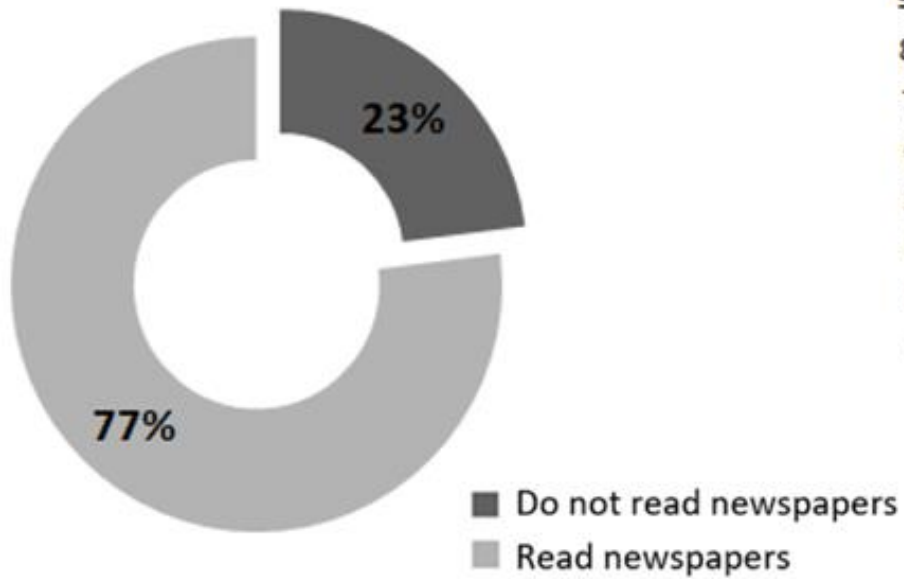


Figure 1. Newspaper readers.

RAZONES PARA LEER DIARIOS.

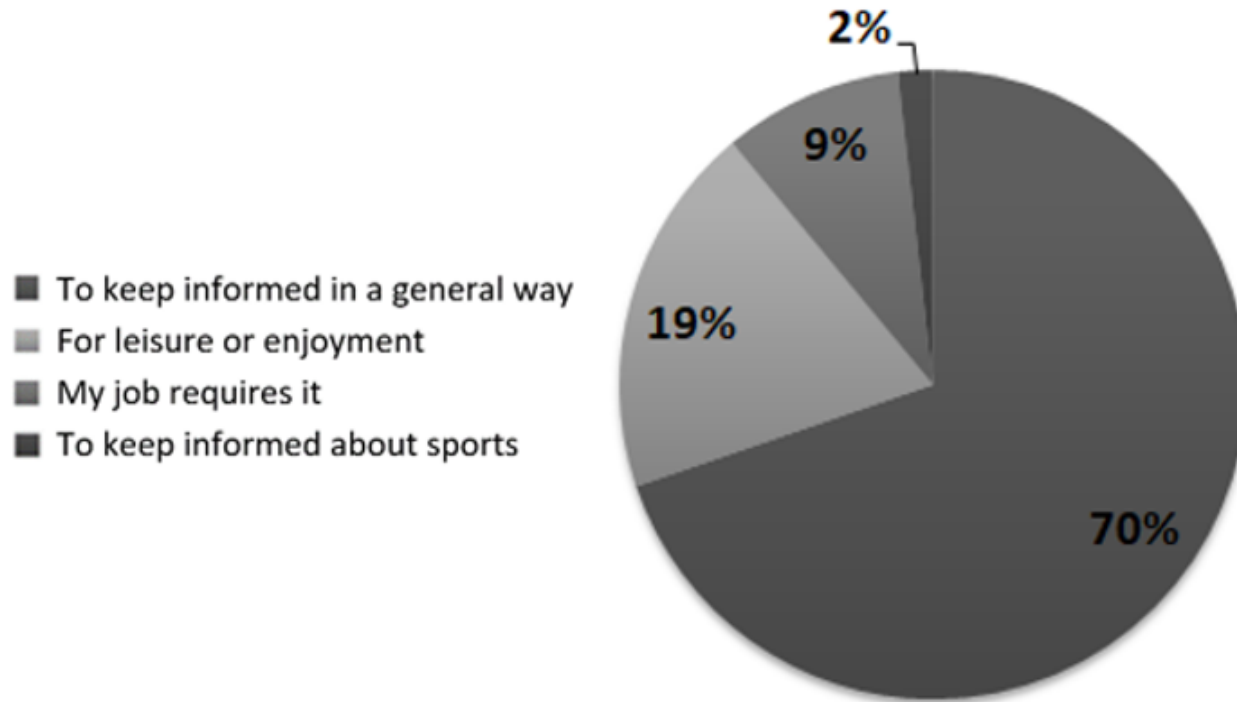


Figure 2. Reasons for reading newspapers.

PRESENCIA DE LOS DIARIOS TRADICIONALES.

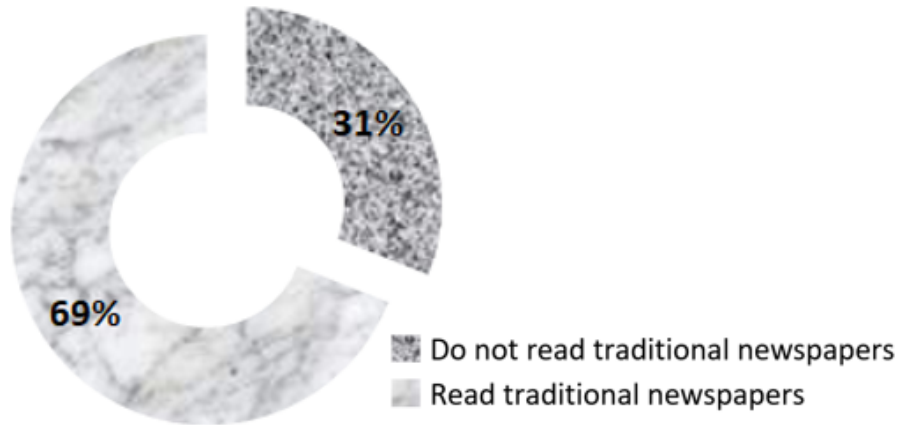


Figure 3. Traditional newspaper reading.

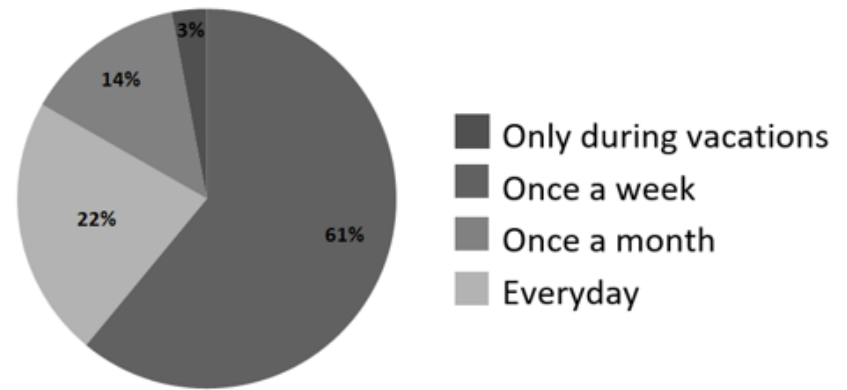


Figure 4. Traditional newspapers reading frequency.

RAZONES PARA ELEGIR DIARIOS TRADICIONALES.

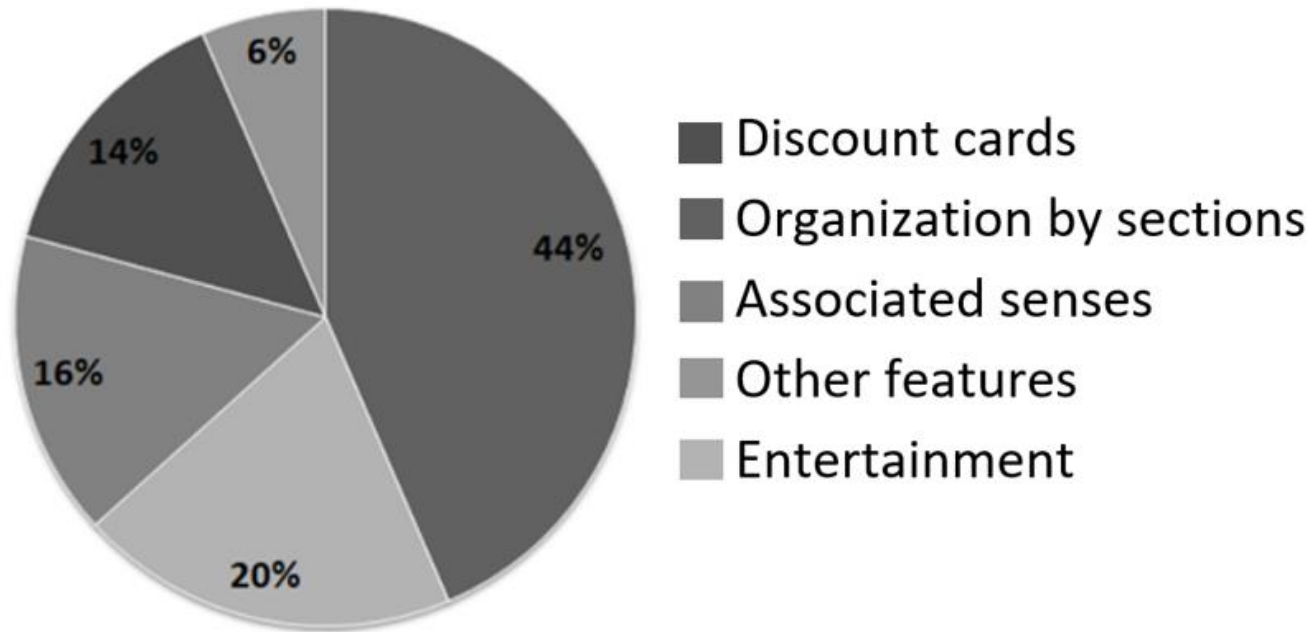


Figure 5. Most relevant aspects of the traditional newspaper.

HÁBITOS DE LECTURA.

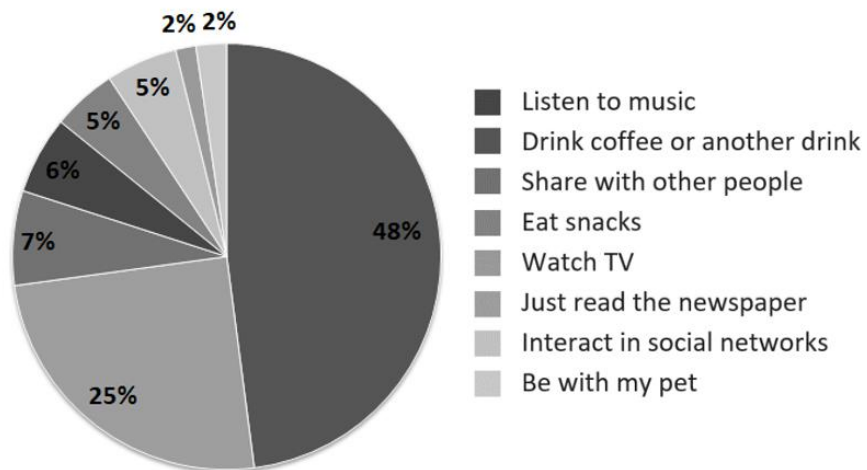


Figure 6. Activities performed while reading newspapers

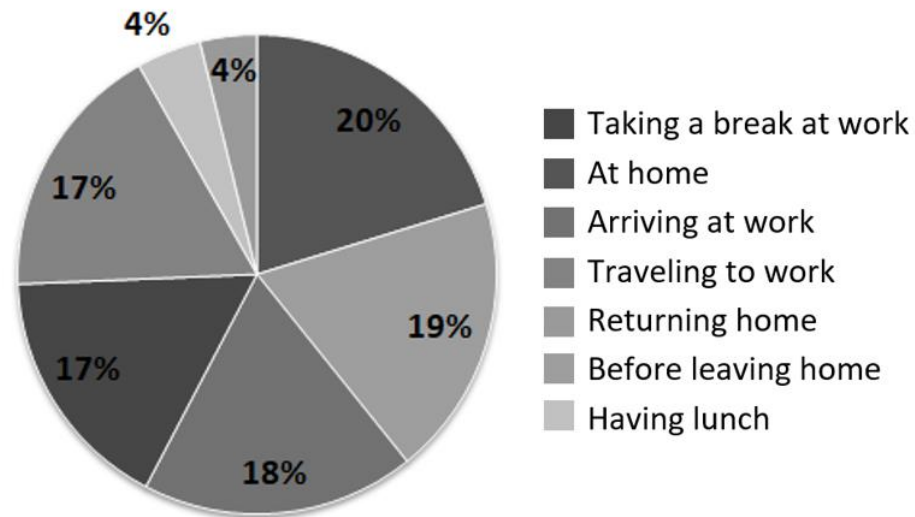


Figure 7. Moment of the day to read.

PREFERENCIA ENTRE LOS FORMATOS IMPRESOS.

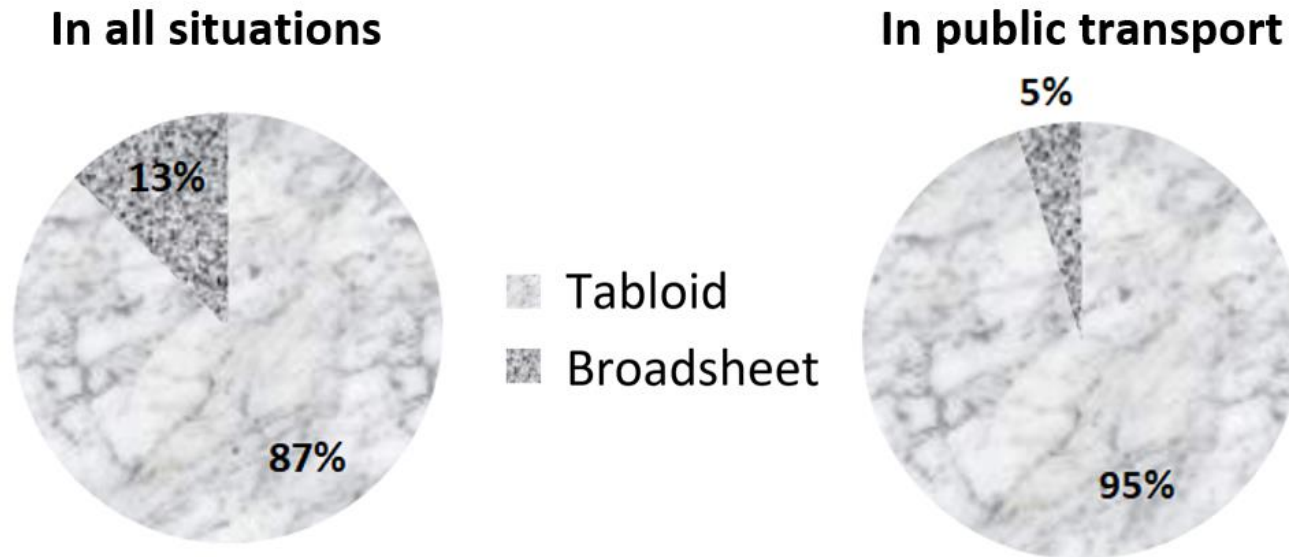


Figure 8. Preference between printed formats.

PERCEPCIÓN SOBRE LA IMAGEN DE LOS FORMATOS IMPRESOS.

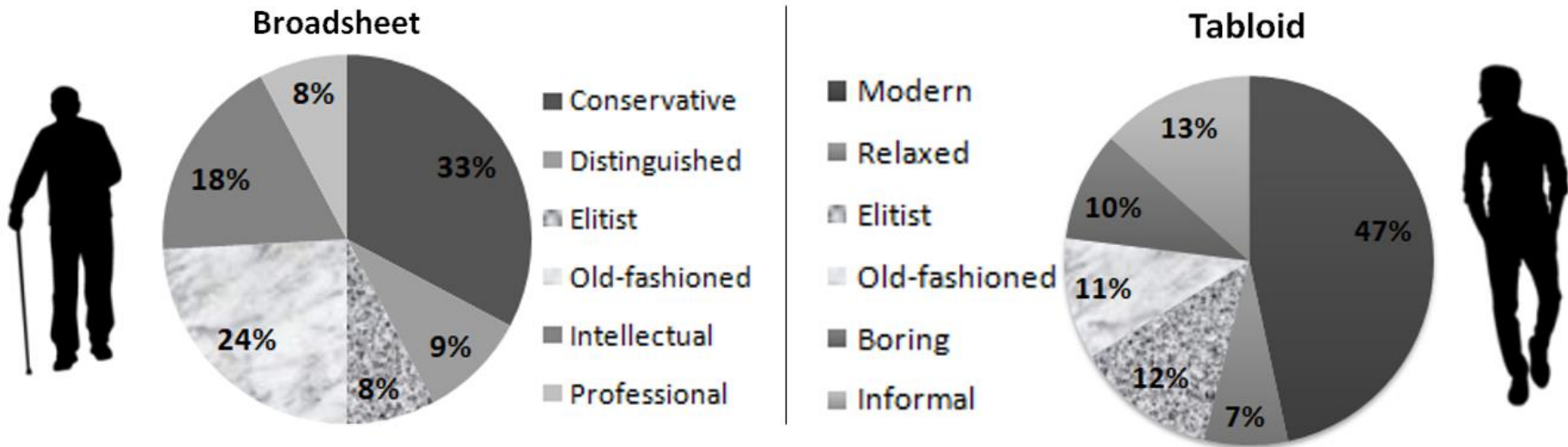


Figure 9. Perception about image related with the journal format.

OPINIÓN DE LOS NO LECTORES.

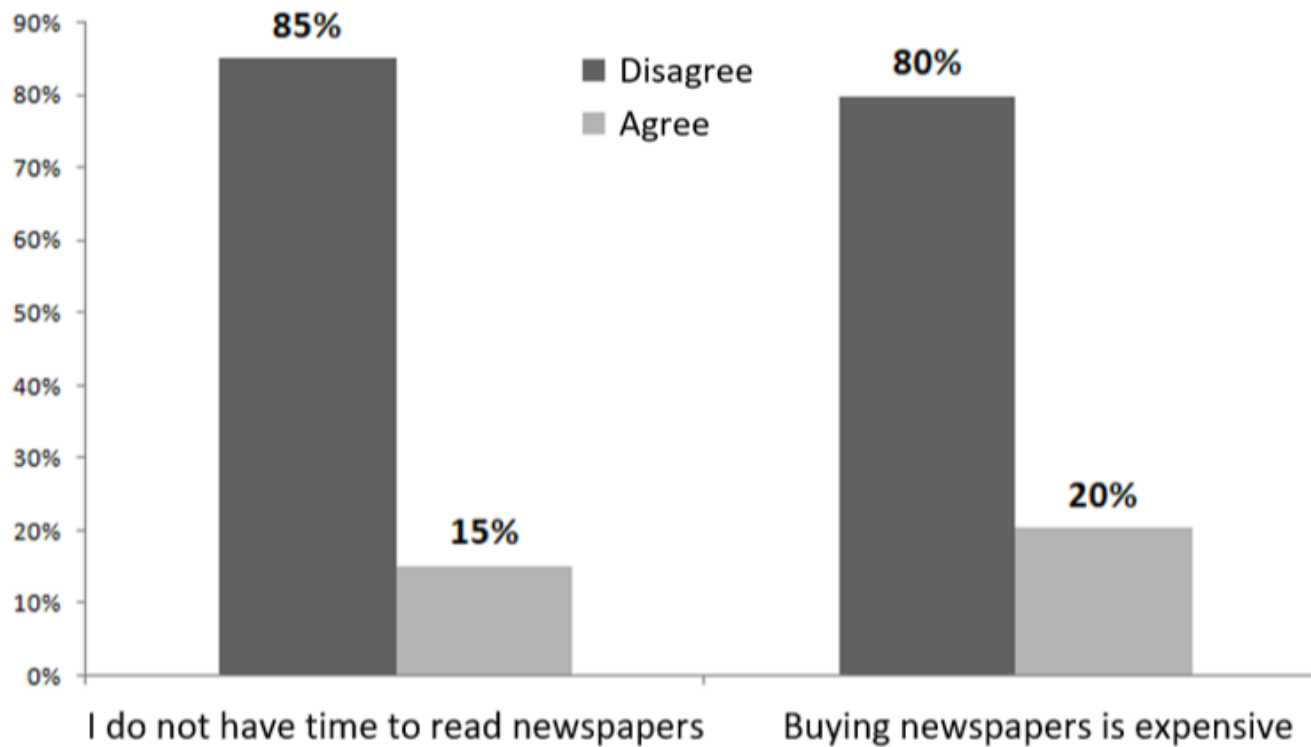
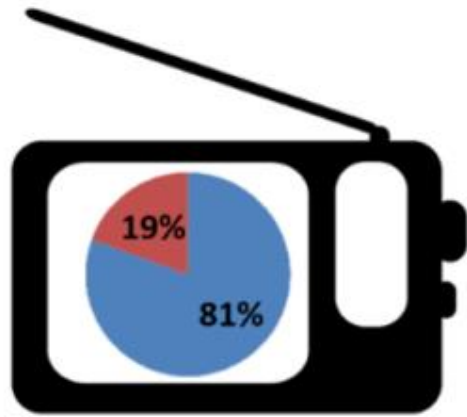
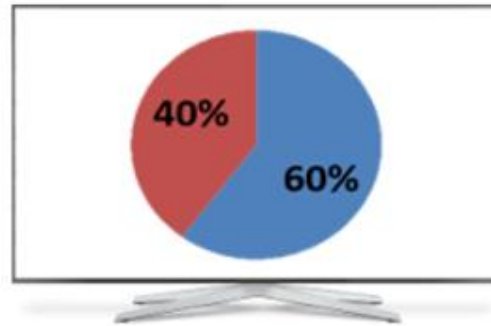


Figure 10. Reasons not to read.

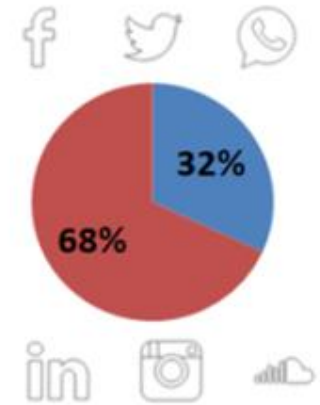
PREFERENCIA DE MEDIOS PARA OBTENER INFORMACIÓN.



■ Traditional Newspaper
■ Radio



■ Traditional Newspaper
■ TV



■ Traditional Newspaper
■ Social Networks

Figure 11. Comparison with other information media.

CONCLUSIÓN.

La mayoría de los profesionales leen las noticias para mantenerse informados, y la mayoría de los lectores todavía consume periódicos tradicionales al menos una vez a la semana.

La imagen de los diarios de tipo sábana se asocia con las personas mayores, mientras que los tabloides se vinculan con las personas más jóvenes y los valores contemporáneos.

Los periódicos tradicionales son un medio muy preferido para informarse en comparación con otros canales tradicionales, como la televisión y la radio. Pero no pueden superar a las redes sociales, que son las preferidas.



CONCLUSIÓN (CONT).

Los periódicos impresos continúan resistiendo, a pesar de la avalancha de los formatos digitales.

Se podría esperar un futuro prometedor para los periódicos digitales, pero también los impresos podrían tener algún camino por recorrer aún.



MUCHAS GRACIAS



REFERENCIAS.

Morales, O. & Espinoza, N. “Reading and Writing: Coexistence Between Print and Electronic”. *Educere*, July-Sept 2003, 213–222.

Eisenberg, M. B. “Information Literacy: Essential Skills for the Information Age”. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, March 2008, 28(2), 39–47.

Chandra, P. “Shifting from Print to Electronic Journals in ARL University Libraries”. *Serials Review*, 2007, 33(1), 4–13. DOI: 10.1080/00987913.2007.10765086 (accessed on July 7 2018)

Kaur, B. & Verma, R. “Use of Electronic Information Resources: A Case Study of Thapar University”. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, March 2009, 29(2), 67–73.

Singer, L. M. & Alexander, P. A. “Reading on Paper and Digitally: What the Past Decades of Empirical Research Reveal”. *Review of Educational Research*, July 2017, 87(6), 1007–1041. <https://doi.org/10.3102/0034654317722961> (accessed on May 28 2018)

REFERENCIAS (CONT).

- Catalano, A. “Hay 13 Millones de Líneas 4G en el País y ya Son el 10% de las Existentes en la Region”. iProfesional, May 15, 2017. <http://www.iprofesional.com/notas/246956-telecomunicaciones-4g-mviles-Hay-13-millones-de-lineas-4G-en-el-pais-y-ya-son-el-10-de-las-existentes-en-la-region> (accessed on May 28 2018)
- Cabot, D. “Un Celular y Medio por Cada Argentino”. La Nación, August 16, 2015. <https://www.lanacion.com.ar/1819478-un-celular-y-medio-por-cada-argentino> (accessed on May 28 2018)
- Sticco, D. “En la Argentina Hay Más de Tres Usuarios de Celulares por Cada Uno con Cuenta Bancaria”. Infobae, March 13, 2017. <https://www.infobae.com/economia/2017/03/13/en-la-argentina-hay-mas-de-3-usuarios-de-celulares-por-cada-uno-con-cuenta-bancaria/> (accessed on May 28 2018)
- Douglas, T. “Death of the Broadsheet? The Times Took Many By Surprise with its Announcement that It Was Abandoning Its Broadsheet Format After 216 Years”. BBC News, October 30, 2004. http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/3967549.stm (accessed on May 28 2018)
- O’Carroll L. “Guardian Rejects Tabloid”. The Guardian, February 13, 2004. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/13/theguardian.pressandpublishing> (accessed on May 28 2018)

REFERENCIAS (CONT).

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Marco general de los medios en España 2018. AIMC, 2018 <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/02/marco18.pdf> (accessed on May 28 2018)

Tata Group. Tata Literature Live! Survey 2014 reveals India's preference for the written word. Tata, November 04, 2014 <http://www.tata.com/article/inside/Tata-Literature-Live-Survey-2014-reveals-Indias-palate-for-the-written-word> (accessed on May 28 2018)

Mitchell, A.; Gottfried, J; Barthel, M. & Shearer, E. The modern news consumer: News attitudes and practices in the digital era. Pew Research Center, July 7 2016.

“National Survey of Cultural Consumers and Digital Environment, Dependent on the National Direction of Cultural Industries-Argentina National University of San Martín and with the Collaboration of the Center for Research in Applied Statistics (CINEA) of the National University of Tres de Febrero. 2013.