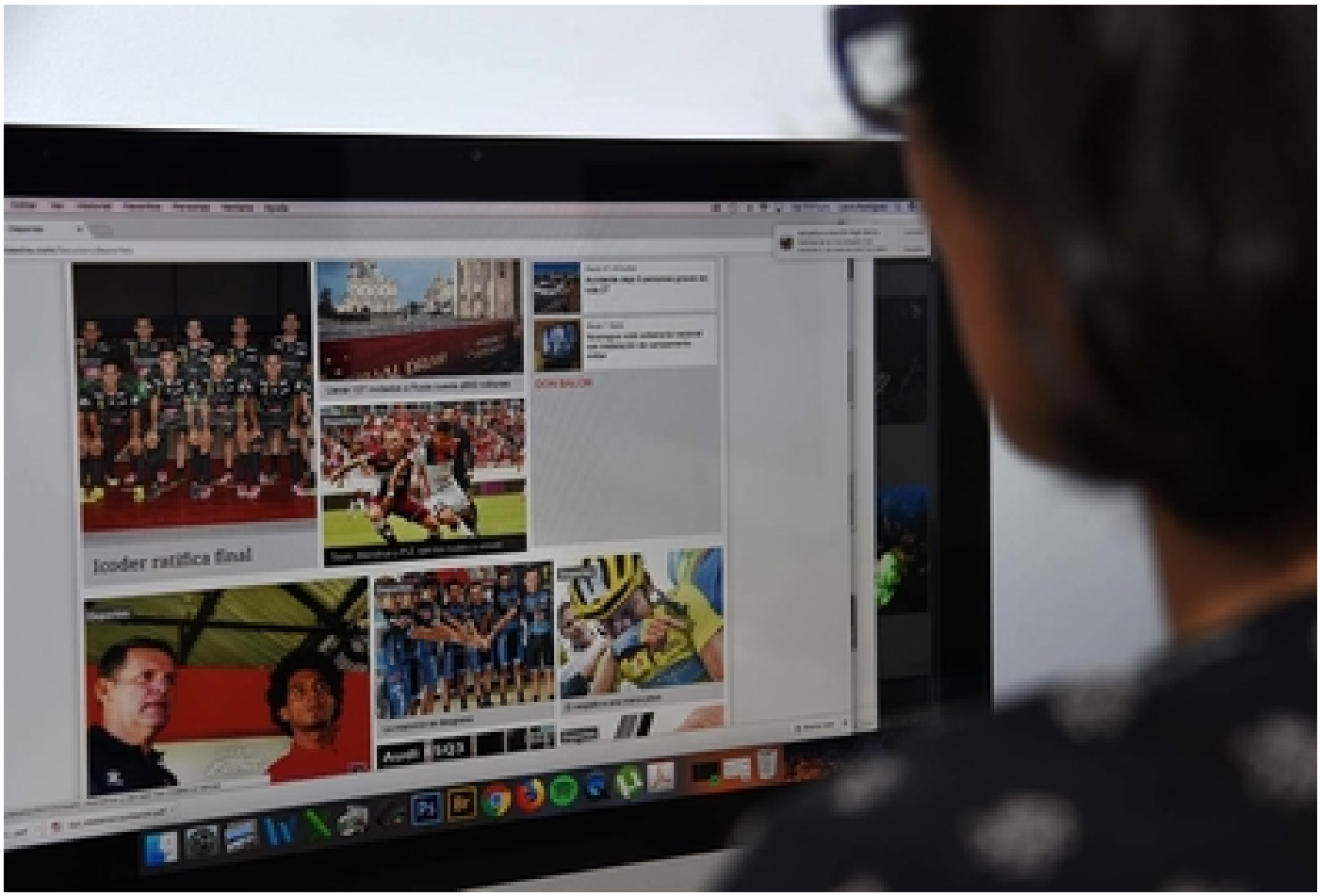
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Costarricenses consumen pocas noticias periodísticas en redes sociales

La frecuencia de consumo del contenido divulgado por medios de comunicación se equipara con informaciones compartidas por WhatsApp

31 JUL 2019



Personas encuestadas consideran que se divulgan noticias falsas en los medios de comunicación con la misma frecuencia que en las redes sociales y en WhatsApp. Imagen con fines ilustrativos. Karla Richmond

Los costarricenses **consumen pocas noticias periodísticas por medio de redes sociales, así lo revela el más reciente** estudio de opinión sociopolítica dado a conocer este 31 de julio por la Universidad de Costa Rica (UCR).

La medición, que se realizó del 13 al 17 de mayo a partir de 805 encuestas telefónicas, estuvo a cargo del Centro de Investigación en Estudios Políticos (CIEP), el Centro de Investigación en Comunicación (Cicom) y el Instituto de Investigaciones Psicológicas (IIP).

Según el investigador del CIEP, Carlos Brenes, **pese a que diversos análisis reconocen que Costa Rica es uno de los países que encabeza el uso de redes sociales en la región, este estudio brinda datos reveladores sobre los hábitos de consumo de sus audiencias.**

"Aunque la penetración de una red social como Facebook en el país es de alrededor del 80 %, esta medición nos permite determinar que los costarricenses no la utilizan prioritariamente para consumir noticias periodísticas", afirmó el analista.

Dentro del panorama de bajo consumo, las noticias que generan mayor interés entre los costarricenses en las redes sociales se refieren a contenidos relacionados con sucesos y problemáticas sociales.

Las respuestas brindadas por los encuestados posicionan a Telenoticias como el medio que obtiene un mayor consumo de información en las redes sociales, seguido por Noticias Repretel y posteriormente por CRHoy.

Brenes destacó que, además de las redes sociales de los medios de comunicación, **las personas consultadas le atribuyen una gran importancia a la divulgación de noticias que realizan sus contactos.**

"Nos damos cuenta de que la información que comparten los amigos y las personas que tengo en mi red es muy importante en la construcción de la dieta informativa digital que tengo como usuario", explicó el académico.

El consumo en redes sociales se equipara con el de WhatsApp

La investigación destaca que **el consumo de informaciones periodísticas que realizan las personas en Costa Rica por medio de las redes sociales se equipara con el de noticias por medio de WhatsApp** a partir de conversaciones con amistades y grupos.

El investigador del Cicom, Ignacio Siles, considera relevante el posicionamiento que ha tenido en poco tiempo WhatsApp como plataforma para compartir información y asegura que el fenómeno es "muy propio de la forma en que consumimos noticias hoy en día".

"Estas plataformas facilitan un tipo de consumo más incidental o fragmentado, donde ya no dedicamos mucho tiempo para consumir contenidos ni tampoco leemos todas las partes de una nota para sentirnos informados", enfatizó Siles.

Los contenidos informativos que reciben con mayor frecuencia los usuarios de WhatsApp se refieren a sucesos y entretenimiento, mientras que las audiencias tanto en este caso como en las redes sociales son mayoritariamente personas jóvenes con estudios universitarios.

Según el estudio, en las redes sociales los usuarios comentan las noticias pero evitan involucrarse en discusiones sobre la información y prefieren compartir los contenidos por medio de WhatsApp.

Subrayó que, según los resultados, para las audiencias tiene la misma credibilidad la información que dan a conocer los medios de comunicación y el contenido que reciben por parte de sus familiares y amigos.

Noticias falsas impactan el panorama mediático digital

Las personas consultadas para esta encuesta **consideran que se divulgan noticias falsas en los medios de comunicación con la misma frecuencia que en las redes sociales y en WhatsApp.**

Destaca que un 19 % de los encuestados reconoció haber compartido por plataformas de redes sociales noticias que habían identificado como falsas, mientras que un 18 % afirmó haberlo hecho por WhatsApp.

Un 36 % de la muestra afirma que puede reconocer noticias falsas, el 33 % se siente "algo" capaz de hacerlo y el 30 % considera que tiene de poca a ninguna posibilidad de identificar este tipo de informaciones.

Según el experto del Instituto de Investigaciones Psicológicas (IIP), Rolando Pérez, en algunos casos **la confianza de las audiencias en las fuentes impide que cuestionen el contenido, pero en otras ocasiones, la divulgan de manera consciente pese a que reconocen su falsedad.**

"Las personas que están orientadas a difundir ese tipo de noticias lo hacen independientemente de que cuenten con información contraria, pues su acción responde más bien a convicciones de tipo ideológico o político", explicó Pérez.

Para evitar la divulgación de noticias falsas, los costarricenses consultados atribuyen la principal responsabilidad a los periodistas y medios de comunicación, a los lectores, a las compañías que administran redes sociales y a los sitios de búsqueda de información.

La mayoría de **las personas encuestadas reconocieron el deber de los usuarios de aprender a identificar estas informaciones, pero, además, consideran que el Estado debe monitorear estos contenidos y sancionar** a quienes los generen o compartan.

La encuesta se aplicó de forma aleatoria por medio de llamadas a teléfono celular a personas mayores de edad ubicadas en todas las provincias del país. Los resultados tienen un índice de confianza del 95 %. Puede conocer el informe completo aquí.

Andrea Méndez Montero
Periodista, Oficina de Divulgación e Información
Destacada en ciencias sociales
andrea.mendezmontero@ucr.ac.cr