

Estrategias de investigación en red para comprender el entorno digital

Silvana Comba^{1*}

Maximiliano Peret^{2**}

Paula Inés Porta^{3***}

Alejandro Rost^{4****}

Edgardo Toledo^{5*****}

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

Resumen

Nos preguntamos cómo se informan y cómo estudian los estudiantes de Periodismo y Comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales. Desarrollamos el trabajo a través de Internet: soporte material para nuestra labor de investigación y, a la vez, ambiente en el que desenvuelven sus prácticas de información y de estudio las y los estudiantes en contexto de pandemia. Logramos entonces avanzar

^{1*} Magíster en Comunicación Social por la Universidad Diego Portales, Santiago de Chile. Licenciada en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario. Docente e investigadora. Publica en revistas académicas nacionales e internacionales y en medios periodísticos. Correo electrónico: silvanacomba7@gmail.com

^{2**} Maestrando en Tecnología Educativa (UBA) y licenciado en Comunicación Social (UNICEN). Docente e investigador. Correo electrónico: maximilianoperet@gmail.com

^{3***} Doctora en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Magíster en Producción Audiovisual en el Espacio Iberoamericano, Universidad Internacional de Andalucía España. Licenciada en Comunicación Social (UNLP). Docente de grado y posgrado e investigadora. Correo electrónico: paulainesporta@gmail.com

^{4****} Doctor en Periodismo y Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (España). Profesor e investigador en la Universidad Nacional del Comahue. Correo electrónico: rostalejandro@gmail.com

^{5*****} Magíster en Comunicación Social, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile. Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario. Docente e investigador en la UNR. Correo electrónico: panitoledo@gmail.com

Fecha de recepción: 19/8/2021. Fecha de aceptación: 29/8/2021.

con el trabajo de campo y la sistematización de la información experimentando la convergencia. Conformamos una comunidad virtual que permitió acercarnos a nuestro objeto de estudio. Esta instancia de producción de conocimiento colectivo estrechó la distancia con los estudiantes y facilitó el diálogo casi simultáneo sobre los avances del trabajo, superando las limitaciones geográficas, climáticas y pandémicas.

Diseñamos una modalidad de trabajo que denominamos “Investigar en Red”. Establecimos reuniones periódicas para generar acuerdos y consensos, la organización de las distintas etapas de la investigación, el diseño de las herramientas de recolección y el análisis de datos. La realización, desgrabación y codificación de las entrevistas fueron concretadas a través de Internet con dispositivos móviles; del mismo modo, se concretó la instancia cuantitativa. Nos interesa compartir la modalidad de trabajo y las principales tendencias que surgen a partir del análisis de trabajo de campo realizado en el contexto de pandemia (mayo 2020 / junio 2021).

Palabras clave: Tecnologías; Investigación; Comunicación; Educación; Información.

Network research strategies to understand the digital environment

Abstract

We wonder how students of journalism and communication of Argentine universities are informed and how they study through digital devices. We carried out this work through the Internet: material support for our research and, at the same time, the environment in which students execute their information and study practices in the context of pandemic. We were able to move forward with the fieldwork and the systematization of the information experiencing convergence. We formed a virtual community that allowed us to approach our object of study. This instance of collective knowledge production

narrowed the distance with the students and facilitated an almost simultaneous dialogue on the progress of the work, overcoming geographical, climatic and pandemic limitations.

We designed a working method that we called "Researching in a network". We established periodic meetings to generate agreements and consensus, the organization of the different stages of the research, the design of data collection tools and data analysis. The interviews were conducted, recorded and codified through the Internet with mobile devices; in the same way, the quantitative stage was carried out. We are interested in sharing this working method and the main trends that emerge from the analysis of fieldwork conducted in the context of a pandemic (May 2020 / June 2021).

Keywords: *Technologies; Research; Communication; Education; Information.*

Estratégias de pesquisa online para entender o ambiente digital

Resumo

Nos perguntamos como os estudantes de jornalismo e comunicação das universidades argentinas se informam e estudam através de aparelhos digitais. Realizamos o trabalho através da Internet: suporte material para o nosso trabalho de investigação e, ao mesmo tempo, um ambiente no qual os alunos realizam as suas práticas de informação e de estudo no contexto de uma pandemia. Conseguimos então avançar com o trabalho de campo e a sistematização das informações, vivenciando a convergência. Formamos uma comunidade virtual que nos permitiu aproximar do nosso objeto de estudo. Essa instância de produção de conhecimento coletivo, estreitou a distância com os alunos e facilitou o diálogo quase simultâneo sobre o avance dos trabalhos, superando limitações geográficas, climáticas e pandêmicas.

Desenhamos uma modalidade de trabalho que denominamos "Pesquisar em rede". Estabelecemos reuniões periódicas para a geração de acordos e consensos, a organização das diferentes etapas da investigação, o desenho dos instrumentos de coleta e a análise dos dados. A realização, descarga e codificação das entrevistas foram realizadas por meio da Internet em dispositivos eletrônicos; da mesma forma, se finalizou a instância quantitativa. Nos interessa compartilhar a modalidade de trabalho e as principais tendências que emergem da análise do trabalho de campo realizado no contexto de uma pandemia (maio de 2020 / junho de 2021).

Palavras-chave: *Tecnologias; Pesquisa; Comunicação; Educação; Informação.*

Contexto

La tecnología digital se fue incorporando a los procesos de educación y comunicación en términos desiguales a partir de diversas iniciativas. El contexto de pandemia, a partir del mes de marzo de 2020, marca un hito en el uso de tecnologías, plataformas, dispositivos y redes de comunicación para continuar con la educación, los trabajos, la socialización, la vida durante el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO)⁶.

Además, la labor de investigación y el trabajo de campo debieron ser modificados para iniciar el proyecto. Se evaluaron las múltiples oportunidades de las que disponíamos a partir del ecosistema digital: gestionar, entrevistar, sistematizar, debatir y publicar en red nos permitió avanzar con el plan y consolidar un grupo con representantes de once universidades públicas y privadas de Argentina. Describiremos

⁶ Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio. Decreto 297/2020, disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320> (del 19 al 31 de marzo, prorrogado por el decreto 325/2020).

las circunstancias históricas, culturales y tecnológicas en las que producimos conocimiento.

El objetivo del proyecto era indagar acerca de cómo se informan y cómo estudian los estudiantes de periodismo y de comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales⁷ Desarrollamos el trabajo a través de Internet: soporte material para nuestra labor de investigación y, a la vez, ambiente en el que desenvuelven sus prácticas de información y de estudio los estudiantes en contexto de pandemia. Logramos, entonces, avanzar con el trabajo de campo y con la sistematización de la información experimentando la convergencia, entendida como fenómeno cultural; de este modo, método y objeto de estudio articulan nuevas formas de conocimiento (Hine, 2005). Conformamos una comunidad virtual que permitió acercarnos de un modo novedoso a nuestro objeto de estudio generando una experiencia de “inteligencia colectiva” (Lévy, 2004).

Esta experiencia estrechó la distancia con los estudiantes y facilitó el diálogo casi simultáneo sobre los avances del trabajo, superando las limitaciones geográficas, climáticas y pandémicas.

Diseñamos una modalidad de trabajo denominada “Investigar en Red”. Establecimos reuniones periódicas para generar acuerdos y consensos, la organización de las distintas etapas de la investigación, el diseño de las herramientas de recolección de datos y el análisis de esos datos. La red está organizada en nodos locales, conformados por el conjunto de investigadores/as de una misma universidad. En este sentido, la organización del trabajo colaborativo alterna instancias generales (en donde participan todos los miembros de cada nodo) y reuniones “locales”, internas de cada nodo. La página web de Investigar en Red es www.investigarenred.ar

⁷ Proyecto: “Cómo se informan y cómo estudian los estudiantes de periodismo y comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales”, 15.º Concurso interno de Proyectos de Investigación Científica 2019 – Vicerrectorado de Investigación Universidad Austral.

Investigar en red: una experiencia

El grupo de Investigar en Red comenzó a tomar forma cuando el Dr. Francisco Albarello convocó a colegas de diversas universidades para empezar a diseñar una propuesta de investigación que permitiera compartir la tarea de investigación, saberes, experiencias y formas de trabajo. Algo había comenzado antes: desde hace años las presentaciones en congresos y las publicaciones en revistas científicas eran una muestra de que, en el país, investigadores de diferentes universidades nos encontramos trabajando con los mismos objetos. Esa primera reunión fue el puntapié inicial para tomar la decisión de unir esos trabajos y construir una red de investigadores en comunicación, articulados y con un objeto de estudio común; de alcance nacional, integrada por representantes de once universidades públicas y privadas en lo que se constituye como una experiencia inédita en el ámbito de las carreras de Comunicación Social y Periodismo de Argentina.

El grupo de trabajo está conformado por equipos⁸ de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral (Pilar, Buenos Aires); la Facultad de

⁸ Integrantes del Equipo de Investigación: Francisco Albarello y María José Muller (Universidad Austral); Alejandro Rost, Fabián Bergero y María Teresa Bernardi (Universidad Nacional del Comahue); Maximiliano Peret, Sergio Magallanes y Nicolás Casado (Universidad Nacional del Centro); Alejandra Siles Pavón, Mariel Quintana y César Arrueta (Universidad Nacional de Jujuy); Teresa Tsuji y Julián López Perdíz (Universidad Nacional de Lomas de Zamora); Paula Porta, Julieta Cané y Natalia Zapata (Universidad Nacional de La Plata); Paula Pedelaborde, Soledad García, Julio Santarelli y Gustavo Silvestre (Universidad Nacional de La Pampa); Leandro Fridman, Mariana Perticará y Marcela Rosales (Universidad Nacional del Litoral); Francisco Arri y Graciela Paredes (Universidad del Salvador); Marcela Farré y Alejandro Saya (Universidad Blas Pascal); Silvana Comba, Edgardo Toledo y Luciano Pamucio (Universidad Nacional de Rosario).

Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (Buenos Aires); la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro (Olavarría, Buenos Aires); las carreras de Comunicación de la Universidad Blas Pascal (Córdoba); la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Buenos Aires); la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (Jujuy); la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue (General Roca, Río Negro); la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (Santa Fe), la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador (Ciudad Autónoma de Buenos Aires); la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Universidad Nacional del Litoral (Santa Fe) y la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa (La Pampa). Cada una de estas facultades se constituyó como nodo local, y en ellos se integran los investigadores de esa universidad y se organiza la dinámica de trabajo para cada una de estas asociaciones, las que no son cerradas y admiten la incorporación de participantes si la recopilación y la sistematización de datos así lo requieren.

El trabajo en red integra las instancias locales con las acciones generales, en las cuales participan todos los miembros de los nodos para coordinar acciones, planificar actividades, analizar los avances y realizar capacitaciones internas en metodologías de trabajo y en el uso de aplicaciones útiles para las tareas a realizar. Las reuniones se concretan a través de plataformas de videoconferencias como Zoom o Meet y todos los materiales generados se comparten en la nube, para que cada integrante del colectivo pueda acceder a toda la información disponible con el fin de hacer colaborativo y transparente el proceso. Es por esto que podemos afirmar que, si bien Internet es parte

de nuestro objeto de estudio, también es el ambiente en el que se desarrolla el trabajo de investigación.

La dinámica de trabajo implica una planificación adecuada a las diferentes etapas con la organización de las mencionadas reuniones periódicas, de las que pueden participar todos los integrantes, y en las que se procura que todos los nodos estén representados, pero también se han implementado canales de comunicación que permiten garantizar un acompañamiento *online* permanente. El entorno de trabajo, con los diferentes recursos implementados para el intercambio, se ha transformado en un espacio en el que compartir saberes, experiencias, herramientas o aplicaciones es muestra de la sinergia que permitió constituir este grupo de investigación que ha desarrollado su propuesta en el contexto generado por el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) determinado por la pandemia de COVID-19 y que, en las condiciones que tal medida impuso, ha llevado adelante el proceso de analizar los consumos de noticias y prácticas de estudio de los estudiantes de Comunicación y de Periodismo en Argentina.

Trabajo de campo:

a. Entrevistas a través de videoconferencias

Los objetivos generales de nuestro trabajo eran dos: por un lado, describir las rutinas de consumo de noticias que realizan los estudiantes universitarios de las carreras de Periodismo y de Comunicación en su vida cotidiana; por otro lado, comprender las formas en que estos alumnos utilizan los distintos medios a la hora de estudiar.

Para investigarlo, decidimos combinar metodologías cualitativas y cuantitativas. El abordaje cualitativo consistió en realizar entrevistas en profundidad a estudiantes universitarios de 18 a 24 años que, actualmente, cursan las carreras de Comunicación Social o de Periodismo en distintas universidades argentinas. Buscamos hallar ciertos

patrones o repertorios de estrategias de “lectura transmedia” (Albarello, 2019) en sus rutinas de consumo de información y prácticas de estudio, en las que ponen en juego distintos medios y plataformas.

En el contexto de Aislamiento Social Preventivo Obligatorio en el que estábamos en 2020 por la pandemia de COVID-19, decidimos realizar las entrevistas mediante plataformas de videoconferencias como Zoom o Google Meet. Hacerlas por esta vía tuvo varias ventajas: 1) nos facilitó el contacto con estudiantes que estaban en distintos lugares del país, no solo en la ciudad donde la carrera tiene su sede, debido a que muchos habían regresado a sus localidades de origen por la pandemia; 2) nos agilizó la gestión y la concreción de la entrevista, evitando traslados complejos en el contexto del ASPO; 3) nos permitió contar con una grabación en video de la conversación, previo pedido de autorización a quienes entrevistamos.

Antes de concretar las entrevistas, en el equipo de investigación nos planteamos la posibilidad de hacer un registro de la navegación de cada estudiante en su computadora o celular pidiéndole que comparta su pantalla, para tomar nota de los hábitos y de las rutinas de lectura transmedia. Pero, finalmente, desistimos de esta alternativa porque evaluamos que, además de que implicaba una dificultad técnica un poco mayor, podría considerarse invasiva y el resultado podría manifestarse como poco espontáneo. Resolvimos, entonces, solo registrar lo que nos contaba cada estudiante.

En cuanto al número de entrevistas, partimos de una base mínima de quince casos por cada universidad. Se incluyeron once universidades —tanto públicas como privadas— de distintos puntos del país: Universidad Austral (Pilar, provincia de Buenos Aires), Universidad del Salvador (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Universidad Nacional de Jujuy (San Salvador de Jujuy, provincia de Jujuy), Universidad Nacional del Comahue (General Roca, Río Negro), Universidad Nacional del Centro de la

Provincia de Buenos Aires (Olavarría, provincia de Buenos Aires), Universidad Nacional de Rosario (Rosario, provincia de Santa Fe), Universidad Blas Pascal (Córdoba), Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Lomas de Zamora, provincia de Buenos Aires), Universidad Nacional del Litoral (ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe), Universidad Nacional de La Pampa (Santa Rosa, La Pampa) y Universidad Nacional de La Plata (La Plata, provincia de Buenos Aires).

Para la selección de los potenciales entrevistados, buscamos que hubiera un equilibrio entre personas de distinto género y con diversas trayectorias en la carrera (de primero a cuarto o quinto año, dependiendo del plan de estudios). Elaboramos un guión de referencia para las preguntas organizado en tres partes: 1) Datos sociodemográficos y tipo de conectividad; 2) ¿Cómo se informa? (medios de referencia, redes sociales, dispositivos, rutinas, contenidos falsos); 3) ¿Cómo estudia? (dispositivos, plataformas, rutinas, comunicación con pares y docentes, papel o pantalla). Este guión fue analizado, discutido y corregido por todo el grupo de investigación en distintas reuniones, también por videoconferencias.

Finalmente, obtuvimos 165 entrevistas en total, con una composición bastante diversificada geográficamente, debido a que incluyó estudiantes del norte, centro y sur del país. Cada entrevista tuvo una duración de aproximadamente 40 minutos. Se realizaron entre agosto y noviembre de 2020.

b. Desgrabación en contexto digital

Todas las entrevistas fueron grabadas en video y luego subidas a plataformas de almacenamiento como Google Drive y YouTube, visibles sólo para el grupo de investigación. Para facilitar el proceso de desgrabación, los equipos de cada universidad usaron distintas herramientas gratuitas: el desgrabador del sitio Chequeado

(<https://chequeabot.chequeado.com/desgrabador/>), la plataforma OTranscribe (<https://otranscribe.com/>), la aplicación Speechnotes (<https://speechnotes.co/es/>) y el dictado por voz de GoogleDocs. Para ello, en algunos casos fue necesario subir previamente los videos a YouTube (en oculto) o los audios a la plataforma correspondiente.

Nos resultó muy útil compartir la existencia de estos recursos, asesorarnos en su uso y describir la metodología que íbamos a utilizar en un grupo de Whatsapp integrado por los investigadores del equipo Investigar en Red, que usamos para cuestiones operativas y de ágil comunicación. Para mayo de 2021, todas las entrevistas fueron desgrabadas y subidas al Google Drive que comparte el grupo. El siguiente paso fue procesar el material con el *software* Atlas.Ti.

c. Capacitación en red: uso del *software*

Estrategias de acompañamiento y consultas *online*

Para analizar las 165 entrevistas fue necesario recurrir a una herramienta de *software* que pudiera procesar una cantidad importante de información. Utilizamos, entonces, el Atlas.Ti, un *software* para el análisis cualitativo de datos⁹.

En el equipo de investigación, participamos veintisiete investigadoras e investigadores de carreras de Comunicación Social y Periodismo de once universidades de la Argentina, la mayoría de los cuales no había utilizado nunca este programa. Fue necesario, entonces, hacer una capacitación interna para el manejo del Atlas.Ti, que se desarrolló también por videoconferencia en un par de sesiones. Los capacitadores fueron Francisco Albarello, director del proyecto, y Francisco Arri, ambos con experiencia previa en el uso del *software*.

⁹ Utilizamos la versión Atlas.Ti v7.5.7

d. Diseño de recursos de asistencia remota

Paralelamente, los capacitadores redactaron un tutorial de ayuda con el procedimiento que debía seguir cada universidad para la codificación de las entrevistas con Atlas.Ti. Los integrantes de cada subgrupo de las once universidades se encargaron, entonces, de contar con una versión del *software* en una computadora para poder hacer un primer procesamiento de los datos obtenidos para sus propios estudiantes. Cada subgrupo creó una unidad hermenéutica o proyecto en el Atlas.Ti donde se guardaron todas las entrevistas realizadas en esa universidad, para luego poder hacer la codificación.

Al utilizar el *software* Atlas.ti, se facilitó el análisis cualitativo de grandes volúmenes de datos textuales. Según Wimmer y Dominick, la “codificación” —término aplicado al análisis de contenido de los medios masivos— es la tarea de adscripción de una unidad de análisis dentro de una determinada categoría (Wimmer y Dominick, 1996, pág. 181). En ese sentido, se definieron los códigos a fin de realizar un análisis lo más exhaustivo posible para dar lugar luego a las comparaciones. A partir del análisis comparativo, tanto en el interior de las entrevistas como entre las entrevistas mismas, se procederá a la redacción de los resultados, la cual estará organizada de forma coherente siguiendo los temas y subtemas propuestos en el guión de entrevista y comprendidos con mayor especificidad en los códigos de análisis. En la redacción final, se extraerán las citas de las posiciones representativas o excepcionales de los temas tratados.

e. Procesamiento: codificación/decodificación

Trabajamos y discutimos en varias sesiones de videoconferencias una propuesta de libro de códigos para categorizar y analizar las entrevistas. Finalmente, acordamos usar diecisiete códigos comunes: “acceso a Internet”, “tipo de celular”, “tiempo de conexión”, “lugar de conexión”, “rutina con la tecnología”, “redes sociales como fuente de información”, “consumo de medios tradicionales”, “sitios de noticias”, “consumos

emergentes”, “uso de Whatsapp y otros para informarse”, “uso de dispositivos para el estudio”, “uso del *smartphone* para el estudio”, “*fake news*”, “papel/pantalla”, “apuntes colaborativos”, “cursada *online*”, “producción de contenidos”.

A su vez, cada universidad agregó otros códigos que consideraron relevantes para su propio análisis interno, por lo que se sumaron cuatro más. Una vez definidos los códigos, los investigadores y las investigadoras procedieron a analizar las entrevistas e identificar las citas que correspondían a las categorías acordadas.

f. Procedimiento

Cantidad de información relevada

Al finalizar la codificación de su propio corpus, cada universidad exportó y subió el archivo (AltPac) generado al Drive compartido. Luego, los once archivos con las codificaciones se reunieron y procesaron en el Atlas.Ti de una sola computadora.

Se pudo así generar un único y extenso archivo en Word con todas las entrevistas codificadas. Es decir, las 165 entrevistas fueron agrupadas en un solo documento de 1325 páginas, que contiene 5024 citas y 21 códigos. Para el análisis de todo ese material y para repartirnos la tarea, acordamos que cada subgrupo de universidad eligiera y analizará un código con todas las citas correspondientes de todas las sedes.

Hay una segunda etapa cuantitativa en la que encuestamos a cerca de 2000 estudiantes de todas las universidades; la encuesta se realizó a través de un formulario autoadministrado y de manera *online*. Las preguntas que formaron parte de la encuesta surgieron de las categorías de análisis que habían sido arrojadas de las entrevistas en profundidad de la fase cualitativa. Al igual que en la fase cualitativa, la muestra es representativa sólo de las universidades seleccionadas. Además, se realizará una triangulación metodológica mixta, tanto de técnicas como de datos, combinando

metodologías cualitativas y cuantitativas: “la triangulación incluye la adopción por parte de los investigadores de diferentes perspectivas sobre un problema sometido a estudio” (Flick, 2014, pág. 67). Asimismo, la encuesta es uno de los métodos más extendidos de investigación en el campo de la comunicación, fundamentalmente debido a su flexibilidad. Tal como indican Wimmer y Dominck, “uno de los principales objetivos de toda investigación científica consiste en describir la naturaleza de una población, ya sea esta un grupo o clase de sujetos, variables, conceptos o fenómenos” (1996 p 23) . Los resultados encontrados en la fase cualitativa servirán de base para el estudio cuantitativo. El procesamiento, análisis e interpretación de esta información constituirán el próximo desafío.

g. Resultados preliminares

Presentamos algunos resultados preliminares dado que estamos en la fase de análisis, y destacamos particularmente los hallazgos relacionados con el consumo de información.

- **Prácticas de consumo de información**

Estamos transitando el pasaje de un período en el que el consumo de información se concebía en forma lineal, a través de *información empaquetada* provista por los medios masivos, a otro escenario en el cual el *consumo y la producción son parte de un mismo proceso*, por medio del manejo creativo de contenido informativo preexistente. Ahora, tanto la gestación como la comunicación y la recepción de información se entremezclan en los medios sociales sin un orden secuencial. De esta manera, creemos necesario indagar en estos nuevos procesos de comunicación.

Los primeros resultados de la investigación muestran que hubo un cambio de rutinas informativas de los jóvenes a partir de la cuarentena. Aumentó su consumo de medios masivos, particularmente la TV y la radio, en el contexto familiar. No solo porque

están más tiempo en el hogar, sino porque algunos volvieron a vivir en la casa de sus padres, ya que durante la pandemia regresaron a sus ciudades de origen. Esta circunstancia provocó un cambio en el contexto de recepción. Compartir la vida familiar y los espacios comunes de la casa aparece como un factor nuevo: ahora tienen TV y ven noticieros durante las comidas que hacen juntos y escuchan la radio. De este modo, creció el consumo de TV y se muestran críticos respecto de lo que ven. Podríamos decir que la radio y la televisión están asociadas a un consumo familiar: “Veó televisión al mediodía, mi familia ve noticieros, pero no me informa porque son cosas que ya pasaron, o ya estoy al tanto por las redes” (Julián, 157 UNR, Caso 6, 4.º año).

Nadie consume información a través de los periódicos de papel, y los asocian a un *recuerdo*, apenas un reconocimiento, como ver diarios en los escaparates de los quioscos de la calle.

El celular es la puerta de entrada al “consumo incidental de información” (Boczkowski, Matassi y Mitechelstein, 2016): los jóvenes ya no van en busca de información, sino que se encuentran con ella mientras surfean la pantalla de este dispositivo. Como audiencias interactivas, son difusoras selectivas y expansivas; en Facebook, Twitter, YouTube e Instagram extienden la circulación de la información, son orientadoras de preferencias y convocan a sus seguidores/fans a consumir esos contenidos bajo el formato de videos, *podcasts*, memes, textos, fotos, emojis, *gifts*, etcétera. Es decir, la *incidentalización* del consumo de noticias genera una pérdida de contexto y jerarquía del contenido periodístico y da lugar a otras prácticas de consumo/producción. “No es que yo busco saber lo que pasó en el día, es como que las cosas me van llegando, como que me van saltando en el inicio o, alguien me dice algo, y eso me lleva a buscarlo” (Morena, 97 UNL, Caso 02, 5.º año).

Twitter aparece como el espacio privilegiado para el consumo de información, principalmente mediante el uso de hashtags, las tendencias y los comentarios que reflejan opinión:

Uso mucho Twitter. Tengo listas armadas, por ejemplo, por temáticas entonces, videojuegos, toda esa cuestión... También sigo a muchos periodistas independientes, en Twitter sobre todo. Tengo esa información y también entro a las tendencias a la mañana y a la noche, en los primeros y últimos momentos del día veo las tendencias. (Rosario, 32 UBP, Caso14, 3.^{er} año)

Instagram es su espacio favorito de comunicación, entretenimiento y vida social de la comunidad que conforman. No obstante, durante los últimos años, también constituye una puerta de entrada a la información.

Soy mucho de entrar a Instagram y a leer alguna que otra noticia por ahí pero, bueno, cuando estoy con la computadora. Igualmente por Instagram lo que tiene es que te dan la noticia cortita o videos cortos, entonces, después vos tenés que ingresar al *link* y ahí, viste, ingreso al *link*, al medio digital o al diario digital y empiezo por ahí. (Jorgelina, 73 UNICEN, Caso 09, 2.^o año)

Entre los consumos emergentes de información aparece con mucha fuerza el video, tanto en Instagram como en YouTube. “Ahora entro a YouTube para ver noticias, no tengo tele así que veo por YouTube la transmisión en vivo de TN o de C5N o de la TV pública. Si están disponibles los suelo seguir” (Santiago, 41 UBP, Caso 10, 4.^o año).

Otra estudiante nos dice:

Sigo una cuenta, por ejemplo, que me gusta mucho en Instagram cómo comunican, porque comunican temas en lenguaje *millennial*, por así decirlo, que es Filonews. Me parece que, por lo menos para enterarte el tema del día, después si te interesó buscarás más información, de otros... Bah, qué es lo que yo hago.

Me interesa algo, leo lo que ellos dicen y si quiero buscar más información para ver qué onda el enfoque, si estoy de acuerdo o no, busco de distintos medios. Si me interesa mucho, mucho un tema, busco en medios internacionales. (Morena, 97 UNL, Caso 02, 5.º año)

En pocos casos observamos el uso de Facebook para informarse. Lo que advertimos es que los nuevos formatos mediante los cuales se informan son los *podcasts* y los *newsletters*: “He escuchado *podcasts* como forma de escuchar radio. Yo tengo Spotify, y me van saliendo y voy escuchando” (Guada 51 UNCo 4.º año).

En cuanto a la lectura de *newsletters*:

Con el celu estoy inscrita en *newsletters*. Ahora leo mucho el de *Cenital* que es relativamente nuevo. Estos llegan todos los días con alguna especialidad nueva: política, mundo, etc. La fuente más diaria son las cosas que me llegan al email. (Aiti, 63 UNCo, Caso 7, 3.º año)

Por otra parte, los jóvenes relacionan a las plataformas y, especialmente, a los grupos de WhatsApp, con espacios de circulación de desinformación. Por este motivo, se muestran atentos al fenómeno de las noticias falsas y suelen chequear.

No confío mucho en la información de WhatsApp. Si un amigo me manda un *link* a un diario, puede ser. De hecho, creo que yo mando más *links* de los que me mandan a mí, pero si es que me manda un audio o un mensaje difundido, no confío mucho en esa información así que la tomo con pinzas. Mi mamá es la típica que manda estas cosas y le digo que se fije de dónde es, porque puede ser escrito por cualquier persona. (Sol, 18 UA, Caso 16, 3.º año)

En este grupo de jóvenes que indagamos, la disciplina que estudian les ofrece herramientas para identificar las noticias falsas. En ocasiones, colaboran con sus pares en esta tarea:

El hecho de estudiar periodismo hace que consuma información de un modo determinado, por ejemplo, como te contaba, con el tema de las *fake news*. No estoy queriendo decir que mis amigos que estudian otra cosa consuman noticias falsas siempre, ni que se informen mal. Me refiero a que yo siento particularmente el hecho de que haber aprendido en la facultad y haber estudiado los medios me permite seleccionar una manera de ver el contenido en donde podés filtrar mucho el tema de las *fake news*. (Fermín, 1 USAL, Caso1, 4.º año)

Esto también lo advertimos al observar que los estudiantes de los últimos años reconocen más las desinformaciones y tienen actitudes proactivas ante ellas:

Las y los estudiantes siguen distintos medios en las redes, buscando diversidad de fuentes. Visito los mismos sitios, son muchos, no tengo ningún portal predilecto, los temas que son más superficiales o más cortos los miro en cualquier diario y chequeo que tengan las cinco w. Si es algo más complejo busco otros sitios. *El Canciller* también hace como análisis, un poquito más específico, y lo mismo *Anfibia* o *Crítica*. *Chequeado* también hace buenos análisis, presentan información complementaria. En *Clarín* y *La Nación*, también *Infobae*, busco la noticia del día, el seguimiento diario de los acontecimientos. *Página 12* también, porque tiene otro desarrollo y algo más de análisis. (Francisco, 110 UNLP, Caso 8, 3.º año)

Conclusiones

Entonces, logramos cumplir con los objetivos establecidos en el proyecto de investigación en el contexto de aislamiento en un escenario de convergencia digital. Mediante redes, dispositivos, conectividad y, fundamentalmente, la decisión de concretar el proyecto y relevar así la experiencia de vivir en pandemia. Nos propusimos

comprender las formas en que los alumnos de las carreras de Comunicación y de Periodismo utilizan los distintos medios a la hora de estudiar y caracterizar el modo particular en que los jóvenes universitarios combinan los distintos medios y plataformas para consumir las noticias de su interés.

El volumen de información, obtenida en el contexto de aislamiento, servirá para la comprensión de esta experiencia sin precedentes y para el diseño de nuevas estrategias de enseñanza aprendizaje. Comprendemos que el cambio tecnológico que ha tenido lugar a partir de la irrupción de Internet y, especialmente, en el contexto actual de la pandemia, ha generado innumerables desafíos para las universidades. No solamente estamos ante un cambio significativo en la evolución del ecosistema mediático (Scolari, 2019), sino que además se alteraron los roles, las dinámicas, los modos de consumir información, de dialogar y comprender el mundo y sus amenazas. La información sistematizada será el sustento para responder a las demandas que impone el escenario de la comunicación digital interactiva en contextos de desigualdades sociales, económicas y culturales que atraviesa nuestro país.

Finalmente, destacamos la riqueza de esta experiencia en la que la multiplicidad de investigadores participantes del proyecto, que confiamos en la construcción colectiva del conocimiento, decidimos implementar todos los recursos tecnológicos para concretar el plan y lograr así investigar en red.

El clima de solidaridad generado por los integrantes de cada nodo permitió concretar la investigación, generar alternativas allí donde, a primera vista, solo nos sorprendían obstáculos. Compartimos perspectivas teóricas, saberes, *software*, dinámicas de trabajo y de sistematización, investigadores con diversas trayectorias. Sin dudas, es posible investigar en el entorno digital, diseñar estrategias, usar el potencial de cada herramienta y trabajar en red.

Referencias bibliográficas

- Albarello, F. (2019). *Lectura Transmedia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Ampersand.
- Boczkowski, P. Matassi, M y Mitechelstein, E (2016). El medio ya no es medio ni mensaje. *Revista Anibia*, <http://revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje/>
- Flick, U. (2014). *La gestión de la calidad en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Hine, C. (2005). *Virtual Methods*. Oxford: Berg.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington: La Découverte (Essais).
- Scolari, C. (2019). *Media evolution Sobre el origen de las especies mediáticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Marca Editora.
- Wimmer, R. y Dominick, J. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Madrid: Bosch Editor.