

## Así nos informamos en Río Negro y Neuquén

# Covid- 19: con el móvil, más de 3 horas por día, en busca de noticias

Primer estudio<sup>1</sup>

28 de Marzo de 2020

**Desde que arrancó el aislamiento por el coronavirus Covid-19, casi el 80 por ciento de la gente de Río Negro y Neuquén pasa más de tres horas conectada a su teléfono móvil en busca de noticias. Le interesa, sobre todo, la información nacional relativa a medidas que se toman para contener la pandemia y los modos de prevención<sup>2</sup>.**

Si bien se observa una tendencia a verificar las fuentes de esa información, el 63.5% consume noticias a través de lo que le llega o busca en las redes sociales.

Los datos que se brindan desde los distintos niveles del Estado (gobierno nacional, provinciales y municipales) y de los sistemas de salud, son los que mayor confianza parecen estar generando entre la población de la región norpatagónica. La información vertida por los medios y periodistas es considerada aceptable, mientras que la que circula en redes sociales y la que es contada por los y las "influencers" cuentan con menor credibilidad -independientemente de la edad de los y las consumidores y consumidoras-.

La versión digital del diario Río Negro, Infobae y del diario LM Neuquén -en ese orden-, son los sitios de noticias más buscados en la web. Por su parte, los canales de televisión C5N, TN y los locales Canal 7 y Canal 10, son los de mayor visionado. Respecto a las radios, escuchan sobre todo Radio Con Vos (Buenos Aires), LU5 y Radio Universidad (ambas de Neuquén capital).

Estos son algunos de los datos que surgen del relevamiento realizado por el Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue (FaDeCS - UNCo).

El objetivo de este estudio es tener una idea de cómo se están modificando las prácticas de consumo informativo de la población a partir del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio dispuesto por el gobierno nacional, a través del Decreto 297/2020.

Se trata además, de una primera medición que continuará a lo largo de la cuarentena, a fin de auscultar la evolución de estas prácticas.

En noviembre de 2018, el Observatorio realizó una medición más amplia, que permitió obtener parámetros parangonables hacia adelante<sup>3</sup>. En un relevamiento realizado vía web a habitantes de las mismas provincias, se pudo determinar que casi el 80 por ciento de las personas encuestadas permanecen más de tres horas consumiendo noticias. Los sitios web y las redes sociales son los medios elegidos para informarse. Los teléfonos móviles, las plataformas más usadas.

---

<sup>1</sup> Este trabajo fue realizado por Pablo Schleifer, Julia Kejner, Omar González y Fabián Bergero, docentes e investigadores de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue.

<sup>2</sup> En su informe semanal "Comentarios", Carrier & Asociados habla de un incremento del 30% del tráfico general en la Web. Edición del 27 de marzo de 2020. Disponible en: <https://mailchi.mp/a775cd92420d/comentarios-27-03-2020-aguantando-el-cimbronazo?e=ce61efc1c6>

<sup>3</sup> El estudio completo está disponible en: <https://medialabpatagonia.org/wp-content/uploads/2019/06/ENCUESTA-CONSUMO-DIGITAL-ALTO-VALLE-1.pdf>

## Datos técnicos

La indagación “Encuesta Prácticas Informativas Covid-19” se realizó en tres días, desde el lunes 23 al miércoles 25 de marzo de 2020 por medio de un formulario de Google Drive, distribuido a través de las redes sociales, correos electrónicos y grupos de WhatsApp de integrantes del Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales y del equipo de Investigación de Periodismo Digital, ambos pertenecientes a la FaDeCS - UNCo.

En ese período se registraron 244 casos válidos tomados en 18 ciudades y localidades de las provincias norpatagónicas. De esta forma, la muestra está compuesta en un 42,2 % por habitantes del Neuquén y en un 57,8 % por habitantes de Río Negro. Asimismo, se integra con un 42,2 % de personas que se autoperciben con una identidad de género masculina, un 56,6 % femenina y un 1,2 % con otras identidades. Por último, la muestra contempló la representatividad etaria, garantizando que al menos más de un 10 % de cada franja de edad responda la encuesta<sup>4</sup>.

**Cuadro 1 - Identidad autopercebida de las personas encuestadas.**

Identidad	Porcentaje
Masculino	42,2
Femenino	56,6
Otre	1,2

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales  
- FaDeCS - UNCO

**Cuadro 2 - Edades de las personas encuestadas, en años.**

Edades	Porcentaje
18-29	27.5
30-39	26.6
40-49	19.7
50-59	14.8
+ de 60	11.5

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales  
- FaDeCS - UNCO

A continuación se presentan los principales datos que arrojó [esta encuesta](#), en el siguiente orden:

## Horas de exposición

Casi un 80 % de las personas encuestadas dice estar más de tres horas por día expuesta a las noticias. La sobreinformación es un fenómeno propio de períodos de crisis como el actual, a la que contribuye el encierro y la ansiedad.

Como se ve en el Cuadro 3 y en el Gráfico 1, las personas mayores de 50 están más conectadas a la información que las más jóvenes: quienes están entre los 18 y los 29 años, se exponen menos a las noticias, lo que no significa que estén menos tiempo conectados. Al contrario, las personas mayores de 60 están prácticamente un tercio de su tiempo expuestas a la información.

---

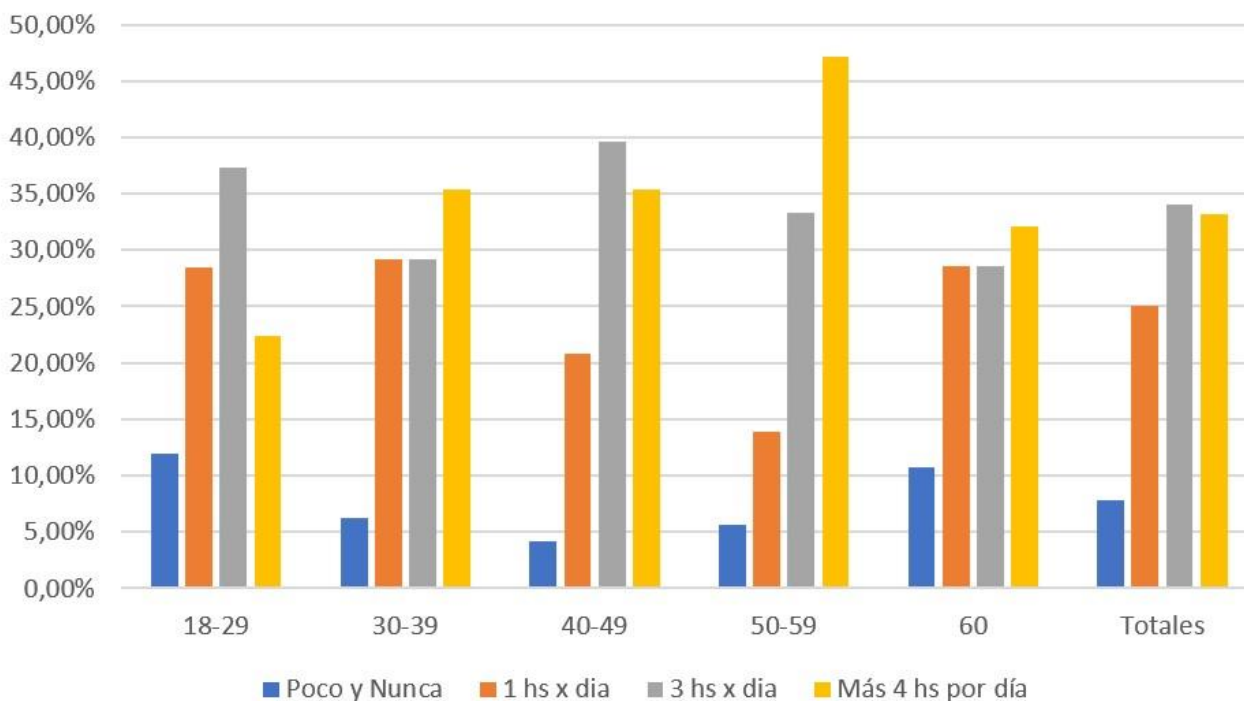
<sup>4</sup> Los segmentos fueron de 18 a 29; 30 a 39; 40 a 49; 50 a 59 y más de 60 años.

**Cuadro 3 - Exposición a las noticias de las personas encuestadas, por edad y horas por día.**

Rango de edades	Exposición a las noticias			
	Poco y Nunca	1 hora x día	3 horas x día	Más 4 horas por día
18-29	11,9%	28,4%	<b>37,3%</b>	22,4%
30-39	6,2%	29,2%	29,2%	<b>35,4%</b>
40-49	4,2%	20,8%	<b>39,6%</b>	35,4%
50-59	5,6%	13,9%	33,3%	<b>47,2%</b>
+ 60	10,7%	28,6%	28,6%	<b>32,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7,8%</b>	<b>25,0%</b>	<b>34,0%</b>	<b>33,2%</b>

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

**Gráfico 1 - Exposición a las noticias de las personas encuestadas.**



Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

## Tipo de medios

Los sitios de noticias en la web son los medios preferidos para informarse, pero forman parte de una práctica “*multi-medios*”: los suman a las redes sociales, a la televisión y a la radio. Los diarios de papel guardan el último lugar, quizás por la imposibilidad que impone el aislamiento de salir a la calle a comprarlo y de recibirlo en el hogar; en efecto, sólo el 5,3 % de las personas encuestadas afirma estar informándose a través de este formato. Estos datos guardan correlación con los obtenidos en el Informe mencionado anteriormente, en el cual el diario papel ya se situaba como el formato menos utilizado de la región pero en el cual un 18,1 % decía emplear ese medio.

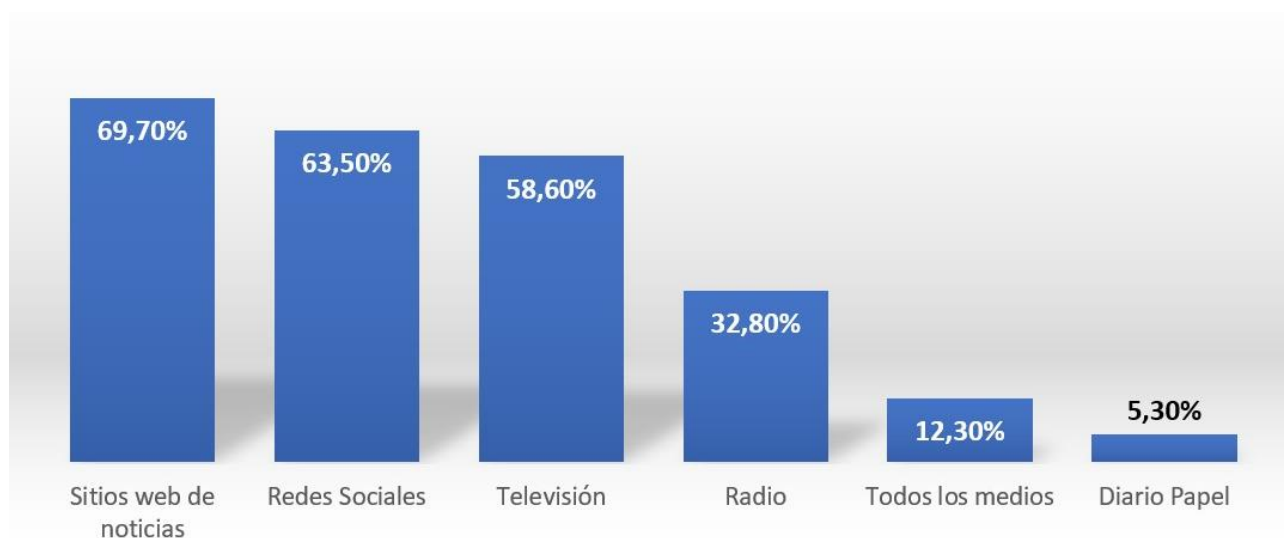
En la medición realizada por el Observatorio en noviembre de 2018 se veía que la exposición a los sitios de noticias en la web era de 79,9 %; a Redes Sociales 74,5 %; Radio del 55,4 %; Televisión 48,1 % y Diario de papel 18,1 %. Es decir que -en términos comparativos-, baja la exposición a sitios web y a redes sociales y aumenta mucho el consumo de noticias por radio y televisión. Y el diario digital se desmorona por efecto del aislamiento.

**Cuadro 4 - Medios a través de los cuales se informan las personas encuestadas.**

A través de qué medios se informa		
Medio	Porcentaje Total	Porcentajes sumados
Sitios web de noticias	28,8%	69,7%
Redes Sociales	26,2%	63,5%
Televisión	24,2%	58,6%
Radio	13,5%	32,8%
Todos los medios	5,1%	12,3%
Diario Papel	2,2%	5,3%

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

**Gráfico 2 - Porcentajes de medios a través de los cuales se informan las personas encuestadas.**



Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

En las distintas franjas etarias la utilización de distintos medios para informarse parece ser una constante, pues, efectivamente, todo indica que hay una estrecha relación entre la cantidad de horas que se pasan en búsqueda de informaciones y la variedad de medios y soportes. En otros términos, parece haber una búsqueda constante de información en una recorrida multimedial y multiformato.

En este marco, los más jóvenes se informan preferentemente a través de la web (29,4 %) y las redes sociales (29 %), mientras que en el otro extremo, las personas adultas mayores se informan fundamentalmente a través del diario papel (30,8 %) y luego por redes sociales (13,5 %), televisión (12,6 %), Sitios de noticias web (10,6 %) y radio (10 %).

**Cuadro 5 - Medios a través de los cuales se informan las personas encuestadas, por edad.**

Rango de edades	Sitios de noticias web	Radio	Televisión	Diario papel	Redes Sociales	Todos
18-29	29,4%	28,8%	27,3%	7,7%	29,0%	26,7%
30-39	25,3%	22,5%	20,3%	46,2%	26,5%	33,3%
40-49	20,6%	23,8%	25,2%	15,4%	19,4%	10,0%
50-59	14,1%	15,0%	14,7%	0,0%	11,6%	23,3%
+ 60	10,6%	10,0%	12,6%	30,8%	13,5%	6,7%

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

### Gráfico 3 - Porcentajes de Medios a través de los cuales se informan las personas encuestadas, por edad.



Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

### ¿Cuál es el programa o canal de televisión por el que más se informa en estos días?

Las señales de 24 horas los siete días de la semana puntúan las preferencias de la población regional. Los canales locales 7 de Neuquén y 10 de Río Negro tienen un alto porcentaje de visionado, en la combinación por informarse de lo que ocurre en el país y el mundo, y las novedades locales.

### Cuadro 6 - Medios televisivos a través de los cuales se informan las personas encuestadas.

Medio	Porcentaje	Porcentaje de casos
C5N	40,1%	49,7%
TN	19,8%	24,6%
Canal 7 Nqn	11,5%	14,3%
América	11,1%	13,7%
Canal 10 RN	6,9%	8,6%

TV Pública	4,6%	5,7%
La Nación+	2,3%	2,9%
Canal 26	1,4%	1,7%
Canal 9	1,4%	1,7%
CNN	0,5%	0,6%
Crónica	0,5%	0,6%

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

### ¿Cuál es la radio por la que más se informa estos días?

Lo misma situación se replica en cuando al encendido de las radios: la porteña Radio Con Vos puntea la escucha, con una agenda temática enfocada en la evolución de la pandemia a nivel nacional e internacional. Le siguen las regionales LU5 AM 600 y Radio FM Universidad - Calf 103.7, ambas de Neuquén capital.

#### **Cuadro 7 - Medios radiofónicos a través de los cuales se informan las personas encuestadas.**

Medio	Porcentaje	Porcentaje de casos
Radio Con Vos	17,3%	18,7%
LU5 – AM 600	16,5%	17,9%
UNCo-CALF	9,8%	10,6%
Mitre	5,3%	5,7%
La Red	5,3%	5,7%
Metro	4,5%	4,9%
LU19 – AM 690	4,5%	4,9%
FutuRock	3,8%	4,1%
Radio 10	3,8%	4,1%
Destape RAdio	3,8%	4,1%

LU18 - AM 640	3,0%	3,3%
Nacional	3,0%	3,3%
La Super	3,0%	3,3%
Antena Libre	3,0%	3,3%
Vorterix	3,0%	3,3%
FM 100	2,3%	2,4%
Pop	1,5%	1,6%
AM 750	1,5%	1,6%
Otros	5,6%	5,9%

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

### ¿Cuál es el sitio web por el que más se informa en estos días?

Los locales Río Negro y LM Neuquén están en el lote de los tres sitios más visitados por la población encuestada. El porteño Infobae se cuela entre ambos con un importante porcentaje de visionado, igual que lo que ocurre a nivel nacional.

Como se observa, las redes sociales como Facebook, Twitter y hasta WhatsApp son consideradas por la gente como medios informativos, y ocupan lugares destacados entre las grandes cabeceras porteñas como Página 12, Clarín y La Nación.

### Cuadro 8 - Sitios web a través de los cuales se informan las personas encuestadas.

Medio	Porcentaje	Porcentaje de casos
Río Negro	17,3%	24,7%
Infobae	16,9%	24,2%
LM Neuquén	12,2%	17,4%
Página 12	12,2%	17,4%
Argentina.gob.ar	7,5%	10,7%
Facebook	7,1%	10,1%



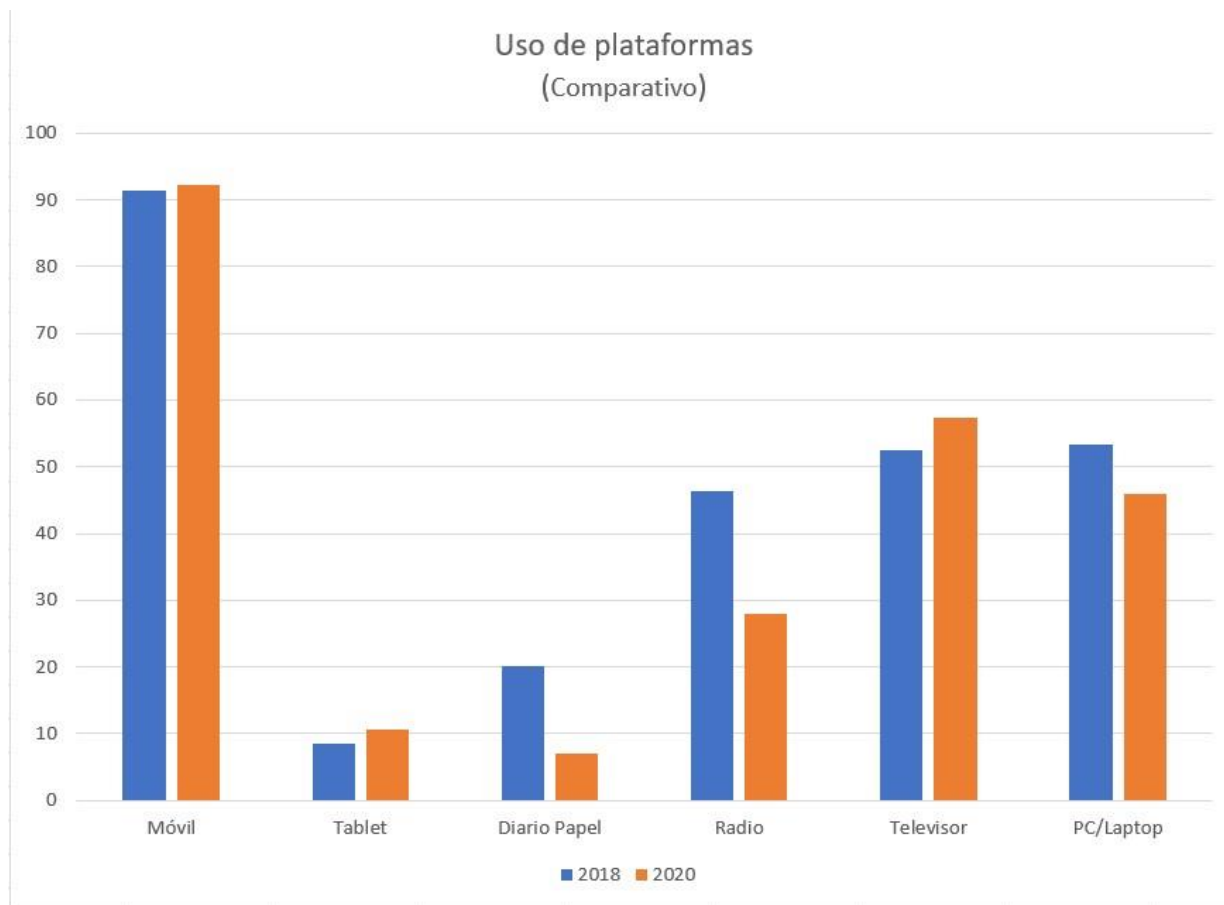
Clarín	6,3%	9,0%
La Nación	4,3%	6,2%
Twitter	3,5%	5,1%
WhatsApp	2,4%	3,4%
La Comuna	1,6%	2,2%
Instagram	1,2%	1,7%
El Destape web	1,2%	1,7%
Ámbito	0,8%	1,1%
Télam	0,8%	1,1%
La izquierda Diario	0,8%	1,1%
El País (España)	0,8%	1,1%
YouTube	0,8%	1,1%
Otros	2,8%	3,2%

Fuente: Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales - FaDeCS - UNCO

## ¿A través de qué plataformas se informa?

El móvil sigue siendo la plataforma privilegiada para el consumo de noticias. Con un crecimiento leve con respecto a la medición que realizamos en Noviembre de 2018, el artefacto de mano se consolida como el entorno predilecto para acceso a la información. Incluso pareciera que le quita espacio a las PC y las laptops.

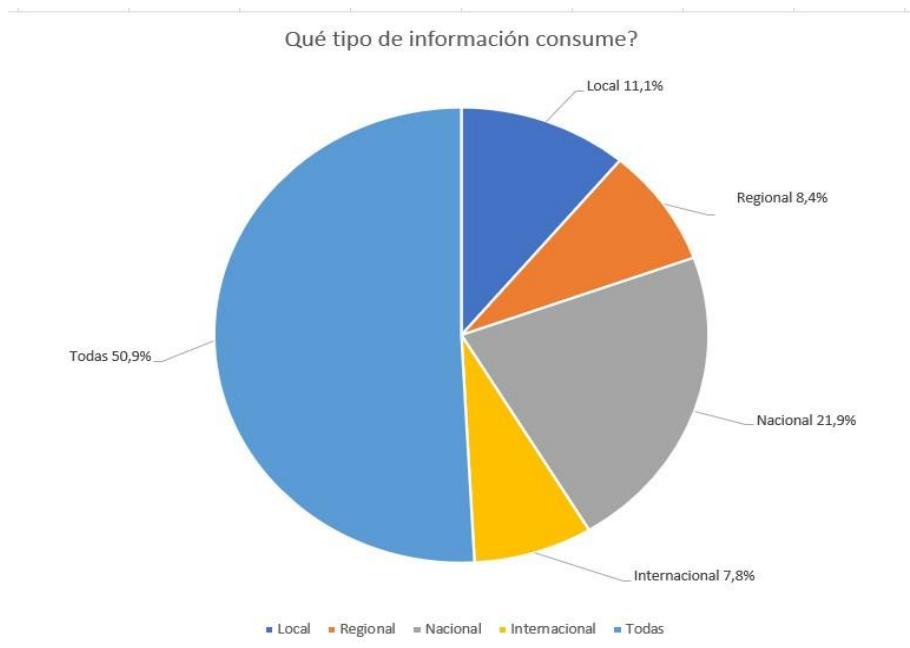
El diario papel se derrumbó en las preferencias, y un poco menos la radio. La televisión encendida crece con respecto a 2018. Como se ve, la multiplicidad de medios es la estrategia común.



### ¿Qué tipo de información consume?

Las personas encuestadas afirman estar más expuestas a la información nacional y local. No obstante, casi el 70% de los y las encuestados y encuestadas revisan información en todos los órdenes, vale decir: lo que pasa en su localidad, en la región próxima, a nivel nacional y en el plano internacional. Quiere saber qué pasa a nivel país con respecto -sobre todo- a las medidas que adopta el gobierno nacional y los modos de prevención asociados a la lucha contra la pandemia. También se interesan en cuestiones como la cantidad de casos que se reportan diariamente, con más interés que las violaciones a las medidas de veda dispuestas por los gobiernos.

Tipo de información	Porcentaje	Porcentaje de casos
Local	11.1%	15.2%
Regional	8.4%	11.5%
Nacional	21.9%	29.9%
Internacional	7.8%	10.7%
Todas	50.9%	69,7%



¿Cuáles son los temas que más le interesan?

Temas	Porcentaje
Medidas del gobierno	61,5
Cantidad de casos	13,1
Modos de prevención	14,8
Violaciones a la veda	3,7
Todos	4,1
Otros	2,9

## Confianza

El último tramo de la indagación tenía que ver con el grado de confianza que las personas encuestadas tienen sobre distintas fuentes de información. El resultado de la muestra determinó que tanto los gobiernos (nacional, provinciales y locales) como los sistema de Salud de éstos ámbitos, son fuentes muy confiables o confiables, en este escenario de crisis al punto que el grado de confianza positivo es cercano en ambos casos al 100%. Periodistas y Medios de Comunicación conservan un grado “aceptable” de confianza, mientras que para las redes sociales y los y las “influencers” la ecuación negativa en el grado de confianza es del 73.7 y 79.4% respectivamente.

SECTOR	ECUACIÓN NEGATIVA EN GRADO DE CONFIANZA	ECUACIÓN POSITIVA EN GRADO DE CONFIANZA
Periodistas	20.1	79.9
Gobierno	4.1	95.9
Salud	2	98
Medios	33.2	66.8
<i>Influencers</i>	79.4	20.6
Redes sociales	73.7	26.3

