La gente joven y las noticias

UN RESUMEN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN SELECCIONADOS

Heike vom Orde

El artículo resume resultados de la investigación internacional sobre el comportamiento de niños, niñas y adolescentes en las noticias, potenciales efectos de la exposición y las expectativas del público joven sobre las noticias.

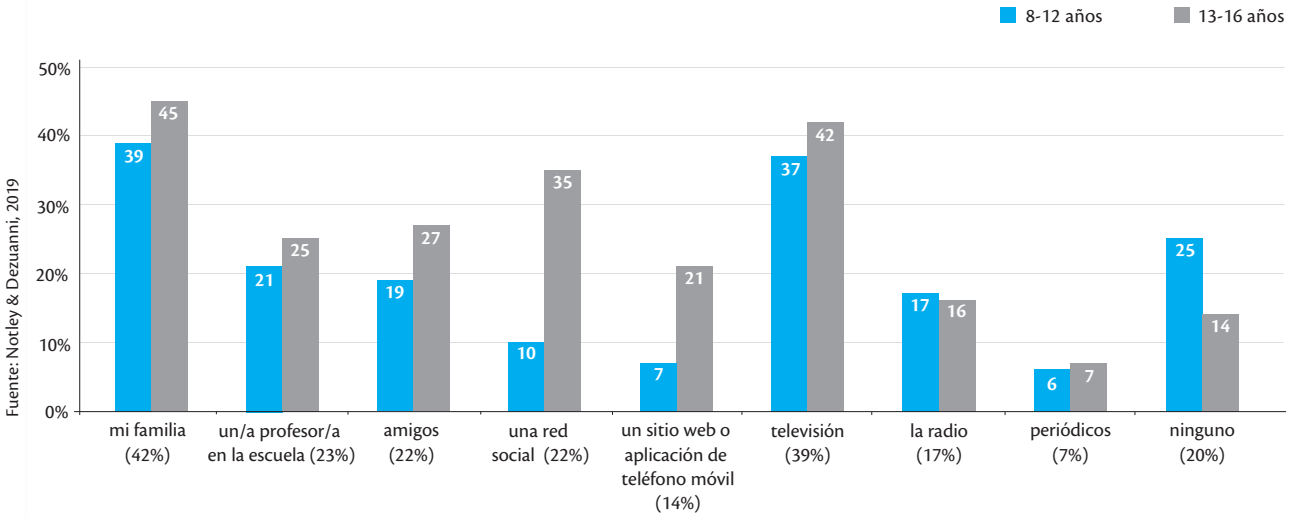
Periodistas, políticos/as y académicos/as argumentan de forma similar sobre la importancia del compromiso de los niños/as con las noticias. Las noticias no informan solamente a ciudadanos y ciudadanas de todas las edades sobre eventos importantes sino que contribuyen a las prácticas democráticas tales como la participación cívica. Consecuentemente, los medios de comunicación son considerados agentes centrales en el avance del bienestar de niños y niñas en sociedades democráticas (Carter, 2014). Los resultados de esta investigación también sugieren que las noticias contribuyen a la socialización de niños y niñas en ciudadanos y ciudadanas críticos y activos (van Deth y otros, 2011). Además, la recepción de las noticias para niños y niñas puede alentar su comportamiento prosocial y su compromiso (de Leeuw y otros, 2015). Aunque las noticias son cruciales no solamente para la sensación de pertenencia de la gente joven en la sociedad como ciudadanos y ciudadanas, también son importantes para la innata curiosidad que tienen los niños y las niñas sobre el mundo. La importancia de la libertad de opinión y la importancia de la libertad de información para la gente joven están reflejadas en la convención de las Naciones Unidas "Convención de los Derechos del Niño y la niña": "El niño y la niña tendrá el derecho a la libertad de expresión; este derecho incluirá libertad para buscar, recibir e impartir información e ideas de todo tipo, independientemente de las fronteras, sean orales, escritas o impresas, en forma de arte, o por cualquier otro medio de elección del niño/a."1 Hoy en día, los servicios de noticias para gente joven existen en un ambiente de comunicación altamente competitivo (van't Riet & Kleemans, 2021). Por lo tanto, entender cómo los niños, las niñas y los/as adolescentes usan las noticias, cómo éstas pueden afectar a la gente joven, y lo que esperan las audiencias jóvenes de las noticias es un conocimiento crucial para los/as

Carter, Cynthia (2014). News media and child well-being. In Asher Ben-Arieh et al. (eds.), Handbook of child well-being *(pp. 1979-2011). Dordrecht: Springer.*

van Deth, Jan, Abendschön, Simone & Vollmar, Meike (2011). Children and politics: An empirical reassessment of early political socialization. Political Psychology, *32(1), 147-174.*

de Leeuw, Rebecca et al. (2015). The impact of prosocial television news on children's prosocial behavior: An experimental study in the Netherlands. Journal of Children and Media, *9(4), 419-434.*

van't Riet, Jonathan & Kleemans, Mariska (in press). What drives selection of online children's news articles? Journalism, *published online April 16, 2021.*



Ill. 1: Fuentes de noticias y el consumo diario de jóvenes australianos/as.

editores y productores/as de TV. Este artículo proporciona un resumen de los resultados de una investigación internacional relacionada a estas cuestiones.

HÁBITOS DE NOTICIAS Y NOTICIAS DE SOCIALIZACIÓN DE LA GENTE JOVEN

Los niños y las niñas obtienen su información de las noticias no solamente de la TV, sino también de internet y las redes sociales a través de sus *smartphones*. Junto con los medios, sin embargo, el ambiente social – padres y madres, escuela y amigos/as – es una importante fuente de noticias para niños, niñas y adolescentes (Notley & Dezuanni, 2019, Ill. 1). La búsqueda en internet ya es parte de la rutina diaria de información de niños y niñas. De acuerdo con un estudio de Alemania (Feierabend y otros, 2021), 19% de los/as encuestados/as de entre 6 y 13 años de edad usan motores de búsqueda todos los días o casi todos los días para satisfacer sus necesidades de información; otro 45% los usa de una a varias veces por semana. 28% busca noticias y eventos actuales. Los niños y las niñas que ya han experimentado el uso de asistentes digitales (18%) también los usan para hacer búsquedas en línea por comando de voz. La mayoría usa esto para escuchar música, pero una tercera parte de los/as participantes también han solicitado noticias o información de su interés personal a través de Alexa o Siri (ibíd.). En 2020, el año del coronavirus, los niños y las niñas alemanes/as fueron cuestionados sobre los programas de noticias en la televisión. El 27% de los participantes dijo que frecuentemente miraban estos programas. Su interés y uso general de los programas de noticias aumentó notablemente con la edad. (6-7 años de edad: 15%, 12-13 años de edad: 36%). Si los niños y las niñas de Alemania miran las noticias, esto se refiere mayormente a los programas ofrecidos por la televisión pública, como el programa de noticias para niños y niñas *Logo!*, y los formatos de noticias para adultos/as como *Tagesschau* o *heute* (ibíd.). Los/as preadolescentes en Alemania experimentaron una necesidad mayor de información durante la pandemia, como muestra la lista de los 100 programas más vistos. Esto incluye 24 ediciones de el *Tagesschau*, un número excepcionalmente alto. De acuerdo a los/as autores/as, la gente joven probablemente miró estos programas con su familia durante el tiempo de cuarentena entre marzo y noviembre de 2020 (Feierabend & Scolari, 2021).

A medida que la gente joven crece, las redes sociales juegan un papel importante en su repertorio de información. Un estudio reciente de Alemania (Hasebrink y otros, 2021) informó que 46% de los/as encuestados/as de 14 a 17 años de edad usaba contenido periodístico en redes sociales varias veces a la semana. Todos/as los/as adolescentes que se suscribieron a servicios de noticias en las redes sociales también siguen regularmente las noticias fuera de estas plataformas. De acuerdo a la gente joven encuestada, la motivación más importante para buscar información es participar en conversaciones y discusiones con pares y con la familia. En otras palabras, la gente joven usa las noticias como un medio de integración en su ambiente social. Un hallazgo sorprendente, desde el punto de vista de los/as autores/as, es que los/as adolescentes que creen que pueden hacer una diferencia políticamente muestran mucho más interés en eventos actuales (ibíd.).

Un estudio de Suecia (Sjöberg, 2018) examinó la información del comportamiento del grupo de 10 a 11 años de edad y del grupo de 15 a 16 años de edad en una situación de crisis (en este caso el brote de ébola en otoño de 2014). Aquí quedó claro que el criterio de la gente joven para evaluar la credibilidad de la información era muy diferente de aquellos de otras generaciones de medios: por ejemplo, los niños, las niñas y los adolescentes identificaron un ranking superior de Google, el número de seguidores o „recuentos de me gusta“ como signos de credibilidad (ibíd.). Pero aún los propios adolescentes muestran dudas sobre su habilidad para evaluar el contenido de la información en términos de calidad y plausibilidad, y para reconocer con confianza noticias falsas (Notley & Dezuanni, 2019; Tamboer y otros, 2020).

La investigación sobre la socialización de noticias de niños y niñas enfatiza el papel del comportamiento de los padres y las madres en las noticias y el aprendizaje observacional. Padres y madres generalmente son

Notley, Tanya & Dezuanni, Michael (2019). Advancing children's news media literacy: learning from the practices and experiences of young Australians. Media, Culture & Society, *41(5), 689-707.*

Feierabend, Sabine et al. (2021). Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. Media Perspektiven, *(4), 202-212.*

Feierabend, Sabine & Scolari, Julia (2021). Was Kinder sehen. Media Perspektiven, *(4), 213-226.*

Hasebrink, Uwe, Hölig, Sascha & Wunderlich, Leonie (2021). #UseTheNews. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt. *Hamburg: Hans-Bredow Institut.*

Sjöberg, Ulrika (2018). It is not about facts – It is about framing. The app generation's information-seeking tactics: Proactive online crisis communication. Journal of ontingencies and Crisis Management, *26(1), 127-137.*

Tamboer, Sanne, Kleemans, Mariska & Daalmans, Serena (2020, online first). 'We are a neeeew generation': Early adolescents' views on news and news literacy. Journalism, *published online May 29.*

Nathanson, Amy (2015). Media and the family: Reflections and future directions. Journal of Children and Media, *9(1), 133-139.*

Vaala, Sarah & Bleakley, Amy (2015). Monitoring, mediating, and modeling: Parental influence on adolescent computer and internet use in the United States. Journal of Children and Media, *9(1), 40-57.*

Edgerly, Stephanie et al. (2018). Do parents still model news consumption? Socializing news use among adolescents in a multi-device world. New Media & Society, *20(4), 1263-1281.*

York, Chance & Scholl, Rosanne (2015). Youth antecedents to news media consumption: Parent and youth newspaper use, news discussion, and long-term news behavior. Journalism & Mass Communication Quarterly, *92(3), 681-699.*

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.*

© lightfieldstudios/123rf

Ill. 2: : Estudios sugieren que el comportamiento frente a las noticias de padres y madres puede tener un impacto duradero en el consumo de noticias de sus hijos e hijas

los creadores/as de los ambientes de medios de comunicación de sus hijos/as. De acuerdo con Nathanson (2015), los niños y las niñas que viven en ambientes "ricos de noticias" son más propensos/as a desarrollar una preferencia por las noticias. Estos son ambientes en los que los padres y las madres comunican explícitamente el valor de las noticias y refuerzan ese valor a través de sus propios comportamientos con los medios de comunicación. Algunos estudios confirman que esto todavía es aplicable en tiempos de aumento
de medios móviles y cambios en la cultura del consumo de medios
(Vaala & Bleakley, 2015; Edgerley y otros, 2018). Aún cuando el consumo de medios personalizado es menos visible, el modelo padre/madre-aprendizaje continúa dominando las explicaciones de socialización de noticias. Los niños y las niñas no adquieren simplemente sus hábitos de consumo de noticias a través de la conciencia generalizada de las noticias en sus casas. La investigación sugiere que la observación del consumo de noticias específico del dispositivo de los padres y madres es crucial para la socialización de noticias de sus hijos. (ibíd.). Otros estudios sugieren que el comportamiento de padres y madres con respecto a las noticias pueden tener un impacto duradero en el consumo de noticias de sus hijos e hijas (Ill. 2). Los hábitos de consumo de medios, rutinas, y prácticas observadas en casa aún son importantes para el comportamiento con las noticias de los/as adolescentes y jóvenes (York & Sholl, 2015; Shehata, 2016; Notley & Dezuanni, 2019). Los padres y las madres frecuentemente también son fuentes confiables de noticias y asistentes en la evaluación crítica del contenido de las noticias. Esto también está sostenido por la investigación existente sobre la importancia de la influencia de padres y madres en el consumo de noticias (Tamboer y otros, 2020).

EMOCIONES NEGATIVAS Y ESTRATEGIAS DE ENFRENTAMIENTO

Una línea de investigación importante ha investigado los efectos que podría tener la exposición de niños y niñas a las noticias. Los resultados sugieren que el contenido de noticias negativas o perturbadoras podría llevar a respuestas emocionales negativas en el corto y largo plazo, en niños y niñas (Riddle, 2012; Kleemans y otros, 2017a). Algunos estudios muestran que los niños y las niñas manifiestan emociones negativas en alta (como miedo y tristeza) y una baja en las emociones positivas, y que manifiestan pesadillas, dolor de estómago, o ansiedad relacionada al comportamiento luego de estar expuestos/as a noticias (Ebbinkhuijsen y otros, 2021). La mayoría de estos estudios hacen foco en respuestas a eventos de noticias específicas y crisis mayores, como ataques terroristas, guerra, y crímenes de alto perfil (Riddle y otros, 2012). La gran mayoría de investigaciones existentes hacen foco en los efectos efectos de exposición relativamente a corto plazo. Pero estudios que investigan sobre las memorias a largo plazo de niños y niñas que se exponen a noticias de TV perturbadoras sugieren que aún como adultos jóvenes recuerdan las historias de noticias de su infancia, la mayoría sobre ataques terroristas, asesinatos y secuestros. La gran mayoría de participantes en este estudio (Riddle, 2012) reveló ser expuesto a noticias estresantes en compañía de su padre y/o madre. Pero mientras que el 50% de los participantes (328, 17 a 27 años de edad) recuerdan la historia de una noticia atemorizante vista en su infancia, este porcentaje es menor que los resultados de estudios previos sobre medios de ficción, en el que más del 90% de los adultos entrevistados

podía recordar contenido de ficción atemorizante en el pasado (ibíd.). Otro estudio muestra que aún niños y niñas pequeños/as manifiestan respuestas de miedo a la exposición diaria frente a las noticias, aún en la ausencia de una crisis mayor o evento, y que algunos/as de los niños y niñas entrevistados/as poseen memorias vívidas sobre contenidos de noticias de TV perturbadoras (Riddle y otros, 2012). De acuerdo a los resultados de la investigación, los niños y las niñas están muy conscientes de la seriedad de las noticias. Desde los 8 años de edad y más, ellos y ellas son cognitivamente maduros/as lo suficiente para hacer un seguimiento de las noticias (Ebbinkhuijsen y otros, 2021). A medida que crecen, ellos y ellas muestran más interés en el fenómeno del mundo real y son capaces de empatizar con otros/as ç (Valkenburg & Piotrowski, 2017). La mediación activa de los padres y las madres (ver juntos/as las noticias de TV por padres/madres e hijos/as junto con discusiones sobre las noticias vistas) no siempre tiene un efecto positivo en la reducción del miedo o la tristeza en niños y niñas (De Cock, 2012). Incluso estrategias de afrontamiento como conversaciones de chat en línea con pares sobre contenido de TV perturbador no tienen un efecto prometedor en niños, niñas y preadolescentes (Ebbinkhuijsen y otros, 2021). Un estudio mostró que las conversaciones de la vida real con pares pueden ayudar a los/as preadolescentes a afrontar las emociones negativas (Kleemans y otros, 2017b). Estos resultados de las investigaciones son un desafío para los/as editores/as y productores/as de noticias para niños y niñas. Por un lado, ellos/as no desean incomodar a los niños y a las niñas con sus programas. Por otro lado, ellos/as quieren cubrir noticias relevantes basadas en el valor de las noticias, que incluye reportajes sobre guerra, crímenes, desastres naturales y violencia. Los resultados de la investigación actual sobre el contenido de las noticias de TV y su potencial efecto en niños y niñas muestran que hay una necesidad fuerte de noticias infantiles que se adapten a las necesidades emocionales de los jóvenes.

Ofrecer noticias constructivas para niños y niñas puede ser una manera prometedora para adaptar el contenido de noticias para las sensibilidades de niños y niñas y para sus necesidades de información. En un estudio experimental (Kleemans y otros, 2017a), niños y niñas de 8 a 13 años de edad (332) leen noticias que contienen tanto elementos constructivos (narrativas basadas en soluciones que incluyen emociones positivas) como noticias no constructivas (narrativas negativas basadas en problemas). Los resultados muestran que los niños y las niñas y los/as preadolescentes que leen la historia de una noticia constructiva manifiestan un incremento menor de emociones negativas (como por ejemplo la tristeza o el miedo) que gente joven que ha leído una historia no constructiva. Los/as autores/as apoyan la noción teórica de que emociones positivas dentro de las noticias negativas pueden mejorar las respuestas emocionales de la gente joven. Es más, en este estudio los niños y las niñas que han leído historias de noticias constructivas mostraron más interés en la intervención personal y presentaron más ideas sobre cómo mejorar la situación (ibíd.). Otra forma de no causar angustia entre la audiencia joven puede ser estrategias de consuelo o medidas de protección en las noticias de la televisión infantil. Kleemans & Tamboer (2021) investigaron estas estrategias en las noticias infantiles holandesas entre el año 2000 y el año 2016 en el marco de un análisis de contenido. Ellos identificaron 2 estrategias de consuelo en el nivel del programa: evitar temas muy negativos o violentos y la "fórmula sandwich" (presentar un tema ligero antes y luego del contenido de noticia negativo). A nivel de artículo, ellos consideran la presentación de los niños y las niñas como fuentes (en el papel de héroe/heroína, víctima, testigo o vox populi) como una estrategia de consuelo. A nivel de toma, argumentan que se deben evitar las imágenes sensacionales y los sonidos aterradores. En lugar de eso, animaciones o gráficos deben ser utilizados en las noticias infantiles (ibíd.).

¿QUÉ ES LO QUE ESPERAN DE LAS NOTICIAS LAS AUDIENCIAS JÓVENES?

Cuando el contenido de noticias no encuentra las necesidades de información de la gente joven, la consecuencia puede ser un comportamiento de evitación de noticias. Algunos estudios han cuestionado a niños, niñas y adolescentes sobre lo que a ellos/as les gustaría ver en las noticias, y lo que no les agrada de los formatos de noticias que ya existen. Los resultados

Riddle, Karyn (2012). Young adults' autobiographical memories of frightening news stories seen during childhood. Communication Research, *39(6), 738–756.*

Kleemans, Mariska et al. (2017a). Children's responses to negative news: The effects of constructive reporting in newspaper stories for children. Journal of Communication, *67(5), 781-802.*

Ebbinkhuijsen, Ming et al. (in press). Children's emotions after exposure to news: Investigating chat conversations with peers as a coping strategy. Journal of Youth Adolescence, *published online February 20, 2021.*

Riddle, Karyn et al. (2012). "People killing people on the news": Young children's descriptions of frightening television news content. Communication Quarterly, *60(2), 278-294.*

Valkenburg, Patti & Piotrowski, Jessica Taylor (2017). Plugged in: how media attract and affect youth. *New Haven: Yale University Press.*

De Cock, Rozane (2012). Mediating Flemish children's reactions of fear and sadness to television news and its limitations. Survey and in-depth interview results. Journal of Children and Media, *6(4), 485-501.*

Kleemans Mariska, Schlindwein, Luise & Dohmen, Roos (2017b). Preadolescents' emotional and prosocial responses to negative TV News: Investigating the beneficial effects of constructive reporting and peer discussion. Journal of Youth and Adolescence, *46(9), 2060-2072.*

Kleemans, Mariska & Tamboer, Sanne (in press). Consolation strategies in children's television news: A longitudinal content analysis. Journalism Practice, *published online March 22, 2021.*

de la investigación muestran que niños, niñas y adolescentes tienen una amplia definición sobre las noticias y que ellos/as están conscientes de la estrechez en la representación de sus intereses (ver Götz en esta edición; Carter, 2014; Kaziaj & Van Bauwel, 2017). Ellos/as expresan un fuerte deseo por noticias que estén más relacionadas a sus realidades, y ellos/as consideran a las noticias para adultos/as "aburridas". En un estudio de Israel (Alon-Tirosh & Lemish, 2014), los niños, las niñas y los/as adolescentes encuestados/as expresaron sus deseos por programas y contenidos de noticias apropiados a su edad. Ellos/as piensan que las noticias deberían tanto alentar a los/as televidentes a un comprometimiento en actividades prosociales así como también informarlos/as sobre los peligros y situaciones de crisis. Los niños y las niñas quieren ver más niños y niñas en las noticias, y ellos/as quieren más humor que pueda ofrecer algo así como "alivio cómico". Ellos/as también prefieren noticias constructivas y encuadre positivo (ibíd.). En un estudio reciente de Holanda, los niños/as de 12 a 16 años de edad encuestados/as evaluaron a las noticias convencionales como aburridas, repetitivas, negativas, sensacionalistas y desconectadas de la gente joven (Tamboer y otros, 2020). Consecuentemente, existe una falta de motivación intrínseca para el consumo de noticias tradicionales en esta etapa de sus vidas, aunque ellos/as sepan la necesidad de estar bien informados. Esta actitud ambigua de la gente joven hacia las noticias debería ser motivo de reflexión para los adultos. Un estudio alemán también mostró que la mitad de los/as adolescentes de 14 a 17 años de edad encuestados/as (Hasebrink y otros, 2021) no lo consideraron importante para la búsqueda de información sobre eventos actuales, ya que no pueden ver una conexión a su vida cotidiana. Los/as autores/as por lo tanto creen que es importante para los/as periodistas demostrar que el contenido que producen es relevante para la vida diaria de la gente joven, y deben identificar oportunidades para las conexiones. Al mismo tiempo, necesitan enfatizar habilidades editoriales y distanciarse de los actores no periodísticos, para resaltar el valor agregado y la calidad que solamente el periodismo puede brindar.

Kaziaj, Emiljano & Van Bauwel, Sofie (2017). The ignored audience: A multi-method reception study on children and television news in Albania. Childhood, *24(2), 230-244.*

Alon-Tirosh, Michal & Lemish, Dafna (2014). "If I was making the news": What do children want from news? Participations, *11(1), 108-129.*

NOTA

[1] *Convención de Los derechos del niño/a Artículo 13, párrafo 1. Disponible en: https://www.unicef.org/ child-rights-convention/convention-text# [25.5.21sa]*

LA AUTORA

Heike vom Orde, Dipl.-Bibl., M. A., es responsable por el departamento de documentación de IZI, Múnich, Alemania.

Traducción
Vicky Romano