

MEDIOS

JÓVENES LATINOAMERICANOS SE INFORMAN ENTRE MEMES Y VIDEOS CORTOS, SEGÚN ESTUDIO

TENDENCIAS. Instagram y TikTok se han transformado en las principales fuentes.

Efe

Instagram y TikTok se han convertido en la principal puerta de entrada a la información para los jóvenes latinoamericanos, que hoy se informan de manera fragmentada entre memes, videos cortos y contenidos definidos por algoritmos, según un estudio publicado en Bogotá, Colombia.

La investigación, titulada 'Transiciones: consumos informativos emergentes en estudiantes de comunicación en América Latina', fue realizada por la Red Internacional Investigar en Red y la universidad Politécnico Grancolombiano, y se basó en las respuestas de cerca de 3.000 estudiantes de 33 instituciones de educación superior de la región.

El estudio evidencia una transformación acelerada en las rutinas informativas juveniles, marcadas por un consumo rápido, visual y no planificado, en el que las noticias aparecen mezcladas con entretenimiento y contenidos personales dentro de las redes sociales.

"La mayoría de los jóvenes no busca activamente informarse, sino que se encuentra con las noticias mientras navega", señala el informe.

Según la investigación, los formatos breves y directos -co-



LA RELACIÓN DE LOS JÓVENES CON SUS TELÉFONOS CELULARES PERMITE ESTA TENDENCIA.

mo videos cortos, titulares sintetizados y piezas que "van al grano" - son los más valorados y funcionan como principal punto de contacto con la actualidad, en un entorno donde captar la atención en pocos segundos resulta decisivo.

No obstante, esta preferencia por lo breve no implica rechazo a la profundidad porque cuando un tema despierta interés, muchos jóvenes amplían la información en plataformas como YouTube o en podcasts, donde encuentran explicaciones más pausadas y cercanas.

En cuanto al lenguaje infor-

mativo, los jóvenes privilegian estilos informales, auténticos y accesibles, lo que los acerca a creadores de contenido que explican la actualidad de forma conversacional.

Aquí, el humor y los memes aparecen como recursos que facilitan la entrada a temas complejos y funcionan como detonantes para una posterior búsqueda de información.

RELACIÓN AMBIVALENTE

Aunque los jóvenes reconocen la credibilidad y peso institucional de los medios tradicionales, también los perciben

como repetitivos, politizados o excesivamente negativos.

Pese a ello, recurren a la prensa, la radio y la televisión cuando necesitan verificar datos o comprender hechos con mayor contexto.

El informe concluye que el periodismo enfrenta el desafío de adaptarse a un ecosistema dominado por la brevedad y la personalización algorítmica, sin renunciar a la calidad ni a la confianza, en un escenario donde la noticia ya no llega desde un noticiero, sino que aparece entre un 'scroll', un meme o microvideos. 