

Las noticias se leen en la cama

La tecnología y el ritmo de vida han derivado en un cambio de hábitos en el consumo de información

🕒 7 min



Un lector de 'Crónica Global' desde la cama / FOTOMONTAJE CG

GERARD MATEO > @gerardmateo

04.07.2017 00:00 h.

Nuevas tecnologías, nuevos hábitos. El ritmo de vida trepidante, unido a la convergencia tecnológica, ha llevado a la modificación de los hábitos de la sociedad. Un factor no se entiende sin el otro y la velocidad de la evolución, que corre más que la legislación y la adaptación humana, dibuja un futuro incierto.

Uno de los cambios mensurables es la manera cómo la población consume televisión e información. Mientras crecen los servicios a la carta y las plataformas como **Netflix**, en el sector de los medios de comunicación internet es ya la principal fuente de noticias, especialmente entre los segmentos jóvenes. Y la cama, el lugar elegido para leerlas.

ADICCIÓN O DEPENDENCIA

¿Adicción al móvil? No, al menos en estos términos, ya que no está reconocida como enfermedad. Tampoco lo considera así el profesor de la IE Business School Enrique Dans: "El móvil ha tomado el hueco de otros muchos aparatos --se refiere a

cámaras, libros, calendarios y mapas, entre otros--, y nadie hablaba de adicción a los mapas”.

Dans ni siquiera lo llama teléfono (ya no sirve para llamar), y dice que el término *smartphone* (teléfono inteligente) es un eufemismo de “ordenador de bolsillo”. En este escenario, tal vez es más apropiado hablar de dependencia, ya que en este ordenador de bolsillo cabe todo ello y no ocupa lugar. Por ello surgen los nervios cuando el móvil se queda en casa olvidado. Estamos pegados a él porque en él está todo.

EL URINARIO Y EL METRO

El informe *Digital News Report* del Reuters Institute, origen de esta información, analiza la evolución del consumo de noticias en la sociedad. Por cierto, las noticias también ocupan un lugar en este ordenador de bolsillo. Uno de los datos llamativos es que un 46% de los usuarios encuestados en diferentes países confiesa que lee los artículos en la cama; un 42% lo hace en el transporte público, y un 32% elige también el servicio o urinario.

El documento es claro: “Es más fácil llevar contigo este dispositivo siempre que buscar un ordenador en otra habitación”. A lo que hay que añadir que estos lugares son de los pocos que permiten un momento de relajación del ajetreo del día. Pero la falta de huecos para leer noticias también tiene solución y también está en internet: redes sociales, colectores de noticias o *content curation*.

El doctor en Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad a Distancia de Madrid Jordi Monferrer aporta que “leer en la cama ha venido siendo una costumbre bastante extendida como forma de relajarse al acabar el día y de inducir el sueño”. “La difusión en el uso de las *tablet* y de los teléfonos móviles en los últimos años, con funciones avanzadas y múltiples funcionalidades, ha llevado a algunas personas a sustituir el libro clásico por estos dispositivos que permiten estar al día y leer las últimas noticias, casi en tiempo real, antes de acabar el día”, declara.

HERRAMIENTAS PARA APLAZAR LA LECTURA

Dans afirma que “la empresa de información que no está especializada en móvil tiene la batalla perdida”. Recuerda que él echa mano de “herramientas para aplazar la lectura”. Algunos navegadores permiten marcar artículos para leer *a posteriori*, aunque el profesor prefiere guardarlos con un *me gusta* en Twitter, o usar programas como Pinterest o Flipboard (colector de noticias que permite filtrar y seleccionar el material deseado y acceder a él de forma rápida y ordenada).

Para dibujar el cambio de hábitos, explica que él publica una revista en Flipboard, que no es otra cosa que un recopilatorio de las informaciones que le gustan o interesan, y que ya cuenta con 20.000 seguidores. Pero hay “muchísima información” que se recibe por otros medios, como Telegram o *Whatsapp*. O una nueva vuelta de

rosca: el *content curation* de Google, que es un filtrado automático de información de fuentes diferentes, y que facilita ofrecer al usuario aquello que demanda, según sus búsquedas.

BREVE, CLARO Y CONCISO

Esta explicación coincide de nuevo con el estudio de Reuters. El informe dice: “Más de la mitad de nosotros (54%) prefiere caminos que usan algoritmos para seleccionar historias en lugar de editores o periodistas”. Especialmente acusada es esta tendencia entre quienes utilizan habitualmente *ordenadores de bolsillo* y los más jóvenes. De vuelta al origen, los legisladores tienen ahora que definir las políticas de cómo afectan estas variables a las noticias que llegan a la sociedad.

Dans, en todo caso, se queda con la plataforma del pajarito Larry: “**Twitter** es la glorificación de la señal/ruido”. Es decir, resume un mensaje en 140 caracteres más enlace, vídeo o imágenes. Es directo. Permite una monitorización rápida.

EL FOMO

Twitter es más efectivo, en su opinión, que herramientas como LinkedIn o Pulse, usadas para cubrir el FOMO (*Fear of Missing Out* o miedo a perderse algo) de lo que lee nuestro círculo, y que tienen elementos de distracción, como las notificaciones o los contactos. Los “amiguetes” son para Facebook.

Finalmente, Dans añade que la sociedad se ha vuelto más mesurada con las *apps*: “Antes instalábamos todo”. El estudio de Reuters detecta, no obstante, un repunte en las instalaciones de programas de noticias tras un periodo de estancamiento. Ello es debido a dos aspectos. El primero es que los editores han habilitado mayores vínculos con aplicaciones de búsqueda, redes sociales y correo electrónico, y el segundo es que han impulsado estrategias de fidelización.

El futuro, no obstante, es una incógnita.

ARCHIVADO EN: **MÓVILES, PERIODISMO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TWITTER**

QUIZÁS TAMBIÉN LE INTERESE: