

# Navegando la sobrecarga informativa: un estudio de distintos tipos de evitación de noticias entre las audiencias en Chile

## Navigating the information overload: a study of different types of news avoidance among audiences in Chile

### *Navegando a sobrecarga informativa: Um estudo sobre diferentes tipos de evitação de notícias entre as audiências no Chile*

**Claudia Mellado**, Escuela de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile (claudia.mellado@pucv.cl)

**Alexis Cruz**, Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile (avcruz@uc.cl)

**RESUMEN** | Con base en una encuesta en línea aplicada a 4943 miembros de la audiencia en Chile, este estudio analiza los factores sociodemográficos y actitudinales asociados con cuatro tipos de evitación de noticias: no intencional, consistente, ocasional y selectiva. Los hallazgos muestran una relación significativa y negativa, aunque solo moderada, entre el hecho de evitar intencionalmente las noticias y la frecuencia con que las personas dicen consumirlas. Es decir, si bien la audiencia tiende a evitar las noticias, esto no indica necesariamente un bajo consumo de noticias y viceversa. Asimismo, la evitación selectiva de noticias es significativamente superior a otros tipos entre las audiencias. Respecto de los factores explicativos, los resultados muestran que la confianza en las noticias y el interés en la política son las únicas variables significativamente asociadas con todos los tipos de evitación analizados. La alfabetización mediática, el género, la edad, la inclinación política y el capital cultural se relacionan con algunos de los tipos de evitación de noticias, pero no con todos, mientras que el capital económico no predice la evitación de noticias en Chile. En relación con el bajo consumo de noticias en plataformas mediáticas específicas (televisión, radio, redes sociales, medios impresos y en línea), los resultados muestran que el interés en la política y el género son predictores consistentes en todas ellas. Nuestro estudio revela que la dinámica de evitación de noticias en Chile es multifacética y refleja una interacción compleja entre factores sociodemográficos y actitudinales.

**PALABRAS CLAVE:** evitación de noticias, consumo de noticias, audiencias, confianza en noticias, encuestas

#### FORMA DE CITAR

Mellado, C & Cruz, A. (2024) Navegando la sobrecarga informativa: un estudio de distintos tipos de evitación de noticias entre las audiencias en Chile. *Cuadernos.info*, (59), 48-70.  
<https://doi.org/10.7764/cdi.59.76243>

---

**ABSTRACT** | *Based on an online survey of 4,943 audience members in Chile, this study analyzes sociodemographic and attitudinal factors associated with four types of news avoidance: unintentional, consistent, occasional, and selective news avoidance. The results show a significant and negative, but only moderate, relationship between intentional news avoidance and the frequency with which respondents report consuming the news. Although audiences tend to avoid the news, this does not necessarily mean a low news consumption and vice versa. Likewise, the results show that selective news avoidance is significantly higher among audiences in Chile than the other types of news avoidance. Regarding the factors that explain news avoidance, the results show that trust in news and interest in politics are the only variables significantly associated with all four types of news avoidance analyzed. Media literacy, gender, age, political orientation, and level of education are linked to some types of news avoidance but not to all. At the same time, economic capital does not predict news avoidance in Chile. In terms of low news consumption on specific media platforms, our data shows that interest in politics and gender are consistent predictors for all of them.*

**KEYWORDS:** *news avoidance, news consumption, audiences, news trust, survey*

---

**RESUMO** | Com base em uma pesquisa online aplicada a 4 943 membros da audiência no Chile, este estudo analisa os fatores sociodemográficos e atitudinais associados a quatro tipos de evitação de notícias: não intencional, consistente, ocasional e seletiva. Os resultados mostram uma relação significativa e negativa, embora apenas moderada, entre evitar intencionalmente as notícias e com que frequência as pessoas dizem consumi-las. Ou seja, embora a audiência tenda a evitar as notícias, isso não necessariamente indica um baixo consumo de notícias e vice-versa. Além disso, a evitação seletiva de notícias é significativamente superior a outros tipos de evitação de notícias entre as audiências. Em relação aos fatores explicativos, os resultados mostram que a confiança nas notícias e o interesse na política são as únicas variáveis significativamente associadas a todos os tipos de evitação de notícias analisados. A literacia midiática, o gênero, a idade, a inclinação política e o capital cultural estão relacionados com alguns dos tipos de evitação de notícias, mas não com todos, enquanto o capital econômico não prediz a evitação de notícias no Chile. Com respeito ao baixo consumo de notícias em plataformas midiáticas específicas, os resultados mostram que o interesse na política e o gênero são preditores consistentes em todas elas.

**PALAVRAS-CHAVE:** evitação de notícias; consumo de notícias; audiências; confiança em notícias; pesquisas.

## INTRODUCCIÓN

La abundancia de información y la sobreexposición informativa exigen mayores esfuerzos para discriminar entre lo que es relevante y lo que no (Van Aelst et al., 2017; Lee et al., 2016). Es decir, algunos se ven forzados a ser selectivos respecto de las noticias que consumen, mientras que otros reducen o limitan su consumo.

Estudios previos han mostrado que la evitación de noticias (o *news avoidance*) se ha incrementado en los últimos años (Newman et al., 2024). Sin embargo, pese a los numerosos trabajos anteriores, no ha existido consenso en la conceptualización y operacionalización de este fenómeno (Ohme et al., 2022, Palmer et al., 2023). Algunos autores distinguen entre la evitación intencional y no intencional de noticias (Skovsgaard & Andersen, 2020), mientras que otros lo abordan desde la conceptualización de un bajo o nulo consumo de noticias (Villi et al., 2022; Ohme et al., 2022). Otros, en cambio, han argumentado que la evitación de noticias tiene diferentes alcances dependiendo de si las personas evitan intencionalmente exponerse a información a nivel general o a temas específicos (Skovsgaard & Andersen, 2020).

Cada abordaje ha contribuido a entender el fenómeno (Edgerly, 2022; Bruin et al., 2021; Ohme et al., 2022). Sin embargo, aún existen brechas de conocimiento respecto a la operacionalización conceptual y analítica de los diferentes tipos de evitación de noticias, así como de los factores que explican cada uno de ellos.

En Latinoamérica, el estudio de la evitación de noticias no ha sido abordado en profundidad. En Chile, específicamente, este fenómeno solo ha sido parcialmente analizado desde enfoques específicos como el de la pandemia por COVID-19 (Peña y Lillo & Guzmán, 2022; Rocamora Villena et al., 2023) y de discursos de odio en comunidades migrantes (Sibrian Díaz et al., 2024). Sin embargo, en el contexto chileno aún se desconocen los diferentes tipos de evitación de noticias por parte de las audiencias cuando se estudia su dieta informativa global.

La realidad chilena da cuenta de varios aspectos que dan sustento a este estudio y lo hacen relevante: las personas registran un bajo nivel de confianza en las noticias (Newman et al., 2024) y, asimismo, la evaluación general del periodismo y los medios en el país es negativa (Mellado & Cruz, 2024). Pese a ello, la mayoría declara consumir noticias de forma frecuente (Mellado & Cruz, 2024), incluso en mayor medida que la media global (Newman et al., 2024).

Otro aspecto a considerar es que mientras los medios tradicionales como la radio, la televisión y los medios impresos son cada vez menos utilizados para consumir noticias en Chile, las redes sociales y los medios en línea se han convertido en los más utilizados (Mellado & Cruz, 2024). En este contexto, los medios enfrentan la

responsabilidad de fomentar la confianza en el trabajo periodístico que realizan, pues impacta en el consumo y en la preferencia de las audiencias.

Este estudio busca conocer la forma en la que las audiencias en Chile evitan exponerse a las noticias, estudiando la relación que existe entre el consumo declarado de noticias y la intención de evitar las noticias, e identificando los factores sociodemográficos y actitudinales que se asocian con cuatro diferentes tipos de evitación de noticias por parte de las audiencias: no intencional, consistente, ocasional y selectiva.

### **Aproximación conceptual a la evitación de noticias**

Diversos estudios muestran que la intención de evitar noticias se ha incrementado globalmente en los últimos años (Newman et al., 2024). Aunque algunos se han referido tradicionalmente a la evitación de noticias como un bajo consumo de noticias (Edgerly, 2022; Toff & Palmer, 2019; Ohme et al., 2022), el fenómeno ha sido abordado desde diferentes perspectivas conceptuales, por ejemplo, analizando la evitación intencional versus no intencional (Skovsgaard & Andersen, 2020), la evitación selectiva (Palmer et al., 2023) o la evitación constante de noticias (Skovsgaard & Andersen, 2020).

Sin embargo, como no hay consenso a la hora de operacionalizar la evitación de noticias, los resultados son diversos y no queda claro de qué tipo de evitación de noticias se habla cuando se comparan cifras y porcentajes y se intenta dar explicaciones sobre el fenómeno.

En un intento por esclarecer los distintos matices en el estudio de la evitación de noticias, Skovsgaard y Andersen (2020) la definen como un bajo consumo de noticias en un tiempo determinado, que puede ser ocasionado por una antipatía a las noticias o por la preferencia de otros tipos de contenido mediáticos. Siguiendo su conceptualización en términos de diferenciar los tipos de evitación de noticias según su naturaleza, en esta investigación primero distinguimos entre la intención de evitar noticias de forma intencional y no intencional.

La evitación intencional de noticias es una acción deliberada por no consumirlas, que puede estar basada en diferentes razones, como factores sociodemográficos (Edgerly, 2022; Bruin et al., 2021; Ohme et al., 2022), una mala evaluación o desconfianza en las noticias y en los medios (Wagner & Boczkowski, 2019; Toff & Kalogeropoulos, 2020), el impacto negativo que las noticias pueden generar en el estado de ánimo y bienestar de las personas (Tamboer et al., 2020), la fatiga ocasionada por la sobreabundancia informativa (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022; Park, 2019), o la autoeficacia para identificar, seleccionar y consumir noticias (Edgerly, 2022).

Por su parte, la intención de evitar noticias de forma no intencional puede resultar más compleja de entender y explicar, pues no se basa en una decisión consciente y activa. En otras palabras, se asocia con personas que presentan un bajo nivel de consumo de noticias pero que, sin embargo, no evitan exponerse a estas de forma intencional. Las razones detrás de este comportamiento pueden deberse a preferir el consumo de otro tipo de contenidos mediáticos relacionados con sus intereses individuales (Van den Bulck, 2006), así como a factores contextuales (Palmer et al., 2023; Lindell & Mikkelsen Båge, 2023).

En la misma línea, y siguiendo a Skovsgaard y Andersen (2020), podemos distinguir la intención de evitar noticias de manera consistente, fenómeno que hace referencia a un bajo o nulo consumo y que se corresponde con la conceptualización tradicionalmente utilizada por otros estudios para entender la evitación de noticias. A diferencia de otros investigadores, Skovsgaard y Andersen (2020) plantean que la evitación consistente puede ser tanto intencional como no intencional, pues las razones detrás de esa decisión son desconocidas.

En efecto, diversos autores rechazan la relación que tradicionalmente se ha establecido entre el bajo consumo de noticias y el hecho de evitar noticias (Ytre-Arne & Moe, 2021; Ohme et al., 2022), pues dichos fenómenos no son mutuamente excluyentes y pueden tener distintos factores asociados.

Estudios realizados en otros contextos han evidenciado que las personas que dicen evitar noticias (a veces o a menudo) pueden terminar consumiendo una cantidad considerable de noticias generales (Ohme et al. 2022; Ytre-Arne & Moe, 2021; Palmer et al., 2023), e inclusive, su nivel de información no parece ser menor que el de las personas que no evitan noticias (Ohme et al., 2022; Woodstock, 2014; Ytre-Arne & Moe, 2021).

En este sentido, si bien la evitación de noticias de manera consistente (bajo consumo de noticias) puede estar asociada con una intencionalidad o no de evitar consumirlas, no necesariamente indica audiencias menos informadas y viceversa (Garrett, 2009; Ohme et al., 2022).

Sin embargo, al ser pocos los trabajos que han tratado y cuestionado la relación entre el bajo consumo de noticias y su evitación, la relación entre ambos fenómenos sigue siendo una pregunta con muchas interrogantes. Por lo tanto, considerando el contexto chileno, nos preguntamos:

*P1. ¿Qué relación existe entre el consumo de noticias y la intención de evitar noticias por parte de las audiencias en Chile?*

## **Evitación intencional de noticias según su alcance**

Además de la distinción entre la intención de evitar noticias de manera intencional o no y a la relación que estos fenómenos guardan con la evitación consistente (bajo consumo de noticias), Skovsgaard y Andersen (2020) identifican otros dos tipos de evitación, definidos en términos de su alcance: intención de evitar noticias de manera ocasional e intención de evitarlas de manera selectiva.

La primera se define como la acción de evitar intencionalmente las noticias de manera general en ciertos momentos. Para identificar este tipo de evitación de noticias se apela a la declaración directa de las personas respecto de su intención explícita y consciente de evitar noticias de manera general, aun cuando pueden mantener, y a menudo lo hacen, un consumo relevante de noticias (Woodstock 2014; Van den Bulck, 2006).

Por su parte, distintos autores sugieren que desconectarse de todas las noticias es difícil en un entorno de medios digitales donde prolifera la información noticiosa (Toff & Nielsen, 2018; Toff & Palmer, 2019) y que, por lo mismo, la evitación de las noticias frecuentemente se relaciona con instancias y temas específicos, en lugar de una aversión general por consumir productos informativos.

Siguiendo este pensamiento, Skovsgaard y Andersen (2020) conceptualizan la intención de evitar noticias de manera selectiva como el hecho de evitar noticias específicas, es decir, temas o tipos de noticias puntuales en su dieta informativa (Newman et al., 2024).

A partir de la conceptualización y operacionalización de estos distintos tipos de intención de evitar noticias, la investigación en el área se ha cuestionado respecto de qué tipo de evitación de noticias es más frecuente en las audiencias (Ohme et al., 2022). Sin embargo, los resultados no siguen una tendencia unánime.

Mientras algunos autores encuentran que las audiencias evitan principalmente consumir noticias sobre temas específicos (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022; Mannell & Meese, 2022), otros identifican que las personas evitan mayoritariamente consumir noticias de manera general, es decir, independiente del tema (Ohme et al., 2022).

Basados en resultados similares, algunos investigadores han considerado que la evitación de noticias sobre temas específicos podría, incluso, ser beneficiosa para el bienestar mental de las personas (Nguyen et al., 2023; Ytre-Arne & Moe, 2021), pues les evita exponerse a información que les genera estrés, sin llegar a un aislamiento total de las noticias.

Dado que las investigaciones previas no muestran un consenso respecto de qué tipo de evitación intencional de noticias es más frecuente, preguntamos en el contexto chileno:

*P2. ¿Qué tipo de evitación intencional de noticias es más frecuente en las audiencias en Chile?*

### **Factores asociados con la evitación de las noticias**

Respecto de los factores y razones para evitar noticias, estudios previos han identificado una relación significativa con diferentes variables sociodemográficas y actitudinales.

En primer lugar, diversas investigaciones han encontrado de forma sostenida que quienes evitan las noticias tienen niveles más bajos de interés en política y asuntos públicos, mientras que los consumidores de noticias más habituales (de cualquier tipo) tienen niveles más altos de interés en la política (Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Edgerly, 2022).

Con base en los hallazgos de dichos estudios, planteamos que:

*H1. Existe una relación significativa negativa entre los niveles de interés en la política y los asuntos públicos y la intención de evitar las noticias.*

El nivel de confianza en los medios y las noticias también ha sido consistentemente asociado con la intención de evitar noticias en las audiencias. La percepción de que las noticias no son confiables, y que los medios son sesgados y promueven intereses políticos y económicos propios, son algunas de las razones para desconfiar de ellos y evitar el consumo de noticias (Schrøder, 2016; Toff & Nielsen, 2018; Díaz Noci & Pérez-Altale, 2023; Serrano-Puche, 2020). Cuando las personas no confían en los medios informativos tienden a evitarlos y recurren a fuentes más confiables para ellos (Wagner & Boczkowski, 2019; Toff & Kalogeropoulos, 2020; Villi et al., 2022; Palmer et al., 2023). Por lo tanto, planteamos que:

*H2. Existe una relación significativa negativa entre la confianza en las noticias y la intención de evitar las noticias.*

Estudios previos también han encontrado que aquellos que perciben las noticias irrelevantes (Lee & Chyi, 2014) y declaran bajo conocimiento sobre el sistema de medios y las noticias (Edgerly, 2022; Karlsen et al., 2020; Toff & Kalogeropoulos, 2020; Schwarzenegger, 2020) tienden a evitarlas en mayor medida.

La alfabetización mediática de las audiencias es relevante, pues involucra el conocimiento de los procesos personales y sociales mediante los cuales se producen, distribuyen y consumen las noticias, así como las habilidades que permiten a las



audiencias ejercer cierto control sobre dichos procesos (Tully et al., 2022; Vraga et al., 2015; Pérez Tornero et al., 2021). Por ejemplo, Edgerly (2022) y Schwarzenegger (2020) encuentran que bajos niveles de alfabetización mediática se relacionan significativamente con la evitación de noticias. Es decir, aquellas personas que perciben tener mayor habilidad para navegar en el sistema de medios tienden a evitar noticias en menor medida y viceversa. Por ende, postulamos que:

*H3. Existe una relación significativa negativa entre los niveles de alfabetización mediática y la intención de evitar las noticias.*

Múltiples investigaciones también han revelado que factores demográficos inciden en la intención de evitar noticias. La edad indica estar asociada con la intención de evitar noticias (Bruin et al., 2021; Ohme et al., 2022; Edgerly, 2022), siendo las personas más jóvenes las más propensas a evitar su consumo. Respecto del género, se ha identificado que las mujeres declaran mayores intenciones de evitar noticias en comparación con los hombres (Ohme et al., 2022; Bruin et al., 2021; Toff & Palmer, 2019; Serrano-Puche, 2020). Asimismo, las personas que se autoidentifican más cercanas con la izquierda política son más propensas a evitar las noticias que aquellas más próximas a la derecha política (Bruin et al., 2021; Toff & Kalogeropoulos, 2020). Por lo tanto, esperamos que:

*H4. Las mujeres y personas de menor edad y con adherencia a la izquierda política tienen mayor probabilidad de evitar el consumo de noticias.*

Por otra parte, el estatus socioeconómico de las audiencias también se ha relacionado con la intención de evitar noticias (Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Toff & Palmer, 2019; Díaz Noci & Pérez-Altable, 2023; Kalogeropoulos & Nielsen, 2017). Por ejemplo, algunos estudios muestran que personas con menor capital económico y cultural, sin grado universitario o menor nivel educativo, tienden a evitar en mayor medida las noticias (Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Lee et al. 2016; Karlsen et al., 2020). Por ello, esperamos que:

*H5. Las personas con menor capital económico y educativo tienen más probabilidades de evitar el consumo de noticias.*

Si bien las variables que predicen la probabilidad de evitar las noticias, en el contexto chileno y a nivel mundial, son diversas, los estudios no han encontrado consenso respecto de cuáles de estos factores explican de mejor manera la intención de evitación. Tampoco existen estudios que analicen diferencias en factores asociados a distintos tipos de evitación de noticias como los que aquí estudiamos. Por lo tanto, preguntamos:



P3. ¿Qué factores sociodemográficos y actitudinales explican mejor diferentes tipos de evitación de noticias?

Adicionalmente, nos interesa profundizar en el análisis específico de la intención de evitar noticias de manera consistente (bajo consumo de noticias) para identificar si este fenómeno varía de acuerdo con el tipo de plataforma en la cual las audiencias declaran consumir noticias. La competencia y la frecuencia de consumo entre las diferentes plataformas es evidente. Mellado y Cruz (2024) y Newman y sus colegas (2024) muestran que las plataformas en línea y las redes sociales han ganado mayor uso entre las audiencias para consumir noticias, mientras que en medios tradicionales como la radio, televisión y los impresos la frecuencia de consumo ha disminuido. Por lo tanto, nos interesa identificar:

P4. ¿Qué factores se asocian con el bajo consumo de noticias (evitación consistente) en plataformas de noticias específicas?

## **METODOLOGÍA**

### **Muestra y recolección de datos**

Para cumplir con los objetivos se aplicó una encuesta a 4943 miembros de la audiencia provenientes de las tres regiones más pobladas del país y que representan en conjunto el 60% de la población de Chile: la Región Metropolitana, la del Biobío y la de Valparaíso.

La encuesta se aplicó en línea, en diciembre de 2023, y el tiempo promedio de respuesta fue de 12 minutos.

Los datos fueron recopilados por la empresa de investigación de mercado Feedback. Para este estudio, la base de datos la conformaron ciudadanos de 18 años o más pertenecientes a las tres regiones de análisis previamente detalladas. Con base en dicho marco, se seleccionó aleatoriamente a un grupo de individuos, utilizando una muestra estratificada con criterio de representación por segmentos sociodemográficos, con una tasa de respuesta de 10%.

La estrategia de muestreo empleada por Feedback considera las regiones, género, edad y nivel socioeconómico de los participantes potenciales con base en las características de la población chilena.

Considerando que las encuestas en línea dependen de la disposición de las personas a responder un instrumento auto aplicado, las variables de segmentación sociodemográficas, como género, edad o nivel socioeconómico tienden a tener representaciones que no se ajustan de forma precisa a las distribuciones reales de la población. Por lo mismo, se utilizó un mecanismo de ponderación que ajusta

sus pesos dentro de la muestra (y, por lo tanto, el de sus respuestas) hacia la distribución real que representan.

La muestra ponderada de acuerdo al peso de cada región respecto al total, considerando sus composiciones internas en cuanto a las variables de género, grupos de edad y nivel socioeconómico, quedó finalmente compuesta por 66,6% de habitantes de la Región Metropolitana, 15,2% de la del Biobío y 18,2% de la región de Valparaíso. En términos de género, 48,2% son hombres y 51,8%, mujeres. En cuanto a la edad, 40,8% es menor de 40 años y 39,9% tiene más de 50 años; en lo que respecta al nivel socioeconómico, 18% pertenece al segmento ABC1a y C1b, 38,8% al NSE C2 y C3, y 43,2% al NSE D y E.

### **Medidas**

Luego de otorgar su consentimiento informado para ser parte de la encuesta, los participantes completaron un cuestionario en línea en el cual, como en trabajos previos (Edgerly, 2022; Toff & Kalogeropoulos, 2020; Villi et al., 2022; Vraga et al., 2015), se les consultó por su consumo de medios y su intención de evitar activamente su exposición a las noticias, su interés en las noticias, la política y los asuntos públicos, su confianza en las noticias, su evaluación general del periodismo y los medios, sus niveles de alfabetización mediática, así como diversas variables sociodemográficas (género, edad, capital económico (salario), capital cultural (nivel educativo) y orientación política.

Para más detalle sobre las medidas utilizadas, véase <https://osf.io/raczn/>

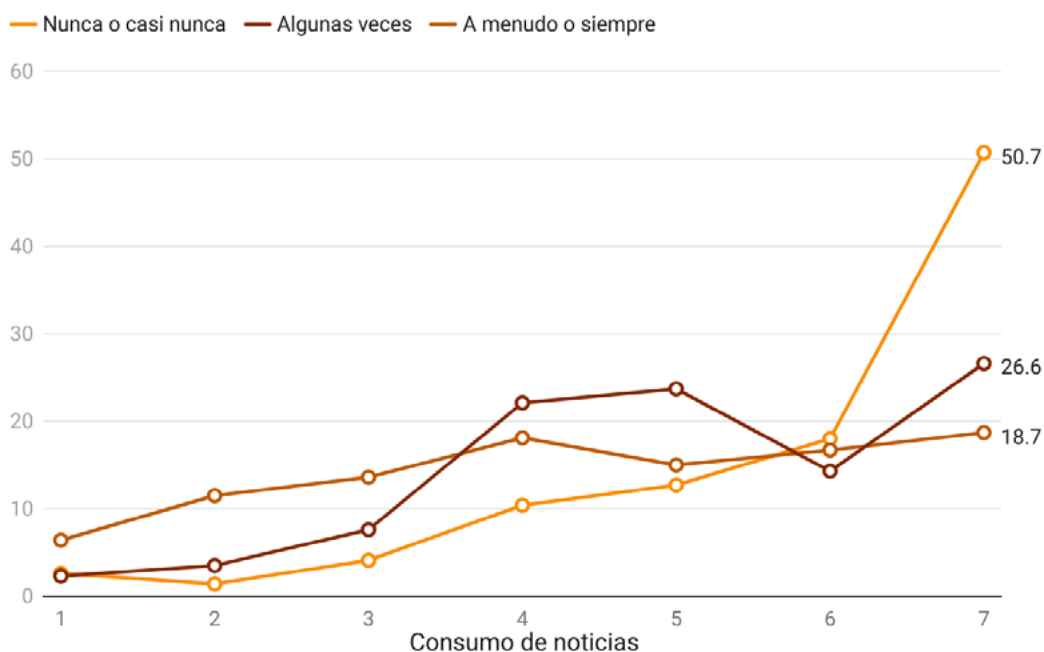
## **RESULTADOS**

### **Relación entre el consumo de noticias y la intención de evitar noticias (evitación ocasional)**

Los resultados de nuestro estudio muestran la existencia de una relación significativa y negativa entre el hecho de evitar intencionalmente las noticias y la frecuencia con la que las personas dicen que consumen información noticiosa (P1). Sin embargo, la fuerza de la relación es solo moderada ( $r = -.393$ ). En efecto, los datos muestran que un porcentaje importante de quienes declaran evitar las noticias acceden a ellas con frecuencia, y una importante minoría de los que reportan un bajo consumo no dicen evitarlas de forma intencional (gráfico 1).

Mientras que el consumo promedio de noticias entre aquellos que no declaran evitar las noticias es de 5,86 en una escala de 7 puntos, el promedio de consumo de noticias entre quienes dicen que evitan las noticias a menudo o siempre es de 4,45, muy por sobre el punto medio de la escala. Entre los que acceden a las noticias con más frecuencia, un 45,3% informa que evitan activamente las noticias a menudo.

### • Intención de evitar noticias



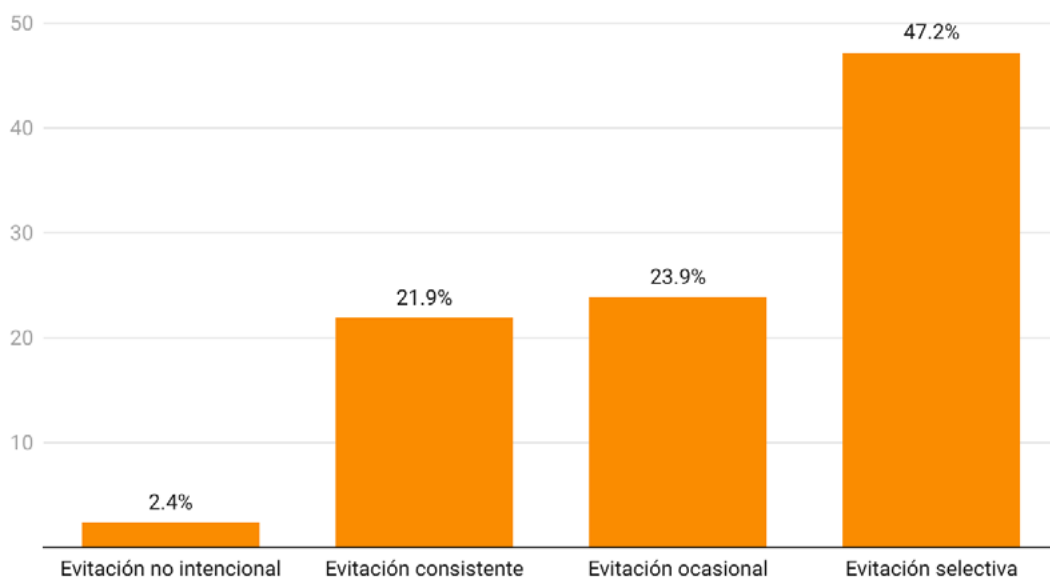
**Gráfico 1. Relación entre consumo de noticias y evitación ocasional de noticias**

*Fuente: Elaboración propia.*

Una explicación plausible es que las audiencias, incluso las más ávidas de información, son cada vez más activas y selectivas a la hora de consumir noticias, evitando exponerse a contenido que les genera rechazo. No obstante, esto no necesariamente indica un bajo consumo de noticias.

Por otra parte, los resultados muestran diferencias importantes en la medida en la que los diferentes tipos de intención de evitar noticias se materializan entre las audiencias chilenas. En efecto, los datos revelan que solo 21,9% de los encuestados declara una intención de evitar noticias de manera consistente, mientras que más de la mitad de la audiencia evita a veces o frecuentemente y de forma intencional el consumo de noticias (71,1%).

Sin embargo, la mayoría no evita noticias sobre cualquier tema. Solo 23,9% de los encuestados dice evitarlas de forma general (intención de evitar noticias de manera ocasional), mientras que 47,2% dice evitar noticias vinculadas con temas específicos (intención de evitar noticias de manera selectiva). Finalmente, solo 2,4% de los encuestados declara una intención de evitar noticias de manera no intencional, es decir, declaran un bajo consumo de noticias y, además, una baja o nula intención por evitar noticias (gráfico 2).



**Gráfico 2. Presencia de tipos de evitación de noticias**

*Fuente: Elaboración propia.*

A partir de estos datos, respondemos la P2, que busca saber qué tipo de evitación intencional de noticias es más frecuente. Nuestros análisis indican que la intención de evitar noticias de manera selectiva es significativamente mayor que la intención de evitar noticias de manera ocasional. Es decir, si bien las audiencias chilenas declaran una alta intención de evitar consumir noticias, no es en su mayoría sobre noticias generales, sino que se centra en temas informativos específicos, tal y como encontraron Mannell y Meese en Australia (2022), y Villi y sus colegas en Israel, Argentina y Japón (2022).

### **Factores asociados con los diferentes tipos de evitación de noticias**

Para responder a las hipótesis 1-5 y P3, se llevaron a cabo distintos análisis de regresión logística binaria para estimar en qué medida la probabilidad de evitar noticias se ve afectada por la edad, el género, el capital económico, el cultural, la orientación política, el interés en la política, la alfabetización mediática y la confianza en las noticias reportada por las audiencias (tabla 1).

La prueba Hosmer-Lomeshow indicó en cada caso una buena bondad de ajuste de los modelos, así como una exactitud de clasificación de entre 75% y 96%.

Las H1 y H2 sostienen que existe una relación significativa inversa entre los niveles de interés en la política y la confianza en las noticias y la intención de evitar las noticias. Específicamente, plantean que las personas con mayor interés en la política y que confían más en las noticias tendrían una menor intención de evitar las noticias.

Los resultados dan sustento a ambas hipótesis de manera transversal, mostrando que las variables interés en política y confianza en los medios son significativas y predicen de forma negativa los diferentes tipos de intención de evitar noticias. A mayor interés en la política y mayor nivel de confianza en las noticias, menores probabilidades de evitar las noticias de manera no intencional, consistente, ocasional y selectiva.

La alfabetización mediática, el género, la edad, la inclinación política y el capital cultural se relacionan con algunos de los tipos de evitación de noticias analizados, pero no con todos.

Respecto de la alfabetización mediática, los resultados indican que a mayor alfabetización mediática menor es la intención de evitar noticias de manera no intencional. Asimismo, a mayor alfabetización mediática, menor es la intención de evitarlas de manera ocasional (evitación intencional de temas general). Sin embargo, esta variable no se asocia significativamente con la intención de evitar noticias de manera consistente (bajo consumo de medios ya sea intencional o no intencional) y selectiva (evitación de temas específicos de forma intencional). Por lo tanto, la H3, que indica que existe una relación significativa inversa entre los niveles de alfabetización mediática y la intención de evitar las noticias, se sustenta parcialmente.

Los resultados también muestran que el género de los encuestados tiene una relación significativa con dos tipos de evitación de noticias: consistente (bajo consumo de noticias, intencional o no) y ocasional (evitación general de noticias de forma intencional). En términos prácticos, ser hombre se relaciona con una menor probabilidad de evitar las noticias de manera consistente y ocasional. Por otra parte, a mayor edad, menor es la intención de evitar noticias de manera ocasional y mayor es la intención de evitar noticias de manera selectiva. En cuanto a la posición política, los resultados únicamente son significativos para la intención de evitar noticias de manera ocasional. Es decir, a mayor cercanía con la derecha política, menor es la intención de evitar noticias sobre temas generales.

En cambio, el género, la edad y la orientación política no son significativos a la hora de explicar la intención de evitar noticias de manera no intencional. El género y la inclinación política tampoco muestran relación con la intención de evitar noticias de manera selectiva. Por su parte, la edad y la inclinación política no se asocian significativamente con la intención de evitar noticias de manera consistente. A partir de los resultados, se sustenta entonces parcialmente la H4, según la cual las mujeres y personas de menor edad y con adherencia a la izquierda política tienen mayor probabilidad de evitar el consumo de noticias.

Respecto del nivel educativo y económico, los resultados muestran que a mayor capital cultural menor es la intención de evitar noticias de manera no intencional, de forma consistente (bajo consumo de noticias) y de manera selectiva (evitación de temas específicos). El nivel educativo, sin embargo, no está relacionado con la intención de evitar noticias de manera ocasional (evitación de temas generales). Por su parte, el capital económico no muestra relación con ninguno de los tipos de evitación de noticias. Por lo tanto, la H5, que indica que las personas con menor capital económico y cultural tienen más probabilidades de evitar las noticias, se sustenta parcialmente para el capital cultural y se rechaza para el capital económico.

	No intencional		No intencional/ Intencional		Intencional			
	Bajo consumo de noticias + baja o nula intención de evitar noticias		Intención de evitar noticias de manera consistente (bajo consumo de noticias)		Intención de evitar noticias de manera ocasional		Intención de evitar noticias de manera selectiva	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Género (1= Hombre)	-,119	,888	-,501***	,606	-,116*	,890	,023	,682
Edad	-,004	,996	,000	1,000	-,011***	,989	,009***	1,009
Capital económico	,080	1,083	,056	,944	,016	1,016	-,003	,997
Capital cultural	-,221***	,882	-,154***	,857	,017	1,017	,057**	1,058
Orientación política	-,032	,968	-,047	,954	-,075***	,928	-,005	,995
Interés en la política y los asuntos públicos	-,312***	,732	-,516***	,597	-,098***	,907	-,047**	,954
Alfabetización mediática	-,242***	,785	-,034	,967	-,060*	,942	,004	1,004
Confianza en las noticias	-,550***	,577	-,486***	,615	-,132***	,876	-,070***	,933
Negelkerke R <sup>2</sup>		,208		,302		,130		,102

**Tabla 1. Factores que explican la evitación de noticias no intencional, consistente, ocasional y selectiva**

*Fuente: Elaboración propia.*

### **Factores asociados con el bajo consumo de noticias según plataforma mediática**

Los resultados muestran que los factores que predicen la evitación consistente de noticias (bajo consumo) son diferentes para cada plataforma (P4). Sin embargo, el interés en la política y en los asuntos públicos, así como el género, son las únicas variables que indican tener relación con la evitación consistente de noticias para todas las plataformas mediáticas (tabla 2).

A mayor interés en la política y asuntos públicos, menor es la probabilidad de tener un bajo consumo de noticias en las distintas plataformas informativas.

En el caso del género, la relación no es siempre la misma. Los hombres tienen menor probabilidad de evitar consistentemente las noticias (bajo consumo) en los medios impresos, en línea y la radio, mientras que en el caso de la televisión y las redes sociales, tienen mayor probabilidad de un bajo consumo de noticias.

Otra variable asociada con el bajo consumo de noticias es la edad, significativa para la radio y las redes sociales. A mayor edad, menor es la probabilidad de evitar consistentemente las noticias (bajo consumo) en la radio y mayor la de evitación consistente en las redes sociales. Estos resultados se condicen con los hábitos de consumo actuales de las audiencias, siendo los adultos mayores los que mayormente consumen la radio y los más jóvenes los que principalmente navegan en las redes sociales (Mellado & Cruz, 2024). En cambio, la edad no es significativa para predecir la evitación de noticias consistente en los medios impresos, la televisión y los medios en línea, quizás debido a que son medios transversales de fácil acceso para todas las audiencias.

Por otra parte, nuestros resultados indican que a mayores niveles de confianza, menor es la probabilidad de evitar consistentemente las noticias en medios impresos, televisión, en línea y radio, pero no así en redes sociales, donde no logra ser un factor predictivo. Respecto de la orientación política, los resultados muestran quienes se identifican más cercanos a la derecha tienen mayor probabilidad de evitar consistentemente las noticias en medios en línea y menor probabilidad de tener un bajo consumo en medios impresos, televisión y radio.

Paralelamente, a mayor alfabetización mediática, menor es la probabilidad de evitación consistente en medios impresos, en línea, radio y redes sociales. Esta variable no es significativa para el bajo consumo de noticias en televisión, lo cual quizás se deba a que es un medio tradicional transversal cuya lógica de producción y funcionamiento es bien conocida en términos generales; por lo tanto, un alto o bajo nivel de alfabetización mediática no afecta su consumo, como sí ocurre en el resto de las plataformas.



En lo que concierne al capital económico, es significativo solo para el bajo consumo de noticias en televisión y redes sociales. A mayor capital económico, mayor probabilidad de un bajo consumo de noticias en la televisión y en las redes sociales. Esto podría indicar un comportamiento más exhaustivo en la selección o discriminación de las noticias y plataformas que las audiencias con mejor capital económico consumen, en parte debido a la mayor cantidad de opciones a las que pueden acceder dada su posición económica (Kalogeropoulos & Nielsen, 2017).

Finalmente, el capital cultural solo es significativo para los medios impresos y los en línea. A mayor capital cultural, menor es la probabilidad de evitación consistente de noticias en ambos tipos, lo que podría indicar que las audiencias con mayor nivel educativo presentan un nivel de búsqueda de información más estricto y más crítico respecto de lo que leen, en parte debido a que, comparativamente hablando, los medios impresos y en línea demandan un mayor involucramiento de las audiencias con las noticias.

	Bajo consumo de noticias en medios impresos		Bajo consumo de noticias en Televisión		Bajo consumo de noticias en medios en línea		Bajo consumo de noticias en radio		Bajo consumo de noticias en redes sociales	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
Género (1= Hombre)	-,073* (,061)	,928	,282*** (,063)	1,325	-,521*** (,065)	,594	-,197*** (,058)	,822	,145* (,067)	1,155
Edad	,003 (,002)	1,003	,003 (,002)	1,003	-,001 (,002)	,999	-,012*** (,002)	,988	,030*** (,002)	1,031
Capital económico	-,020 (,024)	,980	,245*** (,025)	1,277	,006 (,025)	1,006	,022 (,023)	1,022	,086*** (,026)	1,090
Capital cultural	-,063*** (,020)	,939	-,035 (,020)	,965	-,061*** (,019)	,941	-,009 (,019)	,991	-,015 (,021)	,985
Orientación política	-,173*** (,018)	,841	-,107*** (,019)	,899	,047* (,020)	1,048	-,043* (,018)	,958	,017 (,020)	1,017
Interés en la política y los asuntos públicos	-,115*** (,018)	,892	-,116*** (,018)	,891	-,167*** (,018)	,846	-,102*** (,017)	,903	-,081*** (,019)	,922
Alfabetización mediática	-,111*** (,027)	,895	-,007 (,027)	,993	-,192*** (,027)	,826	-,076* (,025)	,927	-,171*** (,029)	,842
Confianza en las noticias	-,167*** (,019)	,846	-,508*** (,022)	,602	-,154 (,021)	,858	-,184*** (,019)	,832	,012 (,021)	1,012
Negelkerke R <sup>2</sup>		,090		,208		,110		,078		,104

**Tabla 2. Factores que explican la evitación consistente de noticias en distintas plataformas mediáticas**

Fuente: Elaboración propia.

## DISCUSIÓN

Este estudio buscó comprender la forma en la que las audiencias en Chile evitan exponerse a las noticias, estudiando la relación que existe entre el consumo declarado de noticias y la intención de evitarlas, e identificando los factores sociodemográficos y actitudinales que se asocian con cuatro diferentes tipos de evitación de noticias: no intencional, consistente, ocasional y selectiva.

Los resultados ofrecen datos importantes sobre la evitación de noticias en Chile, revelando una complejidad en la conducta declarada de las audiencias que va más allá de la simple dicotomía de consumo versus evitación.

En primer lugar, el estudio muestra una relación negativa, pero moderada, entre la frecuencia de consumo de noticias y la tendencia a evitarlas intencionalmente. Eso sugiere que, si bien las audiencias están adoptando un enfoque más selectivo en su consumo informativo, muchos individuos que declaran evitar las noticias todavía acceden a ellas con frecuencia. Estos hallazgos siguen la tendencia de otros trabajos que identifican que, aunque las personas declaran comenzar a evitar noticias específicas, no dejan de mantenerse informadas (Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022).

Esta actitud podría interpretarse como una señal de que los consumidores están adoptando una actitud más activa en su dieta informativa, posiblemente como un mecanismo de autoprotección contra el estrés asociado con las noticias negativas o sensacionalistas, como ocurrió durante la pandemia por COVID-19.

Otra posible explicación es que la tendencia a evitar noticias podría revelar una manifestación de la sobrecarga informativa y de fatiga ante los ciclos de noticias constantes y omnipresentes en el ecosistema mediático actual. En efecto, el hecho de que un grupo significativo de personas (70,1%) evite intencionalmente las noticias a veces o frecuentemente, señala un cambio cultural hacia un consumo más consciente de la información. Este patrón sugiere que las audiencias pueden estar desarrollando resistencia a los estímulos informativos continuos, eligiendo cuándo y cómo interactuar con las noticias, o con el objetivo de cuidar su bienestar emocional y mental (Ytre-Arne & Moe, 2021; Groot Kormelink & Klein Gunnewiek, 2022).

En segundo lugar, los hallazgos sustentan la hipótesis de que factores como el interés en la política (H1) y la confianza en las noticias (H2) juegan un rol crucial a la hora de analizar la forma en la que las personas se relacionan con las noticias, resultando ser variables significativamente relacionadas con todos los tipos de evitación de noticias analizados.

Dicho resultado podría estar impulsado por una búsqueda de equilibrio en la dieta informativa, donde la calidad y la relevancia del contenido se vuelven más importantes que la cantidad (Lindell & Mikkelsen Båge, 2023; Toff & Nielsen, 2018; Villi et al., 2022). En este sentido, nuestros hallazgos muestran que restaurar y mantener la confianza en los medios es fundamental para combatir la evitación de noticias.

En tercer lugar, nuestros hallazgos sustentan de forma parcial la relación inversa que otros autores han encontrado entre alfabetización mediática y evitación de noticias (H3). Específicamente, aquellos con mayor alfabetización mediática tienden a evitar menos las noticias de manera no intencional, lo que podría sugerir que un mayor entendimiento de cómo navegar, evaluar y comprender los medios de comunicación conlleva a una mayor probabilidad de consumo de noticias. Sin embargo, el hecho de que la alfabetización mediática no esté significativamente asociada con la evitación de noticias de manera consistente y selectiva sugiere que otros factores podrían estar en juego en estas formas de evitación.

En cuarto lugar, este estudio deja en evidencia que aspectos sociodemográficos como el género, la edad y el capital cultural presentan relaciones variadas con los diferentes tipos de evitación de noticias analizados (H4, H5), lo cual parece delinear diferentes perfiles de audiencias asociados con cada tipo de evitación.

En cambio, el capital económico no resulta ser un predictor significativo para ningún tipo de evitación de noticias, lo que podría sugerir que las barreras para acceder a las noticias no se deben a recursos económicos, sino a factores psicosociales y preferencias individuales. No obstante, el comportamiento de esta variable es diferente para el bajo consumo de noticias en plataformas mediáticas específicas. Por ejemplo, un mayor capital económico predice un menor consumo de noticias en televisión y en redes sociales. Esto podría reflejar una mayor selección y discriminación en las preferencias de plataformas y contenidos por parte de aquellos con más recursos, quizás debido a un acceso más amplio a tecnologías y a suscripciones a contenido premium o plataformas de streaming (Kalogeropoulos & Nielsen, 2017).

En quinto lugar, la variación en los factores que predicen la evitación de noticias consistente –o el bajo consumo– según la plataforma mediática subraya la necesidad de estrategias diferenciadas para abordar la relación de las audiencias con las noticias en diferentes entornos mediáticos.

En resumen, este estudio revela una dinámica de evitación de noticias matizada y multidimensional que refleja una interacción compleja entre factores sociodemográficos y actitudinales. Los resultados resaltan la importancia de

fomentar la confianza y el interés en la información noticiosa, además de mejorar la alfabetización mediática de la población (Pérez Tornero et al., 2021). Los patrones de evitación de noticias no son monolíticos, sino que varían según el contexto, lo que subraya la necesidad de enfoques personalizados para entender y abordar la relación de las audiencias con las noticias en la era digital.

Nuestro estudio no está exento de limitaciones. La primera se relaciona con diferentes causas contextuales e individuales que podrían estar relacionadas con los diferentes tipos de evitación de noticias –como la respuesta emocional de las personas, la fatiga informativa, la falta de tiempo para consumir noticias o la autoeficacia percibida– que no fueron medidas en esta investigación.

Una segunda limitación es que la recolección de datos está basada en una encuesta cross-seccional que mide percepciones y actitudes declaradas de las personas respecto de su consumo o evitación de noticias. Por lo tanto, no podemos saber con exactitud la medida en la que sus respuestas a una encuesta coinciden con su real comportamiento cuando se exponen a las noticias en su día a día.

Una tercera limitación es que los datos fueron recolectados únicamente en Chile, y solo en tres regiones, por lo que los resultados no pueden ser generalizables. Alentamos a que futuros trabajos contrasten o comparen el fenómeno de evitación de noticias entre diferentes regiones o países.

A pesar de las limitaciones, este estudio ofrece un análisis en profundidad de este fenómeno en Chile y establece una base sólida para futuras investigaciones sobre la evitación de noticias. Los hallazgos revelan que las audiencias no solo evitan las noticias en ciertos momentos, sino que lo hacen de una manera que refleja una elección deliberada y un enfoque crítico hacia los medios. Asimismo, sugieren que el interés en la política, la confianza en las noticias y la alfabetización mediática están especial e intrínsecamente ligados a cómo las personas se relacionan con las noticias, por sobre otros factores también significativos.

### **FINANCIAMIENTO**

Este trabajo fue apoyado por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile, perteneciente a la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo, ANID (Fondecyt regular, n° 1220698). El proyecto contempla una duración de 4 años en el cual la Doctora Claudia Mellado es la Investigadora Principal.

**REFERENCIAS**

- Bruin, K., de Haan, Y., Vliegenthart, R., Kruikemeier, S., & Boukes, M. (2021). News avoidance during the COVID-19 crisis: Understanding information overload. *Digital Journalism*, 9(9), 1286-1302. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1957967>
- Díaz Noci, J., & Pérez-Altamira, L. (2023). Por qué evitamos las noticias: algunas evidencias desde la desigualdad de acceso a la información digital en España. (Why we avoid the news: some evidence from digital information access inequality in Spain) *Anuario ThinkEPI*. 2023; 17: 6 p. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a34>
- Edgerly, S. (2022). The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism*, 23(9), 1828-1845. <https://doi.org/10.1177/14648849211012922>
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265-285. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01440.x>
- Groot Kormelink, T. & Klein Gunnewiek, A. (2022). From “far away” to “shock” to “fatigue” to “back to normal”: How young people experienced news during the first wave of the COVID-19 pandemic. *Journalism Studies*, 23(5-6), 669-686. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1932560>
- Kalogeropoulos, A. & Nielsen, R. K. (2017). *Social inequalities in news consumption*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-sed9-rc04>
- Karlsen, R., Beyer, A., & Steen-Johnsen, K. (2020). Do high-choice media environments facilitate news avoidance? A longitudinal study 1997-2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(5), 794-814. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1835428>
- Lee, A. R., S. M. Son, & K. K. Kim. 2016. Information and Communication Technology Overload and Social Networking Service Fatigue: A Stress Perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51-61. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.011>
- Lee, A. M. & Chyi, H. I. (2014). When Newsworthy is Not Noteworthy: Examining the value of news from the audience's perspective. *Journalism Studies*, 15(6), 807-820. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.841369>
- Lindell, J. & Mikkelsen Båge, E. (2023). Disconnecting from digital news: News avoidance and the ignored role of social class. *Journalism*, 24(9), 1980-1997. <https://doi.org/10.1177/14648849221085389>
- Mannell, K. & Meese, J. (2022). From doom-scrolling to news avoidance: limiting news as a wellbeing strategy during COVID lockdown. *Journalism Studies*, 23(3), 302-319. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2021105>
- Mellado, C. & Cruz A. (2024). *Informe 2024: Consumo de noticias y evaluación del periodismo en Chile* (Report 2024: News Consumption and Journalism Evaluation in Chile). Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the study of Journalism.

- Nguyen, A., Glück, A., & Jackson, D. (2023). The up-down-up pandemic news experience: A mixed-method approach to its negative and positive effects on psychological wellbeing. *Journalism*, 24(12), 2687-2704. <https://doi.org/10.1177/14648849221135137>
- Ohme, J., Araujo, T., Zarouali, B., & de Vreese, C. H. (2022). Frequencies, drivers, and solutions to news non-attendance: Investigating differences between low news usage and news (topic) avoidance with conversational agents. *Journalism Studies*, 23(12), 1510-1530. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2102533>
- Park, C. S. (2019). Does too much news on social media discourage news seeking? Mediating role of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media. *Social Media+ Society*, 5(3), <https://doi.org/10.1177/2056305119872956>
- Palmer, R., Toff, B., & Nielsen, R. K. (2023). Examining assumptions around how news avoidance gets defined: The importance of overall news consumption, intention, and structural inequalities. *Journalism Studies*, 24(6), 697-714. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2183058>
- Pérez Tornero, J.M., Grizzle, A., Pulido, C.M., & Tayie, S.S. (2021). The Challenge of Media and Information Literacy for Public Service Media. In M. Túnñez-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Eds.), *The Values of Public Service Media in the Internet Society*. Palgrave Macmillan.
- Peña y Lillo, M. & Guzmán, P. (2022). Búsqueda, escaneo y evitación de información sobre COVID-19 en Chile (Seeking, scanning, and avoiding information about COVID-19 in Chile). *Cuadernos.Info*, (53), 184-204. <https://doi.org/10.7764/cdi.53.47775>
- Rocamora Villena, V. R., Peña y Lillo, M., Junge Cerda, P., & Prieto Bravo, C. (2023). Grupos de riesgo por COVID-19 y sus estrategias para enfrentar la sobrecarga informativa en el primer año de la pandemia en Chile (COVID-19 risk groups and their strategies for navigating information overload during the first year of the pandemic in Chile). *Salud Colectiva*, 19, e4305. <https://doi.org/10.18294/sc.2023.4305>
- Schwarzenegger, C. (2020). Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence-confidence in navigating media repertoires in the digital age. *New Media & Society*, 22(2), 361-377. <https://doi.org/10.1177/1461444819856919>
- Schrøder, K. C. (2016). The nature of news avoidance in a digital world. Digital News Report. <https://www.digitalnewsreport.org/essays/2016/nature-news-avoidance-digital-world/>
- Serrano-Puche, J. (2020). Periodismo constructivo: una respuesta a las razones de los usuarios para evitar las noticias. *Cuadernos.info*, (46), 153-177. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1714>
- Sibrian Díaz, N. D., Alfaro, A., & Núñez, J. C. (2024). Validación de instrumento sobre exposición a discursos de odio de comunidades migrantes en el ecosistema mediático chileno: resultados preliminares (Validation of an instrument on exposure of migrant communities to hate speech in the Chilean media ecosystem: preliminary results). *Revista Latina de Comunicación Social*, (82), 1-23. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2024-2226>
- Skovsgaard, M. & Andersen, K. (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459-476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>



- Tamboer, S. L., Kleemans, M., & Daalmans, S. (2022). 'We are a neeeew generation': Early adolescents' views on news and news literacy. *Journalism*, 23(4), 806-822. <https://doi.org/10.1177/1464884920924527>
- Toff, B. & Nielsen, R. K. (2018). "I just google it": Folk theories of distributed discovery. *Journal of Communication*, 68(3), 636-657. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy009>
- Toff, B. & Palmer, R. A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: "News-is-for-men" perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882>
- Toff, B. & Kalogeropoulos, A. (2020). All the news that's fit to ignore: How the information environment does and does not shape news avoidance. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 366-390. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016>
- Tully, M., Maksl, A., Ashley, S., Vraga, E. K., & Craft, S. (2022). Defining and conceptualizing news literacy. *Journalism*, 23(8), 1589-1606. <https://doi.org/10.1177/14648849211005888>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., De Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>
- Van den Bulck, J. (2006). Television news avoidance: Exploratory results from a one-year follow-up study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 231-252. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002\\_4](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_4)
- Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P. J., Hayashi, K., Mitchelstein, E., Tanaka, A., & Kligler-Vilenchik, N. (2022). Taking a break from news: A five-nation study of news avoidance in the digital era. *Digital Journalism*, 10(1), 148-164. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1904266>
- Vraga, E., Tully, M., Kotcher, J. E., Smithson, A. B., & Broeckelman-Post, M. (2015). A Multi-Dimensional Approach to Measuring News Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 7(3), 41-53. <https://doi.org/10.23860/jmle-7-3-4>
- Wagner, M. C. & Boczkowski, P. J. (2019). The reception of fake news: The interpretations and practices that shape the consumption of perceived misinformation. *Digital Journalism*, 7(7), 870-885. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1653208>
- Woodstock, L. (2014). The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism*, 15(7), 834-849. <https://doi.org/10.1177/1464884913504260>
- Ytre-Arne, B. & Moe, H. (2021). Doomscrolling, monitoring and avoiding: News use in COVID-19 pandemic lockdown. *Journalism Studies*, 22(13), 1739-1755. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952475>



## SOBRE LOS AUTORES

**CLAUDIA MELLADO**, profesora titular en la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Es la investigadora principal del proyecto Journalistic Role Performance ([www.journalisticperformance.org](http://www.journalisticperformance.org)). Su investigación se centra en culturas periodísticas, roles profesionales y estudios comparativos. Su trabajo ha sido ampliamente publicado en revistas como *Journal of Communication*, *IJPP*, *Digital Journalism*, *Journalism*, *JMCQ*, *Journalism Studies* y *Journalism Practice*. Su último libro editado es *Beyond Journalistic Norm: Role Performance and News in Comparative Perspective* (Routledge, 2021).

 <https://orcid.org/0000-0002-9281-1526>

**ALEXIS CRUZ**, licenciado en Ciencias de la Comunicación y magíster en Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente es becario ANID en el programa de doctorado en Ciencias de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Sus líneas de investigación se centran en el estudio del periodismo y las audiencias, así como en la comunicación pública de la ciencia y la comunicación en salud.

 <https://orcid.org/0000-0001-9390-1358>