Publicado en *Coordinación General de Comunicación Social* (https://www.comsoc.udg.mx)

A pesar del desarrollo de las TIC, mexicanos siguen siendo grandes consumidores de televisión

Este martes presentarán el libro La dieta mediática en Jalisco

Hurgar sobre cómo se comportan los habitantes de Jalisco frente a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), e identificar sus patrones de consumo mediático, son algunas claves que brinda el libro *La dieta mediática en Jalisco,* de la autoría del doctor Pablo Arredondo Ramírez, director del Instituto de Investigación, Innovación y Gobernanza de la Universidad de Guadalajara (UdeG).

El especialista refirió que la publicación es un análisis de estudios que se llevaron a cabo en la primera década de este siglo en Jalisco. Afirma que “los medios de comunicación se han convertido en una parte fundamental de la vida cotidiana de los sujetos, en Jalisco y en el mundo. Los medios están presentes en prácticamente todas nuestras actividades”.

Arredondo Ramírez mencionó que la política es una de las actividades que no puede comprenderse sin los medios masivos de comunicación, por lo que es necesario estudiar a estos “grandes actores fundamentales del poder contemporáneo”.

Este trabajo observa patrones estructurados de exposición de los medios, con la finalidad de entender cómo se alimentan los habitantes de Jalisco en cuanto al tipo de información que consumen.

El libro constata que “el periódico nos convoca cada vez menos y entre los jóvenes es todavía peor la situación. Los escasos lectores de periódicos somos personas con más de tres décadas de edad”; la radio se consume para entretenerse musicalmente y no para informarse; y las redes sociales son utilizadas para comunicarse con otros a través de un *chat* y para cuestiones laborales.

Los mexicanos son "grandes consumidores de televisión", subrayó el investigador. Dijo que a pesar del crecimiento en el uso de nuevas tecnologías, el mexicano, en general, “se empacha de televisión y, sobre todo, de cierto tipo de televisión. Se informa principalmente por la televisión comercial”. Sus tiempos promedios de consumo rondan las cuatro horas diarias, pero no se ha igualado el tiempo de los estadounidenses, que es de ocho horas.

Ante el intenso uso de las redes sociales por parte de los jóvenes, el sistema educativo tiene mucho que aportar, consideró Arredondo Ramírez. Lo más imperante es promover hábitos para que desarrollen un mapa cognitivo que los apoye en localizar información útil y pertinente.

“Los mapas cognitivos no los desarrolla la tecnología de la comunicación, los desarrollan los sistemas de educación. Alguien a quien se le formó para saber discriminar información, tendrá en todo el mundo mediático más posibilidades para evolucionar informativamente hablando”, dijo el académico.

El doctor Armando Zacarías Castillo, jefe del Departamento de Estudios Políticos del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH), consideró que “pocos estudios, en el ámbito de consumos culturales y de análisis de los medios de comunicación, tienen en este momento como figura central a Jalisco”.

La presentación de *La dieta mediática en Jalisco* tendrá lugar este martes 6 de septiembre, a las 12:00 horas, en el auditorio Silvano Barba del CUCSH. Será presentado por reconocidos investigadores y comunicadores, los doctores Gabriel González-Molina y Raúl Trejo Delarbre. La publicación conmemora los primeros 25 años del Departamento de Estudios Políticos del CUCSH.

A T E N T A M E N T E
"Piensa y Trabaja"
Guadalajara, Jal., 5 de septiembre de 2016

Texto: Wendy Aceves
Fotografía: Paulina Mendoza / José María Martínez

Etiquetas:
Pablo Arredondo Ramírez [1]

URL Fuente:
https://www.comsoc.udg.mx/noticia/pesar-del-desarrollo-de-las-tic-mexicanos-siguen-siendo-grandes-consumidores-de-television

Links
[1] https://www.comsoc.udg.mx/etiquetas/pablo-arredondo-ramirez