

Nueva fuente de noticias

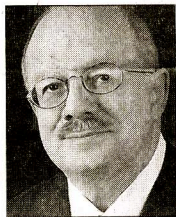
Hace apenas unos días, en estas mismas páginas, Jorge Ramos creó una inquietud entre sus fieles lectores, entre los cuales figuro, por supuesto, al calificarse como dinosaurio informativo por el modo que hasta ahora ofrecía las noticias en la televisión en la franja horaria específica, reservada tradicionalmente para esos menesteres.

Llamaba la atención sobre las miles de plataformas virtuales de consumo de noticias, profesionales y aficionadas, que dan cuenta instantánea de acontecimientos que ocurren en cualquier lugar del mundo y lo difícil que le resultaba a la televisión al uso competir con esa inmediatez.

Ahora que nos alistamos para una de las más reñidas, tecnológicas y caras campañas presidenciales de Estados Unidos, el Pew Research Center acaba de dar a conocer una investigación que confirma parte de las especulaciones adelantadas por Ramos.

La encuesta da a conocer cómo el americano promedio consume sus noticias referentes a la política y el primer resultado que llama la atención es aquel que informa que en Facebook es donde la generación conocida como “milenios”, nacidos entre 1981 y 1996, encuentra este tipo de información. Las cifras de personas consultadas de esa edad muestran una preferencia del 61% en Facebook versus 37% de modo tradicional en la televisión.

Los resultados no son del todo sorprendidos aunque sí singulares porque ocurre que los más jóvenes suelen interesarse menos en los asuntos políticos. Erróneamente piensan que son embrollos de personas mayores. No los culpo, sobre todo porque no siempre contamos con los mejores representantes antes los distintos tipos de gobiernos que elegimos para que defiendan nuestros intereses.



EDUARDO J. PADRÓN

La generación de los *baby boomers* –1946-1964–, sin embargo, sigue consultando sus noticias políticas en la televisión para sumar un 60%, aunque un 39% ya se incorpora a la novedosa modalidad de Facebook.

En el reporte fueron consultados 3,000 personas y los resultados obtenidos expresan grandes diferencias generacionales que serán de particular interés para las ríspidas campañas electorales que se avecinan.

De entre las numerosas fuentes tradicionales y alternativas de noticias –reveló el informe–, los milenios apenas reconocen que les resultan familiares y confiables BuzzFeed y Google News, que son sitios donde las noticias llamadas “duras” se dan la mano con aquellas de mejoramiento de la salud y las que constantemente producen las celebridades de cualquier signo y procedencia.

Ahora bien, en términos generales, ¿cuánta confianza tienen las distintas generaciones en sus fuentes informativas más consultadas? Alrededor del 40% de cada generación confía en sus plataformas elegidas, no así el 20%.

Vale la pena mencionar algunas de estas fuentes donde coincide la credibilidad tanto de los milenios, como de la generación X, que los anteceden, y de la ya mencionada *baby boomers*. Entre los mismos figuran: ABC News, BBC, CBS News, CNN, Google News, MSNBC, NBC News, PBS, *USA Today*, *The New York Times*, NPR, *Wall Street Journal* y *The Washington Post*. Lo cual quiere decir que todavía algunos de “los dinosaurios”, como señalara Jorge Ramos en su columna, siguen influyendo notablemente en la manera que digerimos nuestra información política.

Nada hace presumir que Facebook tenga un sustituto cercano como herramienta de comunicación social. De hecho, el informe del Centro Pew advierte que la cosecha de anuncios de TV generada por los tiempos de campañas presidenciales tal vez comience a moverse a sitios como el propio Facebook.

Presidente del Miami Dade College.