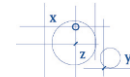


Las “confiables, objetivas y benditas” redes sociales

Es evidente el cambio en las fuentes de información que utiliza la ciudadanía para mantenerse al tanto de los acontecimientos de la vida pública. Hoy en día es mucho mayor la población que utiliza internet como un medio de información, cuando usualmente se recurría a la televisión pública como la fuente principal. Facebook es ya la segunda fuente de información para los mexicanos, después de la televisión abierta. Se ubica muy por arriba del radio o de los diarios. Si a esto le sumamos los ciudadanos que se informan por WhatsApp o por mensajes SMS, EMS o MMS, los porcentajes rebasan incluso a la televisión abierta.

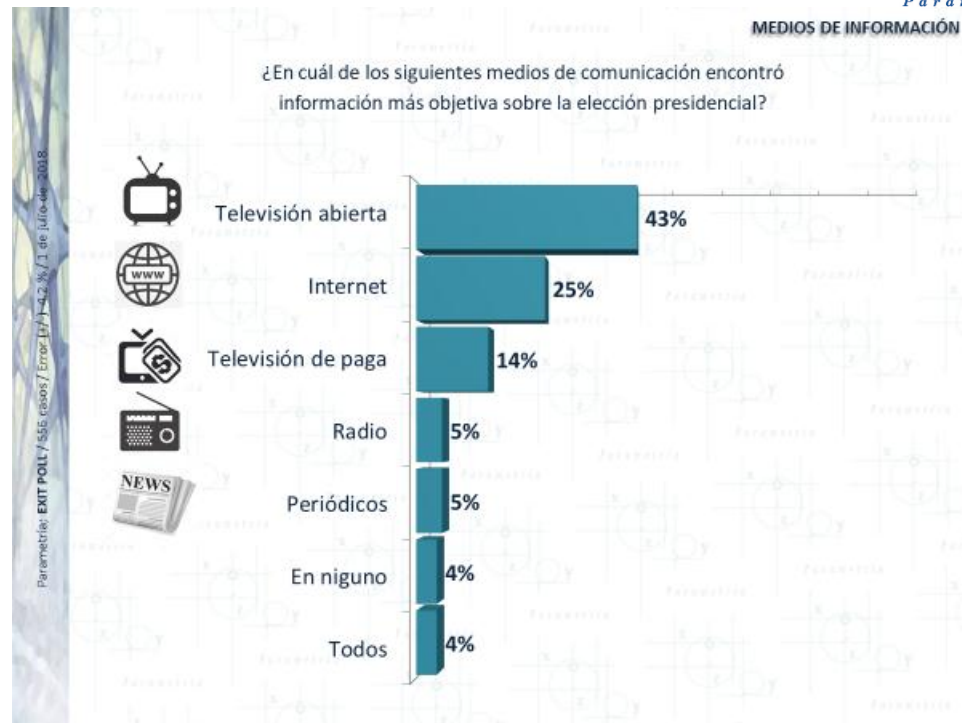
Las diferencias generacionales se hacen evidentes en los contenidos que consumen y las fuentes que consultan los jóvenes respecto de otros grupos poblacionales. Este cambio también se vio reflejado en la encuesta de salida en las pasadas elecciones. La encuesta realizada a votantes permite identificar el medio de comunicación que los electores consideran que dio información más objetiva sobre la elección presidencial; además, es posible analizar el cambio en el tiempo al comparar estos resultados con encuestas de salida de urna realizadas en la elección presidencial de 2012 y en la intermedia de 2015. Finalmente, el cruce entre la preferencia electoral y el medio que consideran más objetivo muestra una fotografía del electorado que eligió a cada candidato el pasado 1 de julio.

De acuerdo con los datos de la encuesta de salida, 43% de los electores dijo que había encontrado información más objetiva sobre la elección presidencial en la televisión abierta. En segundo puesto se posiciona internet, con 25% de las menciones, mientras que la televisión de paga llegó a 14%; al final de la lista, con 5 por ciento, están la radio y los periódicos. Además de los porcentajes de consumo, es importante analizar la confianza que genera cada una de estas fuentes de información en la ciudadanía: cada vez es más común ver que los contenidos dados a conocer en la televisión abierta sean cuestionados en las redes sociales, escenario que genera dudas sobre la credibilidad de la información.



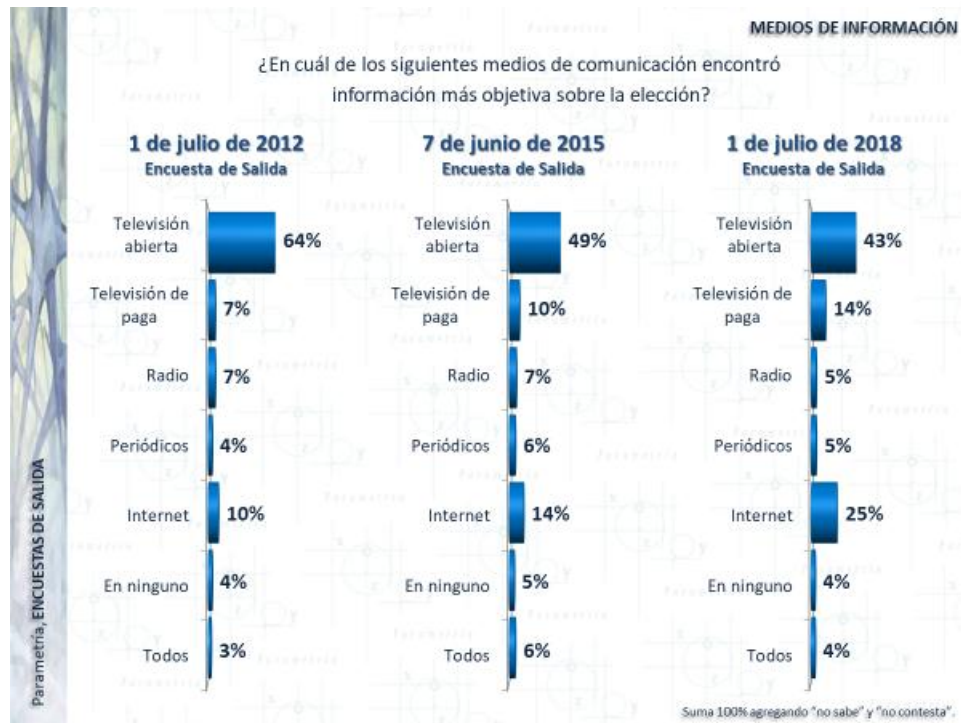
Parametría

MEDIOS DE INFORMACIÓN



Si comparamos los resultados de las encuestas de salida de 2012, 2015 y la más reciente de 2018, podemos ver un descenso en el porcentaje de electores que ven la televisión abierta como una fuente de información objetiva sobre las elecciones. En seis años cayó 21 puntos quienes mencionaron a este medio como objetivo, al pasar de 64% a 43%. En tendencia contraria se observa cómo internet ha crecido entre la población, que lo considera un medio confiable al pasar de 10% a 25% en el mismo periodo.

Se espera que, derivado del cambio poblacional que estamos viviendo en el país, este fenómeno de modificación en las fuentes de consumo de información se acentúe y en la siguiente elección presidencial posiblemente los porcentajes se reviertan e internet se convierta en la fuente primaria de información.



Respecto de la relación entre el candidato por el que se votó a la Presidencia de la República y el medio que consideran más objetivo es interesante ver que poco más de la mitad de los electores de Ricardo Anaya (54%), así como la mitad de los de José Antonio Meade (50%), dijeron que la televisión abierta es donde encontraban información más objetiva. Existe una diferencia importante de estos electores respecto de los que eligieron a Andrés Manuel López Obrador y a El Bronco, donde el electorado se divide a tercios entre la televisión abierta e internet como las principales fuentes de información confiable.

MEDIOS DE INFORMACIÓN vs PREFERENCIA ELECTORAL

¿Cuál es el partido o candidato por el cuál votó usted el día de hoy para **Presidente de la República**?



Cuando en su primer discurso después de la jornada electoral del 1 de julio el candidato de la coalición Juntos Haremos Historia reconoció y habló de “las benditas redes sociales”, se refirió a la frecuencia de uso y al impacto de estas. Ahora tenemos evidencia de la confianza y la percepción de objetividad de la que gozan. Parece que el presidente electo intuye o cuenta con más información de la que uno pudiera pensar. El hecho que sean similares los porcentajes de quienes lo votaron informándose por televisión abierta o por internet así lo sugiere.

Artículo publicado en Milenio el 09 de agosto de 2018.

Disponible en: <https://goo.gl/T4AZy4>

Nota Metodológica:

Parametría. Encuesta realizada a salida de urna el primero de julio de 2018 a personas de 18 años en adelante con credencial para votar a nivel nacional que emitieron sufragio. Aplicación de encuesta: persona a persona. Marco muestral: Secciones electorales



reportadas por el INE. Método de recolección de datos: Boleta llenada en secreto y depositada en una urna portátil. Número de encuestas: 1,321. Margen de error: (+/-) 2.7 %. Nivel de confianza estadística: 95 %.