INTERNACIONAL

Jóvenes abandonan medios tradicionales: ahora se informan a través de creadores y redes sociales

24 de marzo de 2026 · 3 min de lectura



Un reciente estudio publicado por el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford revela una transformación radical en la forma en que las audiencias jóvenes (18 a 24 años) interactúan con la información.

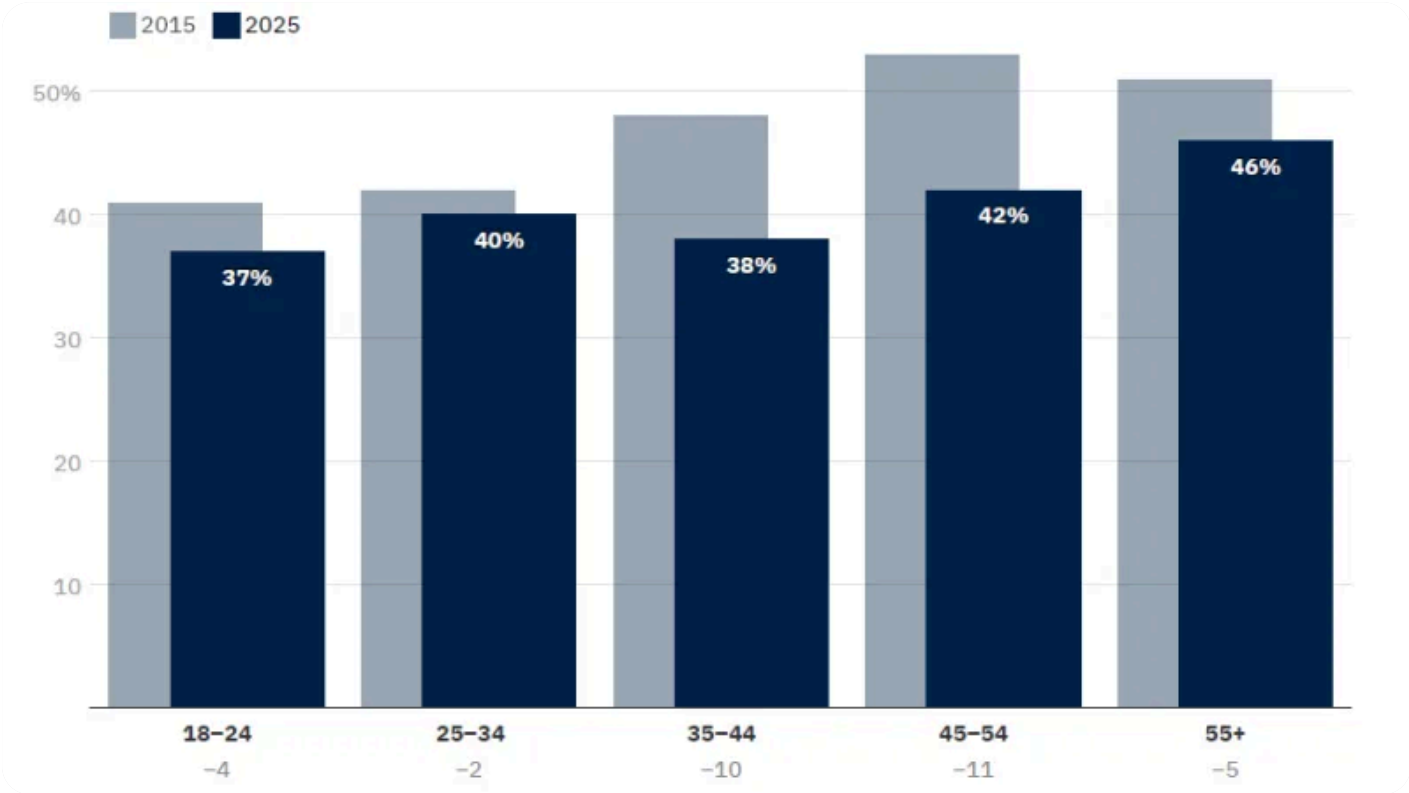
El informe, titulado *"Understanding Young News Audiences at a Time of Rapid Change"* (Comprendiendo a las audiencias jóvenes de noticias en una época de cambios rápidos), señala que este sector ha pasado de un modelo "primero en línea" a uno "social-first".

De acuerdo con la investigación, el consumo incidental de noticias ha desplazado a la búsqueda intencional en sitios web de medios de comunicación.

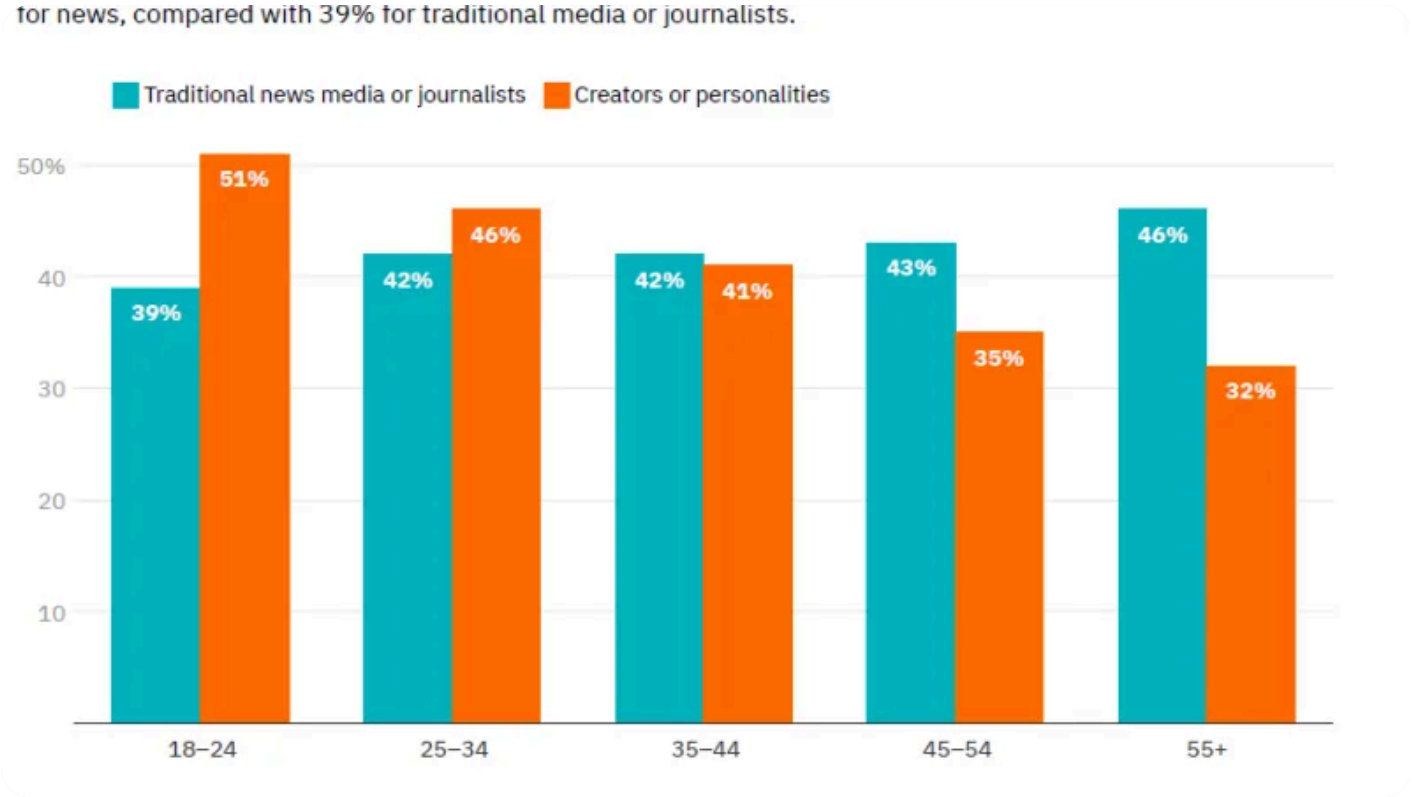
Las plataformas visuales han superado a los medios tradicionales y a las redes sociales de primera generación. Mientras que hace una década Facebook era la plataforma dominante, hoy los jóvenes voltean a ver redes como TikTok, Instagram y YouTube para acceder a la información.

Según los datos del Instituto Reuters, el 73% de los jóvenes consume videos de noticias de formato corto semanalmente. Esta tendencia responde a una búsqueda de contenido que se perciba como más auténtico, íntimo y fácil de digerir a diferencia de los medios tradicionales que son considerados rígidos e inorgánicos.

La confianza en las noticias varía moderadamente según el grupo de edad, mostrando una tendencia general a la baja en todos los sectores desde 2015. El 37% de los jóvenes de 18 a 24 años afirma confiar en la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo, una cifra ligeramente inferior al 40% de quienes tienen entre 25 y 34 años y al 38% del grupo de 35 a 44 años. Esta brecha es más marcada al comparar con las generaciones mayores, donde la confianza sube al 42% en personas de 45 a 54 años y alcanza el 46% en los mayores de 55 años.



El estudio revela que el 51% de los jóvenes presta más atención a los creadores de contenido individuales, frente a un 39% que sigue priorizando a las marcas de noticias tradicionales o periodistas institucionales.



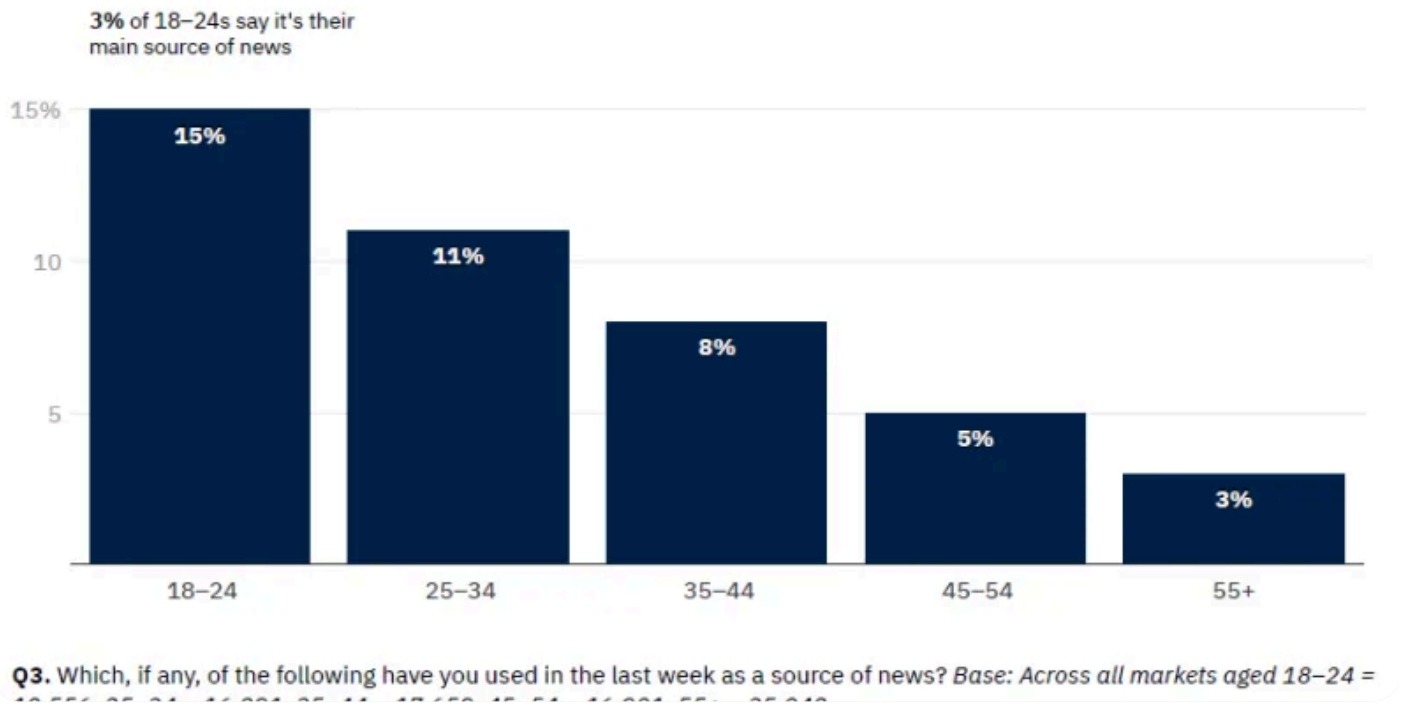
Esta preferencia se debe, de acuerdo con Reuters, a que muchos jóvenes se sienten alienados por el periodismo convencional, al cual consideran en ocasiones irrelevante, difícil de entender o injustamente sesgado contra su generación.

La Inteligencia Artificial como herramienta de consulta

El informe también destaca que los jóvenes utilizan las nuevas tecnologías para informarse, ya que el 15% de los jóvenes de 18 a 24 años utiliza chatbots de Inteligencia Artificial (IA) semanalmente para acceder a noticias, una cifra significativamente mayor al 3% registrado en personas mayores de 55 años.

Esto contrasta con los grupos de mayor edad, que utilizan la IA para buscar noticias de último minuto, debido a que los jóvenes emplean estas herramientas para simplificar historias complejas y evaluar la credibilidad de diversas fuentes de información.

Using AI chatbots for news is more widespread among young people (18–24s).



Q3. Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? *Base: Across all markets aged 18–24 =*

Intereses temáticos y el futuro de la industria

El estudio del Instituto Reuters subraya que los jóvenes tienen una definición más amplia de lo que constituye una "noticia". Muestran un menor interés por la política tradicional y una mayor inclinación hacia temas de salud mental, medio ambiente, ciencia y entretenimiento.



Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/internacional/jovenes-abandonan-medios-tradicionales-ahora-se-informan-a-traves-de-creadores-y-redes-sociales

Descargado el 21 de noviembre de 2026.