**FACT CHECKING DAY**

**Cinco de cada diez argentinos declaran que se encuentran con noticias o información falsa todos los días, en línea con el promedio de América Latina.**

El 2 de abril se celebra el ***International Fact-Checking Day*** con el propósito de luchar contra las noticias falsas o fake news, y promover la verificación de la información en un tan mundo interconectado como el que vivimos.

**En este marco, Voices y WIN Americas comparten los principales hallazgos de un estudio realizado en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Paraguay, México y también en Estados Unidos y Canadá.**

El estudio indaga en cuestiones relacionadas con la forma en que la ciudadanía se informa, las fuentes de noticias más utilizadas para obtener información precisa, así como la confianza en las mismas; y distintos temas vinculados con la desinformación y su amenaza para la democracia.

A continuación, algunos de los **principales resultados:**

* **La desinformación es considerada un problema importante por el 73% de latinoamericanos (76% en Argentina) y con cifras similares es percibida como una amenaza para la democracia, el proceso electoral, y contribuye a la polarización.**
* **La mitad de los latinoamericanos señalan que se encuentran con noticias o información falsa todos los días o casi todos los días, cifra que se replica en Argentina.**
* **Los ciudadanos tienden a ver el problema de la desinformación como complejo y multicausal, ya que hay una gran variedad de actores que emiten información. En este contexto, los encuestados valoran más la confiabilidad de actores informales como familia, amigos y personas como ellos.**
* **A pesar de la alta preocupación que genera el tema, es relativamente baja la concreción de acciones concretas para minimizarla, como consultar otras fuentes.**

**La mitad de los encuestados latinoamericanos señala que se encuentran con noticias o información falsa todos los días o casi todos los días**

**La desinformación es parte de la vida cotidiana de los latinoamericanos: 5 de cada 10 señala que se encuentra todos los días o casi todos los días con noticias o información que cree que tergiversan la realidad o son falsas.** Por otro lado, 3 de cada 10 señala que se encuentra con información falsa al menos una vez por semana.

El 60% de los brasileños y el 58% de los ecuatorianos considera que todos o casi todos los días se encuentran con noticias falsas. Luego aparecen los colombianos, los chilenos y los argentinos con cifras cercanas al 50% (51% en Argentina).En cambio, los países de la región que menos identifican *fake news* en el día a día son Paraguay (38%), Perú (39%) y México (43%). Sin embargo, **las cifras son en todos los casos muy significativas, y dejan en evidencia que la desinformación es un fenómeno muy presente entre los latinoamericanos.**

**Según los resultados del estudio de Voices!, el porcentaje de argentinos que declara encontrarse con noticias/información falsa todos los días o casi todos los días (51%) se dispara entre los adultos de 50 a 64 años** (62% versus 36% en jóvenes de 16 a 24) y **crece levemente a mayor NSE** (54% en ACB1, 53% en C2C3 y 49% en DE). No hay, en este caso, diferencias significativas por género.

**Sin embargo, un porcentaje minoritario pero significativo de latinoamericanos no confía en su capacidad para reconocer información o noticias falsas**

Un **26% de latinoamericanos** señala que **no confía en poder discernir entre noticias falsas y verdaderas.** En cambio, un 25% señala que confía mucho y un 46% se siente algo confiado.

**Los peruanos son quienes menos confiados se sienten** a la hora de reconocer *fake news*, con un **40% que señala sentirse “no muy confiado + nada seguro”.** Luego aparecen los **colombianos,** con un **35%** que hace dicha afirmación, los **ecuatorianos (27%), paraguayos (25%), argentinos (24%), chilenos y mexicanos (23%).** Por el contrario, en **Brasil un 14%** de encuestados declaran no sentirse seguros de poder reconocer noticias que tergiversan la realidad.

**Pese a la preocupación que genera la desinformación, en general las personas no consultan otras fuentes de información para verificar que las noticias que leen sean verdaderas**

**55% de latinoamericanos declara que no suele consultar otros medios de comunicación para verificar si las noticias o la información que está leyendo son verdaderas y precisas.** En Ecuador, esta cifra trepa el 76% y en Brasil baja al 38%. **En Argentina es del 57%, cercano al promedio.**

Con respecto a los medios que utilizan los latinoamericanos para informarse, a pesar de que la inmensa mayoría en todos los países señala que usa redes sociales diariamente, vemos que **la televisión se mantiene como la principal fuente de noticias: 3 de cada 10 encuestados señala que la televisión fue, en la última semana, su principal fuente de noticias.** Los chilenos y ecuatorianos son quienes lo declaran en mayor medida (35% y 32%, respectivamente). Le siguen los brasileños (28%), peruanos (26%), argentinos, mexicanos y colombianos (25% los tres).

En un segundo lejano puesto aparecen Facebook con 13% y las noticias online (12%).

**La evaluación de distintos actores a la hora de informar, desinformar y combatir la desinformación**

**A la hora de evaluar la confiabilidad de los distintos modos de información, merece destacarse que actores informales tales como la familia y personas como uno mismo son las que más confianza generan, marcadamente en Argentina.** La mayoría también confía en la información que proviene de escuelas y universidades y de los motores de búsqueda en internet. En cuanto a las redes sociales, a nivel población general es YouTube la que más confianza genera. Twitter genera menos confianza entre los encuestados argentinos que en los de los restantes países.

**% QUE CONFIA EN LA INFORMACIÓN DE ESTE MEDIO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | LATINOAMERICA | ARGENTINA |
| Familia | 82% | 87% |
| Personas como Ud. | 77% | 86% |
| Motores de búsqueda de internet | 74% | 78% |
| Colegios y universidades | 70% | 77% |
| Amigos | 69% | 82% |
| Radio | 67% | 69% |
| Noticieros locales | 56% | 61% |
| YouTube | 56% | 56% |
| Televisión | 54% | 52% |
| Periodistas | 47% | 49% |
| Facebook | 46% | 42% |
| Principales empresas, corporaciones | 44% | 36% |
| Instagram | 44% | 44% |
| Profesionales del marketing y la publicidad | 42% | 40% |
| Twitter | 38% | 32% |
| LinkedIn | 34% | 35% |
| Tik Tok | 30% | 28% |
| Gobierno | 27% | 14% |
| Grupos de activistas políticos | 27% | 15% |
| Famosos | 25% | 23% |
| Políticos | 14% | 10% |

Fuente: Encuesta WIN Americas. VOICES! en Argentina.

Por otro lado, se observa que **hay una amplia variedad de actores que reciben fuertes críticas en cuanto a su responsabilidad en desinformar al público en América Latina.** Sin embargo, **la televisión está a la cabeza, con 8 de cada 10 latinoamericanos que la identifica como el principal responsable de difundir desinformación.** En Argentina esta cifra se dispara y alcanza a 9 de cada 10 encuestados (89%). El **gobierno, los políticos, los medios tradicionales, los periodistas y los motores de búsqueda en internet también se destacan por ser considerados responsables de desinformar: 7 de cada 10 latinoamericanos así lo cree.** Le siguen las redes sociales más usadas, con alrededor de 6 de cada 10 indicando que son responsables de desinformar.

También es interesante que la mitad de las personas evalúan que ellas mismas son responsables de difundir desinformación al público (53% LATAM y Argentina).

**En un contexto de tanta desinformación, el combate contra las *fake news* se vuelve una tarea fundamental.**

**Sin embargo,** los resultados del estudio muestran que **los encuestados creen que gran parte de los actores de la sociedad no están comprometidos con esa lucha.** Se destacan, nuevamente, las críticas a los políticos y el gobierno. El 74% de los latinoamericanos declara que los políticos no están haciendo bien el trabajo para combatir la desinformación y el 67% evalúa de forma negativa el trabajo de los gobiernos. También se critica fuertemente a las redes sociales, los activistas políticos, los famosos y los periodistas.

Los que mejor evaluados están en su combate a la desinformación son las personas como Ud., uno mismo, amigos y familiares. En el ranking de los mejor evaluados, los motores de búsqueda y las universidades y colegios son los únicos actores formales incluidos.

**La desinformación, ¿es un problema para el país según los latinoamericanos?**

El estudio de WIN Americas y Voices! demuestra que **la desinformación en las noticias es, sin lugar a dudas, un problema importante para el país según los latinoamericanos, con un 73% de encuestados que así lo declara. En Argentina, según los resultados del estudio de Voices!, el porcentaje de encuestados que se muestra preocupado por el tema crece especialmente entre las mujeres y los mayores de 65 años.**

Por otro lado, **8 de cada 10 latinoamericanos considera que la desinformación es una amenaza para la democracia** (80% en LATAM y 76% en Argentina) **y que debilita el proceso electoral** (77% en LATAM y 76% en Argentina).Asimismo, **7 de cada 10 señala que la desinformación viola los derechos humanos** (71% LATAM y 66% Argentina) **y aumenta la polarización en la política** (71% en LATAM y 72% en Argentina). **Un 65% dice que existe mucha desinformación sobre las vacunas contra el COVID** (61% en Argentina). **Un 51% indica que es más probable que lea fuentes fuera de su país debido a la cantidad de desinformación en los medios locales** (38% en Argentina) **y un 50% que encontrar desinformación lo hace sentir ansioso o** estresado (44% en la Argentina).Por su parte, **un 47% indica que evita leer o escuchar las noticas por la cantidad de desinformación que hay** (41% en Argentina). **Un 43%, por el contrario, indica que las preocupaciones en la sociedad sobre la desinformación son exageradas** (32% en Argentina).

**ACUERDO-DESACUERDO CON DISTINTAS FRASES**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ARGENTINA  (TOTALMENTE DE ACUERDO + DE ACUERDO) | LATINOAMERICA  (TOTALMENTE DE ACUERDO + DE ACUERDO) |
| La desinformación es una amenaza para nuestra democracia | 76% | 80% |
| La desinformación debilita nuestro proceso electoral | 76% | 77% |
| La desinformación aumenta la polarización en la política | 72% | 71% |
| La desinformación viola los derechos humanos | 66% | 71% |
| Existe mucha desinformación sobre la vacunación contra el COVID-19 | 61% | 65% |
| Encontrar desinformación me hace sentir ansioso o estresado | 44% | 50% |
| Evito ver, leer o escuchar las noticias por la cantidad de desinformación que hay | 41% | 47% |
| Es más probable que lea noticias de fuentes fuera de mi país debido a la cantidad de desinformación en los medios locales/nacionales | 38% | 51% |
| Las preocupaciones sobre la desinformación en la sociedad son exageradas | 32% | 43% |

Fuente: Encuesta WIN Americas. VOICES! en Argentina. Base: total Argentina 518

Los colombianos tienen una opinión muy fuerte con respecto a la idea de que la desinformación es una amenaza para nuestra democracia y debilita el proceso electoral (88%), aumenta la polarización política (86%) y viola los derechos humanos (80%). Los brasileños, por su parte, se destacan por sentirse ansiosos o estresados ante la desinformación (60%), y los ecuatorianos son quienes más leen noticias de fuentes del exterior debido a la cantidad de desinformación que encuentran en los medios locales (59%).

**Constanza Cilley, Directora Ejecutiva de Voices! comenta:** *“La desinformación es un fenómeno cada vez más presente en la vida cotidiana de los latinoamericanos. La mayoría de los encuestados lo considera un problema para su país, y además cree que genera efectos negativos en distintos aspectos de la vida, por ejemplo en la democracia, los derechos humanos y el proceso electoral. Además, la desinformación genera stress y ansiedad en la población. Claramente, es importante visibilizar estos datos y generar una conciencia que fomente la transparencia”.*

**Metodología**

La encuesta se realizó en 10 países del continente americano a través de encuestas online.

Tamaño muestral y metodología de campo: Se entrevistó a un total de 10.252 personas. El trabajo de campo se realizó entre el 10 y el 14 de noviembre de 2021 en Estados Unidos, entre el 12 y el 22 de mayo de 2022 en Canadá y entre el 9 de octubre y el 10 de diciembre de 2022 en Latinoamérica (sin Ecuador). En Ecuador se realizó del 8 al 14 de febrero de 2023, post elecciones seccionales.

Desarrolladores del proyecto inicial y cuestionario aplicado en los países: Leger / McMaster University / Institute for Public Relations

**Acerca de Voices!**

Voices! Research & Consultancy es una empresa con foco en la investigación social, política y de mercado, con el objetivo de proporcionar consultoría a las organizaciones usando rigurosas metodologías y enfoques innovadores. El equipo de VOICES! tiene una amplia experiencia en estudios nacionales e internacionales y ha participado en las investigaciones con encuestas más importantes del mundo.

<http://www.voicesconsultancy.com/>

**Contacto Voices!**

Constanza Cilley, Directora Ejecutiva

[constanzacilley@voicesconsultancy.com](mailto:constanzacilley@voicesconsultancy.com)

+ 11 6 572 4467