Según un informe internacional de IPSOS en 27 países sobre el auge de las noticias falsas

LOS ESPAÑOLES, LOS EUROPEOS QUE MÁS CAEN EN LAS TRAMPAS DE LAS *FAKE NEWS*

- **El 57% de los españoles admite haber creído alguna vez como verdadera la información de una noticia falsa**

- **Burbuja informativa: el 62% de la población española afirma que los españoles sólo buscan información en aquellas fuentes que piensan de forma similar a ellos**

- **6 de cada 10 españoles creen que los principales causantes de que en España exista un importante desconocimiento sobre la realidad social del país son los políticos, que confunden a la población con informaciones sesgadas o falsas**

Madrid, 11 de septiembre de 2018. –"El 57% de los españoles admite haber creído alguna vez como verdadera la información de una *fake news*" según se desprende de la última encuesta de *Ipsos Global Advisor* llevada a cabo en 26 países del mundo, que analiza el auge de este fenómeno a nivel mundial**.**

Este 57% **sitúa a los españoles en quinto puesto del ranking mundial**, por detrás de brasileños (67%), sauditas (58%), surcoreanos (58%) y peruanos (57%). **Los españoles se consolidan además como los europeos que más han caído en las trampas de las noticias falsas**, por delante de suecos (55%), polacos (55%), belgas (45%), alemanes (43%), franceses (43%), británicos (33%) o italianos (29%).

Burbuja informativa

El estudio internacional de IPSOS demuestra además que **más de la mitad de la población mundial (65%) está convencida de que los ciudadanos de su país viven en su propia "burbuja informativa**", que les lleva a estar conectados y seguir mayoritariamente a personas que piensan de forma similar a la suya, en busca de opiniones con las que ya están de acuerdo.

Sin embargo, se observa una tendencia a nivel mundial a creer que son los demás los que viven en esa "burbuja online". Así, por ejemplo**, mientras en España el 62% de la población española afirma que los españoles sólo buscan información de aquellos que piensan de forma similar, sólo 1 de cada 3 (30%) admite formar parte de dicha burbuja**.

Es más, 1 de cada 2 españoles (53%) afirma creerse mejor que la media en España a la hora de identificar posibles noticias falsas, y el 57% considera que tiene un conocimiento de la realidad social de España como los índices de inmigración o violencia de nuestro país superior a la media nacional.

Según **Vicente Castellanos, director de Public Affairs de IPSOS**, *"tendemos a tener una percepción errónea de la realidad en la que vivimos, y esto hace más fácil que se difundan noticias falsas sin apenas darnos cuenta. De hecho, a pesar de que creemos tener un alto conocimiento sobre los temas sociales del país, el estudio de Ipsos "Peligros de la Percepción" demuestra que en la mayoría de las ocasiones no es así. Por ejemplo, en general consideramos que el índice de asesinatos en nuestro país sigue igual que en el año 2000, cuando en realidad ha descendido a la mitad".*

Los políticos, en el punto de mira

El informe de IPSOS destaca que casi **6 de cada 10 españoles (59%) creen que los principales causantes de que en España exista un importante desconocimiento sobre la realidad social del país son los políticos**, que confunden a la población con informaciones sesgadas, interesadas o falsas.

En segundo lugar, señalan a **los medios de comunicación como los causantes de esa desinformación, con un 44%.** Finalmente, **el 38% apunta a las redes sociales**, y el mismo porcentaje (38%) cree que el problema reside en que tenemos por lo general **puntos de vista muy partidistas**, con lo que tendemos a destacar sólo los aspectos negativos o a creer que los problemas sociales del país cada vez van a peor, o que tendemos a generalizar a raíz de nuestra propia experiencia.

¿Qué es una fake news o noticia falsa?

A nivel mundial, el 56% de los encuestados define *fake news* como **"una historia o noticia con información falsa"**, mientras que el 44% señala que son **"aquellas historias que los medios de comunicación o políticos toman solo con aquellos datos que refrendan sus argumentos**". Por último, en tercer lugar con un 36% está la versión de que se trata de **"aquella información que políticos y medios de comunicación utilizan para desacreditar aquellas noticias con las que no están de acuerdo"**.

En nuestro país, la definición de *fake news* más votada por el 53% de los españoles es la de "historias promovidas tanto por los medios como por los políticos tomando sólo la información que más les interesa en función de sus intereses". En segundo lugar con el 37% quedaría el concepto de "noticia con información falsa" y en tercer lugar (35%) la opción de que se trata de "**información que políticos y medios de comunicación utilizan para desacreditar aquellas noticias con las que no están de acuerdo".**

Sobre Ipsos Global Advisor

En total se entrevistó a 20.793 personas entre el 22 de junio y el 6 de julio de 2018. La encuesta fue realizada en 26 países del mundo mediante el sistema de paneles Online de Ipsos (Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Francia, Gran Bretaña, Alemania, Hungría, India, Italia, Japón, Malasia, México, Perú, Polonia, Rusia, Arabia Saudita, Serbia, Sudáfrica, Corea del sur, España, Suecia, Turquía y Estados Unidos).

Se encuestaron alrededor de 1000 personas entre 18 y 65 años en Australia, Brasil, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, España, Gran Bretaña y Estados Unidos mientras que en el resto de países se encuestaron aproximadamente 500 personas entre 16-64 años.

La precisión de las encuestas online de Ipsos se estima para el supuesto de máxima indeterminación de la muestra y un nivel de confianza del 95,5%, por tanto una muestra de 1.000 entrevistas tendría un margen de error de +/-3,5 puntos porcentuales y de +-5,0 puntos porcentuales en el caso de 500 entrevistas. Para más información por favor visite el sitio web de Ipsos.

Los datos se ponderan según el perfil de la población. En 17 de los 26 países encuestados se generan muestras nacionalmente representativas; Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Polonia, Serbia, Corea del sur, España, Suecia y Estados Unidos. Sin embargo en Brasil, Chile, India, Malasia, México, Perú, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía se considera una muestra que representa una población más conectada a internet; un grupo social vital para entender la sociedad en estos países, y que representa igualmente una importante y emergente clase media.

Para más información: http://www.ipsos.es

Para más información:
Vicente Castellanos / Eva Aranda_ Directores de Public Affairs, Ipsos España
vicente.castellanos@ipsos.com / eva.aranda@ipsos.com
Tel: 91 767 21 99