



Estudio

Fake news

Desinformación en Chile y LatAm

02 de abril de 2023

Estudio realizado por Activa en conjunto con
Worldwide Independent Network of Market
Research, WIN.





ANTECEDENTES

Desinformación en Latinoamérica

Activa Research en sociedad con WIN (Worldwide Independent Network of Market Research), han realizado un estudio de manera conjunta, en el marco del **día internacional del Fact-Checking** este 2 de abril de 2023, este estudio tiene por objetivo dar cuenta de la percepción de la ciudadanía respecto a la desinformación o “**fake news**”.

Esta investigación cuenta con **6.049 entrevistas** realizadas en **Latinoamérica**, ofreciendo una mirada regional y general sobre una problemática aún por superar.






**BRANDING Y
 COMUNICACIONES**


**CUSTOMER
 EXPERIENCE-CX**


OPINIÓN PÚBLICA


INNOVACIÓN

Activa es una de las principales consultoras de **Research, Data Analytics y Opinión Pública** en el país.

Con un equipo profesional multidisciplinario **experto en research y consultoría.**

Especializada en **conectar los Insights con la acción** para apoyar **decisiones de alto impacto** en el negocio de nuestros clientes.

Con sólida presencia en **Chile, Perú y México.**



Especialistas
en sectores de:



Banca



Retail



Consumo
Masivo



Telecom



Utilities



Sector
Público



+80 CLIENTES

SOMOS

ESPECIALISTAS

EN IDENTIFICAR INSIGHTS Y
TRANSFORMALOS EN ACCIÓN

02

Metodología

activasite.com



Metodología

Un total de **6.049 personas** fueron encuestadas en **8 países de LatAm: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay**. El levantamiento de la información, a nivel regional, se realizó entre el **09 de octubre y el 10 de diciembre del 2022**.

La muestra de Chile fue ponderada de acuerdo con el peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo. El margen de Error Muestral es de un **+/- 3,1%**, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

| País | Muestra | Consultora a cargo |
|-----------|---------|--------------------------------------|
| Argentina | 518 | Voices Research & Consultancy |
| Brasil | 1000 | Market Analysis Brazil |
| Chile | 1004 | Activa Research |
| Colombia | 1000 | Centro Nacional de Consultoría |
| Ecuador | 500 | Centro de Estudios y Datos - CEDATOS |
| México | 535 | Brand Investigation S.A. de C.V. |
| Perú | 1003 | Datum Internacional |
| Paraguay | 489 | ICA Consultoría Estratégica |





Diseño de investigación

Estudio cuantitativo, sobre la base de 1.004 entrevistas a través de un panel online.

Población en estudio

Mujeres y hombres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) C1, C2, C3 y DE.
Residentes de Santiago y Regiones.

Diseño Muestral

Se realizó un total de 1.004 entrevistas, estratificadas proporcionalmente por GSE, sexo y edad.

| NSE | Tamaño Muestral | Error Muestral |
|-------|-----------------|----------------|
| C1 | 258 | 6,1% |
| C2 | 410 | 4,8% |
| C3 | 226 | 6,5% |
| D | 110 | 9,3% |
| TOTAL | 1.004 | 3,1% |

Instrumento de medición

Cuestionario de 15 minutos de duración promedio.

Fecha de campo en Chile

07 al 17 de Noviembre del 2022.

Ponderación

La muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento sociodemográfico de acuerdo a la población registrada en el Censo 2002. El margen de Error Muestral es de un +/- 3,1%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.



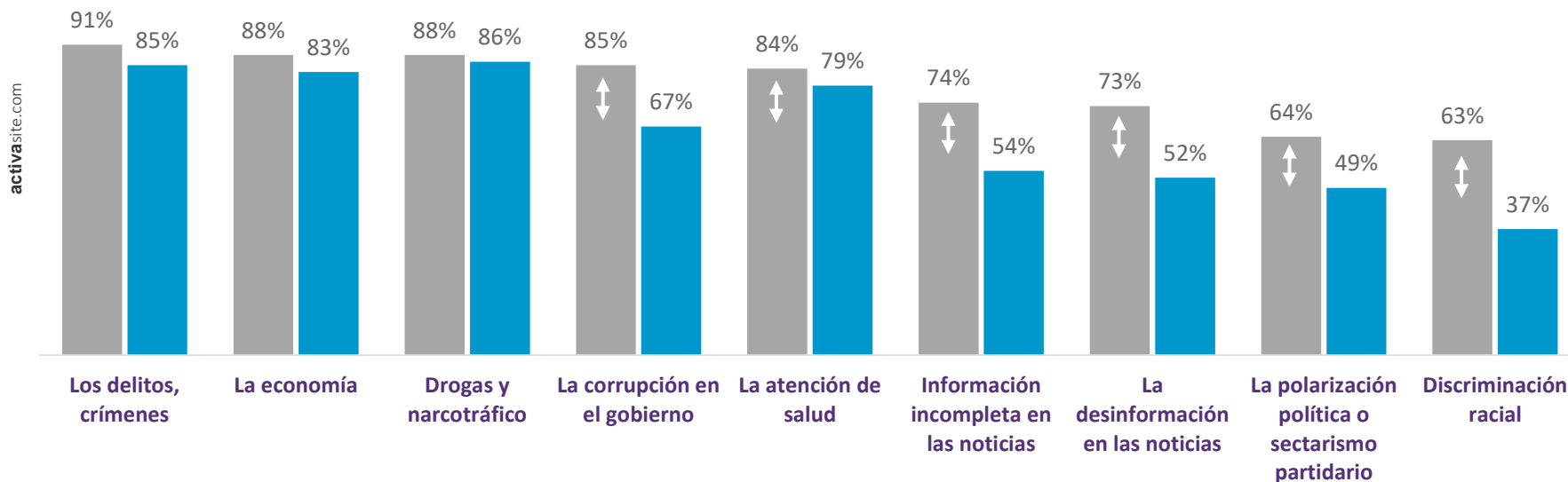
Principales problemas de la sociedad

Principales Problemas en Chile y Latam

EN SU PAÍS, ¿ES UN PROBLEMA IMPORTANTE, ES UN PROBLEMA MENOR O NO ES UN PROBLEMA EN ABSOLUTO EN SU PAÍS?

% ES UN PROBLEMA IMPORTANTE

■ Total LatAm ■ Chile



activasite.com

Principales Problemas en Chile y Latam *Chile

EN SU PAÍS, ¿...¿ES UN PROBLEMA IMPORTANTE, ES UN PROBLEMA MENOR O NO ES UN PROBLEMA EN ABSOLUTO EN SU PAÍS?

% ES UN PROBLEMA IMPORTANTE



| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|--|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Drogas y narcotráfico | 86 | 81 | 90 | 73 | 81 | 93 | 94 | 89 | 87 | 88 | 84 |
| Los delitos, crímenes | 85 | 78 | 93 | 95 | 76 | 84 | 82 | 87 | 89 | 92 | 80 |
| La economía | 83 | 76 | 90 | 93 | 75 | 85 | 80 | 83 | 86 | 87 | 80 |
| La atención de salud | 79 | 69 | 89 | 90 | 75 | 79 | 73 | 82 | 84 | 83 | 75 |
| La corrupción en el gobierno | 67 | 63 | 71 | 75 | 62 | 65 | 63 | 60 | 74 | 76 | 60 |
| Información incompleta en las noticias. Es decir, información falsa que se difunde, independientemente de si hay una intención de engañar | 54 | 53 | 55 | 43 | 47 | 49 | 57 | 52 | 57 | 64 | 47 |
| Desinformación en las noticias. Es decir, información deliberadamente engañosa o sesgada | 52 | 53 | 52 | 50 | 46 | 46 | 49 | 56 | 57 | 59 | 46 |
| Polarización Política | 51 | 50 | 51 | 35 | 32 | 57 | 58 | 49 | 58 | 64 | 41 |
| Discriminación racial | 37 | 35 | 39 | 20 | 34 | 43 | 39 | 30 | 34 | 41 | 37 |

Principales Problemas en Chile y Latam

EN SU PAÍS, ¿...¿ES UN PROBLEMA IMPORTANTE, ES UN PROBLEMA MENOR O NO ES UN PROBLEMA EN ABSOLUTO EN SU PAÍS?

% ES UN PROBLEMA + IMPORTANTE

| | Total LatAm | Chile | México | Ecuador | Perú | Argentina | Brasil | Colombia |
|--|-------------|-------|--------|---------|------|-----------|--------|----------|
| Los delitos, crímenes | 91% | 85% | 91% | 90% | 89% | 95% | 91% | 93% |
| La economía | 88% | 83% | 75% | 91% | 89% | 97% | 85% | 94% |
| Drogas y narcotráfico | 88% | 86% | 90% | 89% | 84% | 90% | | |
| La corrupción en el gobierno | 85% | 67% | 85% | 76% | 89% | 95% | 90% | 94% |
| La atención de salud | 84% | 79% | 75% | 80% | 88% | 89% | 89% | 88% |
| Información incompleta en las noticias | 74% | 54% | 70% | 78% | 81% | 74% | 75% | 85% |
| La desinformación en las noticias | 73% | 52% | 69% | 78% | 79% | 76% | 74% | 84% |
| La polarización política o sectarismo partidario | 64% | 49% | 56% | 56% | 72% | 69% | 70% | 78% |
| Discriminación racial | 63% | 37% | 58% | 53% | 76% | 65% | 80% | 77% |

Confianza y desconfianza en la información y noticias entregadas por medios, RRSS y personas

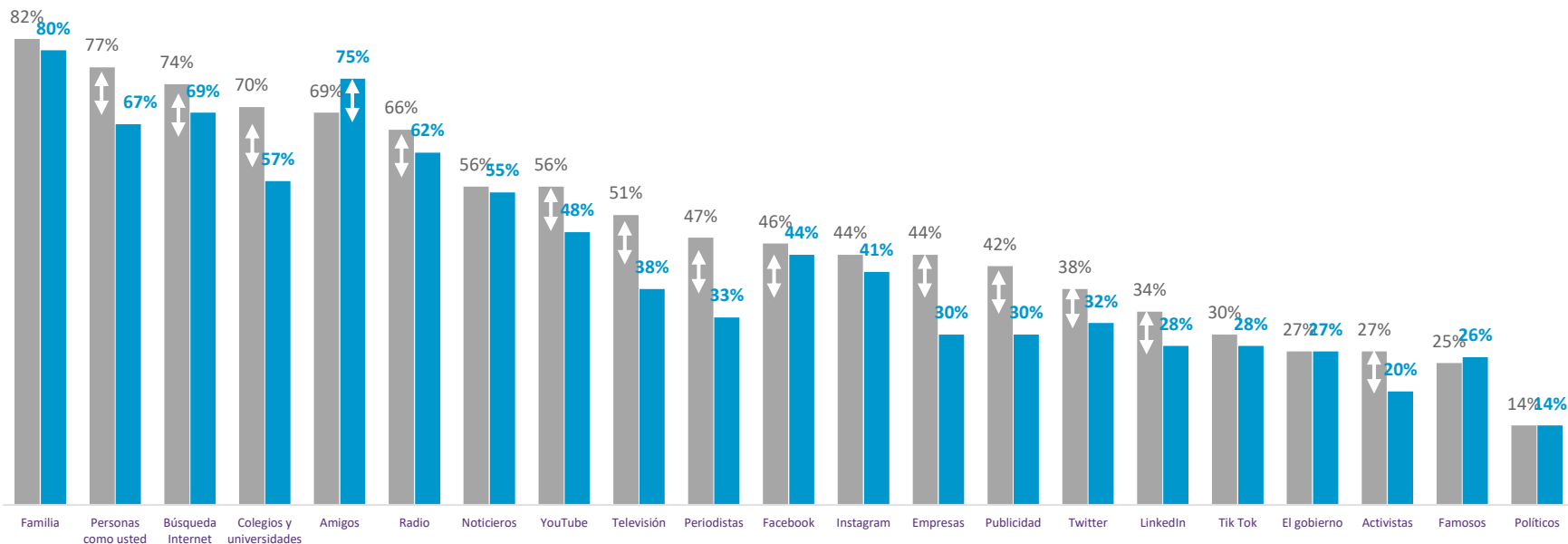
Confianza en la información y noticias entregadas por medios ,RRSS y personas

POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO CONFÍA EN ... PARA BRINDARLE NOTICIAS O INFORMACIÓN PRECISA?

%CONFÍA MUCHO + CONFÍA ALGO

■ Total LatAm ■ Chile

activasite.com



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO CONFÍA EN ... PARA BRINDARLE NOTICIAS O INFORMACIÓN PRECISA?

%CONFÍA MUCHO + CONFÍA ALGO

| | Total LatAm | Chile | Argentina | Brasil | Colombia | Ecuador | México | Perú | Paraguay |
|---|-------------|-------|-----------|--------|----------|---------|--------|------|----------|
| Familia | 82% | 80% | 87% | 78% | 85% | 75% | 85% | 82% | 86% |
| Personas como usted. | 77% | 67% | 86% | 89% | 78% | 64% | 78% | 74% | N.D. |
| Motores de búsqueda de Internet | 74% | 69% | 78% | 77% | 81% | 64% | 74% | 76% | N.D. |
| Colegios y universidades | 70% | 57% | 77% | 74% | 81% | 63% | 71% | 69% | 69% |
| Amigos | 69% | 75% | 82% | 74% | 70% | 55% | 76% | 60% | 60% |
| Radio | 66% | 62% | 69% | N.D. | N.D. | 80% | 57% | 62% | N.D. |
| Noticieros locales | 56% | 55% | 61% | 60% | 51% | 62% | 53% | 51% | N.D. |
| YouTube | 56% | 48% | 56% | 64% | 55% | 53% | 60% | 56% | N.D. |
| Televisión | 51% | 38% | 52% | N.D. | N.D. | 70% | 47% | 46% | N.D. |
| Periodistas | 47% | 33% | 49% | 58% | 50% | 36% | 49% | 44% | 52% |
| Facebook | 46% | 44% | 42% | 48% | 34% | 53% | 48% | 50% | N.D. |
| Principales empresas, corporaciones | 44% | 41% | 36% | 63% | 55% | 34% | 45% | 44% | N.D. |
| Instagram | 44% | 30% | 44% | 53% | 41% | 50% | 38% | 39% | N.D. |
| Profesionales del marketing y la publicidad | 42% | 30% | 40% | 59% | 39% | 38% | 37% | 49% | N.D. |
| Twitter | 38% | 32% | 32% | 40% | 40% | 39% | 45% | 41% | N.D. |
| LinkedIn | 34% | 28% | 35% | 43% | 41% | 18% | 32% | 44% | N.D. |
| Tik Tok | 30% | 28% | 28% | 33% | 24% | 35% | 32% | 30% | N.D. |
| El gobierno | 27% | 27% | 14% | 39% | 42% | 22% | 28% | 26% | 21% |
| Grupos de activistas políticos | 27% | 20% | 15% | 54% | 28% | 22% | 28% | 22% | N.D. |
| Famosos | 25% | 26% | 23% | 31% | 24% | 24% | 22% | 24% | 25% |
| Políticos | 14% | 14% | 10% | 21% | 14% | 12% | 15% | 15% | N.D. |

POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO CONFÍA EN ... PARA BRINDARLE NOTICIAS O INFORMACIÓN PRECISA?

%CONFÍA MUCHO + CONFÍA ALGO

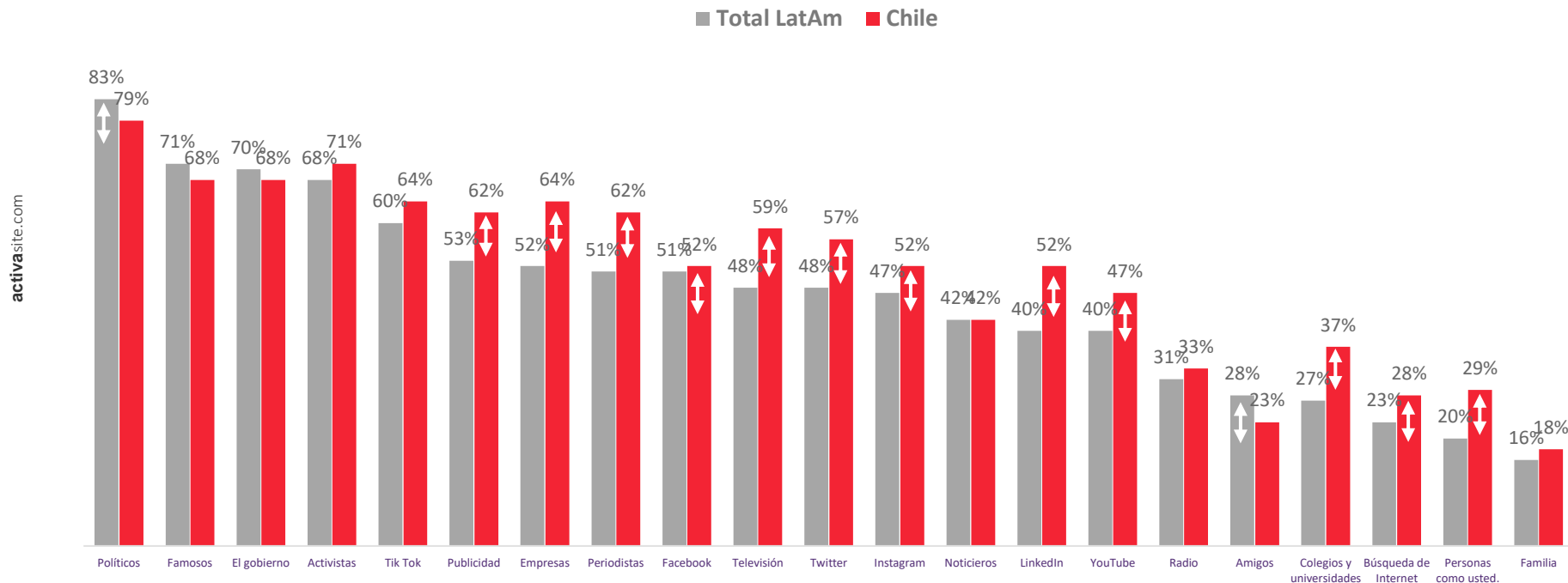


| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|--------------------------|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Familia | 80 | 76 | 84 | 88 | 71 | 74 | 83 | 82 | 81 | 80 | 80 |
| Amigos | 75 | 72 | 79 | 77 | 76 | 72 | 79 | 77 | 71 | 70 | 80 |
| Búsqueda Internet | 69 | 66 | 72 | 77 | 73 | 63 | 65 | 69 | 67 | 71 | 69 |
| Personas como usted | 67 | 63 | 71 | 59 | 64 | 61 | 68 | 73 | 71 | 72 | 61 |
| Radio | 63 | 62 | 63 | 52 | 70 | 74 | 61 | 76 | 67 | 69 | 57 |
| Colegios y universidades | 57 | 51 | 62 | 47 | 60 | 52 | 53 | 69 | 60 | 60 | 52 |
| Noticieros | 55 | 52 | 59 | 49 | 58 | 56 | 51 | 60 | 58 | 59 | 52 |
| YouTube | 48 | 48 | 49 | 41 | 47 | 49 | 49 | 44 | 44 | 49 | 51 |
| Facebook | 44 | 43 | 45 | 24 | 43 | 46 | 44 | 32 | 38 | 45 | 48 |
| Instagram | 41 | 37 | 45 | 32 | 47 | 41 | 43 | 39 | 39 | 44 | 41 |
| Televisión | 38 | 40 | 36 | 33 | 43 | 39 | 38 | 42 | 35 | 34 | 40 |
| Periodistas | 33 | 27 | 38 | 21 | 32 | 33 | 35 | 45 | 36 | 35 | 29 |
| Twitter | 32 | 31 | 33 | 18 | 42 | 28 | 29 | 36 | 34 | 37 | 28 |
| Empresas | 30 | 30 | 30 | 13 | 27 | 32 | 34 | 33 | 28 | 23 | 34 |
| Publicidad | 30 | 31 | 29 | 38 | 30 | 32 | 31 | 28 | 26 | 25 | 36 |
| LinkedIn | 28 | 32 | 25 | 20 | 30 | 34 | 22 | 43 | 37 | 24 | 25 |
| Tik Tok | 28 | 28 | 28 | 12 | 33 | 35 | 28 | 18 | 17 | 27 | 34 |
| El gobierno | 27 | 25 | 28 | 29 | 27 | 21 | 20 | 39 | 26 | 30 | 23 |
| Celebridades | 26 | 35 | 17 | 17 | 21 | 32 | 28 | 18 | 16 | 22 | 33 |
| Activistas | 20 | 26 | 15 | 33 | 19 | 18 | 20 | 25 | 19 | 19 | 21 |
| Políticos | 14 | 18 | 10 | 18 | 16 | 12 | 13 | 15 | 11 | 8 | 18 |

Desconfianza en brindar Noticias e Información Precisa

POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO CONFÍA EN ... PARA BRINDARLE NOTICIAS O INFORMACIÓN PRECISA?

%NO CONFÍA MUCHO, NO CONFÍA EN ABSOLUTO



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Desconfianza en brindar Noticias e Información Precisa *Chile **ACTIVA** KNOWLEDGE FOR ACTION

POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO CONFÍA EN ... PARA BRINDARLE NOTICIAS O INFORMACIÓN PRECISA?

%NO CONFÍA MUCHO, NO CONFÍA EN ABSOLUTO



| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|--------------------------|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Políticos | 79 | 72 | 86 | 77 | 75 | 75 | 81 | 81 | 87 | 89 | 70 |
| Activistas | 71 | 64 | 78 | 62 | 70 | 72 | 68 | 70 | 77 | 78 | 65 |
| El gobierno | 68 | 59 | 77 | 75 | 69 | 58 | 70 | 77 | 80 | 75 | 57 |
| Famosos | 68 | 69 | 67 | 70 | 66 | 70 | 77 | 59 | 72 | 68 | 69 |
| Tik Tok | 64 | 66 | 62 | 85 | 59 | 59 | 65 | 72 | 76 | 65 | 57 |
| Empresas | 64 | 64 | 64 | 86 | 62 | 59 | 62 | 64 | 69 | 74 | 56 |
| Periodistas | 62 | 59 | 65 | 60 | 66 | 62 | 52 | 67 | 70 | 69 | 54 |
| Publicidad | 62 | 66 | 58 | 79 | 65 | 59 | 59 | 52 | 62 | 63 | 63 |
| Televisión | 59 | 58 | 60 | 62 | 52 | 60 | 60 | 57 | 62 | 64 | 56 |
| Twitter | 57 | 62 | 52 | 78 | 46 | 60 | 65 | 56 | 58 | 52 | 60 |
| Facebook | 52 | 52 | 53 | 72 | 56 | 46 | 54 | 65 | 60 | 53 | 47 |
| Instagram | 52 | 56 | 48 | 68 | 49 | 50 | 54 | 56 | 55 | 50 | 52 |
| LinkedIn | 52 | 55 | 49 | 66 | 50 | 49 | 61 | 46 | 51 | 53 | 53 |
| YouTube | 47 | 48 | 47 | 58 | 52 | 42 | 50 | 50 | 53 | 47 | 45 |
| Noticieros | 42 | 46 | 38 | 51 | 39 | 40 | 47 | 38 | 40 | 40 | 45 |
| Colegios y universidades | 37 | 41 | 33 | 51 | 34 | 39 | 41 | 28 | 36 | 36 | 39 |
| Radio | 33 | 36 | 31 | 42 | 26 | 24 | 35 | 24 | 27 | 28 | 38 |
| Personas como usted. | 29 | 34 | 23 | 37 | 29 | 33 | 30 | 24 | 25 | 24 | 33 |
| Búsqueda de Internet | 28 | 31 | 26 | 23 | 25 | 31 | 34 | 28 | 30 | 27 | 29 |
| Amigos | 23 | 26 | 20 | 22 | 22 | 24 | 20 | 22 | 27 | 29 | 17 |
| Familia | 18 | 21 | 15 | 11 | 28 | 22 | 16 | 16 | 18 | 18 | 18 |

activasite.com



Principales responsables en difundir desinformación

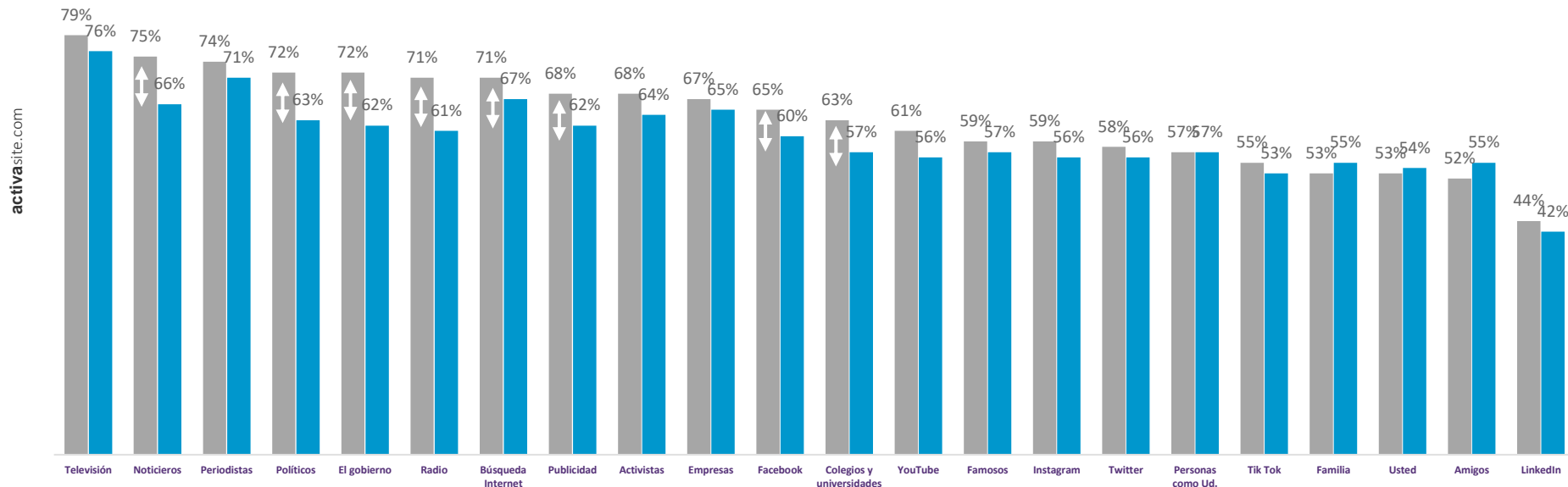
Principales Responsables de difundir Desinformación

La desinformación, que se define como información deliberadamente engañosa o sesgada, narrativa o hechos manipulados, o propaganda

¿EN QUÉ MEDIDA CREE QUE ... ES RESPONSABLE DE DIFUNDIR DESINFORMACIÓN AL PÚBLICO?

%MUY RESPONSABLE + ALGO RESPONSABLE

■ Total LatAm ■ Chile



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

Principales Responsables de difundir Desinformación

La desinformación, que se define como información deliberadamente engañosa o sesgada, narrativa o hechos manipulados, o propaganda

¿EN QUÉ MEDIDA CREE QUE ... ES RESPONSABLE DE DIFUNDIR DESINFORMACIÓN AL PÚBLICO?

%MUY RESPONSABLE, + ALGO RESPONSABLE

| | Total LatAm | Chile | Argentina | Brasil | Colombia | Ecuador | México | Perú |
|--------------------------|-------------|-------|-----------|--------|----------|---------|--------|------|
| Televisión | 79% | 76% | 89% | N.D. | N.D. | 68% | 81% | 80% |
| Noticieros locales | 75% | 66% | 83% | 76% | 78% | 73% | 72% | 79% |
| Periodistas | 74% | 71% | 87% | 72% | 78% | 62% | 71% | 78% |
| Políticos | 72% | 63% | 84% | 76% | 71% | 59% | 74% | 77% |
| El gobierno | 72% | 62% | 85% | 71% | 75% | 58% | 75% | 75% |
| Radio | 71% | 61% | 78% | N.D. | N.D. | 67% | 71% | 76% |
| Búsqueda Internet | 71% | 67% | 76% | 70% | 76% | 69% | 67% | 74% |
| Publicidad | 68% | 62% | 74% | 70% | 74% | 51% | 70% | 73% |
| Activistas | 68% | 64% | 79% | 72% | 72% | 51% | 68% | 73% |
| Empresas | 67% | 65% | 75% | 63% | 77% | 48% | 68% | 75% |
| Facebook | 65% | 60% | 70% | 66% | 67% | 54% | 67% | 69% |
| Colegios y universidades | 63% | 57% | 70% | 57% | 73% | 52% | 59% | 71% |
| YouTube | 61% | 56% | 58% | 64% | 68% | 49% | 63% | 66% |
| Famosos | 59% | 57% | 72% | 50% | 67% | 41% | 60% | 66% |
| Instagram | 59% | 56% | 62% | 65% | 63% | 49% | 57% | 62% |
| Twitter | 58% | 56% | 58% | 63% | 65% | 43% | 63% | 61% |
| Personas como Ud. | 57% | 57% | 55% | 56% | 72% | 36% | 55% | 66% |
| Tik Tok | 55% | 53% | 53% | 62% | 57% | 46% | 58% | 59% |
| Familia | 53% | 55% | 52% | 53% | 71% | 24% | 52% | 63% |
| Usted | 53% | 54% | 53% | N.D. | 68% | 34% | 52% | 58% |
| Amigos | 52% | 55% | 53% | 50% | 68% | 29% | 48% | 59% |
| LinkedIn | 44% | 42% | 41% | 48% | 51% | 27% | 47% | 54% |

Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Principales Responsables de difundir Desinformación *Chile

¿EN QUÉ MEDIDA CREE QUE ... ES RESPONSABLE DE DIFUNDIR DESINFORMACIÓN AL PÚBLICO?

%MUY RESPONSABLE + ALGO RESPONSABLE



| | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|--------------------------|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| % Verticales | | | | | | | | | | | |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Televisión | 76 | 75 | 77 | 80 | 64 | 73 | 82 | 84 | 82 | 83 | 71 |
| Periodistas | 71 | 66 | 75 | 83 | 65 | 69 | 67 | 79 | 75 | 68 | 69 |
| Búsqueda Internet | 67 | 66 | 68 | 60 | 59 | 72 | 73 | 68 | 68 | 62 | 69 |
| Noticieros | 66 | 61 | 71 | 66 | 57 | 61 | 70 | 74 | 73 | 68 | 60 |
| Empresas | 65 | 63 | 67 | 70 | 62 | 60 | 64 | 74 | 69 | 61 | 64 |
| Activistas | 64 | 62 | 66 | 76 | 71 | 48 | 60 | 73 | 72 | 66 | 58 |
| Políticos | 63 | 57 | 68 | 63 | 64 | 48 | 65 | 78 | 72 | 66 | 54 |
| El gobierno | 62 | 60 | 64 | 57 | 50 | 58 | 68 | 71 | 72 | 62 | 57 |
| Publicidad | 62 | 58 | 66 | 62 | 58 | 60 | 60 | 73 | 68 | 62 | 58 |
| Radio | 61 | 59 | 64 | 65 | 49 | 62 | 65 | 64 | 62 | 61 | 61 |
| Facebook | 60 | 53 | 67 | 58 | 63 | 55 | 59 | 66 | 67 | 61 | 56 |
| Colegios y universidades | 57 | 55 | 60 | 49 | 55 | 55 | 59 | 63 | 65 | 54 | 55 |
| Famosos | 57 | 54 | 61 | 36 | 51 | 65 | 62 | 54 | 63 | 57 | 56 |
| Personas como Ud. | 57 | 54 | 59 | 57 | 50 | 60 | 60 | 54 | 54 | 58 | 57 |
| YouTube | 56 | 52 | 60 | 45 | 57 | 61 | 56 | 59 | 63 | 54 | 55 |
| Instagram | 56 | 49 | 62 | 46 | 59 | 52 | 57 | 67 | 64 | 58 | 50 |
| Twitter | 56 | 52 | 59 | 41 | 56 | 55 | 59 | 64 | 65 | 54 | 52 |
| Familia | 55 | 53 | 57 | 49 | 44 | 63 | 61 | 53 | 56 | 52 | 57 |
| Amigos | 55 | 51 | 58 | 49 | 47 | 65 | 51 | 48 | 55 | 54 | 56 |
| Usted | 54 | 52 | 56 | 46 | 40 | 65 | 57 | 45 | 52 | 51 | 58 |
| Tik Tok | 53 | 49 | 56 | 42 | 53 | 58 | 53 | 59 | 59 | 47 | 52 |
| LinkedIn | 42 | 44 | 41 | 54 | 42 | 35 | 48 | 46 | 49 | 40 | 40 |

Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.



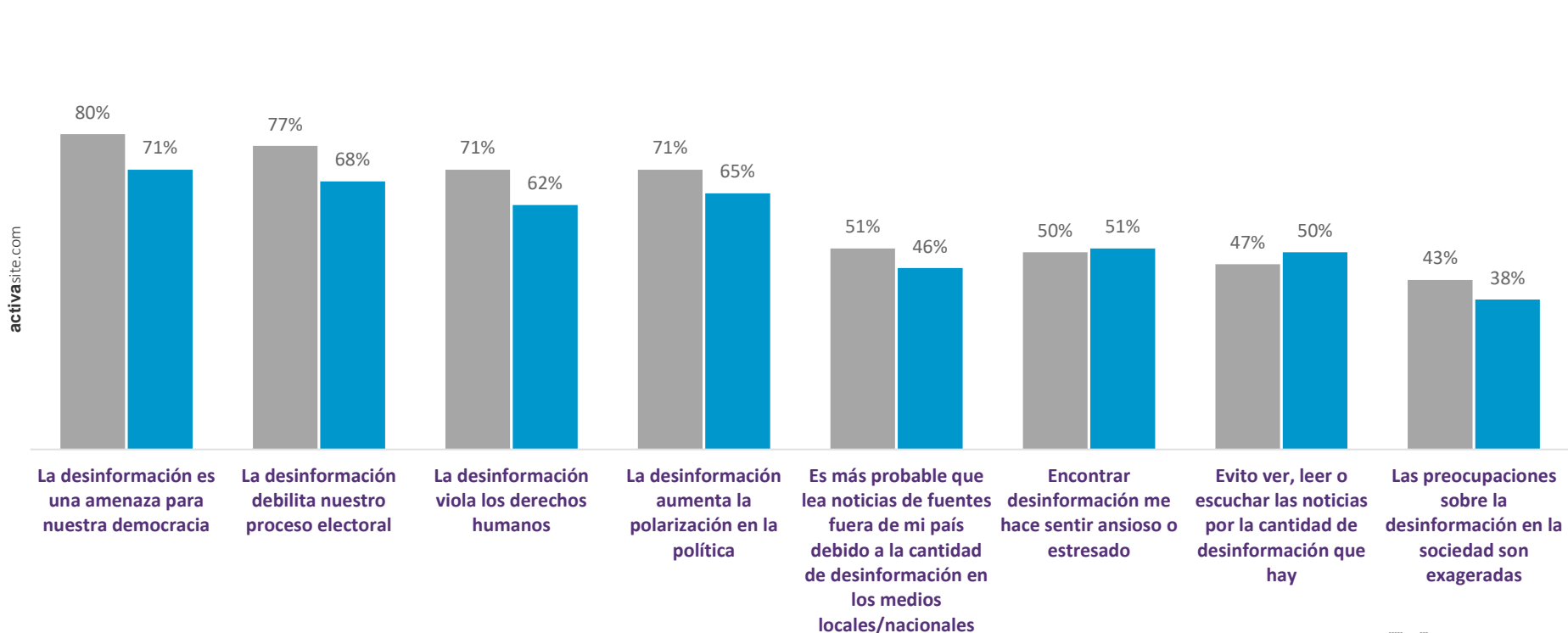
Percepción e impacto de la desinformación en la sociedad

Percepciones en torno a la Desinformación

¿QUÉ TAN DE ACUERDO O EN DESACUERDO ESTÁ CON ESTA AFIRMACIÓN??

%TOTALMENTE DE ACUERDO + DE ACUERDO

■ Total LatAm ■ Chile



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Percepciones en torno a la Desinformación

¿QUÉ TAN DE ACUERDO O EN DESACUERDO ESTÁ CON ESTA AFIRMACIÓN??

%TOTALMENTE DE ACUERDO + DE ACUERDO

| | Total LatAm | Chile | Argentina | Brasil | Colombia | Ecuador | México | Perú | Paraguay |
|--|-------------|-------|-----------|--------|----------|---------|--------|------|----------|
| La desinformación es una amenaza para nuestra democracia | 80% | 71% | 76% | 83% | 88% | 80% | 81% | 80% | |
| La desinformación debilita nuestro proceso electoral | 77% | 68% | 76% | 81% | 88% | 72% | 80% | 78% | 73% |
| La desinformación viola los derechos humanos | 71% | 62% | 66% | 77% | 80% | 64% | 79% | 71% | |
| La desinformación aumenta la polarización en la política | 71% | 65% | 72% | 78% | 86% | 48% | 80% | 73% | |
| Es más probable que lea noticias de fuentes fuera de mi país debido a la cantidad de desinformación en los medios locales/nacionales | 51% | 46% | 38% | 45% | 52% | 59% | 55% | 58% | 49% |
| Encontrar desinformación me hace sentir ansioso o estresado | 50% | 51% | 44% | 60% | 52% | 46% | 42% | 52% | |
| Evito ver, leer o escuchar las noticias por la cantidad de desinformación que hay | 47% | 50% | 41% | 52% | 50% | 43% | 39% | 54% | 44% |
| Las preocupaciones sobre la desinformación en la sociedad son exageradas | 43% | 38% | 32% | 50% | 45% | 54% | 38% | 46% | |

Percepciones en torno a la Desinformación *Chile

. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO O EN DESACUERDO ESTÁ CON ESTA AFIRMACIÓN??

%TOTALMENTE DE ACUERDO + DE ACUERDO



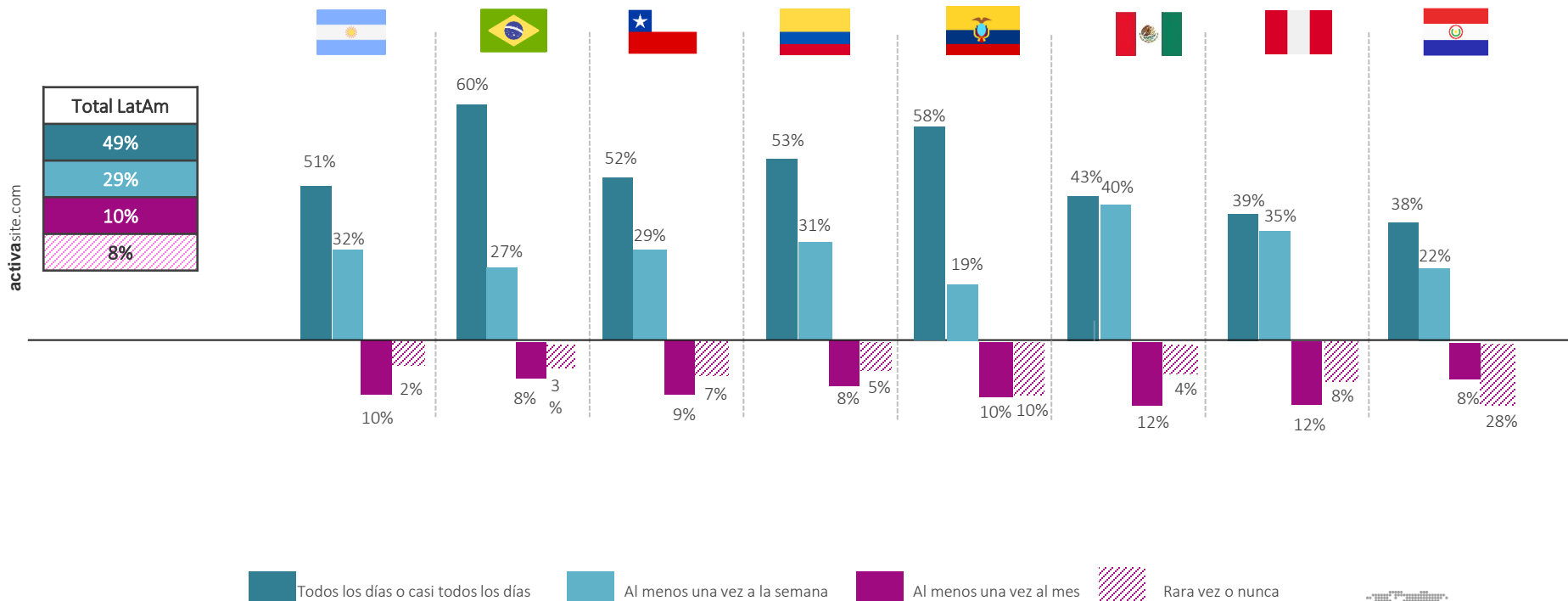
| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|--|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| Bases | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| La desinformación es una amenaza para nuestra democracia | 71 | 64 | 77 | 59 | 70 | 64 | 70 | 80 | 80 | 77 | 62 |
| La desinformación debilita nuestro proceso electoral | 68 | 65 | 71 | 66 | 58 | 60 | 71 | 83 | 79 | 74 | 58 |
| La desinformación aumenta la polarización en la política | 65 | 57 | 72 | 54 | 59 | 58 | 65 | 83 | 76 | 69 | 54 |
| La desinformación viola los derechos humanos | 62 | 54 | 69 | 54 | 59 | 59 | 58 | 68 | 68 | 72 | 53 |
| Encontrar desinformación me hace sentir ansioso o estresado | 51 | 42 | 60 | 51 | 49 | 51 | 45 | 63 | 56 | 50 | 48 |
| Evito ver, leer o escuchar las noticias por la cantidad de desinformación que hay | 50 | 47 | 52 | 32 | 51 | 48 | 50 | 53 | 52 | 53 | 46 |
| Es más probable que lea noticias de fuentes fuera de mi país debido a la cantidad de desinformación en los medios locales/nacionales | 46 | 45 | 47 | 34 | 45 | 43 | 49 | 51 | 53 | 51 | 39 |
| Las preocupaciones sobre la desinformación en la sociedad son exageradas | 38 | 36 | 39 | 31 | 30 | 43 | 40 | 37 | 37 | 40 | 37 |



Frecuencia con la cuál se encuentra con desinformación o noticias falsas

Frecuencia con la cuál se encuentra con desinformación

¿CON QUÉ FRECUENCIA, SI ALGUNA VEZ, SE ENCUENTRA CON NOTICIAS O INFORMACIÓN QUE CREE QUE TERGIVERSAN LA REALIDAD O SON FALSAS?



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Frecuencia con la cuál se encuentra con desinformación

¿CON QUÉ FRECUENCIA, SI ALGUNA VEZ, SE ENCUENTRA CON NOTICIAS O INFORMACIÓN QUE CREE QUE TERGIVERSAN LA REALIDAD O SON FALSAS?

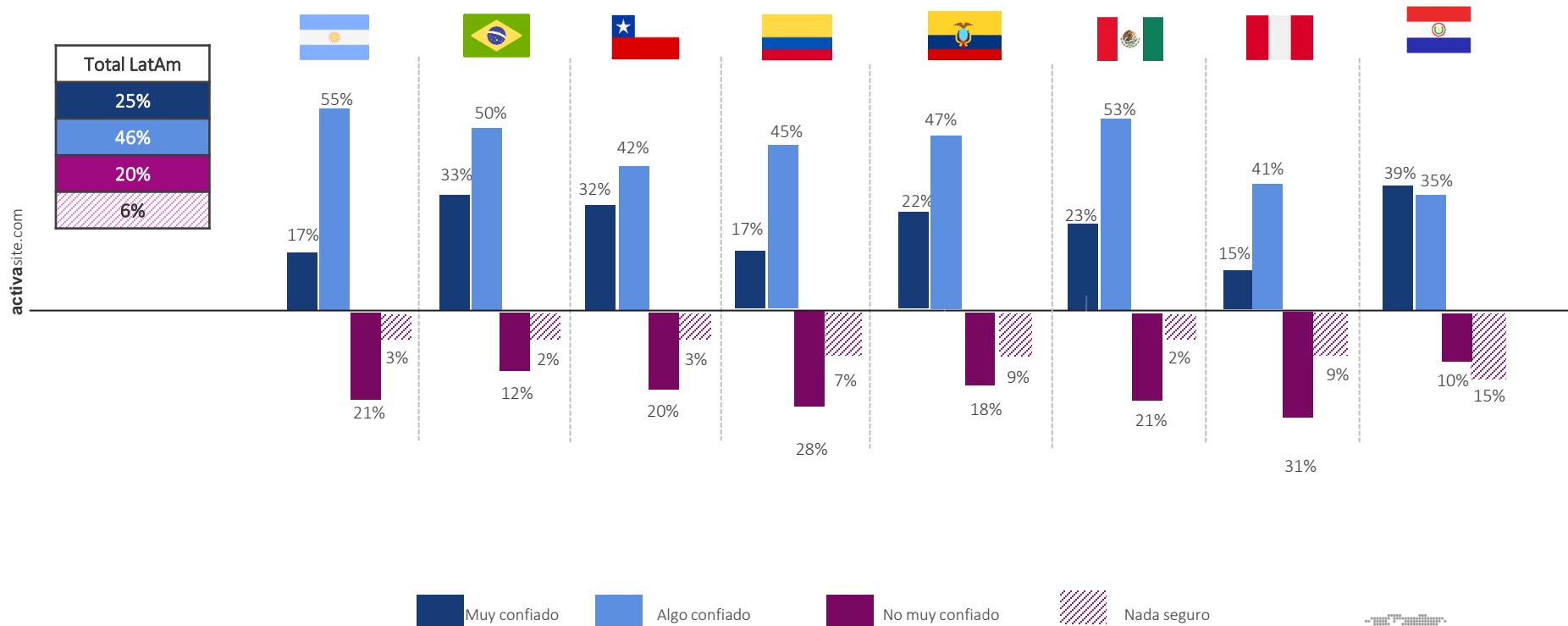


| | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|---|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| % Verticales | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Todos los días o casi todos los días | 52 | 50 | 53 | 54 | 36 | 52 | 52 | 54 | 51 | 55 | 50 |
| Al menos una vez a la semana | 29 | 28 | 30 | 29 | 37 | 28 | 27 | 34 | 36 | 26 | 27 |
| Al menos una vez al mes | 9 | 9 | 9 | 6 | 11 | 10 | 10 | 8 | 8 | 11 | 8 |
| Rara vez o nunca | 7 | 11 | 3 | 7 | 9 | 8 | 7 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| No sabe / No Responde | 4 | 3 | 4 | 4 | 6 | 2 | 6 | 2 | 3 | 6 | 4 |

Capacidad que tienen las personas para reconocer información falsa

Capacidad para reconocer información falsa

¿QUÉ CONFIANZA TIENE, SI ES QUE TIENE ALGUNA, EN SU CAPACIDAD PARA RECONOCER NOTICIAS O INFORMACIÓN QUE TERGIVERSA LA REALIDAD O ES FALSA?



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

Capacidad para reconocer información falsa *Chile

¿QUÉ CONFIANZA TIENE, SI ES QUE TIENE ALGUNA, EN SU CAPACIDAD PARA RECONOCER NOTICIAS O INFORMACIÓN QUE TERGIVERSA LA REALIDAD O ES FALSA?



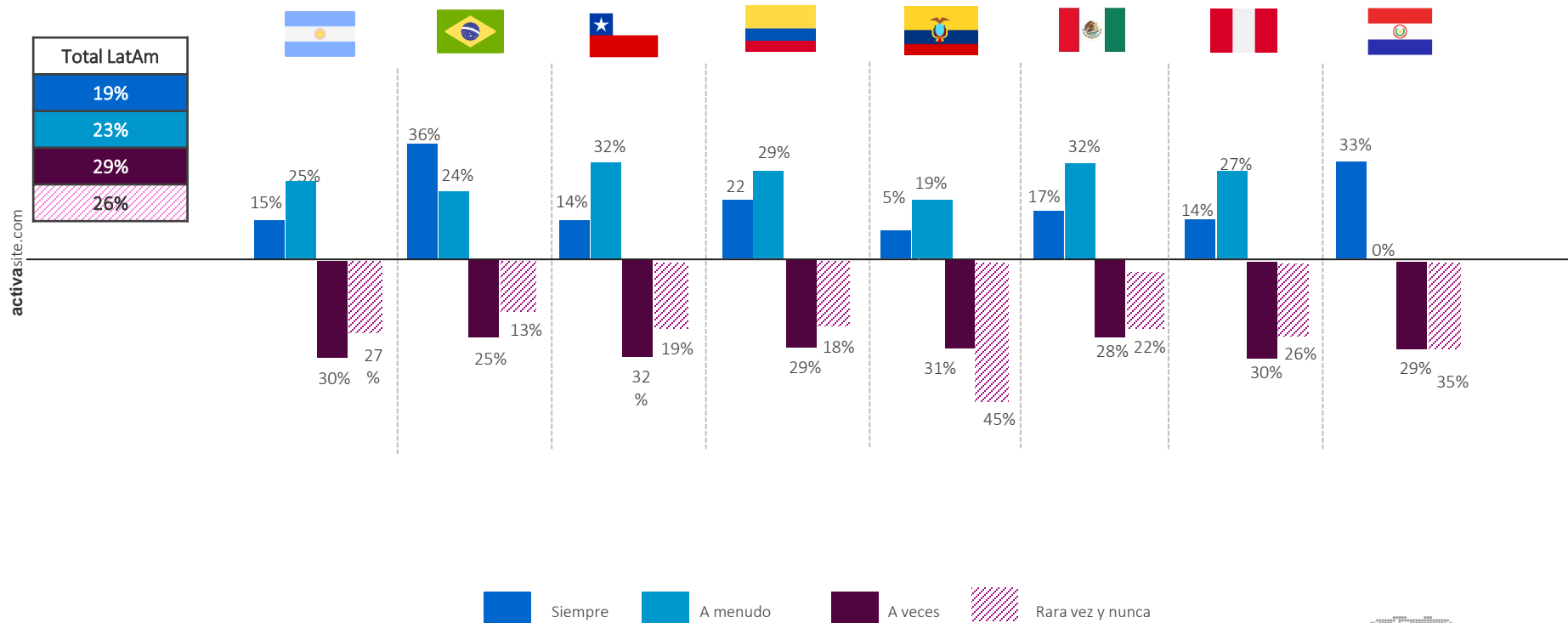
| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|-------------------------------------|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| (4)-Muy confiado | 32 | 40 | 25 | 51 | 23 | 38 | 32 | 27 | 31 | 24 | 39 |
| (3)-Algo confiado | 42 | 35 | 49 | 29 | 52 | 35 | 38 | 57 | 50 | 54 | 29 |
| (2)-No muy confiado | 20 | 21 | 21 | 17 | 14 | 24 | 24 | 13 | 16 | 16 | 26 |
| (1)-Nada Seguro | 3 | 3 | 2 | 0 | 8 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| No sabe / No Responde | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| - NET: Muy confiado + algo confiado | 74 | 75 | 74 | 80 | 75 | 72 | 70 | 85 | 81 | 78 | 68 |



Verificación de la información para saber si es verdadera o falsa

Verificación de la Información

¿CON QUÉ FRECUENCIA, SI ES QUE LO HACE ALGUNA VEZ, VISITA OTROS SITIOS WEB O MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA VERIFICAR SI LAS NOTICIAS O LA INFORMACIÓN QUE ESTÁ LEYENDO SON VERDADERAS Y PRECISAS?



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Verificación de la Información *Chile

¿CON QUÉ FRECUENCIA, SI ES QUE LO HACE ALGUNA VEZ, VISITA OTROS SITIOS WEB O MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA VERIFICAR SI LAS NOTICIAS O LA INFORMACIÓN QUE ESTÁ LEYENDO SON VERDADERAS Y PRECISAS?

| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|------------------------------|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| (1)-Nunca | 4 | 5 | 4 | 1 | 2 | 6 | 6 | 2 | 6 | 4 | 4 |
| (2)-Raramente | 15 | 13 | 16 | 18 | 16 | 18 | 12 | 12 | 12 | 16 | 16 |
| (3)-A veces | 32 | 31 | 32 | 26 | 37 | 29 | 32 | 29 | 29 | 31 | 34 |
| (4)-Frecuentemente | 32 | 28 | 36 | 47 | 33 | 32 | 21 | 41 | 37 | 27 | 31 |
| (5)-Siempre | 14 | 18 | 10 | 5 | 9 | 10 | 25 | 16 | 15 | 17 | 12 |
| No sabe / No responde | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 1 | 2 | 5 | 3 |
| *NET: Nunca+Raramente | 19 | 18 | 20 | 19 | 18 | 24 | 18 | 14 | 17 | 20 | 20 |
| *NET: Siempre+Frecuentemente | 46 | 46 | 46 | 52 | 42 | 42 | 46 | 57 | 52 | 44 | 43 |

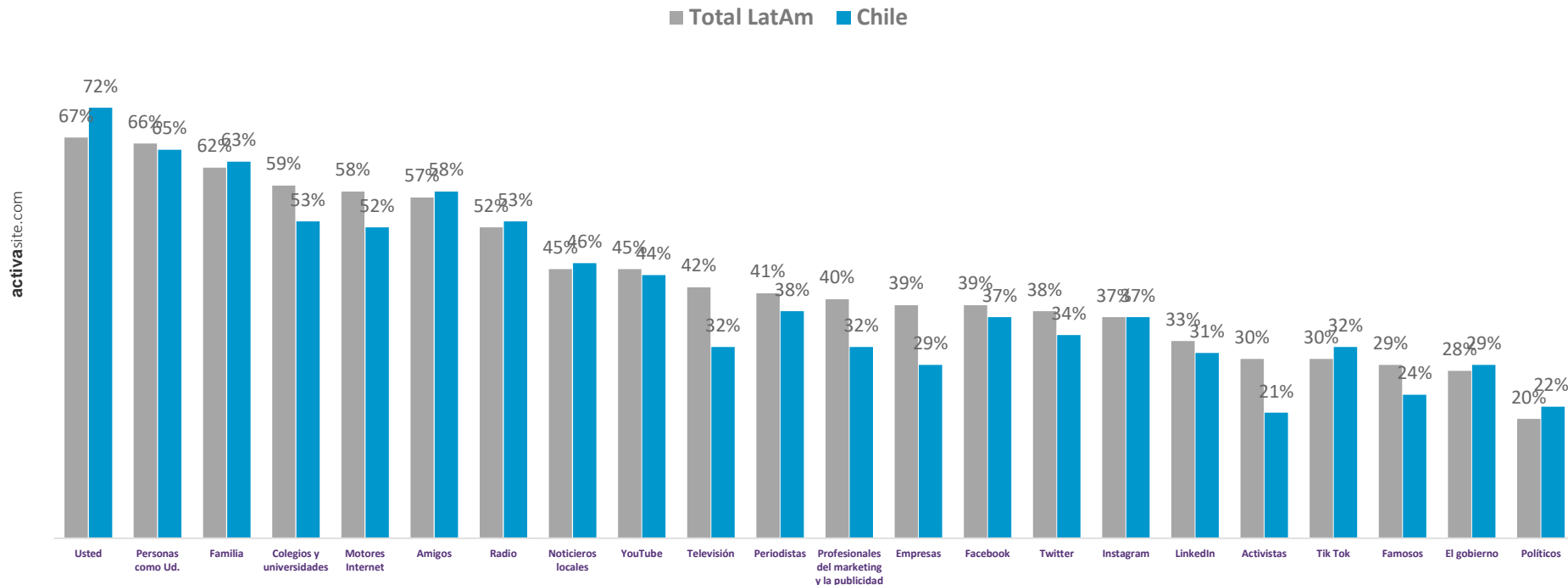


Combate frente a la desinformación en medios

Combate contra la Desinformación en Medios

. ¿QUÉ TAN BIEN ... COMBATE(N) LA DESINFORMACIÓN EN LOS MEDIOS?

%MUY BIEN + ALGO BIEN



Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Combate contra la Desinformación en Medios

¿QUÉ TAN BIEN ... COMBATE(N) LA DESINFORMACIÓN EN LOS MEDIOS?

%MUY BIEN + ALGO BIEN

| | Total LatAm | Chile | Argentina | Brasil | Colombia | Ecuador | México | Perú |
|---|-------------|-------|-----------|--------|----------|---------|--------|------|
| Usted | 67% | 72% | 69% | N.D. | 78% | 52% | 67% | 64% |
| Personas como Ud. | 66% | 65% | 66% | 79% | 70% | 52% | 67% | 63% |
| Familia | 62% | 63% | 61% | 64% | 64% | 62% | 63% | 60% |
| Colegios y universidades | 59% | 53% | 53% | 68% | 64% | 56% | 64% | 55% |
| Motores Internet | 58% | 52% | 47% | 72% | 56% | 61% | 59% | 57% |
| Amigos | 57% | 58% | 59% | 62% | 56% | 52% | 60% | 50% |
| Radio | 52% | 53% | 47% | N.D. | N.D. | 63% | 52% | 45% |
| Noticieros locales | 45% | 46% | 42% | 47% | 43% | 48% | 49% | 39% |
| YouTube | 45% | 44% | 38% | 53% | 39% | 47% | 52% | 41% |
| Televisión | 42% | 32% | 37% | N.D. | N.D. | 49% | 45% | 36% |
| Periodistas | 41% | 38% | 36% | 60% | 41% | 33% | 44% | 36% |
| Profesionales del marketing y la publicidad | 40% | 32% | 31% | 50% | 39% | 49% | 35% | 44% |
| Empresas | 39% | 29% | 29% | 50% | 46% | 42% | 39% | 39% |
| Facebook | 39% | 37% | 30% | 39% | 34% | 51% | 47% | 37% |
| Twitter | 38% | 34% | 27% | 39% | 37% | 45% | 44% | 36% |
| Instagram | 37% | 37% | 30% | 44% | 33% | 37% | 40% | 37% |
| LinkedIn | 33% | 31% | 26% | 39% | 39% | 19% | 40% | 39% |
| Activistas | 30% | 21% | 18% | 53% | 31% | 25% | 31% | 33% |
| Tik Tok | 30% | 32% | 24% | 34% | 26% | 33% | 31% | 31% |
| Famosos | 29% | 24% | 26% | 39% | 30% | 30% | 23% | 31% |
| El gobierno | 28% | 29% | 19% | 32% | 35% | 26% | 30% | 27% |
| Políticos | 20% | 22% | 15% | 26% | 24% | 12% | 20% | 22% |



Principales fuentes de noticias de las personas

Principales fuentes de Noticias

EN LA ÚLTIMA SEMANA, ¿CUÁL HA SIDO SU PRINCIPAL FUENTE DE NOTICIAS? TOP 3



| Promedio Latinoamérica* | |
|-------------------------|-----|
| | 28% |
| | 13% |
| | 12% |
| | 8% |

Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

Principales fuentes de Noticias *Chile

EN LA ÚLTIMA SEMANA, ¿CUÁL HA SIDO SU PRINCIPAL FUENTE DE NOTICIAS? TOP 3



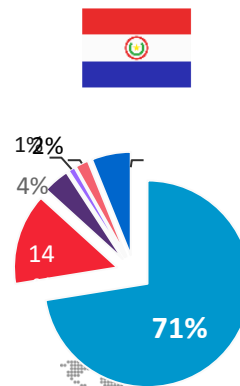
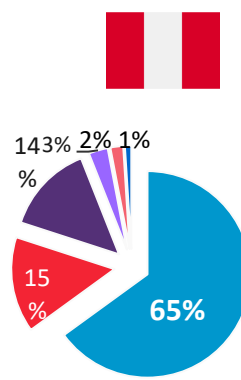
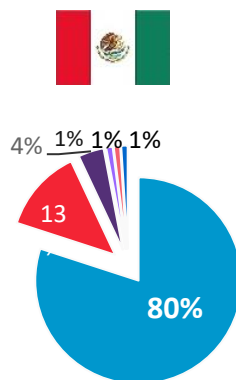
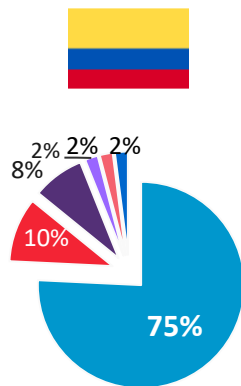
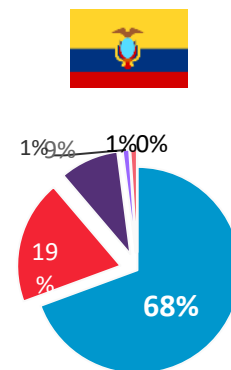
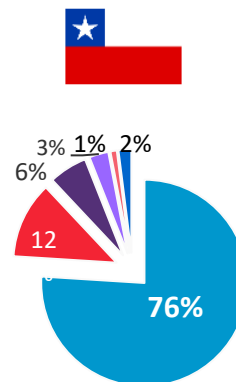
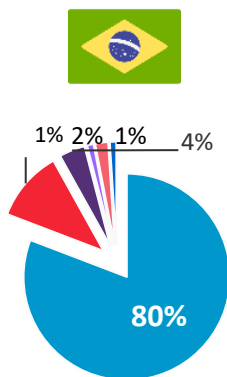
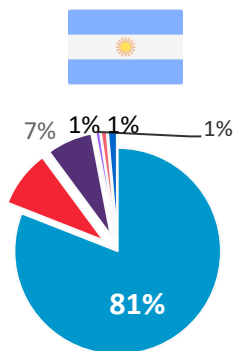
| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|--|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Televisión | 35 | 32 | 39 | 45 | 18 | 33 | 48 | 31 | 36 | 33 | 38 |
| Sitios web de noticias | 14 | 14 | 14 | 6 | 17 | 18 | 7 | 17 | 14 | 13 | 13 |
| Facebook | 12 | 13 | 11 | 17 | 20 | 11 | 10 | 5 | 7 | 13 | 15 |
| Radio | 7 | 9 | 5 | 3 | 2 | 5 | 13 | 10 | 10 | 9 | 4 |
| Twitter | 6 | 9 | 4 | 2 | 5 | 6 | 8 | 8 | 6 | 9 | 5 |
| Periódicos o revistas (impresos o digitales) | 5 | 6 | 4 | 4 | 3 | 6 | 4 | 8 | 7 | 5 | 3 |
| Instagram | 5 | 4 | 6 | 5 | 11 | 3 | 2 | 9 | 7 | 4 | 3 |
| Alertas de noticias en mi teléfono | 4 | 3 | 4 | 0 | 6 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 5 |
| TikTok | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 7 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 |
| Amigos y familiares | 3 | 2 | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 |



Frecuencia de uso de Redes Sociales

Frecuencia de Uso de Redes Sociales

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Varias veces por semana
- Una vez por semana
- Menos de una vez por semana
- Nunca



| Latinoamérica* | |
|-----------------------------|-----|
| Varias veces al día | 74% |
| Una vez al día | 13% |
| Varias veces por semana | 7% |
| Una vez por semana | 2% |
| Menos de una vez por semana | 1% |
| Nunca | 2% |

IPRI. EN PROMEDIO, ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA LAS REDES SOCIALES?*

* Promedio de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay

© Somos Activa 2023. Todos los Derechos Reservados.

Base: 6048 | No se han incluido los porcentajes correspondientes a las opciones "No contesta".



activasite.com



| % Verticales | Total | SEXO | | EDAD | | | | GSE | | | |
|-----------------------------|-------|--------|-------|------------|------------|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| | | Hombre | Mujer | 18-30 años | 31-40 años | 41-50 años | 51+ años | C1 | C2 | C3 | D |
| <i>Bases</i> | 1004 | 333 | 671 | 60 | 220 | 250 | 227 | 258 | 410 | 226 | 110 |
| Varias veces al día | 76 | 66 | 84 | 87 | 76 | 79 | 58 | 75 | 79 | 80 | 70 |
| Una vez al día | 12 | 15 | 10 | 3 | 6 | 7 | 28 | 15 | 11 | 13 | 12 |
| Varias veces por semana | 6 | 8 | 3 | 5 | 6 | 1 | 11 | 6 | 4 | 3 | 6 |
| Una vez por semana | 3 | 5 | 2 | 0 | 11 | 2 | 1 | 3 | 3 | 0 | 6 |
| Menos de una vez por semana | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Nunca | 2 | 3 | 1 | 4 | 0 | 5 | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 |

Para mayor información y requerimientos:

Loreto Rivera
Directora de Comunicaciones

loreto.rivera@activasite.com

+ 56 9 77674098

www.activasite.com