

EL COMPROMISO DEL

PÚBLICO CON LA POLÍTICA,

LA INFORMACIÓN Y LAS

NOTICIAS EN LA ARGENTINA

SOBRE ESTE DOCUMENTO

La desinformación causa un daño real en la vida de las personas, en su salud, finanzas y en la democracia. Necesitamos evidencia sólida que nos permita afrontarla. Este informe es parte de un programa de investigación organizado por Africa Check, Chequeado y Full Fact para encontrar esa evidencia y volverla útil.

En este informe, la estudiante de doctorado de la Universidad de Essex Paula Szewach reúne las cifras principales en relación al compromiso del público con las noticias, la información y la política en la Argentina. Este texto fue editado por Ariel Riera, coordinador de investigación e impacto de Chequeado. Nuestros más cálidos agradecimientos a Julia Pomares y Melina Furman por sus comentarios y ediciones.

Esta investigación cuenta con el apoyo de Luminate.

Resumen

- El público en la Argentina muestra niveles relativamente altos de consumo de noticias
- La Argentina presenta uno de los porcentajes más altos en lo que respecta al uso diario digital de redes sociales para leer noticias a nivel global
- Los smartphones son los artefactos más utilizados para el consumo de productos culturales
- En Argentina, aproximadamente un 37 % de la población usa Whatsapp para informarse

INTRODUCCIÓN

Hay poca información actualizada disponible sobre el público en la Argentina. La información más rigurosa proviene de organizaciones extranjeras, como el Pew Research Center o el Instituto Reuters. Esto implica que el foco no está en presentar un reporte detallado de las prácticas del público con respecto a los medios a nivel nacional, sino en presentar la situación global. El Informe sobre Noticias Digitales de Reuters efectúa análisis por países, comisionados por expertos locales todos los años. Sin embargo, las secciones a nivel país son muy concisas y sólo ofrecen un resumen general de la situación. En ambos casos los datos suelen provenir de encuestas, por lo que presentan lo que los encuestados dicen que miran o leen y cuánto tiempo le dedican.

Para más información detallada sobre el público de los medios de comunicación a nivel nacional, algunas agencias y organizaciones gubernamentales también producen información de buena calidad¹. A pesar de esto, el alcance de estas investigaciones es bastante acotado. Además, la información que recopilan puede variar, lo que hace más difícil determinar cómo compararla a lo largo de los años. En lo que se refiere al público de las plataformas digitales hay más información disponible con estándares abiertos. No obstante, suelen ser datos relacionados con la infraestructura, el uso de internet y el uso de redes sociales específicas.

¹ Por ejemplo, la Cámara Argentina de Internet (CABASE) y la Secretaría de Cultura.

CONSUMO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ARGENTINA

FRECUENCIA DE ACCESO A LAS NOTICIAS

Según Eugenia Mitchelstein y Pablo Boczkowski², los autores del [capítulo de la Argentina del Informe sobre Noticias Digitales de 2018 del Instituto Reuters](#), los argentinos presentan **niveles relativamente altos de consumo de noticias**. La mayoría de los adultos accede a algún portal de noticias al menos una vez al día. De hecho, se estima que un 21 % de los adultos son considerados "amantes de las noticias". Esto significa que acceden a portales noticiosos varias veces al día y que también dicen estar muy interesados en las noticias. Sin embargo, es importante destacar que el promedio global de amantes de las noticias ronda el 18 % y que otros países de la región que tienen datos disponibles muestran un porcentaje aún mayor. Por ejemplo México, (25 %) y Brasil (35 %).

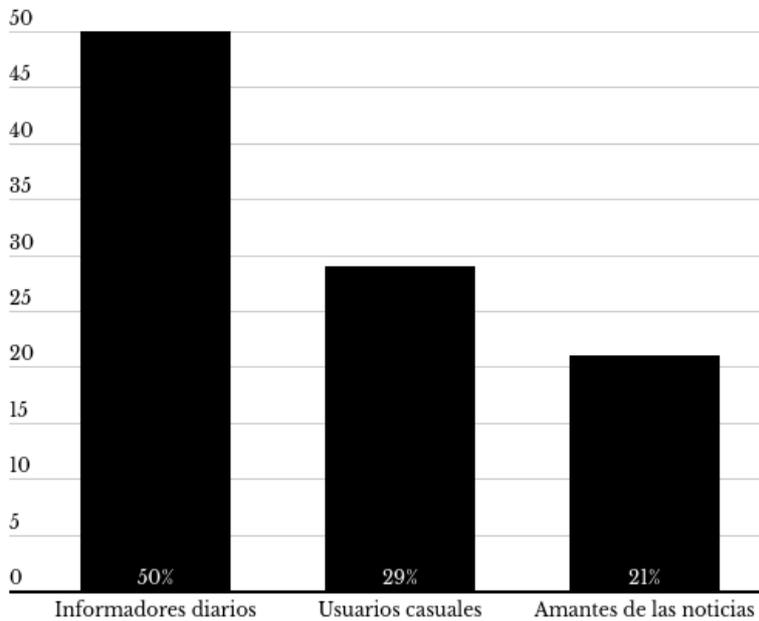
En la Argentina, un 50 % del público se categoriza como "informadores diarios": acceden a portales de noticias varias veces al día, pero no muestran tanto interés. Los llamados "usuarios casuales", que consumen noticias una vez por día o menos representan un 29 %^{3 4}.

² El Informe sobre Noticias Digitales de 2018 de Reuters se basa en una encuesta online llevada a cabo usando paneles establecidos y realizada por la empresa YouGov y sus socios. El tamaño de la muestra final para la Argentina fue de 1212 panelistas. Para más información, visitar <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/survey-methodology-2018/>

³ Vale la pena mencionar que las encuestas excluyen a aquellos que consumen noticias con una frecuencia menor a una vez por mes. Estos datos no son comparables con las cifras presentadas en el informe de Full Fact sobre el consumo del público en el Reino Unido con la política, la información y las noticias, publicado como parte de este programa de trabajo.

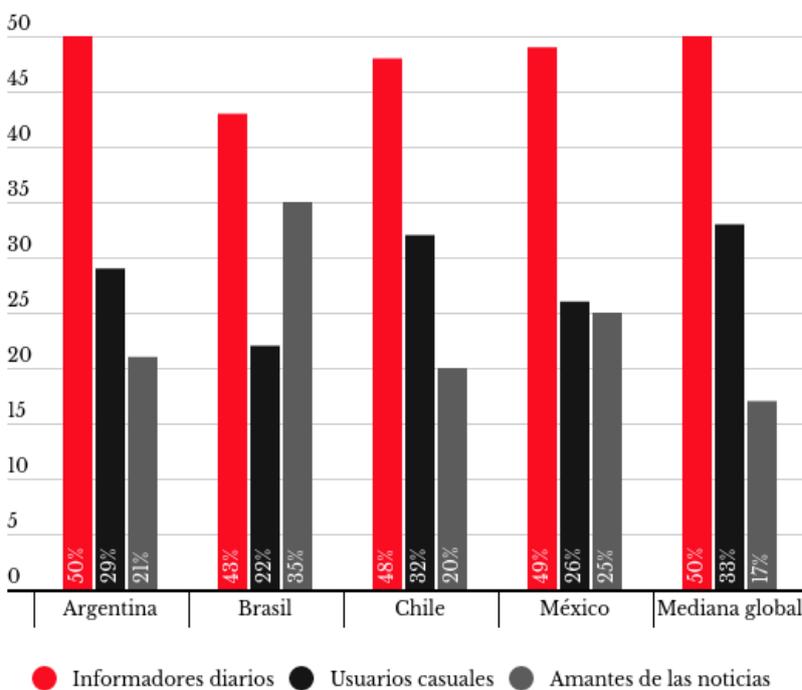
⁴ El Instituto Reuters nos aportó sus datos originales: <https://bit.ly/32nLozL>

GRUPOS SEGÚN FRECUENCIA DE ACCESO A LAS NOTICIAS E INTERÉS. ARGENTINA 2018.



Fuente: Informe sobre Noticias Digitales de 2018 del Instituto Reuters.

GRUPOS SEGÚN FRECUENCIA DE ACCESO A LAS NOTICIAS E INTERÉS. PAÍSES SELECCIONADOS 2018.



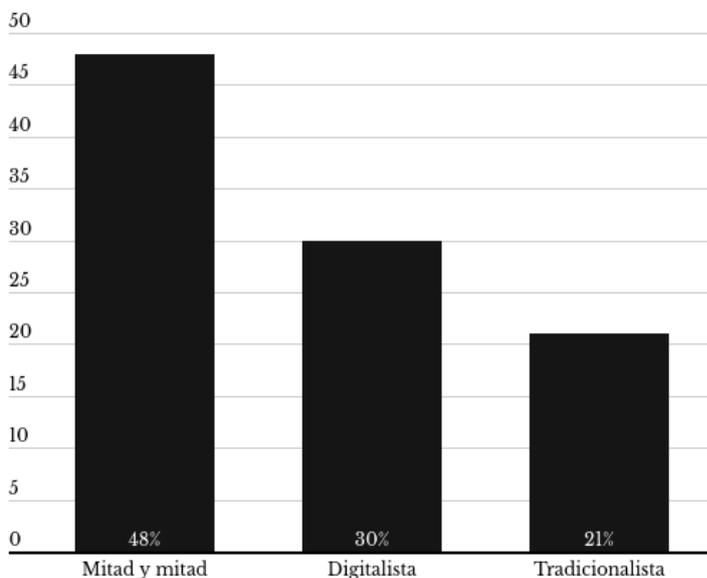
Fuente: Informe sobre Noticias Digitales de 2018 del Instituto Reuters.

En relación a este tema, un [estudio global realizado por el Pew Research Center](#) demostró que un **82 % de los adultos en la Argentina asegura seguir las noticias nacionales de cerca**. Además, el 43 % dijo seguirlas muy de cerca. Sin embargo, **estas tendencias pueden cambiar durante los próximos años**. El consumo de los medios en el país ya presentó cambios importantes en muy poco tiempo. Como presentó el [Informe sobre Noticias Digitales de 2019 del Instituto Reuters](#), el consumo de noticias en la Argentina bajó en todas las plataformas, pero la prensa sufrió la caída más drástica: el consumo de publicaciones impresas por semana cayó de un 45 % a un 28 % en los últimos tres años.

PLATAFORMAS PARA NOTICIAS

La mayoría de los adultos en la Argentina consume noticias a través de una mezcla de plataformas digitales y las llamadas fuentes de noticias tradicionales (aproximadamente un 48 % de la población). Según el Informe sobre Noticias Digitales, un 30 % de la población es considerado "digitalista". Es decir, que consume noticias a través de *smartphones*, *tablets* y computadoras. Los "tradicionalistas", que usan más que nada diarios, radio y televisión, representan un 21 %.

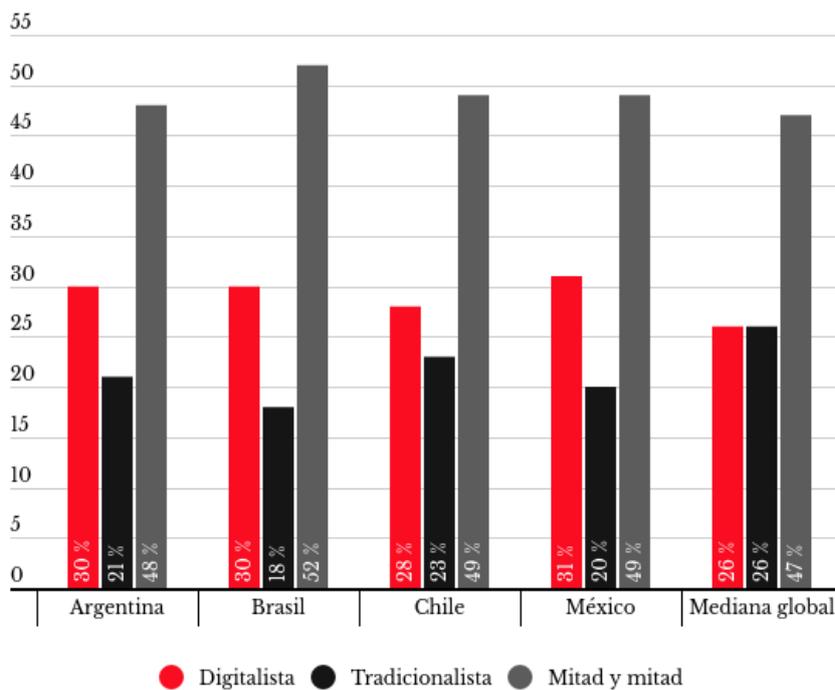
GRUPOS SEGÚN TIPO DE ARTEFACTO UTILIZADO



Los porcentajes suman menos del 100% por el redondeo.
Fuente: Informe sobre Noticias Digitales de 2018 del Instituto Reuters.

El punto de referencia global⁵ de “digitalistas” es de un 26 % y las cifras en la región⁶ aumentan a un 31 % en México, 30 % en Brasil y 28 % en Chile.

GRUPOS SEGÚN TIPO DE ARTEFACTO UTILIZADO PARA ACCEDER A LAS NOTICIAS. PAÍSES SELECCIONADOS 2018.



Fuente: Informe sobre Noticias Digitales de 2018 del Instituto Reuters.

El acceso digital a las noticias presenta una porción cada vez más relevante del consumo total de noticias. Cuando se les preguntó cuán seguido usaban internet para informarse, un 47 % de los encuestados respondió que al menos una vez al día y 30 %, varias veces. Cuando se indagó en mayor profundidad, preguntando específicamente la frecuencia en la que usaban redes sociales para leer noticias, el 39 % respondió que varias veces al día. De hecho, la Argentina presenta uno de los porcentajes más altos en lo que respecta al uso digital diario de redes sociales para leer noticias a nivel global⁷.

⁵ Utilizamos a la mediana como referencia.

⁶ México, Brasil y Chile son los únicos países latinoamericanos que tienen información disponible.

⁷ Este estudio incluye datos de 38 países de todo el mundo. Para más información, vea la página 34 del artículo del Pew Research Center de enero de 2018, "Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver".

Para la Argentina este porcentaje aumenta a un 51 %, cuando la mediana para países emergentes o en desarrollo es de un 24 % y la mediana global, 35 %.

Al analizar la información más detenidamente, **no se observaron diferencias significativas en el uso de las redes sociales para el consumo de noticias por género. No obstante, sí se encontraron diferencias significativas en los distintos grupos etarios, por niveles de educación y de ingresos.** Como era de esperarse, los jóvenes son los más propensos a leer noticias en internet. El 63 % de lo encuestados de entre 18 y 29 años respondió que usaba internet para informarse al menos una vez por día, mientras que para el grupo de 50 años o más este porcentaje es de un 27 %. En acuerdo con la tendencia global, las personas de mayores ingresos en la Argentina (66 %) usan más las redes sociales para leer noticias que aquellas con salarios más bajos (44 %)⁸.

La Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC), hecha por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) del Ministerio de Cultura de la Nación, presenta un reporte más detallado de las prácticas de consumo de los medios en Argentina. En 2017, 57 % de los encuestados aseguró leer diarios, ya sea en formato impreso o en su versión digital, contra un 73 % que lo hacía en la encuesta de 2013. A su vez, los datos de 2017 muestran que el 27 % lee blogs o portales de noticias todos o casi todos los días.

TENDENCIAS DIGITALES PARA EL PÚBLICO

Para entender las prácticas de consumo de medios de comunicación del público es importante tener en cuenta la información general sobre el uso de internet y las redes sociales. **La Argentina cuenta con un [índice de](#)**

-
⁸" Aquellos encuestados con un ingreso a nivel familiar menor a la media del país fueron considerados como de salarios más bajos. Quienes cuentan con un ingreso igual o mayor a la media del país se consideraron como de mayores ingresos".

penetrabilidad de internet de más del 70 %, uno de los más altos de la **región**. Los artefactos más utilizados para acceder a internet son los *smartphones*. En 2017, más del 70 % de la población en la Argentina dijo que usa su teléfono para navegar en internet todos los días, mientras que el uso de las computadoras para el mismo fin disminuyó en los últimos años.

Según la [ENCC](#), es más común usar smartphones para navegar en internet y consumir productos culturales⁹. Por ejemplo, los encuestados afirmaron que usan sus smartphones para leer el diario (14 %) o escuchar la radio (17 %)¹⁰. El 64,4 % de los encuestados dijo que tiene una cuenta en Facebook, el 27,3 % en Instagram, y el 13,6 % en Twitter¹¹. En relación a la participación en redes sociales, el 35,4 % respondió de manera afirmativa cuando se le preguntó si compartía o comentaba contenido con frecuencia¹². El 32,8 % dijo que solo mira, pero no comenta. Finalmente, el 5,3 % dijo que crea, edita o recicla contenido¹³. También es importante mencionar que según el Informe sobre Noticias Digitales, el 37 % de los encuestados en la Argentina dijo que usa Whatsapp para informarse.

COMPROMISO POLÍTICO

El informe del año pasado de la [Global Barometer Survey](#) compara los niveles promedio de compromiso político por país en la región. Se mide el compromiso político combinando las preguntas de la encuesta sobre el involucramiento psicológico en política y la participación política. En el informe, se llegó a la conclusión de que la Argentina presenta uno de los niveles más altos de involucramiento psicológico en la región. Según su índice, se considera que el 38 % de la población argentina está psicológicamente involucrada en política. Esta cifra responde a un promedio de las respuestas de un índice

⁹ Según la ENCC, el consumo cultural incluye al consumo de radio, música, televisión, diarios y revistas, libros, shows, películas, obras de teatro y videojuegos.

¹⁰ *ibídem*

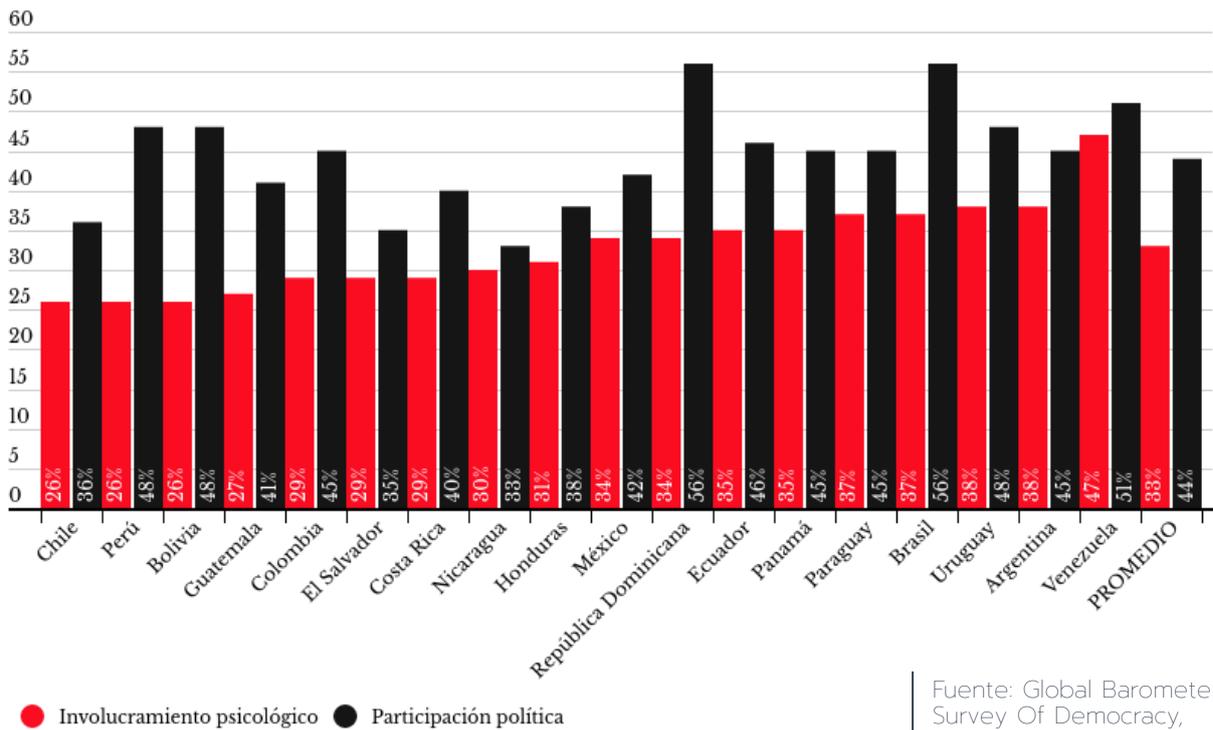
¹¹ *ibídem*

¹² *ibídem*

¹³ *ibídem*

compuesto por preguntas como "cuando te juntás con los miembros de tu familia o amigos, ¿qué tan seguido hablan de política?" y "¿cuánto impacto sentís que tienen las políticas del gobierno en tu vida diaria?".

NIVELES DE COMPROMISO POLÍTICO EN AMÉRICA LATINA. AÑO 2018.



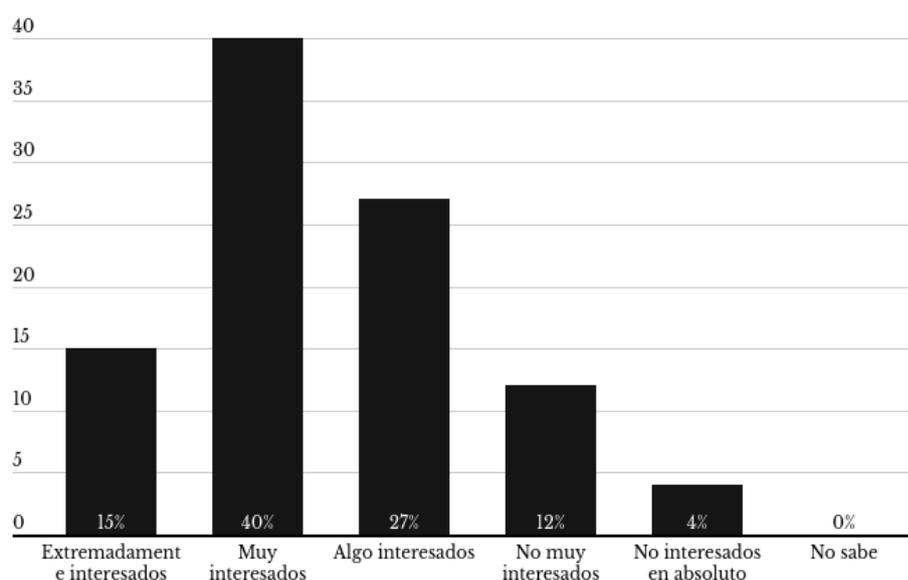
Fuente: Global Barometer Survey Of Democracy, Governance And Development 2018

Por otro lado, en relación a los niveles de participación política, la Argentina se ubica justo en el medio en comparación con otros países de la región. Según los últimos datos provistos por la Global Barometer Survey, el 45 % de la población en la Argentina participa en política. Esta medida también combina respuestas promedio de diferentes preguntas de la encuesta. Por ejemplo, se le preguntó a las personas sobre su participación en elecciones, manifestaciones, si habían firmado o no demandas o contactado a agentes gubernamentales.

Como informó el Informe sobre Noticias Digitales de 2018, cuando se le preguntó sobre su interés en noticias sobre política, la mayoría respondió que estaban "muy

interesados" (40 %) o "extremadamente interesados" (15 %) y un 27 % respondió que tenían al menos algún tipo de interés. Había grupos más chicos que dijeron estar o extremadamente interesados (15 %) o no muy interesados (12 %). Solo el 4 % dijo no estar interesado en lo absoluto en noticias sobre política.

INTERÉS EN NOTICIAS SOBRE POLÍTICA. ARGENTINA 2018.



Los porcentajes suman menos del 100% por el redondeo.
Fuente: Informe sobre Noticias Digitales de 2018 del Instituto Reuters.

LA CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS MÁS IMPORTANTES

Según el porcentaje de uso semanal de 2019, los medios digitales más visitados en la Argentina son Infobae online (42 %), TN online (34 %) y Clarín online (30 %). Cuando se refiere a la televisión, la radio y la prensa impresa, los porcentajes cambian. Arriba de todo se ubica Todo Noticias, TN, con el 41 %. Le siguen Telefe Noticias (37 %) y Canal Trece Noticias (32 %) ¹⁴.

¹⁴ Se les presentó a los participantes una lista con nombres de medios y se les preguntó cuáles habían usado para leer noticias en la última semana. Para más información acceda al cuestionario completo: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/2018-Digital-News-Report-Survey-FINAL.pdf?x89475>

La Argentina presenta niveles altos de consumo de noticias, pero bajos de confianza en los medios, aunque todavía no hay evidencia concreta sobre las causas de este fenómeno¹⁵. Además, parece que la tendencia de confianza está declinando, con un 39 % de la población que confía en las noticias en general (contra un 41 % en 2018), lo que ubica al país en el lugar 25 de 38, como demuestra el Informe sobre Noticias Digitales de 2019. Aun así, la confianza en las noticias encontradas a través de motores de búsqueda se mantuvo estable y la confianza de las noticias en las redes sociales aumentó de un 29 % a un 32 %.

DATOS SOBRE CONFIANZA. ARGENTINA 2019

39% (-2% vs 2018)

Confianza en las noticias en general. Puesto 25 de 38 países.

47%

Confianza en las noticias que yo uso.

38%

Confianza en las noticias encontradas en motores de búsqueda.

32%

Confianza en las noticias encontradas en redes sociales.

Fuente: Informe sobre Noticias Digitales de 2019 del Instituto Reuters.

¹⁵ Este también es el caso, por ejemplo, de otros países como Francia, en donde eventos específicos impactaron en los niveles de confianza. Sin embargo, una disminución de la confianza no representó una disminución de igual medida del uso. Después de las protestas de los chalecos amarillos, uno de sus canales de noticias registró los ratings más altos en su historia, al mismo tiempo que caían los porcentajes de confianza del público

