

Introducción

Internet es un potente medio de comunicación utilizado por más de 1200 millones de personas en todo el mundo. A pesar de las críticas que lo rodean como medio de información Internet ha seguido desarrollándose como tal, sirviendo como canal para el nacimiento de medios de comunicación digitales, ligados o no a los medios convencionales y ofreciendo a todos los ciudadanos la posibilidad de convertirse en fuente de noticias u opiniones.

La capacidad de Internet para la difusión, su versatilidad para convertir a todos los usuarios en emisores y receptores, el anonimato, la oportunidad de generar un universo multimedia que incrementa la credibilidad o apariencia de veracidad de lo que se publica, etc. hacen Internet un medio singular.

Esas características, entre otras muchas, han provocado no pocas polémicas sobre Internet como medio de información o fuente de rumores.

La Asociación de Internautas (AI) ha querido conocer la opinión de los usuarios en relación con esta materia.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

Estudio Información vs rumores en Internet: objetivos

La Asociación de Internautas ha realizado desde su página web una encuesta cuyo objetivo es profundizar en la opinión que los usuarios tienen de Internet como medio de información y en las distintas formas de acceso a la misma.

En concreto la encuesta indaga sobre cómo los Internautas se aproximan a la información en Internet, cuál es su percepción de la misma, cómo la valoran en relación con la información recibida desde otros medios, cómo se percibe Internet en relación con la difusión de rumores, etc.

Ficha

2.263 encuestas realizadas entre el 28 de julio y el 17 de agosto de 2008.

Según la edad, el 80% de los internautas que respondieron la encuesta tienen entre 18 y 49 años, dividiéndose por segmentos de edad del siguiente modo:

Años	%
menos de 18	4,42
entre 18 y 29	31,64
entre 30 y 39	29,20
entre 40 y 49	20,58
entre 50 y 59	10,62
entre 60 y 69	2,43
más de 69	0,66

Atendiendo al sexo, el 67% de los usuarios que respondieron son hombres y el 32% mujeres.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

Atendiendo a la formación académica de los usuarios el 86% de los mismos declara poseer una titulación media o superior.

Formación académica	%
Sin estudios	0,44
EGB	0,22
Bachillerato	10,84
Titulado en FP	20,58
Diplomado	25,44
Licenciado	26,77
Doctorado	15,04

Según la actividad un 68% de quienes han respondido el cuestionario declaran que trabajan y un 18% dice que está estudiando, un 11% contesta que está en paro y un 4,6% es jubilado.

Más del 90% es de nacionalidad española y casi un 6% es nacional de algún país latinoamericano, mientras que un 1% señala que es de algún país de la UE.

En relación con el acceso a Internet el 94% indica que se conecta todos los días, el 4% que lo hace varias veces a la semana y el 0,44% conecta una vez a la semana. Los datos de conectividad revelan unos patrones de acceso a Internet intensivos, significativamente distintos de los registrados en estudios oficiales para la población general. Es posible que estos patrones puedan inducir comportamientos diferentes, respecto al objeto del estudio, a los que registrase la población general en una encuesta de carácter científico.

La diferencia hasta el 100%, en todos los apartados anteriores corresponde a personas que no contestan.

Todos estos datos se solicitaban en el cuestionario para poder apreciar si en función de los mismos había comportamientos significativamente diferentes respecto a los objetivos del estudio, que finalmente no se han manifestado. Aunque la encuesta no tiene valor estadístico, el volumen de respuestas obtenido puede ilustrar las tendencias sobre la opinión de los internautas.

LA INFORMACIÓN

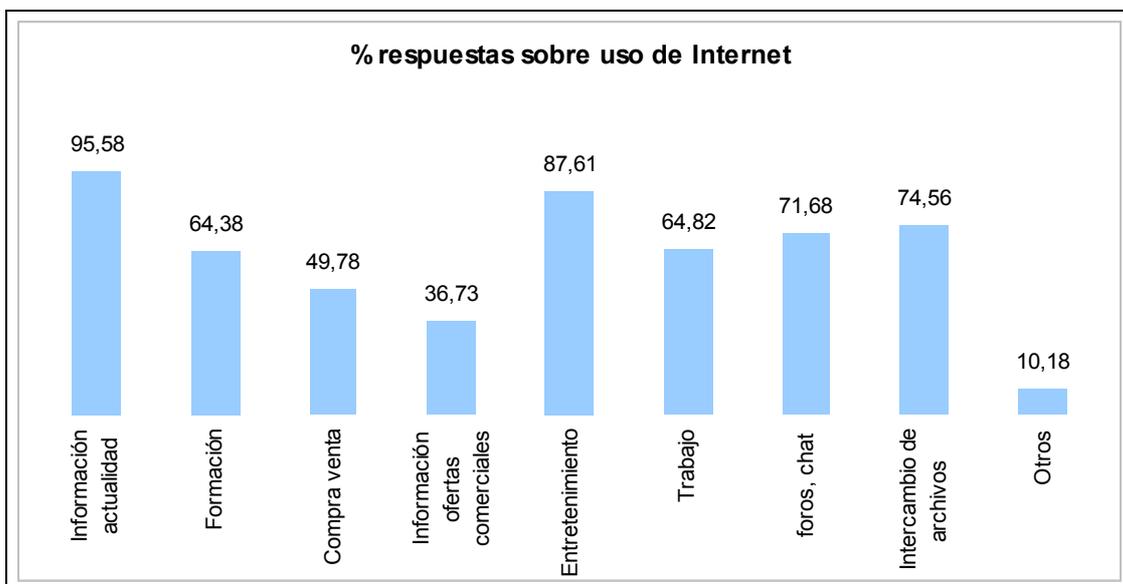
a) La información como motivo de uso de Internet

La información sobre la actualidad es el uso más señalado por los usuarios que responden a la encuesta (95%), seguido del entretenimiento (87%), el intercambio de archivos (74%) y la participación en chats y foros (71%).

Los datos son relevantes en tanto que ponen de manifiesto que la información y, consecuentemente, la degradación de la misma (el rumor) están en el epicentro del interés de los internautas.

Por otra parte, los chats y los foros y el alto porcentaje de uso declarado de los mismos está íntimamente ligado, como se verá más adelante con los medios que emplean los internautas para acceder a la información y su valoración de la misma.

Gráfico 1



Fuente: AI

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

b) Los medios empleados para acceder a la información de actualidad y las materias de información

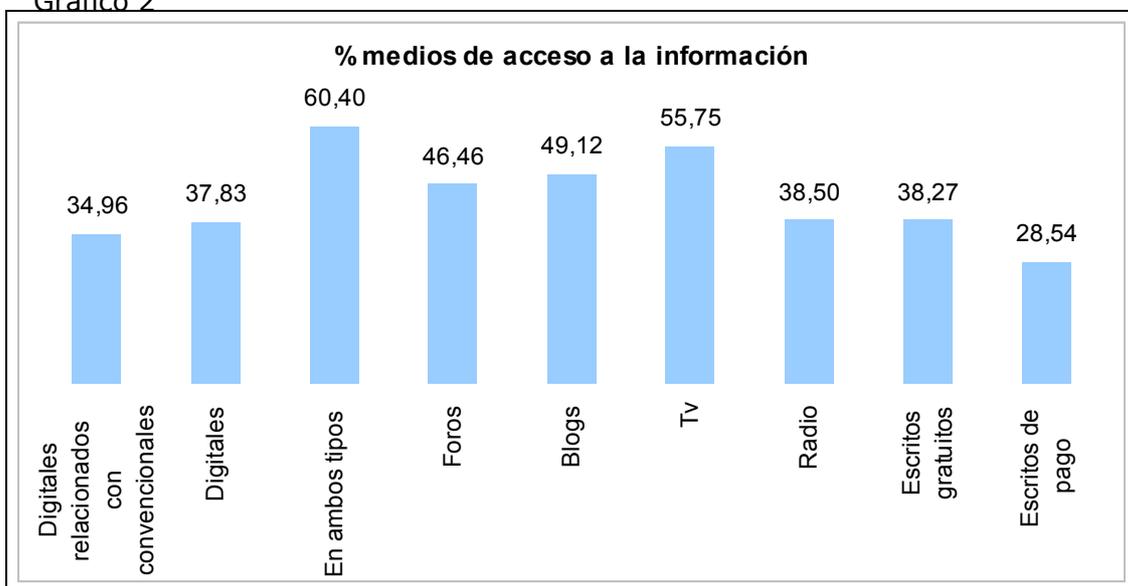
Un 60% de quienes responden la encuesta manifiestan que para informarse sobre la actualidad emplean medios digitales relacionados con medios convencionales y medios con cabeceras exclusivamente digitales.

La televisión (55%) es el segundo canal empleado como fuente de información, seguida de blogs y foros con porcentajes del 49 y 46 por ciento.

La prensa escrita, ya sea de pago o gratuita, es mencionada por el 28 y el 38% respectivamente.

Según las respuestas obtenidas está claro que los internautas escogen como medios de acceso a la información, sobre todo, aquellos que integran el universo digital.

Gráfico 2

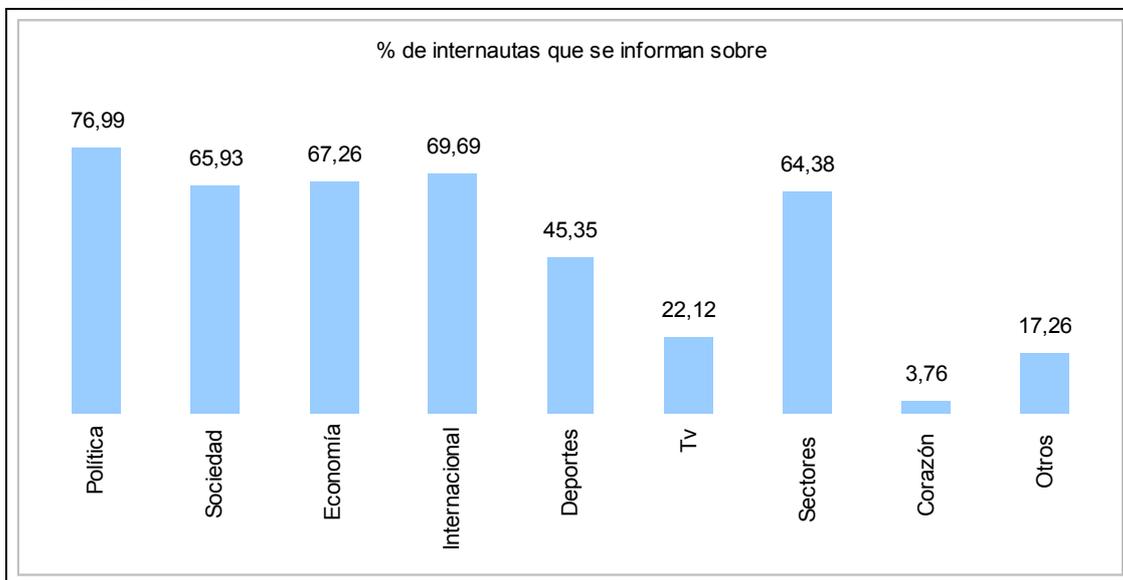


Fuente: AI

En cuanto a las materias de información presentan una amplia diversidad y en altos porcentajes, salvo en deportes (45%) y corazón (3%) con niveles sorprendentemente bajos.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

Gráfico 3



Fuente: AI

LA CONFIANZA QUE INSPIRAN LOS DISTINTOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

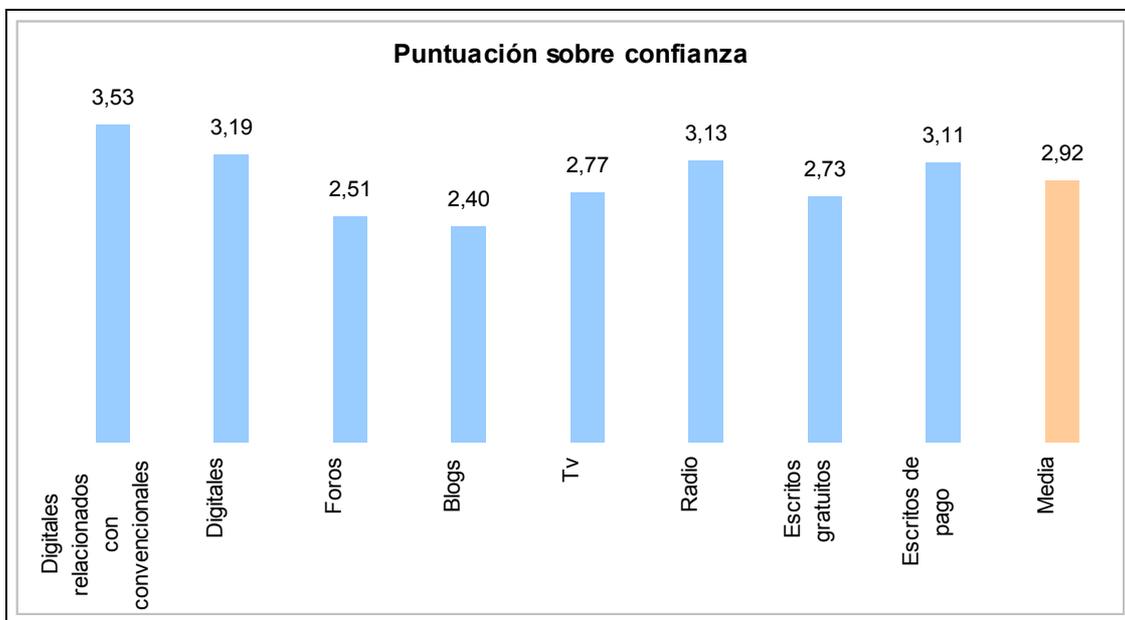
A) La valoración de la confianza

Los medios que inspiran más confianza a los internautas son los digitales relacionados con los convencionales que alcanzan una puntuación de 3,53 sobre 5 puntos, 6 centésimas por encima de la media y 30 por encima de los digitales, los cuales están al mismo nivel que la radio (3,13) y los medios escritos de pago (3,11).

Sin embargo, es evidente la desconfianza respecto a los foros y los blogs, a pesar de que, como ya se decía anteriormente, son un canal de información al que acuden el 71% de los internautas que responden la encuesta.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

Gráfico 4



Fuente: AI

b) La percepción de Internet como medio de información o de divulgación de rumores

El 50% de los usuarios que contestaron la encuesta se identifican con la frase "Internet es fuente de información y rumores igual que todos los medios", lo que en última instancia estaría en consonancia con la puntuación que otorgan sobre la confianza a los distintos medios de información.

Sin embargo, un porcentaje también muy alto (44%) considera que "Internet es fuente de información y rumores en mayor grado que los medios convencionales", guardando también relación con la escasa confianza que merecen los foros que, no olvidemos son consultados por un 71% de los usuarios.

Sólo un 5,7% señala que "Internet es fuente de información y rumores en menor grado que los medios convencionales"

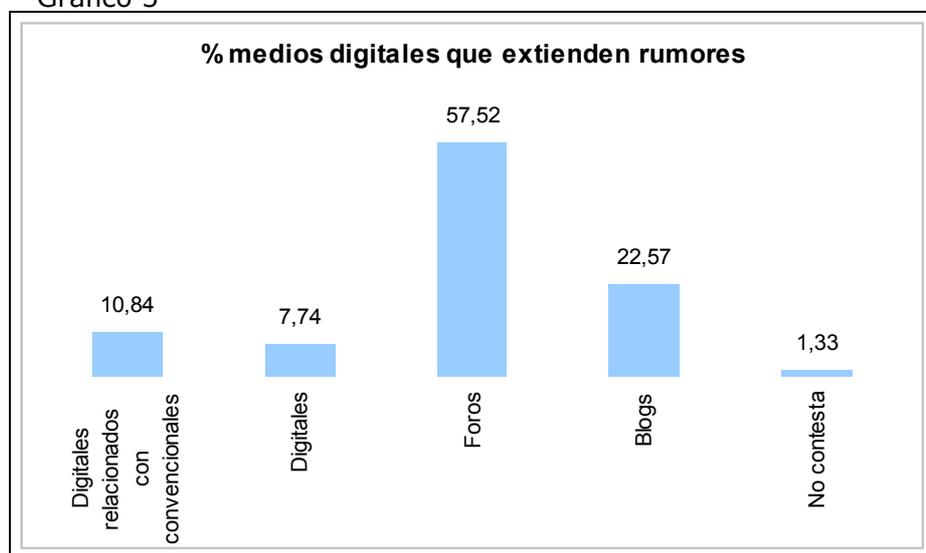
ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

c) Percepción de los medios digitales que más rumores extienden

Como no podía ser de otro modo, siguiendo la secuencia lógica de las respuestas anteriores los usuarios, en un porcentaje del 58% señalan a los foros como principal origen de rumores en los medios digitales.

A estos siguen, aunque a gran distancia los blogs (23%).

Gráfico 5



Fuente: AI

d) El pago de la información y la veracidad

El pago de la información nada tiene que ver con la veracidad de la misma, es decir, no discrimina entre información y rumor a juzgar por el alto porcentaje de respuestas que señalan esta opción (84%).

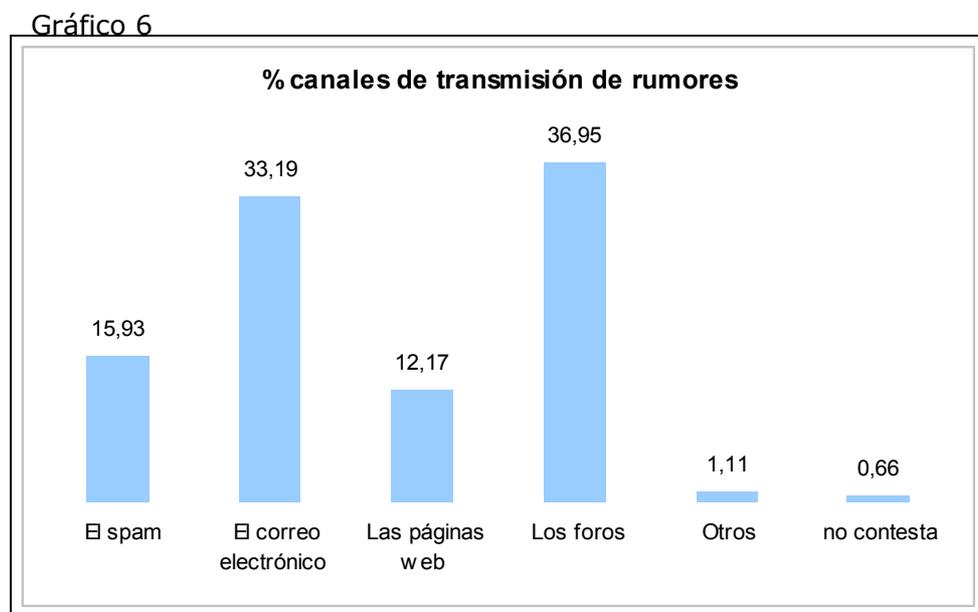
Menos de un 9% consideran más veraces a los medios digitales de pago y un porcentaje muy aproximado (7%) otorgan más veracidad a los medios gratuitos.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

e) Canales de transmisión de rumores en Internet

Los foros vuelven a destacar como el canal que más devalúa la imagen de Internet como medio de comunicación. Un 37% de los internautas los señalaron como el principal cauce de transmisión de rumores, seguido muy de cerca por el correo electrónico.

El spam y las páginas web alcanzan porcentajes significativos, aunque alejados de los anteriores.



Fuente: AI

LA ACTITUD PERSONAL ANTE EL RUMOR

a) Distinguir rumor y noticia

El 35% de los internautas que colaboraron en la encuesta creen que siempre saben distinguir un rumor de una noticia, mientras que el 63,5% confiesa que sólo a veces los distingue.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

b) Las claves para distinguir rumor de noticia

Preguntados por las claves que permiten distinguir noticia y rumor, en el mundo digital igual que en el real, la identificación de la fuente es mencionada por el 33% de los usuarios como primera clave de distinción.

La incorporación de datos de un estudio a una fuente identificada, a modo de plus de exigencia de la identificación, lo señalan en primer lugar un 21%.

Agregar elementos multimedia (imágenes, videos...) sólo es señalado como primer elemento de distinción entre rumor y noticia por un 11% de los usuarios.

La confianza, ya sea del remitente, en la web o del foro es la opción escogida en primer lugar en un 12% de las respuestas. A juzgar por estos datos la confianza sólo no es suficiente para otorgar categoría de noticia a lo que sólo es un rumor.

c) Los orígenes del rumor

Se preguntaba a los usuarios por los motivos que están en el origen de los rumores. De forma destacada (46%) de las ocasiones señalaron como primer y segundo motivo generar alarma social.

En el 33% de las veces se atribuyen los orígenes del rumor, como primer y segundo motivo, a mejorar o empeorar la imagen de las marcas. En este mismo orden podría contabilizarse el 23% de respuestas que apuntan al valor accionarial.

El 32% de las respuestas considera que el motivo de los rumores es generar bases de datos y el 28% transmitir virus.

La política y la sanidad o determinados aspectos relacionados con ellas son mencionados en el 26 y el 19 por ciento de las ocasiones respectivamente.

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

d) Percepción del número de rumores que se reciben mensualmente

Los usuarios tienen la percepción de recibir un alto número de rumores. Más del 44% creen que reciben entre uno y cinco; un 35% considera que recibe entre 5 y 20.

Es preciso recordar en este momento que el 63,5% manifestó que sólo a veces sabe distinguir rumor de noticia.

Así pues, puede que los datos sobre los rumores recibidos enmascaren una realidad de casi 20 puntos porcentuales arriba o abajo de lo declarado.

Gráfico 7



Fuente: AI

e) Conocimiento de rumores en el último año

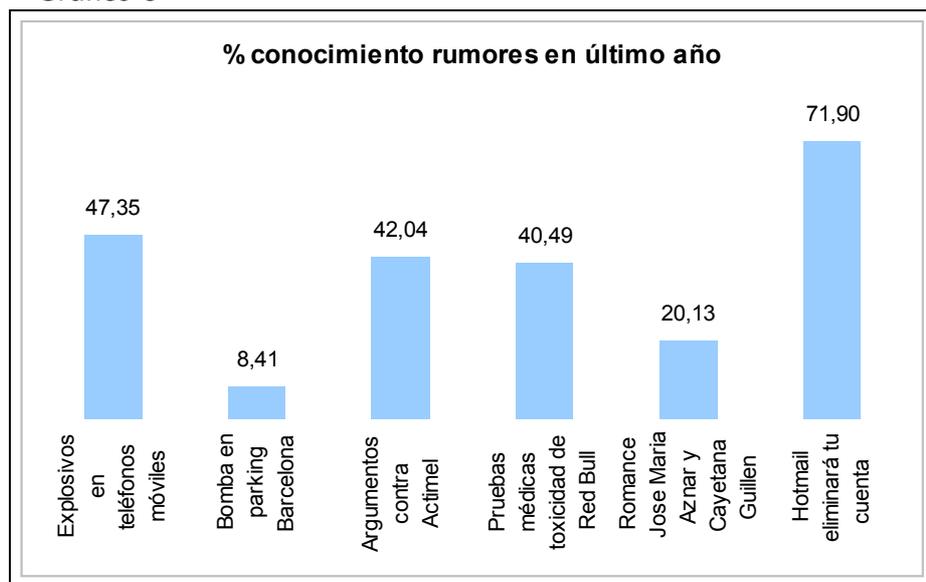
El rumor del más conocido en el último año (72%) es el que hacía referencia a la eliminación de las cuentas de HOTMAIL si no se transmitía el mensaje que contenía la falsa noticia.

El 42 y el 40 por ciento de los usuarios también conocía la falsa noticia que atacaba los beneficios de ACTIMEL y la difusión del

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

estudio con las pruebas médicas concluyentes sobre la toxicidad de RED BULL.

Gráfico 8



Fuente: AI

f) Cómo actúan los usuarios con el rumor recibido

Es evidente que todo rumor tiene una intención y que Internet es un medio de difusión como ningún otro, como ya se ha comentado, sin apenas límites geográficos y, sobre todo, interactivo.

La interactividad es la que permite a cada usuario continuar o no la cadena de noticias o rumores.

Preguntados los internautas que hacen con el rumor que han recibido el 64% contesta que no lo abre, pero un 34% decide leerlo (no hay que olvidar que tanto en la vida real como en la digital no siempre es fácil distinguir rumor de noticia y así lo declara el 65% de los usuarios que han contestado la encuesta).

De ellos un 87% acabará borrando la comunicación, pero el 11% la reenviará a los conocidos y no necesariamente porque lo crea, sino

ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

que puede hacerlo por simple entretenimiento o por cualquier otra causa trascendente o no.

Y aquí es donde verdaderamente se concatenan los problemas:

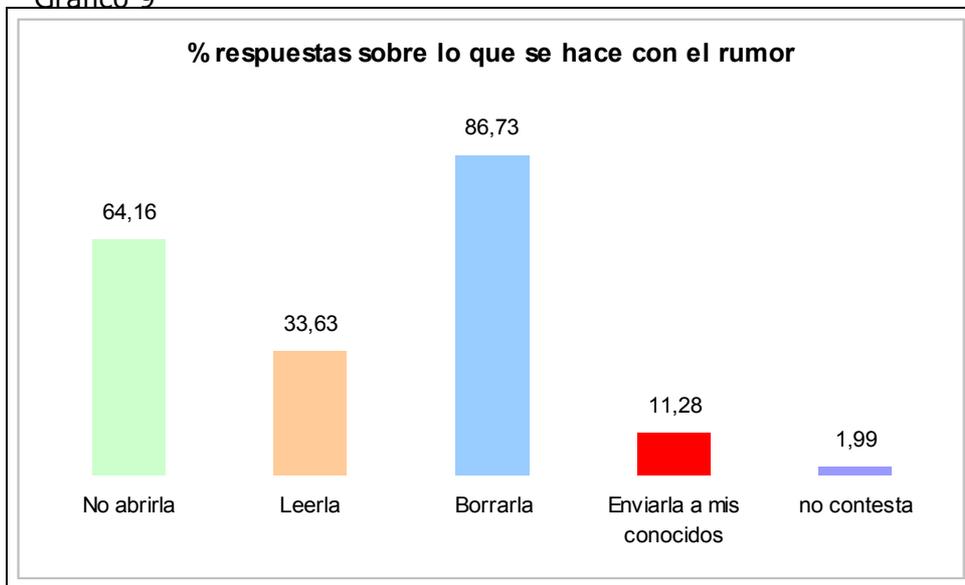
Habrà quien crea el rumor porque la comunicaci3n la envía alguien en quien confía, que a su vez la reenviará de nuevo.

Los efectos se multiplican, afectando a la imagen de las personas, a las marcas, al valor de las acciones, reproduciendo virus, generando bases de datos, etc.

Hasta qué punto los rumores lesionan la imagen de un personaje o una marca: no es fácil saberlo, pero quien más quien menos ha podido dar en algún momento crédito a un rumor y sabrá cuánto le ha cambiado la percepci3n sobre el objeto de la falsa noticia.

Hasta qué punto afecta un rumor a las cuentas de resultados: los que mejor lo saben son las empresas y no van a decirlo.

Gráfico 9



Fuente: AI

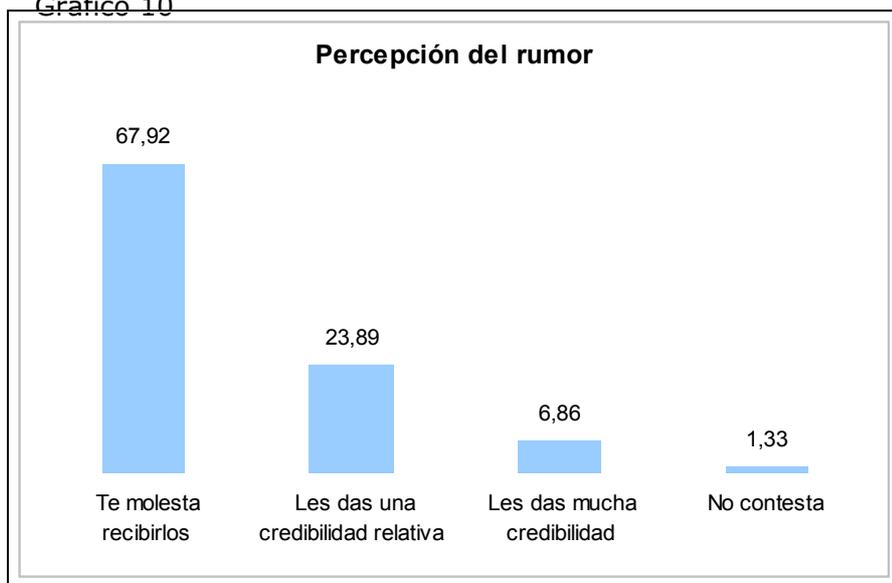
ESTUDIO SOBRE LA INFORMACIÓN Vs RUMORES EN INTERNET

g) Cómo perciben los usuarios el rumor

Las actuaciones anteriormente descritas frente al rumor se ven intensificadas si se tiene en cuenta que sólo un 68% lo percibe como una molestia, pero a ello hay que añadirle que el 24% les concede una cierta credibilidad y todavía un 7% les otorga mucha credibilidad, en definitiva, cerca de un 31% cree en los rumores.

Si estos mismos datos fuesen extrapolados al volumen de internautas que hay en España y de forma científica se verificasen los efectos del rumor sobre la imagen, la seguridad, el prestigio, etc. son, ciertamente preocupantes.

Gráfico 10



Fuente: AI