



ENCUESTA 2024

Jessica J. González, Co-CEO, Free Press

S. Derek Turner, Asesor Senior, Análisis Económico y Político, Free Press

Matt A. Barreto, Ph.D., Socio Fundador y Presidente, BSP Research

Henry Fernandez, CEO, African American Research Collaborative

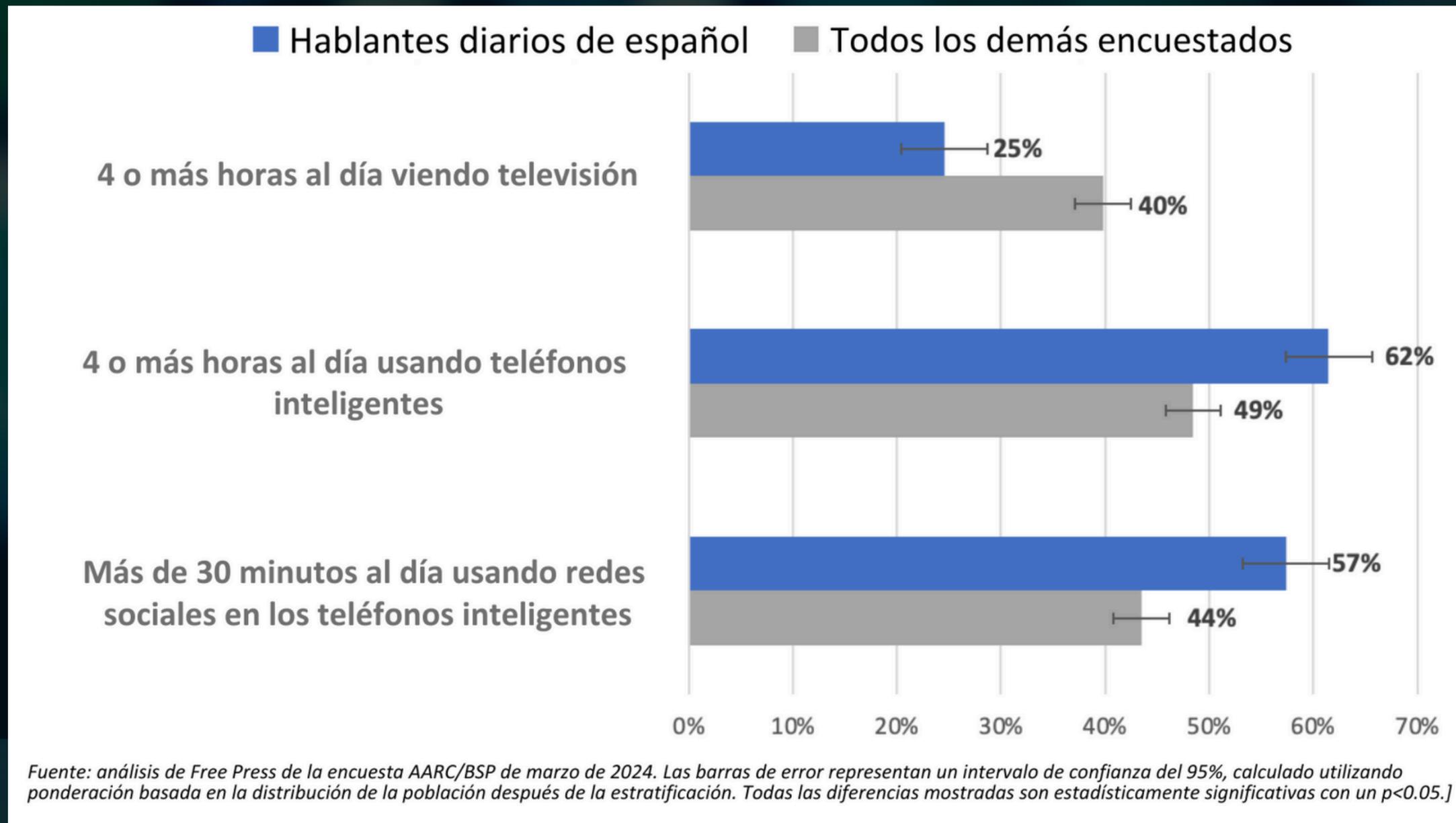
Encuesta llevada a cabo por BSP Research y
African American Research Collaborative (AARC)

HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: USO DE MEDIOS Y TEMAS DE INTERÉS

- La encuesta de Free Press de 2024 incluyó una muestra mayor de hablantes de español hispanos/latinos para comprender mejor cómo esta comunidad se relaciona con las noticias y la información.
 - De los 3,000 adultos estadounidenses encuestados, 778 eran hispanos/latinos adultos. respondents.
- El análisis se centra en las diferencias entre los hispanohablantes que utilizan el español diariamente (419) y todos los demás encuestados (2581).
 - Véase el apéndice para el análisis de los encuestados que tomaron la encuesta en español (281) en comparación con los latinos que tomaron la encuesta en inglés (504).

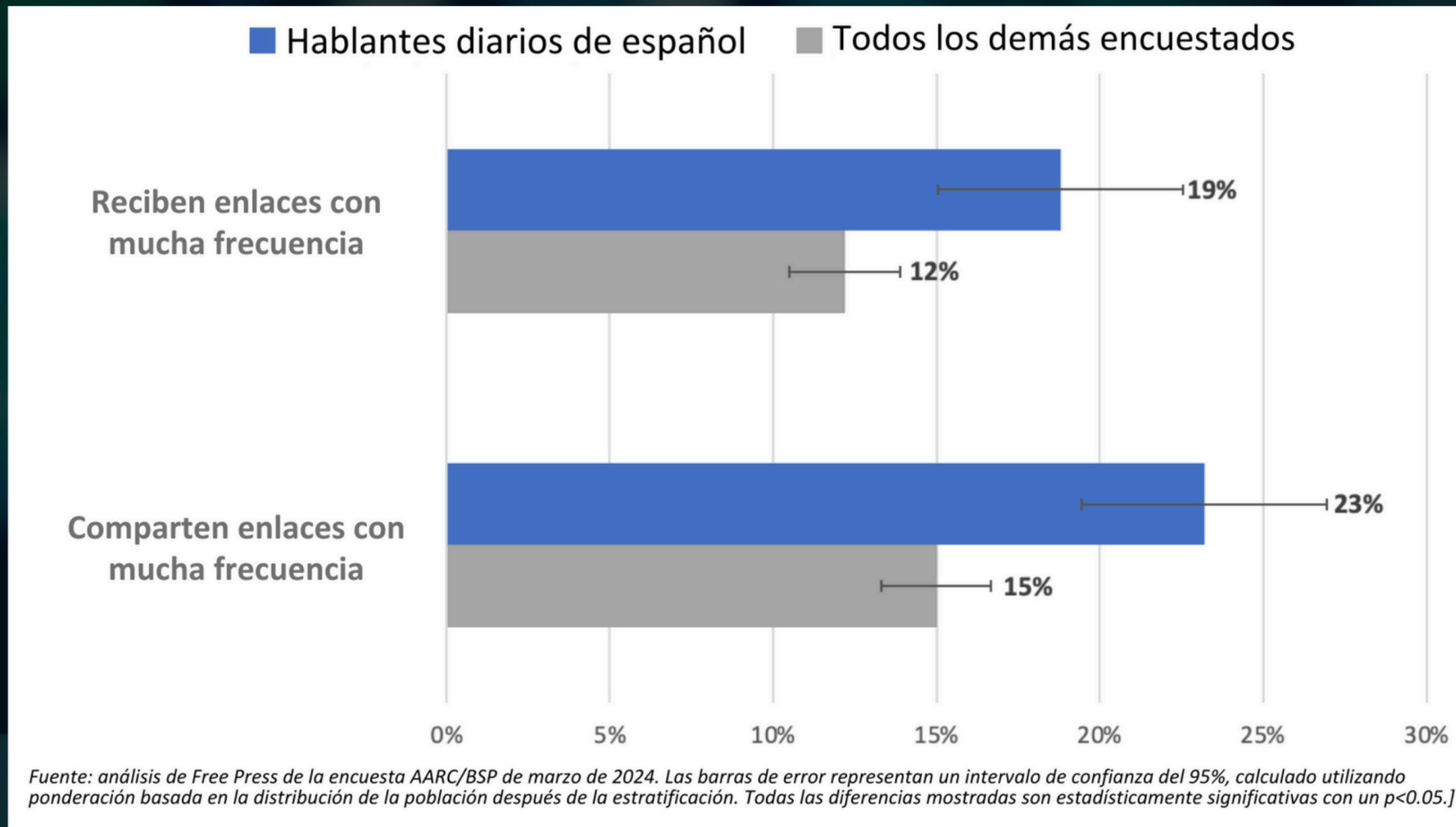
HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: MÁS TIEMPO EN LÍNEA

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente pasan más tiempo en línea, más tiempo usando redes sociales y menos tiempo viendo televisión tradicional en comparación con otros adultos estadounidenses.



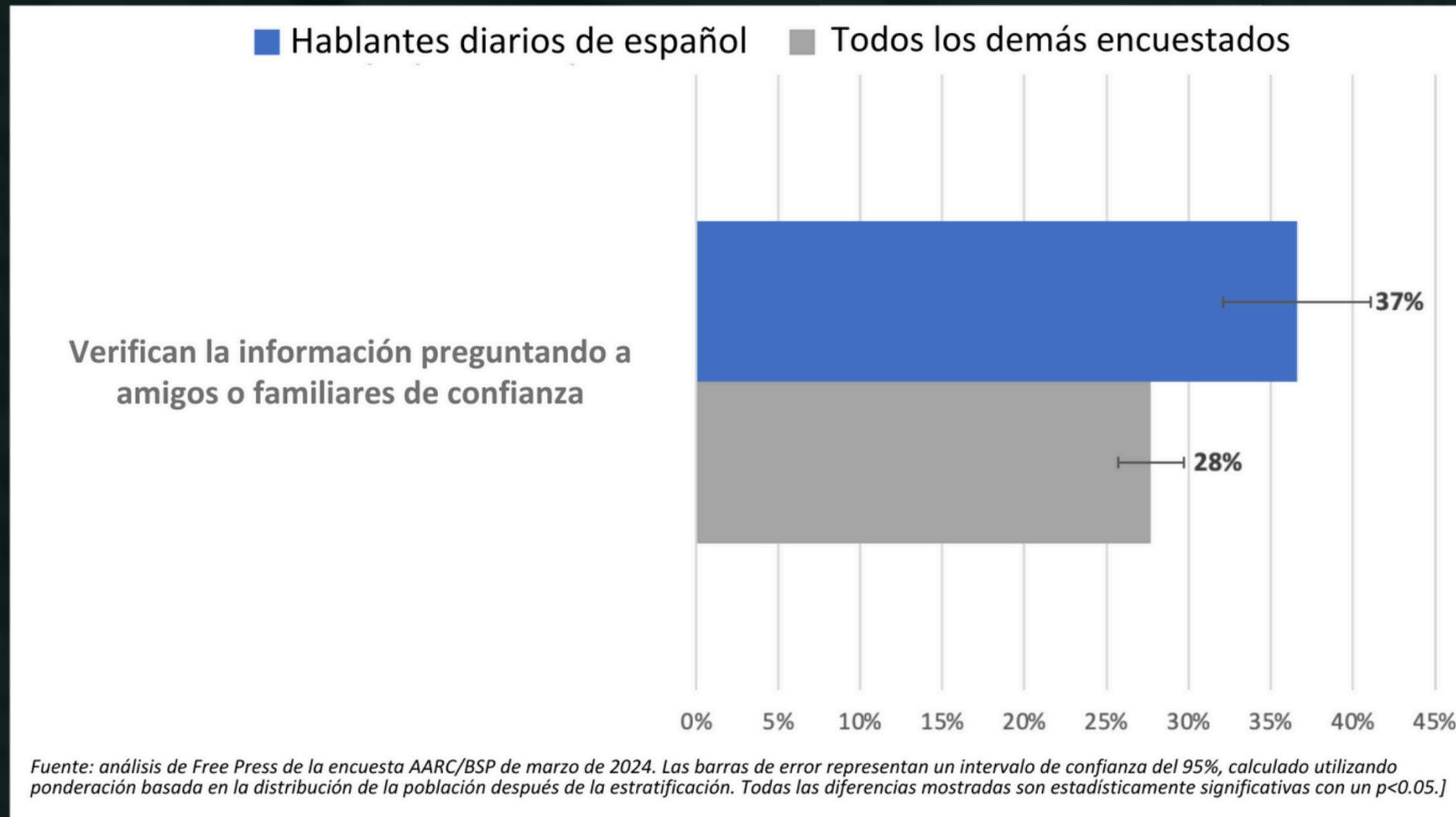
HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: COMPARTEN MÁS INFORMACIÓN

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente son más propensos a indicar que comparten o reciben enlaces de artículos de noticias "muy frecuentemente" en comparación con otros adultos estadounidenses.



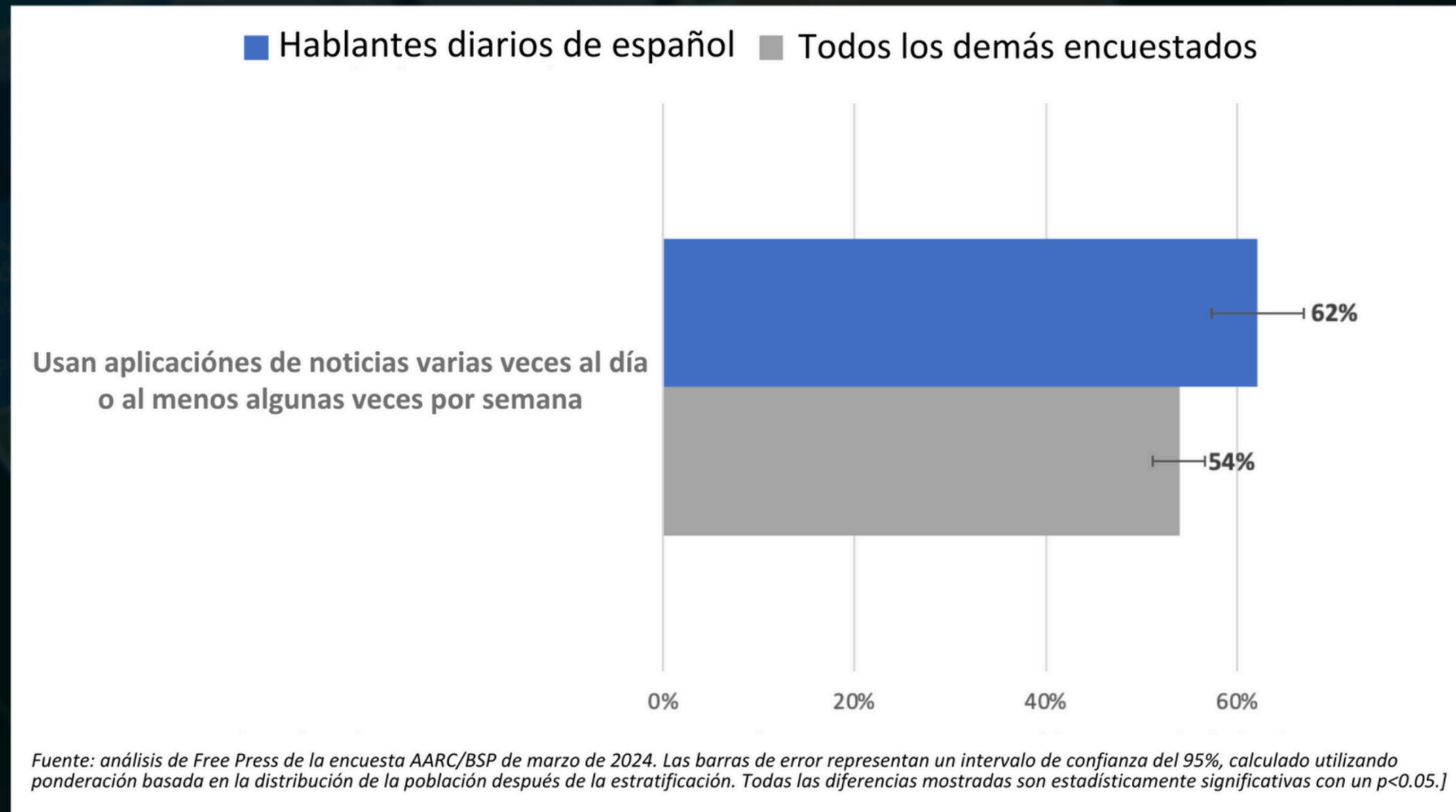
HISpanOHABLANTEs QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

- Como el resto de los encuestados, casi la mitad (47 por ciento) de los hispanohablantes que utilizan el español diariamente comentaron que encuentran noticias que consideran desinformación “con frecuencia” o “algunas veces”.
 - El 77% de los hispanohablantes que utilizan el español diariamente utilizan Google u otros motores de búsqueda para verificar los hechos, una frecuencia comparable a la de los adultos que no hablan español (71%).
 - Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente tienden más a confiar en amigos y familiares para ayudarles en la verificación de hechos.



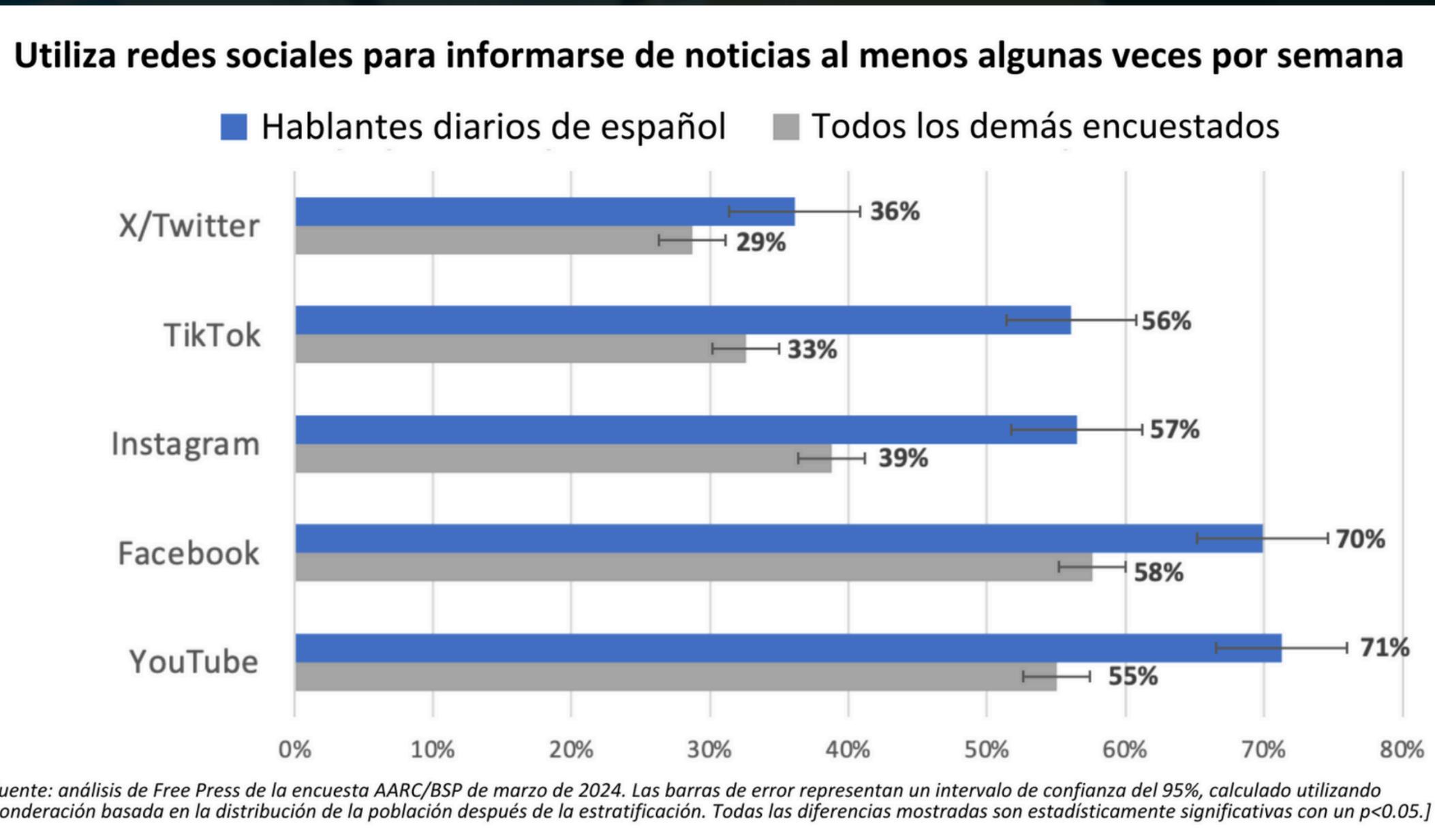
HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: APLICACIONES DE NOTICIAS

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente suelen utilizar aplicaciones de noticias en sus teléfonos inteligentes al menos varias veces por semana.



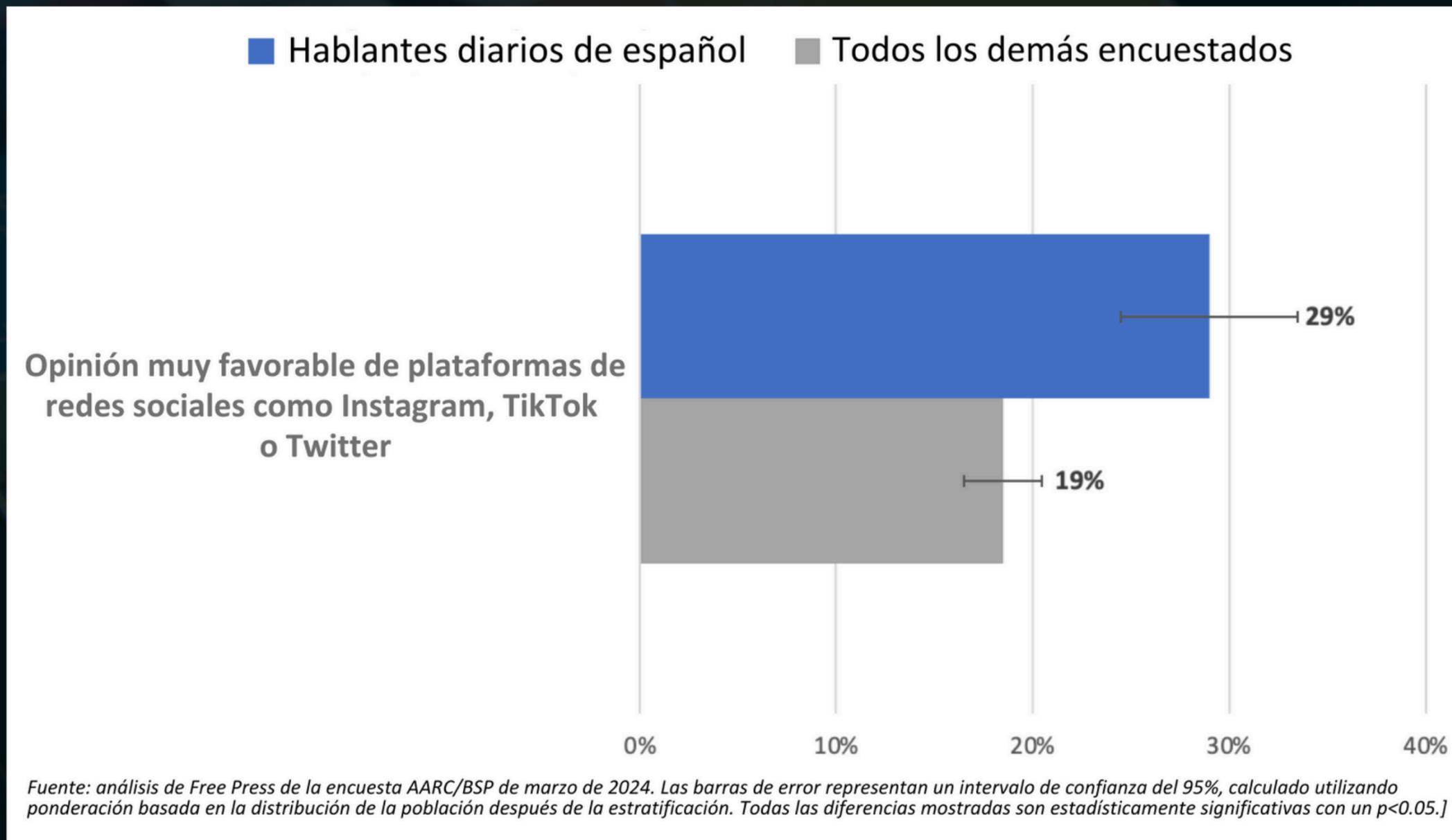
HISpanOHABLANTEs QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente utilizan con mayor frecuencia Facebook, Instagram, TikTok, Twitter y YouTube para estar al tanto de las noticias.



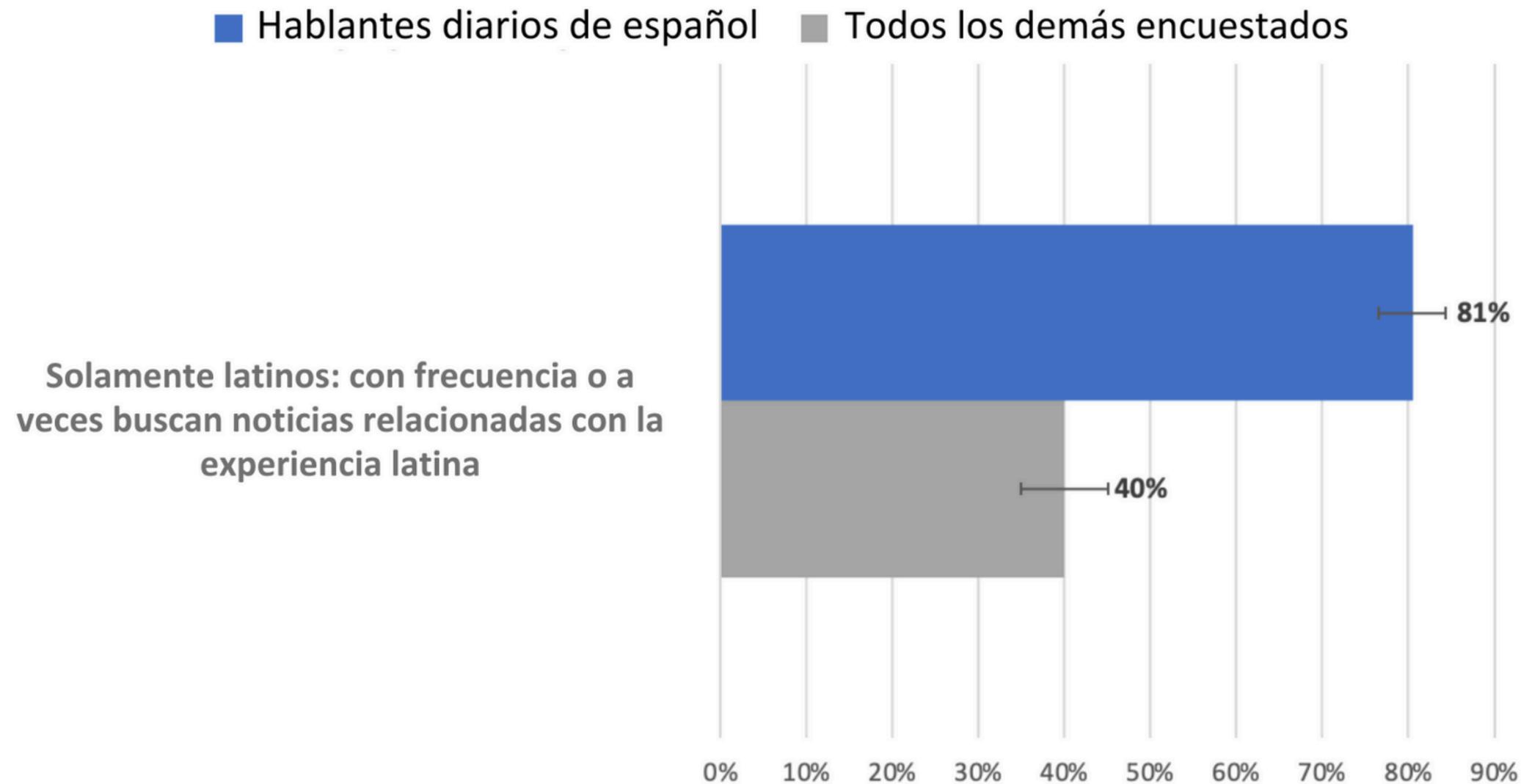
HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: NOTICIAS EN LAS REDES SOCIALES

- Es comprensible que los hispanohablantes que usan diariamente el español en las redes sociales tengan una opinión más favorable sobre estas plataformas que aquellos que las usan con menos frecuencia para informarse.



HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: INFORMACIÓN RELEVANTE

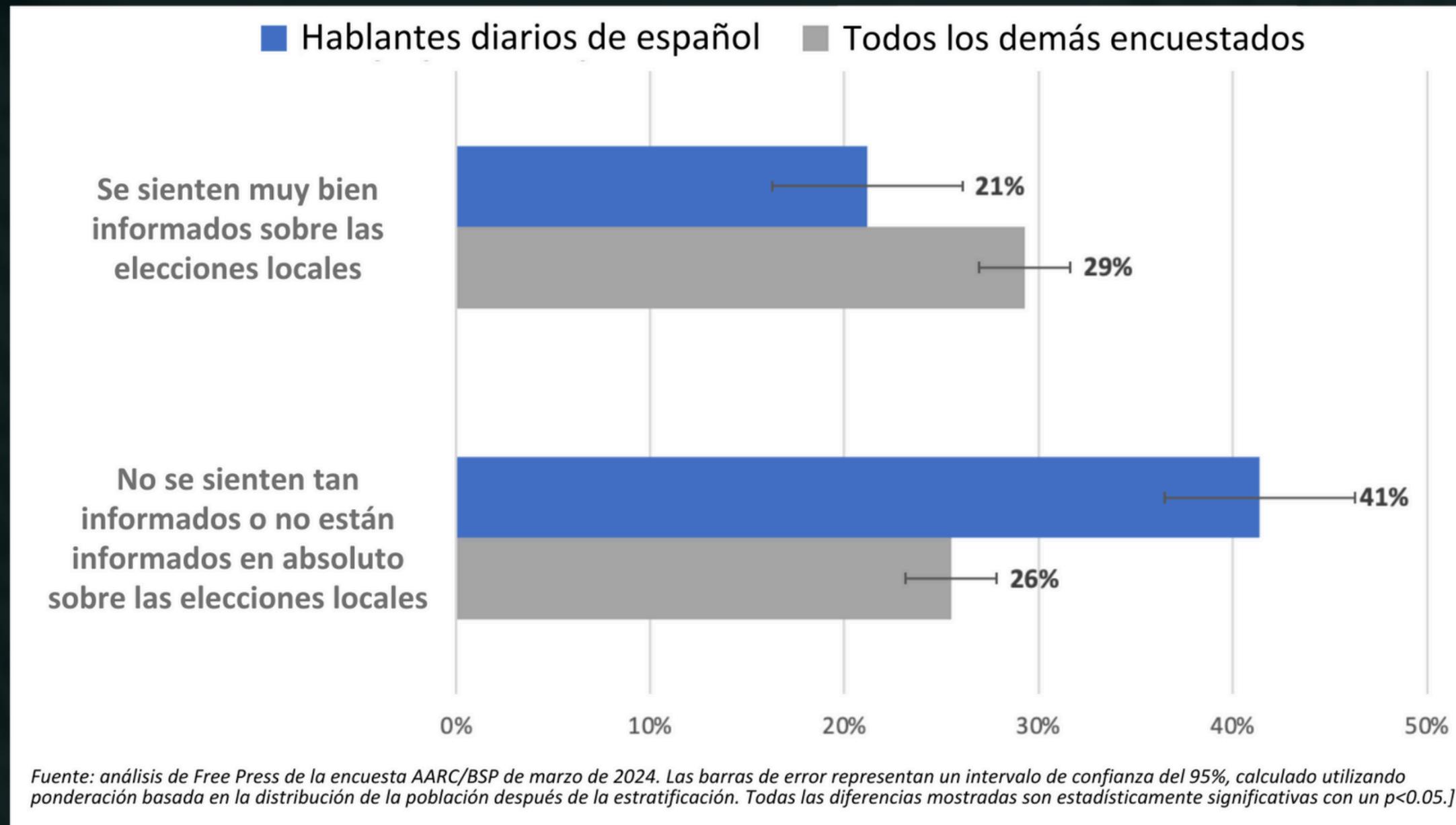
- La mayoría de los latinos que hablan español diariamente buscan noticias relacionadas con la experiencia latina.



Fuente: análisis de Free Press de la encuesta AARC/BSP de marzo de 2024. Las barras de error representan un intervalo de confianza del 95%, calculado utilizando ponderación basada en la distribución de la población después de la estratificación. Todas las diferencias mostradas son estadísticamente significativas con un $p < 0.05$.]

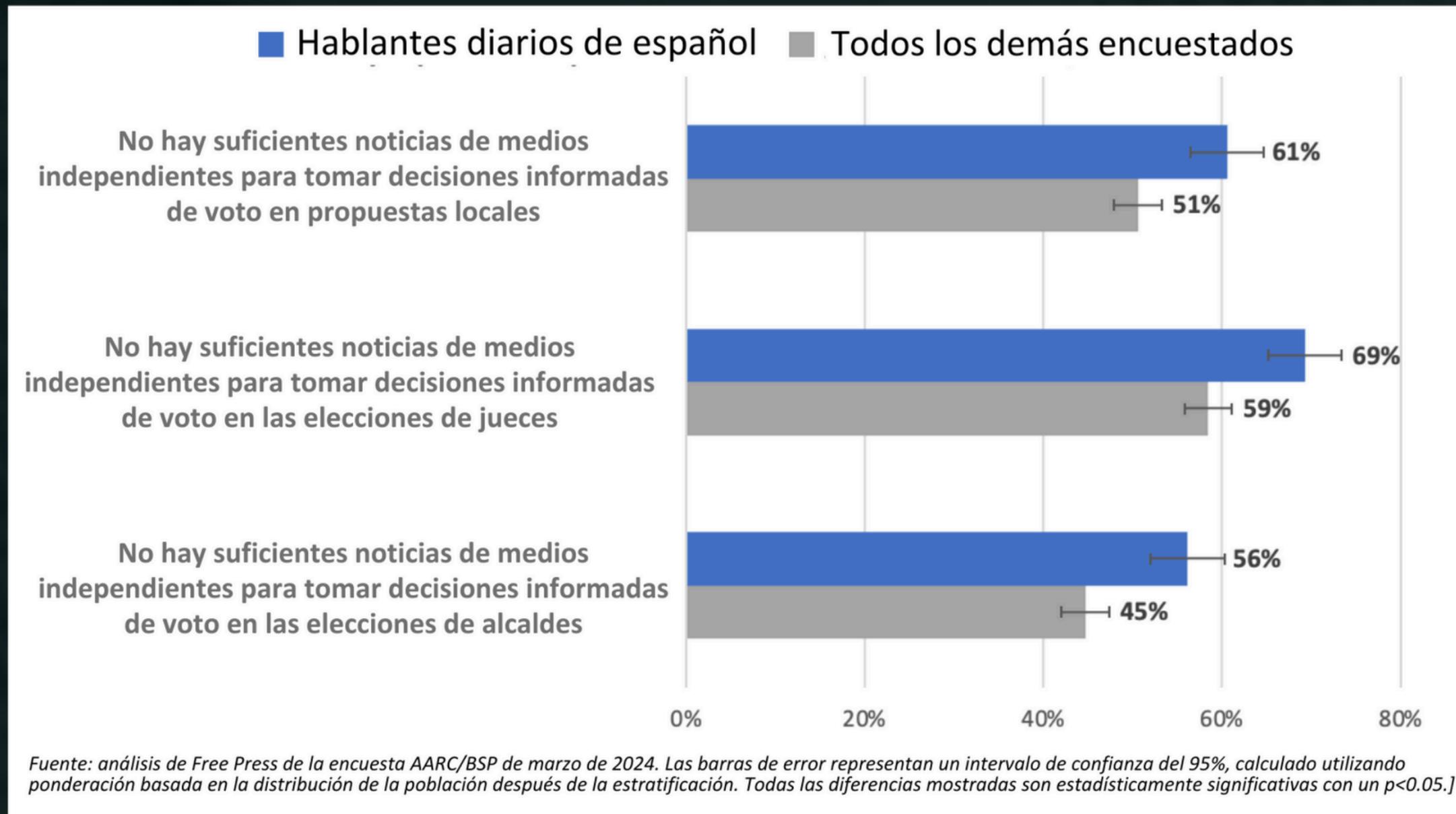
HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: SE SIENTEN MENOS INFORMADOS

- Aunque están más involucrados con las noticias en línea, quienes hablan español diariamente tienden a sentirse menos informados sobre las elecciones locales.



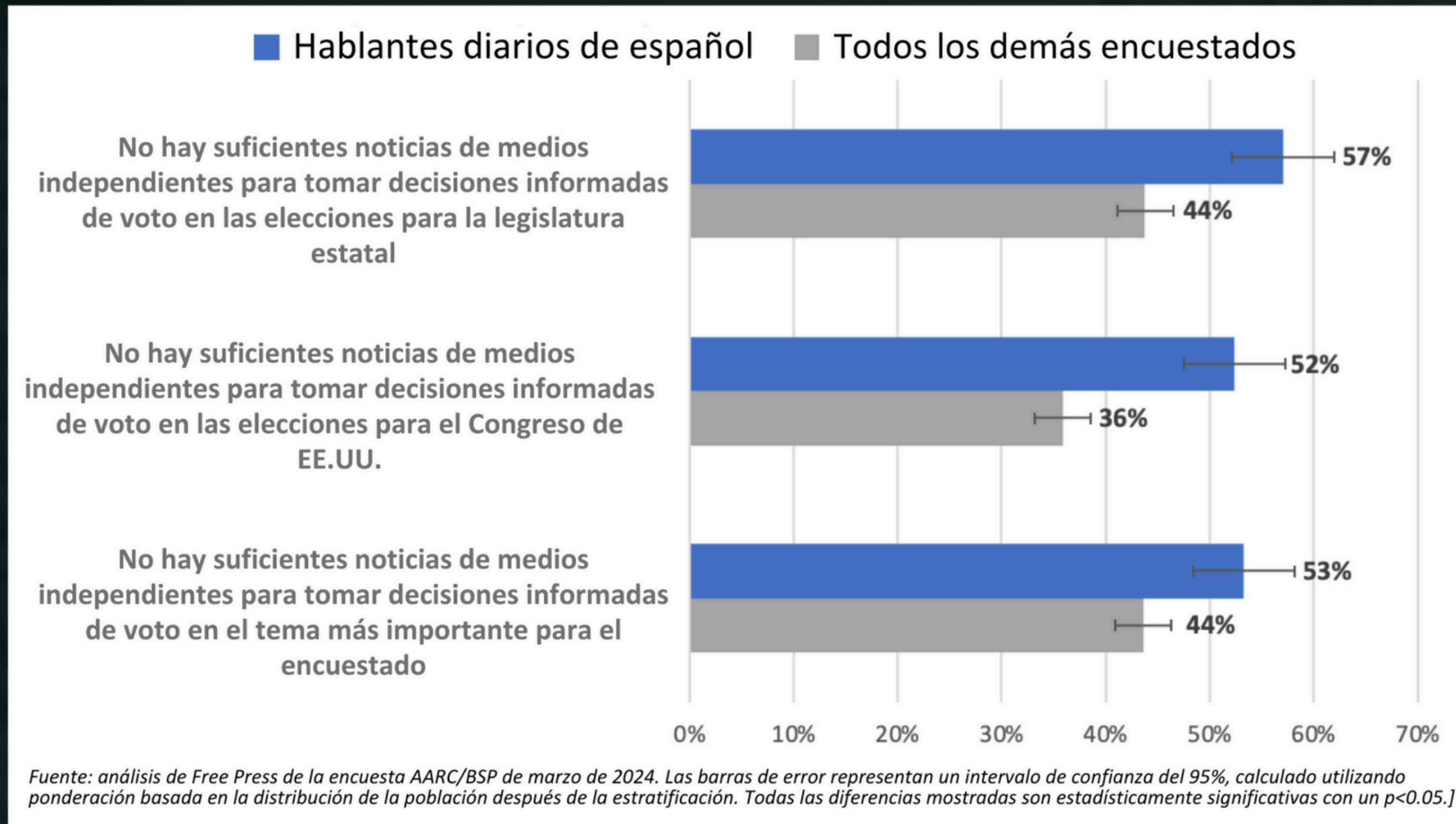
HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: SE SIENTEN MENOS INFORMADOS

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente suelen indicar que no tienen suficientes fuentes de noticias independientes para tomar decisiones informadas en las elecciones locales, como las que involucran la elección de alcalde, jueces y las propuestas que se presentan en las boletas electorales a nivel municipal o del condado.



HISpanOHABLANTEs QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: SE SIENTEN MENOS INFORMADOS

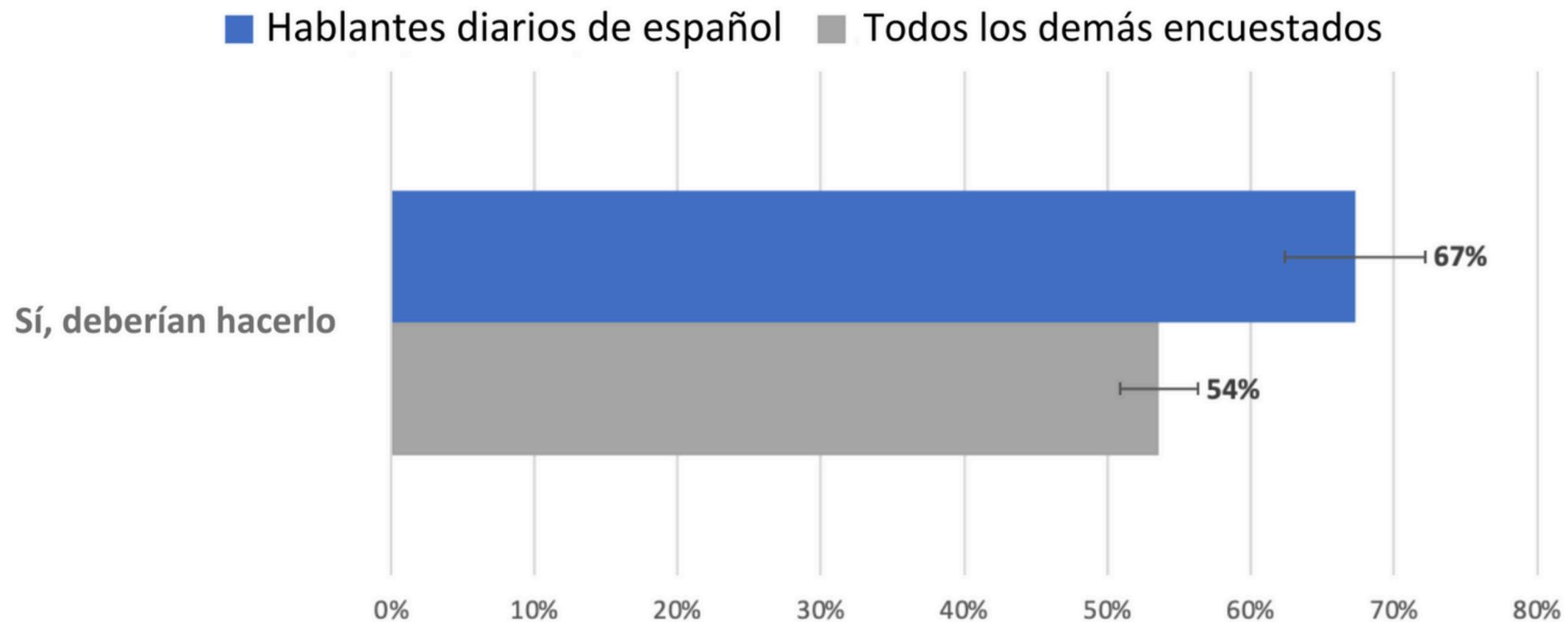
- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente suelen comentar que no tienen suficientes fuentes de noticias independientes para tomar decisiones informadas sobre las elecciones estatales y del Congreso de EE.UU., así como sobre los temas que les importan más.



HISpanOHABLANTEs QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente suelen estar de acuerdo en que las instituciones mediáticas deberían reconocer el sesgo racial en su cobertura histórica.

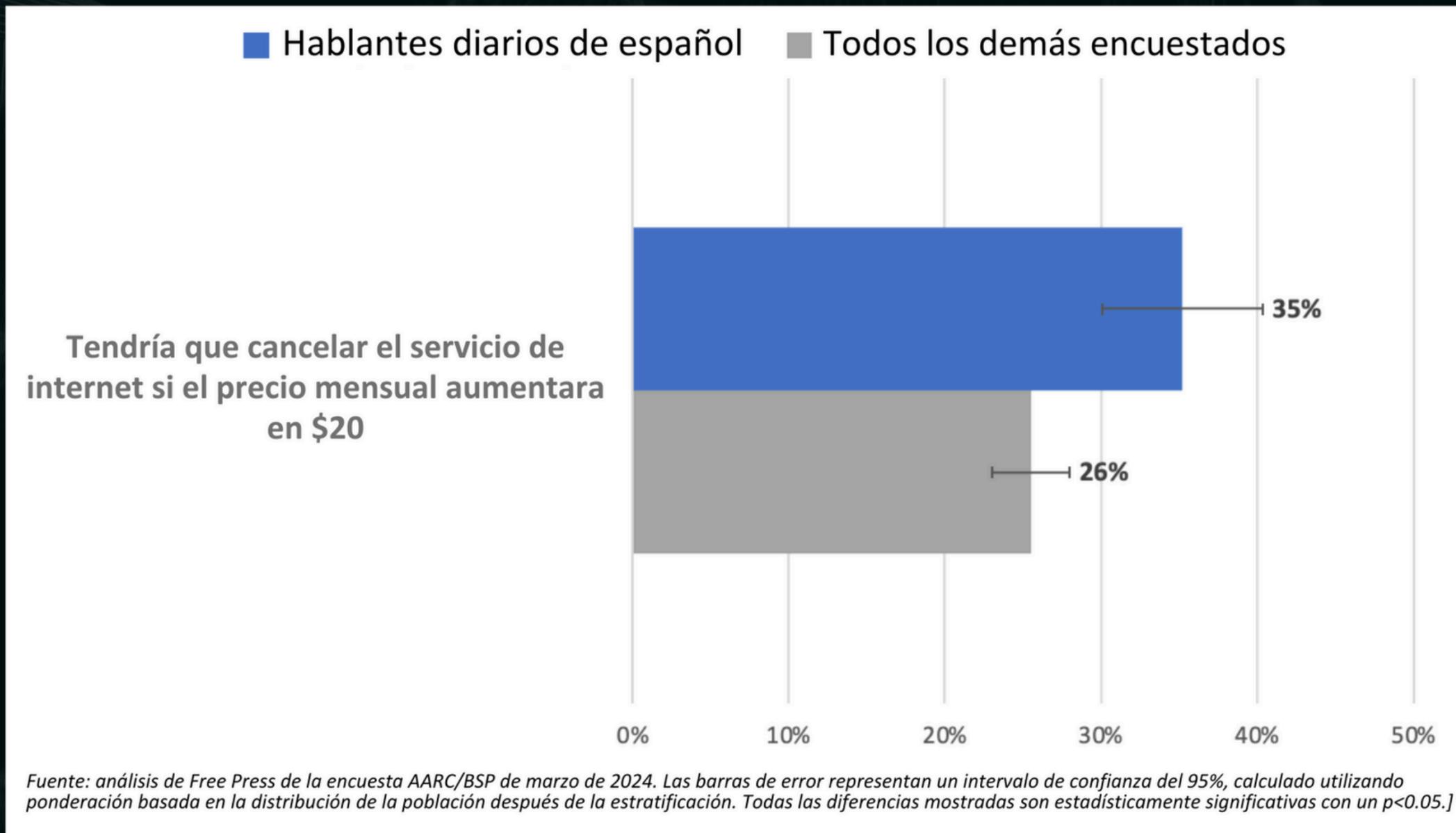
En los últimos años, varios periódicos, incluyendo The Los Angeles Times, The Baltimore Sun y otros, han pedido disculpas por la historia de racismo en su cobertura de noticias. ¿Cree que otras instituciones mediáticas también deberían reconocer el sesgo racial en la historia de su cobertura informativa?



Fuente: análisis de Free Press de la encuesta AARC/BSP de marzo de 2024. Las barras de error representan un intervalo de confianza del 95%, calculado utilizando ponderación basada en la distribución de la población después de la estratificación. Todas las diferencias mostradas son estadísticamente significativas con un $p < 0.05$.]

HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: MÁS SENSIBLES A LOS AUMENTOS DE PRECIOS EN INTERNET

- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente suelen cancelar su servicio de internet en el hogar si el precio sube \$20 al mes.



HISPANOHABLANTES QUE UTILIZAN EL ESPAÑOL DIARIAMENTE: RESUMEN DE RESULTADOS

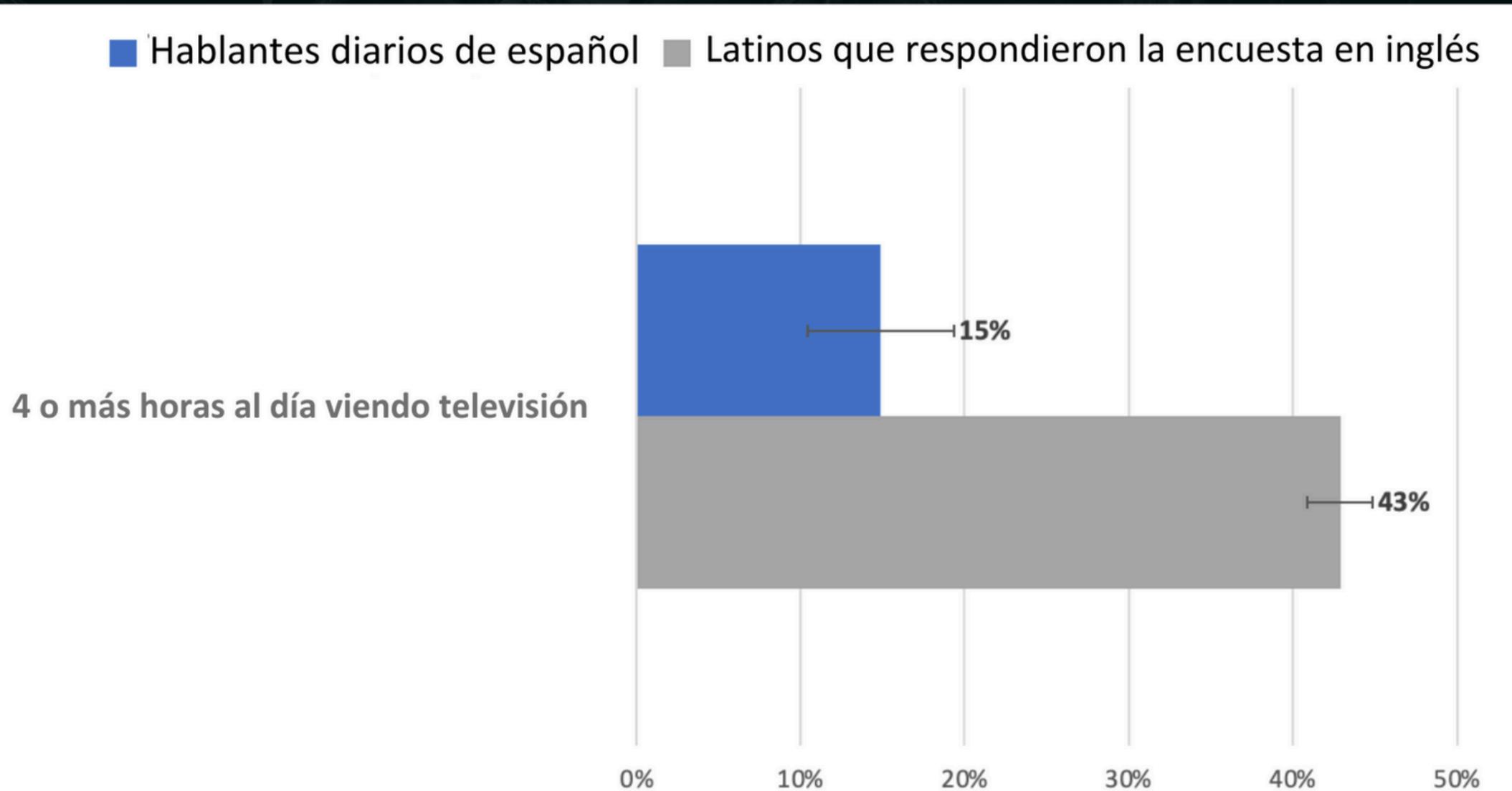
- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente son usuarios muy activos de las redes sociales y los medios de comunicación.
 - Se involucran más frecuentemente con las noticias en línea.
 - Utilizan más frecuentemente las redes sociales para obtener noticias y dedican más tiempo diario a ello.
- Sin embargo, los hispanohablantes que utilizan el español diariamente no sienten que tienen suficientes fuentes de noticias independientes para tomar decisiones informadas al votar.
 - Pueden sentirse menos informados sobre las elecciones locales y otros temas debido al número limitado de fuentes de noticias en español.
- Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente son más vulnerables a los aumentos en los precios de banda ancha.
- **Conclusión: Los hispanohablantes que utilizan el español diariamente son especialmente afectados por la desinformación en línea y no tienen suficientes fuentes de noticias independientes para decidir al votar.**
 - Es crucial que las plataformas de redes sociales mejoren su abordaje de la desinformación en español.
 - Mejorar el acceso a noticias cívicas de alta calidad en español podría beneficiar notablemente a esta comunidad.

ANEXO: ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON EN ESPAÑOL

- Hubo 281 encuestados que respondieron en español, mientras que 504 encuestados latinos optaron por responder en inglés.
- Observamos varias diferencias en las respuestas entre adultos que respondieron en español y adultos latinos que eligieron responder en inglés. En comparación con los latinos que eligieron responder en inglés, los encuestados que respondieron en español mostraron las siguientes diferencias:
 - Ven menos televisión y usan más Facebook y TikTok para noticias.
 - Informan menos situaciones donde encuentran información que consideran falsa o engañosa.
 - Verifican menos lo que leen en línea.
 - Se sienten menos preparados al votar en elecciones locales, siendo el doble de propensos a sentirse completamente desinformados.
 - Son más favorables a que las redes sociales moderen el discurso de odio y bloqueen los anuncios políticos que contienen desinformación y discurso de odio.

ANEXO: ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON EN ESPAÑOL

- Los encuestados que respondieron en español eran menos propensos a ver televisión cuatro o más horas al día en comparación con los latinos que respondieron en inglés.

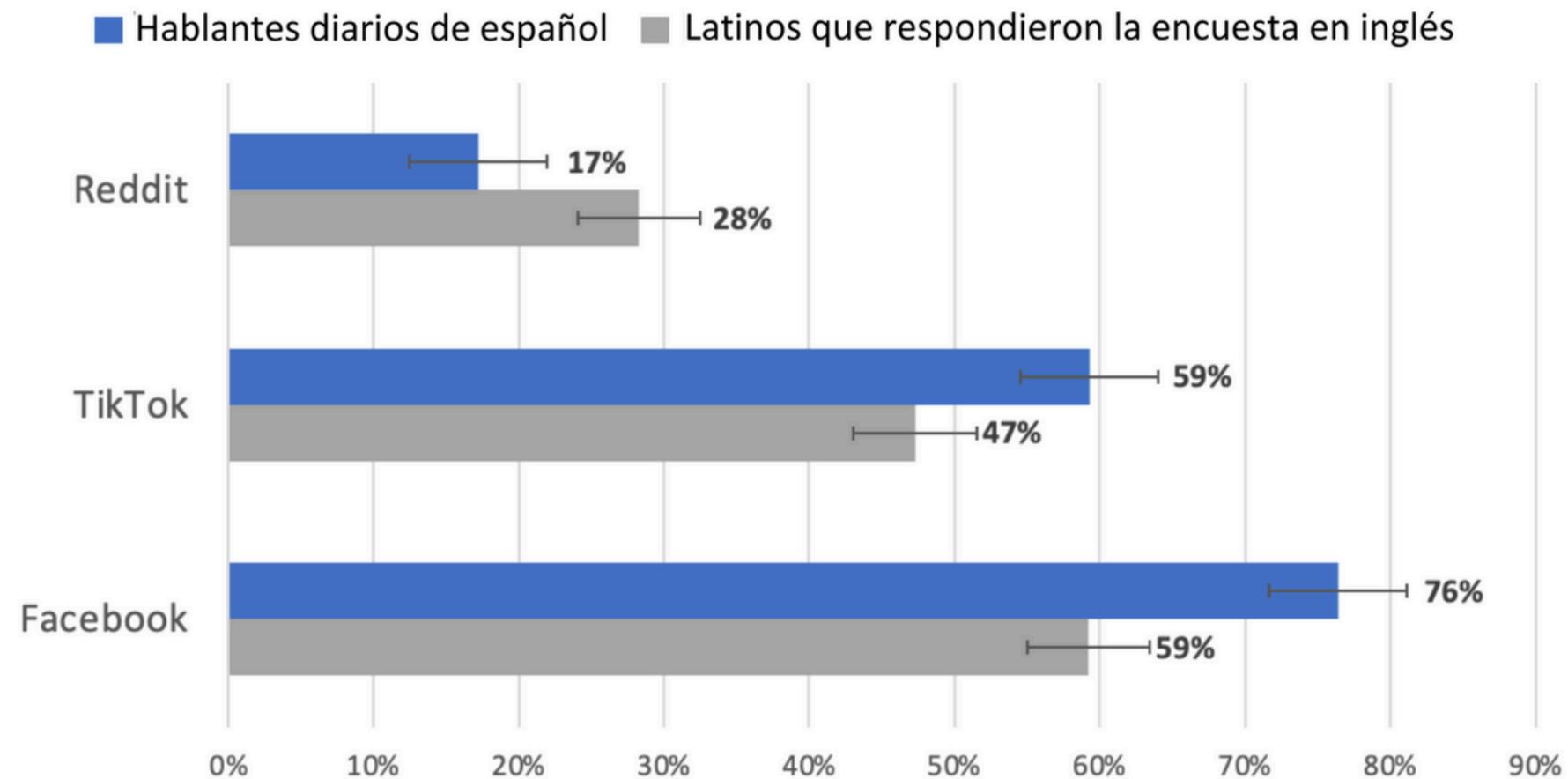


Fuente: análisis de Free Press de la encuesta AARC/BSP de marzo de 2024. Las barras de error representan un intervalo de confianza del 95%, calculado utilizando ponderación basada en la distribución de la población después de la estratificación. Todas las diferencias mostradas son estadísticamente significativas con un $p < 0.05$.]

ANEXO: ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON EN ESPAÑOL

- Los encuestados que respondieron en español informaron que utilizan las redes sociales de manera diferente a los latinos que respondieron en inglés:
 - Los encuestados que respondieron en español dijeron que revisan Facebook y TikTok con mayor frecuencia para noticias, y menos frecuentemente Reddit, en comparación con los latinos que respondieron en inglés.

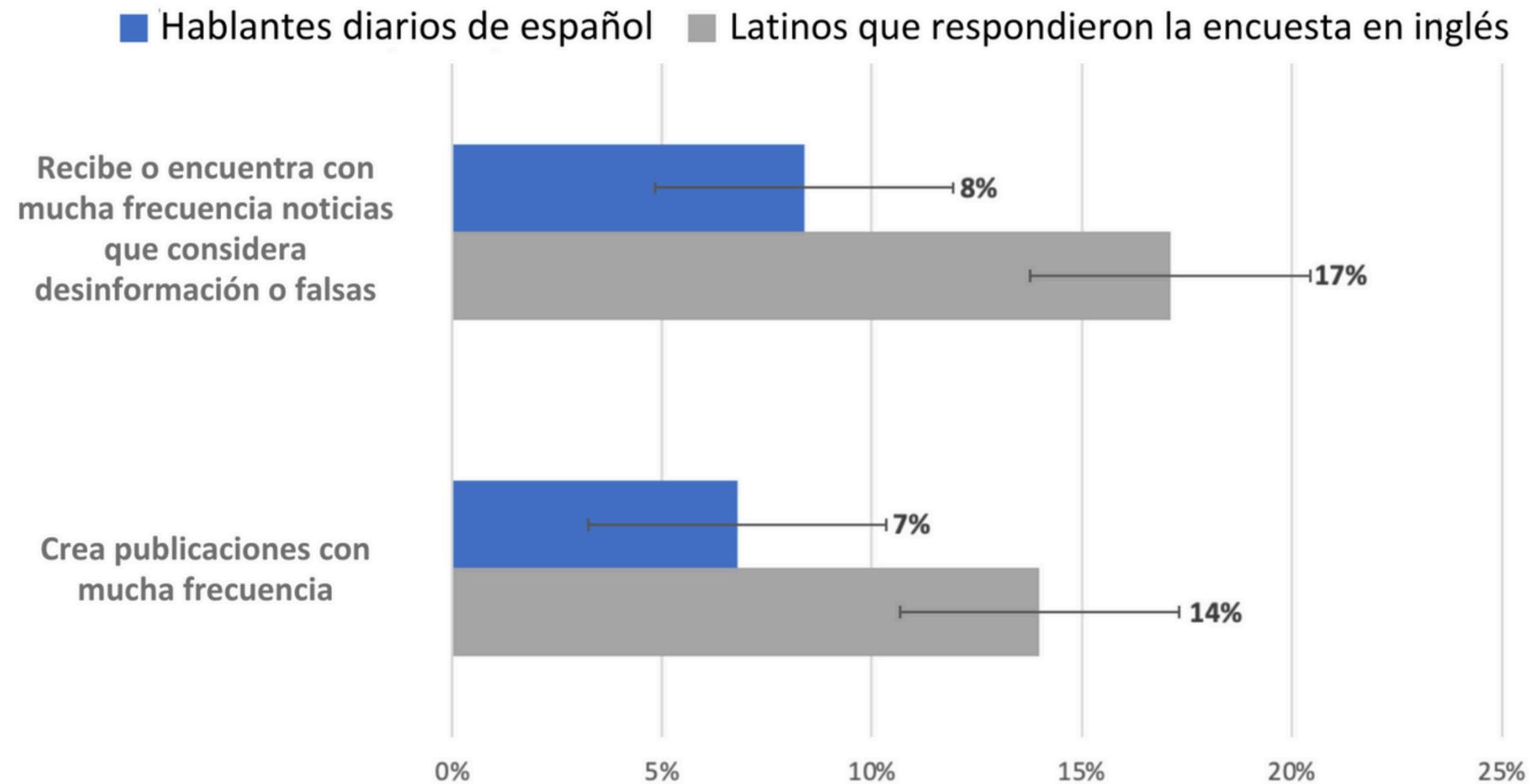
Utiliza redes sociales para noticias al menos unas cuantas veces por semana



Fuente: análisis de Free Press de la encuesta AARC/BSP de marzo de 2024. Las barras de error representan un intervalo de confianza del 95%, calculado utilizando ponderación basada en la distribución de la población después de la estratificación. Todas las diferencias mostradas son estadísticamente significativas con un $p < 0.05$.]

ANEXO: ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON EN ESPAÑOL

- Quienes respondieron en español también dijeron que usan las redes sociales de manera diferente a los latinos que respondieron en inglés:
 - Publican menos sus opiniones en redes sociales sobre distintos temas. Además, encuentran menos noticias que creen que son desinformación.



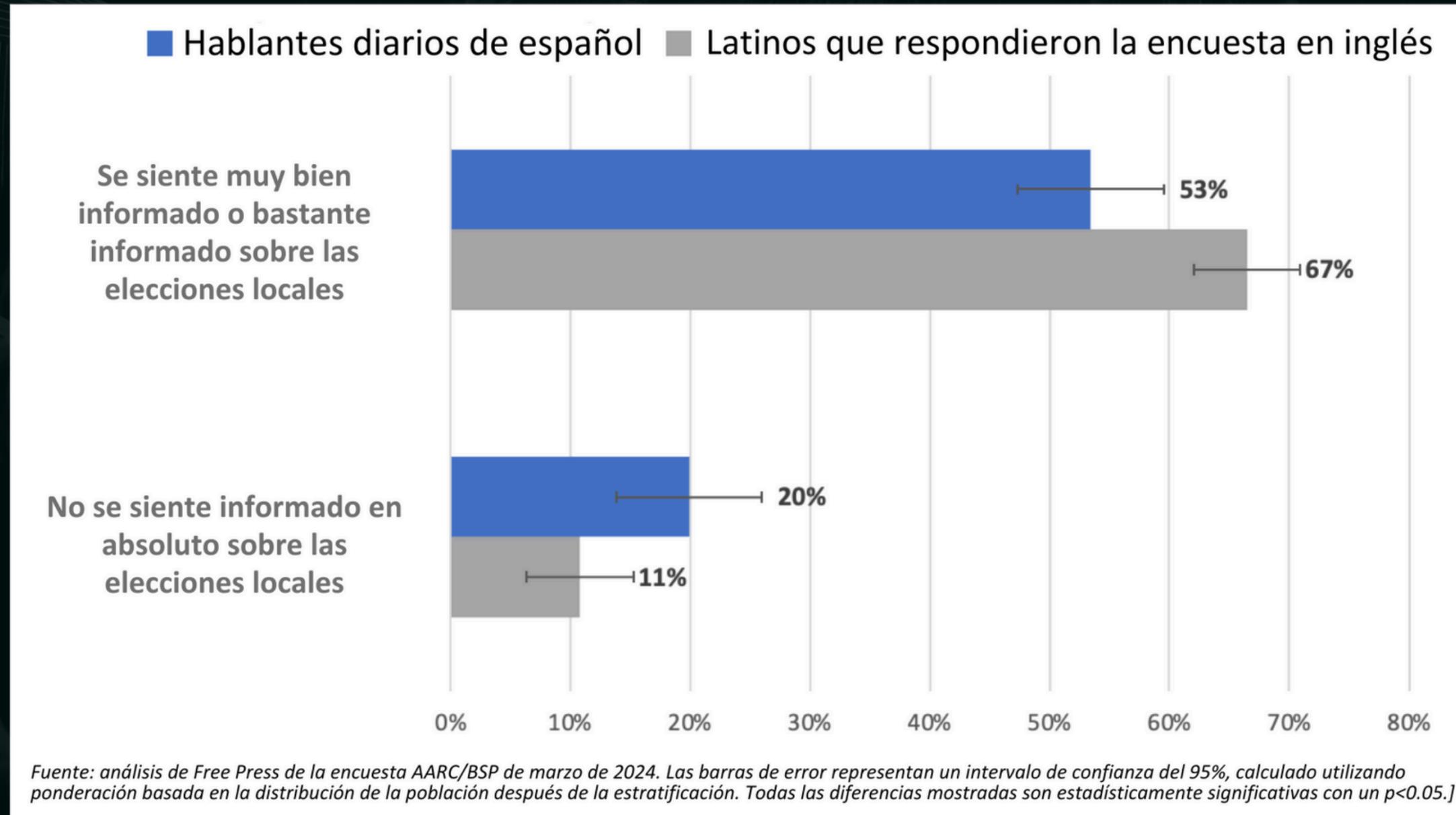
Fuente: análisis de Free Press de la encuesta AARC/BSP de marzo de 2024. Las barras de error representan un intervalo de confianza del 95%, calculado utilizando ponderación basada en la distribución de la población después de la estratificación. Todas las diferencias mostradas son estadísticamente significativas con un $p < 0.05$.]

ANEXO: ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON EN ESPAÑOL

- Quienes tomaron la encuesta en español eran más propensos a informar que nunca habían experimentado acoso o intentos de acoso, ya sea personalmente o conocidos (55%), en comparación con los latinos que tomaron la encuesta en inglés (37%).
- Quienes tomaron la encuesta en español eran menos propensos a verificar con frecuencia la información en línea (24%) en comparación con los latinos que tomaron la encuesta en inglés (34%).
 - También eran menos propensos a consultar referencias académicas al verificar hechos, en comparación con los latinos que tomaron la encuesta en inglés (13% vs. 24%).

ANEXO: ENCUESTADOS QUE RESPONDIERON EN ESPAÑOL

- Comparado con los latinos que respondieron en inglés, quienes respondieron en español eran menos propensos a sentirse "bastante" o "algo" informados al votar en elecciones locales. Además, eran casi el doble de propensos que los latinos que respondieron en inglés a sentirse "nada" informados sobre las elecciones locales.





ENCUESTA 2024



PREGUNTAS DE LA PRENSA: TKARR@FREEPRESS.NET
OTRAS PREGUNTAS: BRIVAS@FREEPRESS.NET



FREEPRESS.NET/2024POLL