



DIGITAL NEWS REPORT ESPAÑA 2021

PERIODISMO DE CALIDAD
Y CERCANÍA PARA COMBATIR
LA INFODEMIA



ESTRATEGIA
2025

UNIVERSIDAD Y SOSTENIBILIDAD
SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN
DIGITAL



Universidad
de Navarra

AUTORES

AVELINO AMOEDO
ALFONSO VARA-MIGUEL
SAMUEL NEGREDO
ELSA MORENO
JÜRIG KAUFMANN

COLABORAN



Universidad
de Navarra



[HTTPS://WWW.DIGITALNEWSREPORT.ES/](https://www.digitalnewsreport.es/)

SERVICIO DE PUBLICACIONES DE
LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

ISSN: 2792-8187

ESTE INFORME SE HA ELABORADO EN EL MARCO DEL PROYECTO DIGINATIVEMEDIA 2019-2021: "CIBERMEDIOS NATIVOS DIGITALES EN ESPAÑA: CARACTERIZACIÓN Y TENDENCIAS", FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES Y EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER). REFERENCIA RTI2018-093346-B-C31



LICENCIA CREATIVE COMMONS ATRIBUCIÓN 4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

CÓMO CITAR ESTE INFORME:

Amoedo, A., Vara-Miguel, A., Negredo, S., Moreno, E., Kaufmann, J. (2021). *Digital News Report España 2021*. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
DOI: <https://doi.org/10.15581/019.003>

UNIVERSIDAD DE NAVARRA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

CAMPUS UNIVERSITARIO
31009 PAMPLONA. NAVARRA ESPAÑA

UNAV.EDU

CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO

Periodismo de calidad y cercanía para combatir la infodemia 5
Alfonso Vara-Miguel

PARTE I. CONFIANZA INFORMATIVA Y BULOS

Infodemia y covid: gran preocupación social 17
por los bulos de origen político
Alfonso Vara-Miguel

A pesar de la débil confianza en las noticias, 27
las marcas periodísticas y locales conservan credibilidad
Alfonso Vara-Miguel

Casi la mitad de jóvenes de 18 a 24 años desaprueba 41
cómo reflejan los medios a la gente de su edad
Samuel Negrodo

PARTE II. FUENTES DE INFORMACIÓN

La televisión y las redes sociales consolidan su dominio 53
entre fuertes caídas de los medios impresos y de la radio
Avelino Amoedo

Medios periodísticos y sus webs, referentes de la actualidad local 60
y autonómica, pero los buscadores dominan la información servicio
Elsa Moreno | Avelino Amoedo

PARTE III. PAGO POR NOTICIAS Y MARCAS PERIODÍSTICAS

El desplome de los diarios impresos y la resistencia al pago 78
lastran el éxito de las suscripciones digitales
Alfonso Vara-Miguel

El País encabeza la audiencia de medios digitales 85
seguido de 20minutos y EIDiario.es
Jürg Kaufmann

Los sitios de información deportiva buscan su afición 95
Samuel Negrodo

PARTE IV. DISPOSITIVOS, FORMATOS Y VÍAS DE ACCESO

El 78% de internautas utilizan el teléfono móvil para consultar las noticias y es el principal dispositivo para dos de cada tres

98

Avelino Amoedo

El consumo de pódcast en España permanece estable

106

Avelino Amoedo | Elsa Moreno

El 63% ve vídeos de noticias, el doble en plataformas externas (52%) que en webs y apps de medios (26%)

119

Samuel Negrodo

El acceso algorítmico por redes, búsquedas de tema y agregadores (57%) mantiene su ventaja sobre las marcas de medios (50%)

127

Avelino Amoedo

Uno de cada cuatro usuarios accede a noticias a través de Google Discover

134

Samuel Negrodo

PARTE V. PARTICIPACIÓN DIGITAL

Los servicios de mensajería instantánea se consolidan para leer, ver, encontrar, compartir o comentar noticias

138

Elsa Moreno

Líderes en participación digital

157

Elsa Moreno

INFODEMIA Y COVID: GRAN PREOCUPACIÓN SOCIAL POR LOS BULOS DE ORIGEN POLÍTICO



ALFONSO VARA-MIGUEL

DOCTOR EN PERIODISMO POR LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA, DONDE ES PROFESOR EN LOS GRADOS EN PERIODISMO Y MARKETING, Y EN EL MÁSTER EN REPUTACIÓN CORPORATIVA (MERC). ES MIEMBRO INVESTIGADOR DE @DIGITALUNAV – CENTER FOR INTERNET STUDIES AND DIGITAL LIFE DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

El 67% de los internautas en España declara estar preocupado por la desinformación y la mayoría estuvo expuesto a bulos relacionados con el coronavirus o con contenido político.

España es el país con mayor porcentaje de preocupación social por los bulos referidos al coronavirus procedente por los políticos nacionales: al 42% le preocupa este problema frente al 29% del resto de países analizados.

Existe mayor preocupación por la desinformación que circula a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea (50%) que por la que se difunde a través de canales informativos (11%).

Ideal de periodismo objetivo: la mayoría considera que los medios deben informar con pluralidad (76%), neutralidad (70%) y ecuanimidad (62%).

CITAR ESTE ARTÍCULO

Vara-Miguel, Alfonso (2021). Infodemia y covid: gran preocupación social por los bulos de origen político. En: *Digital News Report España 2021* (pp. 17-26). Pamplona: Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. ISSN: 2792-8187

VERSIÓN
EN INTERNET

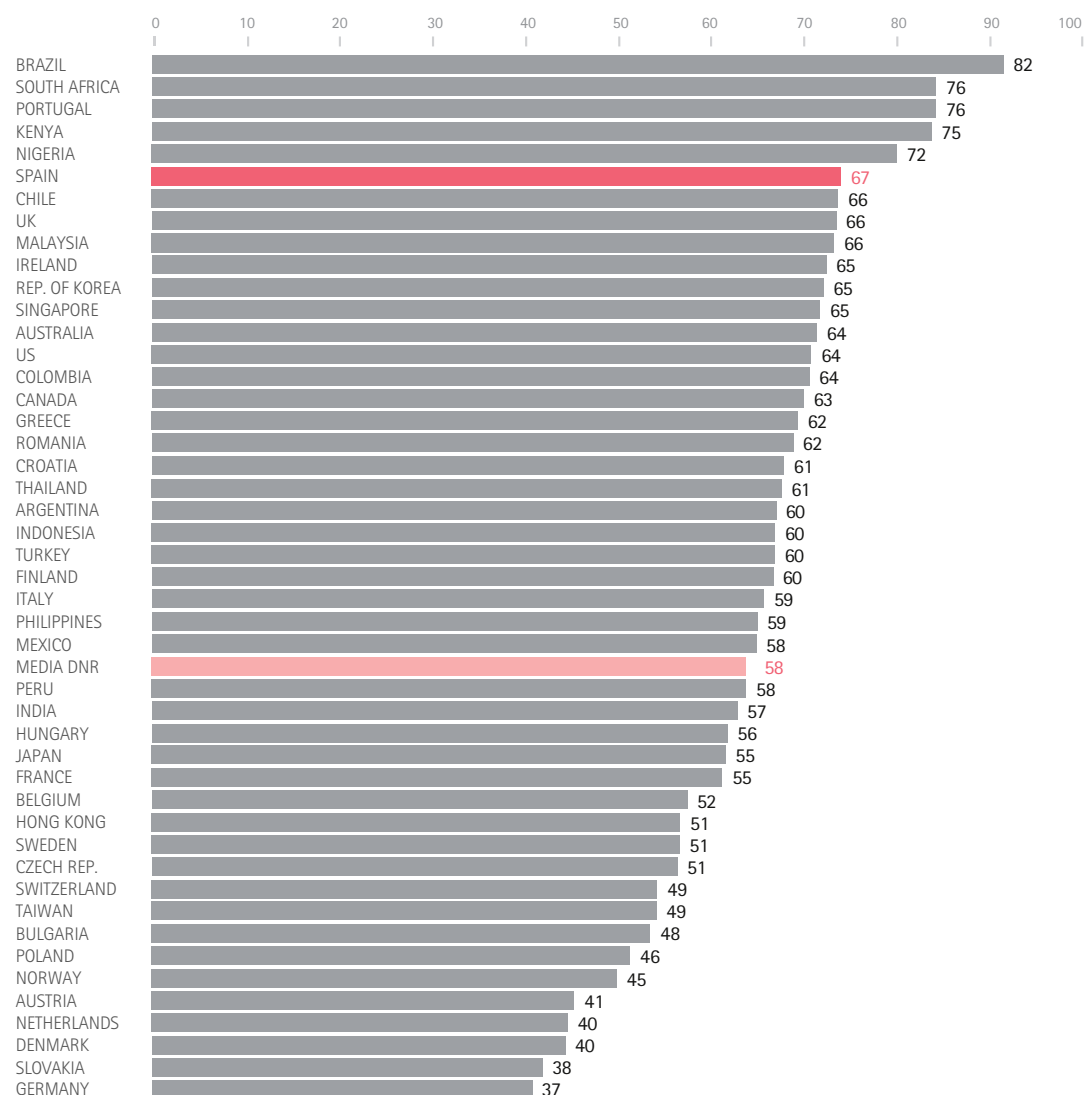


La mayor demanda de información por parte de los ciudadanos españoles durante el último año ha ido paralela al fuerte incremento de su preocupación por la proliferación de bulos. Según los datos del Digital News Report España 2021, el 67% de los usuarios españoles declara estar preocupado por la desinformación y la mayoría reconoce haber estado expuesto a bulos sobre el coronavirus (60%) o sobre asuntos políticos (50%) en la semana previa a la realización de la encuesta. Se trata de porcentajes muy elevados en comparación con los 46 países analizados en el estudio, cuya media ronda el 58% de ciudadanos preocupados por la desinformación.

Q_FAKE_NEWS_1. Indique en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase. DATOS EN %
 "En lo relativo a las noticias por Internet, me preocupa qué es cierto y qué es falso".

Preocupación por la desinformación y los bulos en internet

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2000 EN CADA PAÍS)



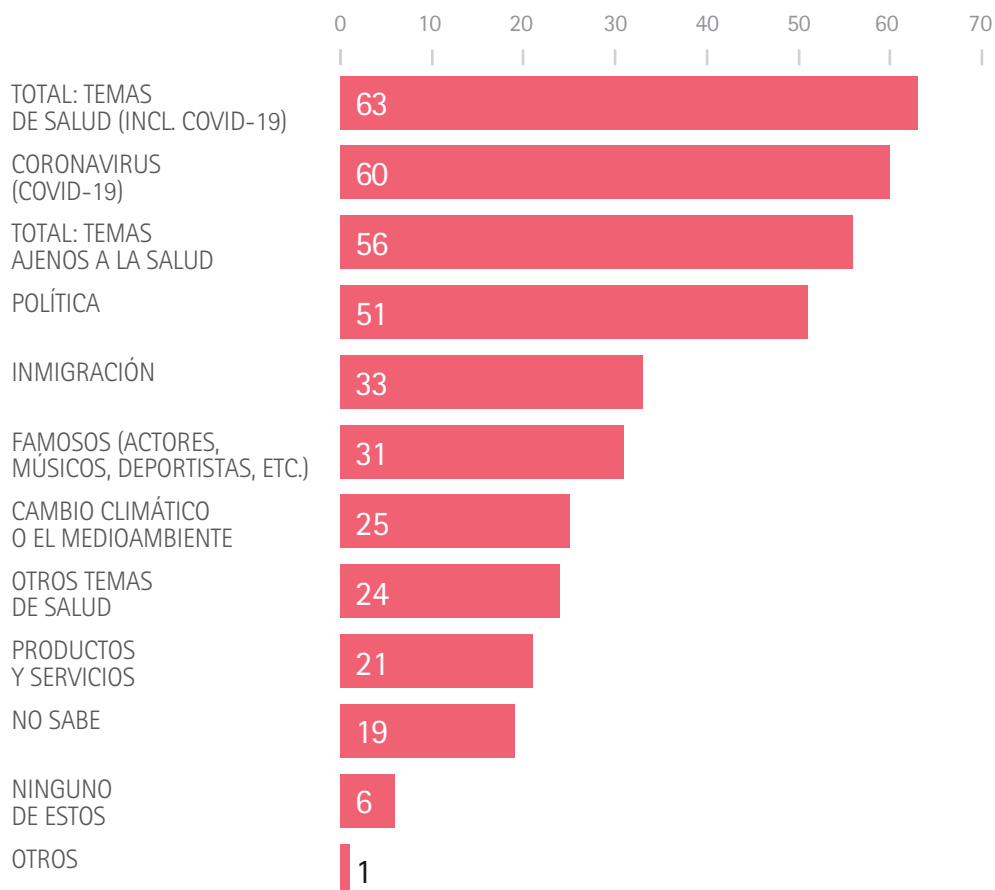
Como puede verse en la siguiente gráfica, la mayoría de los encuestados (63%) declara haber visto información falsa sobre temas de salud (incluido el COVID-19) o sobre temas de política (50%) en la semana previa a la realización de la encuesta. Otros asuntos importantes sobre los que los ciudadanos españoles han recibido noticias falseadas son inmigración (33%) o sobre famosos (31%).

Q_FAKE_NEWS_2021a. ¿Ha visto información falsa o engañosa sobre los siguientes temas durante la última semana? Seleccione todas las opciones que correspondan.

DATOS EN %

Temas sobre los que se ha encontrado desinformación en la última semana

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2019)



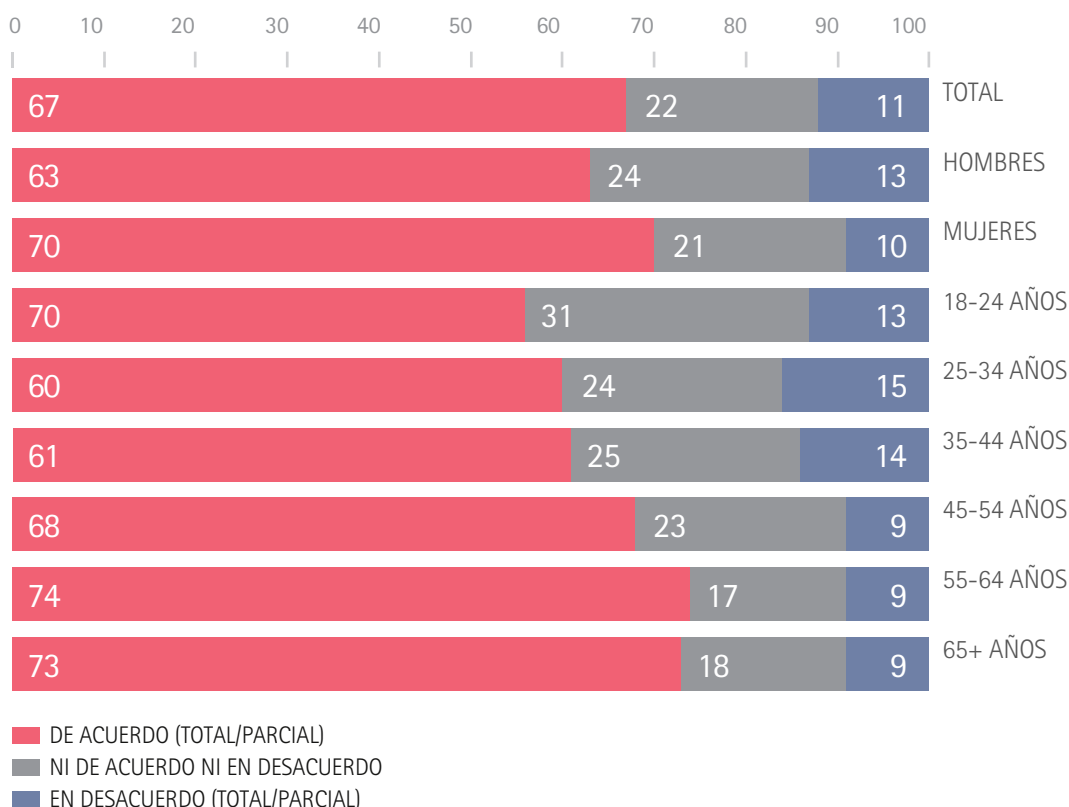
El análisis por variables sociodemográficas muestra que las mujeres (70%) se preocupan por la desinformación más que los varones (63%), y la inquietud por los bulos va creciendo conforme aumenta la edad, tal y como puede comprobarse en la siguiente gráfica: el 56% de los menores de 24 afirma estar preocupado frente al 69% de los mayores de 35 años o el 75% de los mayores de 65 años.

[O_FAKE_NEWS_1] Indique en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase. "En lo relativo a las noticias por Internet, me preocupa qué es cierto y qué es falso".

DATOS EN %

Preocupación por la desinformación: qué es cierto y qué es falso en internet

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2019)



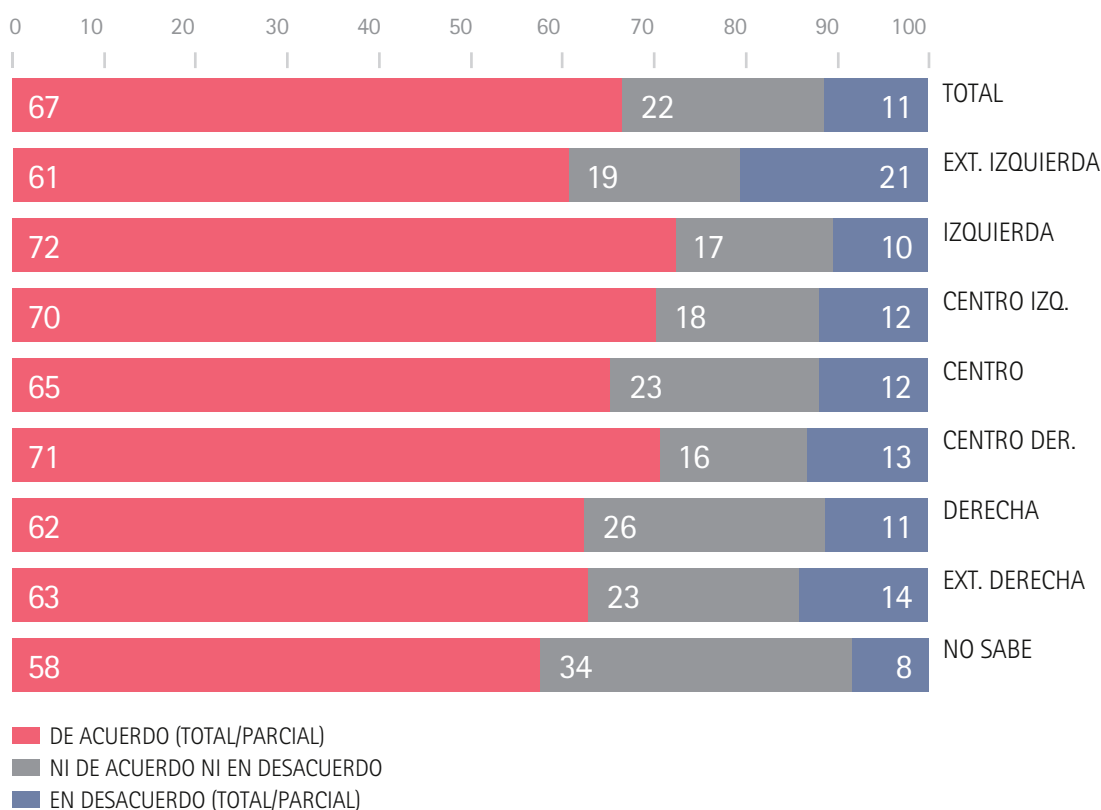
También los ciudadanos de mayor nivel educativo y de renta se preocupan más por esta cuestión (73% aprox.) que los de niveles de educación y renta más bajos (61%). Por último, los simpatizantes de izquierdas afirman estar más inquietos por los bulos (72%) que los de derechas (63%).

[Q_FAKE_NEWS_1] Indique en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase.
"En lo relativo a las noticias por Internet, me preocupa qué es cierto y qué es falso".

DATOS EN %

Preocupación por la desinformación: qué es cierto y qué es falso en internet

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2019)



Gran preocupación por los bulos sobre la pandemia generados por los políticos nacionales

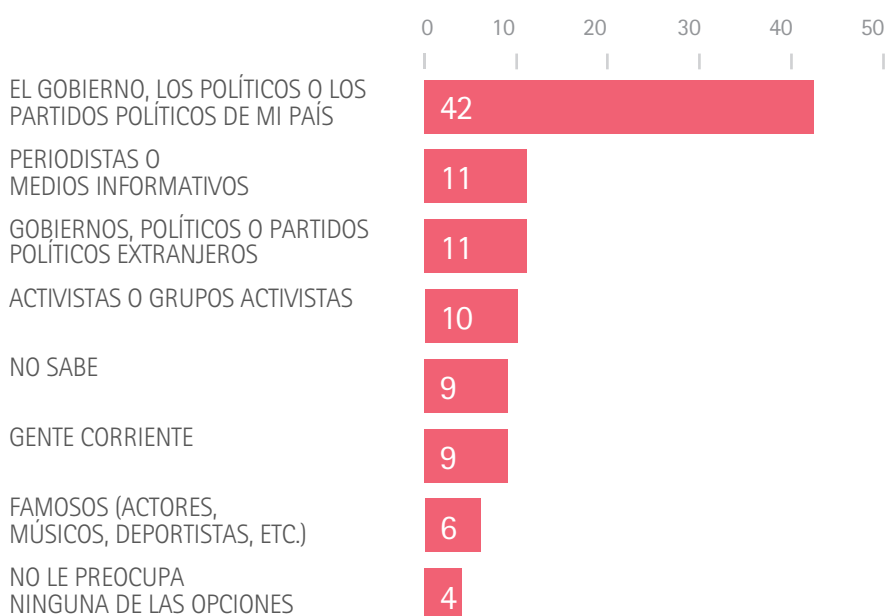
Más reveladoras aún son las respuestas de los encuestados sobre el origen de los bulos y los canales a través de los que se difunden. En primer lugar, preocupan mucho las noticias falseadas en torno a la pandemia suscitadas por el Gobierno o por el resto de partidos y políticos nacionales. De hecho, España es el país con mayor preocupación por este tipo de bulos de origen político: el 42% de los españoles manifiesta su inquietud frente al promedio de 29% del resto de países y muy alejado de la mayoría de países europeos.

Q_FAKE_NEWS_2021a. ¿Ha visto información falsa o engañosa sobre los siguientes temas durante la última semana? Seleccione todas las opciones que correspondan.

DATOS EN %

Temas sobre los que se ha encontrado desinformación en la última semana

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2019)



Junto con los bulos generados por la clase política española en torno al covid, le sigue la intranquilidad por los bulos procedentes por políticos de terceros países y aquellos creados por periodistas o empresas informativas (11% en ambos casos), o por la gente normal (9%). En total, el 53% de los encuestados afirma que el tipo de noticias falseadas que más le preocupa son aquellas que tienen su origen en políticos, bien nacionales, bien internacionales.

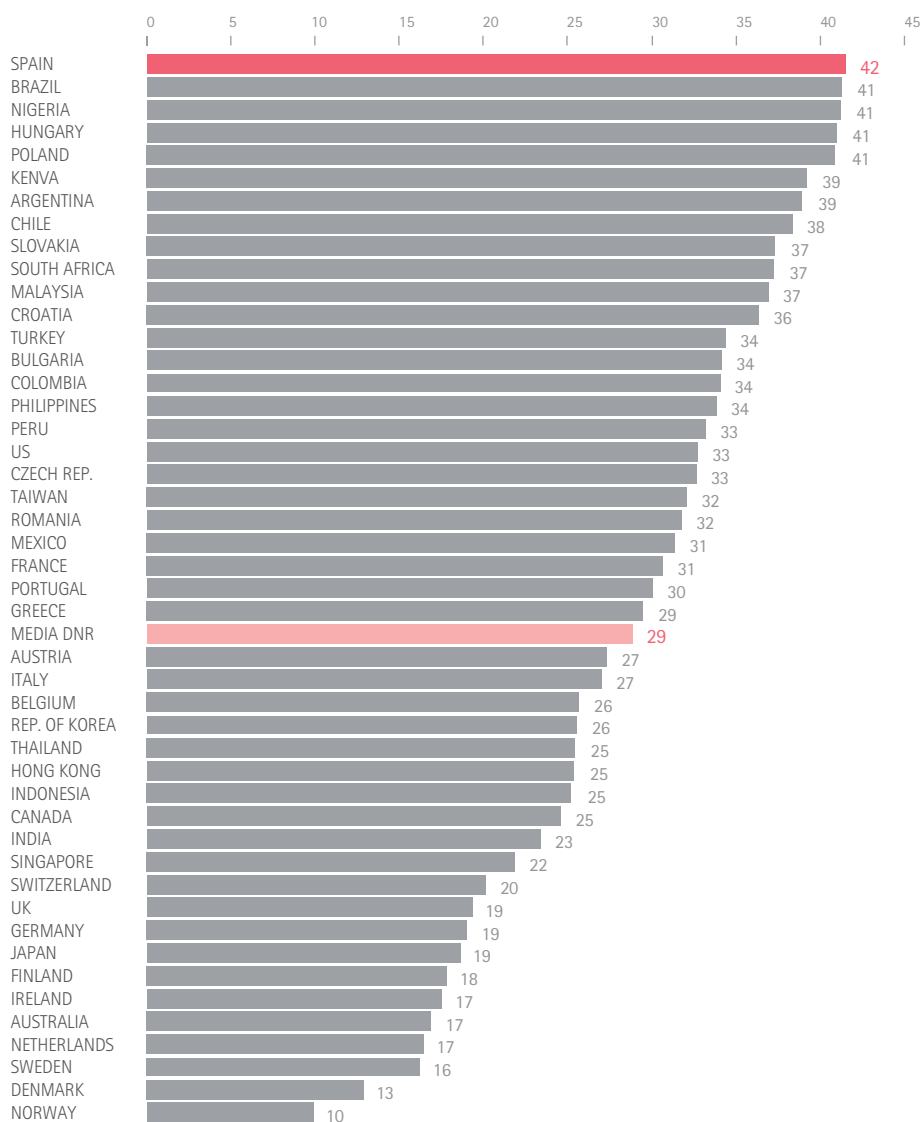
A juicio de los internautas españoles, la desinformación más preocupante no radica en las empresas informativas ni en los periodistas, sino –paradójicamente– en aquellos que han asumido como propia la tarea de identificarla y combatirla.

A continuación, vamos a hacerle dos preguntas concretamente acerca de la información falsa o engañosa sobre el coronavirus (COVID-19). Q_FAKE_NEWS_2021b. Concretamente, en relación con el coronavirus (COVID-19) y sus efectos, ¿cuál de las siguientes fuentes en Internet le preocupa más? Seleccione una opción. Información falsa o engañosa proveniente de la siguiente fuente:

DATOS EN %

Preocupación por la desinformación y los bulos sobre Covid-19 lanzados por el Gobierno, los políticos y los partidos del país

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2000 EN CADA PAÍS)



También en este caso hay diferencias por edad, y los más jóvenes manifiestan menos preocupación por este tipo de bulos 'políticos' (el 31% en el caso de los menores de 24 años frente al 45% de los mayores de 45 años). También los encuestados de rentas más elevadas (48%) se inquietan más por este tipo de desinformación política que los ciudadanos de rentas medias o bajas (40%). Pero la gran diferencia en torno a este problema se da en la simpatía política declarada por los encuestados. Así, solo un 32% de los simpatizantes de izquierdas manifiesta estar preocupado por la desinformación originada por el Gobierno y los políticos nacionales frente al 53% de los simpatizantes de derecha.

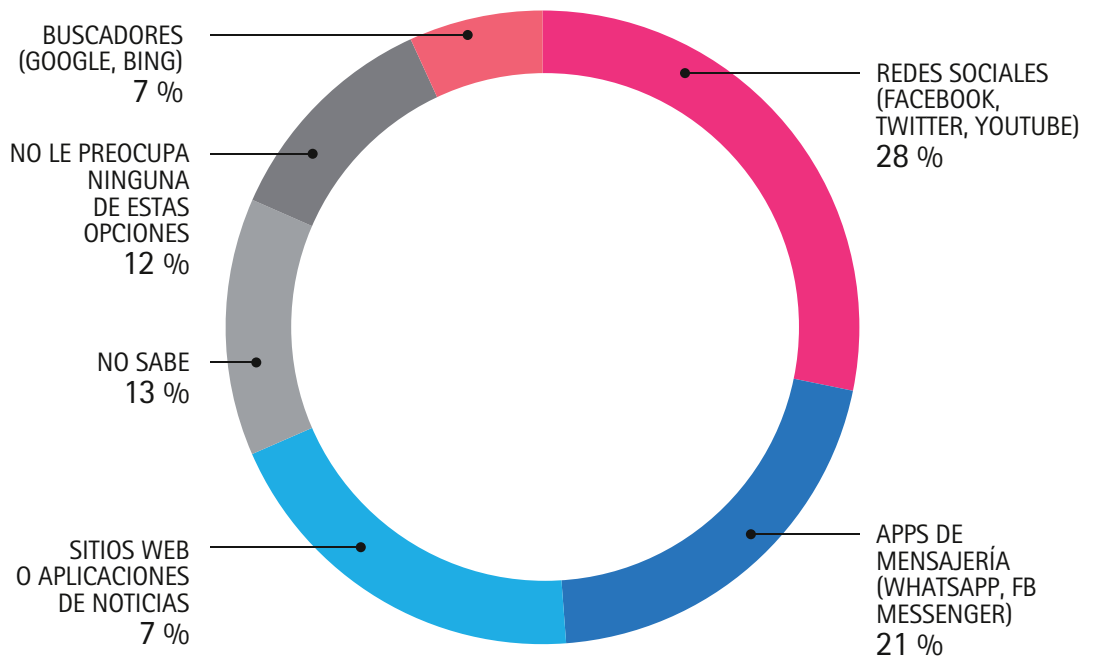
Al margen del origen de la desinformación, y poniendo el foco en el canal a través del cual se propaga, la mayoría de los usuarios españoles afirma estar más alarmado por los bulos que circulan por las redes sociales y por las aplicaciones de mensajería instantánea (50%) que por los medios informativos (20%). Este dato es una excelente noticia para las empresas informativas, porque demuestran que incluso en un entorno de escasa confianza y abundancia de desinformación, las empresas informativas siguen gozando de un plus de credibilidad frente a otros actores y canales percibidos por la opinión pública como más proclives a difundir noticias falseadas.

A continuación, vamos a hacerle dos preguntas concretamente acerca de la información falsa o engañosa sobre el coronavirus (COVID-19).
Q_FAKE_NEWS_2021c. Concretamente, en relación con el coronavirus (COVID-19) y sus efectos, ¿cuál de los siguientes medios en Internet le preocupa más? Seleccione una opción.

DATOS EN %

Vía de información falsa o engañosa de Covid-19 en internet que más preocupa

USUARIOS ADULTOS DE INTERNET EN ESPAÑA (N = 2019)



Actitudes públicas hacia el periodismo objetivo

En este sentido, y a pesar del incremento de una polarización social e informativa en la que podría justificar un periodismo menos objetivo, la mayoría de los encuestados considera que los medios deben informar con pluralidad (76%), neutralidad (70%) y ecuanimidad (62%). Es decir, deben ofrecer diferentes puntos de vista y dejar que la gente decida; intentar ser neutrales y dar igual tiempo y espacio a todas las voces de un asunto. No obstante, España es uno de los países donde más personas consideran que no debe darse cobertura a aquellas partes que consideran que tienen un argumento más débil (25% vs 15% en Europa o EE.UU.).