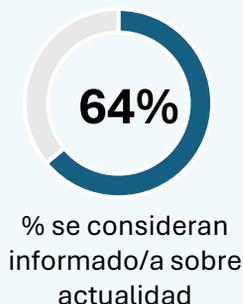
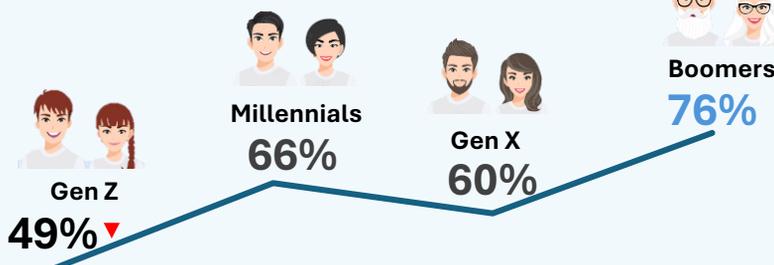


Medios que nos (des)informan: Convenience vs credibilidad

Más del 60% dice estar informado



#se observa cierta desconexión entre los jóvenes (solo el 50% dice estar al día)



Boomers
76%



Millennials
66%



Gen X
60%



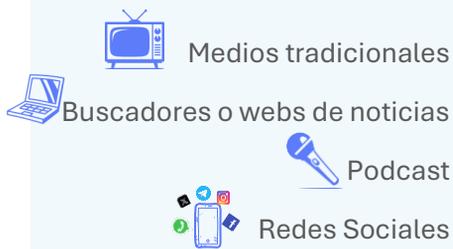
Gen Z
49%

¡PERO LA CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS EN HORAS BAJAS!

La credibilidad de los medios no llega al notable, y solo los boomers muestran una mayor fe en los medios tradicionales. En general, se duda de los medios, y más los digitales

Credibilidad asociada al medio

Escala 1-10



Brecha generacional:

“Los medios tradicionales los de mayor credibilidad en tiempos de crisis”

Boomers: 77% acuerdo
Gen Z: 54% acuerdo

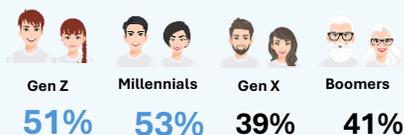
Difícil discernir la VERACIDAD de las noticias:

Solo el 45% cree que es fácil detectar las fakes

Los expertos nos ayudan a dar credibilidad

45%

% Fácil distinguir información real y falsa



83%

La opinión de expertos es crucial para dar credibilidad

Vs.



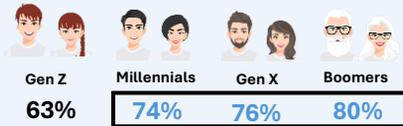
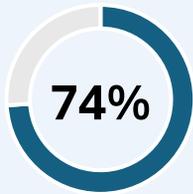
28%

Me fío más de lo que dicen los influencer (38% Gen Z e Y)

Las RRSS pierden credibilidad incluso entre los más jóvenes

aunque no todas por igual

% acuerdo: “las RRSS han perdido credibilidad en los últimos tiempos”



% credibilidad de su información

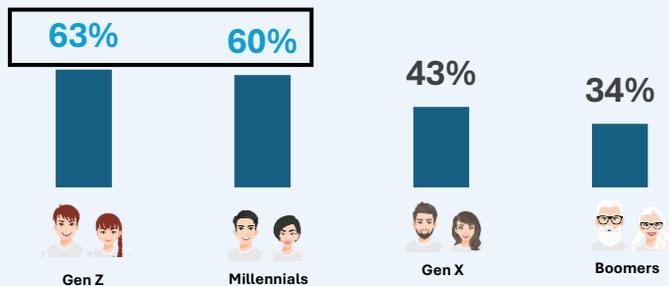


PENALIZADAS

PERO SIGUEN SIENDO UN CANAL MAYORITARIO



% dice “usa más las RRSS que los medios tradicionales (TV, prensa, radio...) para estar informado/a”



La credibilidad del medio varía en función del contenido:



La crisis de confianza de las RRSS no penaliza su uso, pero sí distingue su credibilidad según el contenido: más credibilidad para hablar de marcas, ocio, menos en noticias y opinión

Ficha técnica

Encuesta online
n= 2.233 personas
Mayores de 18 años, residentes en España
Afirmación proporcional por género, edad y zona

