



**XI Congreso Andaluz de Sociología**  
Andalucía, nuevos retos, nuevos escenarios

## GRUPO DE TRABAJO SOCIEDAD DIGITAL, CULTURA Y COMUNICACIÓN

# La opinión pública española ante el fenómeno de la desinformación

Livia García Faroldi  
Dpto. Derecho el Estado y Sociología  
[lgarcia@uma.es](mailto:lgarcia@uma.es)

Financiación: Plan Nacional I+D+i, proyecto "El impacto de la desinformación en el periodismo: contenidos, rutinas profesionales y audiencias" (PID2019-108956RB-I00)



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

# Introducción

## ¿Qué es la desinformación?

La Comisión Europea (2018, p.5) la define como: “Información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población, y que puede causar un perjuicio público”.

No hay que confundir la desinformación (cuando el contenido se manipula interesadamente o se inventa para perjudicar a alguien) con **transmitir información errónea** porque no se han contrastado los datos (a lo que en el mundo anglosajón se llama “misinformation”, para distinguirlo de la “disinformation”).

## Un fenómeno antiguo con rasgos nuevos en la actualidad

Si bien la existencia de noticias falsas no es nueva en la historia, sí lo es **la velocidad** con que circulan en la sociedad actual, debido a las nuevas herramientas tecnológicas disponibles para distribuir información (especialmente las **redes sociales**) y al aumento del **número de emisores** de información (los medios de comunicación de comunicación ya no tienen la exclusiva de transmitir noticias).

# Introducción

## El fenómeno de la desinformación preocupa mucho a las instituciones europeas

«La desinformación erosiona la confianza en las instituciones y en los medios de comunicación digitales y tradicionales y perjudica a nuestras democracias obstaculizando la capacidad de los ciudadanos de tomar decisiones informadas. A menudo, la desinformación también respalda ideas y actividades radicales y extremistas» (Comisión Europea, 2018, p. 2). Algunos ejemplos que ponen de relieve la importancia de las campañas de desinformación son el referéndum del Brexit en el Reino Unido, la victoria de Donald Trump en Estados Unidos (2016) y la reacción ante su derrota en las elecciones de 2020.

- ❖ Se crea el Grupo de Expertos de Alto Nivel en Noticias Falsas y Desinformación Online (2018)
- ❖ Se crea el Observatorio Europeo de Medios Digitales (2020)

### ... y al gobierno español

- ❖ Se crea la Comisión Permanente contra la Desinformación (2019)
- ❖ Procedimiento de actuación contra la desinformación, dirigido desde el Consejo de Seguridad Nacional (2020), que provocó polémica porque se vio por algunos actores como un intento de censura.

# Objetivos y metodología

## ➤ **Objetivos:**

- ❑ Conocer la frecuencia con que los españoles y europeos encuentran noticias falsas.
- ❑ Conocer la percepción que tienen los españoles y europeos de su capacidad para detectar noticias falsas.
- ❑ Conocer quiénes piensan los españoles y europeos que son los principales responsables de combatir las noticias falsas y qué medidas deben tomar las autoridades públicas.

## ➤ **Metodología:**

- ❑ Fuentes: Eurobarómetros de la Comisión Europea (2018, 2019 y 2021).
- ❑ Muestras: Muestras representativas de la población europea de 15 y más años (entre 26.000 y 28.000 encuestas para el conjunto de la UE y 1.000 encuestas para España).
- ❑ Variables estudiadas: (1) frecuencia con que se encuentran noticias falsas; (2) capacidad para detectarlas; (3) grado de acuerdo con que las noticias falsas son un problema para la democracia; (4) quiénes son responsables de combatir las noticias falsas y (5) qué medidas deben tomar las autoridades públicas.
- ❑ Análisis:
  - ✓ Comparación temporal: 2018 a 2021.
  - ✓ Comparación espacial: España frente al conjunto de la UE.
  - ✓ Comparación de diversas categorías sociodemográficas; sexo, edad, nivel de estudios, actividad, clase social subjetiva.

# Objetivos y metodología

## ➤ **Objetivos:**

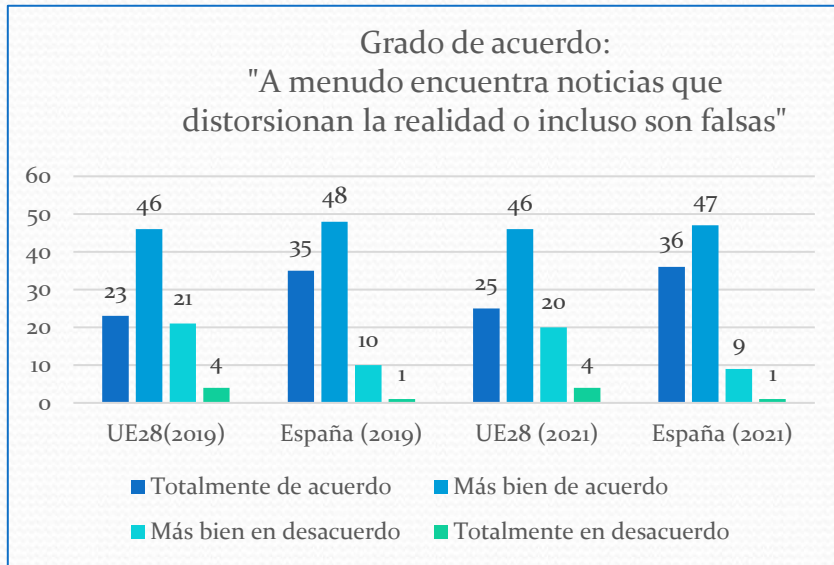
- ❑ Conocer la frecuencia con que los españoles y europeos encuentran noticias falsas.
- ❑ Conocer la percepción que tienen los españoles y europeos de su capacidad para detectar noticias falsas.
- ❑ Conocer quiénes piensan los españoles y europeos que son los principales responsables de combatir las noticias falsas y qué medidas deben tomar las autoridades públicas.

## ➤ **Metodología:**

- ❑ Fuentes: Eurobarómetros de la Comisión Europea (2018, 2019 y 2021).
- ❑ Muestras: Muestras representativas de la población europea de 15 y más años (entre 26.000 y 28.000 encuestas para el conjunto de la UE y 1.000 encuestas para España).
- ❑ Variables estudiadas: (1) frecuencia con que se encuentran noticias falsas; (2) capacidad para detectarlas; (3) grado de acuerdo con que las noticias falsas son un problema para la democracia; (4) quiénes son responsables de combatir las noticias falsas y (5) qué medidas deben tomar las autoridades públicas.
- ❑ Análisis:
  - ✓ Comparación temporal: 2018 a 2021.
  - ✓ Comparación espacial: España frente al conjunto de la UE.
  - ✓ Comparación de diversas categorías sociodemográficas; sexo, edad, nivel de estudios, actividad, clase social subjetiva.

# Resultados:

Gráfico 1



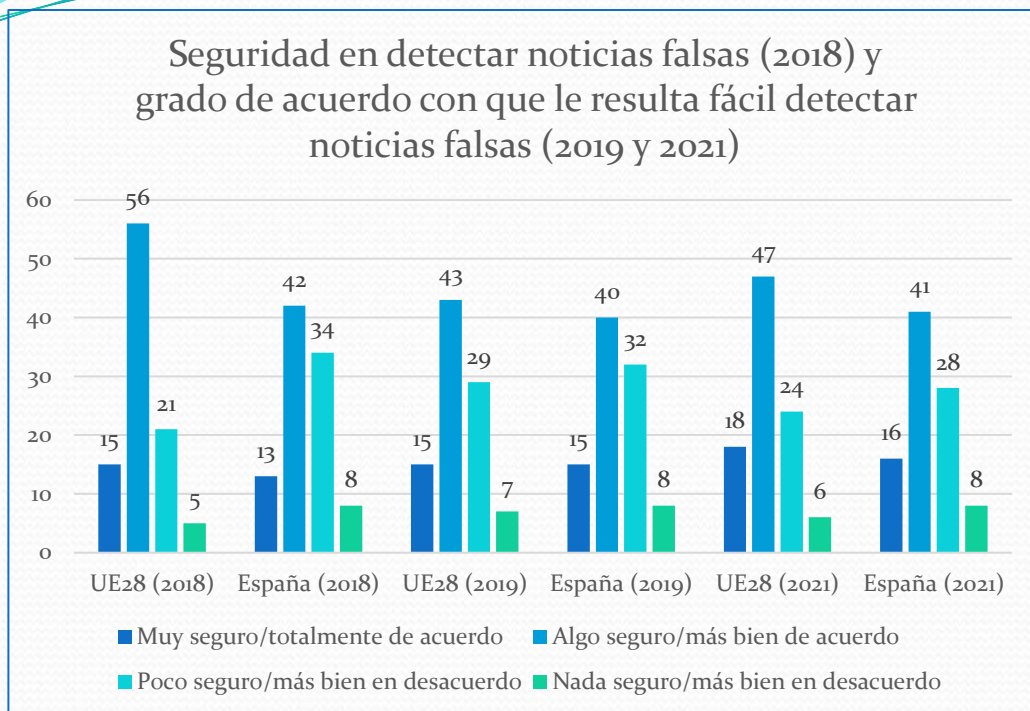
	A menudo encuentran noticias falsas
TOTAL	82,6
Hombre	85,9
Mujer	79,5
15-24	86,4
25-34	89,3
35-44	88,2
45-54	88,6
55-64	83,2
65 y más	66,9
Hasta 15 años educación	70,3
16 a 19 años	89,3
20 y más	88,9
Estudiando	80,7
Autónomos	83,1
Directivos	90,2
Cuello blanco	90,3
Trabajad. Manuales	88,8
Tareas domésticas	61,6
Desempleados	88,8
Jubilados	73,4
Clase trabajadora	79,7
Clase media-baja	83,3
Clase media	85,2
Clase media-alta	96,7

- ✓ Alrededor del 70% de los europeos consideran que a menudo encuentran noticias. La cifra de españoles es muy superior, el 83%.
- ✓ Existen pocos cambios en los datos de 2019 a 2021.
- ✓ **Encuentran más información falsa** los hombres, los menores de 54 años, los que tienen mayor nivel formativo y la clase media y media-alta.
- ✓ Observando la ocupación, la diferencia se produce entre **quienes están inactivos** (personas jubiladas, dedicadas a tareas domésticas y, en menor medida, estudiantes) y quienes están activos (tienen un empleo o lo están buscando).
- ✓ Los datos para el conjunto de la Unión Europea son similares a los de España.

# Resultados:

**Tabla 2: Personas entrevistadas que confían en detectar noticias falsas según características sociodemográficas (suma totalmente + más bien)**

**Gráfico 2**



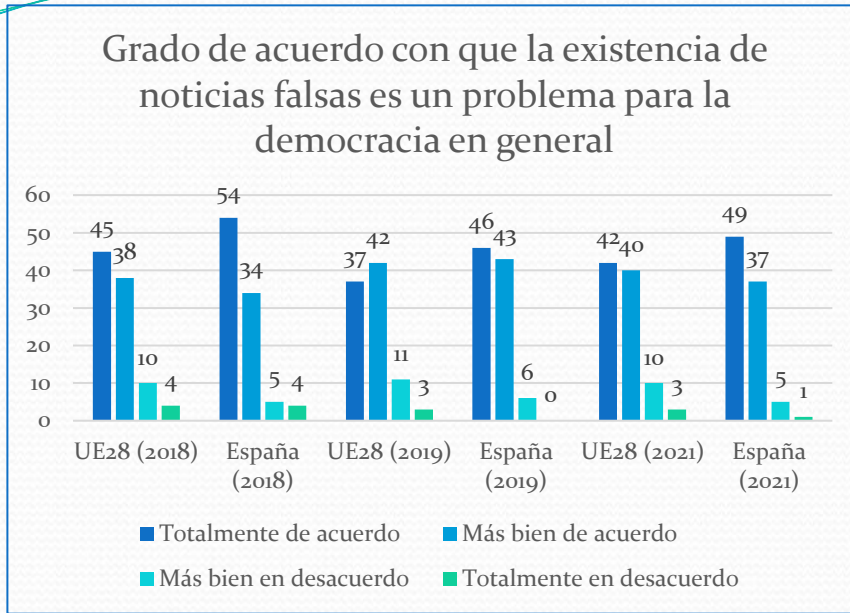
Fuente: Flash EB 464 (2018) EB 92 (2019) y EB94 (2021).  
No se incluye clase alta para España por ser dos casos.

	Le resulta fácil detectar noticias falsas
TOTAL	56,8
Hombre	61,7
Mujer	52,2
15-24	62,2
25-34	68,3
35-44	62,6
45-54	61,1
55-64	54,1
65 y más	40,8
Hasta 15 años educación	44,2
16 a 19 años	59,4
20 y más	66,1
Estudiando	62,1
Autónomos	70,2
Directivos	62,5
Cuello blanco	62,4
Trabajad. Manuales	62
Tareas domésticas	34,4
Desempleados	59,8
Jubilados	46,2
Clase trabajadora	54,9
Clase media-baja	55,1
Clase media	58,7
Clase media-alta	77,2

Fuente: EB94 (2021).  
No se incluye clase alta por ser dos casos.

- ✓ En 2018 la ciudadanía europea estaba más segura de detectar noticias falsas, la confianza ha caído a lo largo del periodo (del 71 al 65%).
- ✓ Los españoles confían menos en su capacidad de detectar que el conjunto de los europeos aunque han aumentado levemente su confianza de 2019 a 2021 (del 55 al 57%).
- ✓ **Confían más en su capacidad de detectar las noticias falsas los** hombres, personas de 15 a 44 años, estudiantes, personas con mayor nivel formativo, las personas que trabajan por cuenta propia y la clase media-alta.
- ✓ Los datos para el conjunto de la Unión Europea son similares a los de España.

Gráfico 3



Fuente: Flash EB 464 (2018), EB 92 (2019) y EB94 (2021).  
No se incluye clase alta para España por ser dos casos.

	Consideran que noticias falsas son un problema para la democracia
TOTAL	86
Hombre	87
Mujer	85
15-24	87,9
25-34	88,1
35-44	87,8
45-54	90,9
55-64	90,9
65 y más	74,9
Hasta 15 años educación	81,7
16 a 19 años	87,3
20 y más	90,6
Estudiando	86,9
Autónomos	95,6
Directivos	93,6
Cuello blanco	92
Trabajad. Manuales	86,8
Tareas domésticas	67,1
Desempleados	86,6
Jubilados	83,1
Clase trabajadora	82
Clase media-baja	87,7
Clase media	90,4
Clase media-alta	96,7

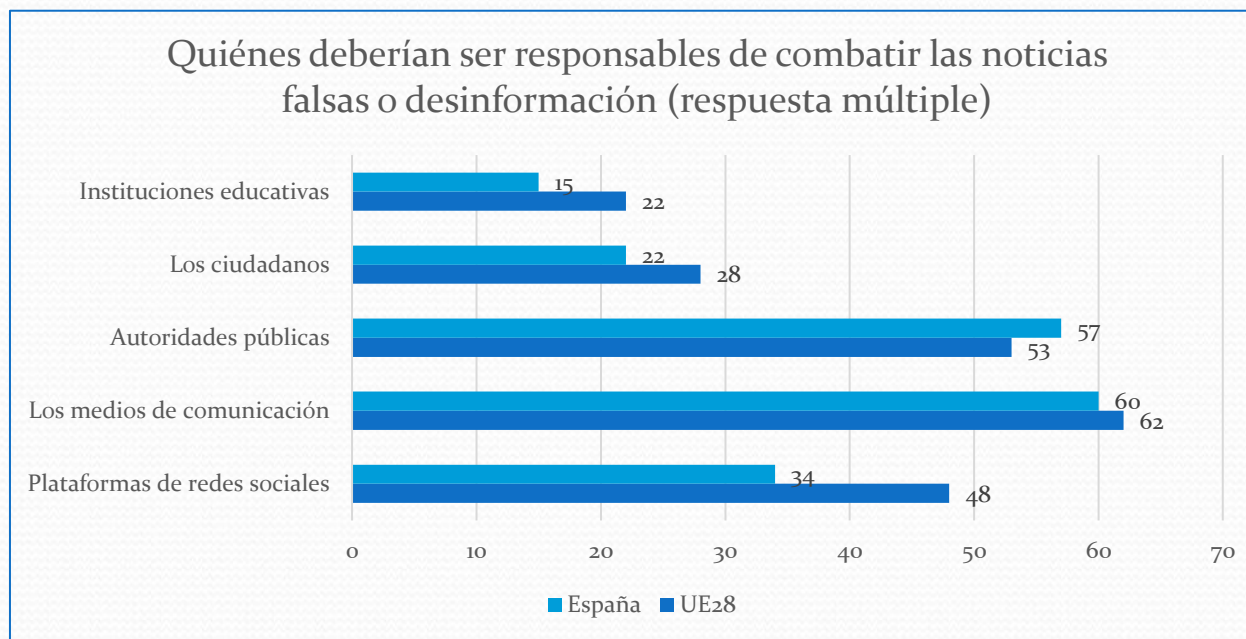
Fuente: EB94 (2021).  
No se incluye clase alta por ser dos casos.

- ✓ La percepción de que las noticias falsas son un problema para la democracia ha sufrido oscilaciones en la UE, en España la percepción es mayor aunque también osciló.
- ✓ Al contrario que en las dos preguntas anteriores, **las diferencias son pequeñas entre hombres y mujeres.**
- ✓ **Piensan con mayor frecuencia** que la desinformación es un problema para la democracia las personas de mediana edad, los jóvenes, los estudiantes, los que tienen más formación, las personas en puestos directivos, en el sector servicios y las que trabajan por cuenta propia. La clase media-alta es la más preocupada.
- ✓ Los datos para el conjunto de la Unión Europea son similares a los de España.



# Resultados:

Gráfico 4

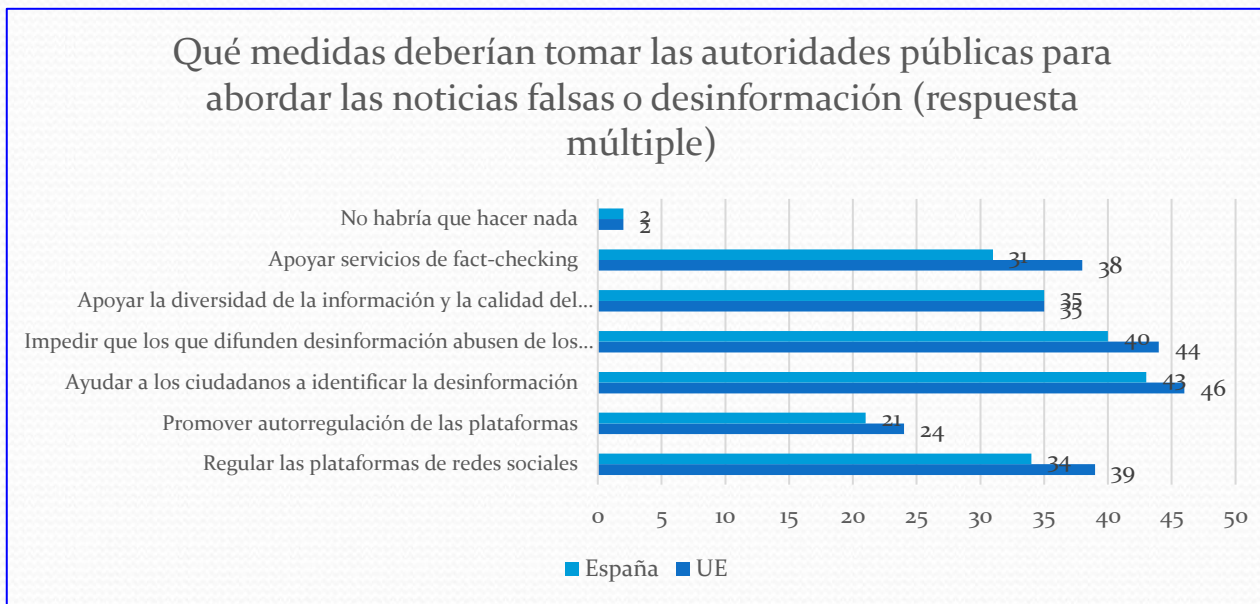


Fuente: Special EB 503 (2019).

- ✓ La ciudadanía española y europea considera que los mayores responsables son los medios y las autoridades públicas. Los españoles señalan menos a los medios de comunicación y más a las autoridades públicas.
- ✓ Las plataformas de redes sociales ocupan una posición intermedia entre los actores responsables de combatir la desinformación, mientras que los ciudadanos y las instituciones educativas son menos mencionadas.

# Resultados:

Gráfico 5



Fuente: Special EB 503 (2019)

- ✓ Españoles y europeos coinciden en que las dos medidas más importantes que deben tomar las autoridades públicas son ayudar a los ciudadanos a identificar la desinformación e impedir que se difunda a través de las plataformas sociales.
- ✓ La regulación de las plataformas por parte de las autoridades públicas, los servicios de verificación de noticias y apoyar la diversidad de la información y la calidad del periodismo son también medidas populares.
- ✓ La medida menos apoyada es la de que las propias plataformas de redes sociales se autorregulen.
- ✓ Solamente una minoría (2%) considera que no se debe hacer nada para combatir la desinformación y las noticias falsas.

# Conclusiones

- ✓ **El 83% de los españoles y el 70% de los europeos** declaran encontrar a menudo noticias que distorsionan la realidad o son falsas.
- ✓ **Los españoles confían menos** en su capacidad de detectar noticias falsas que los europeos, aunque la distancia entre ambos se ha acortado durante el periodo analizado.
- ✓ **Cerca del 90% de los españoles** perciben que las noticias falsas son un problema para la democracia en general, la cifra para el conjunto de la UE oscila alrededor del 80%.
- ✓ La ciudadanía española y europea considera que **los responsables principales de combatir la desinformación son los medios de comunicación y las autoridades públicas.**
- ✓ Españoles y europeos coinciden también en que las dos medidas principales políticas a tomar son **ayudar a los ciudadanos a identificar la desinformación e impedir que se difunda a través de las plataformas sociales.**
- ✓ En lo que se refiere a las características sociodemográficas, **los grupos en mejor posición social** (hombres, personas con mayor educación, en puestos directivos, personas de clase media-alta) confían más en su capacidad de detectar noticias falsas, están más preocupados por su repercusión en la democracia y otorgan un papel más relevante a los medios para combatir la desinformación.

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN