

Desinformación científica en España 2026

Informe de resultados



Edita y coordina: Fundación Española para la Ciencia y Tecnología, F.S.P. (FECYT), 2026.

Coordinación:

Rosa Capeáns Garrido, Rocío López Iñigo y Cintia Refojo Seronero,
Departamento de Cultura Científica y de la Innovación, FECYT.

Dirección científica y autoría:

Celia Díaz Catalán, Universidad Complutense de Madrid.
Pablo Cabrera Álvarez, Universidad de Essex (Reino Unido).

Diseño y maquetación: Covadonga Fernández Esteban

IBERIAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY (IBERIFIER Plus)



Iberifier Plus ha recibido financiación de la Comisión Europea en virtud del acuerdo Call DIGITAL-2023-DEPLOY-04, European Digital Media observatory (EDMO) – National and multinational hubs; referencia: IBERIFIER Plus – 101158511

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, F.S.P. (2026). Desinformación científica en España 2026. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.

<https://doi.org/10.58121/3PJW-FK91>

e-NIPO: 166260112

Publicación incluida en el programa editorial de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades correspondiente al año 2026.

Catálogo general de publicaciones oficiales: <https://cpage.mpr.gob.es>

Contenido

1. Introducción	6
1.1. Objetivos del estudio	8
1.2. Estructura del cuestionario	9
2. Ficha técnica y variables	13
3. Resumen ejecutivo de resultados	15
4. Principales resultados	17
4.1. Hábitos de consumo de información científica	17
4.1.1. Recepción de información sobre temas científicos	17
4.1.2. Frecuencia de búsqueda por temáticas científicas	18
4.1.3. Ecosistema mediático	18
4.2. Percepción sobre la desinformación acerca de temas científicos	20
4.2.1. Confianza en fuentes y canales de comunicación	20
4.2.2. Exposición a información y desinformación científica	22
4.2.3. Canales por los que se recibió la información falsa	24
4.2.4. Propagación activa de información falsa	25
4.2.5. Percepción sobre la capacidad propia y la de los/as demás en la detección de la desinformación	26
4.2.6. Atribución del origen y la difusión de desinformación	29
4.2.7. La inteligencia artificial frente a la desinformación	30
4.3. Efectos de las intervenciones cognitivas sobre la identificación y difusión de desinformación científica	31
4.3.1. Efectos de las intervenciones sobre el discernimiento	34
4.3.2. Efectos de la reflexión emocional: amplificación de la difusión e interferencia del discernimiento	35
4.3.3. Identificación de la desinformación: credibilidad percibida e intención de verificación	38
4.3.4. Métodos de verificación empleados	40

4.4. Factores relacionados con la intención de proptagar desinformación acerca de temas científicos	41
4.4.1. <i>Las noticias me encuentran</i>	41
4.4.2. <i>Las noticias me encuentran</i> y preocupaciones por la desinformación	42
4.4.3. Alfabetización mediática y percepción de la desinformación	43
4.4.4. Alfabetización científica	45
4.4.5. Pensamiento conspirativo	46
4.4.6. Actitudes hacia la desinformación: preocupación	47
4.4.7. Actitudes hacia la desinformación: acuerdo con medidas reguladoras	48
4.4.8. Confianza en las instituciones	49
4.4.9. El populismo científico	51
4.5. Análisis de los factores asociados a la intención de compartir desinformación científica en redes sociales	52
5. Conclusiones	56
5.1. De la crisis pandémica al ruido de fondo: la normalización de la desinformación científica	56
5.2. La IA ha cambiado el mapa sin que la sociedad lo haya procesado del todo	57
5.3. Lo que funciona (y lo que no) para frenar los bulos	57
5.4. El sesgo de superioridad informativa y sus tres consecuencias	58
5.5. Los predictores de la difusión: una arquitectura de riesgo	59
5.6. La susceptibilidad a la desinformación no se resuelve con niveles educativos superiores	60
5.7. La confianza en la ciencia: una fortaleza con una vulnerabilidad	60
5.8. Qué indica este panorama de cara al futuro	61
6. Recomendaciones	63
7. Referencias	67

8. Anexo	70
9. Anexo metodológico	71
9.1. Cuestionario	71
9.2. Ponderación de los datos	72
9.2.1. Motivación y método	72
9.2.2. Variables de ponderación en el fichero de microdatos	72
9.2.3. Representatividad de la muestra	73
9.3. Referencias	76
10. Tablas de frecuencias	77
10.1. Tablas de frecuencias	77
10.2. Tablas de contingencia: Género	108
10.3. Tablas de contingencia: Grupo de edad	142
10.4. Tablas de contingencia: Nivel de estudios	183
10.5. Tablas de contingencia: Ideología	224

1. Introducción

En los últimos años, la desinformación científica ha pasado de ser un fenómeno emergente a consolidarse como uno de los principales desafíos para las sociedades contemporáneas. La desinformación científica no es solo un problema de contenidos inexactos. En el nivel individual, erosiona la capacidad de tomar decisiones informadas sobre salud, medio ambiente y tecnología. En el nivel colectivo, socava los marcos de conocimiento compartido que sustentan la deliberación democrática, alimenta la desconfianza institucional y puede comprometer la cohesión social cuando amplios sectores de la ciudadanía operan desde universos informativos incompatibles. Vivimos rodeados de información sobre ciencia, salud y medio ambiente como en ningún otro momento de la historia. Nunca había sido tan fácil acceder a una noticia sobre una vacuna, un estudio nutricional o el último informe sobre cambio climático. Y nunca había sido tan difícil saber si esa noticia es verdad.

La desinformación —la circulación deliberada o no de contenidos falsos o engañosos— no es un fenómeno nuevo, pero sí ha cambiado de escala y de velocidad. Las plataformas digitales permiten que un bulo viaje en segundos desde un grupo de WhatsApp hasta las redes sociales de millones de personas, sin que nadie lo haya verificado y sin que haya ninguna señal visible que lo distinga de una noticia contrastada. En ese ecosistema, la capacidad de distinguir lo

verdadero de lo falso se ha convertido en una competencia fundamental para la vida ciudadana, casi tan necesaria como leer o calcular.

Es en ese contexto donde nace este estudio. En 2021, la Comisión Europea puso en marcha el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO, por sus siglas en inglés), una red de catorce *hubs* nacionales y multinacionales con el mandato de investigar la desinformación y desarrollar herramientas para combatirla (EDMO, s.f.). IBERIFIER es el nodo ibérico de esa red: un observatorio de medios digitales de España y Portugal, financiado por la Comisión Europea (Iberifier, s.f.). **IBERIFIER Plus** (2024-2026) es la continuación y ampliación del proyecto inicial e involucra a 25 socios y lleva a cabo verificaciones de hechos (*fact checking*) en portugués, español y catalán, utilizando tecnologías de inteligencia artificial (IA) para la detección temprana. Su objetivo es analizar los efectos de la desinformación en el panorama de los medios digitales, reforzar los mecanismos políticos y sociales de defensa de las campañas y mejorar la alfabetización mediática. **IBERIFIER Plus** también pretende influir en regiones más allá de la península ibérica, incluyendo áreas lingüísticas vinculadas al portugués y el español como Iberoamérica, África y Asia, abarcando más de 800 millones de hablantes nativos. El proyecto planea estrategias sólidas de difusión y participación para maximizar el impacto de

sus hallazgos, alineándose con los objetivos del Programa Europa Digital y la estrategia del EDMO para abordar la desinformación de manera más amplia.

Una de las líneas de trabajo de IBERIFIER es precisamente conocer cómo percibe la ciudadanía española la desinformación, cuánto se expone a ella, si cree ser capaz de identificarla, qué canales la propagan y qué actitudes genera. En 2022 se realizó la primera edición de esta encuesta (FECYT, 2022), que ofreció una fotografía inédita de la relación de los españoles con los bulos sobre ciencia y salud en el contexto pos-pandémico, todavía marcado por la sobreexposición informativa sobre el COVID-19 y las vacunas. Aquel estudio mostró que la preocupación por la desinformación científica era amplia y transversal, que la confianza en el personal científico se mantenía como un activo sólido en medio de la desconfianza institucional generalizada, y que la alfabetización mediática actuaba como un factor protector relevante frente a la susceptibilidad a los bulos. En cuanto a los predictores de esa susceptibilidad, la ideología, que sostiene los razonamientos motivados, era el factor con mayor capacidad para explicar la tendencia a no distinguir la desinformación.

Cuatro años después, el paisaje ha cambiado de forma sustancial. La pandemia ha dejado de ser el tema dominante en la agenda de la desinformación. La inteligencia artificial generativa, con aplicaciones como ChatGPT, Gemini, o los resúmenes automáticos de los buscadores, ha irrumpido como canal de información y como herramienta de producción de contenidos falsos a una velocidad

enorme. Las redes sociales han multiplicado su peso como fuentes de noticias científicas a la vez que las personas más jóvenes las perciben como el principal vector de los bulos. Mientras tanto, la regulación europea de los servicios digitales ha comenzado a exigir a las grandes plataformas nuevas responsabilidades sobre los contenidos que distribuyen.

Esta segunda edición de la encuesta responde a ese nuevo momento. Mantiene el núcleo del diseño de 2022, aunque con diferencias metodológicas relevantes que limitan la comparabilidad directa entre ambas ediciones¹. Los bloques se han ampliado con nuevos módulos sobre el papel de la inteligencia artificial, las actitudes hacia la comunidad científica y la ciencia institucional, las creencias conspirativas actualizadas y la disposición de la ciudadanía a expresar opiniones disidentes en el ámbito científico. Incorpora también un experimento de asignación aleatoria que permite medir con rigor causal qué intervenciones —informar sobre la veracidad de una noticia, activar su procesamiento emocional, o ambas cosas a la vez— modifican la intención de compartir contenidos científicos verdaderos y falsos.

1. En la edición de 2022 el modo de administración fue mediante entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI). En la presente edición se combina el cuestionario web autoadministrado y una submuestra CATI complementaria. Además, hay diferencias en el marco muestral y en la población objetivo —la edición actual se circunscribe a personas usuarias habituales de internet, dificultando la comparación directa de los indicadores entre oleadas. Por ello, los datos de 2022 se mencionan en este informe únicamente como referencia contextual, sin establecer comparaciones estadísticas entre ediciones. Los detalles metodológicos se desarrollan en el anexo.

Los resultados de esta nueva oleada del estudio sobre desinformación científica en España evidencian un cambio cualitativo en la naturaleza del fenómeno.

En primer lugar, la desinformación ha dejado de ocupar una posición marginal para integrarse en la experiencia informativa cotidiana de la sociedad. La exposición frecuente a contenidos falsos en ámbitos como la salud, la alimentación o el cambio climático indica que la desinformación no es una anomalía del sistema, sino una de sus dimensiones constitutivas.

En segundo lugar, la circulación de desinformación se produce en un ecosistema mediático crecientemente complejo e híbrido. Lejos de limitarse a las plataformas digitales, los contenidos falsos se difunden a través de una combinación de canales que incluyen redes sociales, medios tradicionales y redes interpersonales, en conversaciones cara a cara o mediadas a partir de aplicaciones de mensajería. A esta dinámica se suma la irrupción de tecnologías más incipientes con una rápida difusión, como la inteligencia artificial, que actúan como intermediarios emergentes en la producción, selección y distribución de la información, introduciendo nuevas oportunidades y riesgos.

En tercer lugar, los resultados revelan una tensión estructural en la relación entre ciencia, instituciones y sociedad. Mientras que la confianza en los/as científicos/as y en el conocimiento científico se mantiene elevada, las instituciones y los actores políticos presentan niveles significativamente más bajos de credibilidad. Esta divergencia

configura un escenario en el que la legitimidad de la ciencia no siempre se traduce en confianza en los mecanismos institucionales encargados de su comunicación y aplicación.

En conjunto, estos tres elementos: la normalización de la desinformación, la complejidad del ecosistema informativo y la tensión entre confianza epistémica e institucional permiten avanzar hacia una comprensión más integrada del fenómeno. La desinformación científica no puede abordarse únicamente como un problema de contenidos falsos, sino como el resultado de la interacción entre estructuras mediáticas, dinámicas sociales y marcos de confianza.

1.1. Objetivos del estudio

El estudio persigue los siguientes objetivos:

- Actualizar los indicadores hacia la desinformación científica.
- Estimar la credibilidad percibida de la desinformación sobre ciencia y salud que circula en España, y explorar las estrategias individuales para identificarla.
- Analizar la percepción de la inteligencia artificial como vector de desinformación y como herramienta potencial de verificación.
- Examinar las actitudes de la sociedad española hacia la comunidad científica y la ciencia institucional, con especial atención al populismo científico y a las creencias conspirativas.

- Estimar el efecto causal de la información de veracidad y la activación emocional sobre la intención de compartir noticias científicas verdaderas y falsas.
- Identificar los factores asociados a la capacidad de discernir información veraz y a la propensión a propagar desinformación, con atención específica al sesgo de superioridad informativa y a la legitimidad social de la regulación.

1.2. Estructura del cuestionario

El diseño del cuestionario se organiza en torno a ocho bloques temáticos interrelacionados. Está diseñado a partir de un modelo en el que se distingue entre las disposiciones cognitivas y actitudinales del individuo frente a la información científica y los procesos de evaluación, credibilidad y difusión que se activan ante la exposición a contenidos desinformativos concretos. Esta distinción estructura la secuencia del instrumento y está fundada en la literatura sobre recepción de desinformación (Ecker et al., 2022; van der Linden, 2022), así como en el enfoque sistémico que reconoce que las personas no se relacionan con la información científica en el vacío, sino "diferencialmente situadas en función de factores sociales, históricos e institucionales" (*National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine*, 2025, p. 24). (Ver Ilustración 1).

El bloque de hábitos informativos (bloque 1) y el de características sociodemográficas (bloque 8) cumplen una función de anclaje contextual. El ecosistema informativo de cada persona, referido a los canales que

usa, la frecuencia con que se expone a noticias, las condiciones sociales y económicas que enmarcan el acceso a la información no es un dato periférico, sino el suelo desde el que se interpreta lo demás. Las Academias Nacionales de Ciencias, Ingeniería y Medicina (2025) de Estados Unidos subrayan que factores como el estatus socioeconómico, la geografía o el acceso a recursos materiales condicionan qué información recibe cada persona, cómo la busca y qué puede hacer con ella. En esa medida, las variables sociodemográficas no funcionan como meros controles estadísticos, sino como una dimensión analítica con peso propio.

El bloque más complejo del instrumento (bloque 3) agrupa cuatro dimensiones que operan como predictores de la receptividad a la desinformación: alfabetización científica, alfabetización mediática, adherencia al pensamiento conspirativo y exposición incidental a noticias, el fenómeno conocido como *las noticias me encuentran* (Gil de Zúñiga y Cheng, 2021). En el caso de la alfabetización científica conviene hacer una advertencia que tiene implicaciones directas para el diseño; más conocimiento científico no equivale automáticamente a mayor resistencia a la desinformación. Las Academias Nacionales (2025) concluyen que la evidencia no respalda esa relación simple, y Drummond y Fischhoff (2017) documentan que, en temas políticamente sensibles, quienes tienen mayor alfabetización científica pueden mostrar creencias incluso más polarizadas. La alfabetización científica funciona en interacción con la orientación política, la identidad y las emociones, no como una vacuna frente al error (Kahan et al., 2012).

La adherencia al pensamiento conspirativo introduce una dimensión distinta, la motivacional. Las personas no abrazan las conspiraciones por ignorancia, sino que, en muchas ocasiones, responden a necesidades psicológicas reales de comprensión y control (Ecker et al., 2022). Quienes puntúan alto en esta dimensión muestran mayor ansiedad, mayor necesidad de singularidad y menor tolerancia a la incertidumbre (Grzesiak-Feldman, 2013; Miller, 2020). La exposición incidental añade una capa estructural diferente, sobre la base de que, en entornos de plataformas, los algoritmos deciden qué información científica llega a cada usuario antes de que este haya formulado ninguna pregunta, condicionando de forma silenciosa qué cuenta como fuente creíble (Brossard y Scheufele, 2022).

El bloque de credibilidad percibida y difusión de desinformación (bloque 2) es el nodo central del cuestionario y el corazón del diseño experimental. Aquí se ha añadido un experimento de asignación aleatoria que controla dos variables: la veracidad del contenido (verdadero / falso) y el nivel de activación emocional del estímulo (alta / baja), conforme a los desarrollos metodológicos en desinformación emocional (Pennycook y Rand, 2021). La decisión de incluir la activación emocional como factor experimental responde a la hipótesis de que el contenido que genere ciertas emociones podría ser más activante, lo que explicaría una mayor velocidad de difusión (López-Carrión y Llorca-Abad, 2025). Medir por separado la credibilidad percibida y la intención de difundir responde a que la investigación ha documentado que ambas dimensiones se disocian, y las personas pueden compartir contenido que no consideran

del todo fiable cuando median motivaciones sociales, identitarias o emocionales (Pennycook y Rand, 2019).

El bloque 4 captura las creencias sobre el fenómeno de la desinformación en sí: su extensión, su impacto y, de forma específica, el papel de la inteligencia artificial en su producción y difusión. Incluye indicadores sobre la percepción de prevalencia y el efecto de tercera persona, como se conoce la tendencia a creer que los demás son más vulnerables a la desinformación que uno mismo (Davison, 1983). La inclusión del módulo sobre IA responde a una tensión real referida a que la IA generativa puede inundar el ecosistema informativo con desinformación personalizada y plausible, pero también puede convertirse en herramienta de verificación. Medir ambas percepciones por separado permite capturar esa ambivalencia sin colapsar dimensiones que son analíticamente distintas.

El bloque de confianza en la ciencia e instituciones (bloque 6) ocupa una posición peculiar en el modelo: es a la vez resultado de la exposición a desinformación y predictor de cómo se procesará la información científica en el futuro. Este doble papel tiene una explicación que va más allá de lo cognitivo. Belli y Broncano (2017) proponen entender la confianza como una meta-emoción, una disposición afectiva que precede y colorea las emociones de primer orden, constituyendo el espacio epistémico desde el que los individuos se acercan al conocimiento. Desde esta perspectiva, la erosión de la confianza institucional que puede producir la exposición continuada a desinformación científica no es solo un cambio de

opinión, sino una alteración de la disposición emocional que regula toda la relación del individuo con la información científica. La confianza en la ciencia, aunque ha experimentado cierto declive en años recientes en algunos contextos nacionales, sigue siendo alta en términos globales y comparativamente superior a la que se deposita en otras instituciones. El estudio de Cologna et al., (2025), realizado en 68 países con más de 69.000 participantes, muestra que la confianza global en los científicos alcanza una media de 3,62 sobre 5, sin que ningún país presente niveles bajos. En el contexto español, los análisis derivados del estudio previo sobre desinformación científica en el marco del proyecto IBERIFIER (FECYT, 2022) muestran que esa desconfianza hacia la comunidad científica e instituciones convive con niveles moderados de confianza general, y que la confianza actúa como variable mediadora entre el nivel educativo y las creencias conspirativas (Díaz-Catalán et al., en prensa).

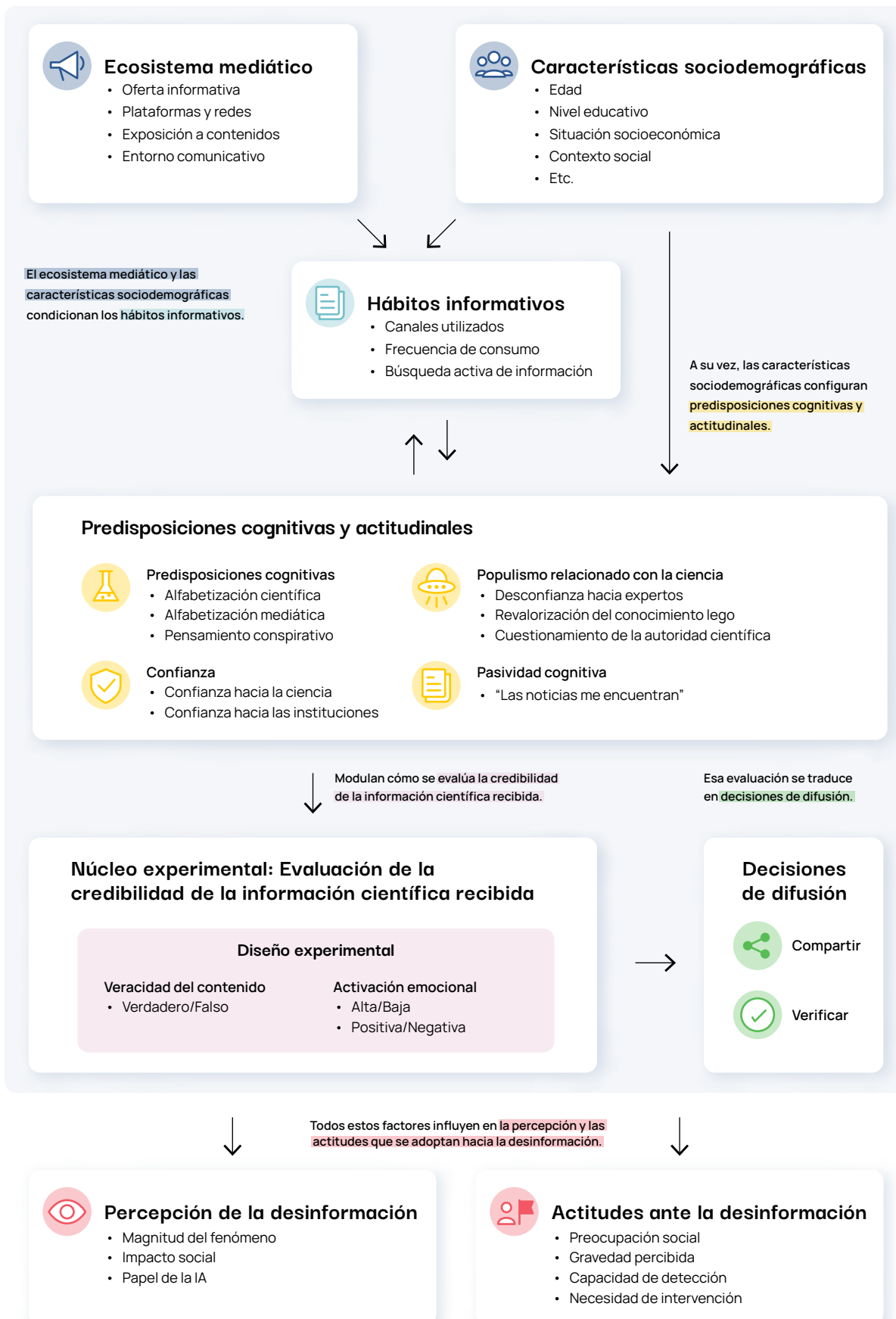
El bloque de actitudes ante la desinformación (bloque 5) recoge algo cualitativamente distinto a la percepción de prevalencia, la valoración normativa del fenómeno. El nivel de gravedad de la desinformación que considera la ciudadanía, la percepción de su capacidad para detectarlo, o cuánto le preocupan sus efectos sobre la democracia o la salud pública. Esta dimensión importa porque la disposición crítica y la motivación para evaluar la precisión de los contenidos son, por sí mismas, factores que modulan la susceptibilidad a la desinformación (Pennycook y Rand, 2019).

El diseño del cuestionario se cierra con el bloque de populismo científico (bloque 7), referido a la desconfianza hacia los expertos y la reivindicación del conocimiento lego frente al conocimiento especializado. Mede y Schäfer (2020) definen esta actitud como una extensión del populismo político al dominio de la ciencia, articulada en torno a la percepción de un antagonismo entre un pueblo virtuoso y unas élites académicas corruptas. Su inclusión responde a la evidencia de que quienes producen y difunden desinformación científica de forma deliberada han explotado sistemáticamente ese clima de desconfianza, recurriendo a la fabricación de dudas, el falso equilibrio o el reclutamiento de científicos disidentes para dar apariencia de credibilidad (National Academies, 2025). En el modelo de mediación serial estimado, además, el populismo científico opera a través de un mecanismo distinto al del conspiracionismo: canaliza su efecto sobre la intención de difundir a través de la activación emocional, lo que justifica su tratamiento como dimensión autónoma y no como variante del pensamiento conspirativo.

Los ocho bloques mantienen una lógica de proceso: las disposiciones previas del individuo modulan cómo evalúa la credibilidad de la información, lo que a su vez activa o inhibe la difusión, con efectos diferenciados sobre la confianza institucional y las actitudes hacia la ciencia. Que el instrumento pueda capturar todo eso simultáneamente, articulando la lógica descriptiva del seguimiento longitudinal IBERIFIER con la lógica experimental es, en buena medida, lo que justifica su complejidad.

ILUSTRACIÓN 1

Estructura del cuestionario



FUENTE: Elaboración propia.

2. Ficha técnica y variables

TABLA 1: Ficha técnica y variables

Característica	Descripción
Población objetivo	Personas de 16 o más años residentes en España, usuarias habituales de internet.
Modos de recogida	Cuestionario web autoadministrado y entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI).
Empresa de trabajo de campo	YouGov.
Marco muestral	Panel de internautas de YouGov (Web); panel externo (CATI).
Recogida de los datos Web y CATI	No probabilístico por cuotas.
Variables de cuota — Web	Sexo × grupo de edad × nivel educativo (cuotas cruzadas); comunidad autónoma (cuota independiente).
Variables de cuota — CATI	Sexo × grupo de edad × tipo de hábitat (cuotas cruzadas); muestra de personas de 55 o más años con el fin de cubrir la parte de la población que no usa internet de forma habitual.
Muestra de referencia para cuotas	Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) 2025 del INE.
Muestra final Web	2105
Muestra final CATI	110
Muestra final total	2215
Trabajo de campo	27 de enero de 2026 – 16 de febrero de 2026.
Duración media de la entrevista	Mediana: 22.6 minutos (media recortada al 10%: 28.1 minutos).
Ponderación	<p>pesowebexp (submuestra web, excluyendo CATI; análisis del experimento) y pesoweb (total Web + CATI; análisis con la totalidad de la muestra).</p> <p>Predictores: sexo × grupo de edad, nivel educativo, situación laboral, limitación por salud, comunidad autónoma, tamaño de hábitat, tipo de hogar, teléfono fijo en el hogar, uso del teléfono móvil, frecuencia de uso de internet, confianza en internet, y uso de internet para emitir opiniones, ver vídeo online, buscar información de salud, vender bienes online, leer noticias online, y banca en línea.</p>

- La población objetivo de la encuesta son las personas residentes en España de 16 o más años que usan internet de forma habitual, es decir, que han utilizado internet en los últimos tres meses.
- La mayor parte de la muestra se seleccionó a partir de un panel de internautas mediante un diseño de cuotas no probabilístico. Además, una muestra suplementaria fue seleccionada a partir de un panel telefónico (CATI) con el fin de dar cobertura a la parte de la población que no usa internet de forma habitual.
- Al tratarse de una muestra no probabilística, los márgenes de error calculados bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple no son directamente aplicables y los errores reales serán mayores que los indicados. Como referencia orientativa, para un nivel de confianza del 95% y una estimación del 50%, el margen de error bajo muestreo aleatorio simple sería de $\pm 2.1\%$ para el total de la muestra ($n = 2215$). Se han calculado pesos de ponderación para reducir posibles sesgos de selección.
- El estudio ha sido aprobado por los comités de ética de la Universidad de Navarra y de la Universidad Complutense de Madrid.

3. Resumen ejecutivo de resultados

Esta segunda edición del estudio sobre percepción de la desinformación en España amplía y actualiza los resultados obtenidos en 2022, e incorpora un experimento de asignación aleatoria sobre los mecanismos que llevan a la ciudadanía a compartir información científica verdadera y falsa.

Hábitos de consumo de información científica

- **Alimentación y bienestar físico y medicina y salud** son los temas científicos sobre los que más información se recibió en la última semana (57,1% y 47,9%, respectivamente).
- **Las herramientas de inteligencia artificial generativa**, como ChatGPT o Gemini ya son utilizadas semanalmente o incluso con mayor frecuencia por el 32,3% de la población para informarse sobre ciencia, salud y medio ambiente, situándose en posiciones similares a la prensa y la radio.

Credibilidad y desinformación en temas científicos

- **Nutrición y bienestar** es el tema con mayor percepción de bulos recibidos en la última semana (40,0%), seguido de cambio climático (36,2%), tratamientos médicos (31,9%) y vacunas (28,3%). El COVID y las vacunas, que lideraban en 2022 (37,5%), ceden el primer puesto.

- Las **plataformas de vídeo y redes sociales** son el canal principal de recepción de desinformación (70,7% y 70,5% de los afectados). La IA ya aparece como canal de bulos para el 29,8%.
- **Solo el 7,2% se siente muy seguro** de poder identificar desinformación, frente al 51,5% que se siente al menos bastante seguro. La brecha con la percepción sobre la población media es enorme: solo el 3% cree que la persona promedio puede distinguirla.
- **El 63,8% apoya la restricción gubernamental** de información falsa online, aunque limite la libertad de prensa. Los políticos y los partidos son señalados por el 57% de la sociedad como los principales originadores de desinformación.

Identificación y propagación: resultados del experimento

- **Informar sobre la veracidad reduce la tendencia de compartir los bulos**, especialmente en redes sociales. Sin embargo, el efecto se debilita en entornos privados (red personal, WhatsApp).
- **Activar las emociones sin estimular el discernimiento de veracidad es el factor de riesgo más potente**: el grupo que en el experimento solo recibió el estímulo para reflexionar sobre las emociones que le

generaban los mensajes mostró la mayor intención de compartir contenidos falsos en todos los canales.

- Los bulos que generan **optimismo o esperanza** son los más peligrosos precisamente porque no activan el rechazo.

Factores asociados a la credibilidad y la propagación

- **Las noticias me encuentran:** el 35,2% está de acuerdo en que no necesita buscar noticias porque le llegan por redes sociales. Este comportamiento informativo pasivo se asocia con mayor exposición a desinformación.
- **Efecto de tercera persona:** la población se percibe a sí misma como más competente para detectar bulos que la persona media, una brecha que crece con la edad.
- **IA y desinformación:** el 62,4% está de acuerdo en que la IA facilita la distribución de desinformación, frente al 27% que cree que es útil para desmentirla.

Propensión a propagar desinformación

- **El 83,8% confía mucho o bastante en el personal científico** para afrontar problemas de ciencia y salud; los políticos acumulan el 88,1% de poca o ninguna confianza.
- Aproximadamente uno de cada cuatro españoles presenta actitudes de **populismo científico**: preferir el sentido común a los estudios científicos (25,5%) o creer que los científicos están confabulados con empresas y políticos (25,2%).

4. Principales resultados

4.1. Hábitos de consumo de información científica

4.1.1. Recepción de información sobre temas científicos

Cuando se pregunta a la sociedad si ha recibido información sobre determinados temas en los últimos siete días, la alimentación y el bienestar físico encabezan la recepción pasiva (57,1%), seguida de medicina y salud (47,9%), ciencia y tecnología (38,9%) y medio ambiente y ecología (29,2%). Las diferencias de género son pronunciadas: los hombres declaran haber recibido información científico-tecnológica en mayor proporción (47,0% frente a 31,3%), mientras que las mujeres están más expuestas a contenidos de salud (51,7% frente a 43,9%) y alimentación (60,6% frente a 53,3%).

La edad genera un patrón lineal en la recepción de información sobre alimentación y bienestar, más alta en jóvenes y decrece con la edad de forma consistente (65,2% en 16-24 años frente a 50,9% en mayores de 65). La recepción de información sobre ciencia y tecnología presenta un patrón similar, siendo más alta en jóvenes (53,7% en 16-24) con un descenso progresivo hasta personas mayores de 65 (31,5%). En cambio, la recepción de información de salud no presenta una relación clara por edad. Las personas de 16-24 años tienen el porcentaje más alto (56,6%), lo que podría deberse a la

ILUSTRACIÓN 2

Recepción de información de temas distribuido por género

- ➊ Pensando en los últimos 7 días, ¿ha recibido usted a través de sus redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea o en conversaciones con otras personas información acerca de cada uno de los siguientes temas?

Porcentaje.

Alimentación y bienestar físico



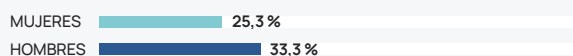
Medicina y salud



Ciencia y tecnología



Medio ambiente y ecología



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

prevalencia de contenidos de salud en redes sociales. Sin embargo, el grupo de mayor edad la recibe en mayor medida (50,3%) que los grupos de edades medias.

La recepción de información sobre alimentación no sigue el mismo patrón: es máxima en jóvenes (65,2%) pero no tan baja en mayores de 65 (50,9%), lo que sugiere que este tipo de contenido circula con intensidad en todos los tramos de edad a través de distintos canales.

El nivel educativo tiene un efecto claro y monótono en la recepción de información sobre ciencia y tecnología: del 31,5% en personas con estudios primarios al 47,2% entre personas con estudios universitarios. El efecto es menos pronunciado en alimentación y salud, donde las diferencias por nivel educativo son menores, posiblemente porque estos contenidos circulan de forma más transversal.

4.1.2. Frecuencia de búsqueda por temáticas científicas

La política es el tema sobre el que más personas se informan a diario (36,4%), seguida de alimentación y bienestar (20,8%) y medicina y salud (15,3%). Al considerar cualquier frecuencia de búsqueda, los temas científicos —salud (78,8%), alimentación (82,6%), ciencia y tecnología (71,6%)— superan o igualan a la política (74,1%), lo que indica que la política concentra hábitos muy recurrentes en una porción de la población, mientras que los temas científicos se distribuyen más ampliamente, aunque con menor intensidad en el día a día.

La diferencia de género es más marcada en política (42,9% de hombres se informa a diario frente a 30,3% de mujeres) y en ciencia y tecnología (18,1% frente a 6,2%). En cambio, las mujeres superan a los hombres en consultas diarias sobre salud (17,6% frente a 12,8%) y alimentación (22,9% frente a 18,5%).

La política presenta también el patrón más llamativo por edad. El 18,8% de las personas jóvenes de 16 a 24 años la consulta a diario, mientras que esa cifra se eleva al 53,6%

entre mayores de 65. Las personas mayores de 65 consultan con más frecuencia diaria temas medioambientales (12,0%) que las de 16 a 24 años (5,3%).

En la búsqueda diaria en ciencia y tecnología se produce un patrón inverso (18,1% en el grupo más joven; 10,1% entre los mayores de 65). La búsqueda diaria de información sobre alimentación también es más intensa en el grupo de 16-24 años (27,9%) que en los mayores de 65.

Al analizar por nivel educativo, la política es el único tema donde las diferencias son pronunciadas. El 44,3% de personas con estudios universitarios la consulta a diario frente al 34,9% de personas con estudios primarios. En ciencia y tecnología la brecha entre grupos con diferente nivel educativo también es notable; el 12,5% del grupo con estudios universitarios frente al 4,9% con estudios primarios. En cambio, la búsqueda de información sobre salud y alimentación apenas varía por nivel educativo, lo que refuerza la idea de que son temas de interés transversal.

4.1.3. Ecosistema mediático

El consumo de información científica se articula en un ecosistema mediático híbrido en el que conviven medios tradicionales, plataformas digitales y canales interpersonales. En las posibles respuestas a esta pregunta, se ha incluido por primera vez la inteligencia artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini) como canal específico para informarse sobre ciencia, salud y medio ambiente. El 14,3% la utiliza a diario y el 32,3% al menos semanalmente, situándose

en posiciones similares a la prensa en papel y online (20,4% diario) y la radio (19,4% diario), aunque bastante por detrás de las redes sociales (39,7% diario) y la televisión (39,4% diario). La mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram) mantiene una presencia notable, el 35,2% la usa a diario para recibir o compartir información científica.

La edad es la variable con mayor capacidad explicativa en el uso de los canales, y su efecto es estadísticamente significativo para casi todos ellos (nueve de diez). El que presenta una mayor diferencia generacional es la IA; el uso diario cae desde el 28,8% en el grupo de 16-24 años hasta el 7,0% en mayores de 65. La televisión sigue el patrón exactamente inverso, el 25,0% del grupo más joven declara su uso diario mientras que entre mayores de 65 lo hace el 50,7%. Esta inversión de trayectorias en que la IA se sitúa como canal para el público joven y la televisión como canal del público de mayor edad se materializa en torno al grupo de entre 35 y 44 años, a partir del cual la televisión supera a la IA en uso diario.

Al analizar por género, se observa que hay más hombres que mujeres que consultan la prensa (24,6% frente a 16,4% diario) o las revistas de divulgación (16,2% frente a 9,7% semanal). Las mujeres utilizan en mayor medida que los hombres las redes sociales (43,6% frente a 35,7% diario) y los servicios de mensajería (39,1% frente a 31,3% diario).

ILUSTRACIÓN 3

Fuentes de información científica consultada a diario por grupo de edad

¿Con qué frecuencia utiliza cada uno de los siguientes canales para informarse sobre temas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente?

Porcentajes.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

4.2. Percepción sobre la desinformación acerca de temas científicos

4.2.1. Confianza en fuentes y canales de comunicación

Cuando nos informamos sobre ciencia, salud o medio ambiente, no solo importa lo que leemos o escuchamos, también importa de quién viene y por dónde llega. No es lo mismo que una noticia sobre una vacuna nos la cuente una médica en consulta, que la veamos en televisión, que nos la comparta un conocido por WhatsApp o que nos la resuma la inteligencia artificial. El contenido puede ser idéntico, pero nuestra disposición a creerlo y a compartirlo varía según la fuente que lo respalda y el canal que lo transporta.

Por eso conviene separar desde el principio dos cosas que el lenguaje cotidiano tiende a mezclar. Las **fuentes** son aquellas personas, actores o instituciones que producen o avalan la información: el personal científico, el personal sanitario, los/as periodistas, etc. Los **canales** son los medios físicos o virtuales por los que nos llega esa información: la televisión, la radio, las redes sociales, la inteligencia artificial. Una misma fuente puede hablar a través de múltiples canales, y un mismo canal puede dar voz a fuentes muy distintas. Los datos de esta edición permiten analizar ambas cosas por separado.

El resultado más contundente de este bloque merece subrayarse: la sociedad española confía en el personal científico y en el sanitario más que en ningún otro canal o fuente informativa. Alrededor del 80% de la población expresa confianza alta en ambos

colectivos (expresada con un nivel 5-7 en una escala de 1 a 7) —los/as científicos/as para temas de ciencia, tecnología y medio ambiente; el personal sanitario para salud, medicina y bienestar. Son los únicos actores del ecosistema informativo que superan ese umbral de forma consistente en todos los grupos sociales, independientemente de la edad, el sexo o el nivel de estudios.

Sin embargo, esta confianza no es perfectamente uniforme. Las personas con estudios superiores confían más en el personal científico (el 67,5% les otorga confianza alta, con un nivel de 6-7 en una escala de 1 a 7) que aquellas con estudios primarios, donde ese porcentaje baja al 51,4%.

La radio, la prensa y la televisión siguen siendo los canales más confiables para informarse sobre ciencia y salud, aunque ninguno de los tres se acerca a los niveles de las fuentes expertas. Para temas científicos, cerca de la mitad de la sociedad confía en la radio (49%), la prensa (46,2%) y la televisión (42,5%) (5-7 en escala de 1-7). Estos porcentajes bajan algo cuando se trata de salud: radio (42,4%), prensa (39,9%) y televisión (33,2%).

Las redes sociales y las plataformas de vídeo son los canales que generan mayor desconfianza, y sin embargo son también los más utilizados a diario. El 39,8% de la población usa las redes sociales a diario para informarse sobre ciencia. La inteligencia artificial llega al 32,4% de uso al menos una vez a la semana. Pero ni las redes ni la IA generan confianza: solo el 33,7% confía en la IA como fuente de información científica, una cifra próxima a la media europea.

En el Eurobarómetro sobre ciencia y tecnología, se muestra que el 38% de la ciudadanía de la UE confía en los resultados obtenidos mediante IA, frente a un 25% que muestra escepticismo (Comisión Europea, 2025). Se consume lo que no se cree del todo, quizás porque es lo más accesible y lo más inmediato. Pero este desajuste entre uso y confianza no es una rareza española. En el *Digital News Report 2025* del Instituto Reuters se muestra que plataformas como Facebook y TikTok concentran un gran uso semanal de noticias a escala global. Un tercio de la muestra mundial usa Facebook (36%) cada semana, mientras TikTok alcanza el 16%. Al mismo tiempo, estas plataformas se señalan como mayor fuente de amenaza en materia de información falsa o engañosa (Newman et al., 2025).

La televisión es el canal donde la diferencia educativa es más visible, y en un sentido que invierte el patrón habitual. Las personas con estudios primarios confían más en la televisión (25,1% y 25,6% seleccionan niveles de confianza de 6-7, en una escala de 1 a 7, para informarse sobre ciencia y medicina y salud, respectivamente) que aquellas con estudios universitarios (17,7% y 12,1%, respectivamente). No es un resultado extraño si se tiene en cuenta que la televisión es también el canal que más usa el primer grupo a diario: la familiaridad genera confianza, aunque sea en un medio al que otros segmentos de la población han dado la espalda.

Las personas de 16-24 años son quienes más utilizan la inteligencia artificial para informarse (el 28,8% a diario), pero no son quienes más confían en ella; solo el 19,9% le otorga confianza alta para informarse sobre ciencia y el 15,6% sobre medicina y salud. Son porcentajes similares a los de grupos de mediana edad que la usan bastante menos. Las personas mayores de 65 años, que apenas la utilizan, son también quienes más desconfían de esta (20,9% y 20,2% de desconfianza total). Y por nivel de estudios, las personas con estudios primarios y con estudios universitarios desconfían de la IA en proporciones altas, pero los primeros expresan una desconfianza absoluta: 28,4% frente al 11,8% para informarse en temas de ciencia; 28,7% frente al 13,4% en temas de medicina y salud.

Al analizar por género, las mujeres tienden a otorgar ligeramente mayor confianza al personal sanitario para temas de salud: el 70,1% le otorga confianza alta (6-7), frente al 64,1% de los hombres, diferencia estadísticamente significativa, aunque de efecto pequeño. Este resultado es coherente con el patrón que aparece en los hábitos informativos: las mujeres se informan más sobre salud, tanto en términos de recepción pasiva (el 51,7% declara haber recibido información sanitaria en la última semana, frente al 43,9% de los hombres) (P1.2), como de búsqueda activa, donde el 17,6% busca información sobre medicina a diario frente al 12,8% de los hombres (P2.4).

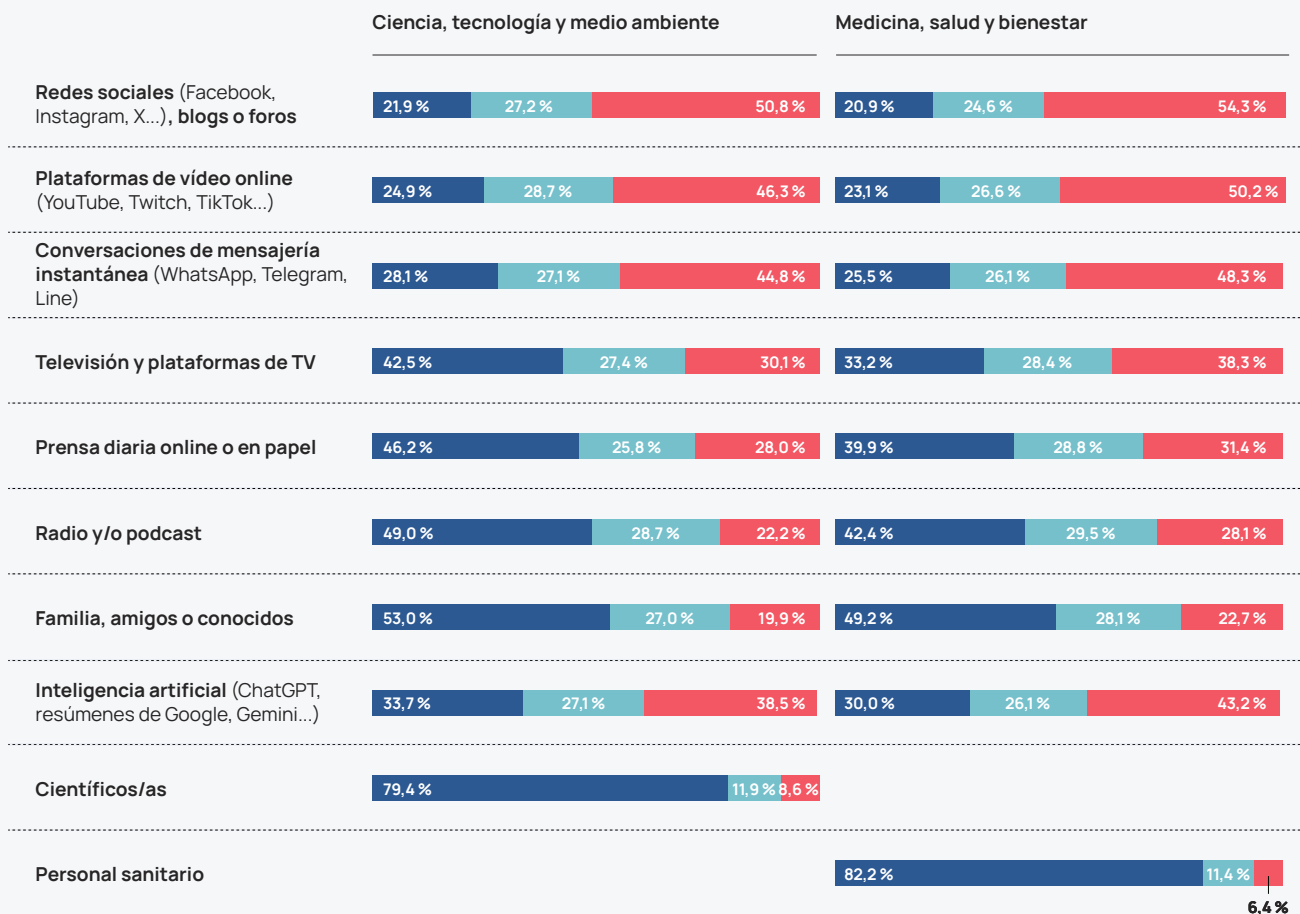
ILUSTRACIÓN 4

Nivel de confianza en canales y actores de información científica por temas

¿En qué medida confía en cada uno de los siguientes canales de comunicación para informarse sobre temas de ...? Utilice una escala del 1 al 7, en la que el 1 significa que no confía en absoluto y el 7 que tiene total confianza.

Porcentajes.

Alta y muy alta Media Baja y ninguna



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

4.2.2. Exposición a información y desinformación científica

Los resultados evidencian que la exposición a contenidos relacionados con la ciencia forma parte de la vida cotidiana de la población española, si bien esta exposición es desigual según temáticas. Mientras que ámbitos como la alimentación y el bienestar físico

(57,1%) o la salud (47,9%) presentan altos niveles de presencia en la dieta informativa, otros como el medio ambiente (29,2%) o la ciencia y tecnología (38,9%) muestran una menor penetración.

Sin embargo, esta exposición se produce en un contexto donde la desinformación científica no constituye un fenómeno marginal,

sino estructural. Un 40% de la población declara haber recibido información falsa sobre nutrición y bienestar en la última semana, seguido del cambio climático (36,2%), los tratamientos médicos (31,9%) y las vacunas (28,3%).

Una precisión metodológica es necesaria antes de interpretar estos datos. La pregunta P11 no mide la exposición objetiva a desinformación, algo que solo podría determinarse mediante verificación externa e independiente de los contenidos que cada persona ha recibido, sino la percepción subjetiva de haberla recibido. Esta distinción tiene consecuencias en ambas direcciones: quienes tienen menor capacidad para identificar un bulo tenderán a notificar en menor medida su exposición, mientras que en temas ideológicamente sensibles puede haber cierta tendencia a etiquetar como falso lo que simplemente resulta contrario a las propias convicciones. Lo que los datos reflejan con fiabilidad no es cuánta desinformación científica circula realmente, sino cuánta cree la población que le ha llegado. Esa percepción es en sí misma un dato relevante, dado que condiciona actitudes y comportamientos informativos, pero no debe confundirse con una medición de prevalencia objetiva de los bulos.

Estos datos apuntan a una generalización de la desinformación en ámbitos muy vinculados a la vida cotidiana, especialmente los relacionados con la salud y los hábitos personales, que hace que se incremente su potencial impacto social.

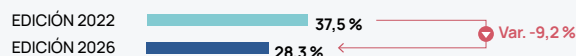
ILUSTRACIÓN 5

Desinformación científica recibida por temas

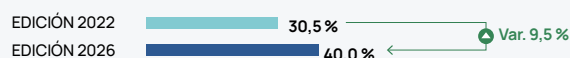
📍 Pensando en los últimos 7 días, ¿ha recibido usted alguna información o noticia que piense que pueda ser falsa acerca de...?

Porcentajes.

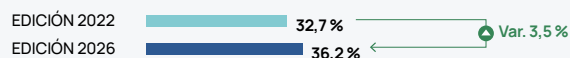
COVID-19 / Pandemia y vacunas



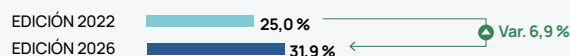
Nutrición y bienestar



Cambio climático



Tratamientos médicos



Terapias alternativas (homeopatía...)



Origen grandes incendios en verano (nuevo en la edición de 2026)



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

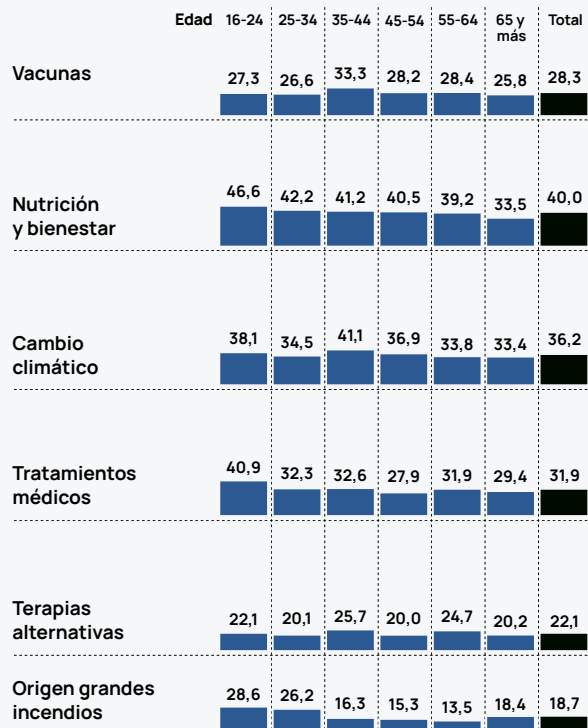
Al analizar por edad, el patrón más llamativo es el de los bulos sobre nutrición y bienestar: el 46,6% de jóvenes de 16-24 años declara haberlos recibido en la última semana, frente al 33,5% de mayores de 65. Esta diferencia es la mayor brecha etaria en este bloque. Los bulos sobre incendios presentan el gradiente de edad más marcado del conjunto: 28,6% en 16-24 años frente al 13,5% en el grupo de 55-64, con un repunte llamativo en mayores de 65 (18,4%). Los bulos sobre vacunas son los que presentan menos variación por edad (rango de 25,8% a 33,3%).

ILUSTRACIÓN 6

Desinformación científica recibida por temas y grupos de edad

● Pensando en los últimos 7 días, ¿ha recibido usted alguna información o noticia que piense que pueda ser falsa acerca de...

Porcentajes.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

Cuando se analiza por nivel educativo, se percibe que el patrón más relevante es el de los bulos sobre vacunas; el 20,2% de personas con estudios primarios declara haberlos recibido frente al 31,0% de personas con estudios universitarios. Una posible explicación es que las personas con mayor nivel educativo pueden estar más expuestas a los debates públicos sobre vacunas por el tipo de redes sociales y fuentes que consumen, pero también a que identifiquen los bulos en mayor medida. Los bulos sobre tratamientos médicos también aumentan

con el nivel educativo (24,5% en primarios frente a 34,8% en universitarios). En cambio, la recepción de bulos sobre nutrición no varía prácticamente con el nivel educativo (entre el 38,6% y el 41,9% en todos los grupos).

Al analizar por género, los hombres declaran haber recibido más bulos sobre cambio climático (41,6% frente a 31% de mujeres) e incendios (21,8% frente a 15,7% de mujeres), mientras que las mujeres reportan más bulos sobre nutrición (40,2% frente a 39,7% de hombres) y terapias alternativas, aunque estas con una pequeña diferencia (22,3% frente a 21,9% de hombres). Esto es consistente con la mayor información recibida por las mujeres respecto a temas como medicina y salud o alimentación y bienestar.

4.2.3. Canales por los que se recibió información falsa

Según los datos, 7 de cada 10 personas que declaran haber recibido información científica falsa la última semana, señalan que la han recibido a través de redes sociales de vídeo (YouTube, Instagram, TikTok) y de texto (Facebook, X, Bluesky), con el 70,7% y el 70,5%, respectivamente. A gran distancia aparecen las conversaciones personales o telefónicas (41,1%), la mensajería instantánea (40,7%) y la prensa digital o escrita (37,7%). La televisión (34,3%) y la radio o podcast (26,0%) ocupan posiciones más bajas. La inteligencia artificial se señala como canal de desinformación por el 29,8% de las personas afectadas, lo que refleja la rapidez con que se ha incorporado al mapa de riesgos informativos.

ILUSTRACIÓN 7

Canales de recepción de información científica considerada falsa**Y esa información que recibió y piensa que puede ser falsa, ¿a través de qué canal la recibió?**

Porcentaje que indica haberla recibido por ese canal.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

Los porcentajes por grupos de edad y género se calculan sobre el total de cada grupo, por lo que no son directamente comparables con los porcentajes globales de la pregunta, que toman como base únicamente a las personas que declararon haber recibido información falsa. Al examinar por género, las redes sociales de vídeo son el único canal donde no se observan diferencias significativas. En el resto, los hombres señalan con mayor frecuencia la televisión como canal por el que han recibido información científica falsa (25,1% frente a 16,5% de mujeres), la mensajería instantánea (28,4% frente a 21,1%), la IA (21,7% frente a 14,5%) y la

prensa (25,8% frente a 19,9%) como canales de recepción de bulos.

En el caso del análisis por edad, las principales diferencias se encuentran en las redes sociales de vídeo; casi la mitad de las personas del grupo más joven (49,3%) las señala como canal por el que recibió información falsa, frente al 37,2% de las mayores de 65. Sucede algo similar en las conversaciones personales, que señala el 31,6% del grupo de jóvenes de 16-24 años y tiende a descender con la edad, (20,3% en 55-64), con un leve repunte en el grupo de 65 o más años (23,3%).

4.2.4. Propagación activa de información falsa

El 13,3% de las personas encuestadas reconoce haber compartido información falsa en conversaciones presenciales o telefónicas y el 9,5% lo ha hecho a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram. Que el canal presencial y telefónico supere al de redes en tasa de propagación reconocida es, de entrada, un dato llamativo. Es relevante tener en cuenta que el canal conversacional supere al digital en tasa de propagación reconocida, dado que las conversaciones directas son vectores de propagación menos visibles para los sistemas de detección automatizada y, por tanto, más difíciles de alcanzar. Aquí se sitúan importantes riesgos, ya que la familia y las amistades son una fuente a la que se le atribuye un alto grado de confianza.

Al analizar por género se observa que en la propagación en redes existe una brecha significativa: los hombres reconocen haber

compartido información falsa en el 12,0% de los casos, frente al 7,1% de las mujeres. Sin embargo, esta brecha desaparece en el canal conversacional cara a cara o telefónico, donde la diferencia no resulta significativa. Este patrón sugiere que la mayor propagación por parte de los hombres está vinculada específicamente a los entornos digitales, pero no refleja una mayor propensión general a circular bulos.

Distinguiendo los cruces por edad, el gradiente en la propagación en redes es pronunciado y decreciente. Del 17,8% en el grupo de 16-24 años al 5,6% en el de mayores de 65. En el canal conversacional el gradiente es similar, con la tasa más alta también la de 16-24 años (21,5%), pero menos marcado.

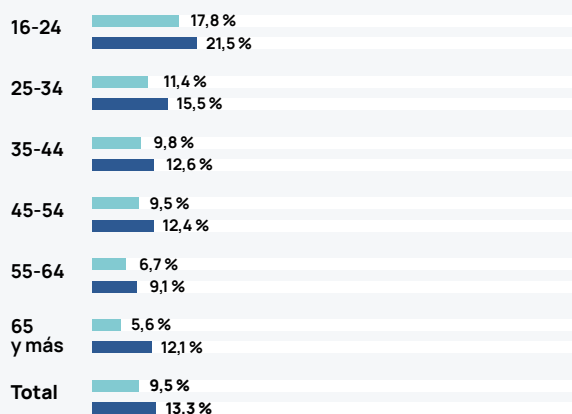
ILUSTRACIÓN 8

Canales de propagación activa de desinformación por grupo de edad

En los últimos 7 días, ¿ha compartido alguna información o noticia que piense que pueda ser falsa en...

- ... sus redes sociales o aplicaciones de mensajería?
- ... conversaciones cara a cara o telefónicas con otras personas?

Porcentaje que indica haberla compartido por ese canal.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

4.2.5. Percepción sobre la capacidad propia y la de los/as demás en la detección de la desinformación

En esta nueva edición se ha introducido una pregunta para medir el efecto de la tercera persona, formulado por W. Phillips Davison (1983) para describir la discrepancia sistemática entre la percepción de la influencia de los medios sobre uno mismo y sobre los demás. Se trata por tanto de un sesgo cognitivo mediante el que los individuos tienden a considerar a otros como más vulnerables a dichos efectos que a sí mismos (Jang y Kim, 2018).

Algo más de la mitad de las personas (51,5%) se sienten bastante seguras de poder identificar información falsa: el 7,2% muy seguras, y el 44,3% más bien seguras. En cambio, la percepción sobre la capacidad de la población media es radicalmente distinta. El 81,9% se sienten nada o no muy seguras de que la persona promedio en España es capaz de distinguir la desinformación. Únicamente el 3,0% de las personas creen que la persona promedio en España puede distinguir la desinformación; el 18,1% le atribuye algún grado de seguridad.

Esta brecha entre autopercepción (51,5% seguros) y percepción de los/as demás (18,1% seguros) define el efecto de tercera persona aplicada a la desinformación. La diferencia entre ambas cifras es estadísticamente muy significativa y de efecto grande, confirmando que este sesgo no es una rareza individual sino un patrón colectivo bien asentado en la población española.

Las diferencias por edad en la confianza propia para detectar desinformación son muy marcadas y decrecientes. El 64,1% de las personas de 16-24 años y el 66,4% de las de 25-34 años, se sienten seguras o muy seguras, frente al 35,2 % de mayores de 65. La percepción sobre la población media sigue el mismo patrón descendente, pero con menor pendiente. El 26,9% de jóvenes de 16-24 años cree que la persona media puede distinguir bulos, frente al 9,6% de mayores de 65 años. Esto significa que el efecto de tercera persona es más pronunciado entre el colectivo joven.

El análisis por nivel educativo muestra que la confianza propia crece con el nivel de educación formal; el 33,1% de personas con estudios primarios se siente seguro o muy seguro frente al 59,7% de quienes tienen estudios universitarios. Las personas con estudios primarios también tienen tasas de "nada seguro/a" casi cuatro veces mayores (15,4%) que las personas con estudios universitarios (4,8%). En cuanto a la percepción sobre la población media no difieren mucho, lo que sugiere que todos los grupos comparten un pesimismo similar respecto al resto de gente, aunque los grupos con mayor educación tengan más confianza en sí mismos.

Al analizar por género, los hombres se perciben como más capaces de detectar desinformación (10,3% muy seguros) que las mujeres (4,3%), patrón similar al de 2022.

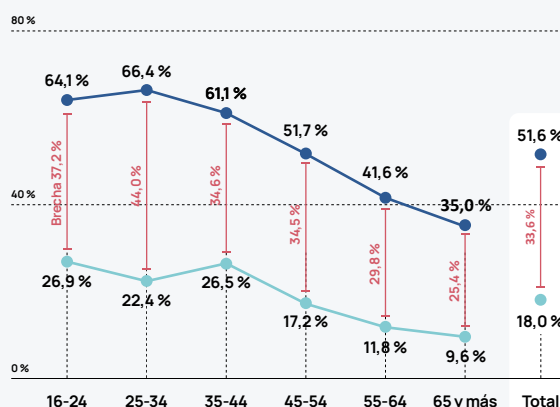
ILUSTRACIÓN 9

Confianza en la identificación de desinformación

- ¿Hasta qué punto está usted seguro o no de que puede identificar información que sea falsa o distorsione la realidad?
- ¿En qué medida está usted seguro/a de que la persona promedio en España puede distinguir información que sea falsa?

Porcentajes.

- Confianza en sí mismo/a (Muy + bastante seguro)
- Confianza en otras personas (Muy + bastante seguro)



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

Y ese patrón tiene consecuencias reales, no solo teóricas. La primera es que creer que se sabe distinguir lo falso de lo verdadero puede convertirse en una trampa. Precisamente los bulos más peligrosos no son los que activan las alarmas, sino los que llegan disfrazados de información razonable, esperanzadora o simplemente interesante. La desinformación sobre salud cotidiana, relacionada con nutrición, suplementos o bienestar, es especialmente resistente a la corrección porque activa emociones positivas y deseos de confirmación antes que de rechazo (Swire-Thompson y Lazer, 2020).

La segunda consecuencia es política. Si las personas se consideran suficientemente capaces de gestionar la información, pero creen que las demás no lo son, la conclusión lógica es que alguien tiene que proteger a esa mayoría vulnerable: el Estado, las plataformas o los verificadores. Hay trabajos que muestran que la percepción de que los otros son más susceptibles a la información falsa predice de forma consistente el apoyo a la regulación y a las intervenciones externas (Jang y Kim, 2018). Esa lógica encaja perfectamente con el 63,8% de las personas encuestadas, quienes apoyan que el Gobierno restrinja la información falsa online, aunque eso limite la libertad de prensa. El sesgo de superioridad no genera pasividad, genera demanda de intervención sobre el resto.

La tercera consecuencia es la más contraintuitiva. Los datos muestran que la autoconfianza en la capacidad de detectar bulos no protege de compartir desinformación, aunque existen matices. La proporción de personas que declaran haber compartido desinformación en redes en la última semana es significativamente mayor entre quienes se declaran muy seguras de poder detectar bulos (13,9%) que entre quienes no tienen ninguna seguridad (2,0%). Sin embargo, entre los grupos intermedios -más bien seguros y no muy seguros- la diferencia no es significativa (38,6% y 45,5%, respectivamente). El efecto no es gradual. Las personas que tienen total desconfianza en sí mismas propagan significativamente menos, probablemente porque también participan menos en la difusión de información en general.

TABLA 2: Efecto de la tercera persona y autoconfianza por propagación de desinformación

	Compartió en redes		Compartió en conversaciones	
	Sí	No	Sí	No
Autoconfianza propia				
Muy seguro/a	13.9%	7.4%	12.9%	7.00%
Más bien seguro/a	38.6%	46.3%	38.6%	45.5%
No muy seguro/a	45.5%	40.1%	45.7%	40.5%
Nada seguro/a	2.0%	6.3%	2.9%	7.0%
Confianza en persona media				
Algo o muy seguro/a	29.4%	18.6%	23.5%	18.6%
Poco o nada seguro/a	70.6%	81.4%	76.5%	81.4%

La asociación global entre la variable de fila y de columna es estadísticamente significativa (chi-cuadrado $p < ,001$).

Hay además un resultado que invierte la lógica habitual del sesgo de superioridad informativa: quienes declaran haber propagado desinformación perciben a la persona media como más capaz de detectar bulos (29,4% le atribuyen algún grado de seguridad), que quienes declaran no haber propagado (18,6%). Quienes más difunden desinformación son precisamente quienes menos sienten que el resto de personas son vulnerables a ella, y la pauta se repite en el canal conversacional (23,5% frente a 18,6%). La decisión de compartir desinformación parece discurrir al margen de la autopercepción y de la percepción de la persona media. Se comparte sin que en ese momento intervenga ningún juicio sobre la veracidad del contenido ni sobre quién puede o no detectarlo, en coherencia con la hipótesis de inatención de Pennycook y Rand (2021).

4.2.6. Atribución del origen y la difusión de desinformación

Cuando se pregunta a quién se atribuye la responsabilidad de originar y difundir información falsa, los políticos o partidos políticos del propio país son los actores más señalados en el total de la muestra (57,0%), seguidos de cerca por *influencers* y personalidades en línea (54,5% de los individuos) y los gobiernos, políticos o partidos políticos extranjeros (45,4%). Los medios de comunicación y periodistas también concentran una proporción relevante de atribución (45,6%), por encima de los lobbies y grupos de presión (40,4%).

La respuesta varía con la edad en casi todos los actores evaluados.

Los/as *influencers* y personalidades online presentan un gradiente que crece con la edad. El 59,9% de los mayores de 65 los identifica como fuente de desinformación, frente al 41,8% de los jóvenes de 16 a 24 años. Este resultado sugiere que las generaciones mayores, con menor familiaridad con el ecosistema de creadores de contenido digital, pueden percibir a los/as *influencers* como actores más opacos y menos fiables que quienes consumen sus contenidos cotidianamente.

Los políticos y partidos políticos del propio país también presentan un gradiente creciente con la edad. El 43,9% de los jóvenes de 16 a 24 años los identifica como fuente de desinformación, proporción que asciende, con un leve descenso en el grupo de 35-44, hasta el 68,9% entre el grupo de mayores de 65. Los gobiernos, políticos o partidos extranjeros presentan menores diferencias por edad, con la excepción de un salto en el grupo de mayores de 65 (51,6% frente al 44,8% del grupo de 55-64).

Los medios de comunicación y periodistas muestran un patrón diferente: son más señalados por los grupos de 25 a 34 años (45,7%) y por los mayores de 65 (53,8%) que por los grupos intermedios, lo que sugiere dinámicas de desconfianza mediática que no responden a un gradiente lineal de edad.

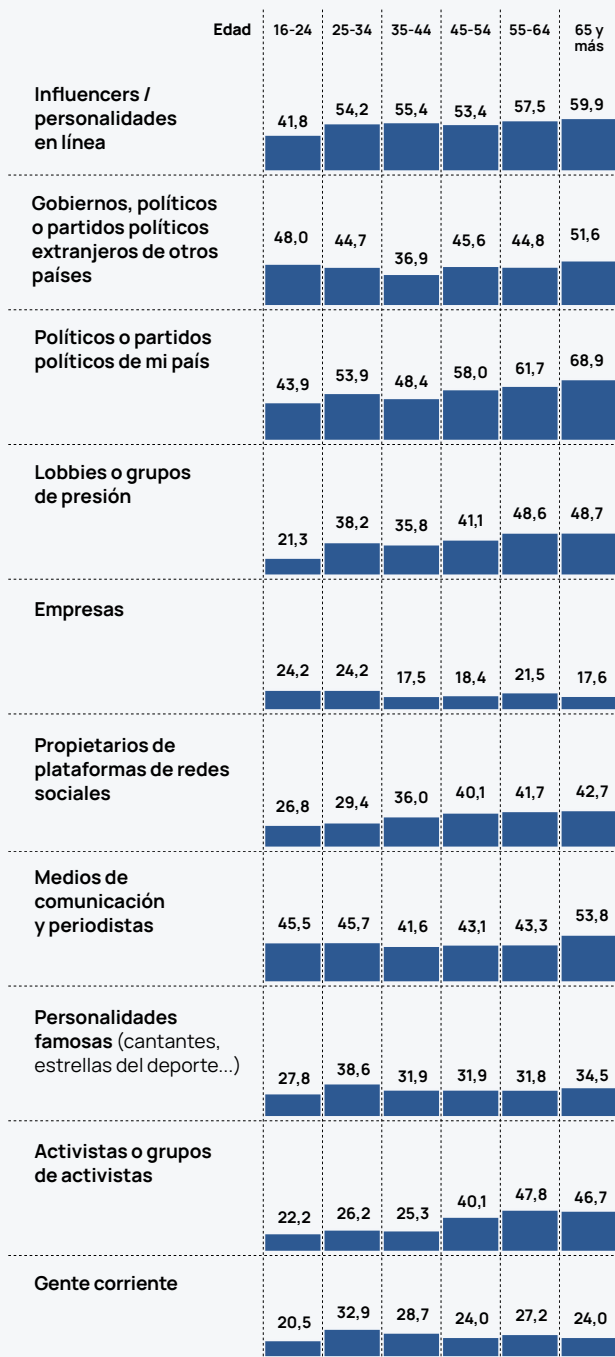
Los grupos activistas como fuente de desinformación son señalados en mayor medida por los grupos de 45 años en adelante (entre el 40% y el 48%) que por los jóvenes de 16 a 24 años (22,2%). Esta diferencia proba-

ILUSTRACIÓN 10

Actores percibidos como principales responsables de la desinformación por grupo de edad

En lo que respecta a la información falsa y engañosa que circula hoy en día en general, ¿cuáles de los siguientes grupos representan una mayor amenaza por originarla y/o difundirla? Seleccione todos los que crea pertinentes.

Porcentajes.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

blemente refleja exposiciones distintas a los debates políticos según la generación. Las personas corrientes como fuente de bulos presentan una distribución algo irregular: son más señaladas por los grupos de 25 a 34 (32,9%) y de 55 a 64 años (27,2%) que por los jóvenes de 16 a 24 (20,5%) o los mayores de 65 (24,0%), sin un gradiente claro por edad.

4.2.7. La inteligencia artificial frente a la desinformación

La percepción de la IA como riesgo para la propagación de desinformación es alta en general (62,4%) (puntuaciones 5-7). La distribución por grupos de edad es alta en todos ellos, pero el acuerdo total (puntuación 7) es más bajo en jóvenes de 16-24 años (17,7%) que en los grupos de 25-34 años (35,3%) y 55-64 años (36,4%). Este patrón sugiere que los usuarios más intensivos de IA tienen una visión algo más matizada sobre la capacidad de la IA para facilitar bulos, posiblemente porque tienen más familiaridad con sus limitaciones. Los grupos de mediana edad, que usan la IA con moderación, pero han absorbido el relato del riesgo, son los que mayor acuerdo pleno muestran.

Cuando se analiza por nivel educativo, se ve que el acuerdo con la IA como riesgo no varía sustancialmente: entre el 28,2% (estudios primarios) y el 32,0% (estudios universitarios) muestran un acuerdo total. Sin embargo, las personas con estudios primarios tienen la mayor tasa de "no sabe" (10,3%), lo que indica un mayor nivel de incertidumbre sobre esta cuestión.

La percepción de la IA como herramienta de verificación es también baja en todos los grupos, solo el 27% está de acuerdo. Las personas jóvenes de 16-24 años son relativamente más optimistas. El 31,2% tiene acuerdo alto (5-7) frente al 24,7% de 55-64 años. Por nivel educativo, las diferencias son mínimas. Por género, no hay diferencias significativas en ninguno de los dos ítems.

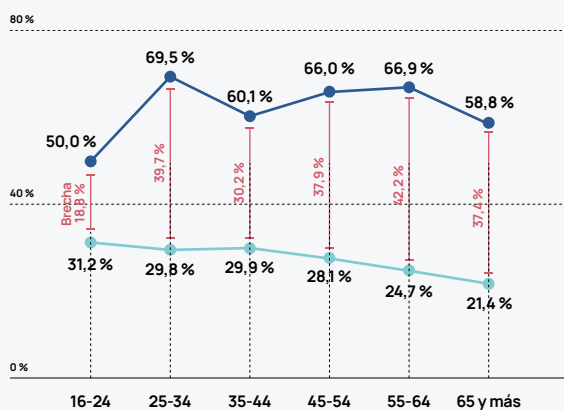
ILUSTRACIÓN 11

Percepción del papel de las herramientas de IA en la desinformación

Me gustaría que indicara su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala de 1 a 7, donde el 1 se corresponde con “totalmente en desacuerdo” y el 7 con “totalmente de acuerdo”, con las siguientes afirmaciones:

Porcentajes con acuerdo alto (5-7) por grupo de edad.

- La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.
- La inteligencia artificial (IA) es una herramienta útil que ayuda a la gente a desmentir bulos o mentiras que se difunden como noticias verdaderas



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

4.3. Efectos de las intervenciones cognitivas sobre la identificación y difusión de desinformación científica

El bloque de preguntas en torno a la credibilidad percibida y difusión de desinformación contiene un experimento entre sujetos orientado a estimar el efecto causal de dos tipos de intervención cognitiva, en la tradición de los *nudges* de precisión (recordatorios que estimulan alguna acción, como reflexionar a las personas participantes) (Pennycook et al., 2020), sobre la intención de difundir noticias. Las intervenciones consisten en solicitar a la persona encuestada que, antes de responder a la pregunta sobre intención de difusión, reflexione sobre (a) la reacción emocional que le suscita la noticia, (b) la credibilidad de la información y su intención de verificarla, o (c) ambas dimensiones simultáneamente. El grupo de control pasó directamente a la pregunta de difusión sin ninguna intervención previa.

Medir por separado la credibilidad percibida y la intención de difundir responde a algo que la investigación ha documentado con insistencia: ambas dimensiones se disocian, y las personas pueden compartir contenido que no consideran del todo fiable cuando median motivaciones sociales, identitarias o emocionales (Pennycook et al., 2020).

La decisión de incluir la activación emocional como factor experimental responde a la evidencia de que los contenidos desinformativos tienden a estar diseñados para captar la atención a través de emociones intensas, como indignación, miedo, sorpresa, y que son precisamente los bulos con mayor carga emocional los que alcanzan mayor

difusión (López-Carrión y Llorca-Abad, 2025). La Tabla 3 describe los cuatro grupos experimentales y la submuestra telefónica, definidos por la variable grupo.

En cada cuestionario se presentaron ocho titulares seleccionados aleatoriamente: uno falso y uno verdadero por cada uno de los cuatro temas (clima, alimentación y salud, vacunas e inteligencia artificial). La Tabla 4 muestra los dieciséis titulares disponibles.

Lo que esta arquitectura permite es algo que los estudios de encuesta convencionales no pueden hacer: atribuir causalmente las diferencias en la intención de compartir a cada tipo de intervención, sin confundir el efecto de saber que algo es falso con el efecto de sentir algo al leerlo. Para cada combinación de tema y veracidad existían dos variantes de titular, asignadas de forma aleatoria con probabilidad aproximada del 50% y de manera equilibrada entre los grupos experimentales. La variante asignada queda registrada en las variables de estímulo ($\{\text{tema}\}_{\text{veracidad}}$, con valores 1 o 2).

El experimento tiene una lógica sencilla en su diseño, aunque compleja en sus implicaciones. A cada persona asignada a los grupos experimentales se le presentaron ocho contenidos informativos de contenido científico de un total de dieciséis —cuatro verdaderos y cuatro falsos— antes de preguntarle en qué medida los compartiría. La diferencia entre grupos estaba en que antes de responder a eso, se les preguntaba distintas cosas, a modo de estímulos para hacer distintas reflexiones acerca de esos contenidos informativos. El grupo G1 reflexionó sobre la emoción que le producía el titular y también sobre su credibilidad. El G2 solo reflexionó sobre la emoción. El G3 solo evaluó la credibilidad y su intención de verificar la información. Y el G4, el grupo de control, pasó directamente a la pregunta sin ninguna intervención previa. La intención de compartir se midió por separado para dos canales: (a) la red personal (conversaciones directas o llamadas telefónicas), y (b) redes sociales y aplicaciones de mensajería pública. Las Tablas 5 y 6 presentan los resultados para cada canal, respectivamente.

TABLA 3: Grupos experimentales

Grupo	Denominación	Preguntas administradas	N	Descripción
1	Nudge combinado	P6.1 + P6.2 + P6.3 + P6.4	526	Reflexión emocional y evaluación de credibilidad antes de la pregunta de difusión.
2	Nudge emocional	P6.1 + P6.4	528	Solo reflexión emocional antes de la pregunta de difusión.
3	Nudge de credibilidad.	P6.2 + P6.3 + P6.4	526	Solo evaluación de credibilidad y verificación antes de la pregunta de difusión.
4	Control	P6.4	525	Sin intervención; solo pregunta de difusión.
99	Sin asignación (CATI)	—	110	Submuestra telefónica; no participó en el experimento.

TABLA 4: Contenidos para los grupos experimentales

Tema	Tipo	Var.	Titular
Clima	Falsa	1	Algunos países fumigan las nubes antes de su llegada a la península para deshacer la lluvia.
Clima	Falsa	2	La DANA en Valencia ha sido producto de un ataque meteorológico HAARP.
Clima	Verdadera	1	El cambio climático se relaciona con la intensidad de los incendios extremos que tuvieron lugar en España en 2025.
Clima	Verdadera	2	Los biocombustibles no son 100% renovables.
Alimentación y salud	Falsa	1	Existen alimentos que permiten reducir el cortisol y, así, adelgazar.
Alimentación y salud	Falsa	2	Se ha encontrado un posible vínculo entre el autismo y el consumo de paracetamol durante el embarazo.
Alimentación y salud	Verdadera	1	El uso de cremas solares fotoprotectoras en la vida real no provoca insuficiencia de vitamina D.
Alimentación y salud	Verdadera	2	La homeopatía no funciona (más allá del placebo).
Vacunas	Falsa	1	El mercurio que contienen las vacunas es perjudicial para la salud.
Vacunas	Falsa	2	Las vacunas de COVID-19 causan esterilidad y pueden ocasionar impotencia sexual masculina.
Vacunas	Verdadera	1	El virus de la gripe se adapta y cambia de temporada en temporada, por eso es necesario vacunarse cada año.
Vacunas	Verdadera	2	La vacuna contra el virus del papiloma humano es efectiva y segura.
IA	Falsa	1	La IA puede ofrecer terapia al mismo nivel que cualquier profesional formado en psicología.
IA	Falsa	2	La IA actual fue diseñada para acabar con la humanidad.
IA	Verdadera	1	Las respuestas de una IA pueden mostrar un sesgo de adulación (que nos dé la razón en todo).
IA	Verdadera	2	Un modelo de IA es como un loro: puede replicar conversaciones, pero no entiende qué está diciendo.

Los resultados se presentan separados por canal: conversaciones personales y llamadas, por un lado; redes sociales y mensajería pública, por otro. Además, por tipo de mensaje, según sea verdadero o falso. La escala va de 1 (no lo compartiría en absoluto) a 7 (lo compartiría con total seguridad). Los valores medios en todos los grupos se sitúan en la franja baja de la escala, lo que refleja una prudencia general ante la difusión de información científica que es en sí misma un resultado a no pasar por alto.

4.3.1. Efectos de las intervenciones sobre el discernimiento

El hallazgo más robusto del experimento es también el más intuitivo. Cuando se pide a las personas que reflexionen sobre si una información es confiable y si querrían verificarla antes de compartirlo —el grupo G3— la intención de compartir informaciones falsas cae de forma consistente y estadísticamente significativa en todos los contenidos falsos evaluados en redes sociales. La reducción respecto al grupo de control oscila entre 0,24 puntos en el bulo del paracetamol y el autismo y 0,52 puntos en el de la fumigación de nubes, en una escala de 7 puntos. En el canal de red personal el patrón es el mismo, pero con menor intensidad, con una reducción media de -0,24 puntos frente a -0,37 en redes sociales.

El efecto protector que aporta el estímulo de credibilidad también aparece de forma sistemática, pero con alguna excepción más.

En el caso de los contenidos presentados en torno al paracetamol y el autismo, la diferencia entre G3 y el control apenas alcanza los 0,08 puntos y no es estadísticamente significativa. Esto sugiere que este bulo apela a una preocupación muy concreta de algunas familias y resiste la reflexión sobre credibilidad en entornos de confianza interpersonal.

En el caso de la desinformación sobre vacunas, en general se aprecia que, en redes sociales el estímulo de credibilidad reduce significativamente el impulso de compartir, pero en la red personal las diferencias entre grupos se estrechan y en algún caso desaparecen. Cuando el canal de difusión es la conversación con amigos y familiares, el efecto de un recordatorio sobre credibilidad se diluye ante el peso de las creencias previas y las dinámicas de confianza social.

Hay, sin embargo, un coste que no conviene ignorar. El *nudge* de credibilidad reduce la intención de compartir no solo las informaciones falsas, sino también las verdaderas. En redes sociales, el grupo G3 comparte menos que el grupo de control en los ocho titulares verdaderos, con diferencias que van desde 0,39 puntos en biocombustibles hasta 1,13 puntos en la vacuna de la gripe. Pedir a las personas que evalúen críticamente la información antes de difundirla hace que sean más cautelosas en general, no solo con los bulos. Es el precio de la reflexividad; quien frena antes de compartir lo falso también frena antes de compartir lo verdadero.

4.3.2. Efectos de la reflexión emocional: ampliación de la difusión e interferencia del discernimiento

El estímulo emocional al que se expuso al grupo G2, al que solo se le pidió reflexionar sobre cómo le hacía sentir cada titular muestra consistentemente la mayor intención de difundir en prácticamente todos los contenidos falsos evaluados, superando al grupo de control en ambos casos, las redes personales y las redes sociales. Este resultado ya se predice en la literatura, que muestra que los contenidos desinformativos están diseñados para captar la atención a través de emociones intensas, y que ese diseño funciona. Detenerse a pensar en cómo hace sentir una noticia intensifica el impulso de compartirla.

Lo que resulta más inesperado es el comportamiento del grupo G1, que combina ambas reflexiones, en torno a la credibilidad y la activación emocional. La expectativa razonable sería que añadir la evaluación epistémica moderara el efecto amplificador de la emoción. Pero los datos no confirman ese efecto aditivo. En muchos titulares, G1 se sitúa entre G2 y G3 sin alcanzar sistemá-

ticamente la eficacia del estímulo de credibilidad puro. La activación emocional, incluso cuando va acompañada de la evaluación crítica, parece interferir con el efecto protector de la reflexión sobre veracidad.

El caso más llamativo es el del titular que expone que la IA actual fue diseñada para acabar con la humanidad. Es el único bulo en el que los dos grupos con reflexión emocional —G1 y G2— muestran una intención de compartir superior al grupo de control, tanto en redes sociales como en la red personal. En redes, G1 alcanza 2,61 y G2 llega a 2,67, frente a 2,08 del control y 1,79 del grupo que solo evaluó credibilidad. En conversaciones personales, G1 llega a 3,30 y G2 a 3,24, frente a 2,82 del control. Algo que distingue este titular de los demás es su carga emocional específica. No genera enfado difuso ni desconfianza generalizada, sino algo más visceral y primitivo, miedo ante una amenaza existencial. Detenerse a pensar en esa emoción, en lugar de calmar el impulso de compartir, parece intensificarlo. El miedo, cuando es suficientemente intenso, actúa como un catalizador de la difusión incluso cuando la persona sabe —o acaba de reflexionar— que la noticia es poco creíble.

TABLA 5: Intención de compartir bulos por grupo experimental en redes personales (conversaciones directas o llamadas telefónicas; ponderado; escala 1-7)

Contenidos informativos	Emociones y veracidad (G1)	Emociones (G2)	Veracidad (G3)	Control (G4)
A. Informaciones verdaderas				
El cambio climático se relaciona con la intensidad de los incendios extremos que tuvieron lugar en España en 2025 (n = 1055)	3.27 ^[2] (0.17)	3.83 ^[1,3] (0.16)	3.18 ^[2,4] (0.17)	3.68 ^[3] (0.16)
Los biocombustibles no son 100% renovables (n = 1050)	2.97 ^[2] (0.15)	3.73 ^[1,3] (0.20)	2.85 ^[2,4] (0.14)	3.32 ^[3] (0.14)
El uso de cremas solares fotoprotectoras en la vida real no provoca insuficiencia de vitamina D (n = 1086)	3.25 ^[2,4] (0.16)	4.12 ^[1,3] (0.18)	3.34 ^[2,4] (0.14)	4.07 ^[1,3] (0.15)
La homeopatía no funciona (más allá del placebo) (n = 1019)	2.79 ^[2,4] (0.15)	3.49 ^[1,3] (0.20)	2.86 ^[2,4] (0.16)	3.65 ^[1,3] (0.17)
El virus de la gripe se adapta y cambia de temporada en temporada, por eso es necesario vacunarse cada año (n = 1027)	3.72 ^[2,4] (0.15)	4.36 ^[1,3] (0.17)	3.68 ^[2,4] (0.18)	4.62 ^[1,3] (0.17)
La vacuna contra el virus del papiloma humano es efectiva y segura (n = 1078)	3.78 ^[2,4] (0.16)	4.59 ^[1,3] (0.17)	4.07 ^[2,4] (0.17)	4.52 ^[1,3] (0.15)
Las respuestas de una IA pueden mostrar un sesgo de adulación (que nos dé la razón en todo) (n = 1061)	2.98 ^[2,4] (0.15)	3.60 ^[1,3] (0.19)	3.02 ^[2,4] (0.13)	3.67 ^[1,3] (0.15)
Un modelo de IA es como un loro: puede replicar conversaciones, pero no entiende qué está diciendo (n = 1044)	2.97 ^[2,4] (0.16)	3.49 ^[1,3] (0.17)	2.75 ^[2,4] (0.16)	3.67 ^[1,3] (0.16)
B. Informaciones falsas				
Algunos países fumigan las nubes antes de su llegada a la península para deshacer la lluvia (n = 1046)	2.88 ^[2,3] (0.15)	3.63 ^[1,3,4] (0.17)	2.28 ^[1,2,4] (0.12)	2.94 ^[2,3] (0.17)
La DANA en Valencia ha sido producto de un ataque meteorológico HAARP (n = 1059)	2.53 (0.17)	2.97 ^[3] (0.19)	2.27 ^[2] (0.14)	2.61 (0.16)
Existen alimentos que permiten reducir el cortisol y, así, adelgazar (n = 1025)	3.13 ^[2,4] (0.16)	3.84 ^[1,3] (0.21)	3.05 ^[2,4] (0.14)	3.62 ^[1,3] (0.18)
Se ha encontrado un posible vínculo entre el autismo y el consumo de paracetamol durante el embarazo (n = 1080)	2.97 (0.16)	3.31 ^[3,4] (0.17)	2.73 ^[2] (0.15)	2.81 ^[2] (0.14)
El mercurio que contienen las vacunas es perjudicial para la salud (n = 1055)	3.07 (0.16)	3.41 ^[3] (0.20)	2.70 ^[2,4] (0.14)	3.30 ^[3] (0.17)
Las vacunas de COVID-19 causan esterilidad y pueden ocasionar impotencia sexual masculina (n = 1050)	2.80 ^[2] (0.16)	3.55 ^[1,3,4] (0.19)	2.52 ^[2] (0.14)	2.83 ^[2] (0.16)
La IA puede ofrecer terapia al mismo nivel que cualquier profesional formado en psicología (n = 1080)	2.56 ^[2] (0.14)	3.09 ^[1,3] (0.18)	2.31 ^[2] (0.13)	2.70 (0.15)
La IA actual fue diseñada para acabar con la humanidad (n = 1025)	3.30 ^[3,4] (0.17)	3.24 ^[3] (0.16)	2.44 ^[1,2] (0.16)	2.82 ^[1] (0.16)

Nota: Los superíndices indican diferencias estadísticamente significativas ($p < .05$, prueba z bilateral) con el grupo: 1 = Emociones y veracidad (G1), 2 = Emociones (G2), 3 = Veracidad (G3), 4 = Control (G4). Errores típicos entre paréntesis.

TABLA 6: Intención de compartir por grupo experimental y titular en redes sociales y mensajería (ponderado; escala 1-7)

Contenidos informativos	Emociones y veracidad (G1)	Emociones (G2)	Veracidad (G3)	Control (G4)
A. Informaciones verdaderas				
El cambio climático se relaciona con la intensidad de los incendios extremos que tuvieron lugar en España en 2025 (n = 1055)	2.64 ^[4] (0.14)	2.92 (0.14)	2.52 ^[4] (0.15)	3.11 ^[1,3] (0.14)
Los biocombustibles no son 100% renovables (n = 1050)	2.42 ^[2] (0.13)	3.08 ^[1,3,4] (0.16)	2.21 ^[2,4] (0.11)	2.60 ^[2,3] (0.12)
El uso de cremas solares fotoprotectoras en la vida real no provoca insuficiencia de vitamina D (n = 1086)	2.38 ^[2,4] (0.12)	2.98 ^[1,3] (0.16)	2.46 ^[2,4] (0.14)	3.15 ^[1,3] (0.16)
La homeopatía no funciona (más allá del placebo) (n = 1019)	2.15 ^[2,4] (0.12)	2.66 ^[1] (0.15)	2.30 ^[4] (0.15)	2.91 ^[1,3] (0.16)
El virus de la gripe se adapta y cambia de temporada en temporada, por eso es necesario vacunarse cada año (n = 1027)	2.67 ^[2,4] (0.14)	3.20 ^[1,3] (0.16)	2.43 ^[2,4] (0.13)	3.56 ^[1,3] (0.19)
La vacuna contra el virus del papiloma humano es efectiva y segura (n = 1078)	2.86 ^[2,4] (0.15)	3.62 ^[1,3] (0.16)	2.87 ^[2,4] (0.15)	3.78 ^[1,3] (0.18)
Las respuestas de una IA pueden mostrar un sesgo de adulación (que nos dé la razón en todo) (n = 1061)	2.23 ^[2,4] (0.12)	2.86 ^[1,3] (0.16)	2.33 ^[2,4] (0.11)	2.99 ^[1,3] (0.15)
Un modelo de IA es como un loro: puede replicar conversaciones, pero no entiende qué está diciendo (n = 1044)	2.10 ^[2,4] (0.11)	2.76 ^[1,3] (0.14)	2.24 ^[2,4] (0.14)	2.82 ^[1,3] (0.15)
B. Informaciones falsas				
Algunos países fumigan las nubes antes de su llegada a la península para deshacer la lluvia (n = 1046)	2.26 ^[2,3] (0.12)	2.87 ^[1,3,4] (0.17)	1.72 ^[1,2,4] (0.08)	2.24 ^[2,3] (0.14)
La DANA en Valencia ha sido producto de un ataque meteorológico HAARP (n = 1059)	1.96 ^[2] (0.13)	2.36 ^[1,3] (0.13)	1.93 ^[2] (0.12)	2.21 (0.15)
Existen alimentos que permiten reducir el cortisol y, así, adelgazar (n = 1025)	2.48 (0.14)	2.79 ^[3] (0.17)	2.28 ^[2,4] (0.12)	2.77 ^[3] (0.16)
Se ha encontrado un posible vínculo entre el autismo y el consumo de paracetamol durante el embarazo (n = 1080)	1.93 ^[2] (0.11)	2.60 ^[1,3] (0.15)	1.99 ^[2] (0.12)	2.23 (0.12)
El mercurio que contienen las vacunas es perjudicial para la salud (n = 1055)	2.25 ^[2] (0.14)	2.69 ^[1,3] (0.16)	2.18 ^[2] (0.13)	2.52 (0.16)
Las vacunas de COVID-19 causan esterilidad y pueden ocasionar impotencia sexual masculina (n = 1050)	2.11 ^[2] (0.11)	2.64 ^[1,3] (0.15)	1.84 ^[2,4] (0.10)	2.32 ^[3] (0.14)
La IA puede ofrecer terapia al mismo nivel que cualquier profesional formado en psicología (n = 1080)	1.93 ^[2,4] (0.10)	2.45 ^[1,3] (0.14)	1.92 ^[2] (0.11)	2.26 ^[1] (0.14)
La IA actual fue diseñada para acabar con la humanidad (n = 1025)	2.61 ^[3,4] (0.15)	2.67 ^[3,4] (0.15)	1.79 ^[1,2] (0.10)	2.08 ^[1,2] (0.12)

Nota: Los superíndices indican diferencias estadísticamente significativas ($p < .05$, prueba z bilateral) con el grupo: 1 = Emociones y veracidad (G1), 2 = Emociones (G2), 3 = Veracidad (G3), 4 = Control (G4). Errores típicos entre paréntesis.

4.3.3. Identificación de la desinformación: credibilidad percibida e intención de verificación

Además de valorar su intención de compartir cada titular, las personas que participaron en los grupos G1 y G3 evaluaron en qué medida consideraban confiable cada afirmación (escala 1-7) y si querrían comprobar su veracidad antes de difundirla. Las respuestas a estas preguntas nos permiten aproximarnos a las estrategias que la ciudadanía activa ante la desinformación científica.

En la valoración de la credibilidad las personas distinguen razonablemente bien entre titulares verdaderos y falsos en términos medios, pero con excepciones relevantes. Los titulares verdaderos obtienen una credibilidad media de entre 3,91 y 4,99 puntos sobre 7, mientras que los falsos se sitúan entre 2,33 y 3,59. Sin embargo, el bulo sobre alimentos que reducen el cortisol (M = 3,59) resulta más creíble que tres de los ocho titulares verdaderos, lo que confirma que la credibilidad percibida no es un discriminador fiable en todos los casos.

La intención de verificar no sigue el patrón que se podría esperar, no es mayor ante los titulares falsos que ante los verdaderos. El 69,1% de los participantes querría comprobar el bulo del cortisol – el porcentaje más alto de toda la serie –, pero también el 67,4% querría verificar la afirmación verdadera sobre la vacuna del VPH. La intención de verificación parece responder más a la incertidumbre y al interés que a la sospecha de falsedad. Dicho

de otro modo, la ciudadanía parece utilizar la verificación como señal de que un contenido le importa o le genera curiosidad, independientemente de si lo percibe como verdadero o falso.

El análisis de correlación entre el perfil emocional de cada titular y el porcentaje de participantes que declara querer verificarlo (ver en tabla A1 en anexo) antes de compartir revela que las emociones de mayor intensidad sean de valencia positiva (como optimismo) o de valencia negativa (como enfado) se asocian negativamente con la intención de verificación. En cambio, la indiferencia es la emoción que más positivamente correlaciona con esta intención. A mayor activación emocional, en cualquier dirección, menor probabilidad de que el receptor quiera comprobar la veracidad del contenido antes de difundirlo.

Cuando un contenido activa una respuesta emocional intensa, esa respuesta desplaza la evaluación deliberada (Pennycook y Rand, 2021; Ecker et al., 2022). Parece que hay dos mecanismos operando de forma simultánea. Un mecanismo cognitivo, por el que la emoción intensa interrumpe el proceso de evaluación antes de que llegue a formularse la pregunta sobre la veracidad; y un mecanismo motivacional, por el que cuando el contenido confirma lo que la persona ya cree o quiere creer, la verificación parece innecesaria. Las dos dinámicas van en la misma dirección y se refuerzan mutuamente. Las emociones intensas aumentan la difusión y suprimen simultáneamente la verificación.

TABLA 7: Credibilidad percibida de las informaciones científicas y verificación (medias y Porcentajes; ponderado; escala 1-7)

Titular	Credibilidad	Comprobar
A. Informaciones verdaderas		
El cambio climático se relaciona con la intensidad de los incendios extremos que tuvieron lugar en España en 2025 (n = 1055)	4.14	57.9%
Los biocombustibles no son 100% renovables (n = 1050)	3.91	63.2%
El uso de cremas solares fotoprotectoras en la vida real no provoca insuficiencia de vitamina D (n = 1086)	4.10	62.4%
La homeopatía no funciona (más allá del placebo) (n = 1019)	3.91	53.8%
El virus de la gripe se adapta y cambia de temporada en temporada, por eso es necesario vacunarse cada año (n = 1027)	4.99	53.5%
La vacuna contra el virus del papiloma humano es efectiva y segura (n = 1078)	4.88	67.4%
Las respuestas de una IA pueden mostrar un sesgo de adulación (que nos dé la razón en todo) (n = 1061)	3.92	55.1%
Un modelo de IA es como un loro: puede replicar conversaciones, pero no entiende qué está diciendo (n = 1044)	3.99	53.2%
B. Informaciones falsas		
Algunos países fumigan las nubes antes de su llegada a la península para deshacer la lluvia (n = 1046)	2.79	55.3%
La DANA en Valencia ha sido producto de un ataque meteorológico HAARP (n = 1059)	2.33	48.0%
Existen alimentos que permiten reducir el cortisol y, así, adelgazar (n = 1025)	3.59	69.1%
Se ha encontrado un posible vínculo entre el autismo y el consumo de paracetamol durante el embarazo (n = 1080)	2.75	62.9%
El mercurio que contienen las vacunas es perjudicial para la salud (n = 1055)	3.03	65.6%
Las vacunas de COVID-19 causan esterilidad y pueden ocasionar impotencia sexual masculina (n = 1050)	2.79	62.5%
La IA puede ofrecer terapia al mismo nivel que cualquier profesional formado en psicología (n = 1080)	2.69	49.4%
La IA actual fue diseñada para acabar con la humanidad (n = 1025)	2.84	56.0%

Confiabilidad y % Comprobar: G1+G3, Emociones: G1+G2, Estimaciones ponderadas, 888/999 tratados como perdidos.

La implicación para el diseño de intervenciones es complicada. Los contenidos que más activan el deseo de verificar la información son precisamente los que menos lo necesitarían, porque su baja carga emocional ya reduce el impulso de difundirlos. El contenido realmente problemático -el que genera optimismo, esperanza, indignación o miedo intensos- es el que menos activa ese hábito de verificación y más activa el impulso de compartir. Las intervenciones de alfabetización mediática necesitan entrenar el hábito de verificar precisamente cuando el contenido genera una reacción emocional fuerte, que es exactamente el momento en que ese hábito es menos probable que se active de forma espontánea.

4.3.4. Métodos de verificación empleados

Entre quienes declaran que verificarían al menos un titular antes de compartirlo, el medio más utilizado son los medios de comunicación de confianza (31,8%). Esto es un dato positivo, que indica que una parte relevante de la ciudadanía sigue orientándose hacia fuentes periodísticas profesionales cuando quiere contrastar una información. Le sigue el buscador de internet, al que recurriría el 24,3% de participantes. A continuación, se sitúan los servicios de verificación especializados o *fact-checkers* (14,6%), la inteligencia artificial (13,1%) y la consulta a personas conocidas (10,4%).

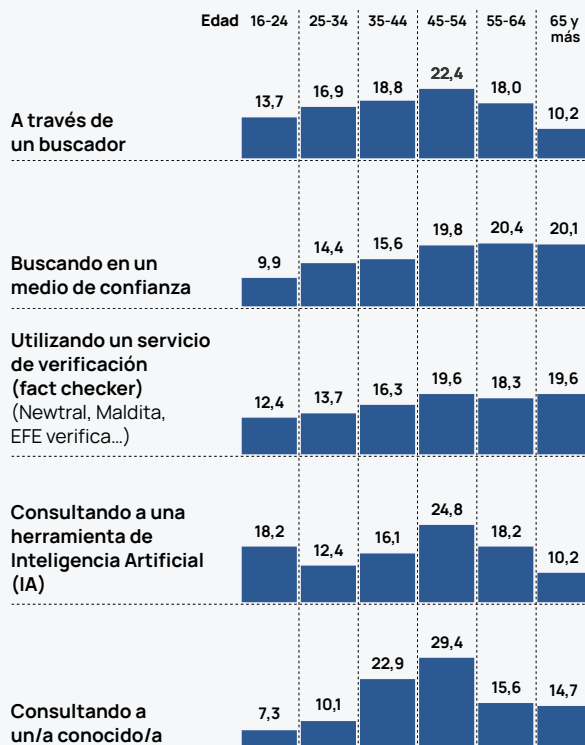
Las estrategias de comprobación varían significativamente según la edad en tres de los cinco medios analizados. El buscador de internet es el único medio con un gradiente lineal claro y significativo cuyo uso crece de forma consistente con la edad, desde el

ILUSTRACIÓN 12

Métodos de verificación empleados para comprobar la información por edad

¿A través de qué medio comprobaría la veracidad de la noticia?

Porcentajes que indican ese medio en al menos un titular.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

10,1% en el grupo de 16 a 24 años hasta el 22,9% entre el grupo de mayores de 65. El uso de la IA para verificar también muestra diferencias significativas, pero con un patrón no lineal. Los grupos de 16 a 24 años (18,2%) y de 45 a 54 años (24,8%) son los que más recurren a ella, mientras que los mayores de 65 son los que menos (10,2%). Refleja un patrón similar la consulta a personas conocidas. Varía significativamente con la edad, con un máximo en los grupos de 35 a 54 años y un mínimo en los más jóvenes (7,3%). Las personas jóvenes de 16 a 24 son

quienes menos consultan a su red personal para verificar.

Los dos medios sin diferencias significativas por edad son los más relevantes para las políticas de alfabetización, dado que son los medios profesionales: los medios de comunicación de confianza y los *fact-checkers*. El uso de servicios de verificación especializados -Maldita, Newtral, EFE Verifica- es bajo y homogéneo en todos los grupos de edad, sin que ninguna franja generacional los adopte de forma diferencial, lo que indica un problema de hábito más que de acceso.

4.4. Factores relacionados con la intención de propagar desinformación acerca de temas científicos

4.4.1. Las noticias me encuentran

Las noticias me encuentran (News Finds Me) (Gil de Zúñiga, 2021) surge en el contexto del uso intensivo de redes sociales como vía principal de acceso a la información. Alude a la creencia de que no es necesario buscar activamente noticias para estar bien informado/a, ya que estas llegan de forma incidental a través de contactos, algoritmos y contenidos compartidos. Esta lógica de consumo pasivo, propia de un entorno mediático marcado por la figura del prosumidor (que consume y produce contenidos) y la circulación constante de información, puede aumentar la exposición a contenidos no verificados o de baja calidad, favoreciendo la desinformación. Por ello, en este estudio se propone medir el grado en que los individuos adoptan esta creencia, con el objetivo de analizar su relación con la vulnerabilidad a la desinformación.

Algo más de la cuarta parte del público entrevistado (27,1%) está bastante o totalmente de acuerdo con que cuenta con sus amistades para saber lo que es importante en relación con las noticias. El 40,6% se siente bien informado sin seguir activamente las noticias. El 35,2% considera que no necesita buscar noticias porque le llegarán por las redes sociales.

El hallazgo más relevante de este bloque es que la dependencia de redes para recibir información no sigue el gradiente esperado. Podría suponerse que los grupos de mayor edad, con menor familiaridad con las plataformas digitales, mostrarían menor disposición a delegar en los algoritmos la selección de noticias. Sin embargo, los datos apuntan en dirección contraria: es el grupo de 25-34 años el que presenta el mayor grado de acuerdo con la afirmación de que no necesita buscar noticias porque le llegarán (42,9%), mientras que los valores más bajos corresponden al grupo de 55-64 (31,1%) y, de forma llamativa al de 16-24 años (33,3%), que se sitúa incluso por debajo del de mayores de 65 (34,1%). Este patrón sugiere que la pasividad informativa mediada por algoritmos no es un fenómeno asociado a la edad avanzada ni una consecuencia directa del uso más intensivo de redes sociales entre los jóvenes, sino que caracteriza especialmente a la franja adulta joven de entre 25 y 34 años.

La dependencia de amistades para saber qué es lo importante cuando las noticias ocurren se mantiene estable a lo largo de todo el ciclo vital con valores que oscilan entre el 24,7% del grupo de 16-24 y el 33,1% del grupo de 25-34 años. Los grupos de mayor edad se

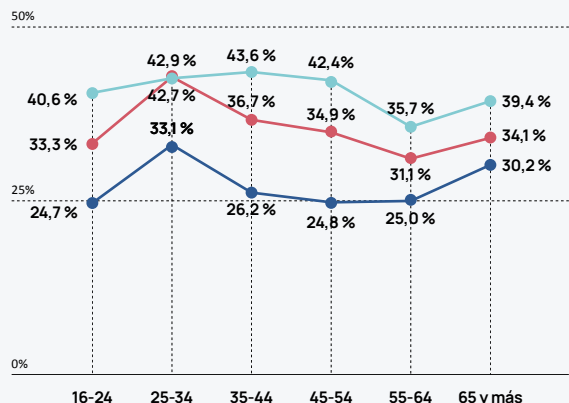
ILUSTRACIÓN 13

Percepción de las “noticias me encuentran” por edad

¿Podría indicar si está totalmente en desacuerdo, bastante en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, bastante de acuerdo o totalmente de acuerdo con las siguientes frases?

Porcentajes (Bastante + Totalmente).

- Puedo estar bien informado sin seguir activamente las noticias
- No necesito buscar: las noticias me llegarán por redes
- Cuento con mis amigos para saber lo que es importante



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

sitúan en valores intermedios, con un ligero repunte en el grupo de 65 o más (30,2%). La creencia de que es posible estar bien informado sin seguir activamente las noticias alcanza su máximo en el grupo de 35-44 años (43,6%), mantiene niveles elevados en los grupos adyacentes y desciende de forma pronunciada en el grupo de 55-64 (35,7%) y repunta en el grupo de mayores de más de 65 años (39,4%), sin alcanzar los niveles de los grupos más jóvenes.

4.4.2. Las noticias me encuentran y preocupaciones por la desinformación

Para analizar la relación de *las noticias me encuentran* (NME) con las preocupaciones acerca de la desinformación, analizamos cuatro ítems que reflejan diversas inquietudes. Más adelante se mostrará su relación con las variables sociodemográficas. Se ha dividido la muestra en tres grupos de igual tamaño -terciles- diferenciados por el índice de NME en los tres ítems comentados en el apartado anterior. El análisis muestra diferencias significativas según el nivel de *las noticias me encuentran*, con un patrón en forma de U. En todos los casos, el grupo de NME medio destaca por su menor nivel de preocupación, mientras que los grupos de NME bajo y alto se parecen entre sí y muestran niveles de acuerdo total similares.

En todos los ítems, el tercil medio expresa acuerdo total entre dos y tres veces menos frecuentemente que los grupos extremos. La asociación lineal no es significativa en ninguno de los cuatro casos, lo que confirma que estamos ante un efecto específico del grupo intermedio.

Esto puede ser debido a que el grupo NME medio representa un perfil de desenganche informativo más completo, en el que están quienes ni buscan activamente las noticias ni las reciben de forma intensa a través de redes, y esa menor implicación con el ecosistema informativo se traduce en una menor activación ante los riesgos de la desinformación. Los extremos, en cambio, comparten

una mayor implicación con la información —activa en el caso del NME bajo, pasiva pero intensa en el NME alto— que se asocia con una mayor conciencia de los efectos de los bulos, aunque por razones distintas.

ante la desinformación. Los datos de esta edición muestran un panorama heterogéneo. Hay cuestiones que la mayoría sabe, y otras que casi nadie sabe, y la distribución de esos conocimientos no siempre sigue la lógica que cabría esperar.

En el extremo positivo, el 70,4% de la sociedad sabe que la mayor parte de los medios de comunicación en España pertenecen a empresas privadas. Y el 60,2% entiende que el contenido que ve en Instagram o Facebook no aparece de forma aleatoria, sino que hay algoritmos detrás que deciden qué le llega a cada persona. Son datos alentadores que indican que existe una comprensión básica de la estructura del ecosistema mediático.

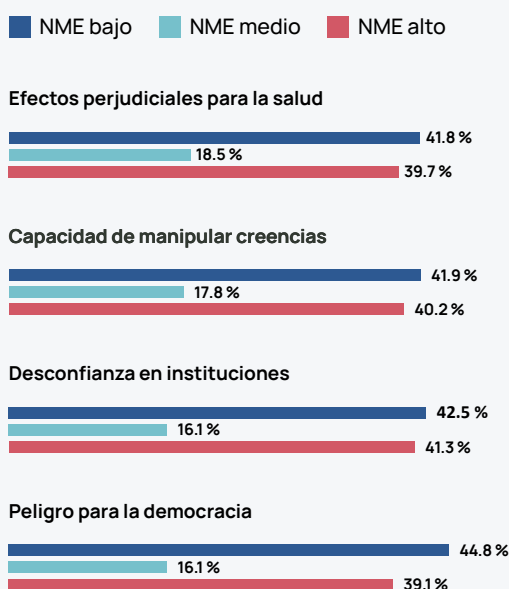
Pero cuando se va más al fondo, el panorama cambia. Solo el 27,4% de las personas encuestadas identifica correctamente que un texto firmado en un periódico digital no tiene por qué ser un artículo de opinión; una de cada tres personas participantes (35,5%) lo confunde, y algo más (37,1%) directamente no sabe qué responder. Esta confusión entre géneros periodísticos es relevante porque dificulta que las personas distingan entre lo que es un hecho verificado y lo que es una interpretación de la información disponible, una diferencia que está en el corazón de la resistencia a la desinformación. El error tiene además un gradiente educativo muy pronunciado; solo el 11,0% de personas con estudios primarios responde correctamente, frente al 39,5% de personas con estudios superiores.

El hallazgo más llamativo y preocupante es el relativo a los algoritmos de las redes sociales. El 72,3% de la sociedad cree que los algorit-

ILUSTRACIÓN 14

Efectos percibidos de la desinformación según nivel de “las noticias me encuentran” (NME)

Porcentaje de personas que consideran que la desinformación tiene cada uno de los siguientes efectos.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

4.4.3. Alfabetización mediática y percepción de la desinformación

La alfabetización mediática, entendida como la capacidad de comprender cómo funcionan los medios, quién los posee y cómo seleccionan y presentan la información (Sádaba, 2024), no es solo un indicador educativo. Es también un factor que condiciona cómo las personas reconocen, evalúan y reaccionan

mos sirven fundamentalmente para mostrar a cada persona las publicaciones sobre los temas que más le interesan. Aunque tiene un matiz real, ya que los algoritmos también adaptan la respuesta a los usos y preferencias de usuarios/as, se trata de una respuesta incorrecta que no tiene en cuenta que los algoritmos de las plataformas están diseñados fundamentalmente para maximizar el tiempo que esa persona pasa en la plataforma, lo que los lleva a priorizar contenidos que gene-

ran reacciones emocionales intensas como la indignación, el miedo, o la sorpresa, independientemente de si reflejan las preferencias declaradas del usuario o de si son verídicos. Esta confusión tiene consecuencias directas para la desinformación, pues quien cree que el algoritmo simplemente "le muestra lo que le gusta" no entiende por qué le llegan ciertos contenidos, y es menos probable que cuestione la selección que el algoritmo está haciendo.

ILUSTRACIÓN 15

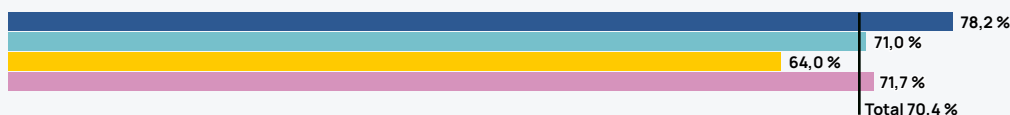
Alfabetización mediática por nivel de estudios

🗣️ A continuación le voy a leer una serie de afirmaciones. ¿Podría decirme, desde su conocimiento, si son verdaderas o falsas?

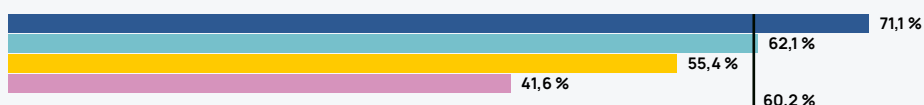
Porcentajes.

■ Estudios universitarios ■ FP Superior ■ Secundaria o FP media ■ Primarios

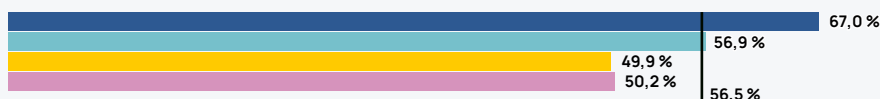
La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas (VERDADERO)



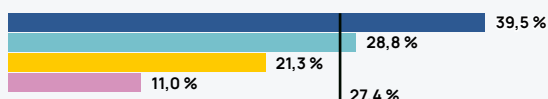
Las noticias y el contenido que una persona visualiza en Instagram o Facebook se seleccionan aleatoriamente (FALSO)



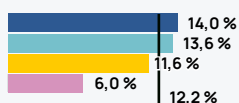
Radio y Televisión Española (RTVE) depende de los anuncios como su principal fuente de financiación (FALSO)



En un periódico digital, todo texto que incluye la firma de un autor es un artículo de opinión (FALSO)



Los algoritmos de las redes sociales fundamentalmente sirven para que veamos las publicaciones de los temas que más nos interesan (FALSO)



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

Lo más sorprendente de este error es que es mayoritario independientemente del nivel educativo. Sin embargo, entre quienes responden correctamente se observan diferencias. El porcentaje entre quienes tienen estudios universitarios (14%) es algo superior al de quienes tienen FP superior (13,6%) o estudios secundarios (11,6%) y duplica al de estudios primarios (6%). Además, las personas con estudios primarios expresan más incertidumbre (el 30,8% dice que no sabe). Este es uno de los resultados más importantes del estudio desde el punto de vista de las políticas de alfabetización mediática. Corregir la comprensión de los algoritmos no es una cuestión de elevar el nivel educativo general, sino que requiere una intervención específica y explícita sobre cómo funcionan realmente las plataformas.

Al analizar por género, los hombres aciertan algo más en el ítem de distinción entre artículo informativo y de opinión (29,6% frente al 25,2% de mujeres), pero la diferencia no es sustancial. En el ítem de algoritmos, los hombres aciertan en mayor proporción (14,9%) que las mujeres (9,6%) aunque el error es ampliamente mayoritario en ambos casos.

4.4.4. Alfabetización científica

La alfabetización científica se mide en esta encuesta a partir de una pregunta en la que se evalúa si la ciudadanía comprende la lógica del método experimental. Se plantea cuál es el método más adecuado para establecer la eficacia de un fármaco. La opción más correcta de las presentadas es administrarlo a un grupo de pacientes, pero no a otro y comparar los resultados. El 45,8% de la población responde correctamente.

ILUSTRACIÓN 16

Comprensión de la lógica experimental

Supongamos que unos/as científicos/as están estudiando la eficacia de una medicina para la tensión alta. Le voy a presentar cuatro opciones para llevar a cabo ese estudio. ¿Cuál de las opciones sería la más científica de cara a establecer la eficacia de la medicina?

Porcentaje.

Administrar el fármaco a unos/as pacientes, pero no a otros/as, y comparar qué ocurre con los dos grupos

45,8 %

Analizar el efecto de cada uno de los componentes del fármaco por separado

17,4 %

Utilizar su conocimiento sobre medicina para establecer la eficacia del fármaco

14,9 %

No sé

13,4 %

Preguntar a los/as pacientes cómo se encuentran para ver si notan algún efecto

8,5 %

FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

El resultado más relevante es el gradiente educativo, que es claro y monótono, como cabía esperar. El porcentaje de respuesta correcta crece de forma consistente con el nivel de estudios, desde el 32,9% entre personas con estudios primarios hasta el 56,0% entre quienes tienen estudios universitarios. La educación formal mejora sustancialmente la comprensión del método científico. Sin embargo, el dato más significativo es lo que ocurre en el extremo superior, que muestra que el nivel educativo más alto no garantiza el conocimiento del proceso de validación científica.

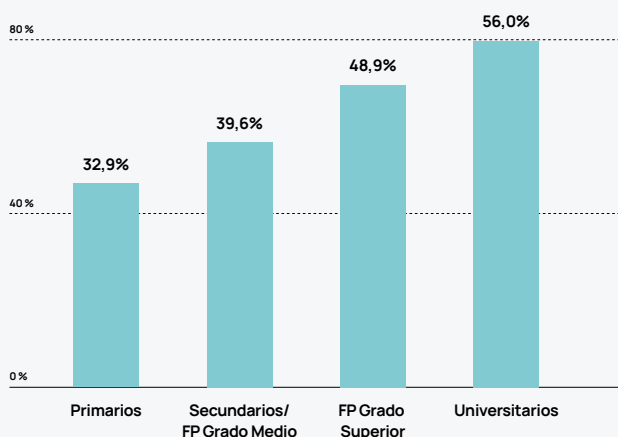
Al analizar por edad nos encontramos un resultado contraintuitivo. Aunque la diferencia es modesta, los grupos más jóvenes, acier-

tan en menor proporción que los grupos de mayor edad: el 41,7% en el grupo de 16 a 24 años frente al 49,0% entre los mayores de 65. Una posible explicación es que la comprensión del método científico se consolida con la experiencia y la exposición a información científica a lo largo del tiempo, más que con la formación académica reciente. Entre los errores más frecuentes destaca un patrón generacional: los grupos más jóvenes de 16 a 24 años y de 25 a 34 tienden más a elegir la opción de analizar el efecto de cada componente del fármaco por separado (20,2% y 24,3%, respectivamente). Asimismo, estos grupos junto al de mayores de 65 años, también optan en mayor medida que el resto de franjas de edad (de 35 a 64 años) por preguntar a los pacientes cómo se encuentran (12,9%, 10,6% y 11,3%). Ambos errores reflejan concepciones del conocimiento científico ancladas en la experiencia o el análisis de componentes, en lugar de en la comparación sistemática entre grupos.

ILUSTRACIÓN 17

Alfabetización científica por nivel de estudios

Porcentajes.



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

4.4.5. Pensamiento conspirativo

Los cinco ítems de pensamiento conspirativo que se han incluido en la encuesta muestran niveles de adhesión (puntuaciones 5-7 en una escala de 1-7) entre el 22% y el 43%, con diferencias relevantes según el contenido concreto de cada afirmación.

La creencia con mayor extensión es la de que las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas. El 43% de la población expresa acuerdo (puntuaciones 5-7), con una media de 4 sobre 7 en prácticamente todos los grupos. En el extremo opuesto, la creencia de que el gobierno oculta la relación entre las vacunas y el autismo obtiene el menor nivel de adhesión (22,2%).

El resto de las creencias conspirativas -que la cura del cáncer está oculta por intereses comerciales (31,3%), que se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar la libertad (32,1%) y que los científicos tienen un poder que los hace peligrosos (33,1%)-se sitúan en niveles intermedios.

Al analizar por la edad se observa que los grupos de mediana edad -especialmente 35-54 años y con el pico en 55-64- muestran mayor adhesión a las creencias conspirativas que los grupos extremos. Los más jóvenes (16-24) y los más mayores (65+) presentan sistemáticamente las medias más bajas. Este patrón sugiere que el pensamiento conspirativo sobre ciencia y salud tiene una mayor prevalencia en la mediana edad, que puede estar relacionada con una exposición más prolongada a los debates

públicos sobre vacunas, farmacéuticas e instituciones sanitarias, combinada con una menor confianza institucional en ese tramo vital.

El único ítem donde las diferencias entre grupos de edad son significativas, con un pico claro en las personas de 55 a 64 años, cuya media es significativamente más alta que la de los grupos más jóvenes (16-24) y más mayores (65+) es el relativo a que las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas.

La educación no produce un efecto protector uniforme. Las personas con estudios universitarios muestran menor adhesión al ítem sobre virus en laboratorios respecto a otros grupos con niveles educativos distintos. Sin embargo, en el ítem sobre el poder peligroso de los científicos su media es significativamente más alta que la de los grupos con FP superior. No hay diferencias significativas por género en ninguno de los cinco ítems.

4.4.6. Actitudes hacia la desinformación: preocupación

Si hay un dato en este estudio que resume mejor cómo percibe la sociedad española la desinformación, es que casi nadie duda de que tiene efectos graves. Más del 70% de la población considera que los bulos pueden afectar negativamente a la salud, que tienen la capacidad de manipular creencias y que generan desconfianza institucional (puntuaciones 5-7 sobre 7). En el caso concreto de la manipulación de creencias el acuerdo total (puntuación 7) alcanza el 45,6%.

ILUSTRACIÓN 18

Adhesión a teorías de la conspiración por grupos de edad

¿ Ahora me gustaría que señalara si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones. Utilice una escala del 1 al 7, en la que el 1 es “totalmente en desacuerdo” y el 7 “totalmente de acuerdo”

Medias. 1= totalmente en desacuerdo;
7= totalmente de acuerdo.

La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales



Se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad



El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo



Las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas



Debido a sus conocimientos, los científicos tienen un poder que los hace peligrosos



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

Sin embargo, hay un efecto que merece un análisis más exhaustivo. El 69% de las personas encuestadas considera que la desinformación pone en peligro el sistema democrático. No es el ítem que genera mayor consenso —la manipulación de creencias le supera— pero es muy relevante desde el punto de vista de análisis político. Tiene una peculiaridad interesante en el desglose por edad: cuanto mayor es la persona, mayor es su preocupación por los efectos de los bulos en la democracia. Solo el 18,2% de las personas jóvenes de entre 16 y 24 años está totalmente de acuerdo en que la desinformación pone en peligro la democracia, frente al 45,5% de mayores de 65. El público joven, en general, percibe los efectos de la desinformación de forma más acotada, mientras que las generaciones mayores los tildan con mayor gravedad.

4.4.7. Actitudes hacia la desinformación: acuerdo con medidas reguladoras

La percepción generalizada del daño que genera la desinformación se traduce en una demanda igualmente amplia de intervención pública. El 63,5% de la sociedad apoya que el Gobierno adopte medidas para restringir la información falsa online, aunque eso implique limitar la libertad de prensa; solo el 36,2% prioriza la protección de la libertad de prensa aun a costa de permitir la circulación de información falsa. Este resultado se sitúa en tensión aparente con los principios del pluralismo informativo, pero responde a una lógica coherente con los propios datos del estudio. Cuando la percepción del daño es tan amplia —más del 70% considera que la desinformación afecta a la salud, manipula creencias y erosiona la confianza institucional— y la confianza en la propia capacidad de detección de la desinformación coexiste con una profunda desconfianza en la de los demás, como evidencia el efecto de tercera persona documentado en la sección anterior, el apoyo a la intervención externa es la respuesta esperable. La investigación previa muestra que la percepción de que el resto de las personas son más susceptibles a la desinformación predice de forma consistente el respaldo a la regulación y a las intervenciones externas (Jang y Kim, 2018).

El apoyo a la restricción gubernamental de información falsa varía con la edad de una forma que no resulta intuitiva. El grupo de 16-24 años es el que más apoya la restricción (69,4%), superando al de mayores de 65 (60,2%). Este resultado es coherente con la lógica del efecto de tercera persona (Jang y Kim, 2018), precisamente porque los más jóvenes están más expuestos a la desinforma-

ILUSTRACIÓN 19

Preocupación por la desinformación

¿En qué medida está usted o no de acuerdo con las siguientes afirmaciones? Utilice para ello una escala del 1 al 7, en la que el 1 es “totalmente en desacuerdo” y el 7 “totalmente de acuerdo”.

Porcentaje de respuestas de acuerdo (5-7).

La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas



La desinformación y los bulos provocan que las personas desconfíen de las instituciones



La desinformación y los bulos pueden tener efectos perjudiciales para la salud de la población



La desinformación y los bulos ponen en peligro la democracia



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

ción en redes sociales, perciben con mayor urgencia la necesidad de que una instancia externa intervenga, aunque se consideren personalmente capaces de detectarla. La exposición intensiva al fenómeno puede alimentar, antes que moderar, la demanda de regulación. Conviene señalar que los datos no permiten descartar que una parte de ese apoyo responda no tanto a la preocupación específica por la desinformación científica como a una actitud más general hacia la regulación del espacio informativo online, limitación inherente al diseño de la pregunta.

Analizando por nivel educativo, se observa que el apoyo a la restricción desciende al aumentar la formación, del 66,5% en personas con estudios primarios al 59,5% en personas con estudios universitarios. Una posible interpretación es que la mayor exposición a argumentos sobre pluralismo informativo y libertad de prensa, más frecuente en entornos universitarios, modera la demanda de intervención. En cualquier caso, incluso entre personas con estudios universitarios, seis de cada diez apoyan la restricción gubernamental, lo que muestra que la legitimidad social de esta medida no es un fenómeno exclusivo de los grupos con menor formación. En el análisis de género se puede ver que las mujeres apoyan ligeramente más la restricción (65,5%) que los hombres (61,3%).

4.4.8. Confianza en las instituciones para afrontar problemas relacionados con la ciencia

El mapa de confianza institucional en España dibuja una brecha profunda entre los actores científicos y los actores políticos, con el resto de las instituciones distribuyéndose en posiciones intermedias.

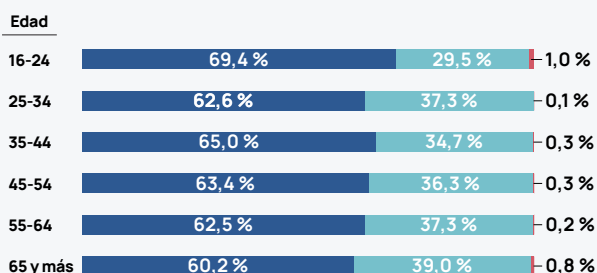
ILUSTRACIÓN 20

Apoyo a medidas restrictivas y a la libertad de prensa por grupos de edad

Me gustaría que señalara con cuál de las dos afirmaciones está más de acuerdo:

Porcentajes.

- El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa online, incluso si esto limita la libertad de prensa
- La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa
- No sé / Prefiero no responder



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

El personal científico y la AEMET son los más confiables con diferencia. El personal científico obtiene el nivel de confianza más alto de todos los actores evaluados: el 83,8% de la ciudadanía confía mucho o bastante en los/as profesionales científicos/as para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente. La AEMET ocupa el segundo lugar con el 73,9% de confianza, consolidándose como institución de alta credibilidad en un contexto marcado por la creciente relevancia de la información meteorológica y climática. En ambos casos la desconfianza es minoritaria.

Cuando se analiza la confianza en científicos/as para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente por edad, se aprecia que son las personas jóvenes de

16 a 24 años quienes expresan una menor confianza (media = 2,04; escala 1-4, donde 1 indica la mayor confianza), mientras que los mayores de 65 son el grupo con una confianza superior (1,74).

Instituciones internacionales, como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), alcanzan una confianza moderada con el 52,6% de la muestra manifestando una confianza alta. La Unión Europea (UE) alcanza el 45,2%. Para estas instituciones, los grupos de mediana edad -35 a 55 años- muestran mayor desconfianza que los grupos más jóvenes,

que son significativamente más confiados con la UE y la ONU que los grupos de 35 a 64 años.

Los/as periodistas reciben una desconfianza mayoritaria y transversal. Solo el 31,2% de la ciudadanía confía mucho o bastante en esta profesión. No hay diferencias significativas por edad ni por género, la desconfianza en los medios se extiende homogéneamente en todos los grupos de la población.

Los actores que reciben una desconfianza más intensa son los gobiernos y los/as políticos/as. El gobierno de España y los

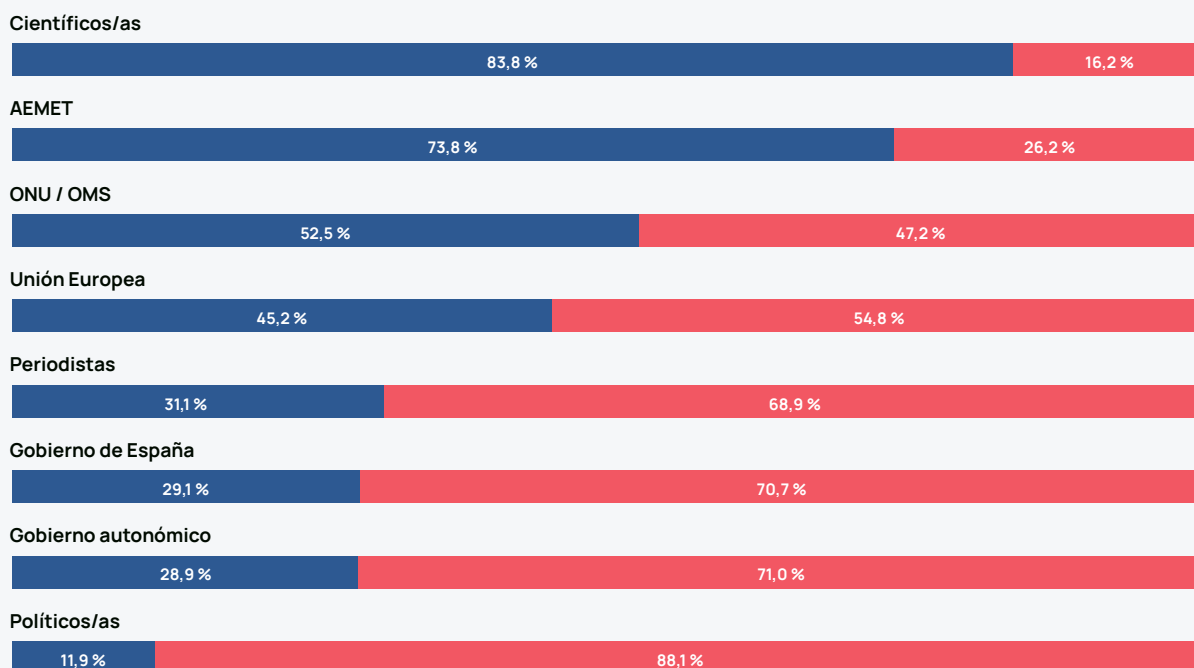
ILUSTRACIÓN 21

Confianza en instituciones y actores institucionales para afrontar problemas relacionados con la ciencia

¿En qué medida confía en las siguientes instituciones o colectivos para afrontar problemas relacionados con la ciencia y la tecnología, la salud o el medio ambiente: mucho, bastante, poco o nada?

Porcentajes.

■ Mucho + Bastante ■ Poco + Nada



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

gobiernos autonómicos obtienen niveles de confianza similares y bajos (29,1% y 28,9% respectivamente). Los/as políticos/as concentran la desconfianza más extrema: el 88,1% dice confiar poco o nada en ellos/as. El grupo de 55 a 64 años es el que expresa mayor desconfianza en los actores políticos, significativamente más alta que la de los jóvenes de 16 a 24 y los mayores de 65.

Este mapa configura una tensión estructural con consecuencias directas para la comunicación científica. La ciudadanía confía ampliamente en quienes generan el conocimiento científico, pero desconfía de los actores políticos, gobiernos, en menor medida periodistas- que lo comunican, regulan o aplican en forma de política pública.

4.4.9. El populismo científico

La propensión a propagar desinformación no se entiende solo mirando quién comparte qué. Hay un conjunto de actitudes hacia la ciencia y hacia la comunidad científica que condicionan de forma más profunda la relación de las personas con la información sobre ciencia y su disposición a transmitirla sin verificarla. Esta edición mide por primera vez el denominado populismo científico —la tendencia a desconfiar del conocimiento experto y a reivindicar el sentido común o la experiencia propia como alternativa válida— a través de seis afirmaciones en escala 1-7.

Los resultados muestran que esta actitud existe en una minoría relevante de la sociedad española. La gente corriente debería participar en las decisiones sobre qué investigan los/as científicos/as es la afirmación que genera mayor acuerdo (29,4%) (puntuacio-

nes 5-7). A continuación, le siguen las afirmaciones que expresan una preferencia por el conocimiento cotidiano sobre el científico: el 27,2% está de acuerdo en que la gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as y el 25,5% piensan que nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en los estudios científicos. La creencia de que la comunidad científica está confabulada con la clase política y las empresas alcanza el 25,2% de acuerdo. En el extremo opuesto, la afirmación que genera menos adhesión es la de que los/las científicos/as solo buscan su propio beneficio —solo el 18,8% está de acuerdo—, lo que sugiere que la desconfianza no es tanto personal como sistémica: no se desconfía del científico individual sino del entramado institucional que lo rodea.

Las diferencias entre grupos educativos son reales, pero más modestas de lo que podría esperarse. La preferencia por el sentido común sobre los estudios científicos desciende del 28,3% de acuerdo entre personas con estudios primarios al 22% entre aquellas con estudios universitarios, pero esa diferencia no implica que la educación superior proteja eficazmente frente al populismo científico. En el ítem sobre confabulación entre científicos, políticos y empresas, el patrón no es lineal: el nivel de acuerdo alto (puntuaciones 5-7) es superior entre personas con estudios secundarios y FP medio (30%) que en los extremos educativos (25,3% en primarios, 20,1% en universitarios), lo que sugiere que esta actitud no responde simplemente a un déficit de información sino también a dinámicas de desconfianza institucional que no se resuelven con más formación académica.

Por edad, el populismo científico no presenta un gradiente claro y monótono. Las actitudes más críticas hacia la ciencia no se concentran ni en los jóvenes ni en los mayores, sino que aparecen de forma relativamente distribuida a lo largo del ciclo vital. Esto es coherente con lo que señala la investigación: el populismo científico responde más a orientaciones valorativas sobre la autoridad y el conocimiento que a características estrictamente generacionales o educativas (Mede y Schäfer, 2020).

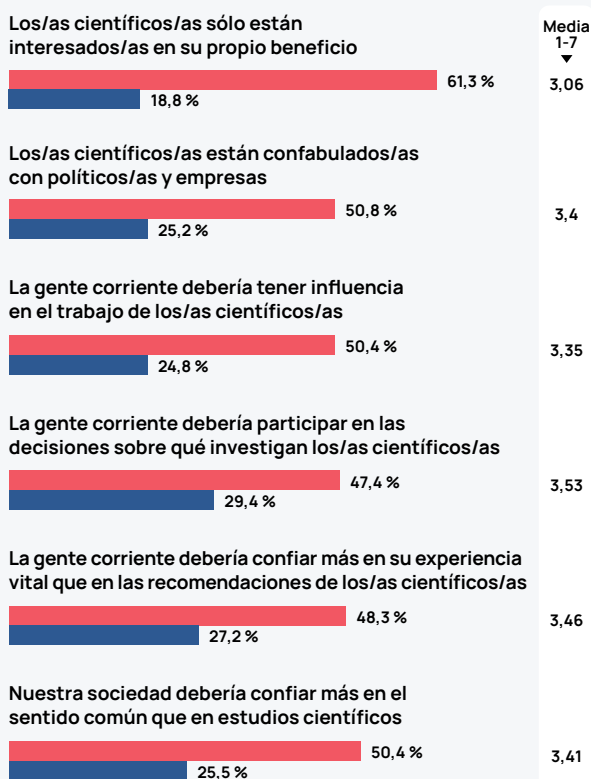
ILUSTRACIÓN 22

Acuerdo/desacuerdo con afirmaciones sobre populismo científico

Las siguientes afirmaciones se refieren a la relación entre la ciencia y la sociedad. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con ellas?

Porcentajes.

■ En desacuerdo (1-3) ■ De acuerdo (5-7)



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

Por género, las diferencias en los ítems de populismo científico son menores de lo esperado y no presentan un patrón consistente en ninguna dirección.

4.5. Análisis de los factores asociados a la intención de compartir desinformación científica en redes sociales

Para analizar el efecto de los factores contemplados en la intención de compartir desinformación científica en redes sociales y aplicaciones de mensajería se ha realizado un análisis de regresión lineal múltiple. La variable dependiente es la media de la intención de compartir cuatro informaciones falsas de temática científica —cambio climático, vacunas, inteligencia artificial y alimentación/salud— medida en una escala de 1 a 7. La Tabla 8 describe las variables de análisis, su origen en el cuestionario y la operacionalización empleada.

La Ilustración 23 muestra los coeficientes estandarizados del modelo de regresión y permite comparar la magnitud relativa de cada predictor a la intención de compartir desinformación científica, independientemente de sus unidades originales. Los puntos en azul indican significación estadística ($p < .05$); los intervalos representan el 95 % de confianza. Los resultados identifican cinco factores significativos, con efectos en direcciones opuestas.

TABLA 8: Variables de análisis: descripción y operacionalización

Variable	Código	Descripción	Operacionalización	Escala
Intención de compartir desinformación (VD)	P6.4b (4 ítems)	Intención de difundir informaciones falsas por redes sociales y mensajería	Media de cuatro ítems (clima, salud, vacunas, IA)	1-7
<i>Las noticias me encuentran</i>	P10.1-P10.3	Consumo pasivo de noticias sin búsqueda activa	Media de 3 ítems	1-5
Alfabetización mediática	P9.1-P9.5	Conocimiento sobre medios y evaluación de noticias (5 ítems de acierto)	Se considera correcto = 1 e incorrecto o NS = 0. Suma de los ítems recodificados.	0-5
Alfabetización científica	P8	Comprensión del proceso de ensayo clínico	Respuesta correcta (opción 3) = 1; resto = 0.	0-1
Pensamiento conspirativo	P7.1-P7.5	Disposición a explicar eventos mediante conspiraciones	Media de 5 ítems	1-7
Preocupación por la desinformación	P17	Actitud ante la regulación de contenidos desinformativos	Restringir desinformación = 1; No restringir desinformación = 0.	0-1
Confianza en la ciencia	P19	Percepción del balance beneficios/perjuicios de la ciencia	Escala invertida. Beneficios > perjuicios = 3; Perjuicios > beneficios = 1.	1-3
Confianza en las instituciones	P21.1, P21.2, P21.4, P21.5	Confianza en Gobierno de España, Gobierno autonómico, NN.UU./OMS y UE	Escala invertida. 1 = Poco y 4 = Mucho. Media de 4 ítems.	1-4
Populismo científico	P22.1-P22.6	Actitud populista hacia la ciencia y los expertos	Media de 6 ítems.	1-7
Edad	D2	Edad		
Sexo	D1a	Sexo	Mujer = 1; hombre = 0 (referencia)	0-1
Nivel educativo	D9	Nivel de estudios completados	1= Primarios (ref.); 2 = Secundarios; 3 = Universitarios.	3 categ.

VD = variable dependiente. La variable dependiente agrega únicamente los cuatro titulares falsos del bloque experimental.

El pensamiento conspirativo es el predictor de mayor magnitud ($\beta^* = 0,29$): quienes están más dispuestos a aceptar explicaciones conspirativas muestran una propensión sustancialmente mayor a difundir desinformación científica. El populismo científico contribuye en la misma dirección ($\beta^* = 0,19$): las actitudes de desconfianza hacia el conocimiento experto y la reivindicación del sentido común frente a la evidencia científica favorecen la difusión de contenidos que contradicen el consenso. El consumo pasivo de noticias -la creencia de que no es nece-

sario buscar información porque llegará sola a través de las redes- también incrementa significativamente la intención de compartir ($\beta^* = 0,14$). Es decir, la exposición sin mediación activa facilita la circulación de desinformación.

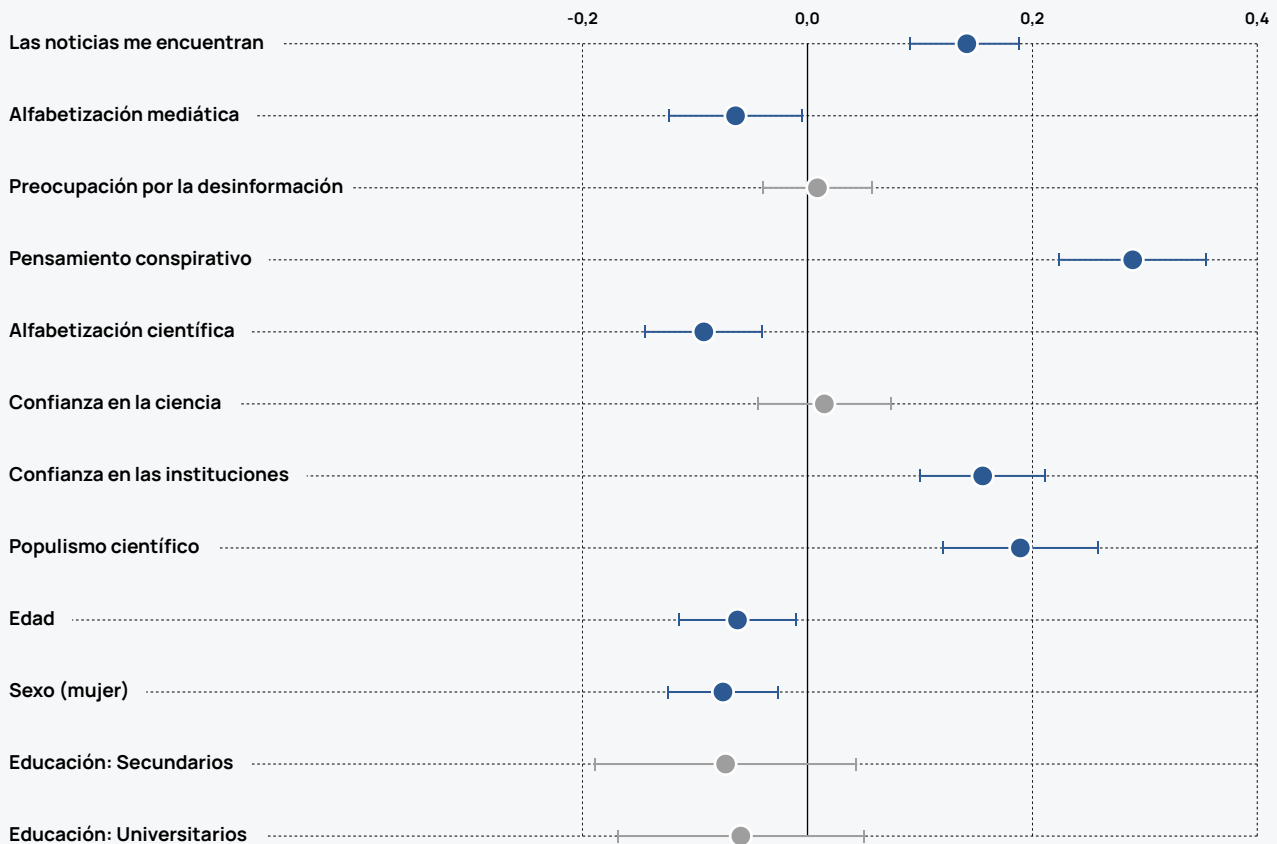
En sentido contrario, la alfabetización científica presenta el efecto negativo de mayor magnitud ($\beta^* = -0,09$): quienes conocen cómo funciona el proceso científico tienen una intención de compartir desinformación sustancialmente menor. La alfabetización

ILUSTRACIÓN 23

Factores asociados a compartir información científica

Coeficientes estandarizados del modelo de regresión, IC 95%.

● n.s. ● $p < .05$



FUENTE: FECYT. Elaboración propia.

mediática se asocia igualmente de forma negativa, aunque con menor magnitud ($\beta^* = -0,07$).

Entre los controles sociodemográficos, las mujeres muestran una intención de compartir significativamente menor que los hombres ($\beta^* = -0,08$) y las personas de mayor edad una propensión ligeramente menor ($\beta^* = -0,06$). El nivel educativo no resulta significativo en presencia del resto de variables, lo que confirma el hallazgo ya documentado en otros epígrafes del informe: la formación académica formal no protege por sí sola contra la difusión de desinformación cuando no va acompañada de alfabetización científica y mediática específica.

La preocupación por la desinformación y la confianza en la ciencia como actitud general no alcanzan significación estadística en el modelo completo, lo que sugiere que lo que importa no es cuánto le preocupa a alguien la desinformación en abstracto, sino los recursos cognitivos concretos -alfabetización científica, alfabetización mediática- y las disposiciones actitudinales específicas -adhesión a teorías conspirativas, populismo científico-con los que se enfrenta a ella.

Un análisis complementario de los datos experimentales permite matizar el papel de la confianza en los procesos de evaluación y difusión. Las personas con niveles más altos de confianza en las instituciones tienden a compartir más noticias en general —tanto verdaderas como falsas— y a atribuir mayor credibilidad a los contenidos que reciben, incluidos los falsos. No se trata de una confianza ciega, puesto que en todos los grupos las noticias verdaderas se comparten en mayor proporción que las falsas. Cuando las personas logran identificar un contenido como falso, el nivel de confianza institucional no incrementa la probabilidad de difundirlo. El patrón responde a lo que puede denominarse una confianza acrítica parcial: a mayor confianza institucional, mayor tendencia a atribuir veracidad a los contenidos con independencia de si son verdaderos o falsos; pero ese efecto se interrumpe cuando el discernimiento logra activarse. La confianza no elimina la capacidad de distinguir, pero sí eleva el umbral desde el que esa distinción se activa.

5. Conclusiones

Cuando en 2022 realizamos la primera edición de este estudio, la desinformación científica estaba dominada por un tema: las vacunas y el COVID-19. El ecosistema informativo todavía temblaba por la sacudida de la pandemia, y la preocupación del público se concentraba en ese nodo. Cuatro años después, el paisaje ha cambiado de forma sustancial. Los bulos sobre vacunas siguen ahí, pero han cedido el primer puesto a los temas sobre nutrición y bienestar, que lidera la percepción de desinformación recibida con un 40% de la sociedad declarando haberla encontrado en la última semana. La desinformación científica se ha normalizado y diversificado: ya no es un fenómeno de crisis, sino una dimensión constitutiva de la vida informativa cotidiana.

Esa es quizás la conclusión más importante que se puede extraer de esta segunda edición. No que la situación haya empeorado dramáticamente —aunque en algunos indicadores así sea— sino que la desinformación ha dejado de ser una excepción para convertirse en parte del ruido de fondo de la dieta informativa española. Y contra el ruido de fondo, las intervenciones puntuales tienen un efecto limitado.

5.1. De la crisis pandémica al ruido de fondo: la normalización de la desinformación científica

La primera conclusión de esta edición es estructural. La desinformación científica ya no se concentra especialmente en un tema de crisis, sino que atraviesa los ámbitos de mayor relevancia cotidiana: alimentación, salud, clima, vacunas, inteligencia artificial. Esta expansión temática tiene consecuencias directas para las estrategias de intervención: los programas diseñados para combatir la desinformación sobre vacunas o sobre el cambio climático operan sobre un fenómeno que ya se ha generalizado mucho más allá de esos dominios específicos.

El ecosistema de circulación también se ha complejizado. Las redes sociales de video y las de texto (Facebook, X, Bluesky) siguen siendo los principales canales de recepción de desinformación, señalados por el 70,7% y el 70,5% respectivamente de quienes declaran haberla recibido. Pero hay un dato que merece una atención particular: el canal conversacional —las conversaciones presenciales y telefónicas— supera al digital en tasa de propagación reconocida. El 13,3% de la población reconoce haber compartido información falsa en conversaciones directas o llamadas, frente al 9,5% que lo hizo en redes sociales o mensajería. Las conversaciones presenciales son vectores de desinformación más difíciles de alcanzar con los sistemas de detección automatizada y las estrategias de moderación de plataformas.

Además, operan en entornos de alta confianza interpersonal, lo que incrementa su capacidad de influencia. Centrar los esfuerzos en el espacio digital público es necesario, pero insuficiente.

5.2. La IA ha cambiado el mapa sin que la sociedad lo haya procesado del todo

El cambio más visible desde 2022 está en la irrupción de la inteligencia artificial como canal informativo. El 32,3% de la población ya usa herramientas de IA semanalmente para informarse sobre ciencia, salud y medio ambiente, situándose a niveles similares a la prensa y la radio. En el grupo de 16-24 años, el uso diario alcanza el 28,8%. Nada en el ecosistema mediático ha cambiado tan rápido.

Y, sin embargo, la sociedad mantiene con la IA una relación de una ambivalencia peculiar. Se usa con más frecuencia que a la prensa, pero solo el 33,7% confía en ella como fuente de información científica. Se sabe que puede producir bulos —el 62,4% así lo cree—, pero eso no frena su adopción como canal informativo. Es la misma lógica que rige el consumo de redes sociales desde hace años; se usa lo que es accesible e inmediato, aunque no se confíe del todo en ello. La diferencia es que la IA es mucho más nueva, mucho más opaca en su funcionamiento y produce contenidos cuya veracidad es más difícil de distinguir.

Las personas jóvenes son quienes más la usan y tienen paradójicamente una visión algo más matizada de sus riesgos. El acuerdo total con que la IA facilita la difusión de bulos es menor entre los menores de 25

años (17,7%) que entre los grupos de 25-64 años (35%). La familiaridad genera cierta relativización del riesgo. Pero esa misma familiaridad no genera más confianza epistémica; los jóvenes no creen más en lo que les dice la IA, simplemente la usan más. Esta disociación entre uso y confianza —que ya existía con las redes sociales— se reproduce con la IA y anticipa uno de los principales retos para la comunicación científica en los próximos años.

5.3. Lo que funciona (y lo que no) para frenar los bulos

El experimento de asignación aleatoria incluido en esta edición ofrece la primera evidencia causal sobre qué tipo de intervenciones modifican la intención de compartir informaciones científicas falsas en España, y los resultados son más matizados de lo que cabría esperar.

El hallazgo más robusto confirma lo que la literatura predecía: cuando se pide a las personas que reflexionen sobre si una noticia es creíble y si querrían verificarla antes de compartirla, la intención de difundir bulos cae de forma consistente y estadísticamente significativa en prácticamente todos los contenidos falsos evaluados en redes sociales. Los *nudges* de precisión funcionan. Pero funcionan con un coste que no conviene ignorar, dado que el mismo estímulo que reduce la difusión de bulos también reduce la de informaciones verdaderas. Quien frena antes de compartir lo falso también frena antes de compartir lo verdadero. En algunos contenidos sobre vacunas, la reducción en la intención de compartir información verdadera supera un punto completo en la escala

de siete. Esto no invalida el valor de la intervención, pero obliga a pensar en el coste sistémico de una sociedad que comparte menos información científica contrastada porque ha aprendido a dudar de todo.

El efecto del estímulo emocional es igualmente claro, pero en dirección opuesta: el grupo que solo reflexionó sobre cómo le hacía sentir cada titular mostró la mayor intención de difundir contenidos falsos en casi todos los casos. Más inesperado es el comportamiento del grupo que recibió ambos estímulos simultáneamente. La expectativa razonable sería que añadir la evaluación epistémica moderara el efecto amplificador de la emoción. Los datos no confirman ese efecto: la activación emocional, incluso cuando va acompañada de la evaluación crítica, interfiere parcialmente con el efecto protector de la reflexión sobre veracidad. Pensar en cómo te hace sentir una noticia antes de evaluar su credibilidad puede sesgar esa evaluación.

Un resultado merece mención separada — el único donde los grupos con activación emocional superan al grupo de control en difusión de bulos— es el contenido sobre la IA diseñada para acabar con la humanidad. El miedo, cuando es suficientemente intenso y apunta a una amenaza existencial, actúa como catalizador de la difusión incluso cuando la persona sabe que la noticia es poco creíble. Este hallazgo tiene implicaciones directas para la comprensión de cómo se propaga la desinformación sobre tecnologías emergentes: no solo a través de la ignorancia, sino también a través del miedo que

genera lo que no se comprende del todo.

Los datos de verificación refuerzan y amplían esta interpretación. La intención de verificar un contenido antes de compartirlo no es mayor ante los titulares falsos que ante los verdaderos: responde más a la incertidumbre y al interés que a la sospecha de falsedad. Y las emociones intensas — tanto positivas como negativas— se asocian negativamente con la intención de verificar. A mayor activación emocional, en cualquier dirección, menor probabilidad de que el receptor quiera comprobar la veracidad antes de difundir. Esto tiene una implicación directa para el diseño de intervenciones. Los programas de alfabetización mediática necesitan entrenar el hábito de verificar precisamente cuando el contenido genera una reacción emocional fuerte, que es exactamente el momento en que ese hábito es menos probable que se active de forma espontánea.

5.4. El sesgo de superioridad informativa y sus tres consecuencias

Uno de los resultados más consistentes del estudio —y que replica el patrón estudiado en 2022— es la brecha entre la confianza que la sociedad tiene en su propia capacidad para detectar bulos (51,5% se siente segura) y la que deposita en la población media (solo el 3% cree que la persona promedio puede hacerlo). Esta brecha, define el denominado efecto de tercera persona aplicado a la desinformación, y se trata de un sesgo bien asentado en todos los grupos sociodemográficos.

Este sesgo no es inocuo, y sus consecuencias se observan con claridad en los datos. La primera es que la confianza en la propia capacidad de detección no protege contra los bulos que activan emociones positivas —como el de los alimentos que reducen el cortisol—, precisamente los más difíciles de identificar como falsos. El problema no está en el conocimiento, sino en la emoción que despierta el contenido antes de que la evaluación crítica tenga ocasión de activarse. La segunda es que la percepción de que las otras personas son vulnerables alimenta la demanda de regulación externa. El 63,8% apoya que el Gobierno restrinja la información falsa aunque eso limite la libertad de prensa. Es un nivel de legitimidad social de la intervención pública notablemente alto. La tercera consecuencia es la más contraintuitiva. La proporción de personas que declaran haber compartido desinformación en redes es significativamente mayor entre quienes se consideran muy seguros de poder detectarla (17,3%) que entre quienes no tienen ninguna seguridad en sí mismos (2,8%). La propagación discurre al margen de la autopercepción de competencia y responde principalmente a mecanismos de inatención en el momento de compartir, en coherencia con la hipótesis de Pennycook y Rand (2021). Asimismo, podría reflejar que compartieron desinformación a sabiendas de que lo hacían, por lo que se abre una cuestión interesante que explorar acerca de las motivaciones posibles para la difusión de información falsa.

5.5. Los predictores de la difusión: una arquitectura de riesgo

El análisis de regresión múltiple permite identificar los factores que predicen de forma independiente la intención de compartir desinformación científica, y el mapa resultante es más complejo que el que sugieren los análisis descriptivos por separado.

La adhesión a teorías conspirativas sobre ciencia y salud es el predictor de mayor magnitud ($\beta^* = 0,29$). Predice de forma sustancial la propensión a difundir contenidos que desafían el consenso científico. En la misma dirección opera el populismo científico ($\beta^* = 0,19$). La desconfianza hacia el conocimiento experto y la reivindicación del sentido común como alternativa válida incrementan significativamente la intención de compartir. Ambas disposiciones operan como orientaciones valorativas que se asocian a la desinformación de forma independiente de la edad, el género o el nivel educativo, lo que las hace especialmente difíciles de abordar con las herramientas habituales de la comunicación científica.

La pasividad informativa —la creencia de que no es necesario buscar noticias porque llegarán solas a través de las redes— contribuye también de forma significativa ($\beta^* = 0,14$). La exposición sin mediación activa facilita la circulación de contenidos no verificados.

En sentido contrario, la alfabetización científica y la mediática actúan como factores protectores ($\beta^* = -0,09$ y $-0,07$, respectivamente). El nivel educativo, en cambio, no alcanza significación estadística una vez controlados

estos factores. La formación académica formal no protege por sí sola contra la difusión de desinformación cuando no va acompañada de alfabetizaciones específicas. Lo que importa no es cuántos años de escolarización ha completado una persona, sino si comprende cómo funciona el método científico y cómo se produce y selecciona la información en el ecosistema mediático actual.

5.6. La susceptibilidad a la desinformación no se resuelve con niveles educativos superiores

Una de las enseñanzas más incómodas de esta edición es que algunos de los factores de riesgo más relevantes no cambian en relación a los distintos niveles educativos.

El caso del funcionamiento y uso de los algoritmos en las redes sociales lo ilustra con especial claridad. El 87,8% de la sociedad desconoce la función de los algoritmos en las plataformas de las redes sociales. El 72,3% cree erróneamente que los algoritmos de las redes sociales funcionan para mostrar los temas que más le interesan y el 15,6% no sabe si es así, sin entender que están diseñados para maximizar el tiempo en la plataforma priorizando contenidos de alta carga emocional. Y este error no mejora con el nivel educativo. Las personas con estudios universitarios y las personas con estudios primarios lo cometen en proporciones similares. Niveles más altos de formación educativa muestran una mayor seguridad en la respuesta, pero no elimina un alto índice de respuestas equivocadas. Corregir esta comprensión requiere intervenciones específicas sobre el funcionamiento de las plataformas.

El populismo científico sigue una lógica similar: una de cada cuatro personas en España prefiere el sentido común a los estudios científicos, y el mismo porcentaje cree que el personal científico está confabulado con la clase política y las empresas. Lo más significativo es que estas actitudes no siguen un gradiente educativo claro y responden más a orientaciones valorativas sobre la autoridad y el conocimiento que a déficits informativos. El populismo científico se debe resolver con una comunicación científica que comprenda por qué esas actitudes arraigan y qué necesidades epistémicas y sociales satisfacen.

En la misma línea, los métodos de verificación más profesionalizados —los servicios de *fact-checking* especializados como Maldita, Newtral o EFE Verifica— son utilizados por solo el 14,6% de quienes declaran que verificarían un contenido informativo antes de difundirlo, y ese porcentaje es homogéneo en todos los grupos de edad. No hay ninguna franja generacional que adopte los verificadores de forma diferencial. El problema no es de acceso sino de hábito: los *fact-checkers* no forman parte del repertorio informativo cotidiano de ningún grupo social.

5.7. La confianza en la ciencia: una fortaleza con una vulnerabilidad

En medio de todas las tensiones que documentan estos resultados, hay un activo que se mantiene sólido y que no debe darse por garantizado: la confianza en la ciencia. El 83,8% de la sociedad española confía mucho o bastante en el personal científico para afrontar problemas de ciencia, salud y medio

ambiente. Es el nivel de confianza más alto de todas las instituciones y actores evaluados, sin excepción, y se sostiene en todos los grupos sociodemográficos.

Esa confianza convive, sin embargo, con una desconfianza hacia la clase política que alcanza el 88,1% de poca o ninguna confianza. La sociedad española confía en el personal científico, pero desconfía del entramado institucional y político que enmarca la ciencia. Esta tensión no es nueva, pero se ha agudizado y tiene consecuencias prácticas en el contexto de la desinformación; quien desconfía de las instituciones tenderá a desconfiar también de las recomendaciones que llegan a través de ellas, aunque provengan de fuentes científicas en las que confía.

El análisis de los datos experimentales añade un matiz que complica adicionalmente esta imagen. Las personas con mayor confianza institucional tienden a compartir más noticias en general y a percibir como más creíble la información que reciben, incluida la desinformación. No se trata de una confianza ciega, puesto que en todos los grupos las noticias verdaderas se comparten en mayor medida que las falsas, y cuando las personas logran identificar un contenido como falso, el nivel de confianza no incrementa la probabilidad de difundirlo. Lo que describen estos datos es una confianza acrítica parcial. A mayor confianza institucional, mayor atribución de veracidad a los contenidos con independencia de si son verdaderos o falsos, pero con un límite claro cuando el discernimiento logra activarse. El problema no es que la confianza en la ciencia y en sus actores sea excesiva, sino que, cuando opera sin el apoyo del discernimien-

to, puede elevar el umbral desde el que la sospecha se activa, haciendo que los contenidos de apariencia científica —incluyendo los falsos— se perciban como más fiables de lo que son. La confianza en la ciencia es, en este sentido, un activo frágil porque sin alfabetización científica y mediática que la acompañe, puede convertirse en un factor de vulnerabilidad ante la desinformación que imita las formas del conocimiento científico.

5.8. Qué indica este panorama de cara al futuro

Este estudio no permite hacer predicciones, pero sí identificar las tendencias que merecen mayor atención en los próximos años.

La primera es la consolidación de la IA como canal informativo en todos los grupos de edad, con una velocidad de adopción que supera la capacidad de la sociedad para desarrollar criterios críticos sobre su uso. Los programas de alfabetización mediática tendrán que incorporar de forma explícita y urgente la comprensión del funcionamiento de los sistemas de IA generativa como canal concreto con sesgos, limitaciones y riesgos específicos.

La segunda es que el canal conversacional —las conversaciones presenciales y telefónicas— supera al digital en tasa de propagación reconocida, y la mensajería privada es el vector de desinformación más difícil de alcanzar con las intervenciones de verificación y etiquetado. Las políticas centradas en la moderación de plataformas públicas están atendiendo un frente importante, pero no el único ni quizás el más relevante para la desinformación científica cotidiana.

La tercera es que la demanda ciudadana de regulación gubernamental es mayoritaria. Esa demanda no debería leerse solo como un síntoma de alarma social, sino también como una oportunidad para desarrollar marcos regulatorios que cuenten con legitimidad democrática. El 63,8% que apoya la restricción de información falsa es también el 63,8% que podría respaldar iniciativas concretas de verificación institucional, etiquetado de contenidos o regulación de la publicidad asociada a contenidos desinformativos, si esas iniciativas se diseñan con transparencia y rendición de cuentas.

Por último, los resultados del experimento abren una agenda de investigación que va más allá de lo que este estudio puede responder. Sabemos que pedir a las personas que evalúen la credibilidad antes de

compartir reduce la difusión de bulos, pero sabemos también que ese efecto es más débil en la red personal que en las redes sociales públicas, y que no funciona igual con todos los tipos de bulos. Los bulos sobre vacunas resisten la corrección en conversaciones personales. Los bulos que generan miedo existencial resisten la corrección incluso cuando se activa la evaluación crítica. Conocer con más detalle qué tipos de intervenciones funcionan con qué tipos de contenidos y en qué tipos de canales es la pregunta que esta edición no puede responder del todo, pero que las siguientes deberán abordar.

La desinformación científica no es un problema que vaya a resolverse. Es un problema que hay que gestionar —con más rigor, con más evidencia y con más humildad sobre lo que sabemos y lo que aún no sabemos.

6. Recomendaciones

Los resultados de esta segunda edición permiten formular un conjunto de recomendaciones dirigidas a las administraciones públicas, las plataformas digitales, el sistema educativo y los actores de la comunicación científica. Se introducen a continuación una serie de orientaciones fundadas en la evidencia descriptiva y experimental aportada en este estudio.

1. Incorporar el papel de la IA en la alfabetización mediática e informacional

La alfabetización mediática continúa siendo un factor de protección frente a la propagación de desinformación, por lo que aumentar estas competencias entre la población debe ser una prioridad.

Dado que las redes sociales han multiplicado su peso como vías de acceso a información (y desinformación) científica y, sin embargo, la población no siempre comprende su funcionamiento, resulta fundamental formar a las personas en cómo los algoritmos moderan y seleccionan contenidos personalizados, incluyendo módulos específicos sobre economía de la atención, lógica algorítmica y diseño persuasivo de plataformas.

La inteligencia artificial (IA) generativa se ha incorporado al ecosistema informativo a una velocidad que supera la capacidad de la sociedad para desarrollar criterios críticos sobre su uso. Los programas de alfabetiza-

ción mediática deben incorporar de forma explícita la comprensión del papel de la IA en la producción y selección de información —herramientas como ChatGPT, Gemini o los resúmenes automáticos de los buscadores—, incluyendo sus sesgos, limitaciones y riesgos específicos como canal de consulta sobre ciencia y salud.

2. Promover la alfabetización científica para una confianza crítica

Quienes comprenden cómo funciona el proceso científico tienen una intención de compartir desinformación sustancialmente menor, lo que señala la necesidad de aumentar este conocimiento entre la población.

Además, cuando existe una alta confianza institucional, pero sin discernimiento sobre su veracidad, los contenidos de apariencia científica —incluyendo los falsos— se perciben como más fiables de lo que son. Una confianza acrítica, sin alfabetización científica y mediática, puede convertirse en un factor de vulnerabilidad ante la desinformación que imita las formas del conocimiento científico.

3. Entrenar la verificación bajo activación emocional

El experimento muestra que las emociones intensas —positivas o negativas— suprimen la intención de verificar y amplifican la de compartir simultáneamente. Los programas

de alfabetización deben entrenar de forma deliberada el hábito de detenerse a verificar los contenidos que provocan una reacción emocional fuerte, que es el momento en que ese hábito es menos probable que se active de manera espontánea. Las técnicas de inoculación o *prebunking* centradas en el reconocimiento de la propia activación emocional como señal de alerta son candidatas prometedoras, y deberían pilotarse y evaluarse experimentalmente en el contexto español.

4. Gobernar la irrupción de la inteligencia artificial como vector y herramienta frente a la desinformación

En el plano regulatorio, dado que un tercio de la población se informa semanalmente sobre ciencia mediante herramientas de IA, conviene exigir a las empresas trazabilidad y citación de fuentes en las respuestas sobre salud y ciencia, y promover el etiquetado de contenidos sintéticos conforme al Reglamento Europeo de IA. Estas medidas deben coordinarse con las obligaciones de mitigación de riesgos sistémicos del Reglamento de Servicios Digitales (Reglamento 2022/2065) ya aplicables a las plataformas. Esa misma lógica de trazabilidad y citación de fuentes es la que debería sustentar la presencia de fuentes científicas acreditadas en los sistemas de IA conversacional y en las plataformas de vídeo donde se informa el público más joven.

5. Incorporar nudges o estímulos de precisión en las plataformas, considerando una evaluación para minimizar el coste sobre la difusión de información veraz

Pedir a las personas que evalúen la credibilidad antes de compartir reduce de forma causal y significativa la difusión de bulos en redes sociales. Las plataformas deberían integrar este tipo de estímulos ligeros en los flujos de difusión, en línea con las obligaciones de mitigación de riesgos sistémicos del Reglamento de Servicios Digitales (Reglamento 2022/2065). No obstante, el experimento documenta también su coste ya que el mismo estímulo reduce la difusión de información veraz. El diseño de estas intervenciones debe por tanto evaluarse no solo por la reducción de bulos, sino por su efecto neto sobre el discernimiento, evitando fomentar un escepticismo indiscriminado que penalice la circulación de información científica contrastada.

6. Desarrollar estrategias específicas para el canal conversacional y la mensajería privada

Se detecta que la propagación de desinformación es mayor en conversaciones presenciales y telefónicas (13,3%) que en redes sociales (9,5%), y el efecto protector de los estímulos de credibilidad se debilita en la red personal. Este vector queda fuera de las acciones desarrolladas en el espacio público digital, por lo que resulta necesario incrementar los esfuerzos en los contextos personales y privados. Las políticas deberían apoyarse en mensajeros de confianza próximos —personal sanitario de atención primaria, farmacias,

profesorado, bibliotecas públicas— capaces de intervenir en los entornos interpersonales donde los bulos sobre salud y alimentación circulan con mayor impunidad, así como en líneas de verificación accesibles desde las propias aplicaciones de mensajería.

Además, la naturaleza de las relaciones interpersonales cercanas presenta rasgos específicos que pueden aumentar la susceptibilidad frente a la desinformación. Cuando un individuo recibe información falsa procedente de fuentes consideradas confiables, especialmente si esta apela a sus emociones, tiende a reducir su nivel de cautela crítica. Asimismo, cuando el contenido proviene de amigos, familiares o compañeros, se suele otorgar mayor peso a los vínculos afectivos y al sentido de pertenencia grupal que a la verificación rigurosa de los hechos. Es necesario promover campañas que apelen a las personas como protectores activos de su entorno frente a la desinformación, fomentando el sentido de pertenencia y evitando el señalamiento individual.

7. Aprovechar la confianza en el personal científico y sanitario como infraestructura de comunicación pública

El personal científico y sanitario son los únicos actores que superan de forma consistente el umbral de confianza alta en todos los grupos sociales, mientras los actores políticos concentran una desconfianza muy alta. La comunicación pública sobre ciencia y salud debería diseñarse de modo que las fuentes expertas hablen directamente a la ciudadanía, reduciendo la intermediación de los actores políticos cuya falta de credibilidad

contamina los mensajes que vehiculan. Esto implica invertir en portavocía científica profesionalizada, en presencia de comunicadores/as acreditados/as en los canales donde está la audiencia (incluidas las plataformas de vídeo) y en proteger la independencia percibida de instituciones de alta confianza como la AEMET. No obstante, también es importante diferenciar las evidencias científicas de las medidas políticas.

8. Atender la brecha de confianza de las generaciones jóvenes en la comunidad científica

El hallazgo de que los jóvenes de 16-24 años son el grupo que menos confía en los/as científicos/as exige una respuesta específica. Conviene señalar una posible limitación de medida en la pregunta utilizada mide la confianza en su capacidad para afrontar problemas concretos de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente, no la confianza en la ciencia como conocimiento en abstracto. No puede descartarse que el resultado refleje en parte esa formulación orientada a la resolución de problemas. Convendría contrastarlo con otras formas de medir la confianza científica en próximas ediciones.

Con esta cautela, cabe explorar el aumento de programas de contacto directo entre jóvenes y personal investigador, la presencia de fuentes científicas acreditadas en los sistemas de IA conversacional y en las plataformas de vídeo donde el público joven se informa y la participación del público joven en el diseño de la comunicación científica que les afecta. Conviene además investigar las causas antes de que se consolide como rasgo generacional.

9. Convertir la verificación profesional en hábito, no solo en recurso disponible

Los servicios de fact-checking son utilizados por apenas el 14,6% de quienes verificarían un contenido, de forma homogénea en todas las edades, por lo que se deduce que el problema es de hábito, no de acceso. Se recomienda integrar los desmentidos de los verificadores acreditados en los espacios informativos de mayor audiencia (televisión, radio, prensa digital), establecer acuerdos de visibilidad con las plataformas y explorar mecanismos de financiación estable para el ecosistema de verificación en español y en las lenguas cooficiales, preservando su independencia editorial. La financiación pública directa de los verificadores plantea un riesgo de percepción de captura institucional, especialmente relevante en un contexto de baja confianza ciudadana en los actores gubernamentales; por ello, estos mecanismos deberían estructurarse mediante fondos independientes con criterios de asignación transparentes y supervisión plural —siguiendo modelos similares a los cortafuegos editoriales de los medios de servicio público— o mediante tasas aplicadas a las plataformas que canalicen recursos sin intervención directa del Gobierno en su asignación.

Asimismo, resultaría clave crear redes a diferente nivel para que las alertas de informaciones falsas y los trabajos de verificación se canalicen a través de actores comunitarios que aporten cercanía, confianza y familiaridad a la información como asociaciones, profesionales de referencia, educadores o

medios locales. De este modo, la verificación se integraría de forma orgánica en las prácticas informativas cotidianas, aumentando su alcance y eficacia.

10. Regular con la legitimidad democrática que los datos acreditan, pero con salvaguardas explícitas

El 63,8% de la población apoya la restricción gubernamental de la información falsa online incluso a costa de la libertad de prensa. Esa demanda constituye una base de legitimidad para desarrollar marcos regulatorios, pero también una señal de riesgo. Cualquier intervención se debe diseñar con garantías reforzadas de transparencia, supervisión independiente y rendición de cuentas, priorizando las obligaciones de diligencia de las plataformas (transparencia algorítmica, etiquetado, trazabilidad de la publicidad) sobre el control directo de contenidos.

11. Institucionalizar la medición periódica y la evaluación experimental

Este estudio demuestra que las intervenciones contra la desinformación tienen efectos heterogéneos según el tipo de bulo, la emoción que activa y el canal de difusión. Se debería incorporar por diseño la evaluación experimental de instrumentos —qué funciona, con qué contenidos, en qué canales y para qué públicos— y garantizar la continuidad de series de datos, para detectar tendencias antes de que se conviertan en problemas consolidados.

7. Referencias

Belli, S., & Broncano, F. (2017). Trust as a meta-emotion. *Metaphilosophy*, 48(4), 430-448. <https://doi.org/10.1111/meta.12255>

Brossard, D., & Scheufele, D. A. (2022). The chronic growing pains of communicating science online. *Science*, 374(6573), 613-614. <https://doi.org/10.1126/science.abo0668>

Cologna, V., Mede, N. G., Berger, S., Besley, J., Brick, C., Joubert, M., ... & Metag, J. (2025). Trust in scientists and their role in society across 68 countries. *Nature Human Behaviour*, 9(4), 713-730. <https://doi.org/10.1038/s41562-024-02090-5>

Comisión Europea: Dirección General de Investigación e Innovación (2025). *European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology: Eurobarometer Report*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://doi.org/10.2777/6040908>

Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1-15. <https://doi.org/10.1086/268763>

Díaz-Catalán, C., Cabrera, P., & Navarro, O. (en prensa). Trust under suspicion: Institutional trust, conspiratorial attitudes and scientific denialism in Spain. *Communication & Society*.

Drummond, C., & Fischhoff, B. (2017). Individuals with greater science literacy and education have more polarized beliefs on controversial science topics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(36), 9587-9592. <https://doi.org/10.1073/pnas.1704882114>

Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13-29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

European Digital Media Observatory (EDMO) (s.f.) EDMOeu: United Against Disinformation. <https://edmo.eu/>

Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) (2022) *Desinformación científica en España*. Secretaría General Técnica del Ministerio de Ciencia e Innovación correspondiente. e-NIPO: 831220310

Gil De Zúñiga H., Cheng Z. (2021). Origin and evolution of the news finds me perception: Review of theory and effects. *El Profesional de la información*, 30, e300321.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.21>

Grzesiak-Feldman, M. (2013). The effect of high-anxiety situations on conspiracy thinking. *Current Psychology*, 32, 100–118. <https://doi.org/10.1007/s12144-013-9165-6>

Iberifier (s.f.) About Iberifier. <https://iberifier.eu/iberifier-en/>

Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in human behavior*, 80, 295–302.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>

Kahan, D. M., Peters, E., Wittlin, M., Slovic, P., Ouellette, L. L., Braman, D., & Mandel, G. (2012). The polarizing impact of science literacy and numeracy on perceived climate change risks. *Nature Climate Change*, 2, 732–735. <https://doi.org/10.1038/nclimate1547>

López Carrión, Alberto E., y Germán Llorca-Abad. 2025. «Desinformación Durante La Crisis Producida Por La DANA De 2024 En España: Análisis, características, tipologías Y Desmentidos». *Revista Mediterránea De Comunicación* 16 (2):e29303.

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.29303>.

Mede, N. G., & Schäfer, M. S. (2020). Science-related populism: Conceptualizing populist demands toward science. *Public Understanding of Science*, 29(5), 473–491.

<https://doi.org/10.1177/0963662520924259>

Miller, J. M. (2020). Do COVID-19 conspiracy theory beliefs form a monological belief system? *Canadian Journal of Political Science*, 53(2), 319–326.

<https://doi.org/10.1017/S0008423920000517>

National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. 2025. *Understanding and Addressing Misinformation About Science*. Washington, DC: The National Academies Press.

<https://doi.org/10.17226/27894>.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2025). Reuters Institute digital news report 2025. *Reuters Institute for the Study of Journalism*.

<https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36>

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39–50.

<https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological science*, 31(7), 770-780.

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). *The psychology of fake news*. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>

Reglamento 2022/2065. Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales) (DO L 277 de 27.10.2022, pp. 1-102).

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/spa>

Sádaba, C. (2024). Alfabetización mediática: más allá de la lucha contra la desinformación. Anuario ThinkEPI, v18, e18e27. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2024.e18a27>

Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2020). Public health and online misinformation: challenges and recommendations. *Annual review of public health*, 41, 433-451.

<https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040119-094127>

van der Linden, S. (2022). Misinformation: Susceptibility, spread, and interventions to immunize the public. *Nature Medicine*, 28(3), 460–467. <https://doi.org/10.1038/s41591-022-01713-6>

8. Anexo

Tabla A1. Coeficiente de correlación de Pearson entre los sentimientos suscitados por las noticias y la intención de comprobar la veracidad de la noticia

	Clima		Alimentación y salud		Vacunas		Inteligencia Artificial	
	Falsa	Real	Falsa	Real	Falsa	Real	Falsa	Real
Indefenso/a	-.137**	-.109*	-.096*	-.192**	-.202**	-0,018	-.108*	-.149**
Ansioso/a	-.234**	-.153**	-.116**	-.144**	-.220**	-0,062	-.184**	-.174**
Optimista	-.131**	-0,057	-.101*	-.165**	-0,034	-0,079	-.123**	-0,070
Enfadado/a	-.124**	-.146**	-0,076	-.090*	-.190**	-0,015	-.129**	-.141**
Culpable	-0,028	-.116**	-0,054	-.096*	-0,061	-.096*	-0,068	-0,060
Avergonzado/a	-0,076	-0,051	0,003	-0,062	-.094*	-0,077	-.097*	-0,055
Deprimido/a	-.142**	-.138**	-.097*	-0,078	-.138*	-.088*	-0,075	-0,071
Pesimista	-.143**	-.159**	-0,034	-.134**	-.175*	-0,001	-0,051	-.193**
Indiferente	.121**	.183**	.203**	.180**	.106*	0,024	0,041	0,074
Empático/a	-.176**	-.215**	-.157**	-.239**	-.147*	-.136**	-.167**	-.153**

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$. Nota - La base para las correlaciones bivariadas oscilan entre $n = 518$ y $n = 519$.

9. Anexo metodológico

9.1. Cuestionario

El cuestionario está organizado en nueve bloques temáticos, más el bloque experimental (Bloque 2), administrado exclusivamente a la submuestra web. La Tabla A2 resume los contenidos de cada bloque.

Tabla A2. Bloques temáticos del cuestionario

Bloque	Contenido	Variables	Disponibilidad
1	Hábitos de consumo de información sobre ciencia y salud	P1–P4	Todos los encuestados
2	Experimento: evaluación y difusión de noticias (véase la Sección 4)	p6_*	Solo web (sample = 1)
3	Factores de credibilidad: pensamiento conspirativo, alfabetización científica y mediática, búsqueda pasiva de noticias	P7–P10	Todos los encuestados
4	Percepción de la desinformación: exposición, canales, comportamiento y autoeficacia	P11–P14	Todos los encuestados
4b	Actitudes hacia la inteligencia artificial y la desinformación	P15	Todos los encuestados
5	Actitudes hacia la desinformación y la ciencia; percepción de amenazas	P16–P18	Todos los encuestados
6	Confianza: en la ciencia, en los científicos y en las instituciones	P19–P21	Todos los encuestados
7	Populismo científico y actitudes hacia la diversidad	P22–P24	Todos los encuestados
8	Uso de internet	P25–P27	Todos los encuestados
9	Características sociodemográficas	D1–D16	Todos los encuestados

La versión completa del cuestionario está disponible en la carpeta de datos.

9.2. Ponderación de los datos

9.2.1. Motivación y método

Dado que la muestra se seleccionó mediante un diseño de cuotas no probabilístico a partir de un panel de internautas, se calcularon pesos de ponderación para reducir posibles sesgos de selección y mejorar la representatividad de las estimaciones con respecto a la población objetivo (personas de 16 o más años, residentes en España y usuarias habituales de internet).

Los pesos se calcularon a partir de las pseudo-probabilidades de selección (*propensity score weighting*), siguiendo el enfoque de Lee y Valliant (2009). Para cada caso se estimó la probabilidad de pertenecer a la muestra de la encuesta frente a la muestra de referencia mediante regresión logística; el peso asignado es proporcional al inverso de esa probabilidad estimada.

La muestra de referencia es la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) de 2025 del Instituto Nacional de Estadística (INE). Se emplearon únicamente los usuarios habituales de internet de la TIC-H como población de referencia.

9.2.2. Variables de ponderación en el fichero de microdatos

El fichero incluye dos variables de peso (véase la Tabla A3):

Tabla A3: Variables de ponderación

Variable	Descripción	Uso recomendado
pesowebexp	Peso para la submuestra web. Para los encuestados CATI toma valor 0.	Análisis del experimento y del cuestionario web (n = 2105).
pesoweb	Peso para el conjunto de la muestra (Web + CATI).	Análisis descriptivos del total de la muestra (n = 2215).

La Tabla A4 muestra la distribución de ambas variables de peso.

Tabla A3: Distribución de los pesos de ponderación

Estadístico	pesowebexp	pesoweb
Mínimo	0.163	0.146
Percentil 25	0.498	0.499
Mediana	0.782	0.785
Media	1.000	1.000
Percentil 75	1.255	1.266
Máximo	9.023	7.833

9.2.3. Representatividad de la muestra

Las Tabla A5 y Tabla A6 comparan la distribución de la muestra antes y después de aplicar cada peso con la distribución de la muestra de referencia (TIC-H). Una diferencia cercana a cero en la columna *Dif. pond.* indica que la ponderación ha corregido adecuadamente el sesgo en esa característica.

Tabla A5: Calibración de pesowebsp: TIC-H vs. submuestra CAWI sin ponderar y ponderada

Variable	Categoría	N	TIC-H (%)	Sin pond. (%)	Pond. (%)	Dif. pond. ^a
Sexo	Hombre	996	49.3	47.3	48.8	-0.4
	Mujer	1.109	50.7	52.7	51.2	0.4
Grupo de edad	16-24	184	12.8	8.7	11.9	-0.8
	25-34	284	14.5	13.5	13.1	-1.4
	35-44	421	17.0	20.0	15.9	-1.1
	45-54	462	20.7	22.0	21.0	0.3
	55-64	394	17.6	18.7	19.0	1.4
	65+	360	17.5	17.1	19.0	1.6
Nivel de estudios	Primarios o menos	113	8.8	5.4	9.7	1.0
	Secundarios y FP	1.306	60.2	62.0	59.5	-0.7
	Universitarios	686	31.0	32.6	30.8	-0.2
Tamaño de hábitat	<20k	592	29.3	28.1	29.4	0.2
	20k-100k	638	27.6	30.3	26.6	-1.0
	100k-500k	441	26.2	21.0	25.9	-0.3
	>500k	434	16.9	20.6	18.1	1.2
Tipo de hogar	Unipersonal	332	10.9	15.8	11.8	1.0
	Padre/madre solo/a	274	11.7	13.0	12.1	0.4
	Pareja sin hijos	495	16.9	23.5	17.2	0.3
	Pareja con hijos	741	47.5	35.2	45.7	-1.8
	Otro tipo	263	13.0	12.5	13.1	0.1
Situación laboral	Cuenta ajena	1.023	46.9	48.6	46.6	-0.3
	Cuenta propia	139	8.3	6.6	7.4	-0.9
	Parado	225	8.3	10.7	8.6	0.3
	Estudiante	160	9.6	7.6	8.4	-1.2
	Jubilado	324	15.5	15.4	16.7	1.1
	Otros	234	11.4	11.1	12.2	0.8
Frecuencia de uso de internet	Varias veces al día	1.594	85.6	75.7	85.6	0.0
	Diariamente o casi	385	9.4	18.3	9.7	0.3
	Al menos 1 vez/ semana	91	3.8	4.3	3.3	-0.6
	Menos de 1 vez/ semana	35	1.2	1.7	1.4	0.3
	No usa internet	0	0.0	0.0	0.0	0.0
Participa en redes sociales	Sí	1.422	69.6	67.6	69.3	-0.3
	No	683	30.4	32.5	30.7	0.3
Emite opiniones políticas o cívicas en internet	Sí	678	15.3	32.2	17.3	2.0
	No	1.427	84.7	67.8	82.7	-2.0
Busca información sobre salud en internet	Sí	1.494	69.0	71.0	69.4	0.3
	No	611	31.0	29.0	30.6	-0.3
Vende bienes o servicios en internet	Sí	731	21.6	34.7	22.1	0.6
	No	1.374	78.4	65.3	77.9	-0.6
Lee noticias en sitios web o prensa digital	Sí	1.528	74.4	72.6	73.2	-1.2
	No	577	25.6	27.4	26.8	1.2
Usa banca por internet	Sí	1.759	75.4	83.6	76.1	0.6
	No	346	24.6	16.4	23.9	-0.6

^aDif. pond. = diferencia en puntos porcentuales con respecto a TIC-H. Valores negativos indican infrarrepresentación.

Tabla A6: Calibración de pesoweb: TIC-H vs. muestra total (CAWI + CATI) sin ponderar y ponderada

Variable	Categoría	N	TIC-H (%)	Sin pond. (%)	Pond. (%)	Dif. pond. ^a
Sexo	Hombre	1,043	49.3	47.1	48.6	-0.6
	Mujer	1,172	50.7	52.9	51.4	0.7
Grupo de edad	16-24	184	12.8	8.3	11.8	-0.9
	25-34	284	14.5	12.8	13.0	-1.5
	35-44	421	17.0	19.0	16.0	-1.0
	45-54	462	20.7	20.9	21.1	0.5
	55-64	406	17.6	18.3	19.0	1.4
	65+	458	17.5	20.7	19.0	1.6
Nivel de estudios	Primarios o menos	151	8.8	6.8	9.3	0.6
	Secundarios y FP	1,355	60.2	61.2	59.5	-0.7
	Universitarios	709	31.0	32.0	31.1	0.1
Tamaño de hábitat	<20k	635	29.3	28.7	29.3	0.0
	20k-100k	660	27.6	29.8	26.8	-0.8
	100k-500k	455	26.2	20.5	25.9	-0.3
	>500k	465	16.9	21.0	18.0	1.2
Tipo de hogar	Unipersonal	357	10.9	16.1	12.2	1.3
	Padre/madre solo/a	290	11.7	13.1	12.3	0.6
	Pareja sin hijos	543	16.9	24.5	17.7	0.8
	Pareja con hijos	753	47.5	34.0	45.0	-2.5
	Otro tipo	272	13.0	12.3	12.9	-0.2
Situación laboral	Cuenta ajena	1,033	46.9	46.6	46.6	-0.3
	Cuenta propia	148	8.3	6.7	7.4	-0.9
	Parado	227	8.3	10.2	8.6	0.3
	Estudiante	160	9.6	7.2	8.5	-1.1
	Jubilado	407	15.5	18.4	17.0	1.5
	Otros	240	11.4	10.8	12.0	0.5
Frecuencia de uso de internet	Varias veces al día	1,631	85.6	73.6	85.0	-0.6
	Diariamente o casi	417	9.4	18.8	10.0	0.7
	Al menos 1 vez/ semana	108	3.8	4.9	3.4	-0.5
	Menos de 1 vez/ semana	59	1.2	2.7	1.6	0.4
	No usa internet	0	0.0	0.0	0.0	0.0
Participa en redes sociales	Sí	1,472	69.6	66.5	68.5	-1.1
	No	743	30.4	33.5	31.5	1.1
Emite opiniones políticas o cívicas en internet	Sí	693	15.3	31.3	17.2	1.9
	No	1,522	84.7	68.7	82.8	-1.9
Busca información sobre salud en internet	Sí	1,567	69.0	70.7	69.6	0.5
	No	648	31.0	29.3	30.4	-0.5
Vende bienes o servicios en internet	Sí	740	21.6	33.4	21.9	0.4
	No	1,475	78.4	66.6	78.1	-0.4
Lee noticias en sitios web o prensa digital	Sí	1,585	74.4	71.6	73.0	-1.4
	No	630	25.6	28.4	27.0	1.4
Usa banca por internet	Sí	1,826	75.4	82.4	75.9	0.5
	No	389	24.6	17.6	24.1	-0.5

^aDif. pond. = diferencia en puntos porcentuales con respecto a TIC-H. Valores negativos indican infrarrepresentación.

9.3 Referencias

Lee, Sunghee, y Richard Valliant. 2009. «Estimation for Volunteer Panel Web Surveys Using Propensity Score Adjustment and Calibration Adjustment». *Sociological Methods & Research* 37(3): 319–343. <https://doi.org/10.1177/0049124108329643>

10. Tablas

10.1. Tablas de frecuencias

(P1.1) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medio ambiente y ecología				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	647	29,2	29,2	29,2
No	1.564	70,6	70,8	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Prefiero no responder	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P1.2) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medicina y salud				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	1.061	47,9	48,0	48,0
No	1.151	52,0	52,0	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P1.3) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Alimentación y bienestar físico				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	1.264	57,1	57,1	57,1
No	950	42,9	42,9	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P1.4) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Ciencia y tecnología				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	862	38,9	38,9	38,9
No	1.352	61,0	61,1	100,0
No sé	1	0,0	–	–
Prefiero no responder	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	286	12,9	12,9	12,9
Al menos una vez a la semana	499	22,5	22,5	35,4
Varias veces al mes	506	22,8	22,9	58,3
Casi nunca o nunca	922	41,6	41,7	100,0

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No sé	3	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P2.2) Frecuencia con que se informa sobre: Medio ambiente y ecología				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	169	7,6	7,6	7,6
Al menos una vez a la semana	576	26,0	26,0	33,6
Varias veces al mes	647	29,2	29,2	62,9
Casi nunca o nunca	823	37,1	37,1	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P2.3) Frecuencia con que se informa sobre: Política				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	807	36,4	36,5	36,5
Al menos una vez a la semana	445	20,1	20,1	56,6
Varias veces al mes	390	17,6	17,6	74,3
Casi nunca o nunca	569	25,7	25,7	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P2.4) Frecuencia con que se informa sobre: Medicina y salud				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	338	15,3	15,3	15,3
Al menos una vez a la semana	709	32,0	32,1	47,4
Varias veces al mes	697	31,5	31,6	79,0
Casi nunca o nunca	464	21,0	21,0	100,0
No sé	6	0,3	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P2.5) Frecuencia con que se informa sobre: Alimentación y bienestar físico				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	460	20,8	20,8	20,8
Al menos una vez a la semana	735	33,2	33,2	54,0
Varias veces al mes	633	28,6	28,6	82,6
Casi nunca o nunca	384	17,3	17,4	100,0
No sé	3	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P2.6) Frecuencia con que se informa sobre: Ciencia y tecnología				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	266	12,0	12,0	12,0
Al menos una vez a la semana	638	28,8	28,9	40,9
Varias veces al mes	683	30,8	30,9	71,7
Casi nunca o nunca	625	28,2	28,3	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P3.1) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	815	39,7	39,8	39,8
Al menos una vez a la semana	367	17,9	17,9	57,7
Varias veces al mes	304	14,8	14,8	72,5
Una vez al mes o menos	207	10,1	10,1	82,6
Casi nunca o nunca	358	17,4	17,4	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P3.2) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	599	29,2	29,2	29,2
Al menos una vez a la semana	436	21,2	21,2	50,4
Varias veces al mes	328	16,0	16,0	66,4
Una vez al mes o menos	244	11,9	11,9	78,3
Casi nunca o nunca	446	21,7	21,7	100,0
No sé	0	0,0	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	724	35,2	35,3	35,3
Al menos una vez a la semana	277	13,5	13,5	48,8
Varias veces al mes	238	11,6	11,6	60,4
Una vez al mes o menos	214	10,4	10,5	70,9
Casi nunca o nunca	598	29,1	29,1	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Prefiero no responder	2	0,1	–	–

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Total	2.055	100,0	100,0	-

(P3.4) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	810	39,4	39,4	39,4
Al menos una vez a la semana	387	18,8	18,9	58,3
Varias veces al mes	312	15,2	15,2	73,5
Una vez al mes o menos	201	9,8	9,8	83,3
Casi nunca o nunca	343	16,7	16,7	100,0
No sé	1	0,0	-	-
Prefiero no responder	1	0,0	-	-
Total	2.055	100,0	100,0	-

(P3.5) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Prensa diaria online o en papel

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	420	20,4	20,5	20,5
Al menos una vez a la semana	347	16,9	16,9	37,4
Varias veces al mes	269	13,1	13,1	50,5
Una vez al mes o menos	245	11,9	11,9	62,4
Casi nunca o nunca	771	37,5	37,6	100,0
No sé	2	0,1	-	-
Prefiero no responder	1	0,1	-	-
Total	2.055	100,0	100,0	-

(P3.6) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Libros o Revistas de divulgación científica o técnica, enciclopedias online

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	103	5,0	5,0	5,0
Al menos una vez a la semana	265	12,9	13,0	18,0
Varias veces al mes	318	15,5	15,5	33,5
Una vez al mes o menos	415	20,2	20,3	53,8
Casi nunca o nunca	945	46,0	46,2	100,0
No sé	6	0,3	-	-
Prefiero no responder	3	0,2	-	-
Total	2.055	100,0	100,0	-

(P3.7) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Radio y/o podcast				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	399	19,4	19,4	19,4
Al menos una vez a la semana	377	18,3	18,3	37,8
Varias veces al mes	330	16,1	16,1	53,9
Una vez al mes o menos	289	14,0	14,1	67,9
Casi nunca o nunca	658	32,0	32,1	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	59	2,9	2,9	2,9
Al menos una vez a la semana	186	9,1	9,1	12,0
Varias veces al mes	261	12,7	12,8	24,7
Una vez al mes o menos	392	19,1	19,1	43,8
Casi nunca o nunca	1.151	56,0	56,2	100,0
No sé	3	0,2	–	–
Prefiero no responder	2	0,1	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P3.9) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Otras revistas en papel y/o online				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	108	5,2	5,3	5,3
Al menos una vez a la semana	241	11,7	11,8	17,0
Varias veces al mes	289	14,1	14,1	31,2
Una vez al mes o menos	348	16,9	17,0	48,2
Casi nunca o nunca	1.060	51,6	51,8	100,0
No sé	7	0,3	–	–
Prefiero no responder	2	0,1	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	66	3,2	3,2	3,2
Al menos una vez a la semana	190	9,2	9,2	12,5
Varias veces al mes	292	14,2	14,2	26,7
Una vez al mes o menos	462	22,5	22,5	49,3

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Casi nunca o nunca	1.041	50,7	50,7	100,0
No sé	3	0,1	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P3.11) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Cada día o casi cada día	294	14,3	14,4	14,4
Al menos una vez a la semana	370	18,0	18,0	32,4
Varias veces al mes	343	16,7	16,8	49,2
Una vez al mes o menos	272	13,2	13,3	62,4
Casi nunca o nunca	769	37,4	37,6	100,0
No sé	7	0,3	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.055	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	319	14,4	14,4	14,4
2	340	15,3	15,4	29,8
3	467	21,1	21,1	50,9
4	601	27,1	27,2	78,1
5	321	14,5	14,5	92,6
6	124	5,6	5,6	98,2
Total confianza 7	39	1,8	1,8	100,0
No sé	3	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	269	12,1	12,1	12,1
2	270	12,2	12,2	24,4
3	486	21,9	22,0	46,3
4	634	28,6	28,7	75,0
5	379	17,1	17,2	92,2
6	124	5,6	5,6	97,8
Total confianza 7	49	2,2	2,2	100,0

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No sé	3	0,2	–	–
Prefiero no responder	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	242	10,9	10,9	10,9
2	306	13,8	13,9	24,8
3	443	20,0	20,0	44,8
4	598	27,0	27,1	71,9
5	376	17,0	17,0	88,9
6	169	7,6	7,6	96,5
Total confianza 7	77	3,5	3,5	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	140	6,3	6,3	6,3
2	193	8,7	8,7	15,1
3	333	15,0	15,0	30,1
4	606	27,3	27,4	57,5
5	521	23,5	23,5	81,0
6	312	14,1	14,1	95,1
Total confianza 7	109	4,9	4,9	100,0
No sé	3	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Prensa diaria online o en papel				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	161	7,3	7,3	7,3
2	156	7,0	7,0	14,3
3	303	13,7	13,7	28,0
4	570	25,7	25,8	53,8
5	552	24,9	24,9	78,7
6	360	16,3	16,3	95,0
Total confianza 7	111	5,0	5,0	100,0

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Prensa diaria online o en papel				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No sé	3	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Radio y/o podcast				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	89	4,0	4,0	4,0
2	137	6,2	6,2	10,2
3	267	12,0	12,0	22,2
4	636	28,7	28,7	51,0
5	584	26,3	26,3	77,3
6	364	16,4	16,4	93,7
Total confianza 7	139	6,3	6,3	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Familia, amigos o conocidos				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	60	2,7	2,7	2,7
2	132	6,0	6,0	8,7
3	249	11,2	11,2	19,9
4	598	27,0	27,0	46,9
5	562	25,4	25,4	72,3
6	356	16,1	16,1	88,4
Total confianza 7	256	11,6	11,6	100,0
No sé	0	0,0	–	–
Prefiero no responder	3	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	313	14,1	14,3	14,3
2	229	10,3	10,4	24,7
3	311	14,0	14,2	38,9
4	595	26,9	27,1	66,0
5	464	21,0	21,2	87,2
6	224	10,1	10,2	97,4
Total confianza 7	58	2,6	2,6	100,0
No sé	21	0,9	–	–
Prefiero no responder	0	0,0	–	–

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	54	2,4	2,4	2,4
2	43	1,9	1,9	4,4
3	94	4,2	4,2	8,6
4	264	11,9	11,9	20,6
5	424	19,2	19,2	39,7
6	676	30,5	30,5	70,3
Total confianza 7	658	29,7	29,7	100,0
No sé	1	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	370	16,7	16,7	16,7
2	388	17,5	17,5	34,3
3	446	20,1	20,1	54,4
4	545	24,6	24,6	79,0
5	324	14,6	14,7	93,7
6	97	4,4	4,4	98,1
Total confianza 7	43	1,9	1,9	100,0
No sé	2	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	342	15,5	15,5	15,5
2	312	14,1	14,1	29,6
3	456	20,6	20,6	50,2
4	590	26,6	26,7	76,9
5	329	14,8	14,9	91,8
6	133	6,0	6,0	97,8
Total confianza 7	49	2,2	2,2	100,0
No sé	4	0,2	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	304	13,7	13,7	13,7
2	326	14,7	14,7	28,5
3	439	19,8	19,9	48,3
4	577	26,0	26,1	74,4
5	320	14,5	14,5	88,9
6	167	7,5	7,5	96,4
Total confianza 7	79	3,6	3,6	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Televisión y Plataformas de TV

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	212	9,6	9,6	9,6
2	251	11,3	11,3	20,9
3	387	17,5	17,5	38,4
4	628	28,4	28,4	66,8
5	443	20,0	20,0	86,8
6	206	9,3	9,3	96,1
Total confianza 7	87	3,9	3,9	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	157	7,1	7,1	7,1
2	206	9,3	9,3	16,4
3	332	15,0	15,0	31,4
4	638	28,8	28,8	60,1
5	507	22,9	22,9	83,0
6	277	12,5	12,5	95,5
Total confianza 7	99	4,5	4,5	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Radio y/o podcast

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	143	6,4	6,4	6,4
2	174	7,9	7,9	14,3
3	305	13,8	13,8	28,1
4	652	29,4	29,5	57,6

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Radio y/o podcast				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
5	542	24,5	24,5	82,1
6	300	13,6	13,6	95,6
Total confianza 7	97	4,4	4,4	100,0
No sé	1	0,0	–	–
Prefiero no responder	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Familia, amigos o conocidos				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	78	3,5	3,5	3,5
2	168	7,6	7,6	11,1
3	257	11,6	11,6	22,7
4	623	28,1	28,1	50,8
5	528	23,9	23,9	74,7
6	333	15,0	15,0	89,7
Total confianza 7	229	10,3	10,3	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	341	15,4	15,5	15,5
2	264	11,9	12,0	27,6
3	351	15,9	16,0	43,6
4	574	25,9	26,1	69,7
5	407	18,4	18,5	88,2
6	202	9,1	9,2	97,4
Total confianza 7	57	2,6	2,6	100,0
No sé	18	0,8	–	–
Prefiero no responder	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Personal sanitario				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No confío en absoluto 1	40	1,8	1,8	1,8
2	28	1,2	1,2	3,0
3	75	3,4	3,4	6,4
4	252	11,4	11,4	17,8
5	332	15,0	15,0	32,8
6	641	28,9	28,9	61,8

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Personal sanitario				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Total confianza 7	847	38,2	38,2	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	641	29,0	29,2	29,2
2	263	11,9	12,0	41,2
3	250	11,3	11,4	52,5
4	350	15,8	15,9	68,5
5	265	12,0	12,1	80,5
6	137	6,2	6,2	86,7
Totalmente de acuerdo 7	292	13,2	13,3	100,0
No sé	14	0,6	-	-
Prefiero no responder	2	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P7.2) Se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	565	25,5	25,7	25,7
2	279	12,6	12,7	38,4
3	237	10,7	10,8	49,2
4	407	18,4	18,5	67,7
5	281	12,7	12,8	80,5
6	146	6,6	6,6	87,1
Totalmente de acuerdo 7	283	12,8	12,9	100,0
No sé	15	0,7	-	-
Prefiero no responder	1	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	779	35,2	35,5	35,5
2	270	12,2	12,3	47,8
3	244	11,0	11,1	58,9
4	409	18,5	18,6	77,6
5	183	8,2	8,3	85,9
6	117	5,3	5,3	91,2
Totalmente de acuerdo 7	193	8,7	8,8	100,0
No sé	17	0,8	-	-
Prefiero no responder	2	0,1	-	-

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P7.4) Las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	368	16,6	16,7	16,7
2	233	10,5	10,6	27,3
3	248	11,2	11,2	38,5
4	402	18,1	18,2	56,8
5	375	16,9	17,0	73,8
6	196	8,9	8,9	82,7
Totalmente de acuerdo 7	382	17,2	17,3	100,0
No sé	10	0,5	-	-
Prefiero no responder	0	0,0	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P7.5) Debido a sus conocimientos, los científicos tienen un poder que los hace peligrosos				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	522	23,6	23,6	23,6
2	274	12,4	12,4	36,0
3	272	12,3	12,3	48,3
4	408	18,4	18,4	66,8
5	344	15,5	15,6	82,3
6	143	6,4	6,5	88,8
Totalmente de acuerdo 7	248	11,2	11,2	100,0
No sé	5	0,2	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Preguntar a los/as pacientes cómo se encuentran para ver si notan algún efecto	188	8,5	9,8	9,8
Analizar el efecto de cada uno de los componentes del fármaco por separado	386	17,4	20,1	29,9
Administrar el fármaco a unos/as pacientes, pero no a otros/as, y comparar qué ocurre con los dos grupos	1.014	45,8	52,8	82,8
Utilizar su conocimiento sobre medicina para establecer la eficacia del fármaco	331	14,9	17,2	100,0
No sé	296	13,4	-	-
Prefiero no responder	0	0,0	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P9.1) Radio y Televisión española (RTVE) depende de los anuncios como su principal fuente de financiación.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Verdadero	564	25,5	31,1	31,1
Falso	1.252	56,5	68,9	100,0
No sé	399	18,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P9.2) Las noticias y el contenido que una persona visualiza en Instagram o Facebook se seleccionan aleatoriamente.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Verdadero	368	16,6	21,6	21,6
Falso	1.334	60,2	78,4	100,0
No sé	512	23,1	–	–
Prefiero no responder	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P9.3) La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Verdadero	1.559	70,4	88,0	88,0
Falso	212	9,6	12,0	100,0
No sé	444	20,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P9.4) Los algoritmos de las redes sociales fundamentalmente sirven para que veamos las publicaciones de los temas que más nos interesan.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Verdadero	1.600	72,3	85,6	85,6
Falso	269	12,2	14,4	100,0
No sé	345	15,6	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P9.5) En un periódico digital, todo texto que incluye la firma de un autor es un artículo de opinión

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Verdadero	786	35,5	56,5	56,5
Falso	606	27,4	43,5	100,0
No sé	822	37,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P10.1) Cuento con mis amigos para que me digan lo que es importante cuando las noticias ocurren.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo	352	15,9	15,9	15,9

(P10.1) Cuento con mis amigos para que me digan lo que es importante cuando las noticias ocurren.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Bastante en desacuerdo	371	16,8	16,8	32,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	890	40,2	40,2	72,9
Bastante de acuerdo	485	21,9	21,9	94,7
Totalmente de acuerdo	117	5,3	5,3	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo	145	6,6	6,6	6,6
Bastante en desacuerdo	417	18,8	18,8	25,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	753	34,0	34,0	59,4
Bastante de acuerdo	728	32,9	32,9	92,3
Totalmente de acuerdo	171	7,7	7,7	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P10.3) No tengo que buscar activamente noticias porque cuando aparezcan asuntos públicos importantes me llegarán por las redes sociales.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo	297	13,4	13,4	13,4
Bastante en desacuerdo	362	16,3	16,3	29,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	777	35,1	35,1	64,8
Bastante de acuerdo	590	26,6	26,6	91,4
Totalmente de acuerdo	189	8,6	8,6	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P11.1) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Nutrición y bienestar

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	886	40,0	40,0	40,0
No	1.328	59,9	60,0	100,0
No sé	2	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P11.2) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Vacunas

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	627	28,3	28,3	28,3
No	1.586	71,6	71,7	100,0
No sé	2	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(P11.3) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Origen de los grandes incendios en verano				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	413	18,7	18,7	18,7
No	1.801	81,3	81,3	100,0
No sé	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P11.4) Información falsa recibida en los últimos 7 días: El cambio climático				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	800	36,1	36,2	36,2
No	1.413	63,8	63,8	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P11.5) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Terapias alternativas (homeopatía, acupuntura, reiki...)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	490	22,1	22,1	22,1
No	1.723	77,8	77,9	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P11.6) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Tratamientos médicos				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	705	31,8	31,9	31,9
No	1.507	68,1	68,1	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P12) Canal por el que recibió información falsa			
Categoría	n	% respuestas	% individuos
Conversaciones personales o telefónicas	551	11,0	41,1
Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)	545	10,9	40,7
Redes sociales (Facebook, X, Bluesky...)	945	18,9	70,5
Redes sociales basadas en video online (YouTube, Instagram, Twitch, TikTok...)	948	19,0	70,7
Prensa digital o escrita	505	10,1	37,7
Televisión o plataformas de TV online	459	9,2	34,2
Radio o podcast	349	7,0	26,0
Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)	399	8,0	29,8

(P12) Canal por el que recibió información falsa			
Categoría	n	% respuestas	% individuos
Otros	288	5,8	21,5

(P13.1) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en sus redes sociales o apps de mensajería?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	211	9,5	9,5	9,5
No	1.913	86,3	86,6	96,1
No uso redes sociales o aplicaciones de mensajería	86	3,9	3,9	100,0
No sé	5	0,2	–	–
Prefiero no responder	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P13.2) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en conversaciones cara a cara o telefónicas?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	294	13,3	13,3	13,3
No	1.917	86,5	86,7	100,0
No sé	4	0,2	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P14.1) ¿Hasta qué punto está seguro/a de que puede identificar información que sea falsa o distorsione la realidad?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Muy seguro/a	160	7,2	7,2	7,2
Más bien seguro/a	981	44,3	44,3	51,6
No muy seguro/a	929	41,9	42,0	93,5
Nada seguro/a	143	6,5	6,5	100,0
No sé	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P14.2) ¿En qué medida está seguro/a de que la persona promedio en España puede distinguir información que sea falsa?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Muy seguro/a	66	3,0	3,0	3,0
Más bien seguro/a	334	15,1	15,1	18,1
No muy seguro/a	1.269	57,3	57,3	75,4
Nada seguro/a	545	24,6	24,6	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P15.1) La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	101	4,5	4,6	4,6
2	119	5,4	5,5	10,1
3	143	6,4	6,5	16,6
4	440	19,8	20,1	36,7
5	352	15,9	16,1	52,8
6	355	16,0	16,2	69,1
Totalmente de acuerdo 7	676	30,5	30,9	100,0
No sé	30	1,3	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P15.2) La inteligencia artificial (IA) es una herramienta útil que ayuda a la gente a desmentir bulos o mentiras que se difunden como noticias verdaderas				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	368	16,6	16,8	16,8
2	230	10,4	10,5	27,4
3	336	15,2	15,4	42,8
4	652	29,4	29,8	72,6
5	336	15,2	15,4	88,0
6	134	6,1	6,1	94,1
Totalmente de acuerdo 7	129	5,8	5,9	100,0
No sé	29	1,3	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P16.1) La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	60	2,7	2,7	2,7
2	66	3,0	3,0	5,7
3	144	6,5	6,5	12,2
4	338	15,3	15,3	27,5
5	373	16,8	16,9	44,3
6	392	17,7	17,7	62,1
Totalmente de acuerdo 7	839	37,9	37,9	100,0
No sé	3	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	41	1,8	1,8	1,8
2	43	1,9	1,9	3,8
3	111	5,0	5,0	8,8
4	264	11,9	11,9	20,7
5	341	15,4	15,4	36,2
6	402	18,2	18,2	54,3
Totalmente de acuerdo 7	1.011	45,6	45,7	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P16.3) La desinformación y los bulos provocan que las personas desconfíen de las instituciones.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	49	2,2	2,2	2,2
2	53	2,4	2,4	4,6
3	85	3,8	3,8	8,4
4	315	14,2	14,2	22,7
5	369	16,7	16,7	39,3
6	443	20,0	20,0	59,3
Totalmente de acuerdo 7	900	40,6	40,7	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P16.4) La desinformación y los bulos ponen en peligro la democracia.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	88	4,0	4,0	4,0
2	72	3,3	3,3	7,2
3	115	5,2	5,2	12,5
4	407	18,4	18,4	30,9
5	400	18,1	18,1	49,0
6	343	15,5	15,5	64,5
Totalmente de acuerdo 7	785	35,4	35,5	100,0
No sé	5	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P17) Restricción de información falsa online vs. libertad de prensa

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa online, incluso si esto limita la libertad de p	1.406	63,5	63,8	63,8
La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa.	799	36,1	36,2	100,0

(P17) Restricción de información falsa online vs. libertad de prensa				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No sé	7	0,3	–	–
Prefiero no responder	4	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa			
Categoría	n	% respuestas	% individuos
Influencers/personalidades en línea	1.207	13,5	54,5
Gobiernos, políticos o partidos políticos extranjeros de otros países	1.005	11,2	45,4
Políticos o partidos políticos de mi país	1.263	14,1	57,0
Lobbies o grupos de presión	895	10,0	40,4
Empresas	446	5,0	20,1
Propietarios de plataformas de redes sociales	825	9,2	37,3
Medios de comunicación y periodistas	1.009	11,3	45,6
Personalidades famosas (cantantes, estrellas del deporte...)	726	8,1	32,8
Activistas o grupos de activistas	809	9,1	36,5
Gente corriente	578	6,5	26,1
Otros	60	0,7	2,7
Ninguno de estos	114	1,3	5,2
No sabe	3	–	0,1
No contesta	0	–	0,0

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Los beneficios son mayores que los perjuicios	1.178	53,2	53,3	53,3
Beneficios y perjuicios están equilibrados	695	31,4	31,4	84,7
Los perjuicios superan a los beneficios	339	15,3	15,3	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P20) Confianza interpersonal general				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
1 Nunca se es lo bastante prudente	425	19,2	19,2	19,2
2	215	9,7	9,7	28,9
3	359	16,2	16,2	45,1
4	630	28,4	28,4	73,5
5	423	19,1	19,1	92,7
6	110	4,9	4,9	97,6
7 Se puede confiar en la mayoría de la gente	53	2,4	2,4	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.1) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de España				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	121	5,4	5,4	5,4
Bastante	525	23,7	23,7	29,2
Poco	697	31,5	31,5	60,7
Nada	870	39,3	39,3	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Prefiero no responder	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	103	4,7	4,7	4,7
Bastante	537	24,2	24,3	28,9
Poco	947	42,8	42,8	71,7
Nada	626	28,3	28,3	100,0
No sé	1	0,0	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.3) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as políticos/as				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	44	2,0	2,0	2,0
Bastante	218	9,9	9,9	11,9
Poco	874	39,5	39,5	51,4
Nada	1.077	48,6	48,6	100,0
No sé	1	0,0	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.4) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Naciones Unidas/La Organización Mundial de la Salud				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	270	12,2	12,2	12,2
Bastante	894	40,4	40,5	52,7
Poco	707	31,9	32,0	84,7
Nada	338	15,3	15,3	100,0
No sé	6	0,3	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	155	7,0	7,0	7,0
Bastante	845	38,2	38,2	45,2
Poco	820	37,0	37,1	82,2
Nada	394	17,8	17,8	100,0
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.6) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as periodistas

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	46	2,1	2,1	2,1
Bastante	643	29,1	29,1	31,1
Poco	1.101	49,7	49,7	80,8
Nada	424	19,2	19,2	100,0
No sé	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.7) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as científicos/as

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	809	36,5	36,5	36,5
Bastante	1.047	47,3	47,3	83,8
Poco	263	11,9	11,9	95,7
Nada	95	4,3	4,3	100,0
No sé	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Mucho	537	24,3	24,3	24,3
Bastante	1.098	49,6	49,6	73,8
Poco	440	19,9	19,9	93,7
Nada	140	6,3	6,3	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P22.1) Los/as científicos/as sólo están interesados/as en su propio beneficio.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	515	23,3	23,3	23,3

(P22.1) Los/as científicos/as sólo están interesados/as en su propio beneficio.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
2	459	20,7	20,7	44,0
3	383	17,3	17,3	61,3
4	441	19,9	19,9	81,2
5	207	9,3	9,3	90,5
6	77	3,5	3,5	94,0
Totalmente de acuerdo 7	132	6,0	6,0	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P22.2) Los/as científicos/as están confabulados/as con políticos/as y empresas.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	395	17,8	17,9	17,9
2	361	16,3	16,3	34,2
3	366	16,5	16,6	50,8
4	529	23,9	23,9	74,8
5	300	13,6	13,6	88,4
6	123	5,5	5,6	93,9
Totalmente de acuerdo 7	134	6,1	6,1	100,0
No sé	5	0,2	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	464	20,9	21,0	21,0
2	351	15,8	15,9	36,8
3	300	13,6	13,6	50,4
4	547	24,7	24,8	75,2
5	283	12,8	12,8	88,0
6	126	5,7	5,7	93,7
Totalmente de acuerdo 7	140	6,3	6,3	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	411	18,6	18,6	18,6
2	321	14,5	14,5	33,1

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
3	317	14,3	14,3	47,4
4	513	23,2	23,2	70,6
5	321	14,5	14,5	85,1
6	164	7,4	7,4	92,5
Totalmente de acuerdo 7	166	7,5	7,5	100,0
No sé	1	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P22.5) La gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	414	18,7	18,7	18,7
2	343	15,5	15,5	34,2
3	312	14,1	14,1	48,3
4	543	24,5	24,5	72,8
5	297	13,4	13,4	86,2
6	174	7,9	7,9	94,1
Totalmente de acuerdo 7	131	5,9	5,9	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	456	20,6	20,6	20,6
2	320	14,4	14,4	35,0
3	340	15,4	15,4	50,4
4	534	24,1	24,1	74,5
5	254	11,5	11,5	86,0
6	144	6,5	6,5	92,5
Totalmente de acuerdo 7	167	7,5	7,5	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P23.1) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, independientemente de lo que otros piensen de ellos.

Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	333	15,1	15,1	15,1
2	182	8,2	8,2	23,3
3	238	10,8	10,8	34,1
4	579	26,2	26,2	60,3
5	415	18,8	18,8	79,1
6	170	7,7	7,7	86,8

(P23.1) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, independientemente de lo que otros piensen de ellos.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente de acuerdo 7	291	13,1	13,2	100,0
No sé	6	0,3	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P23.2) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si esto puede aislarme de los demás.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	365	16,5	16,5	16,5
2	216	9,8	9,8	26,3
3	250	11,3	11,3	37,5
4	608	27,5	27,5	65,0
5	353	16,0	16,0	81,0
6	178	8,0	8,0	89,0
Totalmente de acuerdo 7	243	11,0	11,0	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	309	13,9	14,0	14,0
2	193	8,7	8,7	22,7
3	257	11,6	11,6	34,3
4	585	26,4	26,5	60,8
5	388	17,5	17,5	78,3
6	189	8,5	8,6	86,9
Totalmente de acuerdo 7	291	13,1	13,1	100,0
No sé	3	0,1	–	–
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	91	4,1	4,1	4,1
2	87	3,9	3,9	8,0
3	178	8,0	8,1	16,1
4	467	21,1	21,1	37,2
5	367	16,6	16,6	53,8
6	317	14,3	14,3	68,1
Totalmente de acuerdo 7	704	31,8	31,9	100,0

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No sé	4	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P24.2) No debemos presionar por la igualdad de los grupos.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	371	16,7	16,8	16,8
2	229	10,4	10,4	27,1
3	272	12,3	12,3	39,4
4	612	27,6	27,7	67,1
5	308	13,9	13,9	81,1
6	183	8,3	8,3	89,4
Totalmente de acuerdo 7	235	10,6	10,6	100,0
No sé	6	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P24.3) La igualdad entre grupos debería ser nuestro ideal.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	96	4,3	4,3	4,3
2	92	4,1	4,2	8,5
3	150	6,8	6,8	15,2
4	542	24,5	24,5	39,7
5	376	17,0	17,0	56,7
6	317	14,3	14,3	71,0
Totalmente de acuerdo 7	642	29,0	29,0	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P24.4) Los grupos superiores deben dominar a los grupos inferiores.				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Totalmente en desacuerdo 1	1.139	51,4	51,4	51,4
2	268	12,1	12,1	63,6
3	188	8,5	8,5	72,1
4	365	16,5	16,5	88,5
5	129	5,8	5,8	94,4
6	68	3,1	3,1	97,4
Totalmente de acuerdo 7	57	2,6	2,6	100,0
No sé	2	0,1	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P25) Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Varias veces al día	1.879	84,8	85,0	85,0
A diario o casi diariamente	222	10,0	10,0	95,0
Al menos una vez a la semana, pero no diariamente	75	3,4	3,4	98,4
Menos de una vez a la semana	35	1,6	1,6	100,0
No sé	5	0,2	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P26) Grado de confianza en Internet				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Poco o nada	525	23,7	23,7	23,7
Bastante	1.550	70,0	70,0	93,7
Mucho	140	6,3	6,3	100,0
No sé	0	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(P27) Uso de Internet en los últimos 3 meses				
Categoría	n	% respuestas	% individuos	
Participar en redes sociales	1.515	14,4	68,4	
Emitir opiniones sobre asuntos cívicos o políticos	382	3,6	17,2	
Ver contenidos de video (YouTube, Twitch, etc.)	1.584	15,1	71,5	
Ver películas o videos bajo demanda (Netflix, HBO Max, etc.)	1.704	16,2	76,9	
Buscar información sobre temas de salud	1.539	14,7	69,5	
Vender bienes o servicios	486	4,6	21,9	
Leer noticias en sitios web o periódicos digitales	1.617	15,4	73,0	
Banca por Internet	1.679	16,0	75,8	

(D1) Sexo				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Hombre	1.077	48,6	48,6	48,6
Mujer	1.138	51,4	51,4	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	–

(D1) Género				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Hombre	1.065	48,2	48,2	48,2
Mujer	1.139	51,6	51,6	99,8
Alguna otra manera	4	0,2	0,2	100,0
Total	2.209	100,0	100,0	–

(D2) Grupo de edad				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
De 16 a 24 años	262	11,9	11,9	11,9
De 25 a 34 años	288	13,0	13,0	24,9
De 35 a 44 años	354	16,0	16,0	40,8
De 45 a 54 años	468	21,1	21,1	62,0
De 55 a 64 años	421	19,0	19,0	81,0
De 65 y más años	421	19,0	19,0	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D4) Comunidad autónoma de residencia				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Andalucía	400	18,1	18,1	18,1
Aragón	61	2,8	2,8	20,8
Cantabria	22	1,0	1,0	21,8
Castilla y León	101	4,6	4,6	26,4
Castilla-La Mancha	94	4,2	4,2	30,6
Cataluña	376	17,0	17,0	47,6
Ceuta	4	0,2	0,2	47,8
Comunidad de Madrid	336	15,2	15,2	63,0
Comunidad Foral de Navarra	34	1,5	1,5	64,5
Comunidad Valenciana	243	11,0	11,0	75,5
Extremadura	50	2,3	2,3	77,7
Galicia	116	5,2	5,2	82,9
Islas Baleares	43	2,0	2,0	84,9
Islas Canarias	95	4,3	4,3	89,2
La Rioja	11	0,5	0,5	89,7
Melilla	1	0,0	0,0	89,7
País Vasco	103	4,7	4,7	94,4
Principado de Asturias	51	2,3	2,3	96,7
Región de Murcia	73	3,3	3,3	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D5) Tamaño de hábitat				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Menos de 10.000 habitantes	393	17,7	17,7	17,7
De 10.001 a 20.000 habitantes	256	11,6	11,6	29,3
De 20.001 a 50.000 habitantes	343	15,5	15,5	44,8
De 50.001 a 100.000 habitantes	250	11,3	11,3	56,1
De 100.001 a 500.000 habitantes	573	25,9	25,9	82,0
Más de 500.000 habitantes	399	18,0	18,0	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D6) Tipo de hogar				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Hogar unipersonal	269	12,2	12,2	12,2
Padre o madre solo/a que conviva con algún hijo	273	12,3	12,3	24,5
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	391	17,7	17,7	42,2
Pareja con hijos que conviven en el hogar	995	44,9	44,9	87,1
Otro tipo de hogar	285	12,9	12,9	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D7.1) Dispone en su vivienda de: Teléfono fijo				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	1.126	50,9	50,9	50,9
No	1.087	49,1	49,1	100,0
Prefiero no responder	2	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D7.2) Dispone en su vivienda de: Teléfono móvil				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	2.209	99,7	99,8	99,8
No	4	0,2	0,2	100,0
Prefiero no responder	1	0,1	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D8) ¿Utiliza teléfono móvil?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	2.189	99,1	99,4	99,4
No	13	0,6	0,6	100,0
Prefiero no responder	7	0,3	-	-
Total	2.209	100,0	100,0	-

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Estudios primarios incompletos o menos	15	0,7	0,7	0,7
Educación primaria	192	8,7	8,7	9,4
Primera etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller elemental, EGB, ESO)	503	22,7	22,7	32,1
Segunda etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller Superior, BUP, Bachillerato, FPI, FP de Grado Medio)	414	18,7	18,7	50,8
Formación Profesional de Grado Superior (FP II) y títulos propios de universidades de duración igual o superior a 2 a	401	18,1	18,1	68,9

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Universitarios de primer ciclo: Grado universitario, Diplomaturas, Ingenierías Técnicas, Peritaje, ATS, Magisterio, tr	262	11,8	11,8	80,7
Universitarios de segundo o tercer ciclo: Máster oficial o Grado de Medicina, Licenciaturas, Ingenierías superiores, D	428	19,3	19,3	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D9a) ¿Se considera más bien de letras o más bien de ciencias?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Más bien de letras	1.098	49,6	49,6	49,6
Más bien de ciencias	1.079	48,7	48,7	98,3
De las dos	8	0,4	0,4	98,6
De ninguna	16	0,7	0,7	99,3
No sé	12	0,5	0,5	99,9
Prefiero no responder	3	0,1	0,1	100,0
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D10) ¿Cómo se considera en materia religiosa?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Católico/a practicante	277	13,4	13,4	13,4
Católico/a no practicante	829	40,0	40,0	53,4
Creyente de otra religión	81	3,9	3,9	57,3
Indiferente o agnóstico/a	478	23,1	23,1	80,4
Ateo/a	406	19,6	19,6	100,0
Total	2.073	100,0	100,0	-

(D11) Ingresos familiares en relación con la media (≈1.700 €/mes)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Muy superiores (más del doble)	199	9,0	9,1	9,1
Superiores	776	35,0	35,3	44,3
Alrededor de esa cifra	604	27,3	27,5	71,8
Inferiores	471	21,3	21,4	93,2
Bastante inferiores (menos de la mitad)	150	6,8	6,8	100,0
No sé	5	0,2	-	-
Prefiero no responder	10	0,4	-	-
Total	2.215	100,0	100,0	-

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Trabajando por cuenta ajena	1.033	46,6	46,6	46,6
Trabajando por cuenta propia con empleados	49	2,2	2,2	48,9

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Trabajando por cuenta propia sin empleados	113	5,1	5,1	54,0
Trabajando en ayuda familiar (no remunerado)	16	0,7	0,7	54,7
Parado	190	8,6	8,6	63,3
Estudiante	188	8,5	8,5	71,8
Jubilado o prejubilado	376	17,0	17,0	88,7
Incapacitado permanente	54	2,4	2,4	91,2
Labores del hogar	117	5,3	5,3	96,4
Otra situación	79	3,6	3,6	100,0
Prefiero no responder	1	0,0	–	–
Total	2.215	100,0	100,0	–

(D13) Escala de Ideología (izquierda-derecha, 1-7)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
1 Extrema izquierda	91	4,4	4,4	4,4
2	253	12,2	12,2	16,6
3	470	22,7	22,7	39,3
4	669	32,3	32,3	71,5
5	332	16,0	16,0	87,5
6	160	7,7	7,7	95,3
7 Extrema derecha	98	4,7	4,7	100,0
Total	2.073	100,0	100,0	–

(D14) Participación en las últimas elecciones generales (julio 2023)				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Fue a votar y votó	1.567	75,1	75,1	75,1
Fue a votar, pero no pudo votar	16	0,8	0,8	75,9
No fue a votar	407	19,5	19,5	95,4
No tenía edad/no pudo votar	97	4,6	4,6	100,0
Total	2.086	100,0	100,0	–

(D15) ¿Se considera limitado/a en sus actividades por problemas de salud?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Gravemente limitado	92	4,4	4,4	4,4
Limitado pero no severamente	544	25,9	25,9	30,3
Nada limitado	1.462	69,7	69,7	100,0
Total	2.098	100,0	100,0	–

(D16a) ¿Le gustaría conocer cuáles de los titulares eran falsos y cuáles verdaderos?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
Sí	1.610	75,8	75,8	75,8

(D16a) ¿Le gustaría conocer cuáles de los titulares eran falsos y cuáles verdaderos?				
Categoría	n	%	% válido	% acumulado
No	215	10,1	10,1	85,9
Me da igual	299	14,1	14,1	100,0
Total	2.125	100,0	100,0	-

10.2. Tablas de contingencia: Género

(P1.1) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medio ambiente y ecología			Género	
Categoría			Hombre	Mujer
Sí			33,3	25,3
No			66,5	74,5
No sé			0,1	0,2
Prefiero no responder			0,0	0,0
N ponderado			1.077	1.138
N sin ponderar			1.043	1.172

(P1.2) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medicina y salud			Género	
Categoría			Hombre	Mujer
Sí			43,9	51,7
No			56,0	48,2
No sé			0,1	0,1
N ponderado			1.077	1.138
N sin ponderar			1.043	1.172

(P1.3) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Alimentación y bienestar físico			Género	
Categoría			Hombre	Mujer
Sí			53,3	60,6
No			46,7	39,3
No sé			0,0	0,1
N ponderado			1.077	1.138
N sin ponderar			1.043	1.172

(P1.4) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Ciencia y tecnología			Género	
Categoría			Hombre	Mujer
Sí			47,0	31,3
No			53,0	68,6
No sé			0,0	0,1
Prefiero no responder			0,0	0,0
N ponderado			1.077	1.138
N sin ponderar			1.043	1.172

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	18,5	7,6	
Al menos una vez a la semana	27,3	17,9	
Varias veces al mes	24,0	21,7	
Casi nunca o nunca	29,9	52,7	
No sé	0,3	0,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P2.2) Frecuencia con que se informa sobre: Medio ambiente y ecología		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	9,1	6,2	
Al menos una vez a la semana	30,0	22,2	
Varias veces al mes	28,8	29,6	
Casi nunca o nunca	32,0	42,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P2.3) Frecuencia con que se informa sobre: Política		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	42,9	30,3	
Al menos una vez a la semana	23,0	17,3	
Varias veces al mes	17,3	17,9	
Casi nunca o nunca	16,5	34,4	
No sé	0,3	0,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P2.4) Frecuencia con que se informa sobre: Medicina y salud		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	12,8	17,6	
Al menos una vez a la semana	31,2	32,8	
Varias veces al mes	32,8	30,2	
Casi nunca o nunca	22,9	19,1	
No sé	0,3	0,2	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P2.5) Frecuencia con que se informa sobre: Alimentación y bienestar físico		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	18,5	22,9	
Al menos una vez a la semana	32,9	33,4	
Varias veces al mes	28,2	28,9	
Casi nunca o nunca	20,1	14,8	
No sé	0,3	0,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P2.6) Frecuencia con que se informa sobre: Ciencia y tecnología		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	18,1	6,2	
Al menos una vez a la semana	35,9	22,1	
Varias veces al mes	29,7	31,9	
Casi nunca o nunca	16,0	39,7	
No sé	0,3	0,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P3.1) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	35,7	43,6	
Al menos una vez a la semana	17,8	18,0	
Varias veces al mes	15,5	14,1	
Una vez al mes o menos	10,4	9,7	
Casi nunca o nunca	20,3	14,5	
No sé	0,3	0,1	
Prefiero no responder	0,1	0,0	
N ponderado	1.013	1.042	
N sin ponderar	981	1.078	

(P3.2) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Cada día o casi cada día	29,5	28,8	
Al menos una vez a la semana	22,6	19,9	
Varias veces al mes	14,3	17,6	
Una vez al mes o menos	11,9	11,9	
Casi nunca o nunca	21,6	21,8	
No sé	0,0	0,0	

(P3.2) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		31,3	39,1
Al menos una vez a la semana		16,4	10,6
Varias veces al mes		12,0	11,2
Una vez al mes o menos		11,0	9,9
Casi nunca o nunca		29,3	28,9
No sé		0,0	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,1
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.4) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		38,3	40,5
Al menos una vez a la semana		19,4	18,3
Varias veces al mes		16,0	14,4
Una vez al mes o menos		9,0	10,5
Casi nunca o nunca		17,1	16,3
No sé		0,0	0,1
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.5) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Prensa diaria online o en papel		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		24,6	16,4
Al menos una vez a la semana		17,7	16,0
Varias veces al mes		15,0	11,2
Una vez al mes o menos		9,8	14,0
Casi nunca o nunca		32,6	42,2
No sé		0,0	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,0

(P3.5) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Prensa diaria online o en papel		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.6) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Libros o Revistas de divulgación científica o técnica, enciclopedias online		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		5,8	4,2
Al menos una vez a la semana		16,2	9,7
Varias veces al mes		17,8	13,2
Una vez al mes o menos		18,5	21,8
Casi nunca o nunca		41,2	50,6
No sé		0,4	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,2
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.7) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Radio y/o podcast		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		21,7	17,2
Al menos una vez a la semana		17,9	18,7
Varias veces al mes		17,3	14,9
Una vez al mes o menos		13,0	15,0
Casi nunca o nunca		30,0	34,0
No sé		0,0	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		4,0	1,8
Al menos una vez a la semana		11,1	7,1
Varias veces al mes		16,2	9,3
Una vez al mes o menos		19,4	18,7
Casi nunca o nunca		49,1	62,8
No sé		0,0	0,3
Prefiero no responder		0,2	0,0
N ponderado		1.013	1.042

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N sin ponderar		981	1.078

(P3.9) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Otras revistas en papel y/o online		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		6,4	4,1
Al menos una vez a la semana		14,0	9,6
Varias veces al mes		15,8	12,4
Una vez al mes o menos		15,6	18,2
Casi nunca o nunca		47,7	55,4
No sé		0,3	0,3
Prefiero no responder		0,2	0,0
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		4,5	2,0
Al menos una vez a la semana		10,2	8,3
Varias veces al mes		14,1	14,4
Una vez al mes o menos		24,9	20,2
Casi nunca o nunca		46,3	54,9
No sé		0,0	0,3
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P3.11) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Cada día o casi cada día		15,8	12,9
Al menos una vez a la semana		19,5	16,5
Varias veces al mes		15,4	17,9
Una vez al mes o menos		13,4	13,1
Casi nunca o nunca		35,4	39,4
No sé		0,4	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.013	1.042
N sin ponderar		981	1.078

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	18,2	10,8
	2	16,1	14,6
	3	21,2	20,9
	4	24,5	29,6
	5	12,6	16,3
	6	5,6	5,7
Total confianza	7	1,7	1,8
No sé		0,0	0,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	14,4	10,0
	2	14,0	10,5
	3	19,1	24,6
	4	27,4	29,8
	5	16,1	18,1
	6	6,9	4,3
Total confianza	7	2,1	2,4
No sé		0,0	0,3
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	12,2	9,7
	2	16,4	11,4
	3	20,2	19,8
	4	25,3	28,6
	5	16,7	17,2
	6	6,4	8,7
Total confianza	7	2,8	4,1
No sé		0,0	0,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	7,5	5,2
	2	10,6	7,0
	3	15,5	14,5
	4	25,2	29,3
	5	22,8	24,2
	6	13,8	14,3
Total confianza	7	4,6	5,2
No sé		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Prensa diaria online o en papel		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	8,9	5,7
	2	7,6	6,5
	3	14,3	13,1
	4	23,9	27,5
	5	25,1	24,7
	6	15,5	17,0
Total confianza	7	4,8	5,3
No sé		0,0	0,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Radio y/o podcast		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	5,4	2,7
	2	6,0	6,4
	3	10,2	13,7
	4	30,4	27,1
	5	25,5	27,1
	6	16,4	16,4
Total confianza	7	6,1	6,5
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Familia, amigos o conocidos		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	3,7	1,8
	2	7,7	4,3
	3	11,5	10,9
	4	27,3	26,7
	5	25,0	25,7
	6	14,1	18,0
Total confianza	7	10,8	12,3
No sé		0,0	0,0
Prefiero no responder		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	17,1	11,3
	2	10,2	10,5
	3	11,7	16,2
	4	26,8	26,9
	5	19,3	22,6
	6	11,4	8,9
Total confianza	7	3,4	1,9
No sé		0,1	1,7
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	2,9	2,0
	2	3,2	0,8
	3	5,3	3,3
	4	11,8	12,1
	5	18,8	19,5
	6	29,5	31,4
Total confianza	7	28,5	30,8
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	20,8	12,8
	2	19,3	15,8
	3	19,1	21,1
	4	21,5	27,5
	5	12,6	16,6
	6	4,3	4,4
Total confianza	7	2,3	1,6
No sé		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	18,3	12,8
	2	16,3	12,0
	3	19,2	21,9
	4	24,1	29,0
	5	13,6	16,0
	6	5,9	6,1
Total confianza	7	2,5	2,0
No sé		0,1	0,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	15,2	12,3
	2	16,9	12,6
	3	20,5	19,2
	4	22,5	29,4
	5	14,4	14,5
	6	7,4	7,6
Total confianza	7	2,9	4,2
No sé		0,1	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Televisión y Plataformas de TV		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	11,4	7,9
	2	11,5	11,2
	3	18,0	16,9
	4	27,7	29,0
	5	19,6	20,3
	6	7,9	10,7
Total confianza	7	3,9	3,9
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	7,8	6,3
	2	10,7	7,9
	3	14,7	15,3
	4	29,2	28,4
	5	22,3	23,4
	6	10,6	14,3
Total confianza	7	4,7	4,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Radio y/o podcast		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	7,5	5,4
	2	9,1	6,7
	3	12,2	15,3
	4	29,6	29,3
	5	24,3	24,6
	6	13,3	13,8
Total confianza	7	3,9	4,8
No sé		0,1	0,0
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Familia, amigos o conocidos		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	4,8	2,2
	2	8,7	6,5
	3	11,0	12,1
	4	29,7	26,7
	5	21,9	25,7
	6	14,2	15,8
Total confianza	7	9,7	10,9
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	17,4	13,5
	2	12,3	11,6
	3	15,9	15,8
	4	22,9	28,8
	5	18,7	18,1
	6	9,6	8,6
Total confianza	7	3,1	2,1
No sé		0,0	1,5
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Personal sanitario		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
No confío en absoluto	1	2,7	0,9
	2	1,2	1,3
	3	3,4	3,4
	4	12,6	10,2
	5	16,0	14,1
	6	27,3	30,5
Total confianza	7	36,8	39,6
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		28,7	29,2
2		13,0	10,8
3		12,9	9,8
4		16,1	15,6
5		11,0	12,9
6		4,8	7,5
Totalmente de acuerdo 7		13,2	13,2
No sé		0,3	0,9
Prefiero no responder		0,1	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P7.2) Se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		26,6	24,5
2		13,6	11,7
3		10,9	10,5
4		17,9	18,8
5		11,7	13,6
6		4,8	8,2
Totalmente de acuerdo 7		14,1	11,5
No sé		0,3	1,1
Prefiero no responder		0,1	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		35,3	35,1
2		13,3	11,1
3		10,8	11,2
4		18,8	18,2
5		7,9	8,6
6		3,8	6,7
Totalmente de acuerdo 7		9,6	7,9
No sé		0,4	1,1
Prefiero no responder		0,2	0,0
N ponderado		1.077	1.138

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N sin ponderar		1.043	1.172

(P7.4) Las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		16,6	16,7
2		9,4	11,6
3		11,9	10,5
4		18,5	17,8
5		15,1	18,7
6		8,4	9,3
Totalmente de acuerdo 7		20,0	14,6
No sé		0,2	0,7
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P7.5) Debido a sus conocimientos, los científicos tienen un poder que los hace peligrosos		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		23,9	23,2
2		12,5	12,2
3		12,9	11,6
4		18,5	18,3
5		15,4	15,7
6		5,7	7,2
Totalmente de acuerdo 7		11,0	11,4
No sé		0,1	0,4
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Preguntar a los/as pacientes cómo se encuentran para ver si notan algún efecto		9,2	7,8
Analizar el efecto de cada uno de los componentes del fármaco por separado		15,4	19,4
Administrar el fármaco a unos/as pacientes, pero no a otros/as, y comparar qué ocurre con los dos grupos		47,5	44,1
Utilizar su conocimiento sobre medicina para establecer la eficacia del fármaco		16,8	13,2
No sé		11,0	15,6
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N sin ponderar		1.043	1.172

(P9.1) Radio y Televisión española (RTVE) depende de los anuncios como su principal fuente de financiación.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Verdadero		20,6	30,1
Falso		66,6	47,0
No sé		12,8	22,9
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P9.2) Las noticias y el contenido que una persona visualiza en Instagram o Facebook se seleccionan aleatoriamente.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Verdadero		16,2	17,0
Falso		62,3	58,2
No sé		21,5	24,6
Prefiero no responder		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P9.3) La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Verdadero		76,6	64,6
Falso		9,6	9,6
No sé		13,9	25,9
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P9.4) Los algoritmos de las redes sociales fundamentalmente sirven para que veamos las publicaciones de los temas que más nos interesan.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Verdadero		70,8	73,6
Falso		14,9	9,6
No sé		14,3	16,8
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P9.5) En un periódico digital, todo texto que incluye la firma de un autor es un artículo de opinión		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Verdadero		38,5	32,7
Falso		29,6	25,2
No sé		31,9	42,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P10.1) Cuento con mis amigos para que me digan lo que es importante cuando las noticias ocurren.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo		18,0	13,9
Bastante en desacuerdo		17,9	15,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		39,1	41,2
Bastante de acuerdo		20,1	23,6
Totalmente de acuerdo		4,9	5,6
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo		7,6	5,6
Bastante en desacuerdo		20,4	17,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		34,0	34,0
Bastante de acuerdo		30,3	35,3
Totalmente de acuerdo		7,7	7,7
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P10.3) No tengo que buscar activamente noticias porque cuando aparezcan asuntos públicos importantes me llegarán por las redes sociales.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo		17,1	9,9
Bastante en desacuerdo		18,5	14,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		33,8	36,3
Bastante de acuerdo		23,6	29,5
Totalmente de acuerdo		7,0	10,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P11.1) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Nutrición y bienestar		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		39,7	40,2
No		60,3	59,6
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P11.2) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Vacunas		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		30,5	26,2
No		69,5	73,6
No sé		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P11.3) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Origen de los grandes incendios en verano		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		21,8	15,7
No		78,2	84,3
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P11.4) Información falsa recibida en los últimos 7 días: El cambio climático		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		41,6	31,0
No		58,4	68,9
No sé		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P11.5) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Terapias alternativas (homeopatía, acupuntura, reiki...)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		21,9	22,3
No		78,0	77,5
No sé		0,1	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P11.6) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Tratamientos médicos		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		33,3	30,5
No		66,7	69,4
No sé		0,1	0,1
Prefiero no responder		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P12) Canal por el que recibió información falsa		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Conversaciones personales o telefónicas		25,4	24,3
Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)		28,4	21,1
Redes sociales (Facebook, X, Bluesky...)		43,7	41,6
Redes sociales basadas en video online (YouTube, Instagram, Twitch, TikTok...)		42,5	43,1
Prensa digital o escrita		25,8	19,9
Televisión o plataformas de TV online		25,1	16,5
Radio o podcast		18,4	13,2
Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)		21,7	14,5
Otros		14,9	11,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P13.1) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en sus redes sociales o apps de mensajería?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		12,0	7,1
No		83,4	89,1
No uso redes sociales o aplicaciones de mensajería		4,4	3,4
No sé		0,2	0,2
Prefiero no responder		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P13.2) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en conversaciones cara a cara o telefónicas?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		14,4	12,2
No		85,6	87,5
No sé		0,0	0,3
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138

(P13.2) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en conversaciones cara a cara o telefónicas?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N sin ponderar		1.043	1.172

(P14.1) ¿Hasta qué punto está seguro/a de que puede identificar información que sea falsa o distorsione la realidad?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Muy seguro/a		10,3	4,3
Más bien seguro/a		47,6	41,2
No muy seguro/a		37,5	46,2
Nada seguro/a		4,6	8,2
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P14.2) ¿En qué medida está seguro/a de que la persona promedio en España puede distinguir información que sea falsa?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Muy seguro/a		4,2	1,8
Más bien seguro/a		17,4	12,9
No muy seguro/a		55,7	58,8
Nada seguro/a		22,7	26,4
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P15.1) La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		3,8	5,3
2		4,8	5,9
3		6,9	6,0
4		17,5	22,1
5		16,1	15,6
6		16,4	15,7
Totalmente de acuerdo 7		33,7	27,5
No sé		0,7	2,0
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P15.2) La inteligencia artificial (IA) es una herramienta útil que ayuda a la gente a desmentir bulos o mentiras que se difunden como noticias verdaderas		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	16,3	16,9
	2	9,1	11,6
	3	13,9	16,4
	4	28,4	30,4
	5	16,6	13,8
	6	7,3	4,9
Totalmente de acuerdo	7	7,8	4,0
No sé		0,6	2,0
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P16.1) La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	3,7	1,7
	2	2,9	3,0
	3	6,8	6,2
	4	13,8	16,7
	5	16,5	17,2
	6	17,6	17,8
Totalmente de acuerdo	7	38,6	37,2
No sé		0,1	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	1,6	2,1
	2	2,0	1,9
	3	5,4	4,7
	4	12,5	11,4
	5	15,3	15,5
	6	17,8	18,5
Totalmente de acuerdo	7	45,3	46,0
No sé		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P16.3) La desinformación y los bulos provocan que las personas desconfíen de las instituciones.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	3,2	1,3
	2	2,3	2,5
	3	2,8	4,8
	4	12,5	15,8
	5	17,3	16,0
	6	19,6	20,4
Totalmente de acuerdo	7	42,3	39,1
No sé		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P16.4) La desinformación y los bulos ponen en peligro la democracia.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	4,1	3,8
	2	3,8	2,7
	3	4,6	5,8
	4	14,3	22,2
	5	18,4	17,8
	6	16,1	14,9
Totalmente de acuerdo	7	38,5	32,5
No sé		0,2	0,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P17) Restricción de información falsa online vs. libertad de prensa		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa online, incluso si esto limita la libertad de p		61,3	65,5
La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa.		38,3	34,0
No sé		0,0	0,6
Prefiero no responder		0,3	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Influencers/personalidades en línea		52,6	56,3
Gobiernos, políticos o partidos políticos extranjeros de otros países		49,4	41,6
Políticos o partidos políticos de mi país		61,0	53,2

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Lobbies o grupos de presión	45,2	35,9	
Empresas	20,8	19,5	
Propietarios de plataformas de redes sociales	38,1	36,4	
Medios de comunicación y periodistas	46,9	44,3	
Personalidades famosas (cantantes, estrellas del deporte...)	33,3	32,3	
Activistas o grupos de activistas	38,3	34,8	
Gente corriente	23,4	28,6	
Otros	2,5	2,9	
Ninguno de estos	3,9	6,3	
No sabe	0,0	0,3	
No contesta	0,0	0,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Los beneficios son mayores que los perjuicios	58,5	48,2	
Beneficios y perjuicios están equilibrados	27,7	34,9	
Los perjuicios superan a los beneficios	13,7	16,9	
No sé	0,0	0,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P20) Confianza interpersonal general		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
1 Nunca se es lo bastante prudente	17,1	21,2	
2	9,8	9,6	
3	16,7	15,7	
4	28,5	28,4	
5	19,1	19,1	
6	6,1	3,8	
7 Se puede confiar en la mayoría de la gente	2,7	2,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P21.1) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de España		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Mucho	6,9	4,1	
Bastante	25,6	21,9	

(P21.1) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de España		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Poco		29,8	33,0
Nada		37,7	40,8
No sé		0,0	0,1
Prefiero no responder		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		6,1	3,3
Bastante		25,1	23,4
Poco		40,8	44,6
Nada		27,9	28,7
No sé		0,0	0,1
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.3) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as políticos/as		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		2,5	1,6
Bastante		11,3	8,5
Poco		40,4	38,5
Nada		45,7	51,4
No sé		0,1	0,0
Prefiero no responder		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.4) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Naciones Unidas/La Organización Mundial de la Salud		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		11,7	12,6
Bastante		38,2	42,4
Poco		32,3	31,6
Nada		17,5	13,1
No sé		0,2	0,3
N ponderado		1.077	1.138

(P21.4) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Naciones Unidas/La Organización Mundial de la Salud		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		7,9	6,1
Bastante		36,1	40,1
Poco		36,7	37,4
Nada		19,3	16,3
Prefiero no responder		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.6) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as periodistas		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		2,6	1,6
Bastante		31,7	26,5
Poco		45,1	54,1
Nada		20,6	17,8
No sé		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.7) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as científicos/as		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		38,6	34,5
Bastante		45,7	48,7
Poco		10,2	13,5
Nada		5,4	3,2
No sé		0,0	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Mucho		26,6	22,0
Bastante		45,9	53,0

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Poco		20,1	19,7
Nada		7,4	5,3
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P22.1) Los/as científicos/as sólo están interesados/as en su propio beneficio.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		24,8	21,8
2		19,5	21,9
3		16,4	18,1
4		20,0	19,8
5		9,9	8,8
6		3,0	4,0
Totalmente de acuerdo 7		6,5	5,5
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P22.2) Los/as científicos/as están confabulados/as con políticos/as y empresas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		18,0	17,7
2		16,2	16,3
3		17,2	15,9
4		22,3	25,4
5		13,6	13,5
6		5,8	5,3
Totalmente de acuerdo 7		6,8	5,4
No sé		0,1	0,3
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		21,9	20,0
2		14,4	17,2
3		12,4	14,7
4		25,5	24,0
5		13,0	12,5

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
6		5,7	5,7
Totalmente de acuerdo 7		7,1	5,6
No sé		0,0	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		19,1	18,0
2		13,0	15,8
3		14,3	14,3
4		24,3	22,0
5		13,9	15,1
6		7,8	7,0
Totalmente de acuerdo 7		7,5	7,6
No sé		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P22.5) La gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		19,5	17,9
2		15,6	15,4
3		13,3	14,8
4		25,4	23,7
5		11,4	15,4
6		8,5	7,3
Totalmente de acuerdo 7		6,3	5,5
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		21,3	19,9
2		12,5	16,2
3		15,9	14,8
4		23,4	24,8

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
5		11,2	11,7
6		7,3	5,8
Totalmente de acuerdo	7	8,4	6,7
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P23.1) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, independientemente de lo que otros piensen de ellos.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	12,2	17,7
2		6,8	9,5
3		10,8	10,8
4		24,2	28,0
5		20,0	17,6
6		8,9	6,5
Totalmente de acuerdo	7	17,0	9,4
No sé		0,0	0,5
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P23.2) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si esto puede aislarme de los demás.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	13,5	19,2
2		8,3	11,1
3		9,4	13,0
4		26,8	28,0
5		18,1	14,0
6		9,5	6,7
Totalmente de acuerdo	7	14,3	7,8
No sé		0,0	0,2
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo	1	11,5	16,2
2		6,7	10,6
3		10,6	12,6

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
4		25,1	27,7
5		19,2	15,9
6		9,9	7,2
Totalmente de acuerdo 7		16,9	9,5
No sé		0,0	0,2
Prefiero no responder		0,1	0,0
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		5,5	2,8
2		4,1	3,7
3		8,2	7,9
4		20,4	21,7
5		18,0	15,2
6		13,2	15,4
Totalmente de acuerdo 7		30,6	32,9
No sé		0,0	0,4
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P24.2) No debemos presionar por la igualdad de los grupos.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		15,7	17,7
2		9,8	10,9
3		11,4	13,1
4		28,4	26,8
5		12,9	14,9
6		9,8	6,8
Totalmente de acuerdo 7		12,0	9,3
No sé		0,0	0,5
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(P24.3) La igualdad entre grupos debería ser nuestro ideal.		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Totalmente en desacuerdo 1		5,4	3,3
2		4,2	4,1

(P24.3) La igualdad entre grupos debería ser nuestro ideal.		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
3	6,2	7,3	
4	25,4	23,5	
5	16,1	17,8	
6	14,4	14,2	
Totalmente de acuerdo 7	28,2	29,6	
No sé	0,0	0,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P24.4) Los grupos superiores deben dominar a los grupos inferiores.		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Totalmente en desacuerdo 1	49,8	52,9	
2	9,7	14,4	
3	9,1	7,9	
4	17,6	15,4	
5	6,8	4,9	
6	3,1	3,0	
Totalmente de acuerdo 7	4,0	1,2	
No sé	0,0	0,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P25) Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Varias veces al día	84,2	85,4	
A diario o casi diariamente	9,8	10,2	
Al menos una vez a la semana, pero no diariamente	3,8	3,0	
Menos de una vez a la semana	2,0	1,2	
No sé	0,3	0,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P26) Grado de confianza en Internet		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Poco o nada	25,9	21,6	
Bastante	65,9	73,9	
Mucho	8,2	4,5	
No sé	0,0	0,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(P27) Uso de Internet en los últimos 3 meses		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Participar en redes sociales	63,7	72,8	
Emitir opiniones sobre asuntos cívicos o políticos	20,5	14,1	
Ver contenidos de video (YouTube, Twitch, etc.)	75,3	67,9	
Ver películas o videos bajo demanda (Netflix, HBO Max, etc.)	77,4	76,5	
Buscar información sobre temas de salud	65,1	73,6	
Vender bienes o servicios	22,1	21,8	
Leer noticias en sitios web o periódicos digitales	78,5	67,8	
Banca por Internet	79,6	72,3	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(D1) Sexo		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Hombre	100,0	0,0	
Mujer	0,0	100,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(D1) Género		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Hombre	97,9	1,0	
Mujer	1,8	98,9	
Alguna otra manera	0,3	0,1	
N ponderado	1.076	1.132	
N sin ponderar	1.041	1.167	

(D2) Grupo de edad		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
De 16 a 24 años	12,4	11,3	
De 25 a 34 años	13,4	12,7	
De 35 a 44 años	15,7	16,3	
De 45 a 54 años	21,3	21,0	
De 55 a 64 años	19,0	19,0	
De 65 y más años	18,2	19,8	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(D4) Comunidad autónoma de residencia		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Andalucía	18,0	18,1	
Aragón	2,7	2,8	
Cantabria	1,0	1,0	
Castilla y León	3,7	5,4	
Castilla-La Mancha	3,9	4,6	
Cataluña	19,0	15,1	
Ceuta	0,3	0,1	
Comunidad de Madrid	15,6	14,7	
Comunidad Foral de Navarra	1,2	1,8	
Comunidad Valenciana	10,5	11,5	
Extremadura	2,0	2,5	
Galicia	4,9	5,6	
Islas Baleares	1,1	2,8	
Islas Canarias	4,3	4,3	
La Rioja	0,6	0,5	
Melilla	0,1	0,0	
País Vasco	4,9	4,4	
Principado de Asturias	1,8	2,8	
Región de Murcia	4,6	2,1	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(D5) Tamaño de hábitat		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Menos de 10.000 habitantes	17,0	18,4	
De 10.001 a 20.000 habitantes	11,1	12,1	
De 20.001 a 50.000 habitantes	13,6	17,2	
De 50.001 a 100.000 habitantes	10,7	11,9	
De 100.001 a 500.000 habitantes	28,7	23,2	
Más de 500.000 habitantes	18,9	17,2	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(D6) Tipo de hogar		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Hogar unipersonal	14,1	10,3	
Padre o madre solo/a que conviva con algún hijo	11,6	13,0	
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	15,4	19,9	
Pareja con hijos que conviven en el hogar	47,0	43,0	
Otro tipo de hogar	11,9	13,8	

(D6) Tipo de hogar		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(D7.1) Dispone en su vivienda de: Teléfono fijo		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		53,4	48,5
No		46,5	51,4
Prefiero no responder		0,1	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(D7.2) Dispone en su vivienda de: Teléfono móvil		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		99,7	99,7
No		0,3	0,1
Prefiero no responder		0,0	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(D8) ¿Utiliza teléfono móvil?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		99,1	99,1
No		0,6	0,6
Prefiero no responder		0,3	0,3
N ponderado		1.074	1.135
N sin ponderar		1.029	1.162

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Estudios primarios incompletos o menos		0,8	0,6
Educación primaria		8,9	8,5
Primera etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller elemental, EGB, ESO)		22,9	22,5
Segunda etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller Superior, BUP, Bachillerato, FPI, FP de Grado Medio)		18,5	19,0
Formación Profesional de Grado Superior (FPPI) y títulos propios de universidades de duración igual o superior a 2 a		20,4	15,9
Universitarios de primer ciclo: Grado universitario, Diplomaturas, Ingenierías Técnicas, Peritaje, ATS, Magisterio, tr		9,8	13,7
Universitarios de segundo o tercer ciclo: Máster oficial o Grado de Medicina, Licenciaturas, Ingenierías superiores, D		18,8	19,9
N ponderado		1.077	1.138

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
N sin ponderar		1.043	1.172

(D9a) ¿Se considera más bien de letras o más bien de ciencias?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Más bien de letras		39,6	59,0
Más bien de ciencias		58,6	39,3
De las dos		0,4	0,3
De ninguna		0,9	0,6
No sé		0,3	0,7
Prefiero no responder		0,1	0,1
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(D10) ¿Cómo se considera en materia religiosa?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Católico/a practicante		11,1	15,5
Católico/a no practicante		38,8	41,2
Creyente de otra religión		3,8	4,0
Indiferente o agnóstico/a		25,3	21,0
Ateo/a		21,0	18,3
N ponderado		1.010	1.063
N sin ponderar		979	1.088

(D11) Ingresos familiares en relación con la media (≈1.700 €/mes)		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Muy superiores (más del doble)		11,4	6,8
Superiores		38,0	32,2
Alrededor de esa cifra		25,9	28,6
Inferiores		18,8	23,6
Bastante inferiores (menos de la mitad)		5,4	8,0
No sé		0,2	0,2
Prefiero no responder		0,3	0,6
N ponderado		1.077	1.138
N sin ponderar		1.043	1.172

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Trabajando por cuenta ajena		51,2	42,3
Trabajando por cuenta propia con empleados		2,3	2,2
Trabajando por cuenta propia sin empleados		5,5	4,8

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Trabajando en ayuda familiar (no remunerado)	0,3	1,1	
Parado	7,1	10,0	
Estudiante	8,9	8,1	
Jubilado o prejubilado	18,3	15,7	
Incapacitado permanente	1,7	3,1	
Labores del hogar	1,0	9,4	
Otra situación	3,8	3,4	
Prefiero no responder	0,1	0,0	
N ponderado	1.077	1.138	
N sin ponderar	1.043	1.172	

(D13) Escala de Ideología (izquierda-derecha, 1-7)		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
1 Extrema izquierda	4,6	4,2	
2	12,4	12,0	
3	22,3	23,1	
4	32,2	32,4	
5	15,2	16,8	
6	7,7	7,7	
7 Extrema derecha	5,6	3,9	
N ponderado	1.030	1.042	
N sin ponderar	993	1.076	

(D14) Participación en las últimas elecciones generales (julio 2023)		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Fue a votar y votó	73,0	77,1	
Fue a votar, pero no pudo votar	1,2	0,3	
No fue a votar	20,7	18,3	
No tenía edad/no pudo votar	5,0	4,2	
N ponderado	1.023	1.063	
N sin ponderar	991	1.092	

(D15) ¿Se considera limitado/a en sus actividades por problemas de salud?		Género	
Categoría	Hombre	Mujer	
Gravemente limitado	5,0	3,8	
Limitado pero no severamente	23,8	28,0	
Nada limitado	71,2	68,2	
N ponderado	1.026	1.072	
N sin ponderar	995	1.102	

(D16a) ¿Le gustaría conocer cuáles de los titulares eran falsos y cuáles verdaderos?		Género	
Categoría		Hombre	Mujer
Sí		76,2	75,4
No		10,5	9,7
Me da igual		13,3	14,9
N ponderado		1.045	1.080
N sin ponderar		996	1.109

10.3. Tablas de contingencia: Grupo de edad

(P1.1) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medio ambiente y ecología		Grupo de edad					
Categoría		De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí		31,4	27,4	30,4	28,9	24,9	32,6
No		68,2	72,4	69,6	70,7	75,0	67,3
No sé		0,4	0,1	0,0	0,4	0,0	0,1
Prefiero no responder		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado		262	288	354	468	421	421
N sin ponderar		184	284	421	462	406	458

(P1.2) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medicina y salud		Grupo de edad					
Categoría		De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí		56,6	46,5	45,7	47,5	43,4	50,3
No		43,0	53,4	54,3	52,3	56,6	49,7
No sé		0,4	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado		262	288	354	468	421	421
N sin ponderar		184	284	421	462	406	458

(P1.3) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Alimentación y bienestar físico		Grupo de edad					
Categoría		De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí		65,2	59,4	57,8	58,1	54,8	50,9
No		34,8	40,5	42,2	41,7	45,2	49,1
No sé		0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado		262	288	354	468	421	421
N sin ponderar		184	284	421	462	406	458

(P1.4) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Ciencia y tecnología						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	53,7	44,4	37,5	39,7	33,7	31,5
No	46,3	55,6	62,5	60,1	66,3	68,5
No sé	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	15,9	10,3	10,9	15,1	13,5	11,4
Al menos una vez a la semana	23,6	23,1	20,8	21,9	23,9	22,2
Varias veces al mes	22,7	26,4	23,9	21,7	20,9	22,8
Casi nunca o nunca	36,7	40,2	44,5	41,3	41,7	43,6
No sé	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P2.2) Frecuencia con que se informa sobre: Medio ambiente y ecología						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	5,3	6,3	4,3	7,4	8,7	12,0
Al menos una vez a la semana	24,6	25,0	27,9	22,6	27,6	28,1
Varias veces al mes	24,4	29,5	27,9	34,8	29,6	26,6
Casi nunca o nunca	45,7	39,2	39,9	35,1	34,1	33,4
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P2.3) Frecuencia con que se informa sobre: Política						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	18,8	26,0	28,2	36,9	43,8	53,6
Al menos una vez a la semana	26,7	28,0	23,2	19,0	12,4	16,9
Varias veces al mes	24,7	21,6	19,6	19,0	14,7	10,0
Casi nunca o nunca	28,3	24,3	29,0	25,1	29,1	19,5
No sé	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(P2.3) Frecuencia con que se informa sobre: Política						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P2.4) Frecuencia con que se informa sobre: Medicina y salud						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	16,7	16,9	16,4	15,5	13,7	13,7
Al menos una vez a la semana	31,6	25,8	31,7	32,8	31,7	36,3
Varias veces al mes	28,1	30,7	29,7	31,6	34,2	32,7
Casi nunca o nunca	22,5	26,6	22,1	20,2	19,8	17,2
No sé	1,1	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P2.5) Frecuencia con que se informa sobre: Alimentación y bienestar físico						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	27,9	20,8	22,9	20,7	16,6	18,6
Al menos una vez a la semana	35,2	33,4	30,5	34,8	32,1	33,5
Varias veces al mes	19,0	27,3	26,3	29,9	34,6	29,9
Casi nunca o nunca	16,8	18,5	20,2	14,6	16,7	18,0
No sé	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P2.6) Frecuencia con que se informa sobre: Ciencia y tecnología						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	18,1	12,2	10,8	12,2	10,6	10,1
Al menos una vez a la semana	20,7	30,0	29,1	32,0	30,2	27,9
Varias veces al mes	32,5	33,8	32,1	29,4	33,1	26,0
Casi nunca o nunca	27,6	24,0	27,9	26,4	25,9	36,0
No sé	1,1	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P3.1) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	48,7	40,4	44,5	40,5	35,5	32,9	
Al menos una vez a la semana	21,2	19,7	19,6	17,5	12,6	18,8	
Varias veces al mes	10,2	19,9	16,7	15,0	12,7	14,4	
Una vez al mes o menos	9,7	8,7	8,8	10,7	12,7	8,9	
Casi nunca o nunca	9,1	11,0	10,4	16,3	26,5	24,7	
No sé	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	244	268	317	442	393	391	
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421	

(P3.2) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	46,7	36,7	28,0	27,7	26,5	18,3	
Al menos una vez a la semana	25,0	23,1	22,5	19,0	17,1	23,1	
Varias veces al mes	12,3	18,6	17,3	17,1	15,7	14,3	
Una vez al mes o menos	8,3	10,5	12,1	13,6	13,0	11,9	
Casi nunca o nunca	7,7	10,8	20,1	22,6	27,7	32,3	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	244	268	317	442	393	391	
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421	

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	38,2	27,9	38,3	33,2	38,0	35,5	
Al menos una vez a la semana	15,6	15,2	12,6	12,2	12,0	14,7	
Varias veces al mes	15,4	13,0	14,6	8,9	9,3	11,0	
Una vez al mes o menos	8,4	14,4	11,5	10,9	8,0	10,0	
Casi nunca o nunca	22,3	29,3	22,9	34,3	32,8	28,5	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)						
Categoría	Grupo de edad					
	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3
N ponderado	244	268	317	442	393	391
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421

(P3.4) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV						
Categoría	Grupo de edad					
	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	25,0	29,1	29,0	42,3	49,3	50,7
Al menos una vez a la semana	18,6	23,7	21,9	18,0	12,1	20,8
Varias veces al mes	22,8	16,5	19,1	12,9	12,4	11,6
Una vez al mes o menos	10,6	11,7	11,1	11,8	9,1	5,5
Casi nunca o nunca	23,0	18,8	18,6	15,0	17,0	11,3
No sé	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	244	268	317	442	393	391
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421

(P3.5) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Prensa diaria online o en papel						
Categoría	Grupo de edad					
	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	5,9	14,3	15,3	24,6	22,0	31,7
Al menos una vez a la semana	13,2	12,0	19,9	15,7	17,8	20,5
Varias veces al mes	11,6	17,5	14,1	14,3	12,4	9,5
Una vez al mes o menos	19,8	16,2	9,2	9,6	12,5	8,3
Casi nunca o nunca	49,5	39,8	41,2	35,4	35,3	30,0
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0
N ponderado	244	268	317	442	393	391
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421

(P3.6) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Libros o Revistas de divulgación científica o técnica, enciclopedias online							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	5,6	6,0	3,8	5,7	5,8	3,2	
Al menos una vez a la semana	9,6	17,4	13,3	16,5	10,1	10,3	
Varias veces al mes	16,2	18,3	14,2	18,4	13,8	12,3	
Una vez al mes o menos	21,8	21,8	22,1	16,9	20,1	20,4	
Casi nunca o nunca	45,5	36,2	46,3	41,7	50,1	53,5	
No sé	1,3	0,0	0,0	0,5	0,0	0,3	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,3	0,4	0,0	0,0	
N ponderado	244	268	317	442	393	391	
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421	

(P3.7) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Radio y/o podcast							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	4,4	9,2	18,3	24,7	26,2	23,9	
Al menos una vez a la semana	11,7	19,5	16,0	19,6	20,9	19,5	
Varias veces al mes	17,5	22,4	20,6	13,9	14,4	11,2	
Una vez al mes o menos	22,8	15,4	15,4	13,3	10,3	11,0	
Casi nunca o nunca	43,6	33,2	29,6	28,1	28,2	34,4	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	244	268	317	442	393	391	
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421	

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	3,2	5,7	3,3	2,6	1,8	1,7	
Al menos una vez a la semana	13,0	9,9	9,3	11,3	6,3	6,1	
Varias veces al mes	14,4	11,8	14,6	13,8	12,5	9,8	
Una vez al mes o menos	19,5	28,2	18,8	17,1	16,2	17,8	
Casi nunca o nunca	49,8	44,2	54,1	54,7	62,6	64,4	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,2	0,2	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,3	0,0	
N ponderado	244	268	317	442	393	391	

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421

(P3.9) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Otras revistas en papel y/o online						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	9,0	4,1	3,6	6,7	3,6	5,1
Al menos una vez a la semana	11,3	9,2	11,9	12,1	13,0	12,0
Varias veces al mes	13,0	11,2	17,2	16,3	14,0	11,8
Una vez al mes o menos	12,1	24,3	15,8	15,6	17,8	16,5
Casi nunca o nunca	53,4	50,7	51,2	48,6	51,7	54,6
No sé	1,3	0,2	0,2	0,5	0,0	0,1
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0
N ponderado	244	268	317	442	393	391
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Cada día o casi cada día	8,2	5,2	2,5	2,4	2,6	1,0
Al menos una vez a la semana	8,7	12,8	10,8	9,6	7,4	7,3
Varias veces al mes	13,9	15,2	15,9	15,5	14,1	11,0
Una vez al mes o menos	23,3	23,1	23,5	22,0	24,8	19,2
Casi nunca o nunca	45,8	43,5	47,4	50,1	51,1	61,4
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,1	0,2
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	244	268	317	442	393	391
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421

(P3.11) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Cada día o casi cada día	28,8	20,1	12,3	14,2	10,3	7,0	
Al menos una vez a la semana	17,7	22,7	24,0	18,4	14,2	13,4	
Varias veces al mes	22,2	16,4	20,4	14,1	16,4	13,8	
Una vez al mes o menos	12,0	13,4	16,7	14,0	14,9	8,5	
Casi nunca o nunca	18,1	27,2	26,6	39,1	44,3	56,6	
No sé	1,3	0,0	0,0	0,2	0,0	0,7	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	244	268	317	442	393	391	
N sin ponderar	172	264	390	437	375	421	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	10,1	6,8	14,6	14,7	17,4	18,8	
2	11,1	17,7	12,1	16,6	19,0	14,1	
3	27,5	23,7	19,4	22,1	16,0	20,6	
4	29,6	26,9	29,6	27,8	26,8	23,2	
5	13,5	15,3	14,6	14,1	14,0	15,5	
6	5,0	6,0	9,3	3,6	4,6	6,0	
Total confianza 7	3,2	3,7	0,5	1,1	2,3	1,0	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	4,4	7,6	9,9	12,9	16,6	16,6	
2	12,0	8,2	16,0	10,9	13,1	12,3	
3	21,7	22,8	20,4	24,3	21,9	20,1	
4	38,0	29,3	28,8	27,7	24,2	27,6	
5	11,0	22,5	18,4	18,6	17,4	14,4	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
6	9,1	4,8	5,8	4,3	4,8	5,8	
Total confianza 7	3,8	4,4	0,7	1,2	1,9	2,6	
No sé	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,6	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	5,8	11,1	11,0	12,2	10,4	13,0	
2	15,0	16,9	11,1	14,9	14,1	11,9	
3	24,6	21,4	25,4	13,8	18,9	19,7	
4	30,9	22,7	25,8	30,0	25,4	26,7	
5	14,7	15,1	15,1	19,5	19,4	15,9	
6	5,9	7,9	7,8	6,6	8,7	8,4	
Total confianza 7	3,2	4,5	3,7	3,0	3,1	3,6	
No sé	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,7	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	5,9	6,6	7,9	6,9	5,0	5,6	
2	13,7	9,3	6,8	8,0	9,6	6,9	
3	20,2	17,5	15,6	14,5	14,1	11,0	
4	27,5	30,8	30,0	28,1	22,8	26,3	
5	18,0	22,2	21,8	26,1	27,6	22,4	
6	9,4	8,9	13,9	13,3	16,1	19,4	
Total confianza 7	5,4	4,8	4,0	3,1	4,7	7,7	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Prensa diaria online o en papel						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	10,2	6,8	9,8	7,3	5,1	5,7
2	6,4	7,3	6,7	6,2	9,2	6,2
3	18,5	17,6	14,9	13,5	12,0	8,8
4	29,5	28,6	27,5	26,2	22,6	22,3
5	20,7	22,1	25,0	28,0	23,0	27,9
6	11,3	14,2	12,7	12,6	23,2	20,8
Total confianza 7	3,3	3,1	3,3	5,6	4,8	8,4
No sé	0,0	0,3	0,0	0,5	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Radio y/o podcast						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	5,5	3,2	4,2	3,5	2,5	5,5
2	10,5	5,7	5,4	4,0	8,5	4,8
3	12,7	13,6	15,2	11,1	9,3	11,8
4	36,4	38,1	29,5	29,0	20,9	24,3
5	23,8	22,6	26,7	30,2	27,4	24,9
6	6,7	10,9	15,8	16,4	24,7	18,5
Total confianza 7	4,5	5,9	3,2	5,8	6,7	10,2
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Familia, amigos o conocidos						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	5,1	2,4	2,1	2,2	3,2	2,0

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Familia, amigos o conocidos						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
2	8,4	6,8	6,9	5,6	6,6	2,9
3	12,2	14,6	8,7	10,4	12,2	10,3
4	24,0	27,8	31,3	25,3	25,3	28,3
5	25,3	26,7	26,3	30,1	21,6	22,3
6	11,8	10,1	14,0	17,8	18,1	20,5
Total confianza 7	13,3	11,5	10,7	8,1	12,9	13,8
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	11,5	11,1	9,5	14,9	14,8	20,2
2	5,2	11,0	11,7	9,1	12,4	11,3
3	14,1	15,9	10,7	15,0	13,9	14,6
4	27,1	27,6	33,1	27,7	25,2	21,6
5	22,2	20,5	22,4	23,4	21,2	16,4
6	13,9	9,5	10,6	7,7	11,1	9,5
Total confianza 7	6,0	4,4	2,0	2,3	0,6	2,1
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	4,2
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	2,8	3,0	2,7	2,2	1,9	2,3
2	6,3	0,8	1,5	1,2	1,6	1,6
3	6,4	3,2	6,1	3,5	4,7	2,5
4	9,7	12,8	12,7	12,6	12,0	11,2
5	14,3	17,4	18,7	23,0	21,0	17,7

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
6	27,0	30,6	31,5	26,1	35,2	32,1
Total confianza 7	33,6	32,3	26,8	31,3	23,7	32,3
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	14,4	11,4	16,5	13,9	22,0	19,7
2	14,6	15,3	14,4	18,3	22,2	18,0
3	19,2	22,6	18,9	20,7	15,5	24,0
4	28,6	27,5	24,9	27,9	23,5	17,4
5	10,6	14,5	16,3	16,0	13,2	15,9
6	7,6	6,2	7,7	2,1	1,9	3,3
Total confianza 7	5,0	2,6	1,3	1,0	1,7	1,3
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	11,5	10,9	16,4	14,0	19,0	18,3
2	15,5	11,7	12,0	13,9	15,3	15,6
3	16,4	22,2	20,5	23,6	18,8	20,4
4	30,9	28,3	26,8	26,4	25,3	24,4
5	13,2	17,0	16,4	15,7	15,2	11,6
6	8,7	6,2	6,3	5,1	4,6	6,3
Total confianza 7	3,8	3,8	1,1	1,2	1,8	2,7
No sé	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,7
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	11,5	12,2	13,2	12,9	16,4	14,8	
2	14,4	19,7	14,0	12,6	15,4	13,7	
3	26,1	14,0	19,4	19,6	21,6	18,8	
4	26,0	27,7	28,1	29,3	21,3	24,3	
5	9,2	14,5	17,9	15,1	14,2	14,3	
6	6,3	7,2	5,4	8,2	8,8	8,2	
Total confianza 7	6,6	4,7	2,0	2,3	2,2	5,0	
No sé	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,8	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Televisión y Plataformas de TV							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	13,5	9,7	12,8	8,2	8,5	7,0	
2	12,2	13,6	11,0	10,3	11,0	10,9	
3	17,5	24,4	17,2	19,4	15,1	13,0	
4	31,4	24,4	28,7	31,3	29,8	24,3	
5	13,6	16,9	19,0	21,9	22,0	22,7	
6	5,9	7,4	8,9	7,1	9,8	15,1	
Total confianza 7	5,7	3,7	2,4	1,8	3,8	6,6	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	8,8	5,5	11,2	7,0	6,0	4,8	
2	15,0	7,9	8,4	7,4	11,3	7,4	
3	15,5	17,8	16,5	14,4	15,1	12,0	
4	27,0	31,6	27,4	30,2	27,8	28,6	
5	18,3	25,3	21,8	25,7	19,3	25,3	
6	10,1	9,6	11,7	11,3	15,3	15,2	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Total confianza 7	5,2	2,3	3,0	4,0	5,1	6,7
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Radio y/o podcast						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	7,1	3,7	8,8	5,9	6,2	6,8
2	9,1	7,3	8,0	7,3	8,5	7,4
3	19,7	14,7	14,5	11,4	12,4	13,0
4	32,1	38,0	28,2	29,9	26,6	25,3
5	24,0	21,6	24,1	27,2	25,5	23,0
6	5,1	11,2	14,1	13,8	15,9	17,3
Total confianza 7	2,8	3,4	2,2	4,5	5,0	7,0
No sé	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Familia, amigos o conocidos						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No confío en absoluto 1	6,9	3,1	3,4	3,0	3,7	2,1
2	8,7	10,6	6,6	6,7	9,1	5,2
3	12,5	11,0	10,1	10,7	14,0	11,2
4	24,9	32,3	28,2	29,7	24,6	29,0
5	19,9	24,0	28,4	25,7	22,9	21,3
6	13,8	8,9	15,9	17,4	14,3	17,1
Total confianza 7	13,3	10,2	7,3	6,8	11,3	14,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	12,6	11,4	11,5	14,5	18,7	20,9	
2	7,7	14,3	10,8	11,4	13,2	13,3	
3	18,5	12,5	14,5	16,1	17,0	16,2	
4	27,0	26,5	30,8	27,9	24,1	20,4	
5	18,6	20,8	22,7	18,7	15,7	15,3	
6	11,0	10,2	8,3	9,0	9,4	7,6	
Total confianza 7	4,7	4,2	1,4	2,5	1,4	2,3	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	3,9	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Personal sanitario							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
No confío en absoluto 1	4,8	1,1	3,3	1,8	0,6	0,3	
2	2,4	1,2	0,3	0,6	2,0	1,3	
3	0,8	3,2	5,8	3,6	2,7	3,6	
4	20,5	11,7	11,5	9,9	10,7	7,7	
5	11,2	18,5	16,7	16,7	13,5	13,2	
6	26,7	33,5	28,1	29,2	29,9	26,8	
Total confianza 7	33,7	30,8	34,2	38,3	40,6	47,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	22,7	25,8	25,6	29,8	30,3	35,6	
2	19,7	11,0	10,8	8,6	10,0	14,1	
3	15,6	13,7	11,2	9,5	9,4	10,9	
4	16,3	18,5	15,4	16,8	17,4	11,3	
5	9,3	10,5	14,0	13,1	13,2	10,5	
6	5,9	6,5	7,7	6,3	6,6	4,2	

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente de acuerdo 7	10,4	14,0	15,2	15,9	12,6	10,1
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	2,7
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P7.2) Se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	24,2	23,6	20,8	24,0	27,5	31,2
2	21,4	15,9	9,1	8,2	9,8	15,6
3	12,5	9,3	12,1	9,7	8,4	12,7
4	22,8	17,5	19,1	19,7	20,1	12,4
5	7,4	11,7	14,7	15,2	13,0	11,8
6	5,1	8,3	7,8	7,8	6,6	3,9
Totalmente de acuerdo 7	6,6	13,6	16,3	15,4	14,1	8,9
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	3,1
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	31,1	37,8	36,5	32,7	32,9	39,8
2	19,0	12,0	12,1	8,5	14,0	10,6
3	9,8	10,5	8,0	10,1	11,8	14,9
4	21,1	17,3	17,4	21,0	18,3	16,1
5	7,1	9,5	10,5	9,0	7,7	5,9
6	5,1	3,8	3,9	9,5	5,6	2,7
Totalmente de acuerdo 7	6,9	9,2	11,6	9,3	9,1	6,0
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	3,5
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P7.4) Las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	19,9	18,6	16,9	14,5	14,8	17,2	
2	13,4	10,6	9,0	10,1	10,7	10,2	
3	16,7	11,5	10,8	7,1	9,6	13,8	
4	20,7	18,3	16,1	20,5	18,1	15,6	
5	14,0	17,5	16,6	19,2	14,3	18,8	
6	7,7	8,0	8,9	9,2	10,2	8,3	
Totalmente de acuerdo 7	7,6	15,3	21,6	19,3	21,7	14,2	
No sé	0,0	0,0	0,1	0,0	0,5	1,8	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P7.5) Debido a sus conocimientos, los científicos tienen un poder que los hace peligrosos							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	23,1	26,1	22,4	22,4	23,2	24,8	
2	14,0	14,4	8,7	10,5	9,7	17,8	
3	14,2	13,6	10,2	12,1	9,3	15,0	
4	17,9	13,9	21,3	20,0	21,6	14,5	
5	17,5	15,9	20,0	14,0	15,2	12,3	
6	5,2	6,5	5,5	7,5	9,7	3,5	
Totalmente de acuerdo 7	8,1	9,6	12,0	13,3	11,2	11,2	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,9	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Preguntar a los/as pacientes cómo se encuentran para ver si notan algún efecto	12,9	10,6	5,8	5,7	6,7	11,3	
Analizar el efecto de cada uno de los componentes del fármaco por separado	20,2	24,3	15,2	15,8	17,1	15,1	
Administrar el fármaco a unos/as pacientes, pero no a otros/as, y comparar qué ocurre con los dos grupos	41,7	41,3	46,0	46,2	47,4	49,0	

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Utilizar su conocimiento sobre medicina para establecer la eficacia del fármaco	12,7	15,8	16,1	17,8	13,1	13,4
No sé	12,4	8,0	16,8	14,4	15,8	11,2
Prefiero no responder	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P9.1) Radio y Televisión española (RTVE) depende de los anuncios como su principal fuente de financiación.						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Verdadero	28,1	25,2	26,5	23,0	27,8	23,6
Falso	41,6	54,3	53,2	60,2	59,6	63,0
No sé	30,3	20,5	20,3	16,8	12,6	13,4
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P9.2) Las noticias y el contenido que una persona visualiza en Instagram o Facebook se seleccionan aleatoriamente.						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Verdadero	10,1	13,0	18,3	19,9	19,0	15,7
Falso	69,8	70,2	63,8	59,8	56,4	48,6
No sé	20,1	16,8	17,8	19,9	24,6	35,7
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P9.3) La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas.						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Verdadero	41,2	65,7	75,5	72,2	79,3	76,6
Falso	22,0	11,4	6,1	10,2	5,0	7,3
No sé	36,7	22,9	18,4	17,6	15,7	16,1
N ponderado	262	288	354	468	421	421

(P9.3) La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P9.4) Los algoritmos de las redes sociales fundamentalmente sirven para que veamos las publicaciones de los temas que más nos interesan.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Verdadero	73,9	77,3	74,2	75,3	74,4	60,7	
Falso	13,9	12,7	13,4	12,4	8,9	12,7	
No sé	12,2	10,0	12,4	12,3	16,8	26,6	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P9.5) En un periódico digital, todo texto que incluye la firma de un autor es un artículo de opinión							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Verdadero	27,5	27,4	29,5	35,3	39,5	47,3	
Falso	36,6	34,8	33,5	28,1	20,7	17,2	
No sé	35,9	37,8	37,0	36,7	39,7	35,5	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P10.1) Cuento con mis amigos para que me digan lo que es importante cuando las noticias ocurren.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo	9,5	12,2	13,4	15,1	20,9	20,4	
Bastante en desacuerdo	21,4	18,0	15,9	16,8	15,4	15,0	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44,5	36,7	44,5	43,3	38,6	34,4	
Bastante de acuerdo	21,7	27,4	20,2	18,8	20,4	24,4	
Totalmente de acuerdo	2,9	5,7	6,0	5,9	4,6	5,7	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo	4,5	3,7	5,1	5,5	11,2	7,6	
Bastante en desacuerdo	22,2	21,4	13,9	16,9	16,7	23,6	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32,7	32,3	37,4	35,2	36,4	29,4	
Bastante de acuerdo	36,7	31,9	36,0	33,1	29,1	31,9	
Totalmente de acuerdo	3,9	10,8	7,5	9,3	6,6	7,5	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P10.3) No tengo que buscar activamente noticias porque cuando aparezcan asuntos públicos importantes me llegarán por las redes sociales.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo	5,6	6,4	9,4	14,3	19,9	18,8	
Bastante en desacuerdo	22,5	12,5	14,0	15,5	16,2	18,2	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38,6	38,2	39,8	35,2	32,9	28,9	
Bastante de acuerdo	22,4	33,4	25,9	28,1	23,3	26,8	
Totalmente de acuerdo	10,8	9,5	10,8	6,9	7,7	7,3	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P11.1) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Nutrición y bienestar							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Sí	46,6	42,2	41,2	40,5	39,2	33,5	
No	53,4	57,8	58,8	59,5	60,7	66,2	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P11.2) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Vacunas							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Sí	27,3	26,6	33,3	28,2	28,4	25,8	
No	72,7	73,4	66,7	71,8	71,6	73,8	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	

(P11.2) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Vacunas						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P11.3) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Origen de los grandes incendios en verano						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	28,6	26,2	16,3	15,3	13,5	18,4
No	71,4	73,8	83,7	84,7	86,5	81,4
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P11.4) Información falsa recibida en los últimos 7 días: El cambio climático						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	38,1	34,5	41,0	36,9	33,8	33,4
No	61,9	65,5	59,0	63,1	65,9	66,5
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,1
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P11.5) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Terapias alternativas (homeopatía, acupuntura, reiki...)						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	22,1	20,1	25,7	20,0	24,7	20,2
No	77,9	79,9	74,0	80,0	75,1	79,6
No sé	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	0,2
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P11.6) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Tratamientos médicos						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	40,9	32,3	32,6	27,9	31,9	29,4

(P11.6) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Tratamientos médicos						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
No	59,1	67,7	67,2	72,1	68,1	70,2
No sé	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P12) Canal por el que recibió información falsa						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Conversaciones personales o telefónicas	31,6	28,3	24,5	24,8	20,3	23,3
Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)	24,5	26,7	25,6	24,6	22,7	24,3
Redes sociales (Facebook, X, Bluesky...)	45,1	44,1	46,4	42,7	38,5	41,0
Redes sociales basadas en video online (YouTube, Instagram, Twitch, TikTok...)	49,3	48,3	42,0	42,9	41,0	37,2
Prensa digital o escrita	28,1	21,7	26,2	19,8	21,4	22,1
Televisión o plataformas de TV online	25,4	21,7	18,9	18,9	18,1	23,3
Radio o podcast	21,3	16,4	15,4	14,9	12,9	15,9
Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)	24,9	22,4	15,0	16,6	14,2	18,6
Otros	17,2	11,1	11,9	14,5	11,8	12,1
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P13.1) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en sus redes sociales o apps de mensajería?						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	17,8	11,4	9,8	9,5	6,7	5,6
No	80,1	86,8	87,6	88,3	90,2	82,8
No uso redes sociales o aplicaciones de mensajería	1,3	1,8	2,6	2,2	3,0	10,7
No sé	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P13.2) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en conversaciones cara a cara o telefónicas?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Sí	21,5	15,5	12,6	12,4	9,1	12,1	
No	78,5	84,5	87,4	87,4	90,7	87,1	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,7	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P14.1) ¿Hasta qué punto está seguro/a de que puede identificar información que sea falsa o distorsione la realidad?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Muy seguro/a	11,0	12,1	9,0	7,8	4,2	2,5	
Más bien seguro/a	53,1	54,3	52,1	43,9	37,4	32,7	
No muy seguro/a	34,7	32,2	33,3	43,6	47,1	53,5	
Nada seguro/a	1,2	1,4	5,6	4,8	11,0	11,3	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P14.2) ¿En qué medida está seguro/a de que la persona promedio en España puede distinguir información que sea falsa?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Muy seguro/a	3,1	6,8	4,5	3,3	1,4	0,3	
Más bien seguro/a	23,9	15,5	22,1	13,9	10,4	9,3	
No muy seguro/a	54,8	55,0	47,7	58,8	61,0	63,0	
Nada seguro/a	18,2	22,8	25,7	24,0	27,1	27,2	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P15.1) La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	5,9	2,4	4,1	4,4	4,7	5,4	

(P15.1) La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
2	6,2	5,2	5,8	5,9	4,0	5,4	
3	11,2	7,2	6,8	5,3	4,9	5,5	
4	26,6	15,7	23,2	18,4	18,8	18,3	
5	21,1	18,5	15,5	15,5	14,9	12,6	
6	11,2	15,7	16,4	19,7	15,6	15,3	
Totalmente de acuerdo 7	17,7	35,3	28,2	30,8	36,4	30,9	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	6,4	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P15.2) La inteligencia artificial (IA) es una herramienta útil que ayuda a la gente a desmentir bulos o mentiras que se difunden como noticias verdaderas							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	12,3	11,1	13,0	19,1	20,8	19,2	
2	11,6	10,3	8,3	10,1	10,2	12,0	
3	16,2	21,5	14,6	12,3	15,3	13,8	
4	28,8	27,3	34,2	30,4	28,4	27,3	
5	19,3	12,0	15,9	17,8	15,2	11,1	
6	3,9	10,4	8,6	4,6	4,6	5,3	
Totalmente de acuerdo 7	7,9	7,4	5,4	5,7	4,8	4,9	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	6,3	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P16.1) La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	5,6	2,5	2,6	3,0	1,3	2,2	
2	5,7	3,0	2,1	3,2	2,2	2,4	
3	18,1	4,7	5,7	7,0	2,8	4,4	
4	16,5	14,5	16,8	14,4	15,2	14,8	
5	13,6	20,7	15,9	17,4	15,8	17,4	

(P16.1) La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
6	19,0	11,2	19,7	16,6	17,4	21,2	
Totalmente de acuerdo ⁷	21,5	43,4	37,2	38,4	45,3	37,0	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,7	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo ¹	2,6	0,6	2,4	2,2	2,7	0,5	
2	3,4	2,1	1,2	2,0	1,8	1,5	
3	14,5	5,9	3,2	4,6	1,6	3,9	
4	13,2	14,3	17,6	10,6	9,1	9,0	
5	17,2	15,4	13,9	17,1	13,6	15,6	
6	16,2	14,6	16,7	19,5	16,7	23,0	
Totalmente de acuerdo ⁷	33,0	47,1	45,0	43,9	54,5	46,2	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P16.3) La desinformación y los bulos provocan que las personas desconfíen de las instituciones.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo ¹	4,5	2,8	2,4	2,4	1,4	1,0	
2	3,2	1,6	2,8	2,5	2,3	2,0	
3	8,5	5,3	2,9	3,6	2,1	2,7	
4	17,5	14,1	16,6	15,3	12,8	10,4	
5	23,8	18,6	17,4	15,5	15,8	12,3	
6	15,5	19,9	20,4	19,6	17,4	25,7	
Totalmente de acuerdo ⁷	27,0	37,8	37,6	41,1	48,2	45,6	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P16.4) La desinformación y los bulos ponen en peligro la democracia.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	6,4	3,7	4,6	3,6	4,5	1,9	
2	4,9	5,0	1,1	4,5	2,5	2,2	
3	7,7	4,1	4,1	6,0	5,0	4,6	
4	24,3	24,0	22,7	15,9	15,4	12,9	
5	21,3	14,8	19,8	21,4	15,9	15,4	
6	16,8	15,6	14,0	15,1	14,9	16,8	
Totalmente de acuerdo 7	18,2	32,8	33,7	33,4	41,5	45,5	
No sé	0,3	0,0	0,0	0,1	0,3	0,6	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P17) Restricción de información falsa online vs. libertad de prensa							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa online, incluso si esto limita la libertad de p	69,4	62,6	65,0	63,4	62,5	60,2	
La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa.	29,5	37,3	34,7	36,3	37,3	39,0	
No sé	0,1	0,1	0,0	0,3	0,2	0,8	
Prefiero no responder	0,9	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Influencers/personalidades en línea	41,8	54,2	55,4	53,4	57,5	59,9	
Gobiernos, políticos o partidos políticos extranjeros de otros países	48,0	44,7	36,9	45,6	44,8	51,6	
Políticos o partidos políticos de mi país	43,9	53,9	48,4	58,0	61,7	68,9	
Lobbies o grupos de presión	21,3	38,2	35,8	41,1	48,6	48,7	
Empresas	24,2	24,2	17,5	18,4	21,5	17,6	
Propietarios de plataformas de redes sociales	26,8	29,4	36,0	40,1	41,7	42,7	
Medios de comunicación y periodistas	45,5	45,7	41,6	43,1	43,3	53,8	
Personalidades famosas (cantantes, estrellas del deporte...)	27,8	38,6	31,9	31,9	31,8	34,5	
Activistas o grupos de activistas	22,2	26,2	25,3	40,1	47,8	46,7	
Gente corriente	20,5	32,9	28,7	24,0	27,2	24,0	

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Otros	4,0	0,8	2,2	4,0	3,8	1,2	
Ninguno de estos	9,2	3,7	8,0	3,2	5,3	3,3	
No sabe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4	
No contesta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Los beneficios son mayores que los perjuicios	50,2	51,1	46,2	52,6	53,3	62,9	
Beneficios y perjuicios están equilibrados	35,6	34,6	35,8	30,8	29,9	25,1	
Los perjuicios superan a los beneficios	14,2	14,3	18,0	16,6	16,8	11,5	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P20) Confianza interpersonal general							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
1 Nunca se es lo bastante prudente	12,4	21,6	18,5	20,7	23,8	16,2	
2	10,8	8,3	9,2	10,0	9,6	10,1	
3	19,0	17,2	17,7	15,7	15,1	14,1	
4	34,9	31,0	27,5	26,8	27,5	26,3	
5	18,2	14,9	20,4	18,5	17,9	23,4	
6	2,4	4,2	6,1	6,0	3,4	6,4	
7 Se puede confiar en la mayoría de la gente	2,3	2,7	0,7	2,3	2,7	3,5	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.1) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de España							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Mucho	9,0	6,1	4,2	2,0	5,8	7,4	
Bastante	25,2	25,2	22,8	21,1	21,7	27,4	
Poco	33,6	33,8	29,4	33,2	30,7	29,1	
Nada	32,2	35,0	43,6	43,6	41,9	35,5	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Mucho	6,5	3,7	4,7	4,0	4,3	5,2	
Bastante	31,4	22,3	19,8	20,6	22,8	30,3	
Poco	41,4	46,5	41,2	44,9	42,0	40,7	
Nada	20,7	27,4	34,3	30,5	30,9	23,5	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.3) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as políticos/as							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Mucho	5,7	1,8	1,2	1,7	1,3	1,5	
Bastante	15,7	8,7	10,4	8,1	8,6	9,7	
Poco	40,3	44,2	34,8	36,8	35,5	46,4	
Nada	38,3	45,3	53,6	53,3	54,5	41,9	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.4) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Naciones Unidas/La Organización Mundial de la Salud							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Mucho	19,8	14,1	8,7	10,2	8,9	14,6	
Bastante	40,5	39,4	41,1	37,4	40,2	43,7	
Poco	30,7	32,7	32,5	34,0	33,5	27,9	
Nada	9,0	13,8	17,6	17,9	17,4	13,0	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,8	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Mucho	11,3	8,0	6,6	3,5	7,8	7,1	
Bastante	50,0	34,6	32,1	34,7	34,2	46,0	
Poco	27,3	39,2	42,2	42,1	35,8	33,0	
Nada	11,4	18,2	19,1	19,7	22,2	13,8	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.6) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as periodistas							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Mucho	1,7	1,4	4,2	0,5	3,3	1,6	
Bastante	23,4	23,5	25,0	30,5	28,1	39,2	
Poco	53,8	54,4	46,7	51,6	50,2	43,9	
Nada	21,1	20,8	24,0	17,4	18,5	15,4	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P21.7) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as científicos/as						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Mucho	32,7	37,5	38,1	35,5	32,3	42,3
Bastante	47,1	46,5	43,2	46,7	51,7	47,6
Poco	11,9	11,0	14,8	13,8	13,1	6,6
Nada	8,2	5,0	3,9	4,1	2,9	3,5
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Mucho	27,5	24,2	21,2	17,6	23,4	33,1
Bastante	43,2	42,8	48,9	50,5	57,3	49,9
Poco	20,9	26,0	20,1	25,7	15,0	13,2
Nada	8,5	7,0	9,8	6,1	4,3	3,8
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P22.1) Los/as científicos/as sólo están interesados/as en su propio beneficio.						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	21,4	21,1	22,8	23,6	24,0	25,2
2	22,1	20,1	18,6	16,4	20,1	27,5
3	24,5	22,3	13,4	17,1	12,7	17,3
4	14,6	21,3	24,8	23,3	20,4	13,8
5	12,7	7,0	10,0	8,2	11,9	6,9
6	1,2	2,1	2,0	4,2	5,0	4,7
Totalmente de acuerdo 7	3,4	6,1	8,5	7,1	5,9	4,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P22.2) Los/as científicos/as están confabulados/as con políticos/as y empresas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	12,2	15,3	19,9	17,2	19,2	20,7	
2	11,3	20,0	11,6	15,9	16,4	21,1	
3	19,4	18,1	16,7	15,2	14,7	16,9	
4	30,8	23,8	24,4	23,9	21,5	21,6	
5	17,3	12,6	15,0	13,4	15,3	9,1	
6	6,0	4,7	4,0	7,5	6,2	4,4	
Totalmente de acuerdo 7	3,0	5,5	8,3	6,8	6,2	5,6	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,7	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	20,4	17,4	22,7	18,8	23,5	22,1	
2	15,1	14,8	10,6	17,3	14,0	21,6	
3	18,3	13,0	12,9	14,9	11,7	12,0	
4	23,9	28,8	25,3	21,7	28,9	21,1	
5	15,7	14,7	13,8	13,2	9,7	11,4	
6	3,8	2,9	6,5	4,9	7,8	6,9	
Totalmente de acuerdo 7	2,8	8,2	8,3	9,2	4,4	4,4	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4	
Prefiero no responder	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	14,8	13,4	20,2	17,6	22,0	20,7	
2	15,6	15,0	10,3	13,0	14,4	18,5	
3	15,3	17,4	11,4	11,3	15,2	16,6	
4	28,5	21,9	24,7	27,0	20,6	17,7	
5	11,7	16,9	15,6	13,3	14,7	14,9	

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
6	10,7	7,1	7,0	7,7	6,8	6,2	
Totalmente de acuerdo 7	3,5	8,2	10,8	10,1	6,3	5,1	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P22.5) La gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	17,8	21,5	19,8	19,7	17,8	16,2	
2	12,6	22,6	10,6	14,8	15,0	17,8	
3	21,7	12,4	14,8	12,5	11,4	14,3	
4	21,1	22,6	26,0	24,8	30,9	20,0	
5	13,3	8,0	13,2	14,0	13,3	16,9	
6	10,5	6,3	7,4	8,1	8,2	7,0	
Totalmente de acuerdo 7	3,1	6,6	8,1	6,1	3,4	7,8	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	22,1	22,4	24,0	20,4	19,4	17,0	
2	11,3	19,9	8,1	15,2	14,4	17,1	
3	26,8	15,0	14,7	10,7	12,8	16,8	
4	18,2	19,8	24,1	27,8	28,4	22,4	
5	10,1	12,2	12,1	10,1	12,3	12,0	
6	5,8	4,2	7,8	8,1	5,8	6,4	
Totalmente de acuerdo 7	5,8	6,4	9,1	7,7	6,9	8,5	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P23.1) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, independientemente de lo que otros piensen de ellos.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	14,6	9,2	11,8	15,1	18,6	18,4
2	4,9	7,9	7,7	8,4	8,1	10,9
3	15,4	13,7	9,4	10,1	9,1	9,3
4	27,9	25,6	28,6	30,1	22,9	22,2
5	19,4	23,9	19,8	15,1	17,2	19,6
6	7,7	7,7	6,2	7,8	9,1	7,3
Totalmente de acuerdo 7	10,1	12,1	16,5	12,9	14,9	11,4
No sé	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,9
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P23.2) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si esto puede aislarme de los demás.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	13,4	10,4	12,8	18,7	18,2	21,4
2	14,2	8,3	6,0	9,7	9,6	11,4
3	13,7	14,6	9,7	7,7	11,0	13,1
4	32,0	27,0	32,4	27,3	25,6	22,7
5	11,7	18,2	17,8	18,0	15,0	14,3
6	10,8	8,9	8,9	7,5	6,7	6,9
Totalmente de acuerdo 7	4,2	12,7	12,3	10,7	13,8	10,3
No sé	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	12,4	7,8	10,1	16,1	15,7	18,3
2	10,6	6,3	6,3	9,5	8,3	10,7
3	14,5	11,5	12,6	9,9	9,7	12,8
4	28,6	27,6	31,2	26,1	26,0	20,9
5	12,9	23,0	17,4	18,6	15,4	17,8
6	9,1	9,6	7,8	7,9	9,7	7,5

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente de acuerdo 7	11,4	14,2	14,6	11,4	15,2	12,0	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,1	0,0	
Prefiero no responder	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	8,7	4,4	5,9	2,4	3,2	2,4	
2	6,7	3,5	3,4	3,5	4,4	2,9	
3	12,0	9,6	11,0	8,0	4,9	5,1	
4	18,3	20,0	25,7	27,1	17,4	16,8	
5	19,5	16,3	17,7	16,6	13,9	16,5	
6	12,6	17,5	10,6	13,4	13,4	18,3	
Totalmente de acuerdo 7	21,7	28,9	25,6	28,9	42,9	37,4	
No sé	0,6	0,0	0,0	0,1	0,0	0,6	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P24.2) No debemos presionar por la igualdad de los grupos.							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Totalmente en desacuerdo 1	16,8	13,9	13,5	16,7	20,2	17,8	
2	15,6	11,0	11,6	8,4	5,8	12,3	
3	18,3	15,4	8,3	12,6	9,1	12,4	
4	22,1	30,1	28,8	29,1	30,1	24,2	
5	14,2	14,2	16,1	14,8	12,5	12,0	
6	8,6	6,6	10,7	9,2	9,1	5,4	
Totalmente de acuerdo 7	3,9	8,8	10,9	9,3	13,1	14,8	
No sé	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(P24.3) La igualdad entre grupos debería ser nuestro ideal.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	4,9	2,3	5,2	4,6	5,0	3,6
2	4,6	6,3	3,1	4,6	4,0	3,0
3	13,8	7,0	6,6	8,2	3,3	4,2
4	25,6	22,2	31,3	26,9	23,2	18,0
5	14,7	19,7	15,7	17,3	12,3	22,0
6	11,7	16,5	12,5	15,9	15,7	12,8
Totalmente de acuerdo 7	24,2	26,0	25,6	22,6	36,5	36,4
No sé	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P24.4) Los grupos superiores deben dominar a los grupos inferiores.						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Totalmente en desacuerdo 1	35,1	48,0	44,8	52,9	62,0	57,2
2	21,1	8,2	9,7	13,2	9,3	12,7
3	10,3	10,2	8,4	6,9	6,1	10,3
4	19,2	17,9	20,6	15,9	14,8	12,6
5	5,0	8,3	7,0	6,5	4,1	4,6
6	3,0	4,2	6,7	1,7	1,8	1,9
Totalmente de acuerdo 7	5,7	3,1	2,7	2,8	1,8	0,7
No sé	0,6	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P25) Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses						
	Grupo de edad					
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Varias veces al día	84,2	88,5	87,7	87,1	86,8	75,9
A diario o casi diariamente	7,1	6,6	8,4	9,8	9,3	16,3
Al menos una vez a la semana, pero no diariamente	4,0	3,6	2,8	2,1	3,6	4,6
Menos de una vez a la semana	3,5	1,3	1,1	1,0	0,3	2,8
No sé	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P26) Grado de confianza en Internet		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Poco o nada	28,1	22,5	20,8	27,7	20,3	23,1
Bastante	63,7	69,9	73,8	66,3	73,8	71,0
Mucho	8,2	7,5	5,2	6,0	5,9	5,9
No sé	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(P27) Uso de Internet en los últimos 3 meses		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Participar en redes sociales	77,9	78,7	73,6	70,3	64,9	52,2
Emitir opiniones sobre asuntos cívicos o políticos	16,9	19,4	21,0	16,5	14,5	16,3
Ver contenidos de video (YouTube, Twitch, etc.)	82,1	79,3	76,1	73,7	68,3	56,4
Ver películas o videos bajo demanda (Netflix, HBO Max, etc.)	75,5	84,5	82,8	83,8	72,9	64,1
Buscar información sobre temas de salud	59,8	65,2	75,0	73,8	71,5	67,1
Vender bienes o servicios	24,3	25,7	29,7	25,0	18,3	11,6
Leer noticias en sitios web o periódicos digitales	60,7	68,3	72,5	79,8	77,1	72,7
Banca por Internet	55,6	80,9	79,3	83,3	77,9	71,6
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D1) Sexo		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Hombre	51,0	50,0	47,7	49,0	48,7	46,5
Mujer	49,0	50,0	52,3	51,0	51,3	53,5
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D1) Género		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Hombre	50,0	47,9	48,4	48,9	48,5	46,2
Mujer	50,0	51,1	51,4	51,0	51,5	53,8

(D1) Género		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Alguna otra manera	0,0	1,0	0,2	0,1	0,0	0,0
N ponderado	262	287	354	466	420	420
N sin ponderar	183	283	421	460	404	457

(D2) Grupo de edad		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
De 16 a 24 años	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
De 25 a 34 años	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
De 35 a 44 años	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
De 45 a 54 años	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
De 55 a 64 años	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
De 65 y más años	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D4) Comunidad autónoma de residencia		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Andalucía	18,6	20,8	14,9	17,7	16,4	20,5
Aragón	3,6	3,1	2,2	3,9	2,3	1,7
Cantabria	0,9	1,0	0,8	0,7	1,1	1,5
Castilla y León	5,0	4,6	5,1	3,9	4,4	4,8
Castilla-La Mancha	2,6	6,0	7,3	4,4	2,5	2,9
Cataluña	17,5	15,2	16,3	15,0	19,4	18,1
Ceuta	0,2	0,7	0,2	0,0	0,0	0,3
Comunidad de Madrid	19,5	15,0	16,8	11,4	13,4	17,1
Comunidad Foral de Navarra	0,5	2,1	0,6	0,3	1,1	4,2
Comunidad Valenciana	5,8	8,1	12,7	11,3	14,7	10,7
Extremadura	4,1	1,4	2,3	1,5	2,4	2,4
Galicia	2,6	5,1	6,4	7,8	4,8	3,5
Islas Baleares	0,7	2,3	2,3	2,1	2,4	1,6
Islas Canarias	6,4	3,0	3,0	6,0	3,5	3,7
La Rioja	0,0	1,8	0,4	0,4	0,0	0,6
Melilla	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
País Vasco	4,5	3,5	4,2	6,5	5,8	2,7
Principado de Asturias	2,1	2,6	1,8	2,9	2,4	2,0
Región de Murcia	5,3	3,4	2,4	4,3	3,3	1,7

(D4) Comunidad autónoma de residencia		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D5) Tamaño de hábitat		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Menos de 10.000 habitantes	22,5	16,3	16,2	15,9	19,2	17,7
De 10.001 a 20.000 habitantes	13,3	10,0	10,0	12,6	10,6	12,8
De 20.001 a 50.000 habitantes	15,0	17,6	14,5	15,8	17,9	12,3
De 50.001 a 100.000 habitantes	9,4	11,1	17,0	9,4	10,7	10,7
De 100.001 a 500.000 habitantes	26,4	24,8	23,9	31,9	23,5	23,6
Más de 500.000 habitantes	13,5	20,2	18,4	14,5	18,1	22,9
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D6) Tipo de hogar		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Hogar unipersonal	11,0	8,7	12,4	10,5	12,1	17,0
Padre o madre solo/a que conviva con algún hijo	16,9	14,7	10,2	10,2	13,5	11,0
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	3,6	19,0	15,8	11,3	19,2	32,6
Pareja con hijos que conviven en el hogar	40,9	32,3	51,4	59,8	48,6	30,5
Otro tipo de hogar	27,6	25,3	10,1	8,3	6,7	8,9
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D7.1) Dispone en su vivienda de: Teléfono fijo		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	51,7	39,1	35,0	51,7	54,4	67,2
No	47,9	60,5	65,0	48,3	45,6	32,8
Prefiero no responder	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421

(D7.1) Dispone en su vivienda de: Teléfono fijo							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(D7.2) Dispone en su vivienda de: Teléfono móvil							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Sí	99,4	99,7	99,9	100,0	99,6	99,8	
No	0,6	0,3	0,1	0,0	0,1	0,2	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(D8) ¿Utiliza teléfono móvil?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Sí	98,1	98,9	98,9	99,4	99,9	98,9	
No	1,7	0,5	0,2	0,3	0,0	1,1	
Prefiero no responder	0,2	0,5	0,9	0,3	0,1	0,0	
N ponderado	261	287	353	468	419	420	
N sin ponderar	177	279	418	461	403	453	

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Estudios primarios incompletos o menos		0,4	0,0	0,2	0,0	0,3	2,8
Educación primaria		5,2	2,1	3,2	4,2	9,7	23,9
Primera etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller elemental, EGB, ESO)		34,3	14,3	20,5	16,8	23,2	29,0
Segunda etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller Superior, BUP, Bachillerato, FPI, FP de Grado Medio)		25,7	13,5	18,1	19,5	21,5	14,7
Formación Profesional de Grado Superior (FP II) y títulos propios de universidades de duración igual o superior a 2 a		22,3	27,6	21,5	20,9	13,6	7,5
Universitarios de primer ciclo: Grado universitario, Diplomaturas, Ingenierías Técnicas, Peritaje, ATS, Magisterio, tr		8,7	18,8	13,8	13,3	10,0	7,6
Universitarios de segundo o tercer ciclo: Máster oficial o Grado de Medicina, Licenciaturas, Ingenierías superiores, D		3,4	23,6	22,6	25,3	21,7	14,6
N ponderado		262	288	354	468	421	421

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(D9a) ¿Se considera más bien de letras o más bien de ciencias?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Más bien de letras	38,9	57,8	54,0	45,6	49,3	51,5	
Más bien de ciencias	61,1	40,9	46,0	53,8	49,2	42,4	
De las dos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	1,7	
De ninguna	0,0	0,0	0,0	0,6	0,9	2,1	
No sé	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	2,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458	

(D10) ¿Cómo se considera en materia religiosa?							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Católico/a practicante	11,0	6,8	8,3	12,7	14,2	22,8	
Católico/a no practicante	31,9	24,0	35,3	47,2	47,0	43,3	
Creyente de otra religión	6,2	6,3	3,5	2,4	2,7	4,5	
Indiferente o agnóstico/a	22,9	25,7	27,0	22,1	22,8	19,8	
Ateo/a	28,0	37,2	26,0	15,7	13,3	9,6	
N ponderado	211	262	326	452	407	414	
N sin ponderar	148	247	387	443	390	452	

(D11) Ingresos familiares en relación con la media (≈1.700 €/mes)							Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años	
Muy superiores (más del doble)	11,4	6,3	12,1	9,3	7,9	7,5	
Superiores	36,1	37,0	32,0	40,4	30,0	34,6	
Alrededor de esa cifra	30,4	30,4	26,3	26,7	25,7	26,3	
Inferiores	15,5	21,2	21,8	17,7	26,0	23,6	
Bastante inferiores (menos de la mitad)	5,4	4,5	7,8	5,7	10,0	6,2	
No sé	0,9	0,0	0,0	0,0	0,2	0,5	
Prefiero no responder	0,2	0,6	0,0	0,3	0,2	1,3	
N ponderado	262	288	354	468	421	421	

(D11) Ingresos familiares en relación con la media (≈1.700 €/mes)		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Trabajando por cuenta ajena	19,1	56,8	71,2	69,3	51,6	6,1
Trabajando por cuenta propia con empleados	2,7	2,3	2,6	2,6	2,4	1,1
Trabajando por cuenta propia sin empleados	5,3	6,9	5,9	5,3	5,8	2,2
Trabajando en ayuda familiar (no remunerado)	0,7	0,5	0,6	0,6	1,7	0,2
Parado	9,4	12,0	9,5	8,5	11,3	2,2
Estudiante	53,0	14,7	1,5	0,1	0,0	0,2
Jubilado o prejubilado	1,1	0,0	0,2	2,0	9,6	76,6
Incapacitado permanente	0,2	0,9	2,4	2,4	5,9	1,4
Labores del hogar	1,6	1,3	3,3	6,7	6,8	8,8
Otra situación	6,9	4,6	2,7	2,6	5,0	1,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
N ponderado	262	288	354	468	421	421
N sin ponderar	184	284	421	462	406	458

(D13) Escala de Ideología (izquierda-derecha, 1-7)		Grupo de edad				
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
1 Extrema izquierda	4,1	6,4	7,8	2,4	3,2	3,9
2	9,5	16,7	13,0	11,1	13,3	10,5
3	21,6	23,5	19,8	20,9	22,0	27,9
4	32,1	27,7	30,0	34,7	36,5	30,1
5	20,4	15,3	14,8	15,1	15,1	16,7
6	6,5	5,2	6,0	12,5	5,8	8,0
7 Extrema derecha	5,8	5,2	8,5	3,3	4,1	3,0
N ponderado	235	244	332	457	395	410
N sin ponderar	158	241	393	447	384	446

(D14) Participación en las últimas elecciones generales (julio 2023)						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Fue a votar y votó	33,4	67,6	79,0	80,8	79,9	89,2
Fue a votar, pero no pudo votar	2,9	1,0	0,5	0,3	0,1	0,8
No fue a votar	36,4	26,6	18,6	17,9	18,8	8,7
No tenía edad/no pudo votar	27,4	4,8	1,8	1,0	1,2	1,3
N ponderado	232	254	331	449	404	415
N sin ponderar	160	249	393	441	389	451

(D15) ¿Se considera limitado/a en sus actividades por problemas de salud?						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Gravemente limitado	6,9	3,7	3,6	2,3	7,3	3,4
Limitado pero no severamente	17,9	16,7	21,8	24,7	29,5	37,3
Nada limitado	75,2	79,6	74,6	73,0	63,2	59,3
N ponderado	230	257	336	450	407	418
N sin ponderar	156	251	400	443	392	455

(D16a) ¿Le gustaría conocer cuáles de los titulares eran falsos y cuáles verdaderos?						Grupo de edad
Categoría	De 16 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 y más años
Sí	60,9	74,9	76,6	79,0	82,1	75,2
No	17,3	11,8	11,3	9,1	7,3	6,7
Me da igual	21,8	13,3	12,0	11,9	10,6	18,1
N ponderado	262	288	354	468	411	341
N sin ponderar	184	284	421	462	394	360

10.4. Tablas de contingencia: Nivel de estudios

(P1.1) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medio ambiente y ecología					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	28,7	26,7	29,1	32,7	
No	71,1	73,1	70,6	67,3	
No sé	0,2	0,2	0,3	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	

(P1.1) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medio ambiente y ecología				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
N sin ponderar	151	948	407	709

(P1.2) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medicina y salud				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Sí	42,4	44,4	49,5	53,3
No	57,6	55,5	50,5	46,6
No sé	0,0	0,1	0,1	0,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P1.3) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Alimentación y bienestar físico				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Sí	52,3	52,0	57,2	65,2
No	47,7	48,0	42,7	34,7
No sé	0,0	0,0	0,1	0,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P1.4) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Ciencia y tecnología				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Sí	31,5	32,6	42,8	47,2
No	68,5	67,3	57,2	52,6
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	7,2	10,7	10,7	18,7
Al menos una vez a la semana	22,8	19,2	26,7	24,4

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Varias veces al mes	12,6	21,6	28,5	24,2	
Casi nunca o nunca	57,4	48,2	34,1	32,6	
No sé	0,0	0,3	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P2.2) Frecuencia con que se informa sobre: Medio ambiente y ecología				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	12,1	6,5	8,4	7,3	
Al menos una vez a la semana	23,7	21,2	29,4	31,1	
Varias veces al mes	12,2	30,0	32,6	31,4	
Casi nunca o nunca	52,0	42,3	29,6	30,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P2.3) Frecuencia con que se informa sobre: Política				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	34,9	31,9	34,0	44,3	
Al menos una vez a la semana	19,7	17,8	24,7	20,6	
Varias veces al mes	10,2	18,9	20,0	16,7	
Casi nunca o nunca	35,2	31,0	21,3	18,4	
No sé	0,0	0,4	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P2.4) Frecuencia con que se informa sobre: Medicina y salud				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	16,0	14,3	14,4	16,9	
Al menos una vez a la semana	27,1	28,4	36,5	35,7	
Varias veces al mes	26,6	32,6	30,2	32,2	
Casi nunca o nunca	29,0	24,3	18,9	15,3	
No sé	1,4	0,3	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P2.5) Frecuencia con que se informa sobre: Alimentación y bienestar físico				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	17,0	19,6	24,3	21,3
Al menos una vez a la semana	29,0	31,6	32,9	36,7
Varias veces al mes	26,6	27,3	27,1	31,7
Casi nunca o nunca	27,4	21,1	15,6	10,3
No sé	0,0	0,3	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P2.6) Frecuencia con que se informa sobre: Ciencia y tecnología				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	4,9	11,9	15,0	12,5
Al menos una vez a la semana	24,5	23,9	30,3	35,8
Varias veces al mes	21,7	30,3	35,4	31,6
Casi nunca o nunca	48,9	33,7	19,1	19,9
No sé	0,0	0,3	0,2	0,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P3.1) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	42,1	39,0	43,3	37,8
Al menos una vez a la semana	9,6	18,2	17,8	19,7
Varias veces al mes	19,2	14,6	10,9	16,0
Una vez al mes o menos	7,9	11,2	11,9	8,1
Casi nunca o nunca	20,9	16,6	15,8	18,3
No sé	0,4	0,4	0,1	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0
N ponderado	181	835	378	661
N sin ponderar	128	862	385	684

(P3.2) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	34,9	30,2	30,5	25,5	
Al menos una vez a la semana	16,1	20,7	23,6	22,0	
Varias veces al mes	16,7	15,2	16,4	16,5	
Una vez al mes o menos	7,0	12,5	11,5	12,7	
Casi nunca o nunca	25,3	21,5	17,7	23,3	
No sé	0,0	0,0	0,1	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	
N ponderado	181	835	378	661	
N sin ponderar	128	862	385	684	

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	37,7	37,4	29,9	34,8	
Al menos una vez a la semana	17,8	10,6	17,2	13,9	
Varias veces al mes	8,6	11,6	14,5	10,7	
Una vez al mes o menos	10,9	10,1	9,3	11,3	
Casi nunca o nunca	25,0	30,2	28,5	29,2	
No sé	0,0	0,0	0,5	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,2	0,0	
N ponderado	181	835	378	661	
N sin ponderar	128	862	385	684	

(P3.4) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	55,9	40,1	37,1	35,4	
Al menos una vez a la semana	9,5	17,7	21,5	21,3	
Varias veces al mes	12,3	14,2	14,5	17,6	
Una vez al mes o menos	6,8	9,0	11,3	10,8	
Casi nunca o nunca	15,6	18,9	15,6	15,0	
No sé	0,0	0,1	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	
N ponderado	181	835	378	661	
N sin ponderar	128	862	385	684	

(P3.5) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Prensa diaria online o en papel					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	16,1	16,7	21,9	25,5	
Al menos una vez a la semana	18,1	14,1	17,4	19,8	
Varias veces al mes	10,1	11,9	12,9	15,5	
Una vez al mes o menos	12,3	12,0	14,5	10,2	
Casi nunca o nunca	43,4	45,3	32,6	28,9	
No sé	0,0	0,0	0,5	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,1	
N ponderado	181	835	378	661	
N sin ponderar	128	862	385	684	

(P3.6) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Libros o Revistas de divulgación científica o técnica, enciclopedias online					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	5,7	4,6	3,8	6,0	
Al menos una vez a la semana	12,1	9,8	16,4	15,0	
Varias veces al mes	5,1	12,7	16,8	21,0	
Una vez al mes o menos	12,3	20,3	24,4	19,7	
Casi nunca o nunca	64,2	52,2	38,0	37,8	
No sé	0,5	0,4	0,5	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,4	
N ponderado	181	835	378	661	
N sin ponderar	128	862	385	684	

(P3.7) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Radio y/o podcast					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Cada día o casi cada día	30,2	16,3	16,3	22,2	
Al menos una vez a la semana	19,9	15,5	23,6	18,4	
Varias veces al mes	8,9	14,7	16,5	19,5	
Una vez al mes o menos	5,2	14,8	17,0	13,8	
Casi nunca o nunca	35,8	38,6	25,9	26,2	
No sé	0,0	0,0	0,5	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	
N ponderado	181	835	378	661	
N sin ponderar	128	862	385	684	

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas				
Categoría	Nivel de estudios			
	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	3,3	2,3	1,8	4,1
Al menos una vez a la semana	7,7	6,5	13,9	9,9
Varias veces al mes	5,8	12,0	11,5	16,2
Una vez al mes o menos	10,1	16,9	25,2	20,7
Casi nunca o nunca	72,2	62,1	46,9	49,1
No sé	0,8	0,0	0,5	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,2	0,0
N ponderado	181	835	378	661
N sin ponderar	128	862	385	684

(P3.9) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Otras revistas en papel y/o online				
Categoría	Nivel de estudios			
	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	10,0	4,2	5,4	5,2
Al menos una vez a la semana	12,6	11,0	13,3	11,4
Varias veces al mes	5,5	13,3	14,2	17,4
Una vez al mes o menos	16,2	13,8	19,5	19,6
Casi nunca o nunca	55,7	57,2	46,9	46,1
No sé	0,0	0,6	0,5	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,3
N ponderado	181	835	378	661
N sin ponderar	128	862	385	684

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)				
Categoría	Nivel de estudios			
	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	4,3	2,9	3,1	3,4
Al menos una vez a la semana	5,1	6,9	11,3	12,1
Varias veces al mes	11,1	12,0	16,4	16,7
Una vez al mes o menos	10,9	20,3	27,2	25,8
Casi nunca o nunca	68,3	57,9	41,3	42,0
No sé	0,3	0,1	0,5	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
N ponderado	181	835	378	661
N sin ponderar	128	862	385	684

(P3.11) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Cada día o casi cada día	4,6	15,6	14,5	15,3
Al menos una vez a la semana	8,3	15,0	22,3	22,0
Varias veces al mes	16,8	16,7	14,5	17,9
Una vez al mes o menos	5,5	14,1	16,5	12,4
Casi nunca o nunca	63,6	38,2	32,1	32,3
No sé	1,2	0,5	0,0	0,1
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0
N ponderado	181	835	378	661
N sin ponderar	128	862	385	684

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
No confío en absoluto 1	20,7	13,1	14,6	14,2
2	12,1	14,1	16,6	17,3
3	16,0	21,7	20,2	22,1
4	21,5	27,0	28,5	28,2
5	19,1	14,0	16,7	12,5
6	6,1	7,4	2,6	4,9
Total confianza 7	2,9	2,6	0,8	0,9
No sé	1,7	0,0	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	19,6	10,4	12,1	12,2	
2	8,3	12,7	11,2	13,2	
3	20,1	21,1	24,4	22,2	
4	26,8	28,6	28,5	29,3	
5	15,1	17,2	18,3	16,9	
6	4,8	6,6	4,6	5,1	
Total confianza 7	4,6	3,3	0,8	0,9	
No sé	0,8	0,1	0,0	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	14,9	9,8	10,0	11,7	
2	10,6	13,3	15,2	14,7	
3	17,0	18,9	24,1	20,0	
4	27,0	27,5	24,7	27,8	
5	12,5	18,1	16,3	17,1	
6	9,6	7,9	7,7	6,6	
Total confianza 7	6,9	4,4	2,1	1,9	
No sé	1,4	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	6,2	7,4	7,2	4,4	
2	7,1	9,0	8,3	9,0	
3	17,5	13,9	18,0	14,0	
4	15,5	27,2	27,0	31,3	
5	26,9	21,1	27,2	23,6	
6	15,0	14,4	11,1	15,1	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Total confianza 7	10,6	7,0	1,1	2,6	
No sé	1,3	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Prensa diaria online o en papel					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	12,7	8,1	6,6	4,9	
2	7,6	7,7	8,7	5,0	
3	13,6	14,6	14,1	12,2	
4	18,4	26,6	24,6	27,3	
5	19,0	23,9	27,5	26,5	
6	15,2	13,6	16,3	20,1	
Total confianza 7	13,4	5,4	2,2	3,6	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Radio y/o podcast					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	8,3	4,2	2,9	3,1	
2	4,7	8,1	5,6	4,5	
3	12,2	13,5	11,9	10,2	
4	25,7	28,2	29,3	29,8	
5	16,8	24,5	30,8	29,1	
6	17,1	13,6	16,6	19,9	
Total confianza 7	15,3	7,9	3,0	3,4	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Familia, amigos o conocidos					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	7,5	2,0	1,6	2,8					
2	6,3	6,8	6,9	4,2					
3	9,2	11,0	11,1	12,1					
4	23,2	24,9	27,7	30,5					
5	19,6	23,3	28,6	28,0					
6	12,9	17,9	14,4	15,5					
Total confianza 7	21,2	14,1	9,6	6,4					
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0					
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,4					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	28,4	14,0	11,0	11,8					
2	13,1	9,3	11,6	10,2					
3	12,4	14,3	12,5	15,1					
4	17,0	26,2	31,5	28,0					
5	13,6	20,4	22,1	23,3					
6	5,4	11,3	9,8	10,1					
Total confianza 7	1,3	4,2	1,6	1,5					
No sé	8,8	0,3	0,0	0,0					
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	6,2	3,0	0,7	1,6					
2	3,1	2,7	1,3	1,0					
3	7,9	4,4	3,2	3,6					
4	10,6	12,9	11,8	11,1					
5	20,9	21,5	19,4	15,3					

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
6	21,3	29,5	32,7	33,4	
Total confianza 7	30,0	25,8	30,9	34,1	
No sé	0,0	0,2	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	18,1	16,8	16,8	16,1	
2	15,2	17,0	17,7	18,7	
3	20,2	19,3	19,4	21,6	
4	20,8	23,5	27,6	25,5	
5	16,3	14,6	14,1	14,5	
6	6,0	5,8	3,1	2,7	
Total confianza 7	2,4	3,0	1,1	0,8	
No sé	1,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No confío en absoluto 1	21,2	15,0	15,1	14,6	
2	9,9	14,2	15,1	14,7	
3	18,6	19,6	20,6	22,4	
4	26,2	24,0	29,3	28,7	
5	11,2	16,2	15,8	13,5	
6	9,1	7,4	3,0	4,9	
Total confianza 7	3,1	3,5	0,9	1,1	
No sé	0,6	0,1	0,2	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)					Nivel de estudios				
Categoría		Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios				
No confío en absoluto	1	19,1	12,0	12,7	15,0				
	2	9,4	13,9	20,2	14,1				
	3	17,4	18,6	19,0	22,7				
	4	20,8	27,4	25,4	26,2				
	5	10,5	15,6	15,0	13,7				
	6	12,4	7,5	6,3	6,9				
Total confianza	7	9,1	4,9	1,4	1,4				
No sé		1,3	0,1	0,0	0,0				
N ponderado		207	917	401	690				
N sin ponderar		151	948	407	709				

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Televisión y Plataformas de TV					Nivel de estudios				
Categoría		Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios				
No confío en absoluto	1	11,8	9,9	9,8	8,4				
	2	9,7	11,7	11,8	11,0				
	3	15,3	16,0	18,4	19,6				
	4	17,0	27,8	31,1	30,9				
	5	20,4	20,8	21,5	17,9				
	6	14,9	8,4	6,5	10,5				
Total confianza	7	10,2	5,5	1,0	1,6				
No sé		0,7	0,0	0,0	0,0				
N ponderado		207	917	401	690				
N sin ponderar		151	948	407	709				

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel					Nivel de estudios				
Categoría		Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios				
No confío en absoluto	1	14,2	6,6	6,8	5,7				
	2	5,4	11,7	9,1	7,3				
	3	12,7	14,9	19,0	13,5				
	4	31,1	29,0	26,4	29,2				
	5	11,5	22,9	23,0	26,1				
	6	11,8	9,8	14,2	15,3				
Total confianza	7	13,2	5,0	1,5	2,9				

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Radio y/o podcast					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	12,8	6,4	5,5	5,1					
2	9,7	9,8	7,9	4,7					
3	8,0	15,6	12,8	13,6					
4	23,2	28,2	31,7	31,7					
5	17,0	23,6	26,5	26,7					
6	18,2	11,4	12,5	15,7					
Total confianza 7	11,1	4,8	3,1	2,5					
No sé	0,0	0,1	0,0	0,0					
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Familia, amigos o conocidos					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	7,7	3,0	2,5	3,5					
2	6,0	8,6	6,3	7,4					
3	5,0	11,6	11,9	13,5					
4	24,5	25,3	33,3	30,0					
5	19,3	23,5	24,2	25,5					
6	18,0	15,5	13,3	14,4					
Total confianza 7	19,4	12,4	8,5	5,8					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	28,7	14,9	13,2	13,4					

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
2	7,5	10,8	15,9	12,5					
3	17,1	16,3	13,7	16,1					
4	18,0	26,6	26,9	26,9					
5	14,1	18,1	20,6	18,7					
6	5,3	9,4	8,0	10,5					
Total confianza 7	1,3	3,7	1,7	1,9					
No sé	7,4	0,2	0,0	0,0					
Prefiero no responder	0,7	0,0	0,0	0,0					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Personal sanitario					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
No confío en absoluto 1	5,9	2,0	0,6	1,0					
2	1,0	1,7	1,3	0,6					
3	3,2	3,2	3,7	3,6					
4	13,0	13,2	12,9	7,6					
5	13,2	16,8	12,4	14,7					
6	19,7	28,1	33,5	30,2					
Total confianza 7	44,1	35,0	35,6	42,3					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
Totalmente en desacuerdo 1	29,1	23,1	30,0	36,0					
2	6,7	11,8	12,2	13,4					
3	12,1	11,0	10,8	11,7					
4	13,7	17,8	18,3	12,3					
5	15,7	12,5	13,0	9,5					
6	3,8	6,9	5,2	6,5					
Totalmente de acuerdo 7	14,2	16,3	10,4	10,3					
No sé	4,1	0,5	0,0	0,1					
Prefiero no responder	0,5	0,0	0,0	0,1					

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P7.2) Se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	20,2	23,1	26,1	29,9
2	8,9	12,1	14,3	13,4
3	14,4	10,4	10,9	9,8
4	10,1	20,2	17,1	19,2
5	21,1	12,6	15,1	9,0
6	2,7	6,8	5,7	7,9
Totalmente de acuerdo 7	16,7	14,4	10,7	10,7
No sé	6,0	0,2	0,0	0,1
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	30,4	30,1	39,6	40,8
2	8,8	10,6	14,8	13,9
3	12,4	10,9	9,9	11,4
4	18,2	22,0	15,7	15,6
5	8,7	9,1	8,6	6,7
6	4,4	5,9	4,8	4,9
Totalmente de acuerdo 7	12,1	10,7	6,6	6,3
No sé	4,4	0,6	0,0	0,4
Prefiero no responder	0,5	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P7.4) Las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas.				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	14,3	14,0	20,0	18,8	
2	7,8	8,8	11,9	12,8	
3	12,2	11,6	11,0	10,4	
4	13,0	19,4	17,7	18,3	
5	21,8	16,4	16,7	16,3	
6	7,5	9,3	8,1	9,1	
Totalmente de acuerdo 7	20,0	20,2	14,6	14,1	
No sé	3,5	0,3	0,0	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P7.5) Debido a sus conocimientos, los científicos tienen un poder que los hace peligrosos				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	24,7	18,6	25,4	28,8	
2	10,2	10,4	14,4	14,4	
3	11,9	13,3	11,7	11,3	
4	15,4	21,0	17,9	16,1	
5	16,0	17,2	16,1	12,8	
6	4,7	6,6	5,5	7,4	
Totalmente de acuerdo 7	14,8	12,8	9,0	9,2	
No sé	2,2	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Preguntar a los/as pacientes cómo se encuentran para ver si notan algún efecto	15,5	10,1	7,9	4,5	
Analizar el efecto de cada uno de los componentes del fármaco por separado	16,7	18,5	17,6	16,1	
Administrar el fármaco a unos/as pacientes, pero no a otros/as, y comparar qué ocurre con los dos grupos	32,9	39,6	48,9	56,0	
Utilizar su conocimiento sobre medicina para establecer la eficacia del fármaco	17,9	16,7	12,1	13,3	
No sé	17,0	15,2	13,3	9,9	

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,1	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P9.1) Radio y Televisión española (RTVE) depende de los anuncios como su principal fuente de financiación.				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Verdadero	26,6	29,9	25,0	19,6	
Falso	50,2	49,9	56,9	67,0	
No sé	23,2	20,3	18,1	13,4	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P9.2) Las noticias y el contenido que una persona visualiza en Instagram o Facebook se seleccionan aleatoriamente.				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Verdadero	17,7	18,9	17,2	13,0	
Falso	41,6	55,4	62,1	71,1	
No sé	40,7	25,6	20,7	15,9	
Prefiero no responder	0,0	0,2	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P9.3) La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas.				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Verdadero	71,7	64,0	71,0	78,2	
Falso	5,1	10,3	9,4	10,0	
No sé	23,2	25,7	19,6	11,8	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P9.4) Los algoritmos de las redes sociales fundamentalmente sirven para que veamos las publicaciones de los temas que más nos interesan.				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Verdadero	63,3	70,2	75,0	76,1
Falso	6,0	11,6	13,6	14,0
No sé	30,8	18,3	11,4	9,9
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P9.5) En un periódico digital, todo texto que incluye la firma de un autor es un artículo de opinión				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Verdadero	37,3	37,9	32,7	33,4
Falso	11,0	21,3	28,8	39,5
No sé	51,7	40,7	38,6	27,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P10.1) Cuento con mis amigos para que me digan lo que es importante cuando las noticias ocurren.				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo	18,5	14,6	11,0	19,6
Bastante en desacuerdo	11,0	16,4	15,8	19,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41,0	43,8	42,1	34,0
Bastante de acuerdo	23,3	19,0	26,6	22,5
Totalmente de acuerdo	6,1	6,1	4,5	4,3
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.				
Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo	8,0	7,2	4,1	6,7
Bastante en desacuerdo	21,1	17,9	15,3	21,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33,6	33,1	39,3	32,3
Bastante de acuerdo	29,7	32,4	34,6	33,4
Totalmente de acuerdo	7,6	9,4	6,6	6,2

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P10.3) No tengo que buscar activamente noticias porque cuando aparezcan asuntos públicos importantes me llegarán por las redes sociales.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo	16,3	12,3	9,6	16,3	
Bastante en desacuerdo	16,5	17,1	10,1	19,0	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32,3	38,0	40,7	28,8	
Bastante de acuerdo	29,0	22,0	32,3	28,7	
Totalmente de acuerdo	6,0	10,7	7,3	7,2	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P11.1) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Nutrición y bienestar					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	38,6	38,4	41,1	41,9	
No	61,0	61,5	58,9	58,1	
No sé	0,5	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P11.2) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Vacunas					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	20,2	27,5	29,6	31,0	
No	79,3	72,5	70,2	69,0	
No sé	0,5	0,0	0,2	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P11.3) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Origen de los grandes incendios en verano				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	17,3	18,9	22,4	16,6	
No	82,3	81,1	77,6	83,4	
No sé	0,5	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P11.4) Información falsa recibida en los últimos 7 días: El cambio climático				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	33,0	35,7	36,1	37,6	
No	66,7	64,2	63,9	62,2	
No sé	0,3	0,1	0,0	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P11.5) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Terapias alternativas (homeopatía, acupuntura, reiki...)				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	16,8	21,5	23,8	23,6	
No	82,7	78,4	76,2	76,4	
No sé	0,5	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P11.6) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Tratamientos médicos				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	24,5	31,1	32,0	34,8	
No	75,0	68,8	67,8	65,2	
No sé	0,5	0,1	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P12) Canal por el que recibió información falsa				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Conversaciones personales o telefónicas	28,9	23,2	26,0	25,2	
Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)	28,5	24,0	23,0	25,2	
Redes sociales (Facebook, X, Bluesky...)	41,5	41,9	42,6	44,0	
Redes sociales basadas en video online (YouTube, Instagram, Twitch, TikTok...)	36,4	41,4	42,4	46,8	
Prensa digital o escrita	20,3	22,8	25,3	22,0	
Televisión o plataformas de TV online	24,8	22,0	21,5	17,3	
Radio o podcast	20,2	15,0	17,6	14,3	
Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)	21,5	17,0	20,0	17,1	
Otros	12,3	14,1	15,6	10,3	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P13.1) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en sus redes sociales o apps de mensajería?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	10,1	10,2	10,3	8,0	
No	81,4	85,2	86,6	89,2	
No uso redes sociales o aplicaciones de mensajería	7,3	4,3	2,8	2,9	
No sé	1,2	0,2	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,4	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P13.2) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en conversaciones cara a cara o telefónicas?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	15,0	15,7	10,7	11,0	
No	84,8	84,1	88,9	88,9	
No sé	0,2	0,2	0,4	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P14.1) ¿Hasta qué punto está seguro/a de que puede identificar información que sea falsa o distorsione la realidad?				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Muy seguro/a	5,6	7,2	6,9	8,0
Más bien seguro/a	27,5	39,8	50,3	51,7
No muy seguro/a	51,0	46,1	38,9	35,4
Nada seguro/a	15,4	6,9	3,9	4,8
No sé	0,4	0,0	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P14.2) ¿En qué medida está seguro/a de que la persona promedio en España puede distinguir información que sea falsa?				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Muy seguro/a	4,3	3,3	1,2	3,2
Más bien seguro/a	9,5	15,9	16,7	14,6
No muy seguro/a	54,3	58,2	63,2	53,5
Nada seguro/a	31,8	22,4	18,9	28,7
No sé	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P15.1) La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	10,4	4,5	3,6	3,4
2	2,4	5,4	4,8	6,6
3	5,1	6,0	7,8	6,6
4	25,8	22,1	16,7	16,8
5	10,3	16,5	20,5	14,1
6	7,4	14,8	16,1	20,2
Totalmente de acuerdo 7	28,2	29,9	30,6	32,0
No sé	10,3	0,8	0,0	0,2
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P15.2) La inteligencia artificial (IA) es una herramienta útil que ayuda a la gente a desmentir bulos o mentiras que se difunden como noticias verdaderas				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	19,6	17,4	15,4	15,4
2	8,5	9,8	10,5	11,7
3	14,1	13,7	18,1	15,7
4	27,1	30,7	29,2	28,6
5	9,6	15,3	16,4	16,0
6	5,6	5,8	5,3	7,0
Totalmente de acuerdo 7	5,1	6,6	5,1	5,4
No sé	10,3	0,7	0,0	0,2
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P16.1) La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	8,0	2,7	1,4	1,9
2	2,6	4,0	2,8	1,8
3	8,4	6,5	7,3	5,4
4	17,1	17,6	14,4	12,1
5	11,8	15,7	20,6	17,7
6	15,1	16,5	17,0	20,5
Totalmente de acuerdo 7	36,7	36,7	36,6	40,6
No sé	0,2	0,3	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	2,2	1,1	1,8	2,7
2	3,3	2,8	0,3	1,4
3	4,9	6,0	4,5	4,0
4	12,2	14,4	13,6	7,6
5	20,8	15,7	14,0	14,2
6	13,8	15,5	21,3	21,3

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente de acuerdo 7	42,8	44,3	44,6	48,8
No sé	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P16.3) La desinformación y los bulos provocan que las personas desconfíen de las instituciones.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	5,7	1,6	1,1	2,7
2	1,6	3,1	1,8	1,9
3	4,6	4,4	4,2	2,5
4	13,2	15,3	15,4	12,3
5	14,4	16,8	16,0	17,5
6	19,0	18,6	23,1	20,4
Totalmente de acuerdo 7	41,3	40,0	38,3	42,7
No sé	0,2	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P16.4) La desinformación y los bulos ponen en peligro la democracia.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	6,3	4,2	2,2	4,0
2	3,6	4,2	2,6	2,4
3	5,7	5,8	6,3	3,6
4	16,1	20,4	16,8	17,3
5	19,9	17,2	18,0	18,7
6	12,4	14,1	19,4	15,9
Totalmente de acuerdo 7	34,6	33,9	34,7	38,1
No sé	1,5	0,2	0,0	0,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P17) Restricción de información falsa online vs. libertad de prensa				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa online, incluso si esto limita la libertad de p	66,5	65,8	63,4	59,5	
La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa.	32,3	33,6	36,4	40,2	
No sé	1,3	0,3	0,2	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,3	0,0	0,2	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Influencers/personalidades en línea	51,8	49,6	56,5	60,5	
Gobiernos, políticos o partidos políticos extranjeros de otros países	46,9	43,6	45,5	47,2	
Políticos o partidos políticos de mi país	53,0	53,1	59,4	62,0	
Lobbies o grupos de presión	26,6	38,1	35,5	50,4	
Empresas	16,3	19,5	20,3	22,1	
Propietarios de plataformas de redes sociales	29,1	36,0	33,3	43,6	
Medios de comunicación y periodistas	53,9	46,2	45,5	42,3	
Personalidades famosas (cantantes, estrellas del deporte...)	36,5	28,3	31,7	38,2	
Activistas o grupos de activistas	32,0	37,2	30,9	40,3	
Gente corriente	18,9	26,2	21,7	30,7	
Otros	7,3	2,4	2,0	2,1	
Ninguno de estos	4,1	7,5	3,8	3,1	
No sabe	0,0	0,2	0,4	0,0	
No contesta	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Los beneficios son mayores que los perjuicios	49,0	46,8	53,4	62,9	
Beneficios y perjuicios están equilibrados	31,9	33,9	34,7	26,0	
Los perjuicios superan a los beneficios	18,5	19,3	11,9	11,1	
No sé	0,6	0,1	0,0	0,0	

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P20) Confianza interpersonal general				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
1 Nunca se es lo bastante prudente	18,0	21,2	18,3	17,5	
2	9,1	11,5	8,9	7,9	
3	16,7	15,1	18,1	16,5	
4	24,6	28,0	33,1	27,5	
5	21,4	18,4	14,0	22,4	
6	3,8	3,8	5,4	6,6	
7 Se puede confiar en la mayoría de la gente	6,5	2,1	2,3	1,5	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P21.1) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de España				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Mucho	12,4	5,0	5,6	3,9	
Bastante	20,2	22,6	23,6	26,3	
Poco	37,0	29,9	32,7	31,1	
Nada	30,4	42,4	38,1	38,5	
No sé	0,0	0,1	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Mucho	8,2	4,0	5,2	4,1	
Bastante	26,1	24,9	19,8	25,3	
Poco	38,2	43,2	44,3	42,7	
Nada	27,4	27,8	30,6	27,8	

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P21.3) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as políticos/as					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Mucho	7,7	1,6	1,7	0,9	
Bastante	10,3	11,2	8,1	9,0	
Poco	37,2	36,6	41,3	42,9	
Nada	44,2	50,6	48,8	47,1	
No sé	0,5	0,0	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P21.4) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Naciones Unidas/La Organización Mundial de la Salud					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Mucho	13,8	9,5	11,8	15,4	
Bastante	37,6	41,2	42,9	38,6	
Poco	39,7	32,1	28,5	31,4	
Nada	8,5	16,7	16,7	14,5	
No sé	0,3	0,5	0,0	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Mucho	13,2	5,7	5,7	7,7	
Bastante	38,5	36,2	38,5	40,4	
Poco	36,4	37,3	38,7	35,9	

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Nada	11,9	20,8	17,0	16,0
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P21.6) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as periodistas				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Mucho	3,8	2,7	1,0	1,4
Bastante	29,3	27,1	28,4	32,0
Poco	53,1	50,1	50,2	47,8
Nada	13,8	20,1	20,4	18,8
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P21.7) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as científicos/as				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Mucho	40,7	29,5	40,0	42,6
Bastante	43,6	49,9	44,6	46,5
Poco	12,7	15,0	11,6	7,6
Nada	3,0	5,6	3,7	3,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Mucho	31,5	23,5	21,5	24,7
Bastante	47,5	47,7	51,4	51,6
Poco	17,5	22,1	18,9	18,2
Nada	3,4	6,7	8,3	5,6

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P22.1) Los/as científicos/as sólo están interesados/as en su propio beneficio.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	25,3	19,2	25,5	26,8
2	17,7	18,5	20,9	24,5
3	15,1	17,6	18,4	16,9
4	25,2	20,8	18,5	17,9
5	7,2	12,3	8,5	6,5
6	2,9	4,4	1,7	3,4
Totalmente de acuerdo 7	6,7	7,1	6,5	4,1
No sé	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P22.2) Los/as científicos/as están confabulados/as con políticos/as y empresas.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	19,1	13,8	20,8	21,2
2	15,5	12,4	15,8	22,0
3	18,6	16,7	15,6	16,3
4	19,8	26,9	25,0	20,4
5	13,0	15,3	13,0	11,7
6	7,1	6,3	5,0	4,4
Totalmente de acuerdo 7	5,2	8,4	4,8	4,0
No sé	1,7	0,2	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	22,3	17,6	20,9	25,0
2	15,0	14,5	13,1	19,5
3	12,6	14,3	13,0	13,2
4	22,6	27,5	25,2	21,4
5	13,9	12,3	17,0	10,6
6	9,2	5,8	4,1	5,4
Totalmente de acuerdo 7	4,6	7,8	6,6	4,8
No sé	0,0	0,3	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	19,3	15,4	19,6	22,0
2	16,0	12,1	14,1	17,3
3	14,7	14,6	16,5	12,5
4	16,5	25,0	19,9	24,6
5	18,3	14,9	17,0	11,4
6	7,8	8,4	6,7	6,3
Totalmente de acuerdo 7	7,4	9,4	6,1	5,8
No sé	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(P22.5) La gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as.				
				Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Totalmente en desacuerdo 1	15,4	13,6	21,3	25,0
2	13,8	12,6	18,0	18,4
3	7,7	16,2	14,7	12,8
4	27,0	28,0	22,5	20,3
5	16,2	13,0	12,0	13,9
6	11,2	9,2	7,2	5,4
Totalmente de acuerdo 7	8,8	7,3	4,4	4,1

(P22.5) La gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	24,1	16,7	22,1	23,9	
2	9,2	11,1	16,3	19,3	
3	10,8	16,6	13,6	16,1	
4	27,7	27,6	23,8	18,6	
5	10,5	13,0	13,2	8,7	
6	7,4	6,7	5,2	6,8	
Totalmente de acuerdo 7	10,3	8,4	5,9	6,5	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P23.1) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, independientemente de lo que otros piensen de ellos.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	24,2	16,6	14,0	10,9	
2	10,7	8,1	8,1	7,7	
3	12,0	10,4	11,8	10,2	
4	23,1	26,6	26,6	26,2	
5	13,4	17,1	19,9	21,9	
6	2,3	7,0	7,3	10,4	
Totalmente de acuerdo 7	12,4	14,2	12,2	12,5	
No sé	1,8	0,1	0,0	0,2	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P23.2) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si esto puede aislarme de los demás.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	28,6	17,3	16,2	11,8	
2	9,1	11,1	8,6	8,9	

(P23.2) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si esto puede aislarme de los demás.					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
3	9,7	11,3	11,6	11,5					
4	23,3	25,8	31,1	28,8					
5	15,7	13,4	15,2	19,8					
6	3,8	9,4	8,4	7,3					
Totalmente de acuerdo 7	9,8	11,5	8,9	11,8					
No sé	0,0	0,1	0,0	0,2					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
Totalmente en desacuerdo 1	24,8	15,0	13,4	9,5					
2	10,1	9,1	10,1	7,0					
3	9,9	13,0	9,4	11,5					
4	24,3	24,5	30,9	27,0					
5	14,1	15,7	16,8	21,4					
6	4,6	8,2	9,1	9,8					
Totalmente de acuerdo 7	12,0	14,2	10,1	13,7					
No sé	0,0	0,2	0,1	0,1					
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0					
N ponderado	207	917	401	690					
N sin ponderar	151	948	407	709					

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios					
Totalmente en desacuerdo 1	8,6	3,6	3,5	3,8					
2	2,9	3,9	4,1	4,2					
3	6,2	9,4	7,7	7,0					
4	18,5	22,4	21,6	19,9					
5	17,2	16,5	19,1	15,0					
6	11,9	13,7	12,8	16,7					
Totalmente de acuerdo 7	33,5	30,5	30,9	33,5					
No sé	1,2	0,1	0,4	0,0					
N ponderado	207	917	401	690					

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P24.2) No debemos presionar por la igualdad de los grupos.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	26,1	11,4	17,2	20,6	
2	12,1	10,7	9,5	9,9	
3	8,7	11,9	13,0	13,3	
4	27,6	28,7	29,4	25,1	
5	9,6	15,0	11,5	15,2	
6	7,0	8,3	10,2	7,5	
Totalmente de acuerdo 7	7,9	13,8	8,7	8,3	
No sé	1,0	0,2	0,4	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P24.3) La igualdad entre grupos debería ser nuestro ideal.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	5,3	4,6	4,5	3,6	
2	4,5	4,2	2,2	5,1	
3	3,6	7,2	7,4	6,7	
4	25,1	24,4	27,1	22,8	
5	20,2	19,7	15,6	13,2	
6	10,4	13,4	15,0	16,3	
Totalmente de acuerdo 7	31,0	26,4	27,9	32,3	
No sé	0,0	0,0	0,4	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P24.4) Los grupos superiores deben dominar a los grupos inferiores.					Nivel de estudios
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Totalmente en desacuerdo 1	53,6	49,4	50,5	54,0	
2	10,5	12,3	13,1	11,7	
3	9,5	9,7	5,4	8,3	
4	14,0	16,8	16,9	16,4	

(P24.4) Los grupos superiores deben dominar a los grupos inferiores.				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
5	5,4	6,2	5,7	5,5	
6	4,2	2,6	4,4	2,6	
Totalmente de acuerdo 7	2,5	2,9	3,6	1,5	
No sé	0,2	0,0	0,4	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P25) Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Varias veces al día	73,0	83,4	85,2	90,1	
A diario o casi diariamente	12,3	11,8	9,7	7,1	
Al menos una vez a la semana, pero no diariamente	8,1	3,5	2,9	2,1	
Menos de una vez a la semana	5,1	1,2	2,2	0,7	
No sé	1,5	0,2	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P26) Grado de confianza en Internet				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Poco o nada	25,2	25,7	20,9	22,3	
Bastante	66,8	67,1	74,9	71,9	
Mucho	8,0	7,2	4,3	5,8	
No sé	0,0	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(P27) Uso de Internet en los últimos 3 meses				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Participar en redes sociales	58,9	66,0	71,0	72,8	
Emitir opiniones sobre asuntos cívicos o políticos	17,9	17,4	14,6	18,3	
Ver contenidos de video (YouTube, Twitch, etc.)	55,5	70,3	72,0	77,6	
Ver películas o videos bajo demanda (Netflix, HBO Max, etc.)	59,5	72,4	83,0	84,6	

(P27) Uso de Internet en los últimos 3 meses					Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios		
Buscar información sobre temas de salud	65,9	65,3	67,3	77,4		
Vender bienes o servicios	11,7	19,1	24,6	27,2		
Leer noticias en sitios web o periódicos digitales	62,8	66,5	75,5	83,3		
Banca por Internet	51,4	70,7	78,7	88,3		
N ponderado	207	917	401	690		
N sin ponderar	151	948	407	709		

(D1) Sexo					Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios		
Hombre	50,0	48,6	54,9	44,6		
Mujer	50,0	51,4	45,1	55,4		
N ponderado	207	917	401	690		
N sin ponderar	151	948	407	709		

(D1) Género					Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios		
Hombre	50,0	48,0	55,2	43,9		
Mujer	50,0	51,8	44,6	55,9		
Alguna otra manera	0,0	0,3	0,2	0,1		
N ponderado	207	915	400	686		
N sin ponderar	151	946	406	705		

(D2) Grupo de edad					Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios		
De 16 a 24 años	7,2	17,2	14,6	4,6		
De 25 a 34 años	2,9	8,7	19,9	17,7		
De 35 a 44 años	5,9	14,9	18,9	18,7		
De 45 a 54 años	9,5	18,6	24,4	26,2		
De 55 a 64 años	20,4	20,5	14,3	19,3		
De 65 y más años	54,2	20,1	7,9	13,5		
N ponderado	207	917	401	690		
N sin ponderar	151	948	407	709		

(D4) Comunidad autónoma de residencia					Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios		
Andalucía	18,0	21,2	13,7	16,4		

(D4) Comunidad autónoma de residencia					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP	Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios				
Aragón	0,8		3,0	2,7	3,1				
Cantabria	0,7		0,9	1,2	1,1				
Castilla y León	6,7		4,2	4,9	4,3				
Castilla-La Mancha	2,6		4,2	5,5	4,0				
Cataluña	16,0		19,2	13,6	16,2				
Ceuta	0,0		0,2	0,3	0,2				
Comunidad de Madrid	14,3		12,0	17,3	18,4				
Comunidad Foral de Navarra	4,6		1,2	1,0	1,3				
Comunidad Valenciana	12,1		10,8	11,2	10,8				
Extremadura	4,9		2,4	1,8	1,6				
Galicia	1,0		4,6	8,0	5,7				
Islas Baleares	2,3		2,8	0,9	1,3				
Islas Canarias	3,3		5,0	4,9	3,2				
La Rioja	0,0		0,6	0,8	0,3				
Melilla	0,0		0,1	0,0	0,0				
País Vasco	6,2		2,7	7,7	5,0				
Principado de Asturias	1,0		1,8	1,4	3,9				
Región de Murcia	5,5		3,0	3,0	3,2				
N ponderado	207		917	401	690				
N sin ponderar	151		948	407	709				

(D5) Tamaño de hábitat					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP	Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios				
Menos de 10.000 habitantes	28,2		20,1	18,9	10,7				
De 10.001 a 20.000 habitantes	17,3		14,3	8,3	8,2				
De 20.001 a 50.000 habitantes	16,1		16,6	18,8	11,9				
De 50.001 a 100.000 habitantes	6,9		12,7	7,8	12,9				
De 100.001 a 500.000 habitantes	20,4		20,5	26,8	34,1				
Más de 500.000 habitantes	11,2		15,8	19,5	22,1				
N ponderado	207		917	401	690				
N sin ponderar	151		948	407	709				

(D6) Tipo de hogar					Nivel de estudios				
Categoría	Primarios	Secundarios/FP	Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios				
Hogar unipersonal	13,6		13,2	8,9	12,3				

(D6) Tipo de hogar		Nivel de estudios			
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Padre o madre solo/a que conviva con algún hijo	9,6	13,7	11,1	12,1	
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	22,0	17,0	15,6	18,5	
Pareja con hijos que conviven en el hogar	41,6	41,7	51,3	46,6	
Otro tipo de hogar	13,2	14,5	13,1	10,6	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(D7.1) Dispone en su vivienda de: Teléfono fijo		Nivel de estudios			
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	54,8	50,7	49,6	50,7	
No	45,2	49,2	50,4	49,2	
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,1	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(D7.2) Dispone en su vivienda de: Teléfono móvil		Nivel de estudios			
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	99,7	99,9	99,8	99,6	
No	0,3	0,1	0,2	0,2	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,2	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(D8) ¿Utiliza teléfono móvil?		Nivel de estudios			
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	98,5	99,4	98,9	99,0	
No	1,4	0,3	0,4	0,9	
Prefiero no responder	0,2	0,3	0,7	0,1	
N ponderado	206	916	400	687	
N sin ponderar	147	941	404	699	

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Estudios primarios incompletos o menos	7,2	0,0	0,0	0,0	
Educación primaria	92,8	0,0	0,0	0,0	
Primera etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller elemental, EGB, ESO)	0,0	54,8	0,0	0,0	
Segunda etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller Superior, BUP, Bachillerato, FPI, FP de Grado Medio)	0,0	45,2	0,0	0,0	
Formación Profesional de Grado Superior (FP II) y títulos propios de universidades de duración igual o superior a 2 a	0,0	0,0	100,0	0,0	
Universitarios de primer ciclo: Grado universitario, Diplomaturas, Ingenierías Técnicas, Peritaje, ATS, Magisterio, tr	0,0	0,0	0,0	38,0	
Universitarios de segundo o tercer ciclo: Máster oficial o Grado de Medicina, Licenciaturas, Ingenierías superiores, D	0,0	0,0	0,0	62,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(D9a) ¿Se considera más bien de letras o más bien de ciencias?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Más bien de letras	55,1	53,2	42,5	47,2	
Más bien de ciencias	37,6	45,4	56,3	52,1	
De las dos	0,0	0,2	0,6	0,5	
De ninguna	3,0	0,8	0,1	0,2	
No sé	3,3	0,3	0,5	0,0	
Prefiero no responder	1,0	0,1	0,0	0,0	
N ponderado	207	917	401	690	
N sin ponderar	151	948	407	709	

(D10) ¿Cómo se considera en materia religiosa?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Católico/a practicante	28,0	11,3	10,2	13,7	
Católico/a no practicante	40,4	43,3	37,8	36,9	
Creyente de otra religión	4,0	5,3	3,0	2,6	
Indiferente o agnóstico/a	16,0	21,5	22,7	27,5	
Ateo/a	11,7	18,6	26,3	19,3	
N ponderado	191	862	374	646	
N sin ponderar	142	893	368	664	

(D11) Ingresos familiares en relación con la media (≈1.700 €/mes)				
Categoría	Nivel de estudios			
	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Muy superiores (más del doble)	4,4	4,7	9,8	15,6
Superiores	27,5	27,5	37,6	45,8
Alrededor de esa cifra	25,7	29,1	26,9	25,5
Inferiores	26,6	28,6	20,5	10,3
Bastante inferiores (menos de la mitad)	12,2	9,5	4,7	2,8
No sé	1,0	0,1	0,6	0,0
Prefiero no responder	2,6	0,4	0,0	0,1
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?				
Categoría	Nivel de estudios			
	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
Trabajando por cuenta ajena	20,7	36,9	55,5	62,2
Trabajando por cuenta propia con empleados	3,1	2,2	1,5	2,5
Trabajando por cuenta propia sin empleados	1,4	3,7	2,8	9,4
Trabajando en ayuda familiar (no remunerado)	0,2	1,3	0,7	0,1
Parado	10,5	10,1	9,6	5,4
Estudiante	1,3	11,1	17,2	2,0
Jubilado o prejubilado	44,5	17,8	8,0	12,8
Incapacitado permanente	5,9	3,3	1,0	1,0
Labores del hogar	9,7	8,1	2,1	2,0
Otra situación	2,9	5,3	1,6	2,6
Prefiero no responder	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	207	917	401	690
N sin ponderar	151	948	407	709

(D13) Escala de Ideología (izquierda-derecha, 1-7)				
Categoría	Nivel de estudios			
	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios
1 Extrema izquierda	4,5	4,5	6,6	3,0
2	10,1	11,7	11,3	14,0
3	24,2	20,5	22,9	25,1
4	35,0	33,9	32,6	29,0
5	16,0	15,6	16,7	16,2

(D13) Escala de Ideología (izquierda-derecha, 1-7)				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
6	5,2	7,7	5,9	9,6	
7 Extrema derecha	5,1	6,2	3,9	3,2	
N ponderado	193	863	367	649	
N sin ponderar	144	890	371	664	

(D14) Participación en las últimas elecciones generales (julio 2023)				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Fue a votar y votó	79,8	69,7	73,6	81,8	
Fue a votar, pero no pudo votar	1,4	0,9	0,1	0,7	
No fue a votar	15,8	21,7	23,8	15,2	
No tenía edad/no pudo votar	3,0	7,6	2,5	2,3	
N ponderado	197	873	368	649	
N sin ponderar	142	901	369	671	

(D15) ¿Se considera limitado/a en sus actividades por problemas de salud?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Gravemente limitado	7,0	5,9	2,9	2,4	
Limitado pero no severamente	45,6	31,7	17,3	17,3	
Nada limitado	47,4	62,4	79,8	80,3	
N ponderado	192	883	370	653	
N sin ponderar	141	910	374	672	

(D16a) ¿Le gustaría conocer cuáles de los titulares eran falsos y cuáles verdaderos?				Nivel de estudios	
Categoría	Primarios	Secundarios/FP Grado Medio	FP Grado Superior	Universitarios	
Sí	62,7	71,8	78,9	82,7	
No	12,5	12,4	8,2	7,6	
Me da igual	24,8	15,8	13,0	9,7	
N ponderado	169	893	395	667	
N sin ponderar	113	911	395	686	

10.5. Tablas de contingencia: Ideología

(P1.1) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medio ambiente y ecología							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	39,0	34,8	31,8	25,5	25,9	28,0	29,2
No	61,0	65,2	67,7	74,4	73,9	72,0	70,7
No sé	0,0	0,0	0,5	0,1	0,2	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P1.2) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Medicina y salud							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	46,6	42,3	51,0	44,0	49,2	57,7	57,1
No	53,4	57,7	48,8	55,9	50,7	42,3	42,9
No sé	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P1.3) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Alimentación y bienestar físico							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	58,0	49,5	60,2	52,9	62,4	58,4	61,6
No	42,0	50,5	39,8	46,9	37,5	41,6	38,4
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P1.4) Información recibida en los últimos 7 días sobre: Ciencia y tecnología							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	39,5	44,6	37,1	37,3	37,4	38,4	53,1
No	60,5	55,4	62,9	62,5	62,6	61,6	46,7
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P2.1) Frecuencia con que se informa sobre: Economía y empresa							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	12,0	9,3	11,0	12,0	18,7	17,2	19,2
Al menos una vez a la semana	19,4	19,9	22,3	18,7	30,0	31,2	28,0
Varias veces al mes	21,9	23,6	27,4	23,3	21,1	15,8	20,7
Casi nunca o nunca	46,7	47,2	38,7	46,0	30,3	35,8	32,2
No sé	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P2.2) Frecuencia con que se informa sobre: Medio ambiente y ecología							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	17,3	8,9	9,2	6,2	5,9	5,3	12,7
Al menos una vez a la semana	32,4	31,4	29,9	25,0	25,9	18,2	16,4
Varias veces al mes	29,4	30,6	31,2	28,8	27,6	28,4	24,6
Casi nunca o nunca	20,8	29,1	29,7	39,9	40,6	48,2	46,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P2.3) Frecuencia con que se informa sobre: Política							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	45,5	48,9	38,9	27,3	43,1	47,9	37,8
Al menos una vez a la semana	22,8	19,7	19,4	16,7	26,6	15,6	28,3
Varias veces al mes	15,8	17,5	18,4	19,0	14,6	18,6	18,3
Casi nunca o nunca	15,9	13,9	22,7	37,0	15,4	17,8	15,5
No sé	0,0	0,0	0,6	0,0	0,4	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P2.4) Frecuencia con que se informa sobre: Medicina y salud							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	15,5	11,2	16,4	15,6	14,4	15,6	22,8
Al menos una vez a la semana	38,9	32,0	29,8	28,3	38,8	38,3	29,5
Varias veces al mes	22,6	37,2	33,7	31,2	32,0	24,7	26,9
Casi nunca o nunca	23,0	19,6	19,5	24,5	14,8	21,5	20,8
No sé	0,0	0,0	0,6	0,4	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98

(P2.4) Frecuencia con que se informa sobre: Medicina y salud							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P2.5) Frecuencia con que se informa sobre: Alimentación y bienestar físico							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	22,7	17,9	20,1	16,6	27,5	25,3	30,5
Al menos una vez a la semana	27,7	28,0	37,3	31,5	35,8	31,8	33,1
Varias veces al mes	30,5	34,5	26,5	31,3	26,1	25,8	17,1
Casi nunca o nunca	19,1	19,6	15,6	20,6	10,5	17,2	19,3
No sé	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P2.6) Frecuencia con que se informa sobre: Ciencia y tecnología							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	20,1	12,4	10,8	11,8	11,6	10,2	15,4
Al menos una vez a la semana	27,2	30,3	28,5	27,1	34,0	30,0	29,9
Varias veces al mes	29,9	32,2	32,6	30,4	28,8	30,5	32,0
Casi nunca o nunca	22,3	25,1	27,5	30,6	25,6	28,9	22,7
No sé	0,5	0,0	0,6	0,0	0,0	0,4	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P3.1) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	48,2	40,0	36,2	37,5	39,1	51,6	41,9
Al menos una vez a la semana	10,0	13,6	20,0	17,9	21,2	15,6	17,6
Varias veces al mes	14,4	15,3	14,7	14,6	14,5	15,2	17,5
Una vez al mes o menos	11,2	7,0	11,8	10,1	10,6	11,5	6,3
Casi nunca o nunca	16,1	22,8	17,2	19,8	14,1	6,1	16,7
No sé	0,0	1,3	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.2) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	34,3	24,5	23,7	29,3	29,0	38,7	42,8
Al menos una vez a la semana	21,0	24,2	24,6	19,4	18,2	19,6	24,2
Varias veces al mes	20,6	16,7	16,1	14,9	20,5	10,4	5,9
Una vez al mes o menos	4,7	12,5	14,2	11,1	15,0	8,2	11,0
Casi nunca o nunca	19,4	22,1	21,3	25,3	17,0	23,1	16,0
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.3) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	36,3	28,9	29,9	35,4	37,0	50,2	37,6
Al menos una vez a la semana	21,5	15,9	16,1	13,6	13,1	6,6	8,3
Varias veces al mes	7,6	12,7	10,9	11,0	14,0	4,8	16,2
Una vez al mes o menos	7,3	11,5	12,5	9,9	10,7	5,7	6,6
Casi nunca o nunca	27,2	31,0	30,7	29,6	25,0	32,8	31,3
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.4) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	37,4	36,0	40,2	38,8	42,0	45,2	41,3
Al menos una vez a la semana	11,0	16,6	23,5	17,5	18,0	20,2	10,1
Varias veces al mes	8,4	13,2	15,6	16,5	19,9	7,4	13,1
Una vez al mes o menos	15,9	11,7	9,5	10,6	6,2	8,6	8,6
Casi nunca o nunca	27,3	22,4	11,1	16,5	13,6	18,6	27,0
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91

(P3.4) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.5) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Prensa diaria online o en papel							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	14,3	22,6	22,5	19,9	21,7	28,4	12,6
Al menos una vez a la semana	15,2	16,0	16,8	18,2	16,3	20,5	12,7
Varias veces al mes	17,5	11,1	15,0	11,8	13,2	11,8	16,5
Una vez al mes o menos	12,2	12,7	9,6	11,6	15,9	9,3	13,4
Casi nunca o nunca	40,8	37,7	36,0	38,2	32,6	30,1	43,8
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	1,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.6) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Libros o Revistas de divulgación científica o técnica, enciclopedias online							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	6,9	6,3	6,2	5,1	3,1	4,2	3,4
Al menos una vez a la semana	7,8	15,0	13,0	12,8	13,2	12,0	15,0
Varias veces al mes	17,3	17,6	13,2	14,4	15,3	20,3	16,5
Una vez al mes o menos	28,4	20,6	23,8	19,5	17,3	20,1	13,2
Casi nunca o nunca	39,5	38,0	43,9	47,8	50,9	43,1	52,0
No sé	0,0	1,5	0,0	0,4	0,0	0,2	0,0
Prefiero no responder	0,0	1,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.7) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Radio y/o podcast							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	23,3	13,2	16,8	20,7	20,0	33,4	11,6
Al menos una vez a la semana	13,9	20,5	19,1	16,6	19,0	17,7	23,5
Varias veces al mes	14,5	15,7	21,7	15,7	15,4	6,6	13,7
Una vez al mes o menos	5,7	16,7	15,4	11,8	15,9	11,8	20,4

(P3.7) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Radio y/o podcast							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Casi nunca o nunca	42,6	33,9	27,0	34,8	29,6	30,5	30,8
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.8) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Publicaciones o Revistas científicas							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	3,7	3,6	2,0	2,9	2,3	5,0	1,8
Al menos una vez a la semana	11,7	6,3	9,0	8,2	10,9	10,1	15,6
Varias veces al mes	7,6	13,9	10,4	14,3	12,7	14,1	17,8
Una vez al mes o menos	27,3	14,5	25,5	15,8	20,0	18,8	11,2
Casi nunca o nunca	49,8	61,4	53,1	58,2	53,9	52,0	53,6
No sé	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.9) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Otras revistas en papel y/o online							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	5,8	3,6	3,7	6,4	6,1	5,2	8,2
Al menos una vez a la semana	10,0	12,1	9,4	11,9	12,3	15,9	16,6
Varias veces al mes	17,3	12,7	14,6	13,6	14,4	14,1	10,5
Una vez al mes o menos	13,2	17,8	20,7	15,1	17,9	16,5	10,6
Casi nunca o nunca	53,0	51,6	51,6	52,5	49,1	48,3	54,1
No sé	0,7	1,3	0,0	0,5	0,1	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,7	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.10) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Webs institucionales (Ministerio, universidades, OMS...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	4,6	3,0	2,8	3,8	1,6	4,9	4,3
Al menos una vez a la semana	11,1	10,8	7,4	8,3	9,1	15,1	10,2
Varias veces al mes	11,2	15,0	16,3	13,0	15,9	10,0	17,6
Una vez al mes o menos	31,7	26,7	21,9	20,4	26,1	19,4	13,9
Casi nunca o nunca	41,4	44,4	51,6	54,0	47,1	50,7	54,0
No sé	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P3.11) Frecuencia de uso del canal para informarse sobre ciencia, salud, medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Cada día o casi cada día	10,6	9,1	11,4	13,6	17,1	23,5	25,9
Al menos una vez a la semana	14,0	14,0	17,8	22,8	13,9	14,3	18,0
Varias veces al mes	21,4	15,1	16,7	15,7	23,6	7,1	21,0
Una vez al mes o menos	10,5	12,1	16,8	10,3	12,3	14,9	11,1
Casi nunca o nunca	43,5	47,9	37,3	37,4	32,6	39,6	23,9
No sé	0,0	1,8	0,0	0,2	0,2	0,6	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	85	236	439	609	322	148	91
N sin ponderar	87	241	445	607	307	148	92

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	19,2	13,1	14,3	17,1	11,2	12,4	6,5
2	7,9	22,2	17,3	11,8	15,6	15,5	16,3
3	14,2	22,2	23,5	20,7	21,3	19,1	18,0
4	28,6	23,8	26,4	29,8	29,0	22,8	26,4
5	14,2	15,0	14,0	14,3	14,3	15,8	14,9
6	7,9	3,1	3,4	4,9	6,8	12,7	11,8
Total confianza 7	7,3	0,5	0,9	1,2	1,6	1,3	6,2
No sé	0,7	0,0	0,0	0,2	0,2	0,3	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	14,1	10,5	13,6	13,5	8,7	13,4	8,8
2	17,1	20,5	11,5	10,0	12,7	9,8	7,0
3	14,9	19,2	25,7	22,0	20,5	17,8	26,3
4	27,5	29,0	28,1	30,3	30,2	24,8	24,7
5	10,4	17,3	14,6	18,3	19,3	19,4	15,4
6	8,1	2,7	5,4	4,0	7,6	11,1	6,6
Total confianza 7	7,2	0,8	0,9	2,0	1,0	3,2	11,1
No sé	0,7	0,0	0,1	0,0	0,2	0,6	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	13,8	11,0	7,9	12,0	8,6	12,9	16,2
2	13,8	17,0	15,2	11,9	13,2	13,3	13,6
3	14,9	23,3	23,7	18,6	21,2	16,3	13,7
4	31,8	25,2	26,4	31,3	25,9	18,7	24,3
5	9,1	15,6	19,2	17,1	16,7	18,0	13,6
6	7,2	4,7	6,1	6,6	10,1	14,7	10,5
Total confianza 7	8,7	3,2	1,3	2,4	4,2	6,1	8,1
No sé	0,7	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Televisión y Plataformas de TV							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	11,6	5,0	3,9	5,1	8,8	7,4	10,2
2	6,5	9,5	10,4	7,1	5,2	14,0	12,9
3	18,3	16,8	15,7	14,5	15,7	9,4	17,7
4	23,2	32,9	27,0	29,4	23,1	18,9	28,5
5	13,6	19,0	24,1	25,8	27,7	19,1	14,3
6	16,2	12,3	13,1	14,4	14,9	27,1	7,0
Total confianza 7	10,6	4,5	5,3	3,7	4,4	4,1	9,4
No sé	0,0	0,0	0,4	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Prensa diaria online o en papel							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	13,5	5,3	3,6	7,9	8,0	7,2	18,0
2	8,4	6,7	5,9	6,8	5,9	5,3	10,0
3	17,9	9,6	14,3	15,0	12,9	14,7	6,2
4	26,9	33,8	22,9	26,9	21,4	23,8	26,5
5	17,3	21,8	30,2	24,8	26,2	19,8	20,6
6	11,7	18,5	17,6	14,2	18,4	21,3	13,9
Total confianza 7	4,3	4,3	5,4	4,0	7,1	7,9	4,8
No sé	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Radio y/o podcast							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	3,9	0,3	2,1	4,9	4,7	3,8	9,0
2	7,5	4,8	6,6	5,8	6,9	5,1	3,2
3	9,5	14,3	13,9	9,9	8,8	16,6	17,6
4	34,3	28,0	26,3	31,3	29,7	23,4	16,4
5	20,3	31,1	27,8	28,1	23,9	19,3	32,3
6	13,4	17,1	17,0	14,7	19,1	21,3	16,7
Total confianza 7	11,2	4,5	6,2	5,3	7,0	10,4	4,8
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Radio y/o podcast							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Familia, amigos o conocidos							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	2,8	3,0	1,2	3,3	2,4	2,1	5,7
2	15,3	6,8	5,3	5,9	4,0	8,2	6,0
3	15,2	14,3	11,0	10,8	9,2	10,3	6,9
4	18,6	24,2	33,3	28,4	26,4	17,8	23,0
5	22,6	29,8	23,9	22,1	33,5	22,1	21,1
6	8,0	14,2	16,0	16,2	15,9	21,4	24,9
Total confianza 7	17,5	7,7	9,3	13,0	8,6	18,1	12,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	20,1	15,5	12,1	16,0	13,5	12,9	9,8
2	11,6	15,0	13,3	8,9	5,7	13,9	6,0
3	10,5	20,1	14,7	11,2	11,3	14,9	18,3
4	29,7	24,0	25,3	30,0	27,8	19,0	20,9
5	8,5	14,4	23,0	21,3	25,4	20,7	21,8
6	12,5	7,5	9,6	10,1	11,1	12,0	14,6
Total confianza 7	6,3	1,9	1,3	1,9	3,8	3,2	8,6
No sé	0,7	1,6	0,7	0,5	1,3	3,3	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.1) Confianza medios informarse sobre ciencia, tecnología y medio ambiente: Científicos/as							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	0,0	0,5	1,6	2,1	5,1	3,4	3,3
2	0,0	0,8	1,1	2,5	1,8	1,5	4,7
3	4,3	3,3	5,1	4,3	2,4	2,6	11,7
4	11,3	4,9	7,4	16,4	8,9	12,1	16,3
5	12,6	14,7	19,4	20,8	20,1	21,2	21,5
6	19,5	39,2	33,4	29,0	29,8	31,8	19,3
Total confianza 7	52,2	36,6	31,6	25,0	32,0	27,3	23,2
No sé	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Redes sociales (Facebook, Instagram, X...), blogs o foros							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	20,7	15,4	15,1	19,6	13,7	14,0	12,9
2	11,0	25,4	18,3	16,4	16,9	12,8	16,6
3	15,6	19,6	25,2	16,4	23,7	17,8	20,2
4	27,3	21,1	21,1	27,9	22,8	27,3	22,3
5	19,4	14,4	15,7	14,7	12,3	17,8	15,2
6	1,4	3,4	3,8	3,9	5,9	8,4	9,5
Total confianza 7	3,9	0,8	0,7	1,1	4,4	1,7	3,3
No sé	0,7	0,0	0,1	0,0	0,2	0,3	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	21,3	18,2	13,8	17,0	12,4	13,4	10,8
2	17,7	16,4	18,2	12,8	10,6	14,9	9,0
3	12,8	20,5	23,4	18,7	22,2	16,3	21,8
4	22,5	25,5	23,2	29,7	27,9	25,1	26,1
5	12,6	16,1	13,1	14,1	15,8	18,3	17,7
6	9,8	2,1	7,1	5,7	7,2	8,2	8,7
Total confianza 7	2,6	1,1	1,1	1,9	3,8	3,3	5,9
No sé	0,7	0,0	0,2	0,1	0,2	0,6	0,0

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Plataformas de video online (YouTube, Twitch, TikTok...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Conversaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Line)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	18,6	13,2	9,7	16,3	10,0	14,3	16,4
2	12,8	21,8	19,1	10,8	13,1	6,8	19,9
3	19,1	17,7	21,0	21,1	20,2	22,5	8,2
4	23,3	23,6	26,9	27,4	27,0	22,7	23,8
5	10,0	17,0	14,6	15,2	13,8	16,7	11,9
6	8,1	4,6	6,4	6,4	9,6	13,6	12,1
Total confianza 7	7,5	2,2	2,1	2,6	6,2	3,3	7,7
No sé	0,7	0,0	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Televisión y Plataformas de TV							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	10,9	7,4	6,6	10,3	9,8	8,2	15,8
2	11,3	11,6	12,0	10,5	11,9	13,6	7,3
3	15,8	19,6	18,5	16,9	16,7	14,3	20,9
4	28,8	32,5	26,2	31,5	23,4	26,8	26,3
5	21,0	17,1	23,4	19,1	20,9	19,3	14,6
6	3,3	8,5	9,0	9,5	12,3	14,3	5,8
Total confianza 7	8,1	3,4	4,3	2,1	4,8	3,5	9,3
No sé	0,7	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	11,1	3,5	3,9	7,2	6,9	8,4	19,5

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Prensa diaria online o en papel							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
2	11,8	10,4	7,8	10,5	8,9	3,2	8,9
3	20,5	13,1	15,7	14,9	14,4	12,7	9,7
4	20,9	34,6	30,2	29,4	23,0	30,6	29,0
5	19,5	18,6	25,0	23,4	26,4	23,9	17,9
6	10,4	14,9	13,1	10,7	14,8	17,1	7,7
Total confianza 7	5,8	4,9	4,3	3,9	5,6	4,1	7,3
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Radio y/o podcast							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	10,3	3,2	3,8	6,1	8,1	7,4	12,0
2	9,2	7,4	9,2	7,3	6,0	8,0	7,7
3	16,8	12,7	12,9	14,2	12,8	13,2	18,3
4	28,4	32,3	27,0	30,0	31,2	25,4	22,6
5	21,4	28,2	27,1	25,1	21,4	22,8	26,3
6	6,4	12,5	14,7	13,8	15,4	16,7	8,3
Total confianza 7	7,5	3,7	5,1	3,4	5,0	6,5	4,7
No sé	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Familia, amigos o conocidos							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	5,9	3,4	2,2	4,0	2,4	4,3	5,9
2	12,8	7,8	6,6	6,8	7,4	9,5	5,9
3	10,1	15,2	12,2	11,4	10,9	8,1	9,1
4	24,2	30,2	28,8	31,4	25,4	16,1	23,7
5	26,6	24,7	25,7	21,5	27,1	28,4	17,6
6	4,8	11,5	15,5	14,4	15,9	22,4	26,6
Total confianza 7	15,7	7,2	9,1	10,5	10,9	11,1	11,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	26,8	18,5	12,6	17,5	11,6	13,7	10,9
2	10,7	19,3	14,3	9,2	8,6	15,1	9,3
3	3,6	14,8	18,3	15,8	16,1	12,6	12,3
4	29,6	21,7	23,6	27,9	30,1	21,7	30,3
5	19,5	14,7	16,9	18,3	21,8	18,0	16,1
6	2,4	8,0	12,2	9,1	7,0	11,3	13,9
Total confianza 7	6,6	1,6	1,4	1,8	3,5	4,6	7,2
No sé	0,7	0,9	0,7	0,4	1,3	2,9	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P4.2) Confianza medios informarse sobre medicina, salud y bienestar: Personal sanitario							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No confío en absoluto 1	1,1	0,3	0,8	2,9	1,4	0,0	6,3
2	0,0	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4	2,8
3	0,3	2,8	3,0	4,0	3,0	2,3	6,2
4	15,4	7,1	10,4	12,2	10,2	9,1	17,5
5	10,6	9,4	15,9	15,4	15,4	22,6	17,5
6	19,3	36,4	27,3	26,6	33,3	30,8	22,6
Total confianza 7	53,3	43,2	41,5	37,6	35,2	33,9	27,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	50,4	41,1	37,3	25,5	24,3	17,4	10,2
2	10,0	15,6	12,4	11,5	12,6	10,0	10,1
3	8,7	9,1	14,9	10,2	12,9	7,0	9,2
4	11,2	11,2	11,4	20,1	16,0	17,3	10,9
5	3,6	8,3	9,5	15,4	12,9	16,2	5,9
6	0,9	3,0	7,7	5,0	6,9	9,5	5,2
Totalmente de acuerdo 7	14,6	10,3	5,9	11,7	14,3	20,7	48,5
No sé	0,7	1,4	0,6	0,5	0,2	1,9	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0

(P7.1) La cura para el cáncer existe, pero se mantiene oculta al público por intereses comerciales.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P7.2) Se han producido virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	47,5	41,3	34,5	20,2	20,3	13,2	9,6
2	4,9	17,4	14,5	13,4	10,0	11,9	6,9
3	7,4	6,1	11,9	10,4	16,1	6,1	3,6
4	13,6	12,7	16,9	22,3	16,8	19,0	20,9
5	9,4	7,4	11,8	14,4	15,1	12,4	10,9
6	1,0	9,5	3,2	6,0	7,3	12,2	8,4
Totalmente de acuerdo 7	15,5	3,9	6,0	12,7	14,3	23,7	39,7
No sé	0,7	1,7	1,1	0,3	0,2	1,5	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P7.3) El gobierno está tratando de ocultar la relación entre las vacunas y el autismo.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	64,1	56,8	46,6	28,0	28,0	18,1	9,9
2	7,9	13,6	13,3	12,3	12,0	9,9	12,4
3	9,1	8,1	13,1	10,8	13,4	8,8	4,7
4	7,7	11,3	13,4	25,1	17,9	20,7	14,5
5	5,0	3,4	5,5	9,9	9,3	11,5	14,0
6	2,6	3,0	3,5	4,4	6,7	14,0	8,7
Totalmente de acuerdo 7	2,9	2,0	3,6	8,7	12,1	15,0	35,9
No sé	0,7	1,7	0,8	0,5	0,6	2,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P7.4) Las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	37,1	33,1	19,9	12,1	12,3	9,3	5,4
2	4,5	11,3	13,1	9,9	12,5	9,2	3,4
3	13,9	7,5	15,1	9,5	13,2	9,4	5,9
4	5,8	14,9	17,5	21,6	15,7	18,7	18,4
5	6,7	13,1	16,0	17,6	21,4	16,9	16,0
6	9,6	6,3	8,4	9,3	9,3	11,3	8,6
Totalmente de acuerdo 7	21,7	12,1	9,5	19,8	15,3	24,5	42,2
No sé	0,7	1,7	0,5	0,2	0,2	0,8	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P7.5) Debido a sus conocimientos, los científicos tienen un poder que los hace peligrosos							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	50,0	35,5	27,2	18,7	19,4	15,1	17,5
2	7,1	18,3	15,3	10,4	10,1	14,4	14,2
3	9,3	12,1	12,9	10,6	16,0	8,4	10,2
4	8,6	12,6	18,7	24,0	16,6	13,4	10,0
5	6,4	8,3	14,1	17,6	18,8	21,3	18,2
6	5,1	6,8	5,1	7,0	5,8	8,8	6,2
Totalmente de acuerdo 7	12,9	5,4	6,6	11,7	13,2	18,2	23,2
No sé	0,7	0,9	0,0	0,1	0,2	0,4	0,5
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Preguntar a los/as pacientes cómo se encuentran para ver si notan algún efecto	8,5	5,5	6,8	9,3	9,3	9,7	14,4
Analizar el efecto de cada uno de los componentes del fármaco por separado	14,5	16,9	16,8	15,7	19,2	19,4	22,9
Administrar el fármaco a unos/as pacientes, pero no a otros/as, y comparar qué ocurre con los dos grupos	48,3	51,1	53,1	40,6	50,1	45,5	43,0
Utilizar su conocimiento sobre medicina para establecer la eficacia del fármaco	12,5	15,2	13,3	18,2	12,0	16,2	9,1
No sé	16,2	11,4	10,0	16,2	9,4	9,2	10,6

(P8) Método más científico para establecer la eficacia de un medicamento							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P9.1) Radio y Televisión española (RTVE) depende de los anuncios como su principal fuente de financiación.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Verdadero	15,8	22,1	26,4	24,9	27,6	27,8	31,2
Falso	50,7	63,6	63,6	53,3	60,0	56,5	50,5
No sé	33,5	14,3	9,9	21,8	12,4	15,7	18,4
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P9.2) Las noticias y el contenido que una persona visualiza en Instagram o Facebook se seleccionan aleatoriamente.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Verdadero	22,7	16,7	15,3	16,1	18,2	17,3	21,8
Falso	50,5	68,2	66,1	56,3	61,9	57,2	62,8
No sé	26,8	15,1	18,6	27,6	19,3	25,5	15,4
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P9.3) La mayoría de los medios de comunicación que existen en España pertenecen a empresas privadas.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Verdadero	69,4	82,7	78,0	64,7	70,0	69,5	71,1
Falso	7,8	3,8	8,0	9,2	13,9	11,4	15,4
No sé	22,8	13,5	14,0	26,2	16,2	19,0	13,4
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P9.4) Los algoritmos de las redes sociales fundamentalmente sirven para que veamos las publicaciones de los temas que más nos interesan.								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Verdadero	63,4	73,0	75,9	68,6	75,5	75,5	69,4	
Falso	22,6	14,4	12,3	11,5	11,3	8,8	14,9	
No sé	14,1	12,5	11,9	19,9	13,1	15,7	15,8	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P9.5) En un periódico digital, todo texto que incluye la firma de un autor es un artículo de opinión								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Verdadero	33,5	30,7	36,3	34,1	39,8	45,3	39,2	
Falso	24,5	36,5	32,5	23,3	28,0	23,3	26,0	
No sé	42,0	32,7	31,2	42,6	32,1	31,4	34,8	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P10.1) Cuento con mis amigos para que me digan lo que es importante cuando las noticias ocurren.								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Totalmente en desacuerdo	20,0	12,7	19,8	14,9	12,0	17,4	23,8	
Bastante en desacuerdo	13,9	18,6	18,2	15,4	21,0	11,5	11,4	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39,3	42,4	37,6	44,6	37,6	33,6	27,7	
Bastante de acuerdo	18,8	20,0	20,7	20,1	24,3	30,8	26,7	
Totalmente de acuerdo	8,0	6,3	3,7	5,0	5,2	6,7	10,6	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Totalmente en desacuerdo	5,0	4,2	8,7	7,4	4,7	6,2	5,9	
Bastante en desacuerdo	12,3	24,1	21,3	15,8	19,6	20,7	20,5	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41,1	29,9	30,9	36,9	30,0	33,5	27,6	
Bastante de acuerdo	25,3	35,7	33,3	31,8	39,2	31,4	25,9	
Totalmente de acuerdo	16,3	6,1	5,8	8,1	6,6	8,1	20,1	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	

(P10.2) Puedo estar bien informado incluso cuando no sigo activamente las noticias.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P10.3) No tengo que buscar activamente noticias porque cuando aparezcan asuntos públicos importantes me llegarán por las redes sociales.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo	18,7	16,0	15,5	13,2	10,7	12,6	12,1
Bastante en desacuerdo	7,5	21,3	19,5	15,2	12,2	17,0	22,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41,7	31,5	31,8	37,2	33,8	29,1	28,9
Bastante de acuerdo	19,6	26,8	25,9	26,3	32,6	30,8	17,0
Totalmente de acuerdo	12,5	4,5	7,3	8,1	10,6	10,5	19,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P11.1) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Nutrición y bienestar							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	42,5	40,1	38,3	38,7	42,2	39,5	47,3
No	57,5	59,9	61,7	61,1	57,8	60,5	52,7
No sé	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P11.2) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Vacunas							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	30,4	30,2	30,6	26,1	25,2	33,3	33,7
No	69,6	69,8	69,2	73,7	74,8	66,7	66,3
No sé	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P11.3) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Origen de los grandes incendios en verano							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	25,8	19,9	17,0	15,7	21,0	20,9	30,4
No	74,2	80,1	83,0	84,2	79,0	79,1	69,6

(P11.3) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Origen de los grandes incendios en verano							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P11.4) Información falsa recibida en los últimos 7 días: El cambio climático							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	33,1	36,5	37,9	32,1	40,4	40,3	38,6
No	66,9	63,5	62,1	67,6	59,6	59,7	61,4
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P11.5) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Terapias alternativas (homeopatía, acupuntura, reiki...)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	29,5	29,7	23,3	19,8	18,9	17,2	29,8
No	70,5	70,3	76,7	79,8	81,1	82,8	70,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P11.6) Información falsa recibida en los últimos 7 días: Tratamientos médicos							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	31,6	30,6	31,6	29,2	33,4	31,9	50,4
No	68,4	69,4	68,2	70,5	66,6	68,1	49,6
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P12) Canal por el que recibió información falsa							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Conversaciones personales o telefónicas	23,4	23,2	26,2	24,1	25,7	22,0	34,4

(P12) Canal por el que recibió información falsa							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)	27,5	26,3	22,2	23,4	27,2	23,3	32,8
Redes sociales (Facebook, X, Bluesky...)	50,4	43,5	42,6	40,3	47,5	39,5	50,0
Redes sociales basadas en video online (YouTube, Instagram, Twitch, TikTok...)	40,9	44,8	41,5	40,3	49,2	36,1	52,0
Prensa digital o escrita	23,9	20,8	22,9	20,3	25,6	24,2	30,3
Televisión o plataformas de TV online	26,8	16,4	18,5	18,7	24,5	20,7	35,9
Radio o podcast	17,9	11,2	14,1	14,0	20,0	14,4	23,9
Inteligencia Artificial (ChatGPT, resúmenes de Google, Gemini...)	25,0	19,0	15,8	16,1	22,2	15,6	24,8
Otros	15,9	12,1	11,9	12,3	15,2	11,2	20,4
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P13.1) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en sus redes sociales o apps de mensajería?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	16,3	8,4	6,2	11,7	7,5	5,9	16,8
No	82,5	89,6	89,9	83,7	87,5	88,8	79,6
No uso redes sociales o aplicaciones de mensajería	1,3	1,7	3,4	4,5	4,9	4,3	3,6
No sé	0,0	0,3	0,5	0,0	0,0	1,1	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P13.2) En los últimos 7 días, ¿ha compartido información falsa en conversaciones cara a cara o telefónicas?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	16,1	11,2	10,2	13,8	15,4	14,4	16,2
No	83,9	88,8	89,8	85,7	84,6	85,6	83,8
No sé	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P14.1) ¿Hasta qué punto está seguro/a de que puede identificar información que sea falsa o distorsione la realidad?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Muy seguro/a	14,2	9,0	4,8	5,1	10,9	8,4	10,2
Más bien seguro/a	47,7	49,8	51,8	39,9	39,9	39,1	54,2
No muy seguro/a	30,4	37,6	37,9	47,0	45,8	42,2	28,9
Nada seguro/a	7,8	3,2	5,5	8,1	3,3	10,2	6,7
No sé	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P14.2) ¿En qué medida está seguro/a de que la persona promedio en España puede distinguir información que sea falsa?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Muy seguro/a	2,5	1,6	1,5	2,7	4,8	2,3	10,3
Más bien seguro/a	18,1	8,7	12,6	17,1	16,7	12,8	21,4
No muy seguro/a	46,2	58,7	62,7	56,6	57,9	58,4	47,0
Nada seguro/a	33,2	30,9	23,2	23,5	20,5	25,8	21,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P15.1) La inteligencia artificial (IA) hace que sea más fácil, rápido y barato distribuir noticias falsas.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	7,6	3,5	3,8	5,6	2,7	2,2	6,5
2	7,4	4,8	6,5	6,1	4,8	2,8	4,4
3	7,0	2,3	6,4	5,9	7,7	8,0	8,5
4	16,3	14,6	17,1	23,7	18,5	18,6	20,9
5	15,2	17,6	13,9	17,8	18,1	15,8	13,6
6	8,6	16,9	18,7	11,8	20,6	24,7	11,8
Totalmente de acuerdo 7	37,2	37,4	32,0	28,0	26,9	24,7	34,3
No sé	0,7	3,0	1,6	1,0	0,7	3,2	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P15.2) La inteligencia artificial (IA) es una herramienta útil que ayuda a la gente a desmentir bulos o mentiras que se difunden como noticias verdaderas								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Totalmente en desacuerdo 1	20,1	17,6	14,5	18,0	12,3	18,8	22,6	
2	11,6	12,2	14,3	8,6	9,0	10,7	7,3	
3	3,0	19,1	19,1	13,2	17,3	13,6	6,4	
4	34,7	22,2	20,5	33,8	33,4	32,3	27,8	
5	11,9	16,6	18,2	15,3	14,7	8,2	16,2	
6	8,5	5,4	8,3	4,8	5,3	8,6	7,1	
Totalmente de acuerdo 7	9,5	3,8	3,9	5,3	7,2	4,7	12,6	
No sé	0,7	3,0	1,5	1,0	0,7	3,2	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P16.1) La circulación de desinformación o bulos puede tener efectos perjudiciales para la salud de la población.								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Totalmente en desacuerdo 1	4,3	0,7	0,8	3,0	2,1	4,4	9,8	
2	8,0	2,1	1,6	1,3	4,5	6,8	5,1	
3	5,2	3,6	5,0	8,6	6,6	5,2	6,5	
4	5,2	8,5	12,2	17,4	17,8	17,4	16,0	
5	6,7	11,7	18,7	16,3	21,9	18,6	14,1	
6	10,9	25,5	20,2	16,5	16,3	17,4	12,4	
Totalmente de acuerdo 7	58,5	47,9	41,2	36,9	30,6	30,3	36,1	
No sé	1,0	0,0	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Totalmente en desacuerdo 1	3,6	0,2	0,6	2,1	1,4	2,1	4,5	
2	5,5	0,6	0,5	2,8	2,3	1,6	1,0	
3	1,2	3,8	5,1	5,6	3,3	8,0	4,3	
4	8,2	4,9	8,6	14,2	12,9	10,3	17,1	
5	6,7	13,5	14,3	12,8	22,3	24,2	10,9	
6	8,6	17,9	21,8	18,9	20,4	17,6	9,5	

(P16.2) La desinformación y los bulos tienen la capacidad de manipular las creencias de las personas.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente de acuerdo 7	65,1	59,1	49,2	43,5	37,3	36,1	52,8
No sé	1,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P16.3) La desinformación y los bulos provocan que las personas desconfíen de las instituciones.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	3,6	2,1	0,5	2,7	2,6	2,0	2,8
2	3,0	0,4	1,2	2,2	2,9	4,8	7,2
3	3,3	3,0	2,5	3,1	5,6	7,3	2,9
4	12,1	8,2	11,8	16,8	12,0	14,0	19,6
5	6,8	12,0	16,6	17,3	21,7	21,3	8,6
6	14,0	26,3	22,6	17,9	23,6	17,3	10,7
Totalmente de acuerdo 7	56,2	48,0	44,8	40,1	31,5	33,3	48,1
No sé	1,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P16.4) La desinformación y los bulos ponen en peligro la democracia.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	7,0	0,3	0,8	4,4	6,3	4,0	9,1
2	3,4	1,4	1,6	2,7	6,3	6,7	5,3
3	5,0	1,5	4,6	5,4	6,6	8,4	6,8
4	4,4	11,6	15,5	20,2	19,6	21,2	17,4
5	7,9	15,5	16,3	23,0	20,3	16,6	8,5
6	6,4	19,3	19,4	14,0	15,9	12,6	14,9
Totalmente de acuerdo 7	64,2	49,9	41,8	30,3	24,7	30,0	38,1
No sé	1,7	0,5	0,0	0,1	0,3	0,6	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P17) Restricción de información falsa online vs. libertad de prensa							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
El gobierno debería tomar medidas para restringir la información falsa online, incluso si esto limita la libertad de p	74,8	83,3	73,4	61,1	47,3	47,6	47,4
La libertad de prensa se debe proteger, aunque se pueda publicar información falsa.	24,1	16,2	26,1	38,7	52,1	52,4	50,0
No sé	0,0	0,5	0,5	0,2	0,6	0,0	0,0
Prefiero no responder	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P18) Mayor amenaza por originar/difundir información falsa							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Influencers/personalidades en línea	57,9	66,7	62,6	49,7	52,8	49,3	39,1
Gobiernos, políticos o partidos políticos extranjeros de otros países	35,4	44,1	42,7	45,1	52,4	51,4	48,5
Políticos o partidos políticos de mi país	50,3	65,4	59,8	49,6	62,3	67,3	59,8
Lobbies o grupos de presión	41,1	58,7	47,9	34,3	39,9	36,3	29,4
Empresas	25,8	30,4	26,7	16,8	16,2	9,6	18,6
Propietarios de plataformas de redes sociales	44,3	54,1	42,3	35,7	32,9	21,6	27,9
Medios de comunicación y periodistas	40,3	57,9	48,1	39,2	47,8	48,6	47,8
Personalidades famosas (cantantes, estrellas del deporte...)	34,7	49,4	41,8	28,0	24,4	29,6	16,4
Activistas o grupos de activistas	20,6	27,6	36,9	38,4	46,3	45,4	38,2
Gente corriente	29,1	34,4	31,9	22,1	24,5	22,9	19,3
Otros	2,3	1,6	1,9	3,4	1,9	2,6	0,0
Ninguno de estos	8,5	2,8	2,9	7,0	3,5	1,7	2,4
No sabe	0,0	0,0	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0
No contesta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Los beneficios son mayores que los perjuicios	45,0	59,6	60,7	47,3	56,2	56,8	55,6
Beneficios y perjuicios están equilibrados	35,4	29,6	28,7	35,2	27,4	35,5	22,3
Los perjuicios superan a los beneficios	19,0	10,6	10,5	17,5	16,4	7,4	22,1
No sé	0,7	0,2	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98

(P19) Balance de beneficios y perjuicios de la ciencia y la tecnología							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P20) Confianza interpersonal general							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
1 Nunca se es lo bastante prudente	26,0	17,5	15,0	20,2	13,9	24,2	34,8
2	8,0	11,4	8,9	10,1	11,2	12,8	6,6
3	12,0	20,2	17,9	12,3	17,8	15,2	15,8
4	29,6	23,7	30,1	32,7	23,9	24,2	23,6
5	13,5	21,7	20,2	18,2	25,8	16,6	9,2
6	4,5	4,5	5,6	4,5	5,1	6,5	5,3
7 Se puede confiar en la mayoría de la gente	6,5	0,8	2,2	2,2	2,4	0,6	4,8
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P21.1) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de España							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Mucho	19,2	11,7	6,8	3,7	1,7	1,6	3,5
Bastante	27,7	51,3	38,1	15,5	10,8	7,4	6,2
Poco	39,3	28,2	38,3	35,0	27,7	16,9	13,9
Nada	13,8	8,8	16,7	45,6	59,8	74,1	76,4
No sé	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Mucho	8,7	6,9	3,7	3,7	5,6	4,6	4,5
Bastante	14,9	23,9	26,9	21,5	28,7	28,2	12,9
Poco	40,1	45,6	47,5	43,4	40,0	38,7	30,5
Nada	36,3	23,6	21,8	31,3	25,8	28,5	52,1
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0

(P21.2) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: El Gobierno de su comunidad autónoma								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P21.3) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as políticos/as								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Mucho	1,8	3,7	0,6	2,6	1,9	1,7	3,2	
Bastante	13,0	13,3	12,1	10,1	4,6	8,8	6,5	
Poco	54,2	59,0	51,2	28,6	39,4	25,9	20,4	
Nada	31,0	24,0	35,9	58,5	54,1	63,6	69,8	
No sé	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P21.4) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Naciones Unidas/La Organización Mundial de la Salud								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Mucho	21,6	18,9	15,8	9,0	9,6	4,4	4,1	
Bastante	36,1	52,5	48,9	38,8	36,0	34,1	20,7	
Poco	30,6	22,7	29,0	35,1	36,2	33,8	28,5	
Nada	11,0	5,8	5,9	17,0	18,2	26,0	46,8	
No sé	0,7	0,0	0,5	0,1	0,0	1,7	0,0	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Mucho	8,7	6,9	10,2	5,7	5,6	5,0	7,0	
Bastante	33,5	54,5	45,1	37,0	32,3	32,2	11,8	
Poco	44,7	31,5	34,8	37,7	40,4	38,5	35,7	
Nada	13,1	7,1	9,7	19,5	21,7	24,3	45,4	
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	

(P21.5) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La Unión Europea								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P21.6) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as periodistas								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Mucho	4,8	3,8	1,2	2,1	2,0	1,5	2,7	
Bastante	24,2	31,9	32,6	29,8	27,1	31,5	12,9	
Poco	51,2	49,4	50,2	49,4	54,8	40,6	42,9	
Nada	19,8	14,9	16,0	18,8	16,1	26,4	41,5	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P21.7) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: Los/as científicos/as								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Mucho	49,9	48,2	46,0	32,1	31,1	25,8	20,9	
Bastante	37,7	44,2	44,6	48,9	50,8	57,9	44,1	
Poco	8,2	6,6	8,0	12,7	13,8	10,1	26,7	
Nada	4,2	1,0	1,5	6,2	4,2	6,1	8,3	
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P21.8) Confianza en instituciones para afrontar problemas de ciencia, tecnología, salud o medio ambiente: La AEMET (Agencia Estatal de Meteorología)								Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Mucho	30,7	41,4	31,5	21,2	15,3	11,8	13,2	
Bastante	54,8	46,4	51,9	49,1	54,5	50,8	35,9	
Poco	8,7	11,0	13,5	22,8	21,1	31,1	33,4	
Nada	5,7	1,3	3,2	6,9	9,1	6,2	17,5	
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98	
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102	

(P22.1) Los/as científicos/as sólo están interesados/as en su propio beneficio.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	37,0	32,0	25,6	24,4	15,0	16,6	19,0
2	17,6	27,2	22,0	18,3	21,5	25,8	10,7
3	12,7	16,6	22,5	12,6	25,0	11,6	15,1
4	24,1	13,9	16,6	24,2	16,7	15,7	22,3
5	2,9	7,0	7,6	10,6	10,9	12,0	7,7
6	0,4	2,3	2,3	3,2	2,5	10,8	11,4
Totalmente de acuerdo 7	5,2	1,0	3,0	6,7	8,5	7,6	13,8
No sé	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P22.2) Los/as científicos/as están confabulados/as con políticos/as y empresas.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	36,9	27,0	18,9	17,6	13,3	12,1	10,1
2	16,3	23,1	19,7	13,5	15,3	16,6	4,4
3	10,8	14,0	22,6	16,3	15,4	13,3	18,4
4	16,3	18,6	21,2	27,6	25,5	19,6	24,1
5	9,2	10,5	12,3	12,4	18,6	17,8	13,4
6	4,3	3,2	3,0	6,6	5,5	9,2	8,9
Totalmente de acuerdo 7	5,6	2,5	2,0	6,0	6,4	11,4	20,2
No sé	0,7	1,2	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	27,8	27,5	21,2	19,9	21,9	7,9	24,6
2	17,3	16,0	20,2	12,4	16,1	21,8	12,3
3	11,0	13,8	13,2	13,9	13,6	18,8	5,8
4	23,4	21,0	24,0	30,4	19,3	16,2	25,0
5	10,4	14,1	10,7	12,0	17,1	13,7	7,8
6	3,3	4,3	6,5	4,7	6,4	12,6	5,4
Totalmente de acuerdo 7	6,8	3,2	3,6	6,7	5,7	8,9	19,1
No sé	0,0	0,2	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0

(P22.3) La gente corriente debería tener influencia en el trabajo de los/as científicos/as.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P22.4) La gente corriente debería participar en las decisiones sobre los temas que investigan los/as científicos/as.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	25,7	24,6	17,2	19,0	19,9	11,6	14,9
2	15,7	15,0	18,5	11,8	13,6	15,1	8,7
3	14,0	15,9	16,1	14,0	14,1	11,6	11,5
4	14,0	22,2	25,2	26,3	18,1	20,8	23,5
5	12,5	11,7	12,3	15,5	18,6	18,2	12,0
6	3,3	5,5	6,9	7,1	8,7	10,7	7,8
Totalmente de acuerdo 7	14,8	5,1	3,4	6,2	6,9	12,0	21,6
No sé	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P22.5) La gente corriente debería confiar más en su experiencia vital que en las recomendaciones de los/as científicos/as.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	31,7	32,2	22,0	16,0	13,1	10,9	6,7
2	18,7	19,5	16,3	13,5	16,5	20,2	9,1
3	8,7	12,8	14,3	14,2	17,9	12,7	14,0
4	12,9	16,8	22,2	30,6	21,0	25,8	26,6
5	8,1	11,1	11,4	15,6	13,3	13,7	15,6
6	7,9	3,6	9,0	6,7	12,4	10,5	3,7
Totalmente de acuerdo 7	12,0	4,0	4,7	3,5	5,8	6,2	24,3
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	33,3	31,4	23,0	19,4	16,0	9,4	14,9
2	15,9	17,5	16,3	12,8	13,5	19,3	9,0
3	12,5	11,2	16,7	15,4	18,8	12,0	17,1

(P22.6) Nuestra sociedad debería confiar más en el sentido común que en estudios científicos.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
4	17,2	18,4	24,1	28,8	20,2	21,6	19,7
5	5,7	10,2	10,1	12,6	12,4	16,5	13,1
6	2,6	3,9	5,2	6,1	10,5	11,9	3,6
Totalmente de acuerdo 7	12,7	7,5	4,7	4,9	8,6	9,5	22,6
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P23.1) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, independientemente de lo que otros piensen de ellos.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	15,9	14,0	13,0	14,9	14,9	20,7	17,2
2	11,4	9,2	7,1	7,4	8,8	6,5	12,0
3	10,7	9,3	8,8	12,3	11,0	9,2	9,7
4	24,7	23,5	27,5	29,8	22,0	19,6	22,0
5	12,1	21,3	23,6	16,2	20,3	19,9	12,8
6	4,7	9,6	7,5	6,6	9,2	12,1	6,8
Totalmente de acuerdo 7	20,5	13,1	11,9	12,3	13,8	11,6	19,4
No sé	0,0	0,0	0,6	0,3	0,0	0,5	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P23.2) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si esto puede aislarme de los demás.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	15,8	13,7	13,5	17,2	17,1	22,1	18,0
2	8,2	12,5	10,8	9,6	7,6	11,5	6,6
3	7,6	14,1	12,4	11,4	10,8	5,8	16,0
4	31,3	22,9	27,4	28,0	28,7	24,8	18,8
5	10,9	18,6	17,2	16,5	16,9	12,5	16,9
6	8,2	10,0	7,7	7,2	8,4	11,3	7,1
Totalmente de acuerdo 7	18,0	8,1	11,0	9,9	10,5	11,5	16,5
No sé	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,5	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P23.3) Compartiría mis opiniones sobre temas científicos, incluso si creyese que los demás están en contra de ellas.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	14,9	10,8	11,8	14,4	15,5	20,5	14,5
2	9,1	9,7	8,4	7,9	10,6	8,9	6,9
3	6,5	13,9	13,5	11,8	9,2	10,6	7,3
4	31,5	20,5	27,1	30,5	22,1	18,1	23,5
5	13,5	20,1	18,3	17,1	18,2	15,0	21,0
6	5,8	12,2	8,3	5,3	11,2	16,2	7,9
Totalmente de acuerdo 7	18,6	12,8	12,7	12,5	13,1	10,1	18,9
No sé	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,5	0,0
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P24.1) Al establecer prioridades, debemos considerar a todos los grupos.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	2,8	2,8	2,5	3,8	3,9	4,5	14,6
2	5,5	2,7	4,4	3,5	5,8	2,9	4,5
3	10,7	3,9	6,9	7,7	11,2	4,3	11,6
4	16,3	12,7	16,9	25,2	18,4	31,7	20,6
5	10,4	15,3	16,2	16,6	22,6	18,4	10,2
6	9,5	15,7	19,8	12,4	14,0	14,3	6,7
Totalmente de acuerdo 7	44,8	47,0	32,6	30,7	23,4	23,8	31,7
No sé	0,0	0,0	0,5	0,0	0,6	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P24.2) No debemos presionar por la igualdad de los grupos.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	35,3	32,0	18,6	14,0	9,8	10,6	8,4
2	13,8	15,9	14,8	8,5	10,0	5,3	1,5
3	4,1	11,2	15,3	12,1	13,8	8,0	9,9
4	20,8	21,3	23,0	32,8	25,7	28,2	28,6
5	14,7	9,9	12,7	14,2	17,5	13,6	11,5
6	1,9	7,0	7,0	8,9	10,3	13,8	6,6
Totalmente de acuerdo 7	9,4	2,6	8,3	9,2	12,4	20,6	33,5
No sé	0,0	0,0	0,4	0,3	0,5	0,0	0,0

(P24.2) No debemos presionar por la igualdad de los grupos.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P24.3) La igualdad entre grupos debería ser nuestro ideal.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	1,3	0,9	1,7	4,0	6,5	9,4	16,2
2	3,0	0,7	3,2	4,1	5,1	11,4	8,0
3	7,0	5,6	4,3	7,1	8,1	9,6	11,1
4	19,6	14,5	17,6	29,8	28,2	26,0	27,3
5	12,5	17,0	19,6	16,7	13,9	21,2	7,1
6	12,8	17,6	16,7	12,5	16,3	7,9	12,0
Totalmente de acuerdo 7	43,8	43,7	36,9	25,7	21,4	14,6	18,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P24.4) Los grupos superiores deben dominar a los grupos inferiores.							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Totalmente en desacuerdo 1	61,4	72,8	61,8	47,1	38,8	38,3	37,8
2	5,8	10,9	12,4	12,7	15,1	13,8	6,3
3	9,9	4,4	7,1	7,8	13,0	6,7	12,8
4	15,6	5,6	11,2	20,6	17,3	27,4	12,1
5	4,6	5,0	4,5	6,1	6,6	7,6	12,0
6	0,8	0,6	1,9	2,6	5,1	5,3	8,7
Totalmente de acuerdo 7	1,9	0,6	1,1	3,1	3,5	0,9	10,3
No sé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P25) Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Varias veces al día	91,2	86,9	85,9	82,7	86,8	84,8	84,0
A diario o casi diariamente	6,2	9,5	9,7	11,1	8,6	11,2	8,3
Al menos una vez a la semana, pero no diariamente	0,8	2,7	3,4	3,8	2,9	3,2	4,3

(P25) Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Menos de una vez a la semana	1,8	0,9	0,7	2,4	1,7	0,9	3,5
No sé	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P26) Grado de confianza en Internet							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Poco o nada	35,4	21,3	21,7	25,1	21,0	23,3	29,8
Bastante	57,1	70,9	72,9	68,8	71,6	68,5	63,1
Mucho	7,5	7,7	5,5	6,1	7,4	8,2	7,2
No sé	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(P27) Uso de Internet en los últimos 3 meses							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Participar en redes sociales	60,2	73,6	70,1	63,8	71,3	73,4	67,3
Emitir opiniones sobre asuntos cívicos o políticos	30,1	20,1	18,5	14,3	15,4	19,0	21,2
Ver contenidos de video (YouTube, Twitch, etc.)	69,8	78,2	70,3	69,3	73,3	76,7	71,9
Ver películas o videos bajo demanda (Netflix, HBO Max, etc.)	69,0	82,0	81,1	73,6	80,2	73,8	78,9
Buscar información sobre temas de salud	65,7	68,2	71,8	68,8	70,3	68,6	65,1
Vender bienes o servicios	19,9	20,5	22,2	20,7	23,2	19,8	24,7
Leer noticias en sitios web o periódicos digitales	73,0	75,0	75,9	72,9	74,5	75,6	67,3
Banca por Internet	73,3	82,0	82,4	70,3	75,3	81,4	81,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D1) Sexo							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Hombre	52,4	50,5	48,8	49,6	47,3	49,7	58,8
Mujer	47,6	49,5	51,2	50,4	52,7	50,3	41,2
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D1) Género							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Hombre	49,7	50,0	49,9	49,0	45,8	49,4	57,5
Mujer	49,2	49,2	50,0	50,8	54,2	50,6	42,5
Alguna otra manera	1,1	0,7	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	251	470	667	331	160	98
N sin ponderar	92	258	475	659	319	159	102

(D2) Grupo de edad							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
De 16 a 24 años	10,6	8,9	10,8	11,3	14,5	9,5	14,0
De 25 a 34 años	17,2	16,2	12,2	10,1	11,3	7,8	12,9
De 35 a 44 años	28,3	17,1	14,0	14,9	14,8	12,5	28,9
De 45 a 54 años	12,1	20,1	20,2	23,7	20,8	35,5	15,4
De 55 a 64 años	14,1	20,8	18,5	21,6	18,0	14,3	16,4
De 65 y más años	17,7	17,0	24,3	18,4	20,6	20,4	12,4
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D4) Comunidad autónoma de residencia							Ideología	
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Andalucía		6,7	14,7	17,4	19,0	20,0	21,5	13,0
Aragón		1,9	5,2	2,7	2,2	2,0	2,5	1,0
Cantabria		0,0	2,4	1,4	0,2	1,4	0,6	0,7
Castilla y León		2,2	7,3	4,1	4,5	3,0	7,2	2,5
Castilla-La Mancha		0,0	3,1	2,8	4,8	3,9	9,6	4,5
Cataluña		19,5	17,4	20,7	15,2	14,1	11,0	25,8
Ceuta		0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	2,1
Comunidad de Madrid		11,6	10,0	13,8	16,6	20,1	15,9	19,2
Comunidad Foral de Navarra		0,9	1,0	1,0	2,2	2,6	0,0	0,3
Comunidad Valenciana		10,7	10,9	12,0	11,9	10,4	8,1	11,0
Extremadura		1,5	2,8	2,4	1,6	4,3	1,7	1,0
Galicia		12,6	9,4	5,1	3,7	4,0	6,7	3,0
Islas Baleares		2,4	1,1	2,1	2,2	0,8	2,7	2,7
Islas Canarias		13,2	3,5	2,6	4,5	5,5	4,4	1,3
La Rioja		0,0	0,2	0,2	0,8	0,0	0,5	0,5
Melilla		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
País Vasco		5,9	7,8	6,0	4,3	3,4	2,1	2,9
Principado de Asturias		1,4	2,5	1,7	2,9	2,1	1,6	2,6
Región de Murcia		9,4	0,7	4,3	3,1	2,3	3,7	5,2

(D4) Comunidad autónoma de residencia							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D5) Tamaño de hábitat							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Menos de 10.000 habitantes	15,9	21,7	17,1	17,8	11,7	19,2	23,4
De 10.001 a 20.000 habitantes	13,2	7,4	13,0	10,3	11,6	13,5	11,9
De 20.001 a 50.000 habitantes	12,8	12,0	14,3	20,2	16,4	9,4	11,6
De 50.001 a 100.000 habitantes	14,3	9,5	10,7	11,6	11,3	12,3	12,5
De 100.001 a 500.000 habitantes	26,3	30,9	27,0	24,5	27,2	25,5	20,9
Más de 500.000 habitantes	17,5	18,5	17,9	15,6	21,9	20,1	19,8
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D6) Tipo de hogar							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Hogar unipersonal	16,7	11,4	11,9	13,0	11,7	9,0	10,9
Padre o madre solo/a que conviva con algún hijo	20,9	12,5	13,0	11,2	10,9	11,5	21,4
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	11,6	21,9	19,7	17,4	14,5	16,7	17,6
Pareja con hijos que conviven en el hogar	39,2	43,4	41,5	46,1	46,5	57,8	45,1
Otro tipo de hogar	11,6	10,8	13,9	12,2	16,3	5,0	4,9
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D7.1) Dispone en su vivienda de: Teléfono fijo							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	50,1	49,4	53,8	49,1	53,8	56,0	45,1
No	49,9	50,6	46,0	50,8	46,2	44,0	54,9
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D7.2) Dispone en su vivienda de: Teléfono móvil							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	99,8	99,9	99,8	99,6	99,7	100,0	99,5

(D7.2) Dispone en su vivienda de: Teléfono móvil							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
No	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,0	0,5
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D8) ¿Utiliza teléfono móvil?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	99,6	99,8	99,7	98,7	99,2	98,3	99,8
No	0,0	0,0	0,3	0,8	0,8	1,1	0,0
Prefiero no responder	0,4	0,2	0,0	0,5	0,0	0,6	0,2
N ponderado	91	253	470	666	331	160	98
N sin ponderar	91	259	471	654	315	159	99

(D9) ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que ha finalizado?							Ideología	
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha	
Estudios primarios incompletos o menos		0,7	1,5	0,9	0,5	0,7	0,0	0,7
Educación primaria		8,9	6,2	9,0	9,6	8,6	6,3	9,3
Primera etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller elemental, EGB, ESO)		23,7	22,1	18,6	26,7	20,0	22,8	23,7
Segunda etapa de la Educación Secundaria y similar (Bachiller Superior, BUP, Bachillerato, FPI, FP de Grado Medio)		18,6	17,7	19,0	17,2	20,6	18,6	30,6
Formación Profesional de Grado Superior (FP II) y títulos propios de universidades de duración igual o superior a 2 a		26,6	16,5	17,9	17,9	18,4	13,6	14,7
Universitarios de primer ciclo: Grado universitario, Diplomaturas, Ingenierías Técnicas, Peritaje, ATS, Magisterio, tr		9,8	11,8	12,0	13,1	8,5	17,5	11,5
Universitarios de segundo o tercer ciclo: Máster oficial o Grado de Medicina, Licenciaturas, Ingenierías superiores, D		11,8	24,2	22,5	15,0	23,2	21,2	9,5
N ponderado		91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar		92	260	476	660	320	159	102

(D9a) ¿Se considera más bien de letras o más bien de ciencias?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Más bien de letras	55,0	48,0	48,9	49,6	53,6	42,6	43,9
Más bien de ciencias	44,3	48,8	50,3	48,6	44,6	53,8	56,1
De las dos	0,0	0,2	0,1	0,9	0,4	0,0	0,0

(D9a) ¿Se considera más bien de letras o más bien de ciencias?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
De ninguna	0,0	1,2	0,5	0,7	1,0	1,4	0,0
No sé	0,0	1,3	0,1	0,2	0,4	2,2	0,0
Prefiero no responder	0,7	0,5	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D10) ¿Cómo se considera en materia religiosa?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Católico/a practicante	3,4	5,4	6,5	15,5	21,5	25,9	14,5
Católico/a no practicante	20,9	21,3	36,4	44,2	50,3	50,2	49,9
Creyente de otra religión	7,3	2,0	3,1	3,7	2,9	4,8	5,9
Indiferente o agnóstico/a	14,6	34,8	29,8	23,6	14,0	15,3	15,9
Ateo/a	53,8	36,4	24,2	13,1	11,3	3,9	13,8
N ponderado	91	250	454	634	308	160	93
N sin ponderar	91	256	458	634	302	158	97

(D11) Ingresos familiares en relación con la media (≈1.700 €/mes)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Muy superiores (más del doble)	8,6	10,0	8,0	7,3	11,6	11,5	15,2
Superiores	29,6	43,4	36,7	32,1	39,1	38,0	25,7
Alrededor de esa cifra	23,5	21,1	28,1	28,9	25,2	31,1	31,3
Inferiores	25,4	20,3	21,5	22,6	19,5	13,3	19,3
Bastante inferiores (menos de la mitad)	12,3	4,0	4,6	8,3	4,6	5,0	8,5
No sé	0,0	0,0	0,6	0,4	0,0	0,0	0,0
Prefiero no responder	0,7	1,2	0,4	0,4	0,0	1,1	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Trabajando por cuenta ajena	43,9	49,3	45,3	47,4	45,2	52,9	42,9
Trabajando por cuenta propia con empleados	0,0	2,0	2,2	2,5	2,8	1,3	4,9
Trabajando por cuenta propia sin empleados	11,2	3,2	5,0	5,2	3,4	5,0	10,5

(D12) ¿Cuál es su situación laboral actual?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Trabajando en ayuda familiar (no remunerado)	1,3	0,0	0,3	1,3	1,1	0,5	0,0
Parado	7,6	10,0	7,1	9,2	6,4	2,8	10,3
Estudiante	5,6	10,5	9,3	6,1	9,2	4,9	8,3
Jubilado o prejubilado	18,9	17,7	21,2	14,8	19,6	18,3	11,6
Incapacitado permanente	3,1	1,7	2,6	2,9	3,5	0,8	1,3
Labores del hogar	6,5	3,4	5,3	6,7	3,5	9,2	3,5
Otra situación	2,0	2,3	1,7	3,7	4,9	4,3	6,7
Prefiero no responder	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D13) Escala de Ideología (izquierda-derecha, 1-7)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
1 Extrema izquierda	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
5	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0
7 Extrema derecha	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
N ponderado	91	253	470	669	332	160	98
N sin ponderar	92	260	476	660	320	159	102

(D14) Participación en las últimas elecciones generales (julio 2023)							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Fue a votar y votó	80,4	83,4	81,5	65,0	78,9	86,0	68,6
Fue a votar, pero no pudo votar	0,0	0,0	1,5	0,4	0,8	0,2	2,9
No fue a votar	16,0	9,0	13,0	31,4	15,2	9,6	22,3
No tenía edad/no pudo votar	3,6	7,6	4,0	3,2	5,1	4,3	6,2
N ponderado	87	249	463	649	322	158	95
N sin ponderar	89	257	466	640	311	157	99

(D15) ¿Se considera limitado/a en sus actividades por problemas de salud?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Gravemente limitado	5,9	3,4	4,7	4,5	5,2	3,0	3,1
Limitado pero no severamente	22,5	22,2	29,9	25,8	26,7	23,0	33,1
Nada limitado	71,6	74,4	65,4	69,7	68,2	73,9	63,7
N ponderado	85	251	461	641	321	156	96
N sin ponderar	87	256	467	639	311	155	99

(D16a) ¿Le gustaría conocer cuáles de los titulares eran falsos y cuáles verdaderos?							Ideología
Categoría	1 Extrema izquierda	2	3	4	5	6	7 Extrema derecha
Sí	64,6	87,7	83,5	72,3	78,4	70,7	60,9
No	14,9	5,2	6,2	11,7	9,1	12,3	19,2
Me da igual	20,5	7,1	10,3	15,9	12,4	17,0	20,0
N ponderado	90	242	448	635	321	149	97
N sin ponderar	91	248	454	616	303	147	100

Desinformación científica en España 2026

Informe de resultados

