



# Contenidos



La muestra

4

---



Conclusiones principales

6

---



Tendencias en consumo de noticias

7

---



Social Media: Difuminando las líneas entre hechos y ficción

12

---



In news we trust

16

---



La calidad influye en el recuerdo

20

---



Conclusión

22

---

# Metodología

## Objetivo del estudio:

Investigar sobre la relación entre el consumidor y el contenido de noticias, así como las diferencias en la percepción entre contenidos de noticias de calidad vs social media.

## Fechas de campo:

Febrero 2018

## Países:

EEUU, UK, Francia,  
España, Alemania, Italia,  
Méjico, Brasil

## Metodología de medición:

Cuestionario autoadministrado a un panel online

## Universo:

Internautas de 16 o más años

## Muestra:

N=16,000

2.000 por país

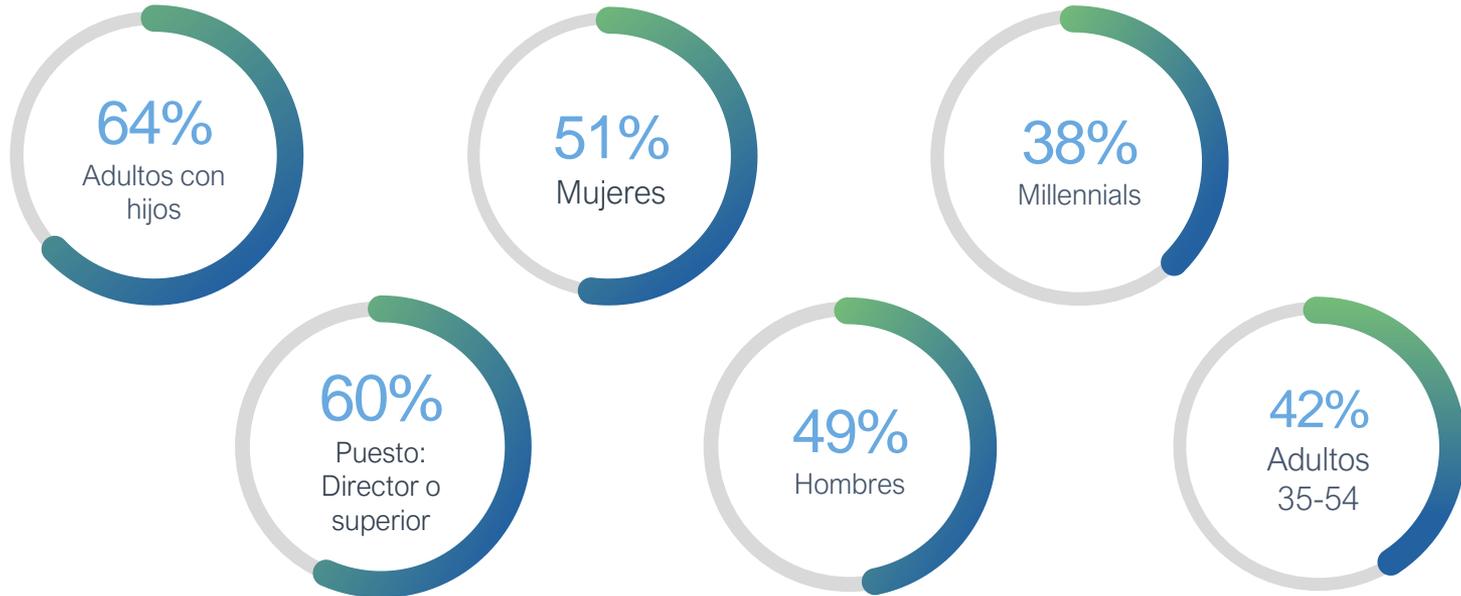
## Dirigido por:

**CENSUSWIDE**  
THE SURVEY CONSULTANTS

# La muestra



## Perfil de los encuestados



Fuente: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018

# Conclusiones Principales

---

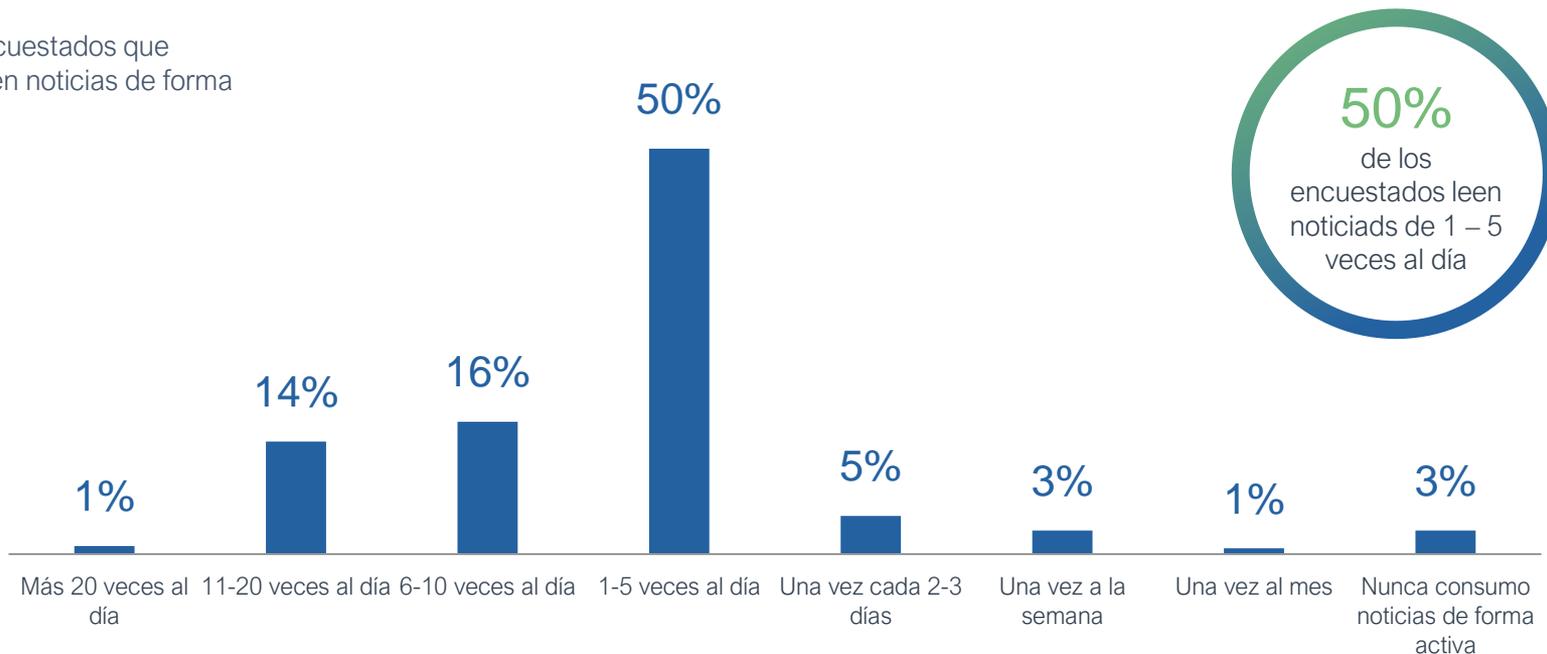
- 1 Los individuos encuestados leen noticias al menos de 1-5 veces al día
- 2 Los medios más populares para consumir contenidos de noticias son Online y la televisión.
- 3 Debido a las “fake news” más del 75% de los consumidores quieren fuentes de noticias en las que confían.
- 4 El 26% de los consumidores asocian la palabra “fake” a las redes sociales.
- 5 Casi la mitad de los encuestados cree que la calidad de la creatividad impacta de forma positiva en cómo recuerdan el anuncio y en su confianza.

# Tendencias en consumo de noticias



# La mayoría de internautas consume noticias al menos de 1 a 5 veces al día

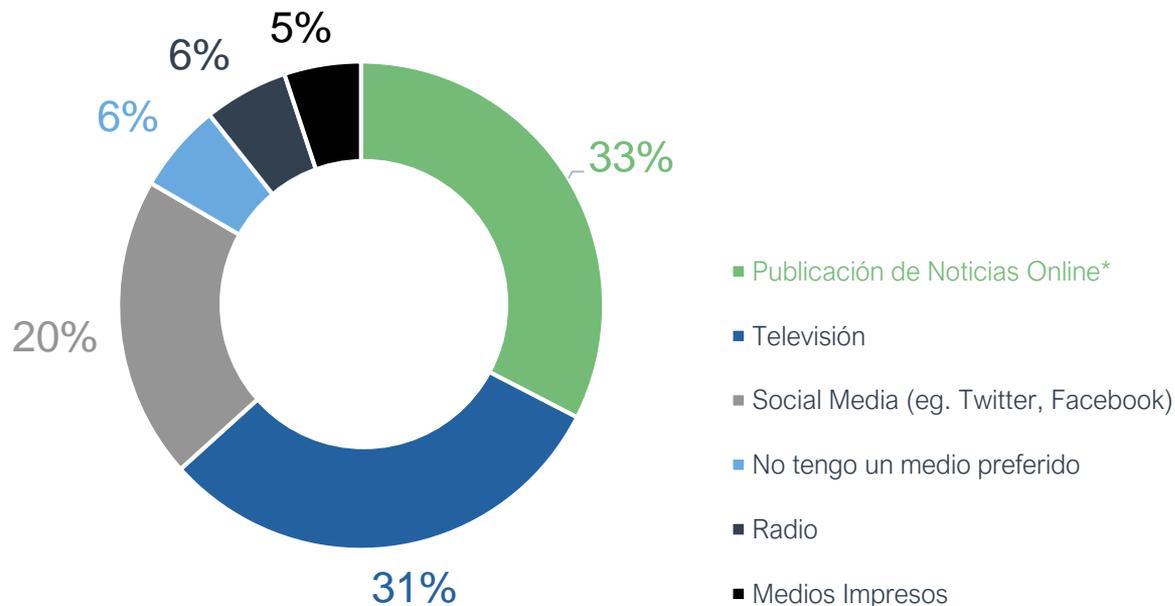
% de encuestados que consumen noticias de forma activa



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q.1 How often do you actively consume the news? (By consume we mean read, watch, listen or interact with in any way)

# Las publicaciones online son el medio preferido para consumir noticias

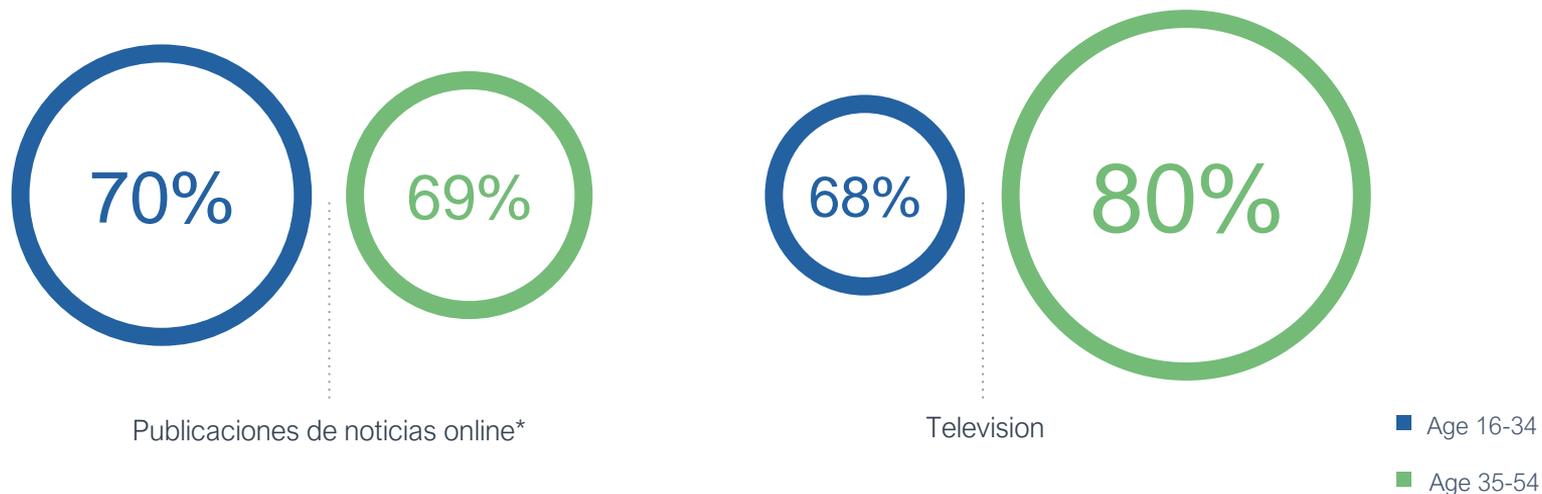
¿Que medios prefieren los consumidores? % de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018 Q3. Through which media type do you prefer to actively consume the news?

# Los Millennials consumen más publicaciones de noticias online

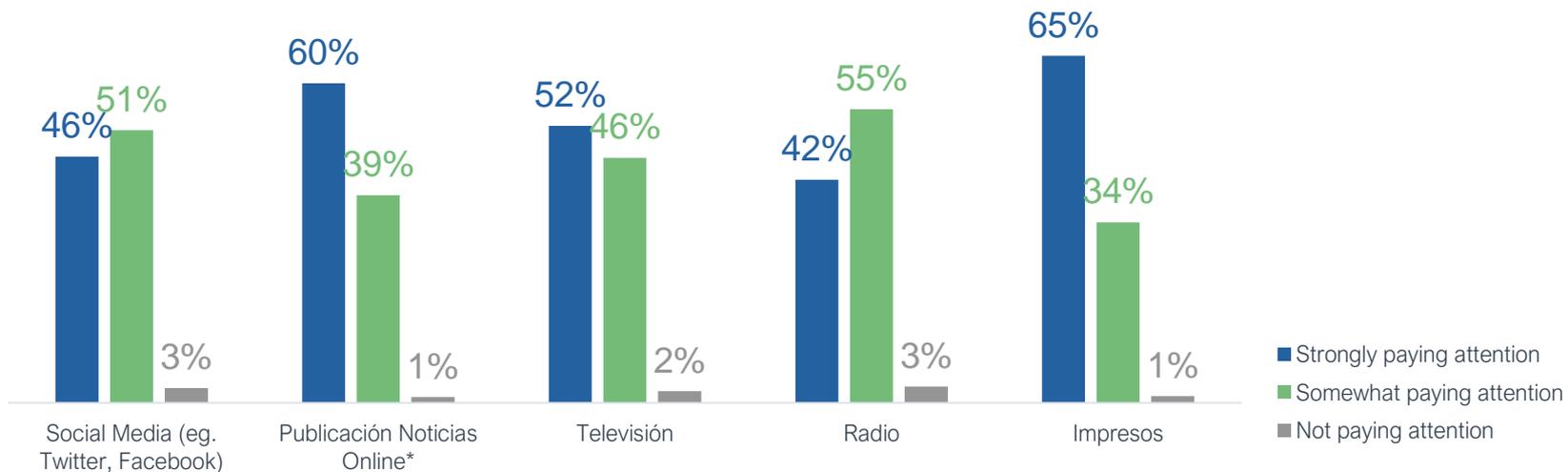
Medios preferidos para consumir noticias  
% de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q2. Through which media type do you prefer to actively consume the news?

# Los medios con noticias en formato lectura generan más atención que los audiovisuales

Atención prestada al consumir noticias, %, de encuestados



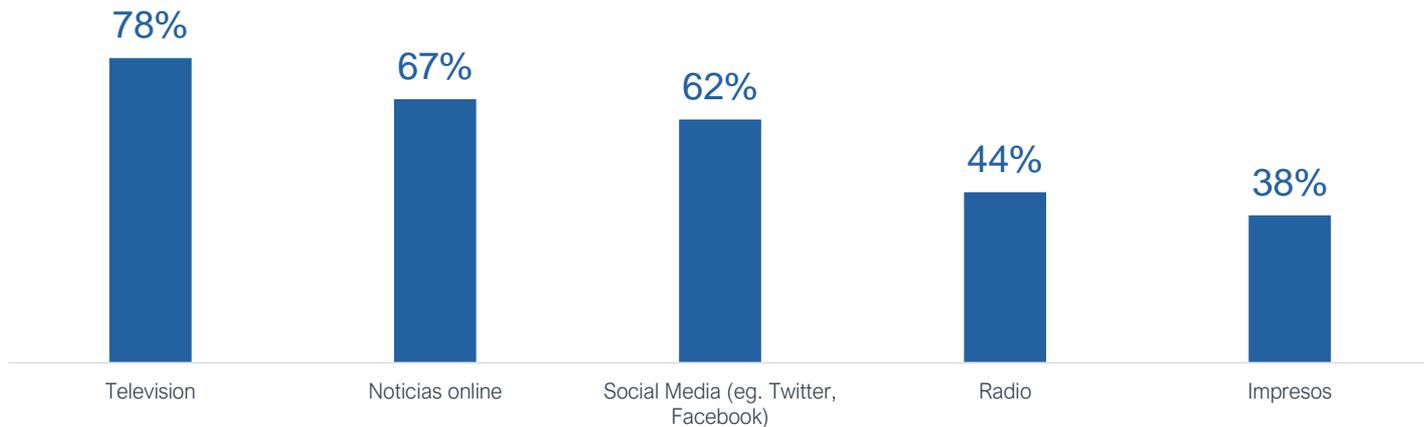
Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q11. When you have actively consumed the news through the following media types, to what extent are you paying attention? (Click all that apply)

# Social Media: Difuminando las líneas entre hechos y ficción



# TV, medios online y RRSS, los más usados para consumo de noticias

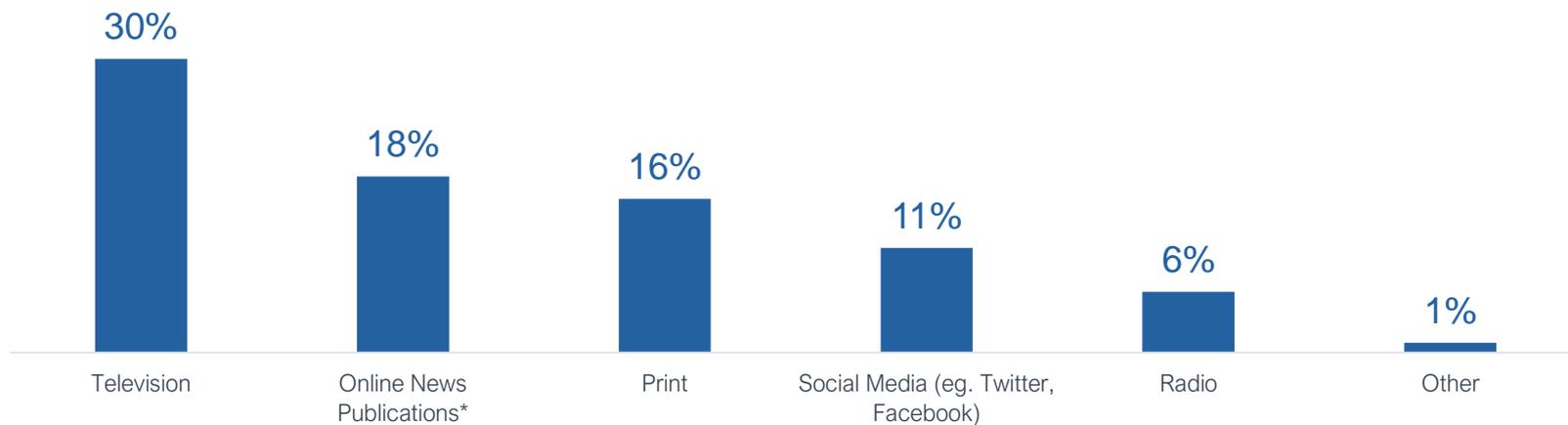
¿Desde donde consumes noticias de forma activa?  
% de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q2. Through which media type(s) do you actively consume the news?

# Los anuncios en Redes Sociales aportan poca confianza

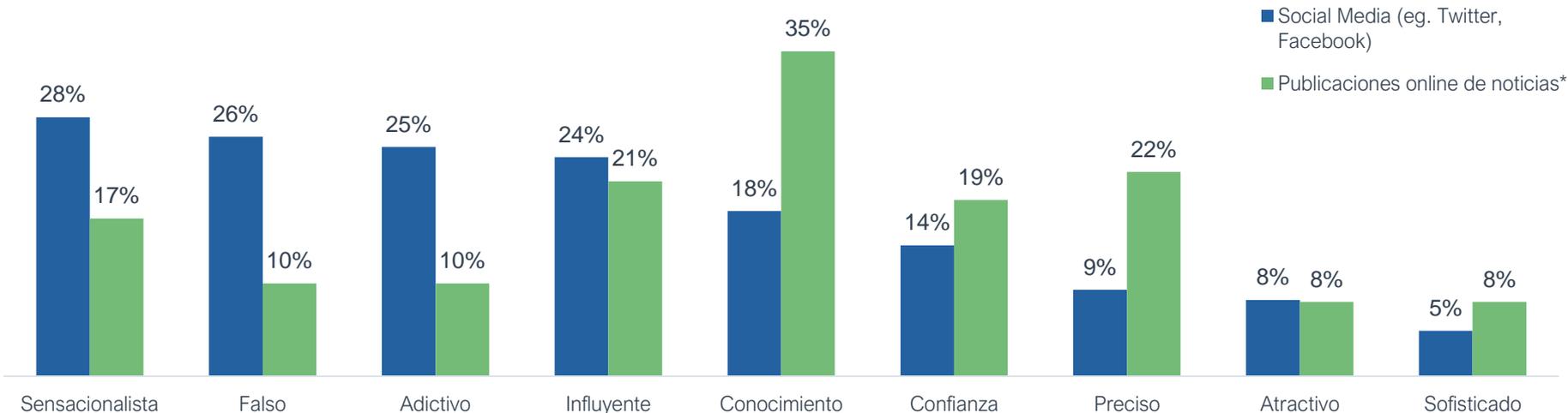
Medios que generan más confianza, % de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018 Q17. From which media type are you most likely to trust?

# Los medios online son mejor valorados de las RRSS en la publicación de noticias

¿Cuáles de estas palabras asocias más con cada uno de los siguientes canales de noticias?, % de encuestados



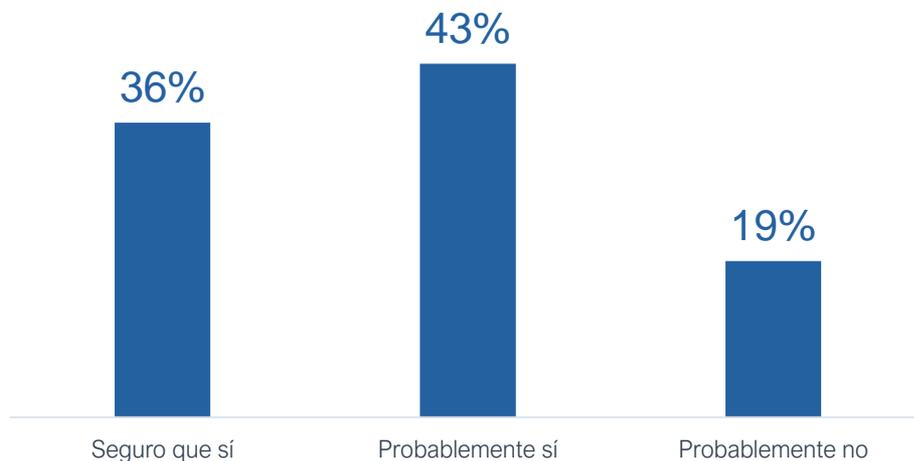
Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q22. Which of the following words do you associate with the following media types?

In News We Trust



# La proliferación de las “fake news” está llevando a los consumidores a buscar publicaciones de confianza

¿Crees que la proliferación de noticias falsas te ha llevado a buscar nuevas fuentes de noticias en las que confiar?,  
% de encuestados

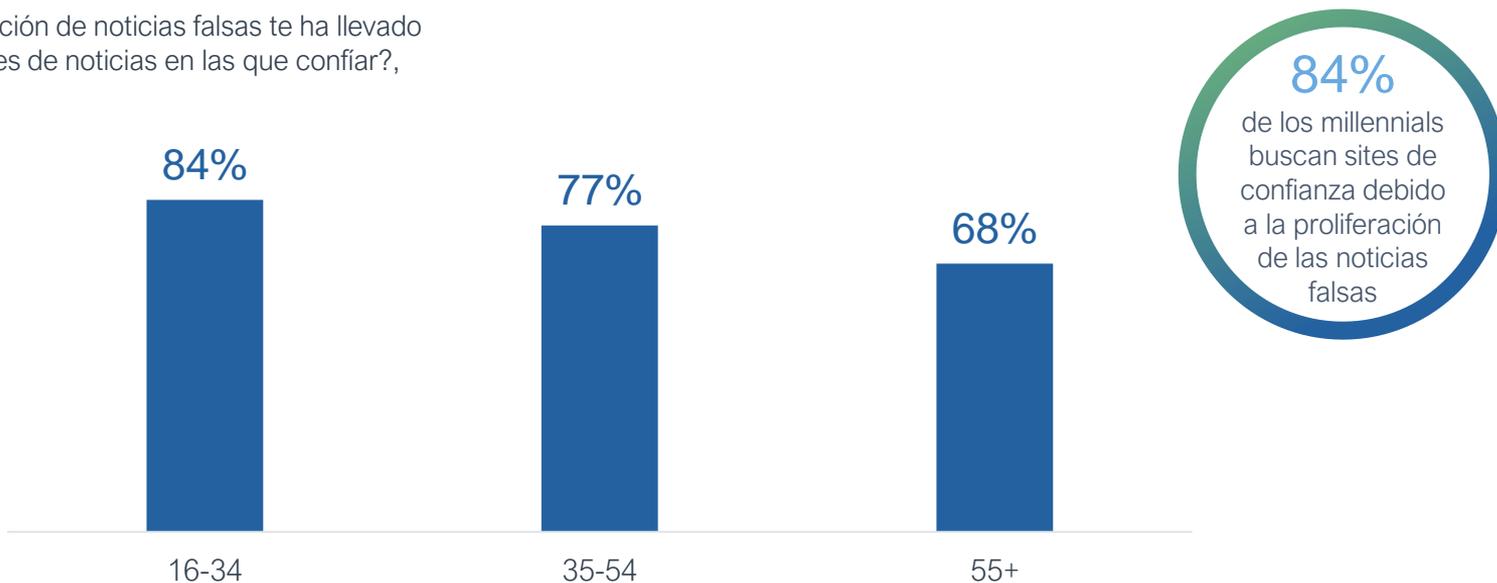


**3 de cada 4**  
encuestados buscan  
noticias en fuentes de  
confianza debido a las  
“fake news”

Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q12. Has the widely reported rise of 'fake news' made you more likely to find your news from news outlets you trust?

# Las generaciones jóvenes son las que más buscan fuentes de confianza

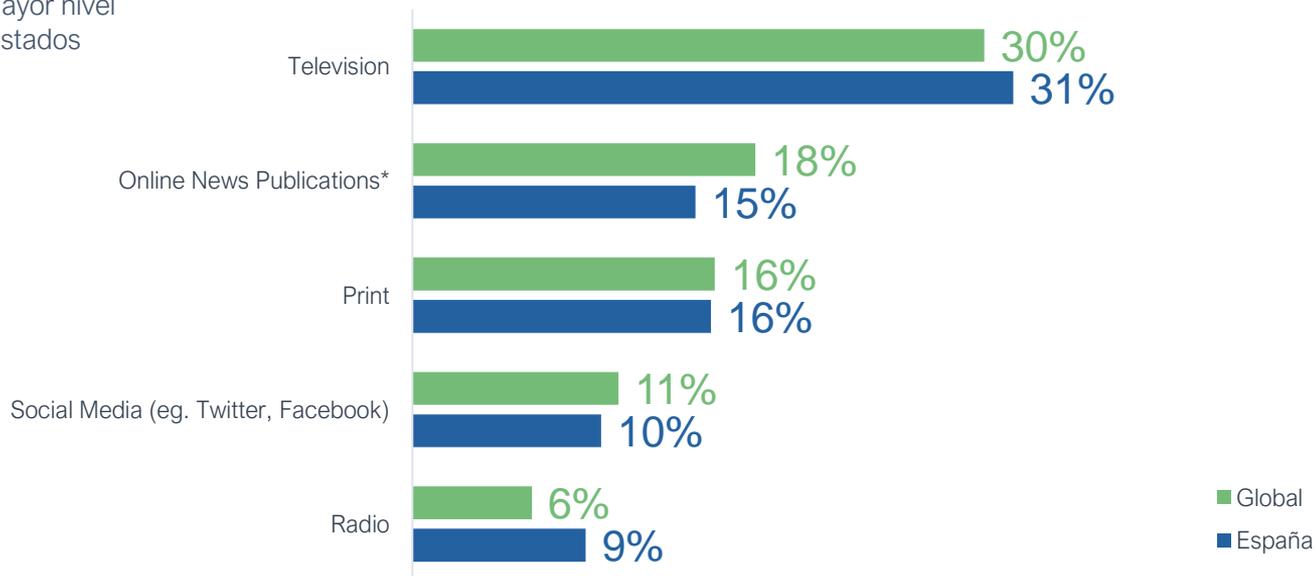
¿Crees que la proliferación de noticias falsas te ha llevado a buscar nuevas fuentes de noticias en las que confiar?,  
% de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q12. Has the widely reported rise of 'fake news' made you more likely to find your news from news outlets you trust?

# TV y medios especializados son los que generan mayor confianza en lo que se refiere a noticias

¿Qué medios te generan mayor nivel de confianza?, % de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018  
Q17. From which media types are you most likely to trust/ remember advertising/ brand content?

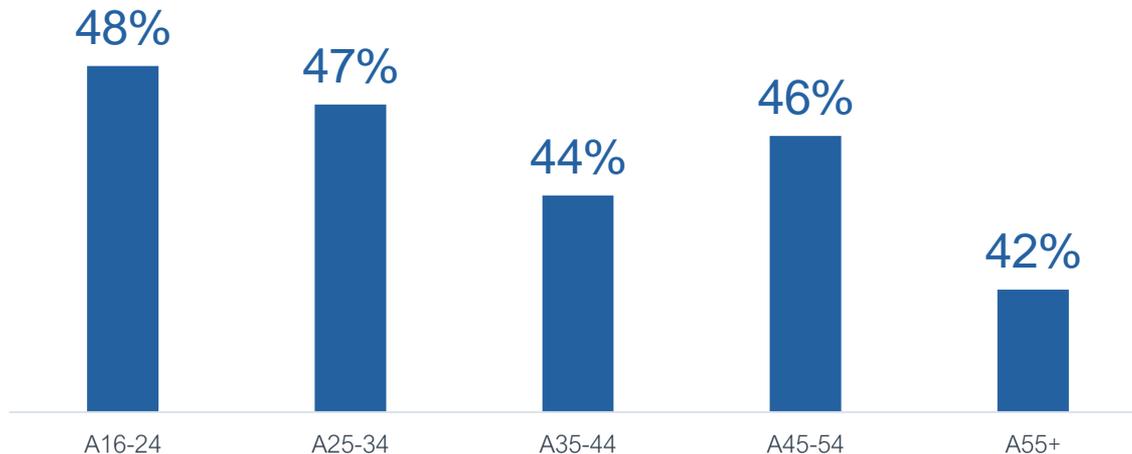
La calidad influye en el recuerdo



# La calidad mejora el recuerdo

La calidad de la creatividad influye de forma positiva en el recuerdo del anuncio

La calidad influye de forma positiva en el recuerdo del anuncio/brand content, % de encuestados



Source: Teads' proprietary study fielded by CensusWide, "In News We Trust", 2018 Q20. What positively impacts how well you remember the advert you've seen

# Conclusiones

---

- 1 Los individuos encuestados leen noticias de forma constante a lo largo del día, independientemente del medio.
- 2 Los medios más populares para consumir contenidos de noticias son Online y la televisión.
- 3 Los consumidores son más proclives a buscar noticias en fuentes de noticias en las que confían
- 4 El Social media se considera la fuente con mayor cantidad de noticias falsas, convirtiéndolo en el medio menos fiable
- 5 La calidad de la creatividad es el factor que más influye de forma positiva en el recuerdo del anuncio.



Who  
Mill  
pho

ostin  
be  
have  
osting

Clare  
his s  
cant  
return

erency is op  
e bespoke ye  
ous talents. So why, for his  
terrestrial TV, has he chosen  
a 20-year-old gameshow?

Jeremy Clarkson makes two types of shows. The  
successful ones, such as Top Gear and The  
Grand Tour, that he has managed to hijack and  
forge in his own image. And then there are the less  
successful ones; the ones that could be hosted by  
anyone, the ones where he is the great  
hand.

Clarkson has just be  
of Who Wants to be  
second type of show

to kick out for this weekend  
Mourinho has gradually become  
st manager whose motto might  
be "His 2011-12 La Liga  
title was led by the always  
talida. They piled up records  
12 wins. Yet while exciting to  
accused of playing on the  
an seizing the initiative and  
Lionel Messi's Barcelona

United fans look at free-flowing runaway leaders,  
Manchester City, and Jürgen Klopp's visitors and  
wonder how exciting United might be if Mourinho  
allowed more freedom.

The conundrum was laid open in Monday's 3-2  
win at Crystal Palace. Only when trailing 2-0 in the  
second half and Mourinho's hand was forced did  
United fizz.

¡Gracias!