

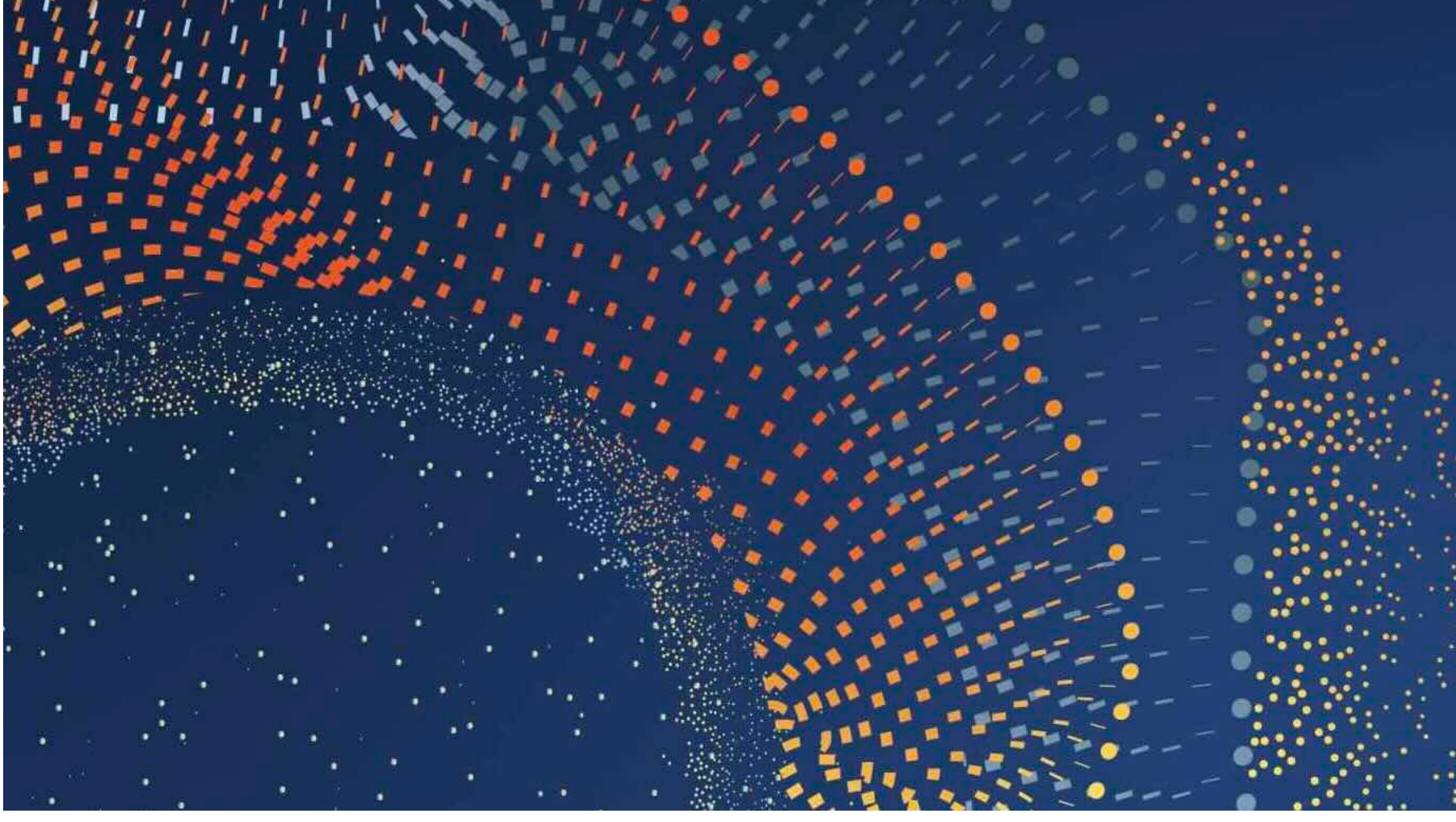
Digital News Report 2026

Nuestro informe sobre consumo de noticias, en español

Panorámica

A medida que el mundo se transforma a un ritmo acelerado, los medios informan y actualizan sobre estos acontecimientos las 24 horas, compitiendo por una porción de las cuatro a cinco horas diarias que las personas dedican a sus teléfonos inteligentes: para algunas, esto implica la oportunidad de mantenerse al tanto de las noticias mientras se desarrollan; para otras, el riesgo de crear una sensación de sobrecarga.

Este año, los datos marcan una mayor volatilidad que refleja la ascendente percepción de incertidumbre. En las respuestas a nuestra encuesta notamos ansiedad, desinterés y cinismo, pero también apertura a nuevas fuentes y formatos, y una fe inquebrantable en lo que el periodismo, en su mejor expresión, puede ofrecer. | [Empieza a leer](#)



Explora el resumen ejecutivo

Por primera vez, las plataformas son más populares en todo el mundo que la televisión y los sitios web de noticias, escribe el autor principal, Jim Egan.

Inicio

Resumen ejecutivo

Explora los datos

Análisis por país

[PDF en inglés](#)

Nuevos usos de los chatbots para las noticias

Por Amy Ross Arguedas

El paisaje cambiante del video informativo

Por Craig T. Robertson

Así influyen los creadores de contenido informativo en los medios y en la política

Por Nic Newman

Por qué la televisión los periódicos y las radios están perdiendo audiencia

Por Richard Fletcher

Cómo piensan las audiencias sobre la imparcialidad

Por Rasmus Kleis Nielsen

¿Cree la gente que los medios informativos públicos son buenos para su país?

Por Jim Egan

Explora los datos en nuestro interactivo



Explora nuestro análisis por país

País

Claves de cada país

Brasil. Los chatbots (13%) y los pódcast (11%) ya superan a los medios impresos (7%) como fuentes de información.

Perú (46%), **México** (39%) y **Colombia** (35%) son los países hispanohablantes con mayor porcentaje de personas que se informan mediante creadores o influencers.

Colombia (25%) y **Argentina** (26%) son los países de Latinoamérica con menor porcentaje de confianza en las noticias. **Brasil** (36%) y **Chile** (34%) tienen la más alta.

Perú (33%), **México** (27%) y **Chile** (26%) encabezan los países hispanohablantes donde más gente usa TikTok para informarse.

[Sigue nuestro videopódcast](#)

Informes anteriores: [2025](#) | [2024](#) | [2023](#) | [2022](#) | [2021](#) | [2020](#) | [2019](#) | [2018](#) | [2017](#) | [2016](#) | [2015](#) | [2014](#) | [2013](#) | [2012](#)

Principal patrocinador

Otros patrocinadores

Traducción financiada por

1 de enero de 19701 de enero de 1970



About us

What we do
People
Funders

Our work

Reporting
Research
Events

Our programmes

Fellowship
Leadership
Climate network

Contact us

reuters.institute@politics.ox.ac.uk
13 Norham Gardens, Oxford, OX2 6PS

