

DÍA MUNDIAL DE LA RADIO



Seis de cada diez jóvenes consideran la radio una de las fuentes de información más fiables, aunque solo el 14% la escucha

- **El 45% de los españoles confía en ella como medio informativo, ocho puntos más que quienes confían en la prensa, y 13 por encima de quienes confían en la televisión**
- **El 54% de los españoles escucha la radio al menos una vez por semana, el porcentaje más bajo de los países de la zona euro, con Irlanda (88%), Austria (84%), Luxemburgo (82%) y Bélgica (81%) en cabeza**

MADRID, **13/02/2024** | La radio es el medio de comunicación que más confianza genera en España para informarse. Aunque el porcentaje de personas que tienden a confiar en ella (45%) es más bajo que en otros países europeos, supera en ocho puntos al de quienes confían en la prensa, y en 13, al de quienes confían en la televisión. Es una de las conclusiones que se desprenden de la Encuesta de Medios y Noticias (Media & News Survey) del Eurobarómetro, que **Funcas** ha analizado con motivo de la celebración hoy del [Día Mundial de la Radio](#).

Un Día Mundial que tiene origen español, pues la iniciativa partió de la Academia de Radio Española, obteniendo en 2011 el apoyo del Consejo Ejecutivo de la UNESCO, y en 2012 el de la Asamblea General de la ONU, que eligió el 13 de febrero porque fue el día en el que, en 1946, se creó Radio Naciones Unidas. La televisión, con una historia más corta, había alcanzado la distinción de Día Mundial 15 años antes, en 1997.

La consideración de la radio como medio que suscita más confianza a la hora de informarse también se ha constatado en el Estudio sobre audiencias de medios de comunicación social realizado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) entre septiembre y octubre de 2023. Si bien hay grandes diferencias por grupos de edad en cuanto al uso de la radio como fuente de información -apenas uno de cada seis entrevistados de 18 a 24 años, y uno de cada cuatro de 25 a 34 años se informan a través de ella, mientras que entre los mayores de 45 años lo hace más de la mitad-, estas se reducen de manera significativa cuando se pregunta por [la confianza que merece la radio](#). Los jóvenes (“generación Z” o “nativos digitales”) afirman confiar mucho o bastante en ella en una proporción similar (59%) a la observada entre la población que con más frecuencia la escucha; por el contrario, muestran una

confianza escasa en las redes sociales (27%), a través de las cuales la mayoría de ellos suele informarse. Se observa, por tanto, la paradoja de que los jóvenes se informan escasamente a través de los medios en los que más confían, y lo hacen de forma masiva a través de aquellos en los que menos confían.

A pesar de la confianza que suscita la radio en España como medio informativo, la edición de 2022 de la Encuesta de Medios y Noticias (Media & News Survey) del Eurobarómetro mostraba que el porcentaje de personas que la escuchan al menos una vez por semana es el más bajo de los países de la zona euro. Si bien la escucha algo más de la mitad de la población mayor de edad (54%), esta proporción es bastante menor que las observadas en otros países del sur de Europa, como Grecia (69%), Italia (68%) o Portugal (63%), y muy inferior a las que presentan los países del Benelux, todas ellas en el entorno del 80%, o Irlanda, que se aproxima al 90%.

Los datos más recientes de esta encuesta apuntalan la evidencia de una tendencia descendente de la audiencia de la radio en los últimos años. Los entrevistados que señalan la radio como primer medio a través del que se informan o como uno de los medios preferentes para informarse cayeron entre 2022 y 2023: en el primer caso del 13% al 12%, y en el segundo del 36% al 30%. Esta caída en el uso de la radio como medio informativo no es generalizable a los países de la eurozona, aunque sí se aprecia con claridad en algunos.

No obstante, el menor uso informativo de la radio no se circunscribe a ella, sino que afecta a los medios de comunicación predominantes antes de la irrupción de los medios digitales y las redes sociales; es decir, a la televisión y a la prensa impresa. En cambio, la prensa digital, los blogs o redes sociales y las apps de mensajería han ganado presencia en la lista de medios más usados para informarse.

Función de acompañamiento

Si hay una función social en la que la radio destaca sobre otros medios es la del acompañamiento. Por sus características técnicas y de programación, la radio es el medio más capaz de proveer eficazmente compañía a cualquier hora del día, en cualquier entorno y utilizando dispositivos económicamente muy accesibles. De ahí que, en sociedades en las que se la soledad se extiende, la radio y el periodismo radiofónico adquieren todavía más importancia. Según la tercera ola de 2023 del Estudio General de Medios, algo más 22,6 millones de personas en España escuchan a diario la radio durante aproximadamente hora y media al día (93 minutos de media). Aunque no dispongamos de datos para conocer cuántas de ellas sintonizan emisoras para, deliberadamente o no, sentirse acompañados, no parece arriesgado suponer que son multitud.

Coincidiendo con la celebración de determinados Días Internacionales o Mundiales, Funcas ofrece cada mes de 2024 un breve análisis sobre cuestiones que, por su importancia universal, marcan el calendario. El objetivo de estos análisis consiste en llamar la atención sobre datos que indican problemas o dificultades en la sociedad española, aportando información para una discusión pública fundada en evidencias.