



DÍA MUNDIAL DE LA TELEVISIÓN

Dirección de Estudios Sociales

Noviembre 2024

La televisión como medio de información: brecha generacional de consumo, pero no de confianza

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES - esociales@funcas.es | 21 DE NOVIEMBRE DE 2024

La televisión ha vuelto a demostrar durante la DANA de Valencia su gran poder informativo en directo: información a través de palabras que describían los hechos, de testimonios *in situ*, pero, sobre todo, a través de las imágenes que han captado no solo el alcance de la devastación física, sino también su impacto emocional y psíquico, generando sentimientos de comunidad y solidaridad. Aun cuando la televisión ya no ostenta el monopolio de la comunicación audiovisual y, de hecho, la comparativamente mayor agilidad y rapidez de respuesta de la comunicación *online* puede desplazar su uso en momentos de alta intensidad informativa, en circunstancias tan dramáticas como las vividas desde el 29 de octubre aparece como una suerte de “valor refugio” informativo¹.

Ahora bien, aunque las catástrofes geográficamente próximas disparan la búsqueda de información, es poco probable que los individuos cambien radicalmente sus pautas de uso de los medios de comunicación. Quienes utilizan preferentemente un medio determinado para informarse lo consultarán más frecuentemente, pero que un medio gane nuevos usuarios parece improbable, y, más todavía, que si los gana, los estabilice.

Carecemos todavía de datos sobre el uso de la televisión a lo largo de estas últimas semanas, pero contamos con información de un Eurobarómetro Flash relativamente reciente sobre cuántos europeos utilizan la televisión y otros medios para acceder a las noticias. Los datos se recogieron en octubre de 2023, un mes crítico desde el punto de vista informativo, habida cuenta de que el 7 de octubre se produjeron los ataques terroristas de Hamás contra Israel. En ese contexto, a la pregunta “¿cuál de los siguientes medios de comunicación ha utilizado más para acceder a las noticias en los últimos siete días?”, un 74 % de los encuestados en España incluyó a la televisión entre sus fuentes informativas, casi 45 puntos por encima de la radio (30 %) (cuadro 1).

A esta posición tan destacada de la televisión como medio informativo subyacen diferencias sustantivas por edad: menciona la televisión el 87 % de los encuestados de 65 años o más, pero solo el 53 % de los más jóvenes (15-24 años). Estos últimos declararon utilizar en la misma medida las redes sociales (55 %), cuyo consumo es minoritario entre los encuestados de 65 años o más (16 %).

En la comparación internacional, España muestra un uso informativo de la televisión de nivel medio-alto, situándose, con su 74 %, en el séptimo lugar de los países de la Unión Europea, a ocho puntos porcentuales del nivel máximo de Portugal (82 %), pero con cifras muy parecidas a las de otros grandes países europeos, como Italia o Francia (gráfico 1).

¹ Por ejemplo, sobre el aumento de consumo televisivo que se produjo ante el temporal Filomena, véase <https://www.programapublicidad.com/informe-barlovento-filomena-dispara-consumo-tv-30-min/>

Cuadro 1. Medio de comunicación más utilizado para acceder a las noticias en la última semana. España, octubre 2023

Porcentajes por grupo de edad. Respuesta múltiple

	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	≥65	Total
Radio	7	27	27	33	37	38	30
TV	53	68	69	70	83	87	74
Prensa (impresa)	7	23	14	17	21	18	17
Prensa o plataformas de noticias en línea	29	30	37	44	33	41	37
Plataformas de video (como Youtube, etc.)	21	24	19	13	12	7	15
Podcast	11	1	6	3	1	3	4
Redes sociales (como Facebook, Instagram, etc.)	55	51	32	25	19	16	30
Aplicaciones de mensajería (como Whatsapp, Messenger, etc.)	19	15	10	10	9	7	11
Blogs	4	3	4	2	0	2	2
No ha consultado las noticias en los últimos siete días	7	2	6	4	8	10	6

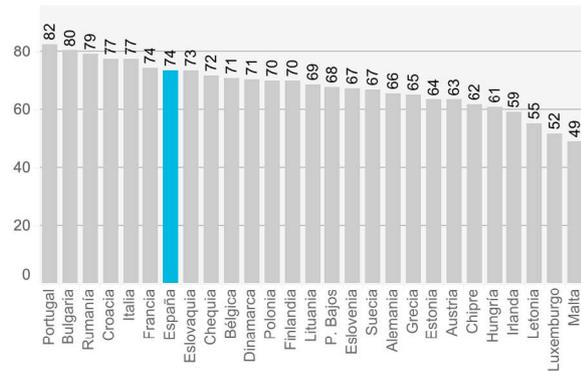
Pregunta: "¿Cuál de los siguientes medios de comunicación ha utilizado más para acceder a las noticias en los últimos siete días?". Total menciones.
Fuente: Elaboración propia con el fichero de microdatos del Eurobarómetro Flash 3153.

España se encuentra asimismo entre los países europeos que mayor uso “preferente” hacen de la televisión como primera opción informativa: le concede esta posición privilegiada el 40 %, solo a cinco puntos de la República Checa, el país con mayor porcentaje de menciones (45 %) (gráfico 2). De nuevo, este comparativamente elevado consumo preferente de la televisión se da, sobre todo, en el colectivo de los mayores, entre quienes las menciones a la televisión como primera opción superan la mitad (53 %). En cambio, menos de una cuarta parte de los encuestados entre 15 y 24 años (23 %) conceden a la televisión un papel prioritario en sus prácticas de información.

Datos del CIS correspondientes a septiembre de 2023 confirman tanto el uso mayoritario y prioritario de la televisión para informarse en la población adulta española como la existencia de notables diferencias por edad (cuadro 2). Suele informarse mediante la televisión el 70 % de los entrevistados de 18 años o más, a cierta distancia de quienes mencionan la prensa (en papel o digital: 55 %), la radio (44 %) o las redes sociales (44 %). Casi nueve de cada diez encuestados de 65 años o más (86 %) acostumbran a informarse a través de la televisión. La proporción desciende a la mitad entre los encuestados más jóvenes (18-24 años), un grupo de edad en el que las redes sociales y superan a la televisión como medio más habitual para acceder a noticias (81 %).

Gráfico 1. La TV como medio más utilizado para acceder a las noticias en la última semana. UE-27, octubre 2023

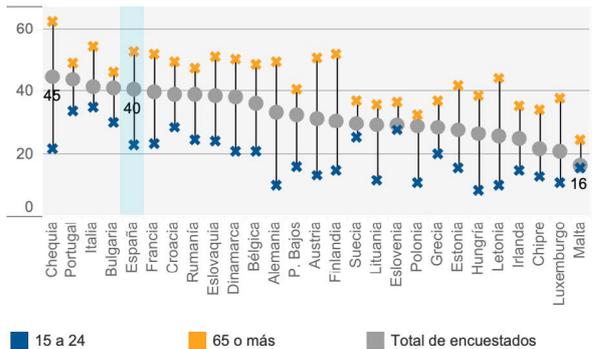
Porcentajes. Respuesta múltiple



Pregunta: "¿Cuál de los siguientes medios de comunicación ha utilizado más para acceder a las noticias en los últimos siete días? Televisión".
Fuente: Elaboración propia con el fichero de microdatos del Eurobarómetro Flash 3153.

Gráfico 2. La TV como medio más utilizado para acceder a las noticias en la última semana por grupos de edad. UE-27, octubre 2023

Porcentajes del total y por grupo de edad. Menciones a la TV en primer lugar



Pregunta: "¿Cuál de los siguientes medios de comunicación ha utilizado más para acceder a las noticias en los últimos siete días? Televisión".
Fuente: Elaboración propia con el fichero de microdatos del Eurobarómetro Flash 3153.

Cuadro 2. Medio de comunicación habitual para informarse. España, septiembre 2023
Porcentajes por grupo de edad. Respuesta múltiple

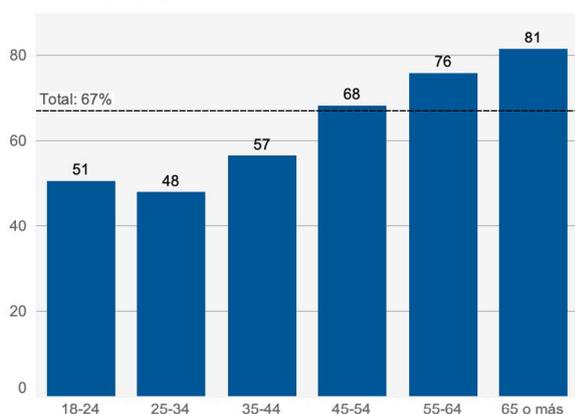
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	≥65	Total
Televisión	55	48	59	70	78	86	70
Prensa, en formato impreso o digital	36	54	58	57	59	55	55
Radio	14	25	40	51	54	51	44
Redes sociales online	81	71	55	42	34	21	44
Podcasts	21	22	16	11	8	4	12
Blogs	5	5	7	6	4	2	4
(NO LEER) Páginas web de vídeos (YouTube, etc.)	2	2	2	2	2	1	2
Noticias de medios sin especificar (noticias en Google u otros buscadores)	1	1	2	2	3	2	2
Otro	1	1	1	1	0	1	1
Ns/nc	0	0	0	0	0	0	0

Pregunta: "¿A través de qué medios suele usted informarse sobre las noticias de España?".
 Fuente: Elaboración propia con el fichero de microdatos del estudio 3.421 del CIS.

El protagonismo cotidiano de la televisión como medio informativo entre la población de más edad se refleja también en el porcentaje de quienes afirman seguir habitualmente los programas informativos en las cadenas de televisión: lo hacen cuatro de cada cinco entrevistados de 65 años o más (81 %) (gráfico 3), proporción prácticamente igual a la de quienes declaran ver "todos o casi todos los días" los informativos de su cadena preferida (83 %) (gráfico 4). La brecha generacional en el uso informativo de la televisión es palmaria: entre los menores de 25 años, la mitad (51 %) sigue habitualmente los programas informativos en televisión, y solo cuatro de cada diez (37 %) los ven todos o casi todos los días en la cadena que más utilizan para informarse.

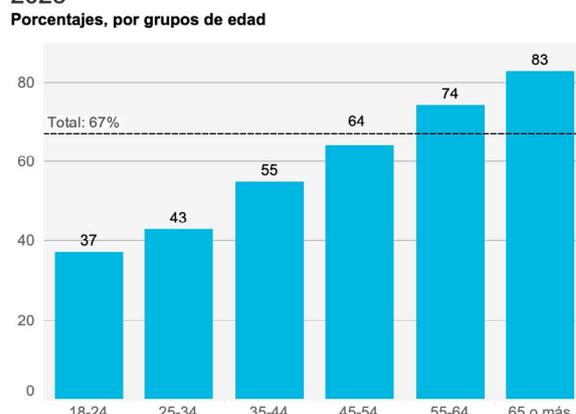
Llama la atención que esta brecha generacional en el uso de la televisión como medio para informarse no obedezca a una disparidad en los niveles de confianza que las distintas generaciones depositan en ese medio. Según los datos de la misma encuesta del CIS, en septiembre de 2023 el porcentaje de quienes afirmaban confiar "mucho" o "bastante" en las noticias ofrecidas por las cadenas de televisión era incluso más alto entre los encuestados de 18 a 24 años (45 %) que entre los de 65 años o más (40 %), sin que los datos permitan distinguir un gradiente claro en función de la edad (cuadro 3). Sí existen, sin embargo, graduales diferencias en la confianza depositada en las redes sociales como fuente informativa, mucho menor entre los mayores que entre los jóvenes.

Gráfico 3. Personas que siguen habitualmente los informativos de TV. España, septiembre 2023
Porcentajes, por grupos de edad



Pregunta: "¿Podría decirme, por lo general, con qué frecuencia suele usted ver los programas informativos de (cadena de televisión citada)?".
 Fuente: Elaboración propia con el fichero microdatos del estudio 3.421 del CIS.

Gráfico 4. Personas que ven los informativos todos o casi todos los días. España, septiembre 2023
Porcentajes, por grupos de edad



Pregunta: "¿Suele usted seguir habitualmente los programas informativos que se dan en las cadenas de televisión?".
 Fuente: Elaboración propia con el fichero de microdatos del estudio 3.421 del CIS.

Cuadro 3. Confianza en las noticias de los distintos medios. España, septiembre 2023

Porcentajes

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	≥65	Total
La prensa escrita	64	56	56	59	54	42	53
Las cadenas de televisión	45	33	38	45	45	40	41
Las emisoras de radio	59	55	57	62	58	47	55
Las redes sociales	27	24	17	14	12	8	15

Pregunta: "En general, por lo que usted sabe, ¿qué confianza, mucha, bastante, poca o ninguna, le merecen las noticias que dan habitualmente los siguientes medios...? Mucha + bastante".

Fuente: Elaboración propia con el fichero de microdatos del estudio 3.421 del CIS.

Los datos aquí presentados, en conjunto, indican la fortaleza de la función informativa de la televisión en España. En un escenario de extraordinario aumento de la competencia de canales de comunicación audiovisual y de flexibilización en los comportamientos de consumo individual, la televisión mantiene su posición de referente informativo. Sin embargo, la intensa penetración de las redes sociales entre las generaciones más jóvenes conduce a que muchos busquen en ellas el tipo de información que tradicionalmente ha ofrecido la televisión: noticias sintéticas respaldadas por imágenes significativas, que “hablan por sí mismas”. Que este comportamiento de los jóvenes se consolide y marque sus conductas informativas a medida que cumplen años es probablemente el mayor reto al que se enfrenta la televisión. Pero su mayor activo es la ventaja de confianza que todavía ostenta respecto a las redes sociales como medio informativo. Mantener esa ventaja exige practicar un periodismo de calidad, con predominio de la cobertura de noticias en directo, promoviendo la información veraz y plural. El futuro de la televisión como medio informativo depende, en buena medida, del cumplimiento de esa exigencia. ≡

Four takeaways

- In Spain, 74% of people aged 15 and over include television among the media they use most for information, making it, thus, the most widespread means of information in the country. Spain shows a medium-high level of television use to access news, ranking seventh in the European Union, with Portugal exhibiting the highest percentage (82%).
- The age gap in the use of television to access news is notorious in Spain: 87% of the population aged 65 and over use it, compared to 53% of those aged between 15 and 24 years.
- Social media are used almost the same as television by the younger cohort (55%) but is minimal among the elderly (16%).
- Young people's lower television news consumption is not due to a lower level of trust in the medium: the proportion of the youth who trust television news "a lot" or "quite a lot" even exceeds that of the elderly.