

DÍA INTERNACIONAL DE LA TELEVISIÓN



## Tres de cada cuatro españoles utilizan la televisión para informarse

- **La brecha generacional es evidente: utiliza la televisión para informarse el 87% de los encuestados de 65 años o más frente al 53% de los más jóvenes (15-24 años)**
- **El menor uso informativo de la televisión que hacen los jóvenes no responde a una menor confianza en el medio: de hecho, el porcentaje de encuestados jóvenes que confían "mucho" o "bastante" en las noticias de televisión supera al de los mayores**
- **España ocupa el séptimo lugar en la UE en cuanto a consumo informativo de la televisión, a ocho puntos del máximo de Portugal (82%), una cifra similar a la de Italia o Francia**

MADRID, **21/11/2024** | La televisión mantiene una posición destacada como medio informativo a pesar del extraordinario aumento de la competencia en la comunicación audiovisual y de flexibilización en los comportamientos de consumo individual. Esta fortaleza de la función informativa de la televisión en España se hace más palpable cuando se producen episodios extraordinarios como la DANA de Valencia. Funcas ha analizado diversos datos sobre el consumo televisivo con motivo del [Día Internacional de la Televisión](#), que se celebra hoy jueves 21 de noviembre.

Según un Eurobarómetro Flash sobre el uso de la televisión y de otros medios para acceder a las noticias, 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. 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.

Los datos muestran diferencias significativas 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 del nivel máximo de Portugal (82%), pero con cifras muy parecidas a las de otros grandes países europeos, como Italia o Francia.

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. Suele informarse mediante la televisión el 70% de los entrevistados de 18 o más años, 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 (un 86%) acostumbran a informarse a través de la televisión. La proporción desciende a poco más de la mitad (55%) en el grupo de los encuestados más jóvenes (18-24 años), entre los cuales las redes sociales ya superan a la televisión como medio más habitual para acceder a noticias (81%).

La brecha generacional en el uso de la televisión como medio para informarse no obedece 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%).

La intensa penetración de las redes sociales entre los 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.

*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.*