

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

(Julio de 2023)

Nota de prensa

## Introducción

El objetivo de este estudio ha sido recoger las costumbres de consumo y la opinión de la población sobre los medios de comunicación. El trabajo de campo se realizó entre los días 5 y 9 de junio de 2023.

## Consumo de medios de comunicación

**La televisión sigue siendo el medio de comunicación más consumido a diario, pero la diferencia generacional es evidente.**

La **televisión** sigue siendo el medio más consumido a diario: el 74% de la población lo consume todos o casi todos los días. Sin embargo, los datos muestran claramente un cambio generacional; de forma que, el porcentaje de quienes consumen televisión a diario va bajando desde el 94% de las y los mayores de 65 años y el 75% entre la población de entre 46 y 64 años, hasta el 57% entre las y los de 30 a 45 años, y hasta solo el 33% de las y los menores de 30 años.

En cuanto a la **radio**, el 64% la escucha más de una vez a la semana y, de nuevo, son las y los más mayores quienes consumen este tipo de medio en mayor medida (72% en 46-64 años y 69% en mayores de 65), mientras que sólo el 27% lo hace entre las y los más jóvenes.

Asimismo, la diferencia entre la **prensa escrita en papel** y la **prensa escrita en Internet** se está extendiendo notablemente en la población en general: el 29% lee prensa en papel más de una vez a la semana, frente al 59% que la lee en Internet. En el caso de las y los más jóvenes (18-29 años) el 10% lee prensa escrita en papel varias veces por semana y el 65% en Internet.

Las **redes sociales** son utilizadas más de una vez a la semana por el 54% de la población, además el 39% consume contenido en las **plataformas online**. Cabe destacar también en este caso la gran diferencia generacional, de forma que el 91% de la juventud utiliza las redes sociales a diario, frente al 23% de las y los mayores de 65 años.

Por último, los **podcasts** son los medios que se consumen con menos frecuencia, ya que el 65% dice no oírlos nunca. Aunque también en este caso parece que están penetrando con fuerza entre la población más joven, y el 36% de las personas de entre 18 y 29 años los oyen varias veces por semana y también el 26% entre las personas de entre 30 y 44 años.

En comparación con los países de la Unión Europea, la población de Euskadi estaría en la media europea en cuanto al consumo diario de televisión, mientras que se encuentra ligeramente por encima en cuanto al consumo de prensa digital, y sobre todo, en cuanto al consumo de radio. En cambio, estaría entre los países que con menos frecuencia consumen redes sociales.

En cuanto a la frecuencia de consumo de las redes sociales, el Whatsapp es la red social más utilizada: el 83% de la población vasca la ha utilizado a menudo en los últimos 7 días. Las siguientes más utilizadas son Youtube y Facebook, utilizadas a menudo o alguna vez por el 59% y el 47% respectivamente.

Telegram y Twitter son, sin embargo, las menos utilizadas: menos de dos de cada diez ciudadanos las utilizan a diario o a menudo.

Exceptuando Whatsapp, que es la red social más utilizada por todos los grupos de edad, existen también diferencias generacionales en cuanto al uso de redes sociales; así, entre los más jóvenes (18-29 años) la red utilizada con mayor frecuencia es Instagram, entre la población de 30 a 44 años se utilizan casi en la misma medida Facebook, Instagram y Youtube, y entre los de 45 y 65 años destaca Facebook. Entre las y los mayores de 65 se utilizan en mucha menor medida las redes sociales, pero también se decantan con mayor frecuencia por Facebook.

## Consumo de información en los medios de comunicación

**La información local es la que más interés despierta y la deportiva la que menos.**

Las **noticias de actualidad** interesan mucho o bastante a tres de cada cuatro personas (74%). Entre esas noticias, las que más interesan son las locales (83%), las culturales (69%), las internacionales (56%), las económicas (54%), las políticas (51%) y las deportivas (40%).

El interés por las noticias sobre economía, ha sido el que más ha bajado desde 2018, pasando del 68% al 54%.

## **La televisión sigue siendo el medio de comunicación preferido para seguir las noticias, a pesar de que Internet es el preferido entre las y los jóvenes.**

Para seguir las noticias de actualidad la televisión sigue siendo el medio preferido, pero año tras año el porcentaje va descendiendo. En 2014 el 76% de las y los vascos elegía seguir las noticias en la televisión a diario, frente al 59% que lo hace en la actualidad.

Internet es el segundo medio más utilizado para seguir noticias sobre el día a día (52%) muy cerca de la televisión, y en continuo ascenso desde 2010 (13%). En este medio, los periódicos on-line son los más utilizados, mientras que los menos utilizados son Google News o agregadores de noticias similares.

El uso de la radio para informarse se mantiene estable y no ha variado desde 2014. El 43% de la población la escucha a diario. De nuevo, son las y los más mayores quienes utilizan la radio en mayor medida para escuchar las noticias.

En cuanto a la frecuencia de consumo de noticias, el 40% lee o escucha más noticias ahora que hace 5 años, otros tantos leen o escuchan la misma cantidad y el 20% ha reducido el consumo de noticias. Las personas que consumen menos noticias ahora, dicen hacerlo porque están cansadas de la cantidad elevada de noticias (37%), a continuación, por la falta de tiempo (33%) y por los efectos negativos que crean en el estado de ánimo (25%). Por último, el 18% dice consumir menos noticias porque son poco fiables o están sesgadas.

## **Confianza y percepción de los medios de comunicación**

### **Los medios de Euskadi generan bastante confianza a la ciudadanía vasca**

La **confianza** en los medios de comunicación ha bajado desde 2018. Si aquel año la confianza en los medios era de 5,7 puntos en una escala de 0 a 10, en 2023 es de 5,3, puntuación parecida a la de 2014. El medio que más confianza inspira es la radio (6,0), seguida de la prensa escrita en papel (5,5) y la televisión (5,1). La que menos, sin embargo, son las redes sociales (3,6), Google News o agregadores similares (3,7), WhatsApp (4,5) y la prensa escrita en Internet (4,8).

8 de cada 10 personas (80%) piensan que los medios de comunicación en Euskadi **ofrecen información fiable**, 7 de cada 10 (72%) que ofrecen pluralidad de puntos de vista y opiniones, y 5 de cada 10 (49%) que ofrecen información libre de presiones políticas o comerciales. Comparativamente con Europa, Euskadi es uno de los lugares que mayor puntuación recoge en el tema de la fiabilidad de la información.

## **Información falsa o fake news**

### **La información bien documentada da mayor credibilidad para la mayoría.**

Ocho de cada diez habitantes de la CAV dicen encontrar información falsa en los medios de comunicación al menos varias veces al mes, mismo porcentaje que en 2018. Mientras que solo el 51% afirma tener capacidad para identificar cuándo la información es falsa.

La mayoría afirma que lo que da veracidad a la información es que esté bien documentada, aunque esta opinión ha caído 8 puntos desde 2018, pasando del 60% al 52%. Por el contrario, aumenta ligeramente la percepción de que lo que da veracidad a la información es la confianza en el medio o en la persona que la comparte, hasta el 23% y 15%, respectivamente.

Por último, para la mayoría, la existencia de información falsa en los medios es un problema para la democracia, pero esta opinión ha descendido ligeramente respecto a hace cinco años: si en 2018 era un problema (grave o en cierta medida) para el 90%, ahora lo es para el 86%.

La **ficha técnica** de este estudio puede consultarse en el informe distribuido. La muestra dirigida a la población mayor de 18 años y supone un total de 1013 entrevistas telefónicas para el conjunto de la CAPV. El error muestral se cifra en un +/- 3,14% para el conjunto de la CAPV con un nivel de confianza de 95,5% y  $p=q=0,5$ . La recogida de información se realizó entre los días 5 y 9 de junio de 2023.

NOTA: El informe completo se puede encontrar en la página Web del Gabinete de Prospección Sociológica:

[http://www.euskadi.eus/estudios\\_sociologicos](http://www.euskadi.eus/estudios_sociologicos)