



Gazteen Euskal Behatokia  
Observatorio Vasco de la Juventud

# Retratos de Juventud 15

\_Medios de  
comunicación\_

Marzo 2012

## Índice

<b>1 – Resultados: Usos y actitudes ante los medios de comunicación.....</b>	<b>1</b>
1.1 – Tipo de medio preferido .....	1
1.1.1 – Para entretenerse .....	1
1.1.2 – Para formarse .....	2
1.1.3 – Para informarse.....	3
1.1.4 – En general.....	6
1.1.5 – Preferencias por tipos de medios, medios tradicionales vs internet.....	7
1.2 – Televisión .....	8
1.2.1 – Frecuencia de consumo de televisión.....	8
1.2.2 – Tiempo dedicado a ver la televisión en día laborable.....	9
1.2.3 – Tiempo dedicado a ver la televisión en día de fin de semana.....	10
1.2.4 – Tipos de programas preferidos .....	11
1.2.5 – Utilidad personal de la televisión .....	13
1.2.6 – Actividades asociadas a la televisión.....	14
1.2.7 – Opinión general sobre la calidad de la programación .....	16
1.2.8 – Características de la televisión de calidad.....	17
1.2.9 – Canal preferido.....	18
1.2.10 – Canal que menos gusta .....	20
1.2.11 – Frecuencia de consumo de programas informativos.....	21
1.2.12 – Canal preferido para ver informativos.....	22
1.3 – Prensa diaria .....	23
1.3.1 – Frecuencia de consumo de periódicos .....	23
1.3.2 – Tipo de prensa que lee: de información general, deportiva, económica.....	24
1.3.3 – Secciones que más se leen .....	25
1.3.4 – Periódico que más se lee.....	27
1.4 – Radio .....	29
1.4.1 – Frecuencia de consumo de radio.....	29
1.4.2 – Tiempo dedicado a escuchar la radio en día laborable .....	30
1.4.3 – Tiempo dedicado a escuchar la radio en día de fin de semana .....	31
1.4.4 – Lugar de consumo de radio .....	32
1.4.5 – Tipos de programas más escuchados .....	33
1.4.6 – Emisora que más se escucha .....	34
1.4.7 – Utilidad personal de la radio .....	36
1.5 – Internet .....	37
1.5.1 – Actitud general ante el uso de las nuevas tecnologías.....	37
1.5.2 – Utilización de Internet los últimos 12 meses.....	38
1.5.3 – Frecuencia de consumo de Internet .....	39
1.5.4 – Tiempo dedicado a navegar por Internet en día laborable .....	40
1.5.5 – Tiempo dedicado a navegar por Internet en día de fin de semana .....	41
1.5.6 – Medio por el que se conecta a Internet.....	42
1.5.7 – Lugar en que utiliza Internet .....	43
1.5.8 – Utilidad personal de Internet .....	44
1.5.9 – Actividades para las que se usa Internet.....	45
1.5.10 – Productos o servicios adquiridos por Internet.....	47
1.5.11 – Motivos para comprar por Internet.....	48

1.6 – Redes sociales .....	49
1.6.1 – Redes sociales utilizadas.....	49
1.6.2 – Utilidad principal de las redes sociales .....	50
1.6.3 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con las amistades.....	51
1.6.4 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con la familia.....	52
1.6.5 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con compañeros/as de trabajo o estudio.....	53
1.6.6 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con otras personas.....	54
<b>2 – Análisis: Un cambio generacional.....</b>	<b>55</b>
2.1 – Análisis intergeneracional: jóvenes de 15 a 29 años vs. adultos de más de 29.....	55
2.1.1 – Informativos.....	55
2.1.2 – Internet.....	60
2.1.3 – Redes sociales.....	64
2.2 – Análisis intrageneracional: grupo de jóvenes de 15 a 29 años.....	66
2.2.1 – Por grupos de edad.....	66
2.2.2 – Otras variables .....	72
2.3 – Conclusiones.....	76
2.3.1 - Diferencias intergeneracionales entre la población joven y la adulta.....	76
2.3.2 - Diferencias intrageneracionales en el colectivo de jóvenes.....	76
<b>3 – Ficha técnica .....</b>	<b>78</b>
<b>4 – Características de la población de 15 a 29 años entrevistada.....</b>	<b>79</b>
<b>5 – Anexo: Resultados por colectivos.....</b>	<b>81</b>

## 1 – Resultados: Usos y actitudes ante los medios de comunicación

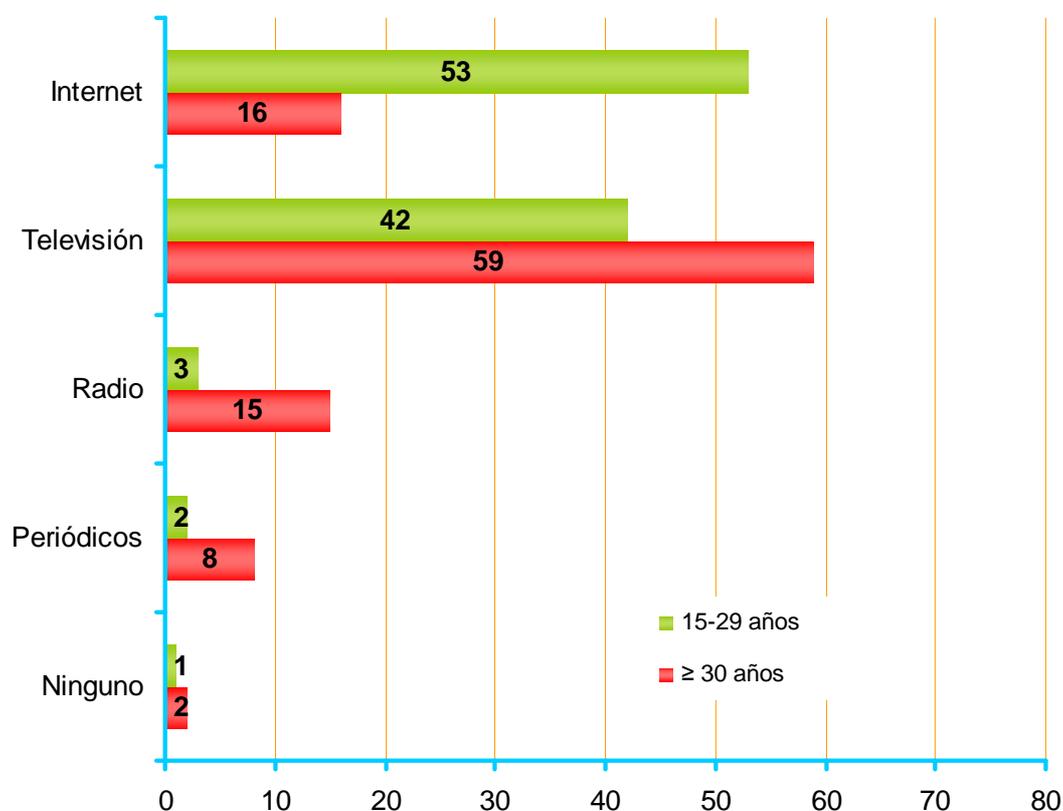
### 1.1 – Tipo de medio preferido

#### 1.1.1 – Para entretenerse

		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Internet	53	16
	Televisión	42	59
	Radio	3	15
	Periódicos	2	8
	Ninguno	1	2
	Ns/Nc	0	0
	Porcentajes verticales	100	100



Página para consultar los resultados por colectivos: **82**.

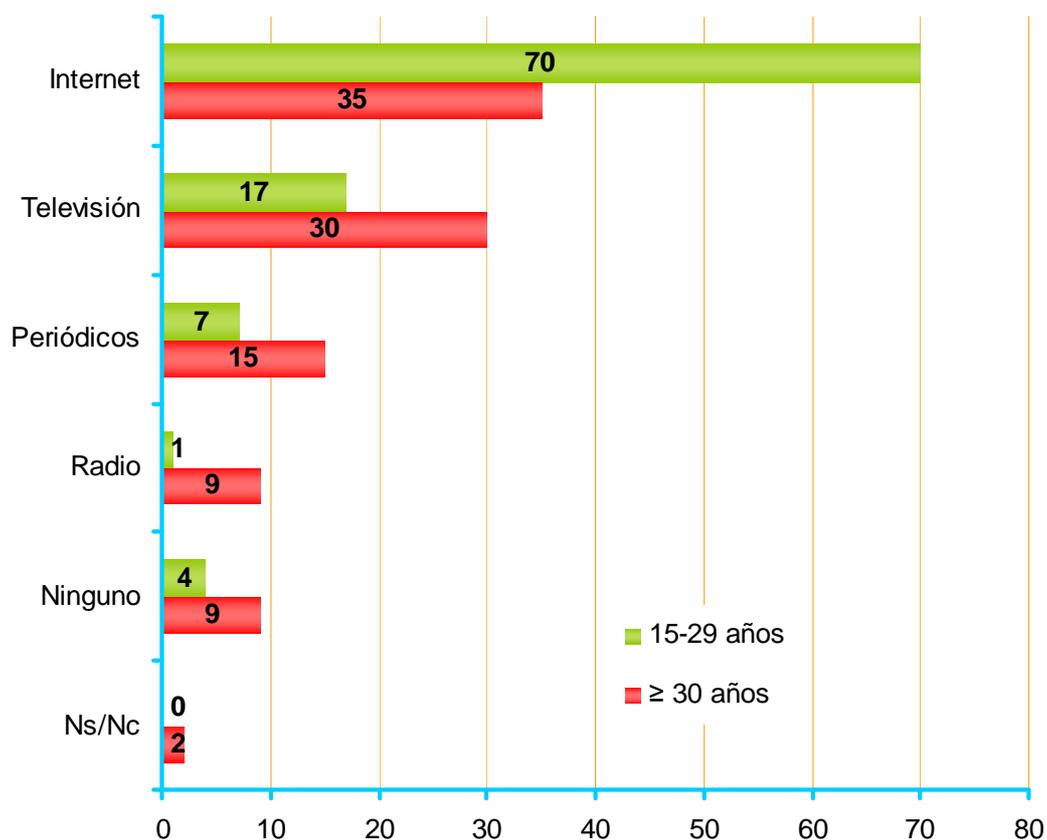


### 1.1.2 – Para formarse

		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Internet	<b>70</b>	35
	Televisión	<b>17</b>	30
	Periódicos	<b>7</b>	15
	Radio	<b>1</b>	9
	Ninguno	<b>4</b>	9
	Ns/Nc	<b>0</b>	2
Porcentajes verticales		100	100



Página para consultar los resultados por colectivos: **85**.

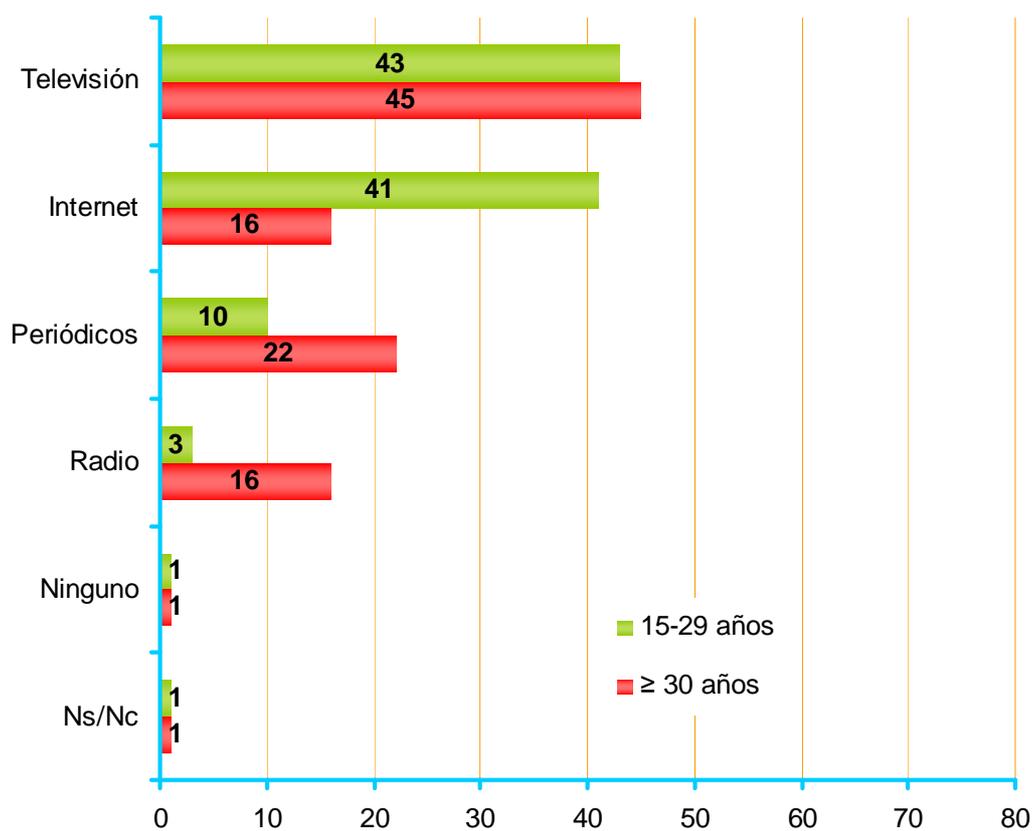


### 1.1.3 – Para informarse

		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
¿Y QUÉ MEDIO PREFIERE PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	<b>43</b>	45
	Internet	<b>41</b>	16
	Periódicos	<b>10</b>	22
	Radio	<b>3</b>	16
	Ninguno	<b>1</b>	1
	Ns/Nc	<b>1</b>	1
	Porcentajes verticales	100	100



Página para consultar los resultados por colectivos: **88**.

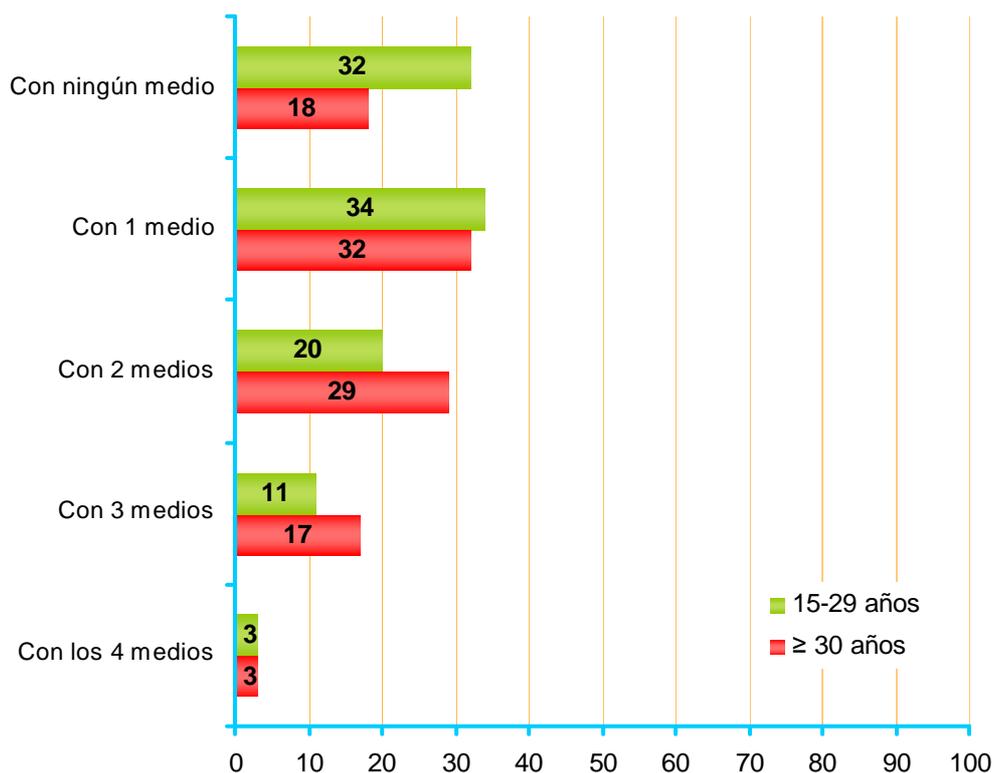


	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET) *	Con ningún medio	<b>32</b>	18
	Con 1 medio	<b>34</b>	32
	Con 2 medios	<b>20</b>	29
	Con 3 medios	<b>11</b>	17
	Con los 4 medios	<b>3</b>	3
Porcentajes verticales	100	100	

\* Nuevo indicador creado a partir de varias preguntas de la encuesta: el uso frecuente de cada medio y su utilización para el seguimiento de la actualidad. En ese nuevo indicador cada persona bien no accede a información de la actualidad con ningún medio, bien lo hace con uno, bien con dos, bien con tres, bien con los cuatro posibles medios



Página para consultar los resultados por colectivos: 91.

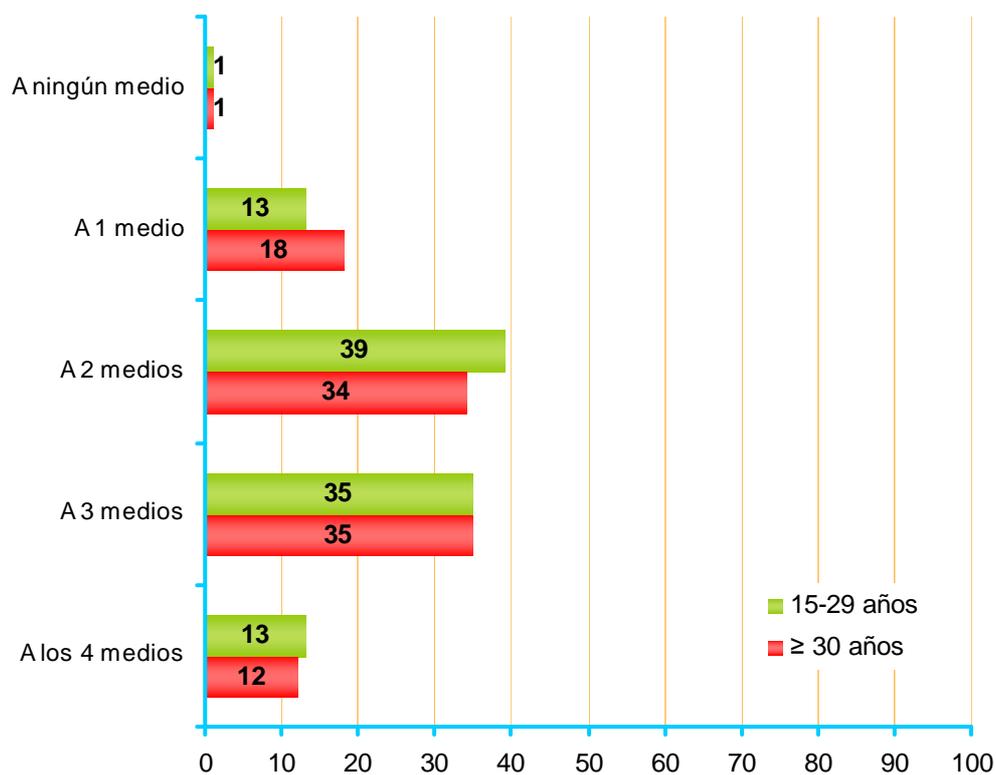


	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET) *	A ningún medio	1	1
	A 1 medio	13	18
	A 2 medios	39	34
	A 3 medios	35	35
	A los 4 medios	13	12
Porcentajes verticales	100	100	

\* Nuevo indicador general a partir del número de medios de los cuatro posibles (TV, prensa, radio e Internet) a los que cada persona se expone frecuentemente (al menos 4 días a la semana, excepto en el caso de la prensa escrita donde se refiere al que se realiza al menos 3 días a la semana)



Página para consultar los resultados por colectivos: 91.

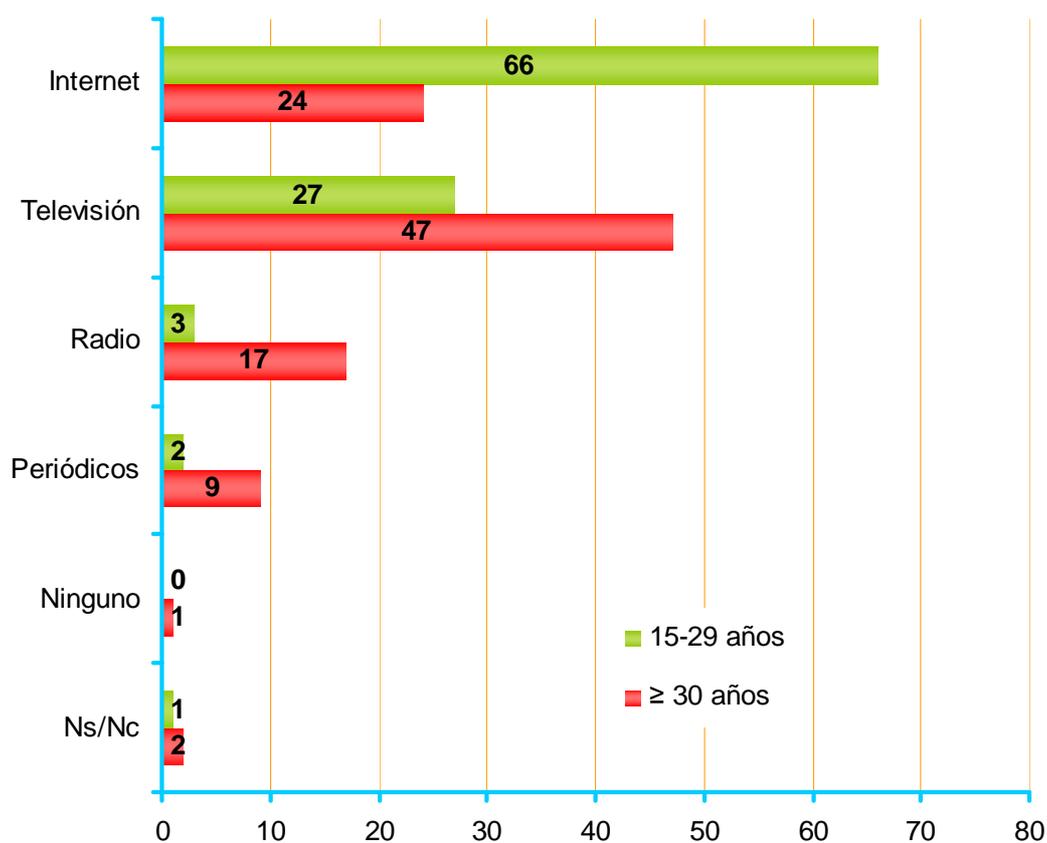


### 1.1.4 – En general

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Internet	66	24
	Televisión	27	47
	Radio	3	17
	Periódicos	2	9
	Ninguno	0	1
	Ns/Nc	1	2
	Porcentajes verticales	100	100



Página para consultar los resultados por colectivos: **94**.



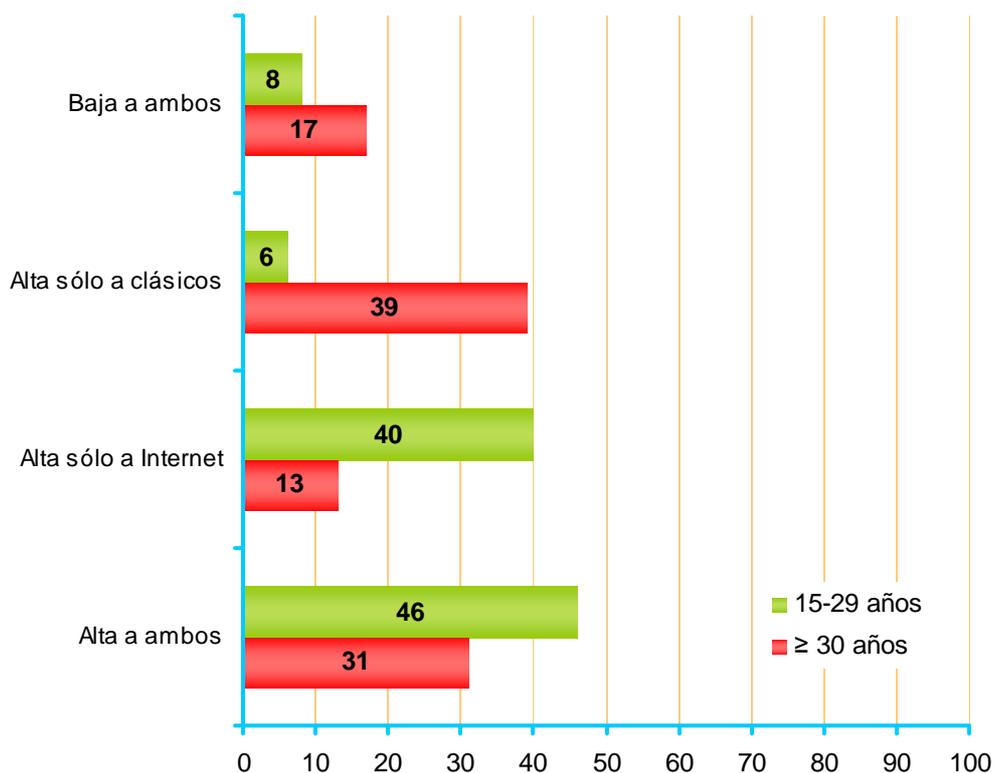
### 1.1.5 – Preferencias por tipos de medios, medios tradicionales vs internet

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET *	Baja a ambos	8	17
	Alta sólo a clásicos	6	39
	Alta sólo a Internet	40	13
	Alta a ambos	46	31
Porcentajes verticales	100	100	

\* Esta información procede de un nuevo indicador generado en base a varias preguntas del cuestionario. Indicador que, como su nombre señala, hace referencia a si la persona utiliza poco tanto los medios clásicos (TV, prensa y radio) como Internet (“baja a ambos”), si sólo accede frecuentemente a TV, prensa y radio (“alta sólo a clásicos”), si sólo utiliza con asiduidad Internet (“alta sólo a Internet”) o si usa frecuentemente los cuatro posibles medios (“alta a ambos”).



Página para consultar los resultados por colectivos: **97**.



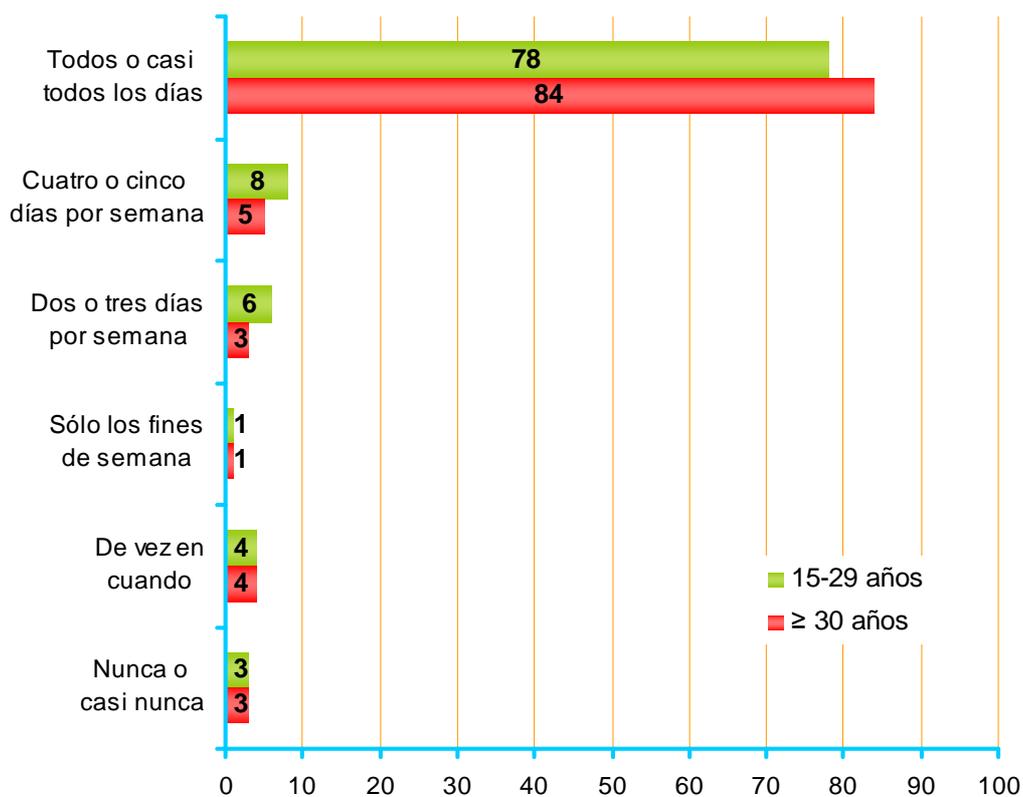
## 1.2 – Televisión

### 1.2.1 – Frecuencia de consumo de televisión

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
Todos o casi todos los días	<b>78</b>	84
Cuatro o cinco días por semana	<b>8</b>	5
Dos o tres días por semana	<b>6</b>	3
Sólo los fines de semana	<b>1</b>	1
De vez en cuando	<b>4</b>	4
Nunca o casi nunca	<b>3</b>	3
Ns/Nc	<b>0</b>	0
Porcentajes verticales	100	100



Página para consultar los resultados por colectivos: **99**.



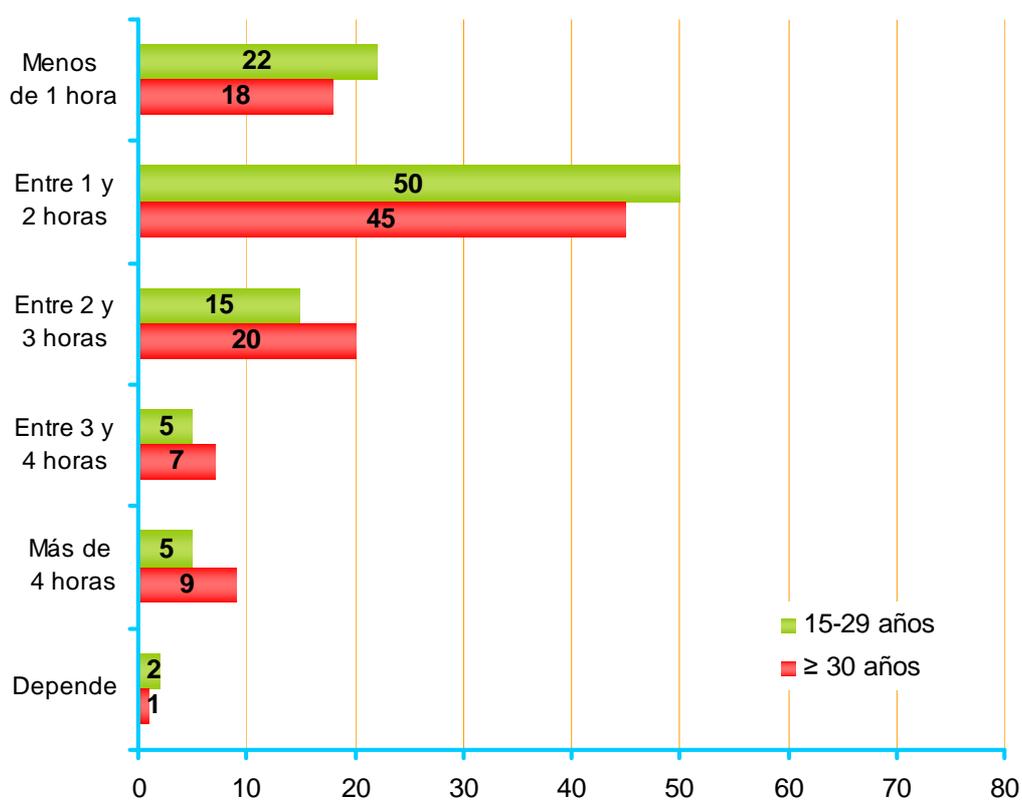
### 1.2.2 – Tiempo dedicado a ver la televisión en día laborable

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	<b>22</b>	18
	Entre 1 y 2 horas	<b>50</b>	45
	Entre 2 y 3 horas	<b>15</b>	20
	Entre 3 y 4 horas	<b>5</b>	7
	Más de 4 horas	<b>5</b>	9
	Depende	<b>2</b>	1
	Ns/Nc	<b>0</b>	0
Porcentajes verticales	100	100	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **102**.



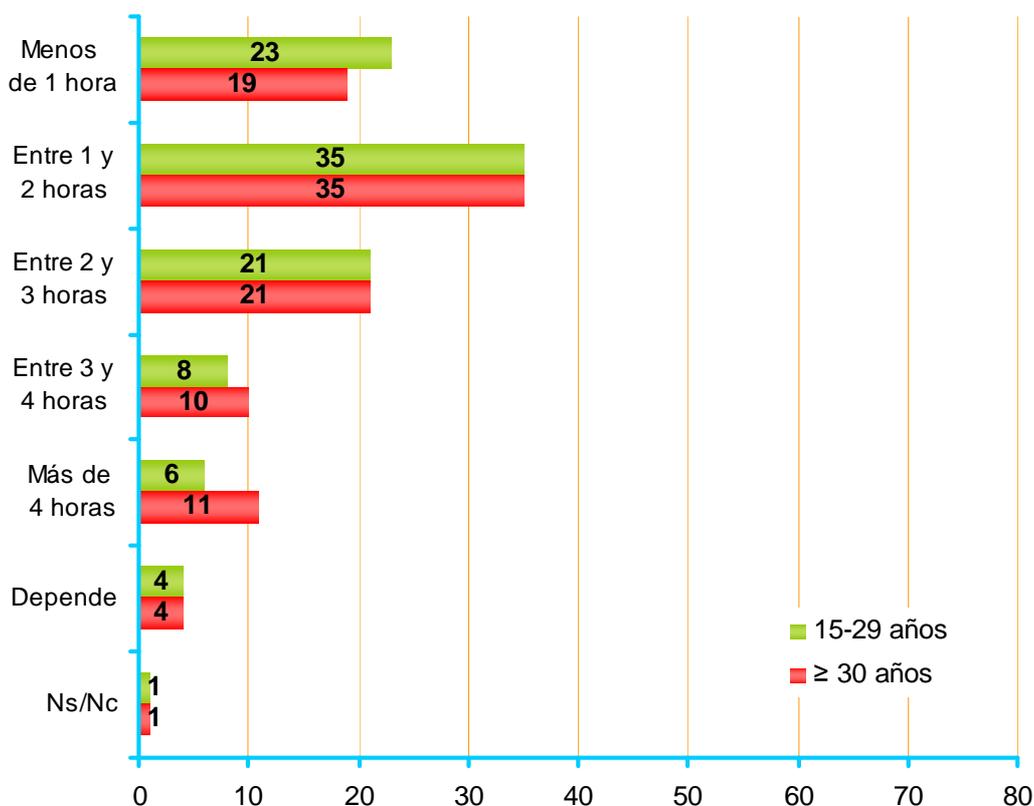
## 1.2.3 – Tiempo dedicado a ver la televisión en día de fin de semana

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	<b>23</b>	19
	Entre 1 y 2 horas	<b>35</b>	35
	Entre 2 y 3 horas	<b>21</b>	21
	Entre 3 y 4 horas	<b>8</b>	10
	Más de 4 horas	<b>6</b>	11
	Depende	<b>4</b>	4
	Ns/Nc	<b>1</b>	1
	Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **105**.



## 1.2.4 – Tipos de programas preferidos

		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
¿QUÉ TIPOS DE PROGRAMAS LE SUELEN GUSTAR MÁS?	Series y comedias	50	18
	Películas, cine	44	34
	Telediarios, informativos	28	63
	Programas y retransmisiones de fútbol	15	9
	Programas y retransmisiones de otros deportes	11	10
	Programas culturales, divulgativos, documentales	9	16
	Concursos	8	7
	Telenovelas	6	6
	Programas del corazón (prensa rosa)	5	6
	Reportajes de actualidad	4	6
	Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	2
	Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	2
	Programas de tele-realidad, realitys-shows	3	1
	Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	9
	Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	4
	Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	1
	Toros	0	0
	Otras respuestas	1	2
	Ns/Nc	0	0

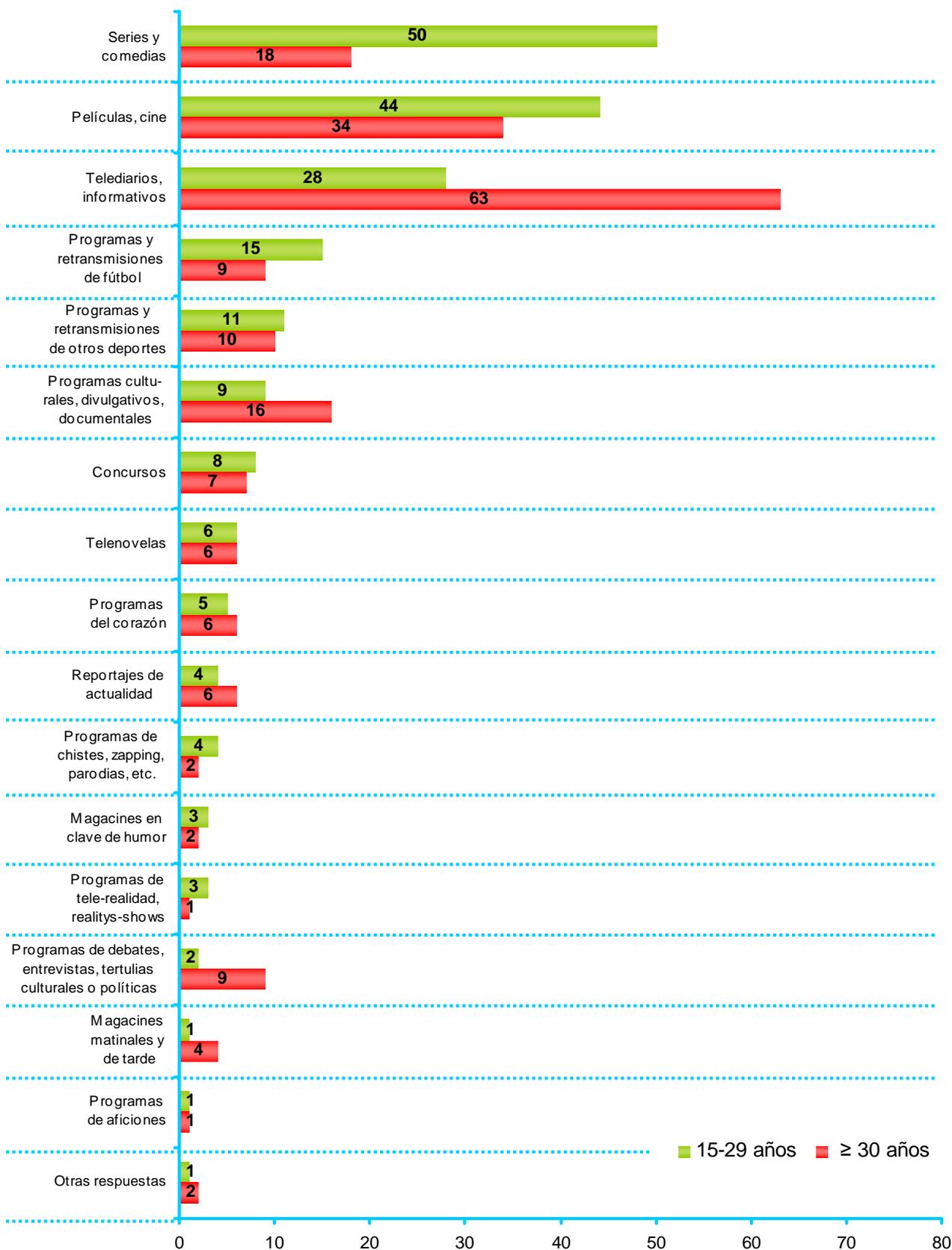
Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **108**.

¿QUÉ TIPOS DE PROGRAMAS LE SUELEN GUSTAR MÁS?



Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años)

### 1.2.5 – Utilidad personal de la televisión

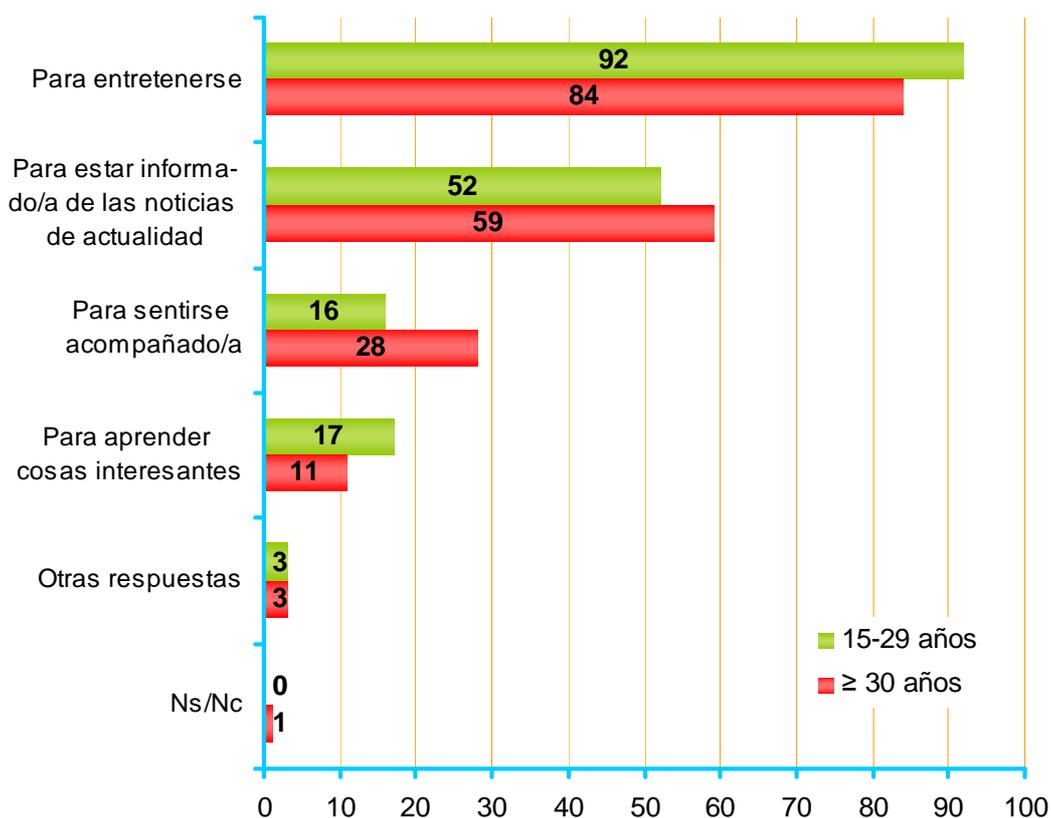
	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?	Para entretenerse	92	84
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	59
	Para sentirse acompañado/a	16	28
	Para aprender cosas interesantes	17	11
	Otras respuestas	3	3
	Ns/Nc	0	1

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 114.



## 1.2.6 – Actividades asociadas a la televisión

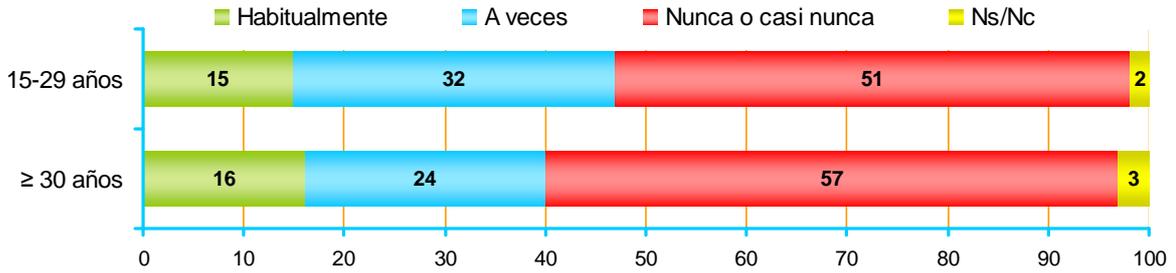
		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETXTO?	Habitualmente	15	16
	A veces	32	24
	Nunca o casi nunca	51	57
	Ns/Nc	2	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	26	19
	A veces	51	46
	Nunca o casi nunca	22	34
	Ns/Nc	1	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	47	39
	A veces	39	43
	Nunca o casi nunca	13	17
	Ns/Nc	0	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	1	0
	A veces	5	3
	Nunca o casi nunca	92	93
	Ns/Nc	2	4
Porcentajes verticales		100	100

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

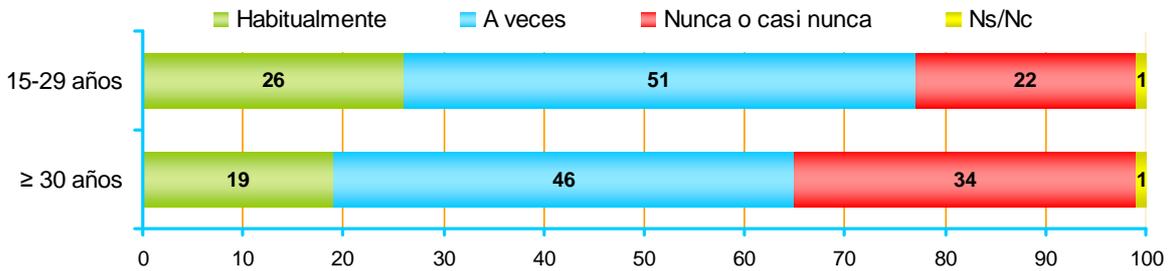


Página para consultar los resultados por colectivos: 117.

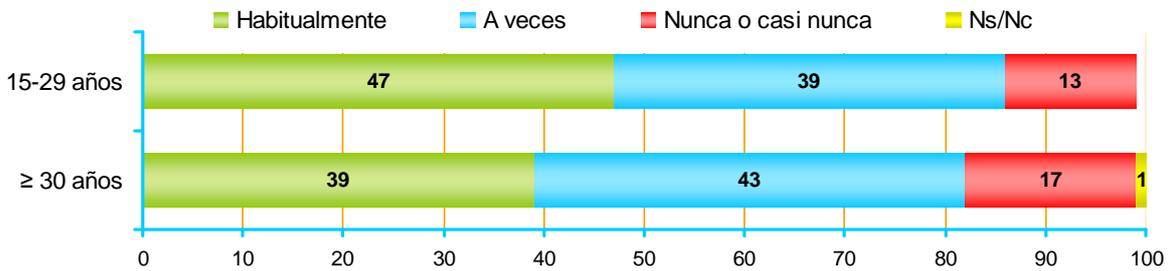
¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETEXTO?



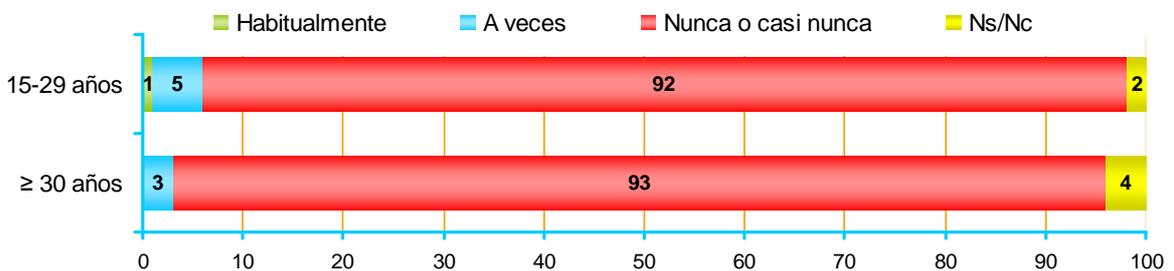
¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?



¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?



¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?



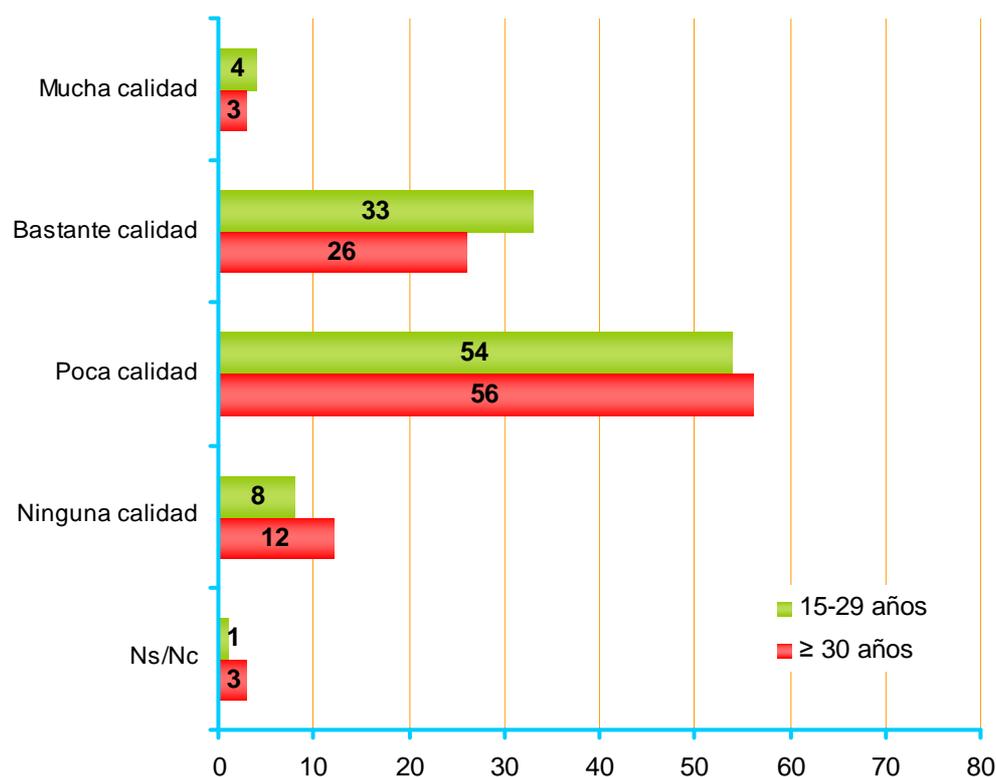
Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

### 1.2.7 – Opinión general sobre la calidad de la programación

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	3
	Bastante calidad	33	26
	Poca calidad	54	56
	Ninguna calidad	8	12
	Ns/Nc	1	3
Porcentajes verticales	100	100	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

 Página para consultar los resultados por colectivos: **123**.



### 1.2.8 – Características de la televisión de calidad

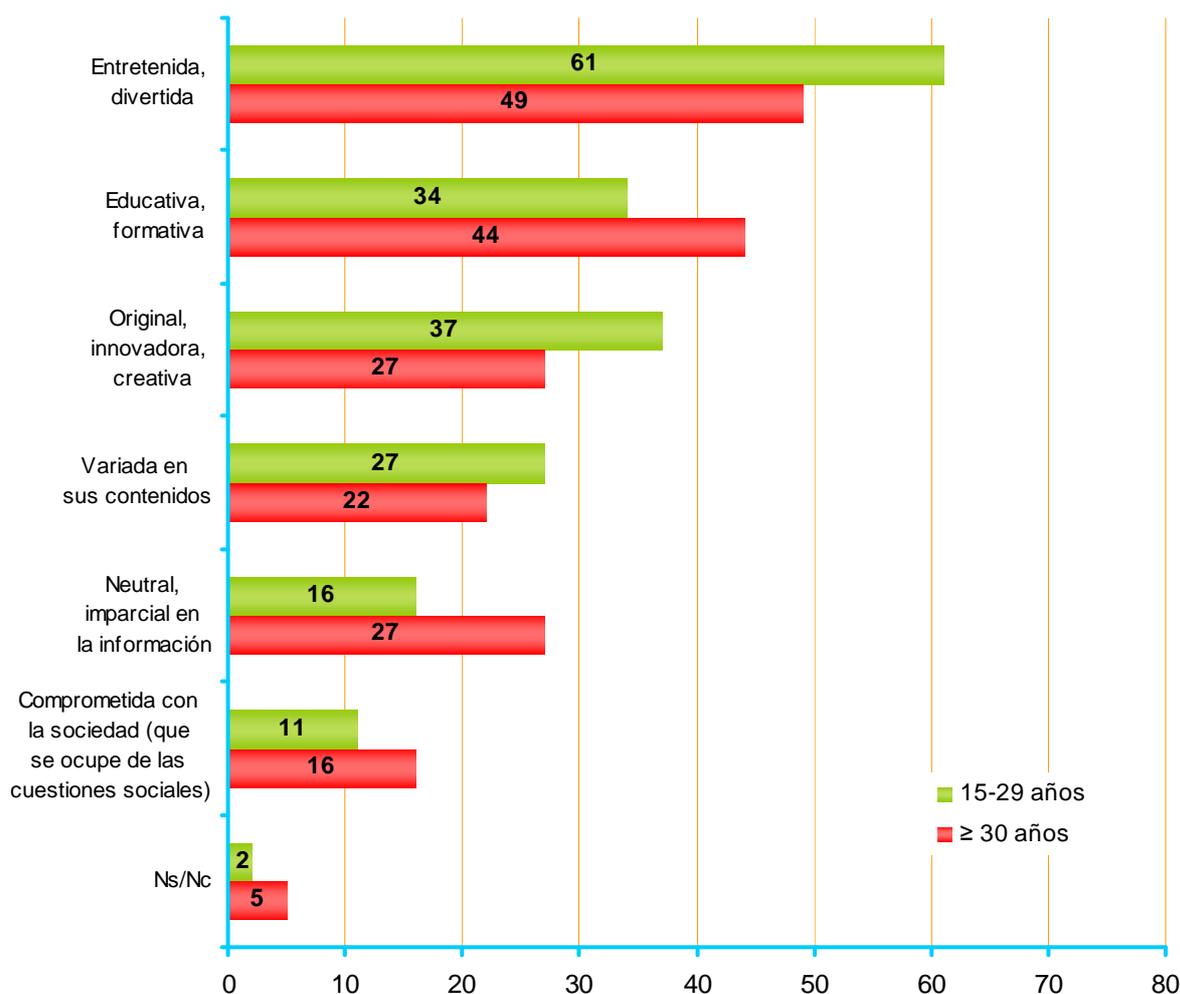
	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
EN SU OPINIÓN, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS DEFINE MEJOR LO QUE ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD? ¿Y EN SEGUNDO LUGAR?	Entretenida, divertida	61	49
	Educativa, formativa	34	44
	Original, innovadora, creativa	37	27
	Variada en sus contenidos	27	22
	Neutral, imparcial en la información	16	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	16
	Ns/Nc	2	5

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/las mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 126.



## 1.2.9 – Canal preferido

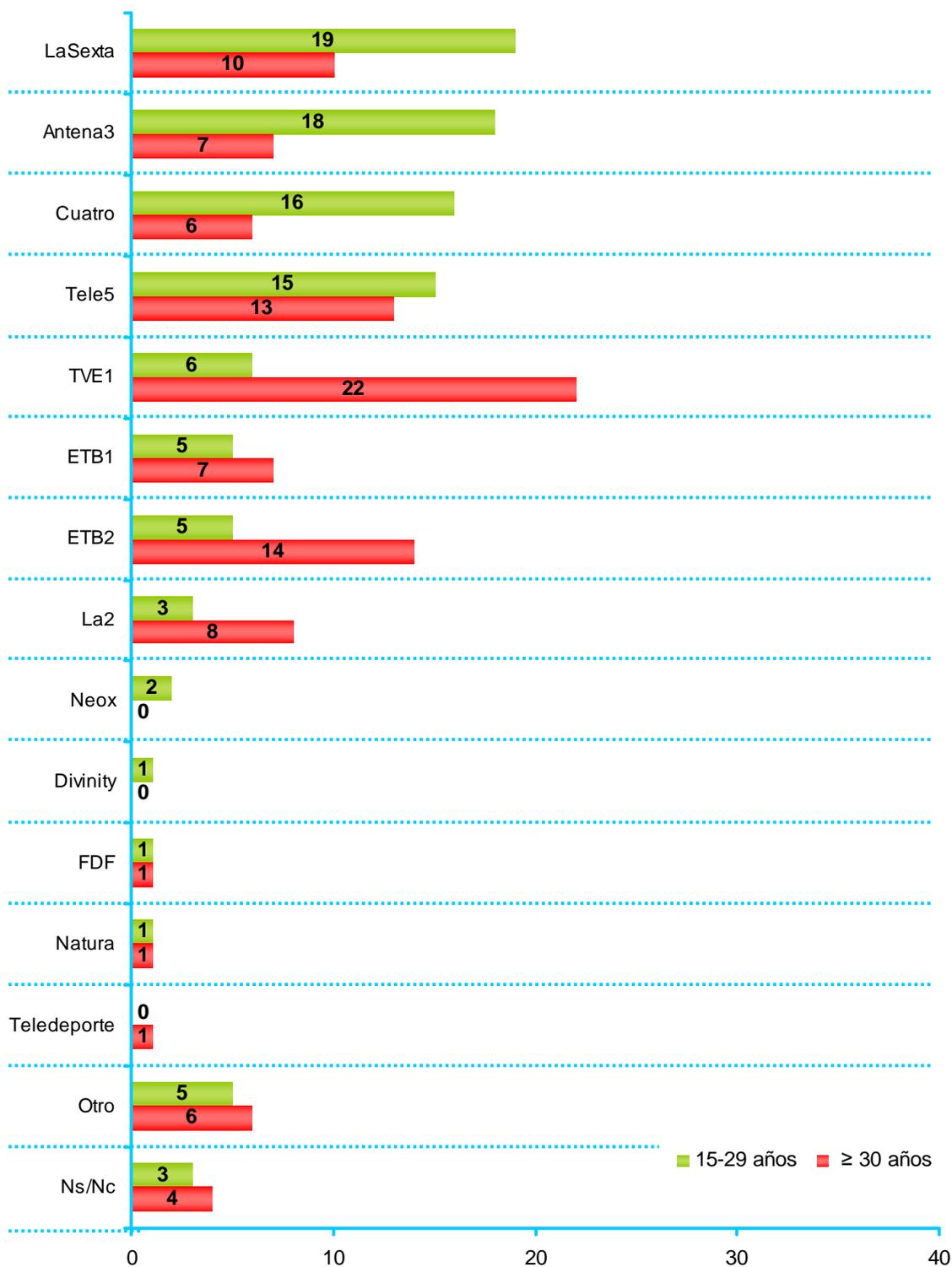
	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
LaSexta	<b>19</b>	10	
Antena3	<b>18</b>	7	
Cuatro	<b>16</b>	6	
Tele5	<b>15</b>	13	
TVE1	<b>6</b>	22	
ETB1	<b>5</b>	7	
ETB2	<b>5</b>	14	
DE TODOS LOS CANALES QUE HABITUALMENTE VE, EN CONJUNTO, ¿CUÁL ES EL QUE MÁS LE GUSTA?	La2	<b>3</b>	8
	Neox	<b>2</b>	0
	Divinity	<b>1</b>	0
	FDF	<b>1</b>	1
	Natura	<b>1</b>	1
	Teledeporte	<b>0</b>	1
	Otro	<b>5</b>	6
	Ns/Nc	<b>3</b>	4
Porcentajes verticales	100	100	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **129**.

DE TODOS LOS CANALES QUE HABITUALMENTE VE, EN CONJUNTO, ¿CUÁL ES EL QUE MÁS LE GUSTA?



Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años)

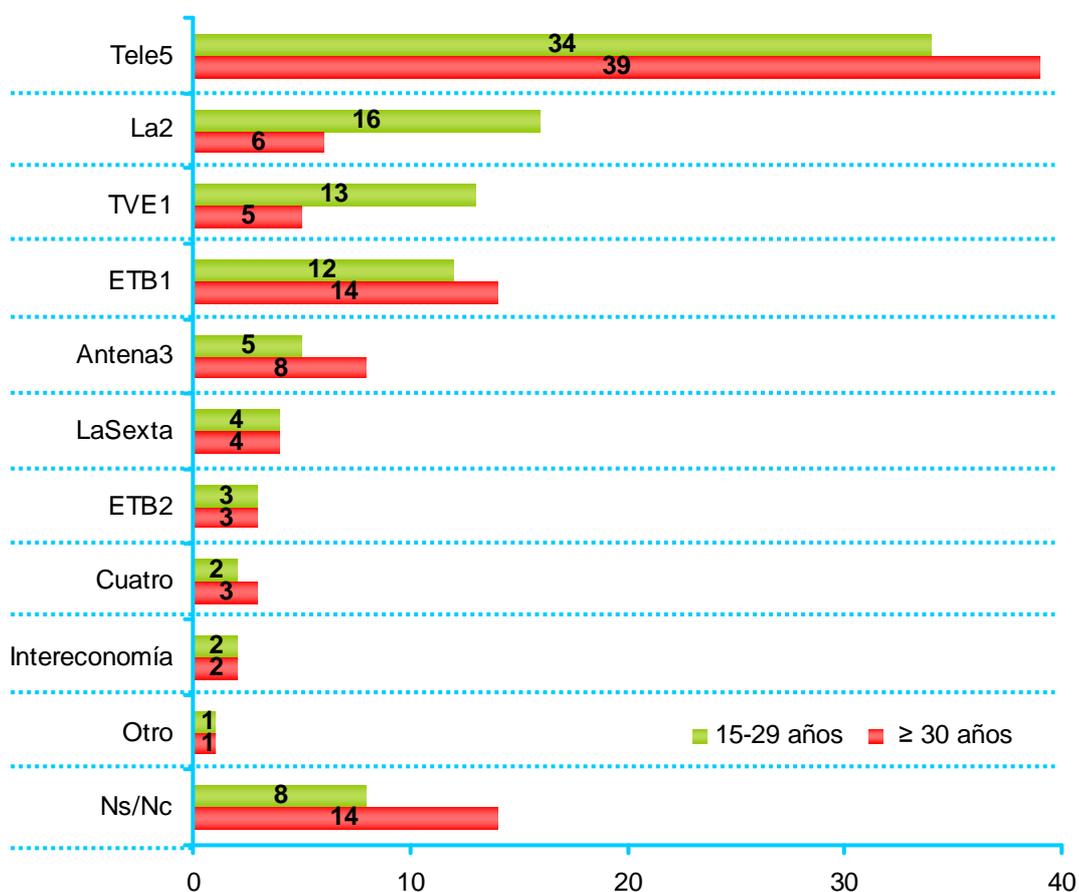
### 1.2.10 – Canal que menos gusta

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA?	Tele5	34	39
	La2	16	6
	TVE1	13	5
	ETB1	12	14
	Antena3	5	8
	LaSexta	4	4
	ETB2	3	3
	Cuatro	2	3
	Intereconomía	2	2
	Otro	1	1
	Ns/Nc	8	14
	Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 135.

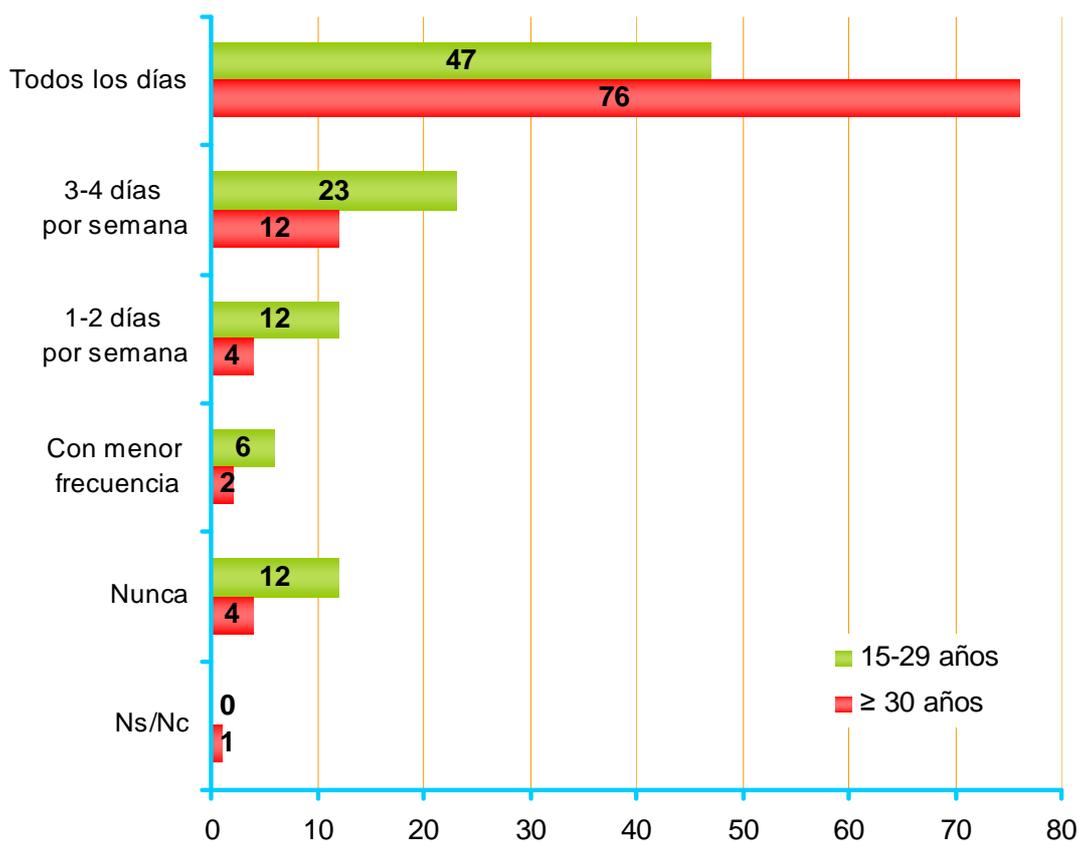


### 1.2.11 – Frecuencia de consumo de programas informativos

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS, ¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?	Todos los días	47	76
	3-4 días por semana	23	12
	1-2 días por semana	12	4
	Con menor frecuencia	6	2
	Nunca	12	4
	Ns/Nc	0	1
	Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

 Página para consultar los resultados por colectivos: **141**.



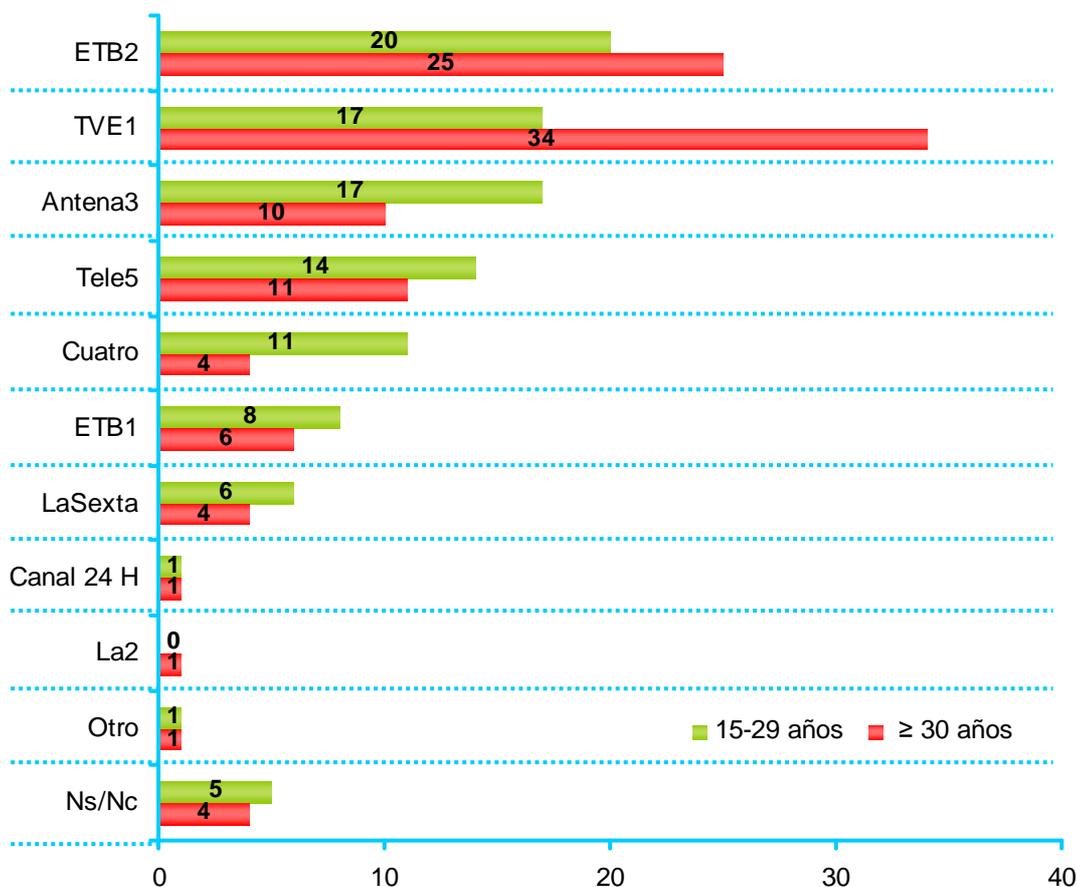
### 1.2.12 – Canal preferido para ver informativos

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
ETB2	20	25
TVE1	17	34
Antena3	17	10
Tele5	14	11
Cuatro	11	4
ETB1	8	6
LaSexta	6	4
Canal 24 H	1	1
La2	0	1
Otro	1	1
Ns/Nc	5	4
Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 144.



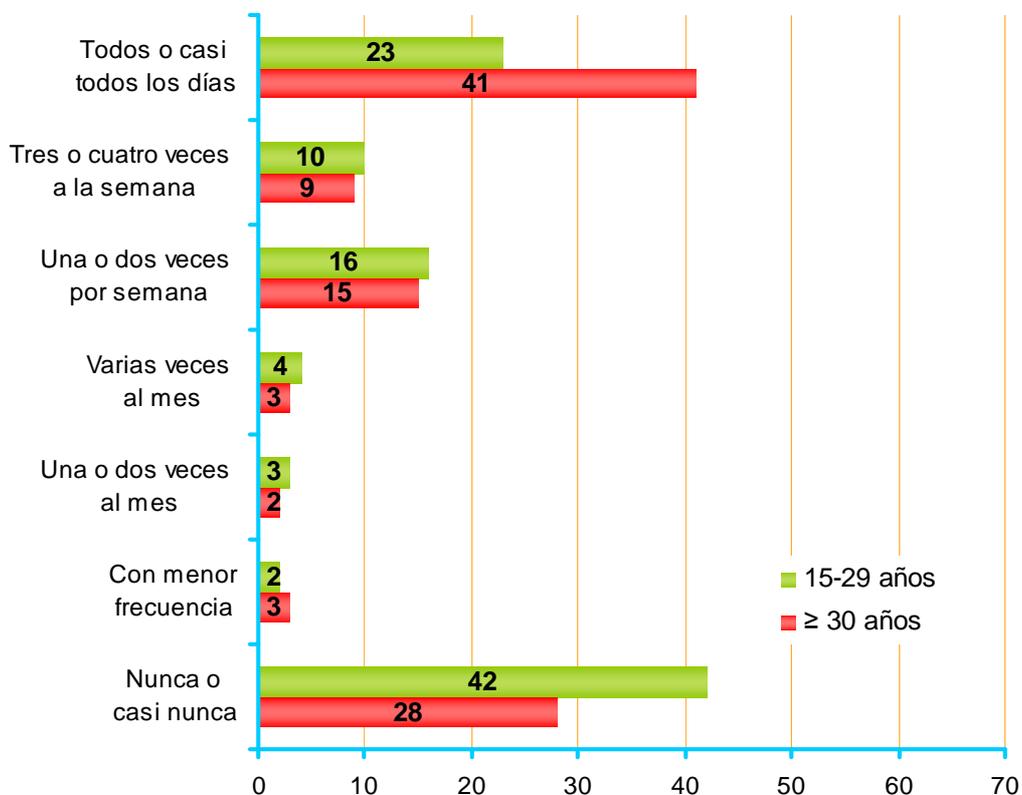
## 1.3 – Prensa diaria

### 1.3.1 – Frecuencia de consumo de periódicos

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	<b>23</b>	41
	Tres o cuatro veces a la semana	<b>10</b>	9
	Una o dos veces por semana	<b>16</b>	15
	Varias veces al mes	<b>4</b>	3
	Una o dos veces al mes	<b>3</b>	2
	Con menor frecuencia	<b>2</b>	3
	Nunca o casi nunca	<b>42</b>	28
	Ns/Nc	<b>0</b>	0
Porcentajes verticales	100	100	



Página para consultar los resultados por colectivos: 147.



### 1.3.2 – Tipo de prensa que lee: de información general, deportiva, económica

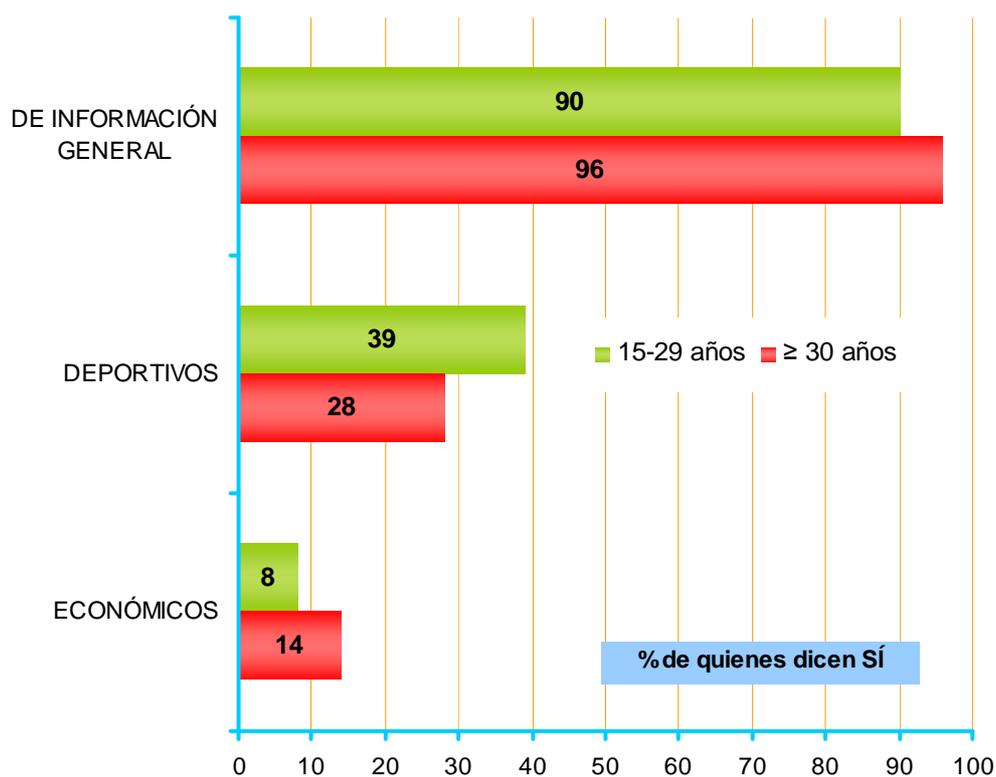
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS ...?

% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
DE INFORMACIÓN GENERAL	<b>90</b>	96
DEPORTIVOS	<b>39</b>	28
ECONÓMICOS	<b>8</b>	14

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **150**.



## 1.3.3 – Secciones que más se leen

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
Deportes	42	24
País Vasco	38	44
Información local	34	41
Cultura	13	8
Sociedad	12	8
Internacional	11	13
España	8	15
Horóscopos y pasatiempos	6	3
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	8
Tiempo	5	3
Economía	4	7
Programación de televisión	3	1
Cartelera	3	1
Anuncios por palabras	2	1
Esquelas	1	7
Cartas al director	1	5
Otra	2	4
Ns/Nc	1	2

A CONTINUACIÓN LE VOY A LEER UNA SERIE DE SECCIONES QUE SUELEN INCLUIR LOS PERIÓDICOS. ¿ME PODRÍA DECIR CUÁLES SON LAS DOS SECCIONES QUE SUELE LEER MÁS HABITUALMENTE?

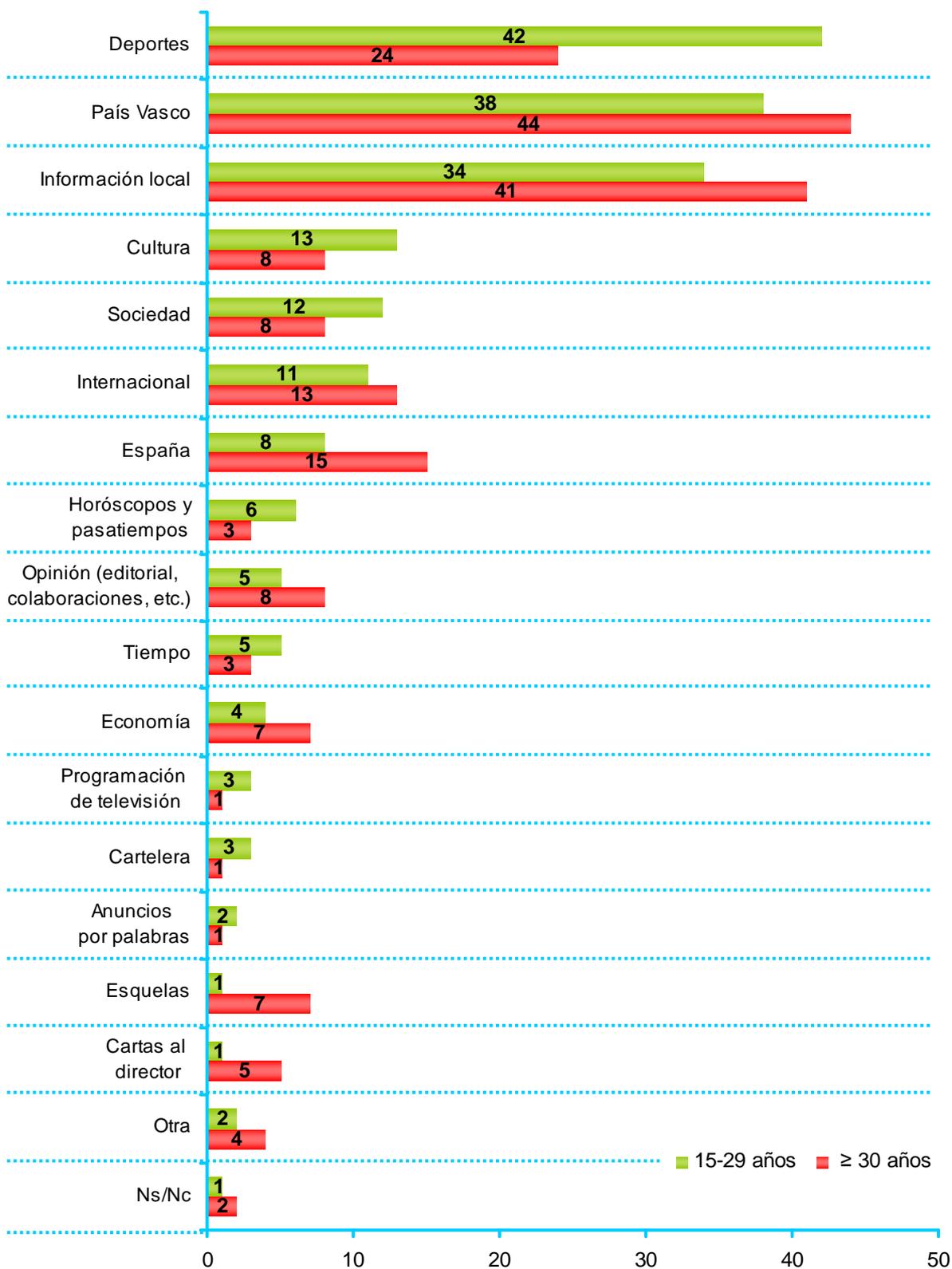
Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 156.

¿ME PODRÍA DECIR CUÁLES SON LAS DOS SECCIONES QUE SUELE LEER MÁS HABITUALMENTE?



Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años)

## 1.3.4 – Periódico que más se lee

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
El Correo Español/Diario Vasco	70	77
Gara	12	8
Marca	12	6
Prensa gratuita	9	6
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	12
Berria	8	4
Deia	7	12
¿QUÉ PERIÓDICO LEE HABITUALMENTE?		
El País	6	9
El Mundo	2	5
Hitza	2	1
Público	1	1
ABC	1	0
La Razón	0	0
Otro	10	5
Ns/Nc	1	1

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **162**.



Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.  
 Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años)

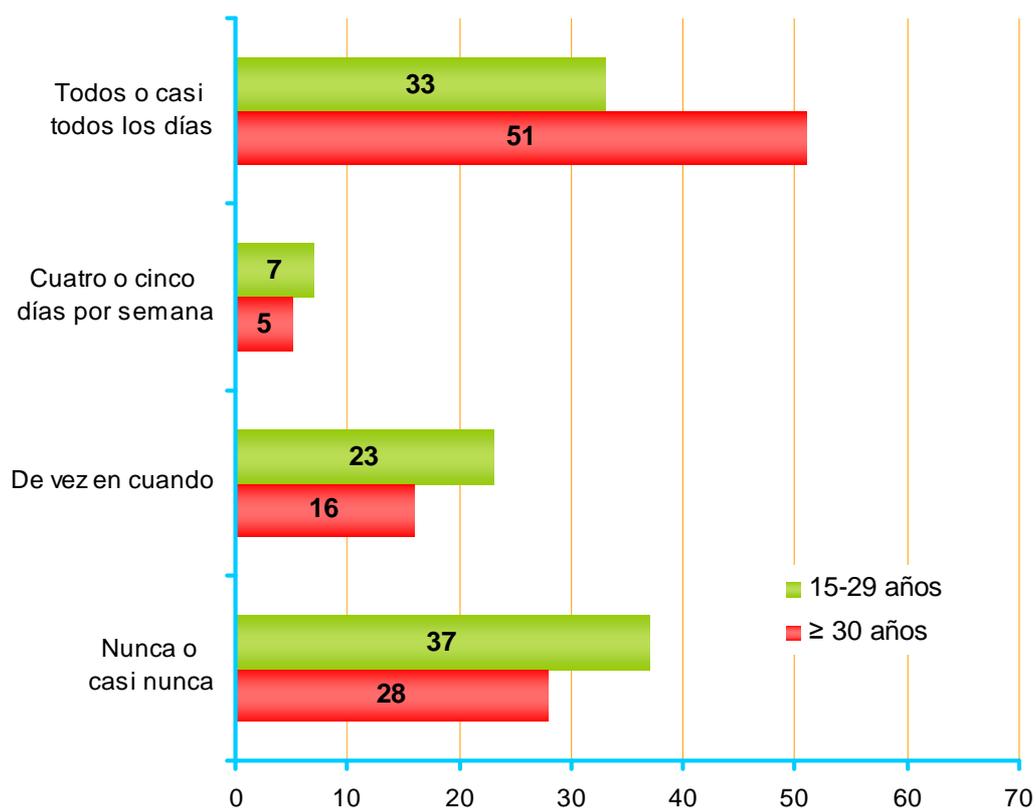
## 1.4 – Radio

### 1.4.1 – Frecuencia de consumo de radio

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	<b>33</b>	51
	Cuatro o cinco días por semana	<b>7</b>	5
	De vez en cuando	<b>23</b>	16
	Nunca o casi nunca	<b>37</b>	28
	Ns/Nc	<b>0</b>	0
Porcentajes verticales	100	100	



Página para consultar los resultados por colectivos: **168**.



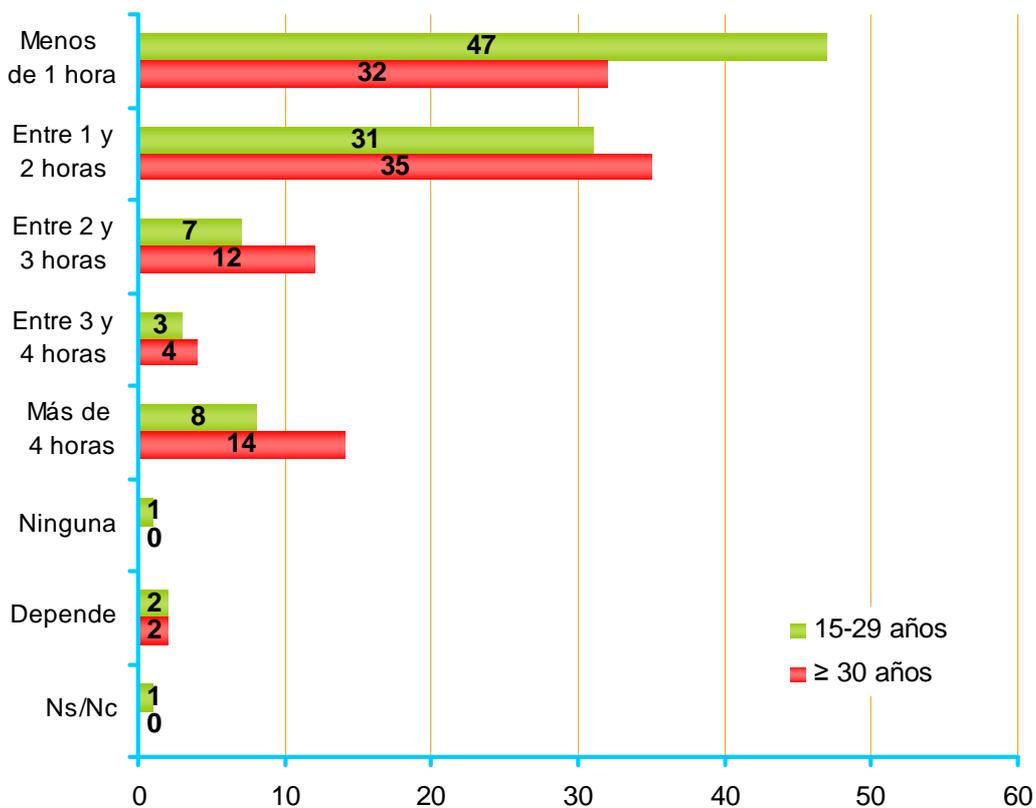
### 1.4.2 – Tiempo dedicado a escuchar la radio en día laborable

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE ESCUCHANDO LA RADIO?	Menos de 1 hora	<b>47</b>	32
	Entre 1 y 2 horas	<b>31</b>	35
	Entre 2 y 3 horas	<b>7</b>	12
	Entre 3 y 4 horas	<b>3</b>	4
	Más de 4 horas	<b>8</b>	14
	Ninguna	<b>1</b>	0
	Depende	<b>2</b>	2
	Ns/Nc	<b>1</b>	0
	Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **171**.



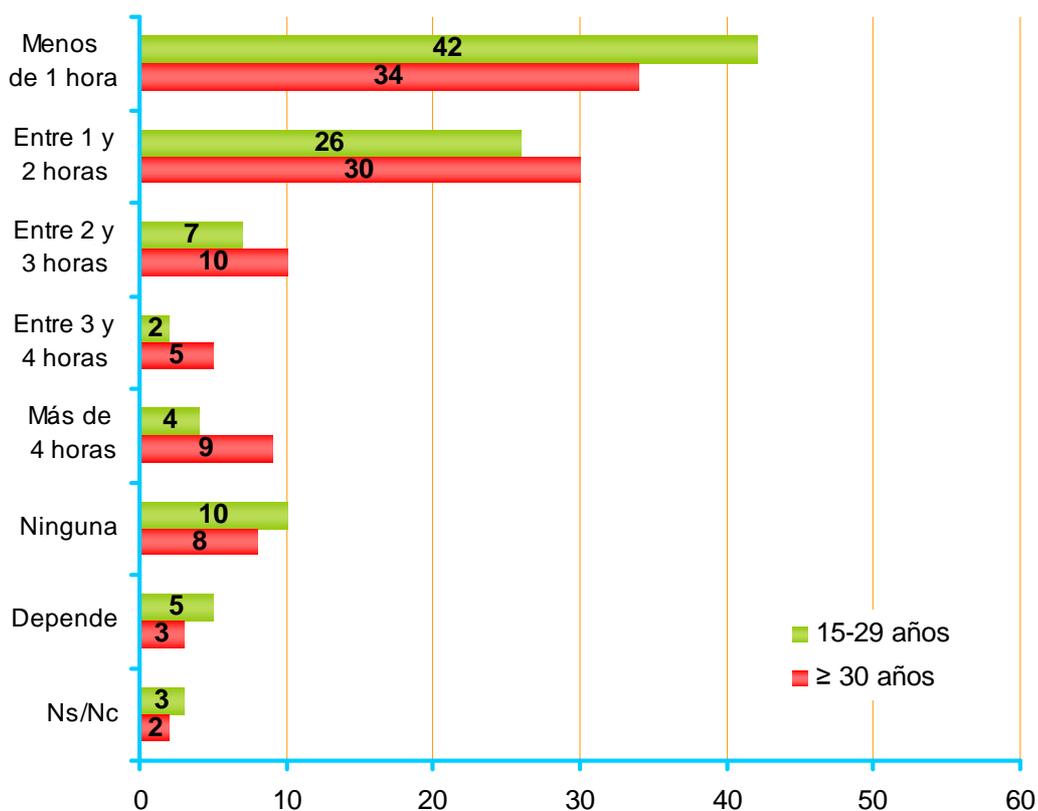
### 1.4.3 – Tiempo dedicado a escuchar la radio en día de fin de semana

		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	34
	Entre 1 y 2 horas	26	30
	Entre 2 y 3 horas	7	10
	Entre 3 y 4 horas	2	5
	Más de 4 horas	4	9
	Ninguna	10	8
	Depende	5	3
	Ns/Nc	3	2
	Porcentajes verticales		100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 174.



### 1.4.4 – Lugar de consumo de radio

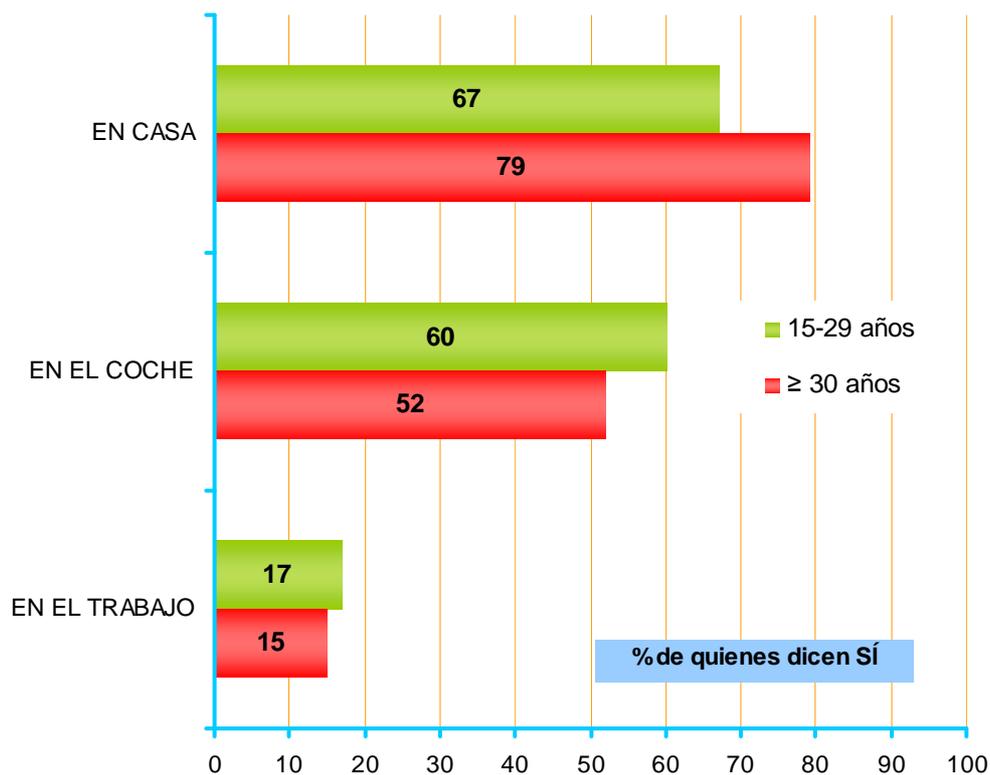
¿DÓNDE SUELE ESCUCHAR LA RADIO? LA ESCUCHA...

% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
EN CASA	67	79
EN EL COCHE	60	52
EN EL TRABAJO	17	15

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 177.



## 1.4.5 – Tipos de programas más escuchados

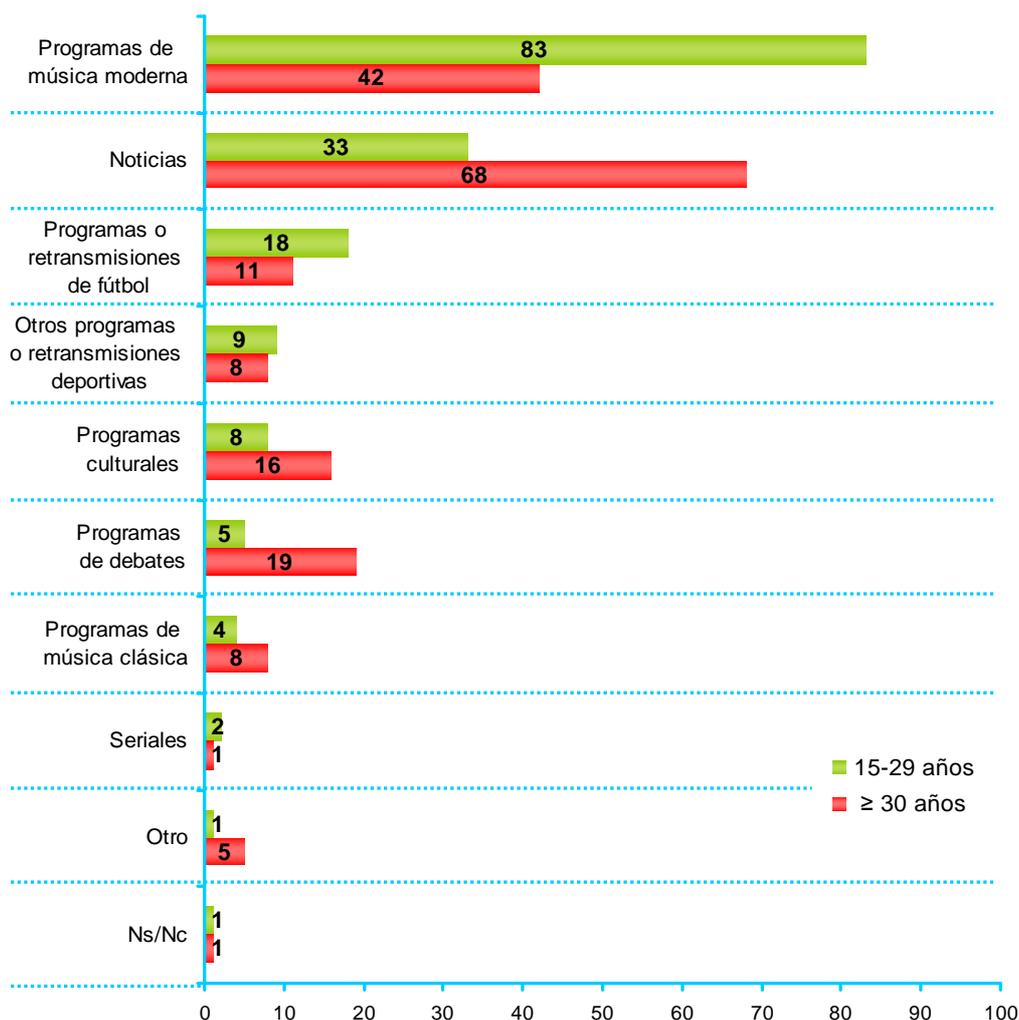
		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS DE RADIO ESCUCHA HABITUALMENTE?	Programas de música moderna	83	42
	Noticias	33	68
	Programas o retransmisiones de fútbol	18	11
	Otros programas o retransmisiones deportivas	9	8
	Programas culturales	8	16
	Programas de debates	5	19
	Programas de música clásica	4	8
	Seriales	2	1
	Otro	1	5
	Ns/Nc	1	1

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **183**.



## 1.4.6 – Emisora que más se escucha

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
Los 40	39	13
Gaztea	32	7
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	34
Cadena 100	13	8
Kiss FM	10	7
Cadena SER	9	25
Europa FM	5	1
Cadena Dial	4	1
Radio Nacional de España	3	11
Onda cero	3	8
Cadena COPE	3	5
EITB Radio	3	4
Radio 3	3	2
Onda Vasca	2	6
Radio Nervión	1	6
Herri irratia	1	2
Arrate Irratia	0	2
Punto Radio	0	2
Radio Gorbea	0	1
Otra	14	13
Ns/Nc	2	3

¿QUÉ EMISORA SUELE ESCUCHAR  
HABITUALMENTE?

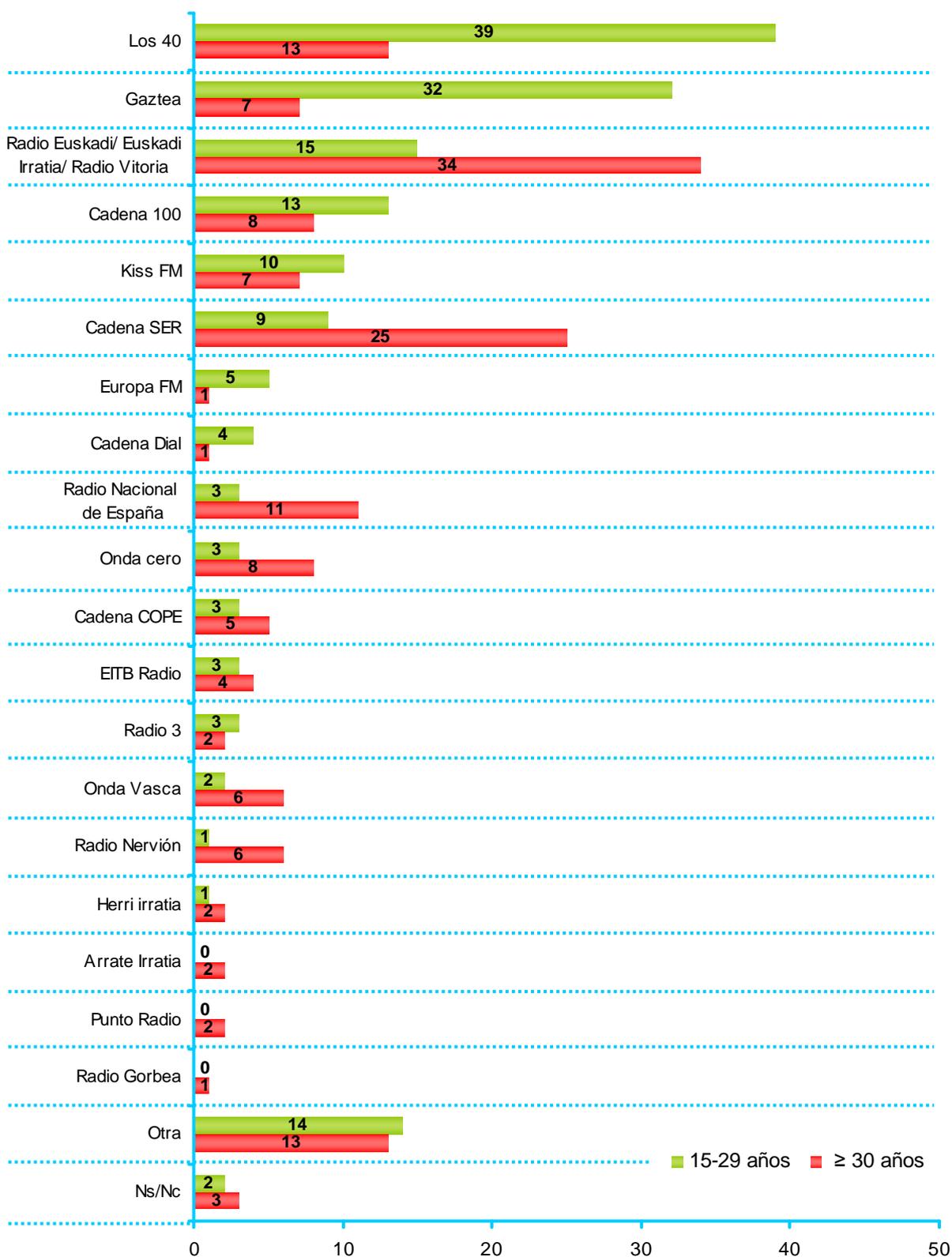
Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **186**.

¿QUÉ EMISORA SUELE ESCUCHAR HABITUALMENTE?



Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.  
 Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años)

### 1.4.7 – Utilidad personal de la radio

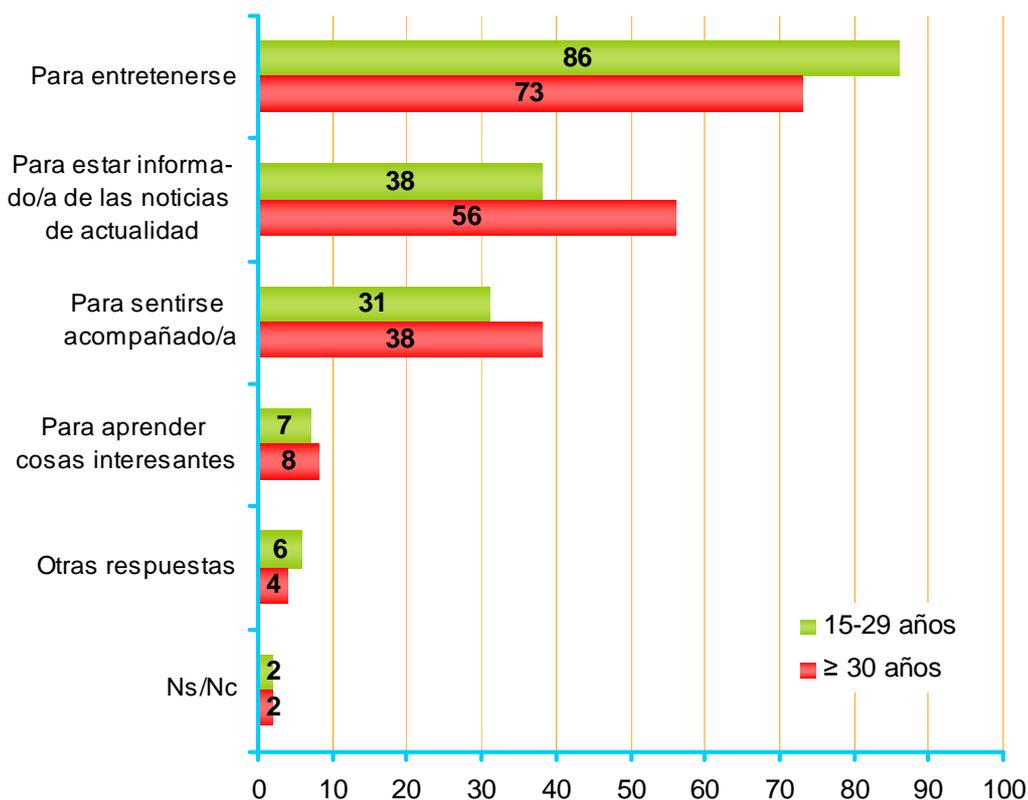
	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?	Para entretenerse	86	73
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	56
	Para sentirse acompañado/a	31	38
	Para aprender cosas interesantes	7	8
	Otras respuestas	6	4
	Ns/Nc	2	2

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **192**.

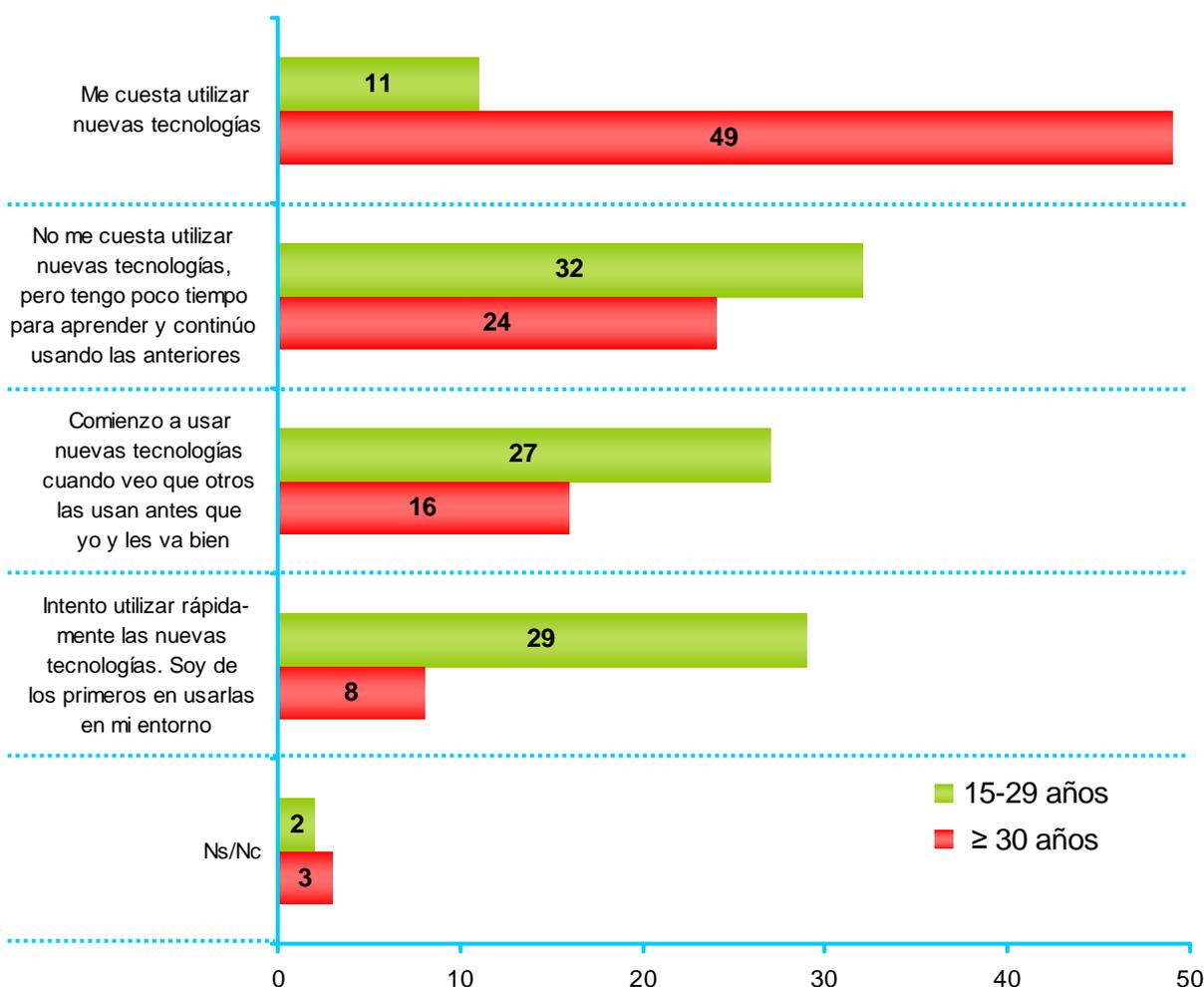


## 1.5 – Internet

### 1.5.1 – Actitud general ante el uso de las nuevas tecnologías

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	8
	Ns/Nc	2	3
Porcentajes verticales	100	100	

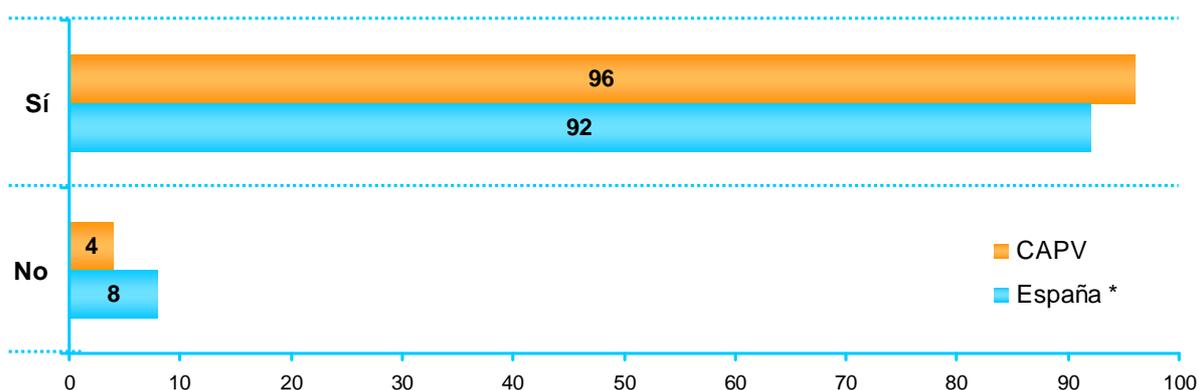
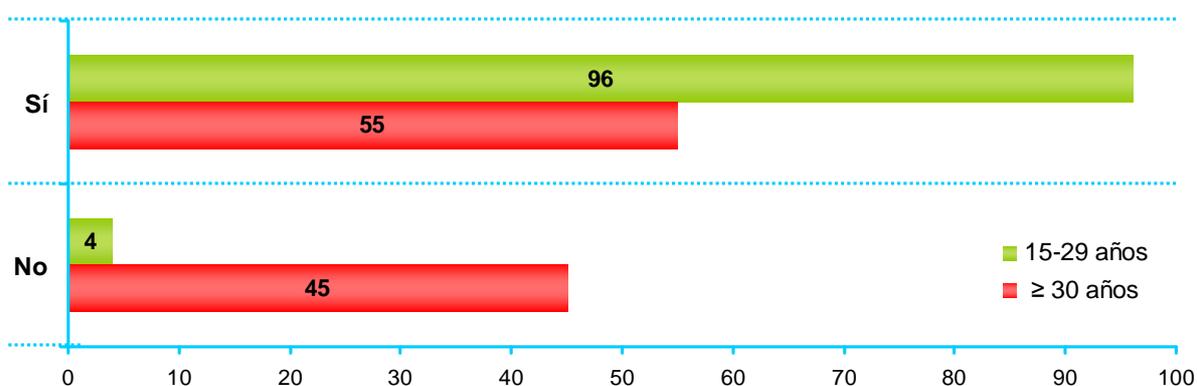
 Página para consultar los resultados por colectivos: 195.



### 1.5.2 – Utilización de Internet los últimos 12 meses

		TOTALES	
		15-29 años	≥ 30 años
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	<b>96</b>	55
	No	<b>4</b>	45
	Ns/Nc	<b>0</b>	0
Porcentajes verticales		100	100

 Página para consultar los resultados por colectivos: **198**.



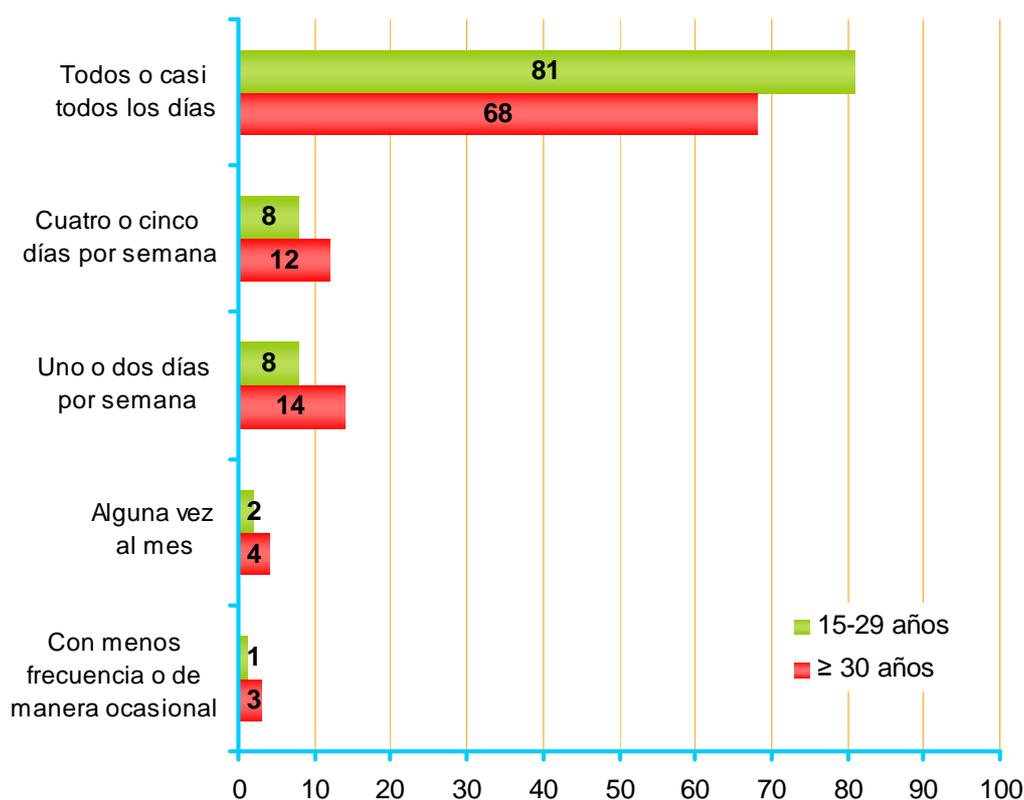
\* Datos de España: Estudio INJUVE EJ 152, mayo de 2011. En este estudio se ha preguntado por el uso de internet en los últimos 3 meses

### 1.5.3 – Frecuencia de consumo de Internet

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	12
	Uno o dos días por semana	8	14
	Alguna vez al mes	2	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	3
	Ns/Nc	0	0
Porcentajes verticales	100	100	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

 Página para consultar los resultados por colectivos: **200**.



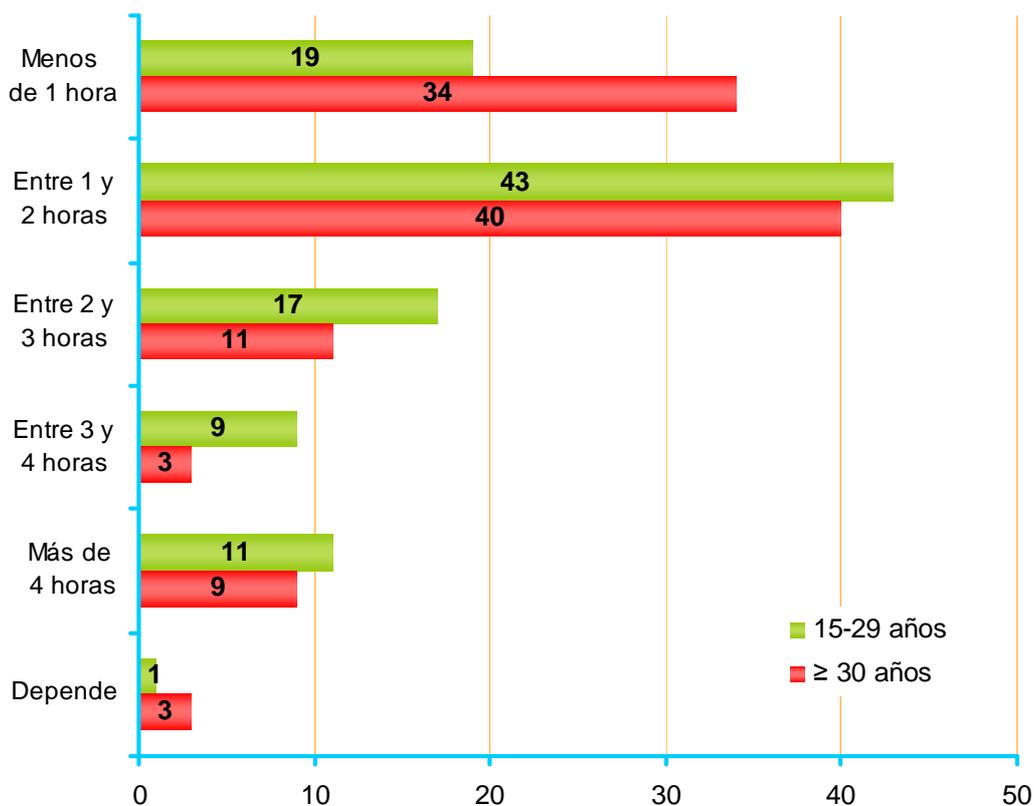
## 1.5.4 – Tiempo dedicado a navegar por Internet en día laborable

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?	Menos de 1 hora	19	34
	Entre 1 y 2 horas	43	40
	Entre 2 y 3 horas	17	11
	Entre 3 y 4 horas	9	3
	Más de 4 horas	11	9
	Ninguna	0	0
	Depende	1	3
	Ns/Nc	0	0
Porcentajes verticales	100	100	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **203**.



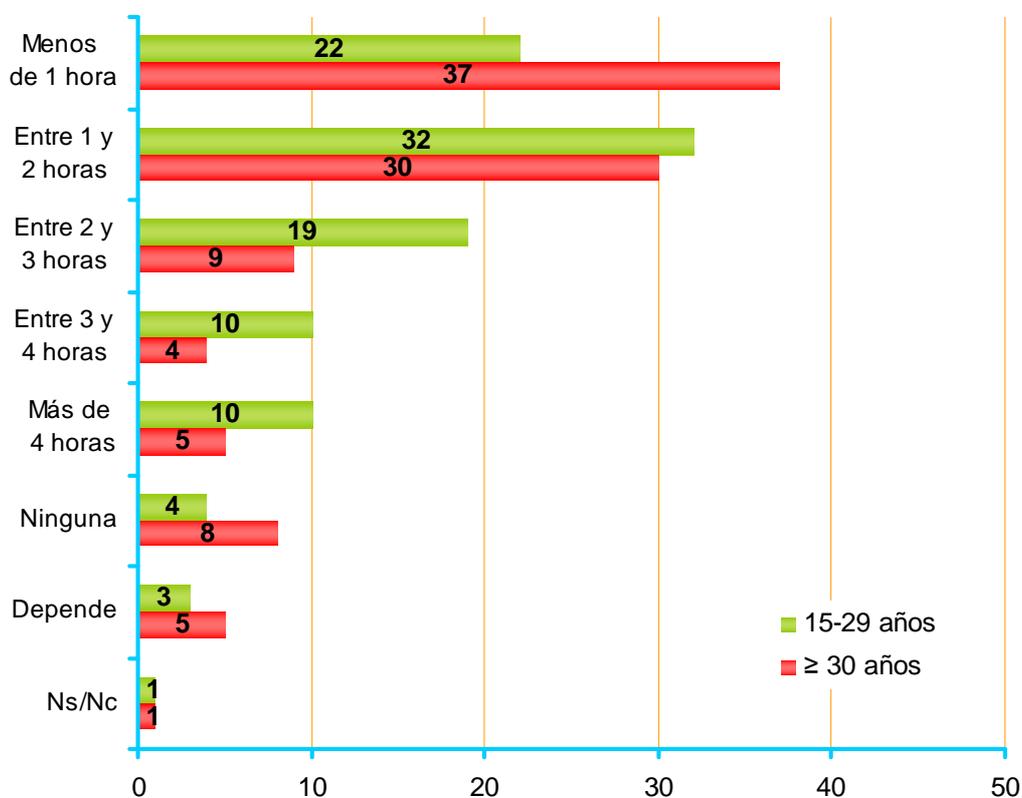
### 1.5.5 – Tiempo dedicado a navegar por Internet en día de fin de semana

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	<b>22</b>	37
	Entre 1 y 2 horas	<b>32</b>	30
	Entre 2 y 3 horas	<b>19</b>	9
	Entre 3 y 4 horas	<b>10</b>	4
	Más de 4 horas	<b>10</b>	5
	Ninguna	<b>4</b>	8
	Depende	<b>3</b>	5
	Ns/Nc	<b>1</b>	1
	Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **206**.



### 1.5.6 – Medio por el que se conecta a Internet

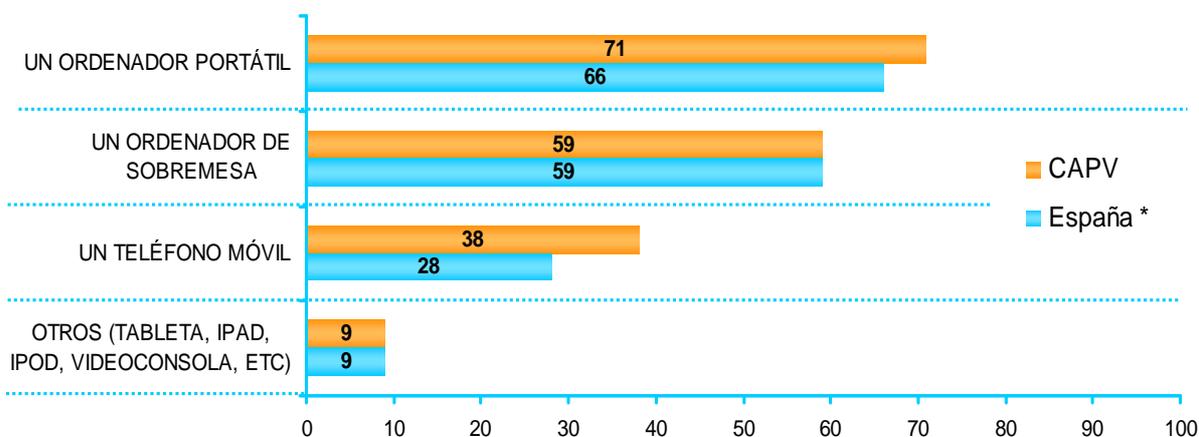
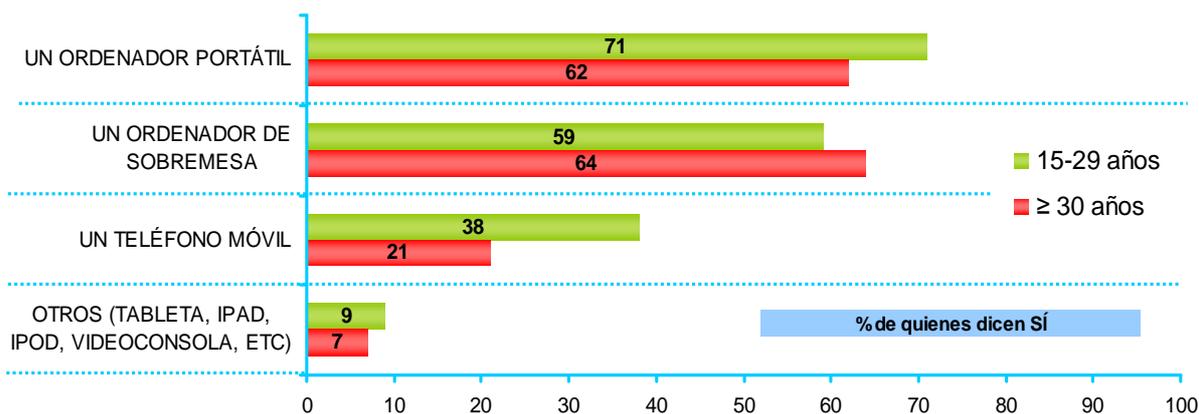
¿POR QUÉ MEDIO SE CONECTA A INTERNET? A TRAVÉS DE...

% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
UN ORDENADOR PORTÁTIL	71	62
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	59	64
UN TELÉFONO MÓVIL	38	21
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	9	7

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 209.



\* Datos de España: Estudio INJUVE EJ 152, mayo de 2011. En este estudio se pedía elegir 3 medios por los que se accede habitualmente a Internet.

### 1.5.7 – Lugar en que utiliza Internet

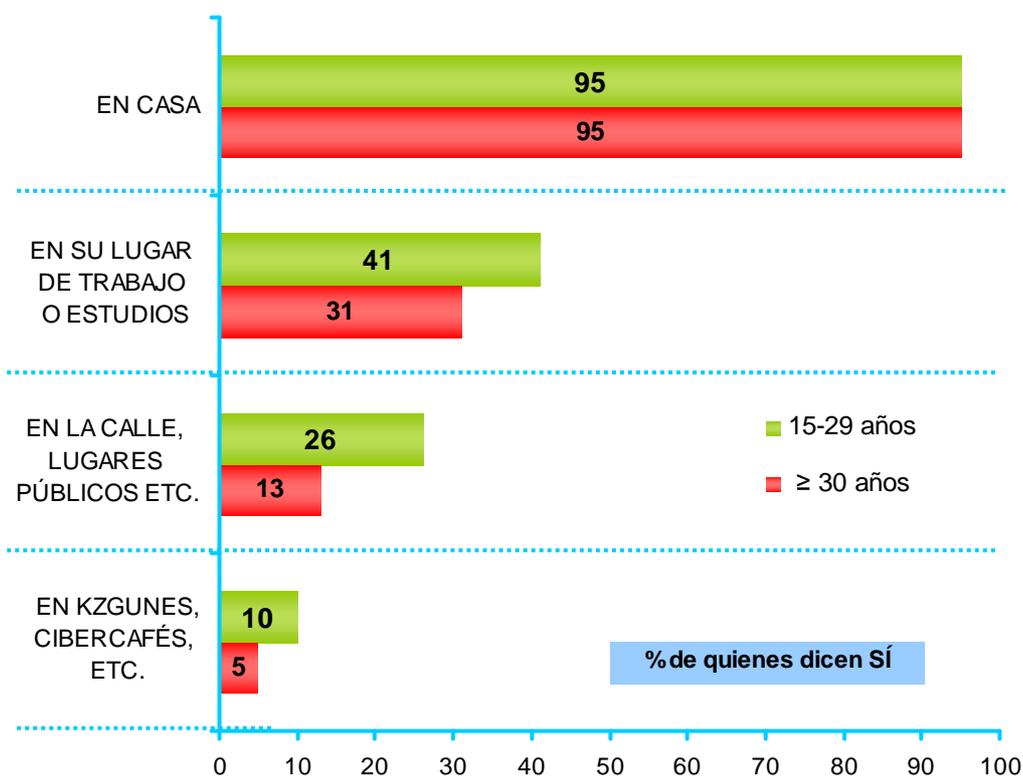
¿EN QUÉ LUGAR UTILIZA INTERNET? LO UTILIZA...

% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
EN CASA	95	95
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	41	31
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	26	13
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	10	5

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/las mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 217.



## 1.5.8 – Utilidad personal de Internet

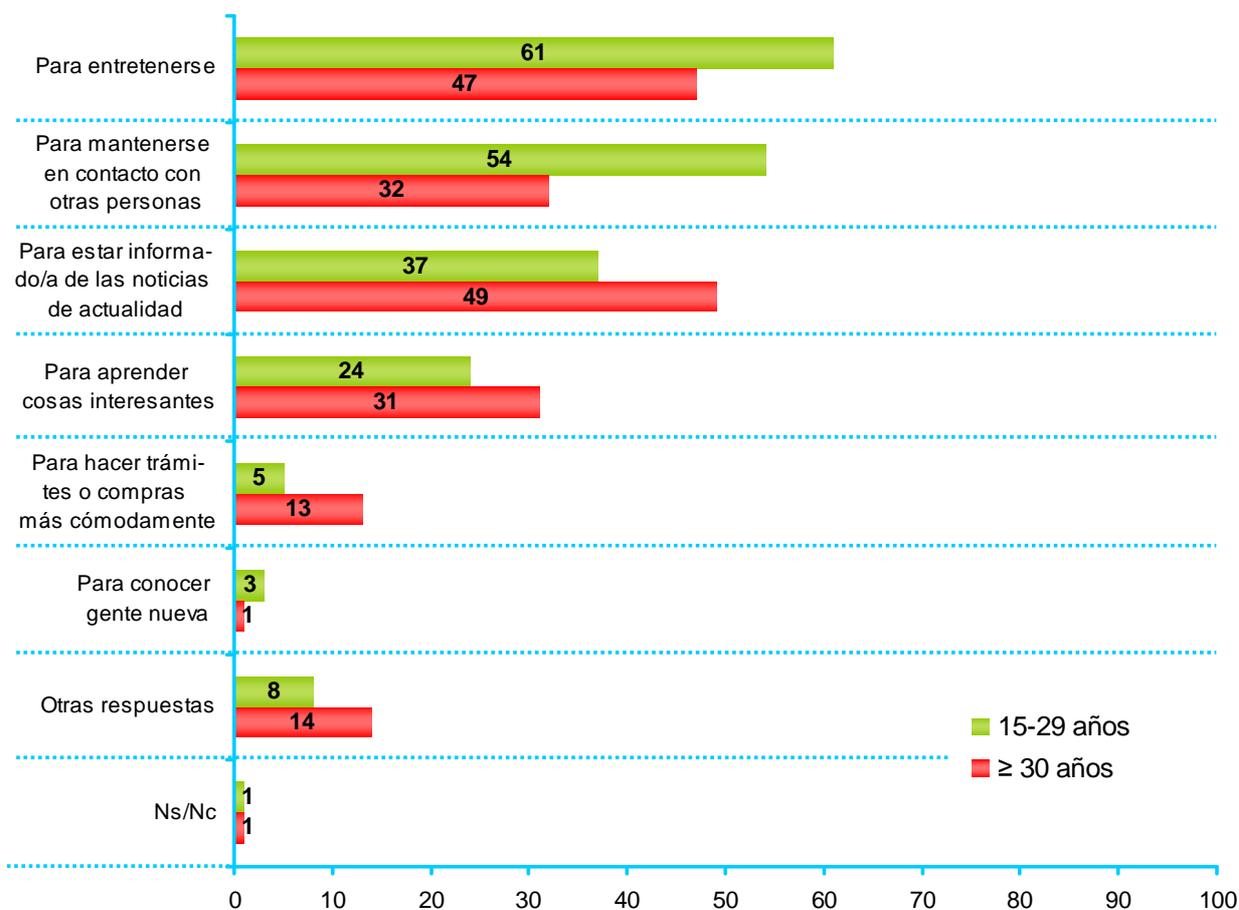
	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
Para entretenerse	61	47
Para mantenerse en contacto con otras personas	54	32
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	49
Para aprender cosas interesantes	24	31
Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	13
Para conocer gente nueva	3	1
Otras respuestas	8	14
Ns/Nc	1	1

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 225.



## 1.5.9 – Actividades para las que se usa Internet

¿PARA CUÁL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?

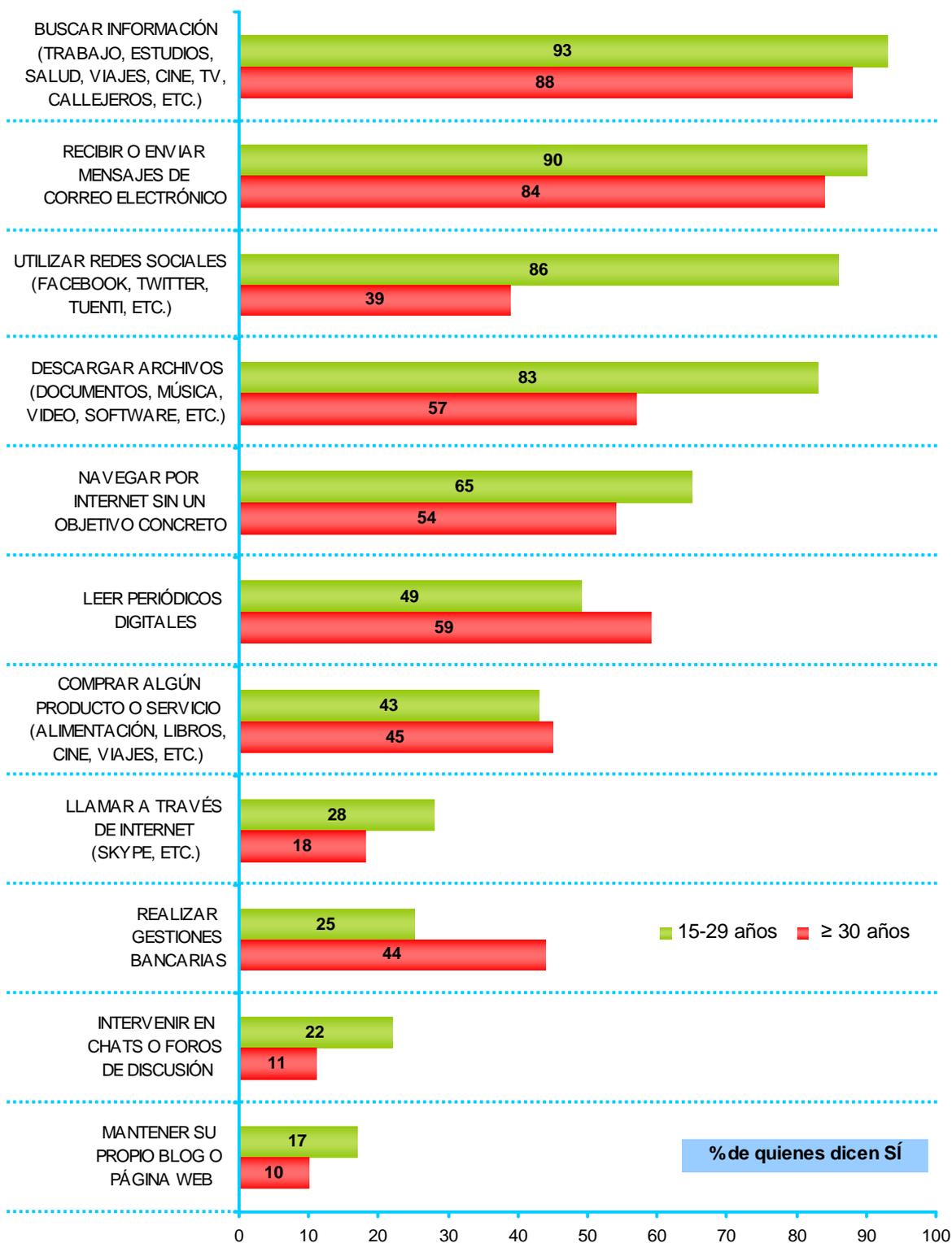
% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	<b>93</b>	88
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	<b>90</b>	84
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	<b>86</b>	39
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	<b>83</b>	57
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	<b>65</b>	54
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	<b>49</b>	59
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	<b>43</b>	45
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	<b>28</b>	18
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	<b>25</b>	44
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	<b>22</b>	11
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	<b>17</b>	10

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **228**.

¿PARA CUÁL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?



Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años)

## 1.5.10 – Productos o servicios adquiridos por Internet

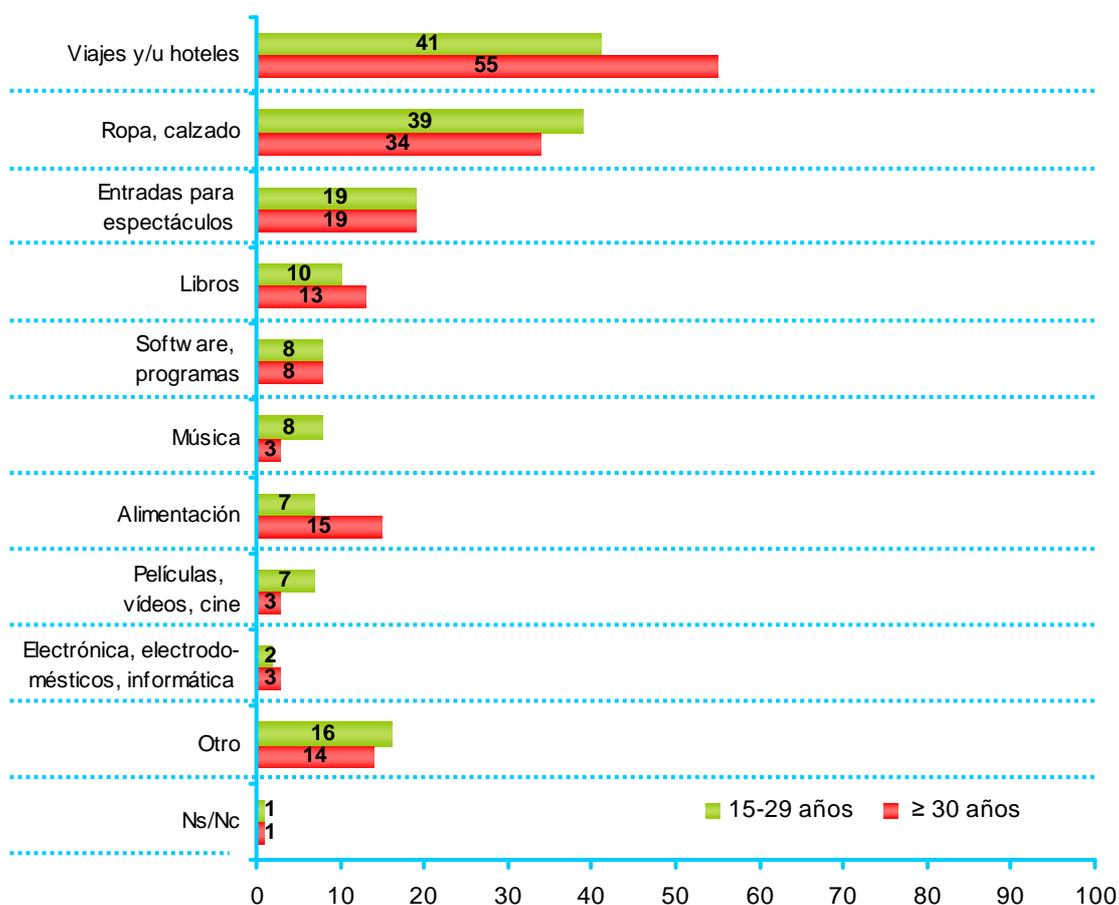
	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?		
Viajes y/u hoteles	41	55
Ropa, calzado	39	34
Entradas para espectáculos	19	19
Libros	10	13
Software, programas	8	8
Música	8	3
Alimentación	7	15
Películas, vídeos, cine	7	3
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	3
Otro	16	14
Ns/Nc	1	1

Los porcentajes no suman 100 porque se podía dar más de una respuesta.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **250**.



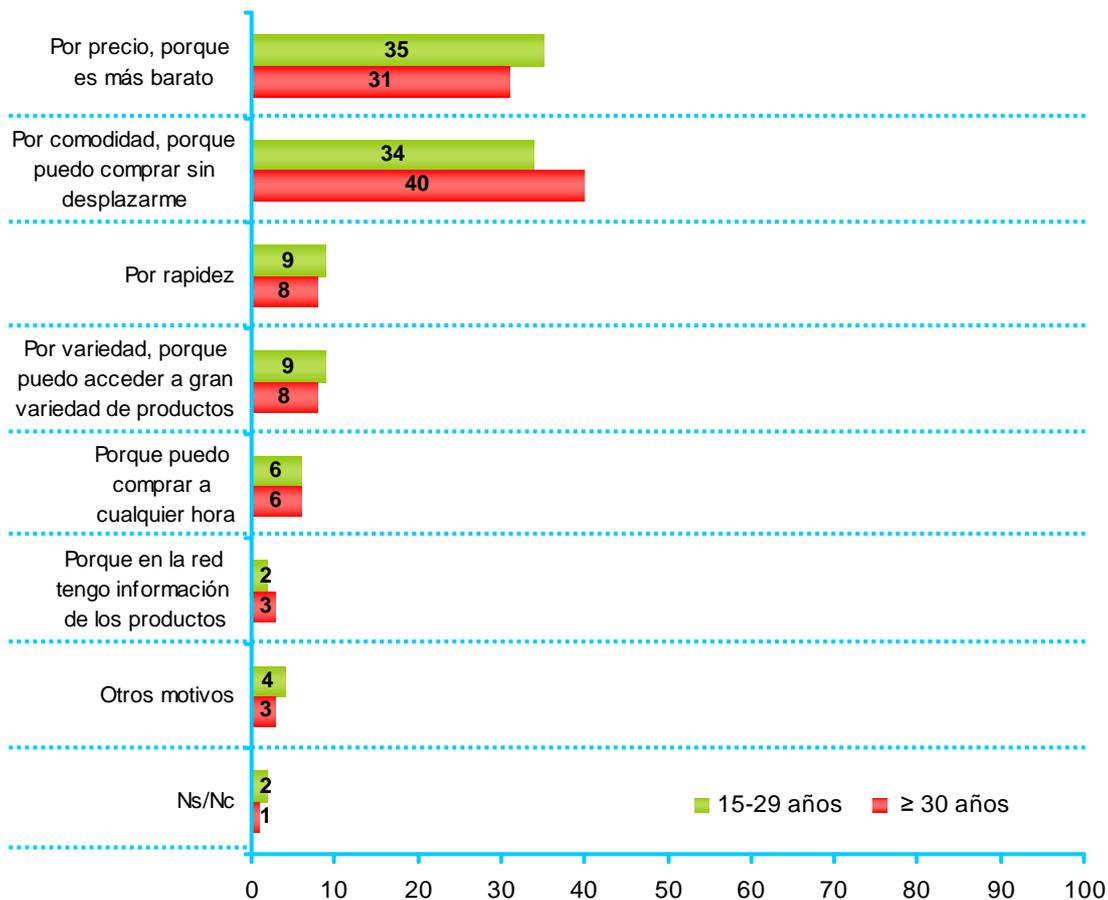
### 1.5.11 – Motivos para comprar por Internet

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
PRINCIPALMENTE ¿POR QUÉ COMPRA PRODUCTOS POR INTERNET?		
Por precio, porque es más barato	35	31
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	40
Por rapidez	9	8
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	8
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	6
Porque en la red tengo información de los productos	2	3
Otros motivos	4	3
Ns/Nc	2	1
Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 253.



## 1.6 – Redes sociales

### 1.6.1 – Redes sociales utilizadas

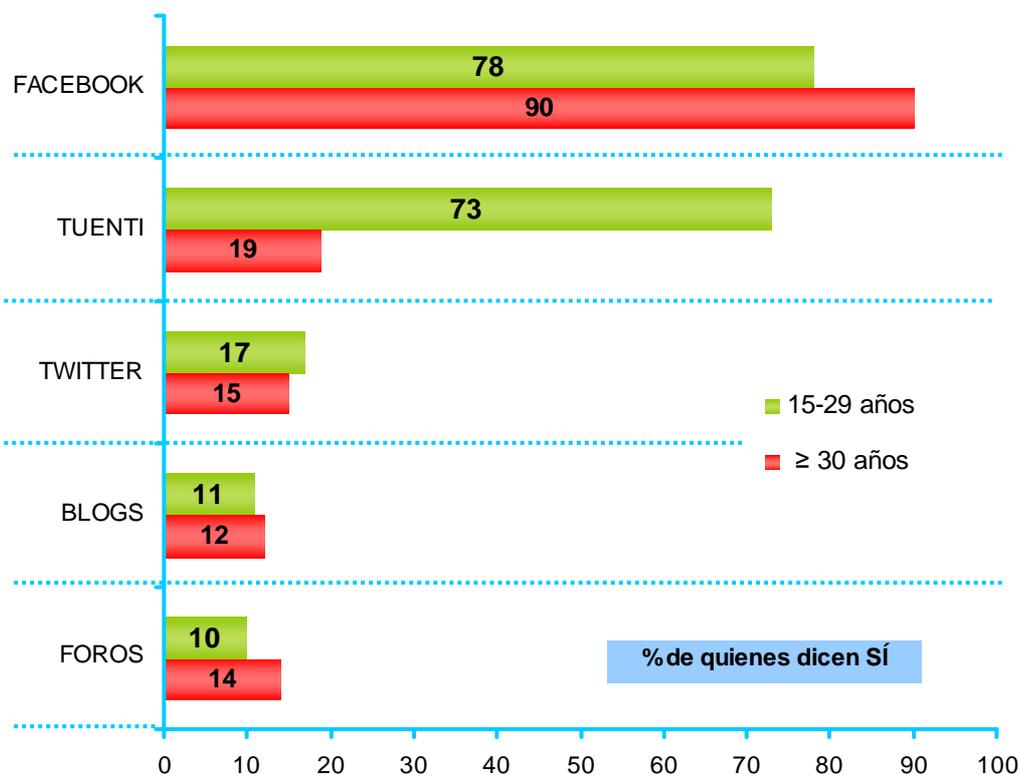
¿HA UTILIZADO EN EL ÚLTIMO MES ALGUNA DE ESTAS REDES SOCIALES O ESPACIOS DE OPINIÓN?

% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
FACEBOOK	78	90
TUENTI	73	19
TWITTER	17	15
BLOGS	11	12
FOROS	10	14

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 257.



### 1.6.2 – Utilidad principal de las redes sociales

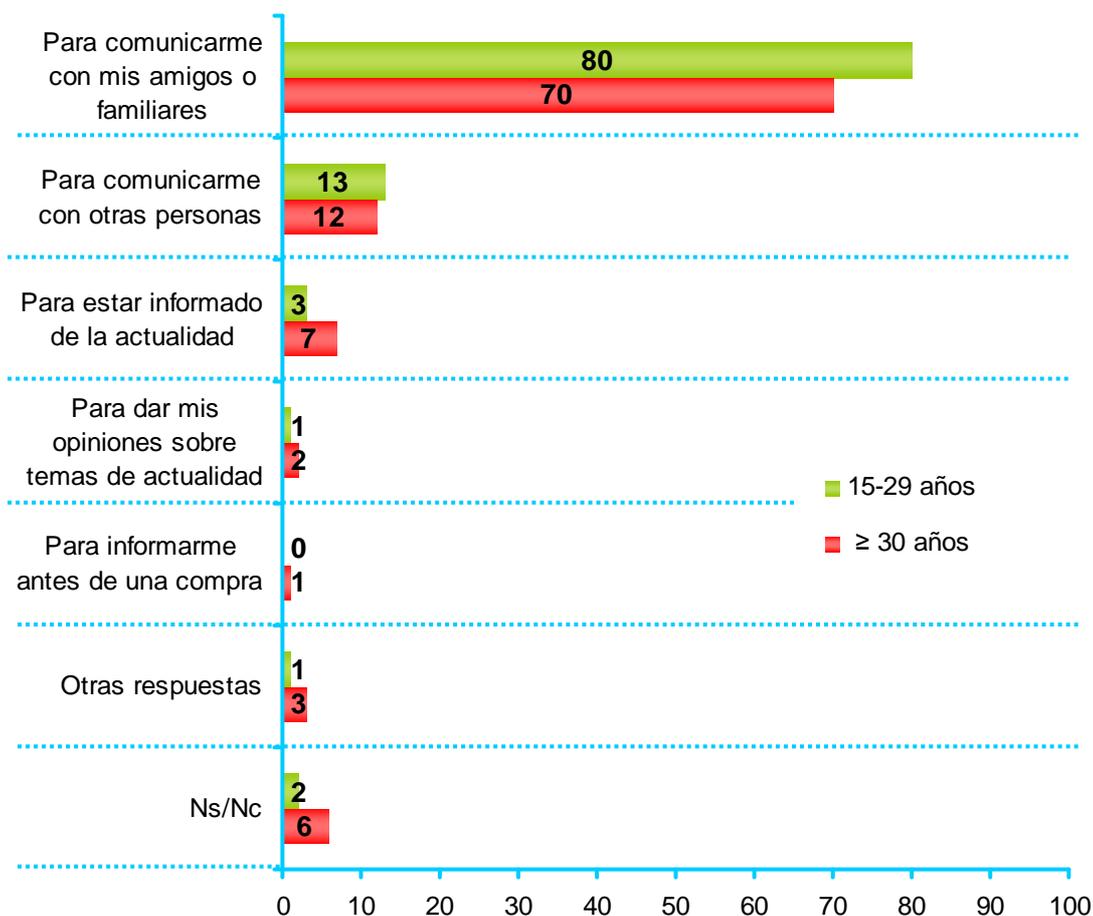
	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	70
Para comunicarme con otras personas	13	12
Para estar informado de la actualidad	3	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	2
Para informarme antes de una compra	0	1
Para informarme mientras compro	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0
Otras respuestas	1	3
Ns/Nc	2	6
Porcentajes verticales	100	100

PRINCIPALMENTE ¿PARA QUÉ UTILIZA UD. LAS REDES SOCIALES O LOS ESPACIOS DE OPINIÓN?

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 267.



### 1.6.3 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con las amistades

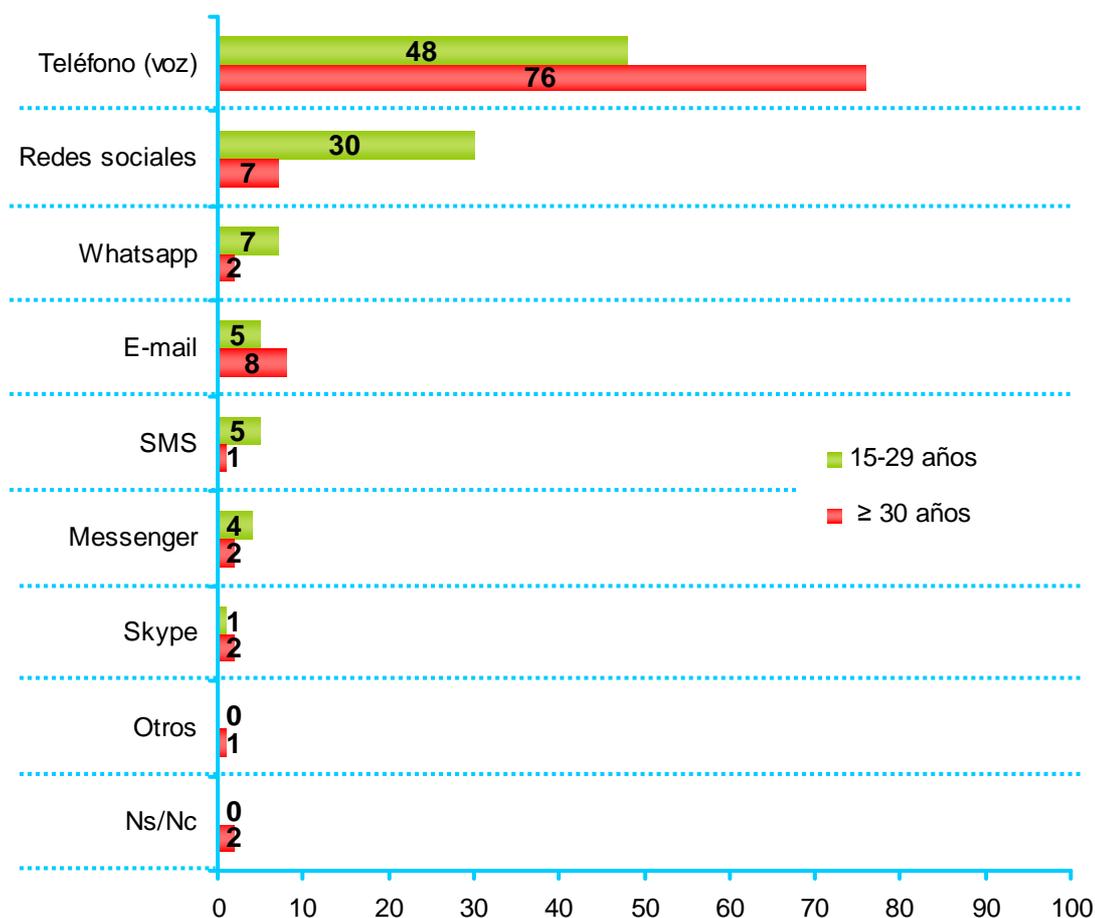
	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
Teléfono (voz)	<b>48</b>	76
Redes sociales	<b>30</b>	7
Whatsapp	<b>7</b>	2
E-mail	<b>5</b>	8
SMS	<b>5</b>	1
Messenger	<b>4</b>	2
Skype	<b>1</b>	2
Otros	<b>0</b>	1
Ns/Nc	<b>0</b>	2
Porcentajes verticales	100	100

ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON SUS AMIGOS?

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **270**.



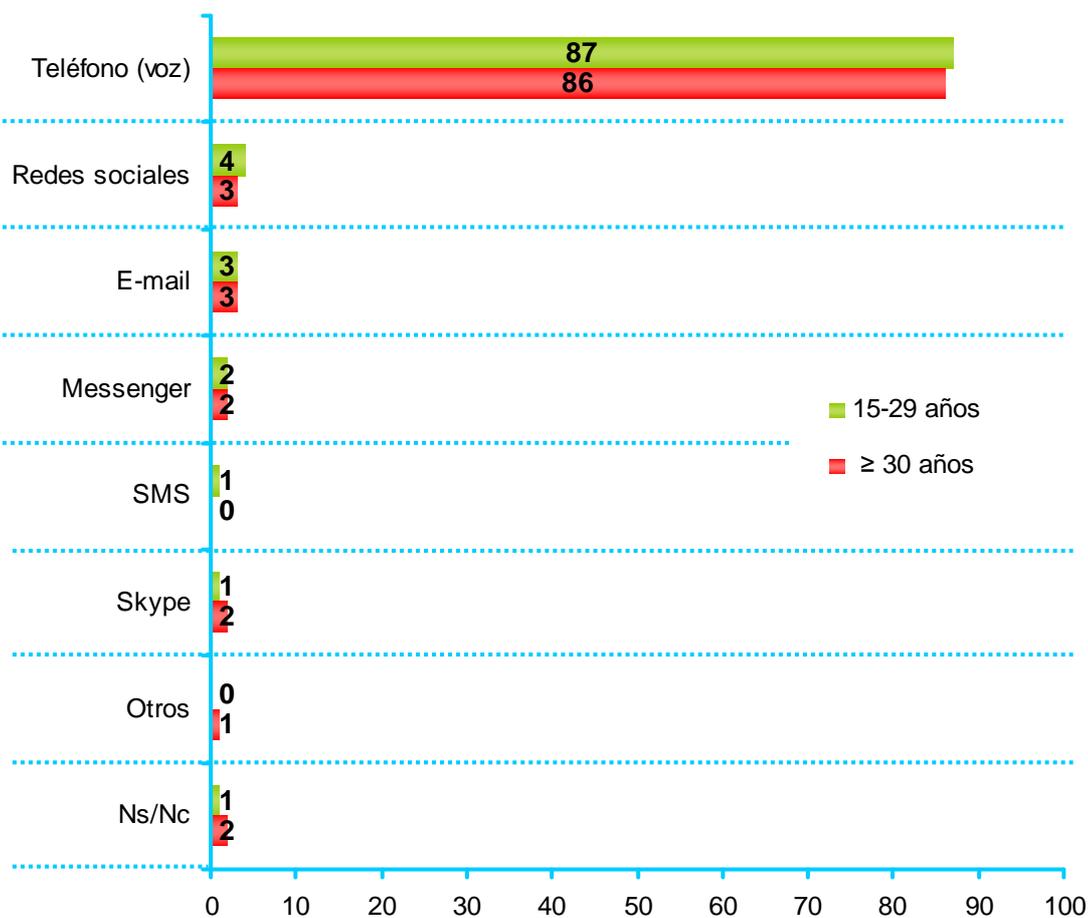
### 1.6.4 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con la familia

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?		
Teléfono (voz)	<b>87</b>	86
Redes sociales	<b>4</b>	3
E-mail	<b>3</b>	3
Messenger	<b>2</b>	2
SMS	<b>1</b>	0
Skype	<b>1</b>	2
Whatsapp	<b>0</b>	0
Otros	<b>0</b>	1
Ns/Nc	<b>1</b>	2
Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: **273**.

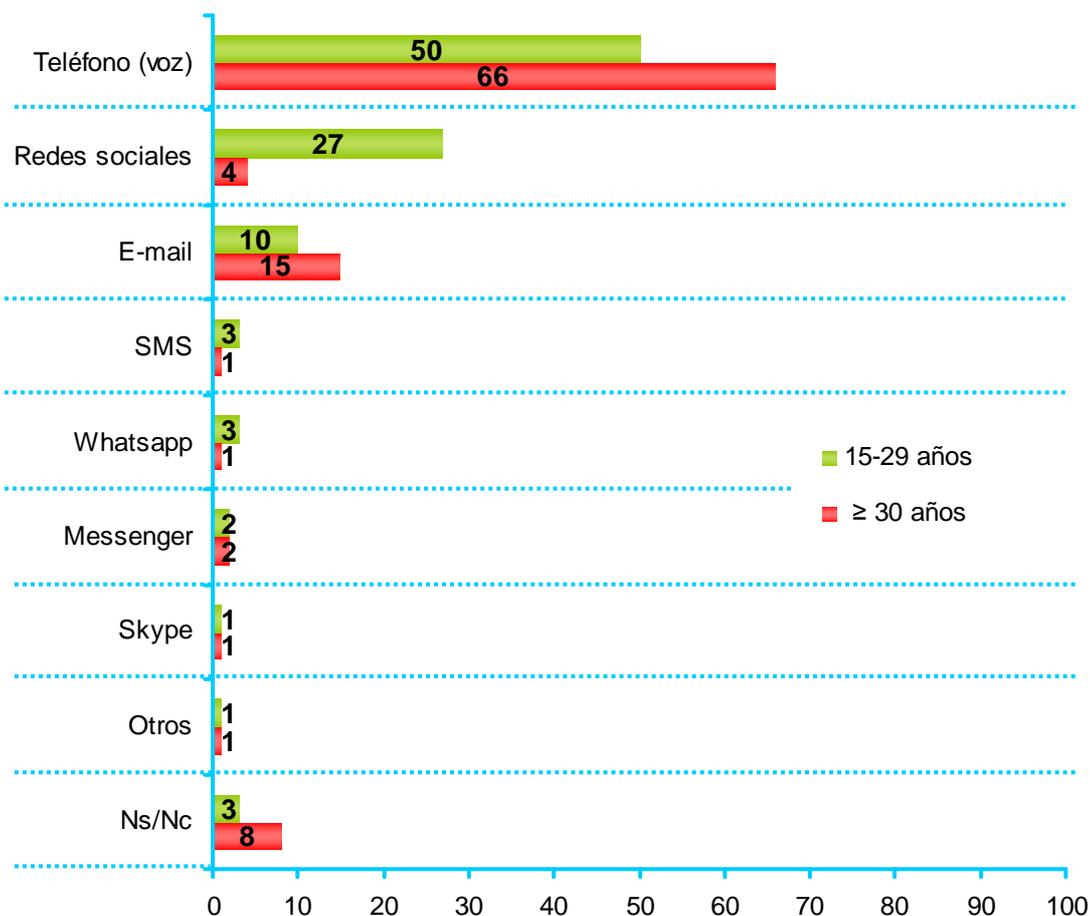


### 1.6.5 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con compañeros/as de trabajo o estudio

	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?		
Teléfono (voz)	<b>50</b>	66
Redes sociales	<b>27</b>	4
E-mail	<b>10</b>	15
SMS	<b>3</b>	1
Whatsapp	<b>3</b>	1
Messenger	<b>2</b>	2
Skype	<b>1</b>	1
Otros	<b>1</b>	1
Ns/Nc	<b>3</b>	8
Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

 Página para consultar los resultados por colectivos: **276**.



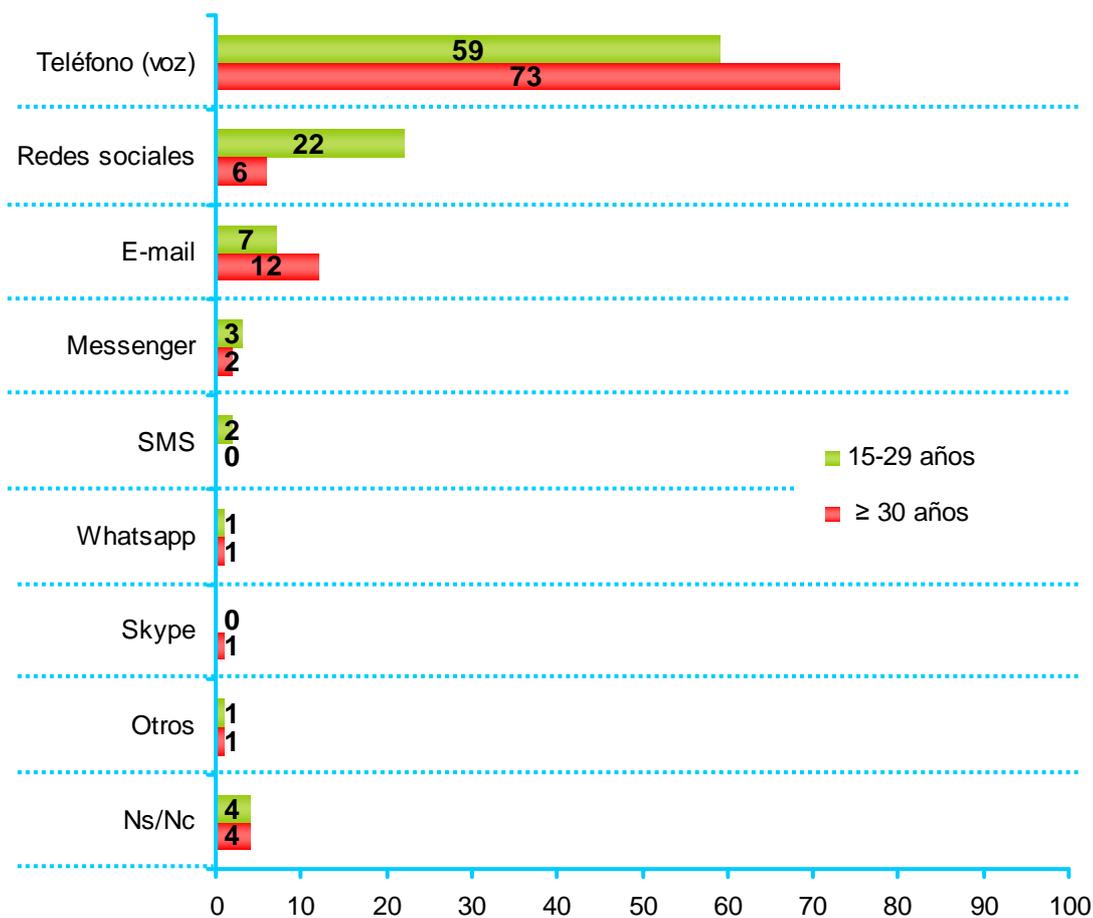
## 1.6.6 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con otras personas

	TOTALES		
	15-29 años	≥ 30 años	
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?	Teléfono (voz)	59	73
	Redes sociales	22	6
	E-mail	7	12
	Messenger	3	2
	SMS	2	0
	Whatsapp	1	1
	Skype	0	1
	Otros	1	1
	Ns/Nc	4	4
	Porcentajes verticales	100	100

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).



Página para consultar los resultados por colectivos: 279.



## 2 – Análisis: Un cambio generacional

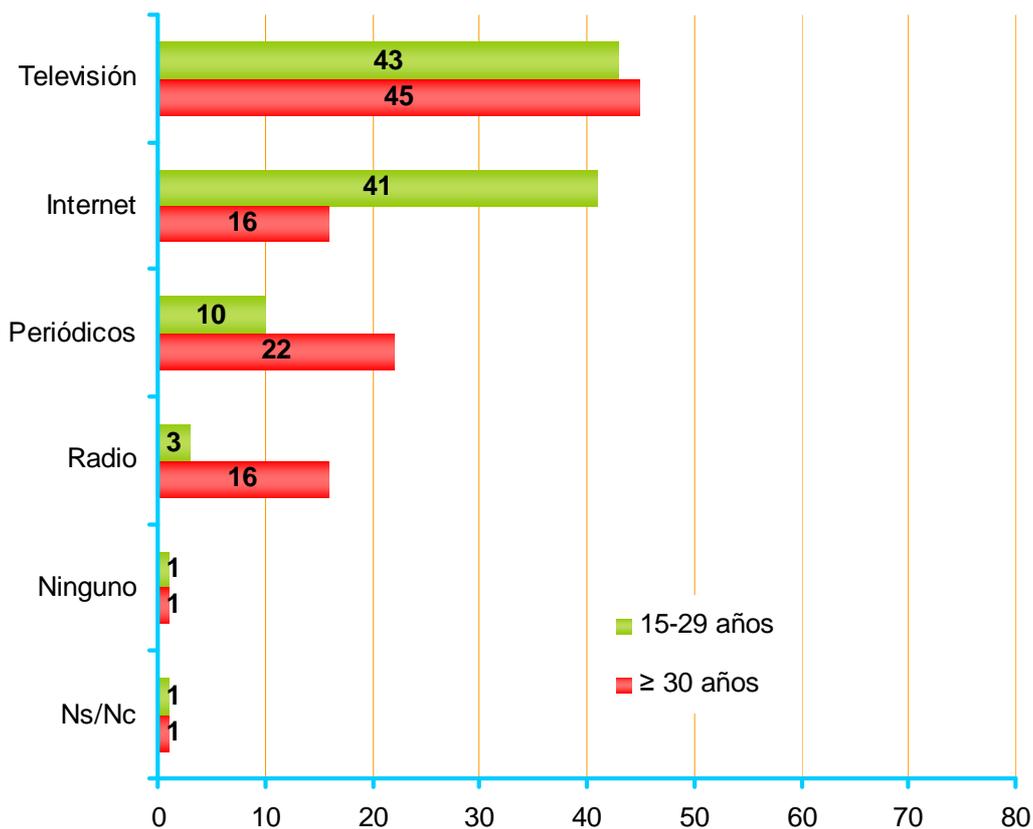
### 2.1 – Análisis intergeneracional: jóvenes de 15 a 29 años vs. adultos de más de 29

#### 2.1.1 – Informativos

Si bien entre los diferentes medios de comunicación, la mayoría de los y las jóvenes eligen en primer lugar Internet para entretenerse (53%) y formarse (70%), a la hora de informarse sobre temas de actualidad la mayoría **siguen prefiriendo la televisión** (el 43%), al igual que los mayores de 29 años (45%) (gráfico 1).

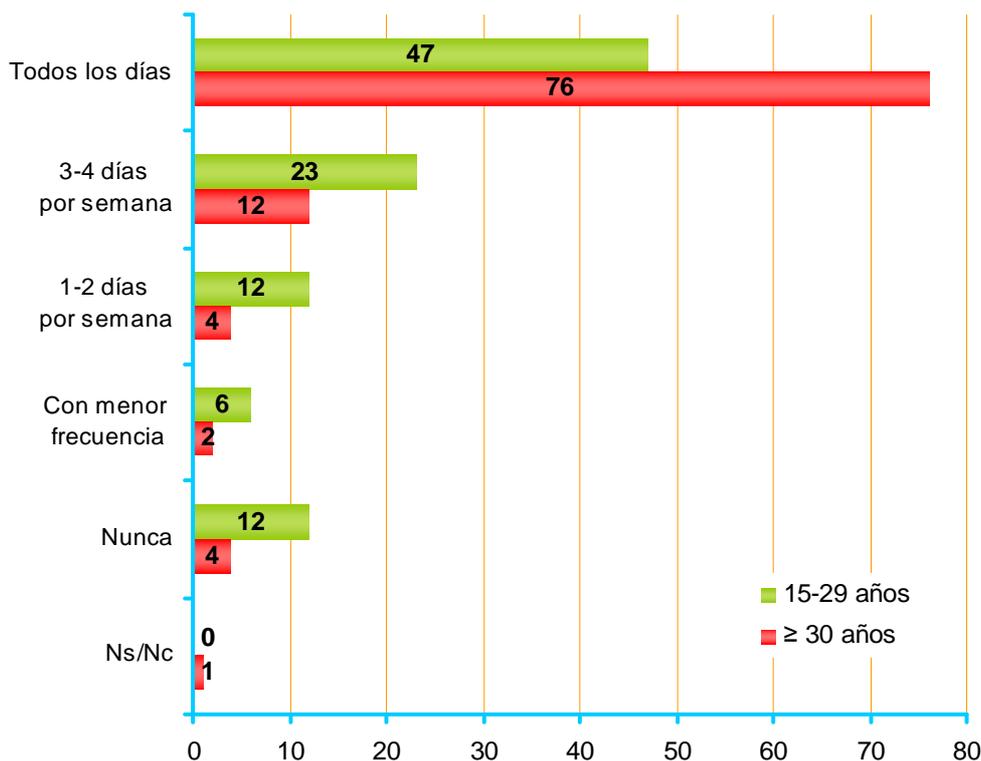
De todas formas, entre los y las jóvenes son ya el 41% los que eligen Internet para informarse, porcentaje muy similar a los que prefieren la televisión. Y son muchos menos quienes eligen otros medios (10% periódicos y 3% radio). En cambio, entre la población de más de 29 años el segundo medio elegido para informarse sobre temas de actualidad son los periódicos (22%), y la radio e Internet ocupan el tercer y cuarto lugar (16% en ambos casos).

MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO PARA INFORMARSE (gráfico 1)



Aunque se sigue utilizando la televisión como medio de información sobre temas de actualidad, **la frecuencia** con la que los y las jóvenes que ven la televisión afirman ver las noticias es **bastante menor** que la frecuencia con la que las ven la población mayor de 29 años. No llegan a la mitad quienes afirman ver los informativos todos los días (47%), mientras que entre la población de más de 29 años son casi 3 de cada 4 quienes lo hacen (76%) (gráfico 2)

FRECUENCIA DE CONSUMO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS (gráfico 2)

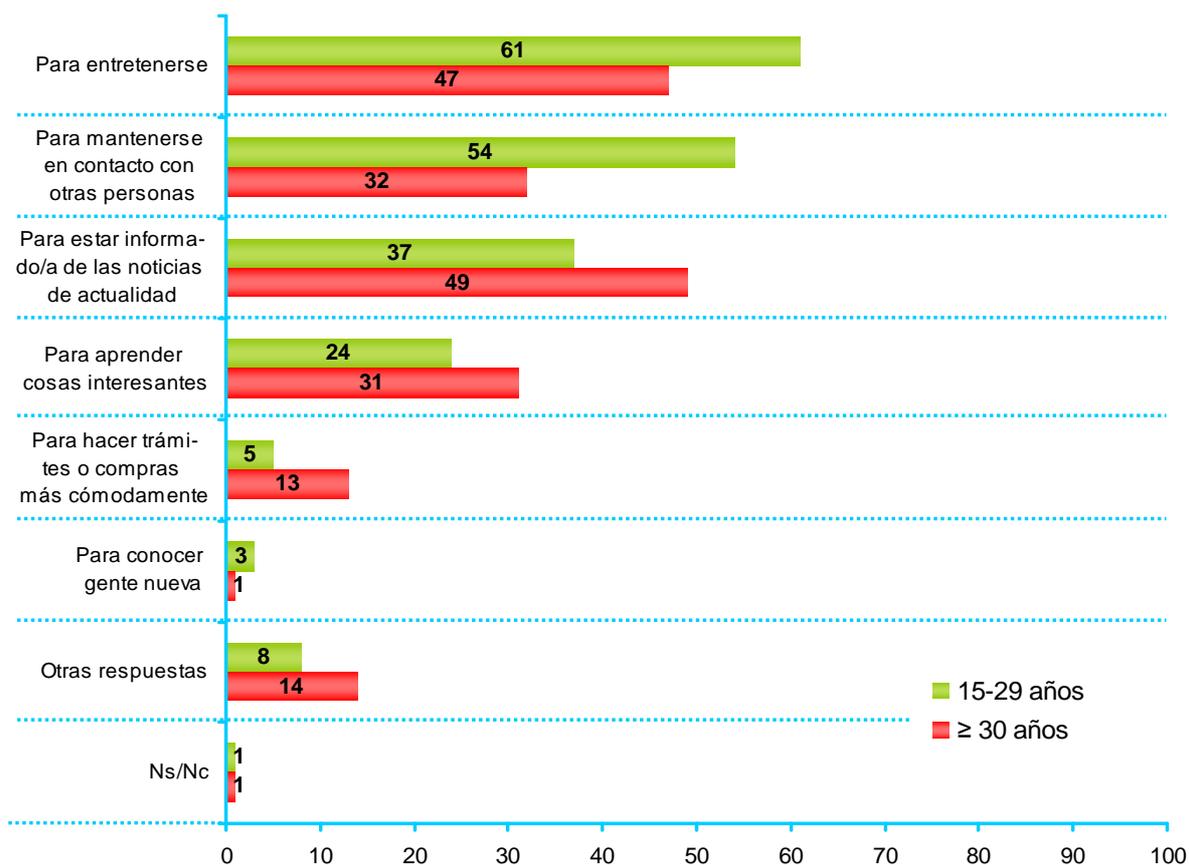


Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

Por otra parte, entre la población joven que ve la televisión, hay **más dispersión a la hora de elegir el canal** en el que se ven los informativos que entre las y los mayores. Mientras que 6 de cada diez mayores de 29 años ven los informativos en TVE1 (34%) o ETB2 (25%), los y las jóvenes están más divididos entre ETB2 (20%), TVE1 y Antena3 (17% cada uno), Tele5 (14%), etc.

Casi todos y todas las jóvenes utilizan Internet (96% el último año), sobre todo para *entretenerse* (61%) y *mantenerse en contacto con otras personas* (54%), y en tercer lugar, muy por debajo, *para estar informado de las noticias de actualidad* (37%); mientras que los y las mayores de 29 años, aunque utilizan Internet en menor medida (55% el último año), lo hacen sobre todo *para estar informados/as de las noticias de actualidad* (49%), después para *entretenerse* (47%) y en *menor medida para estar en contacto con otras personas* (32%) (gráfico 3).

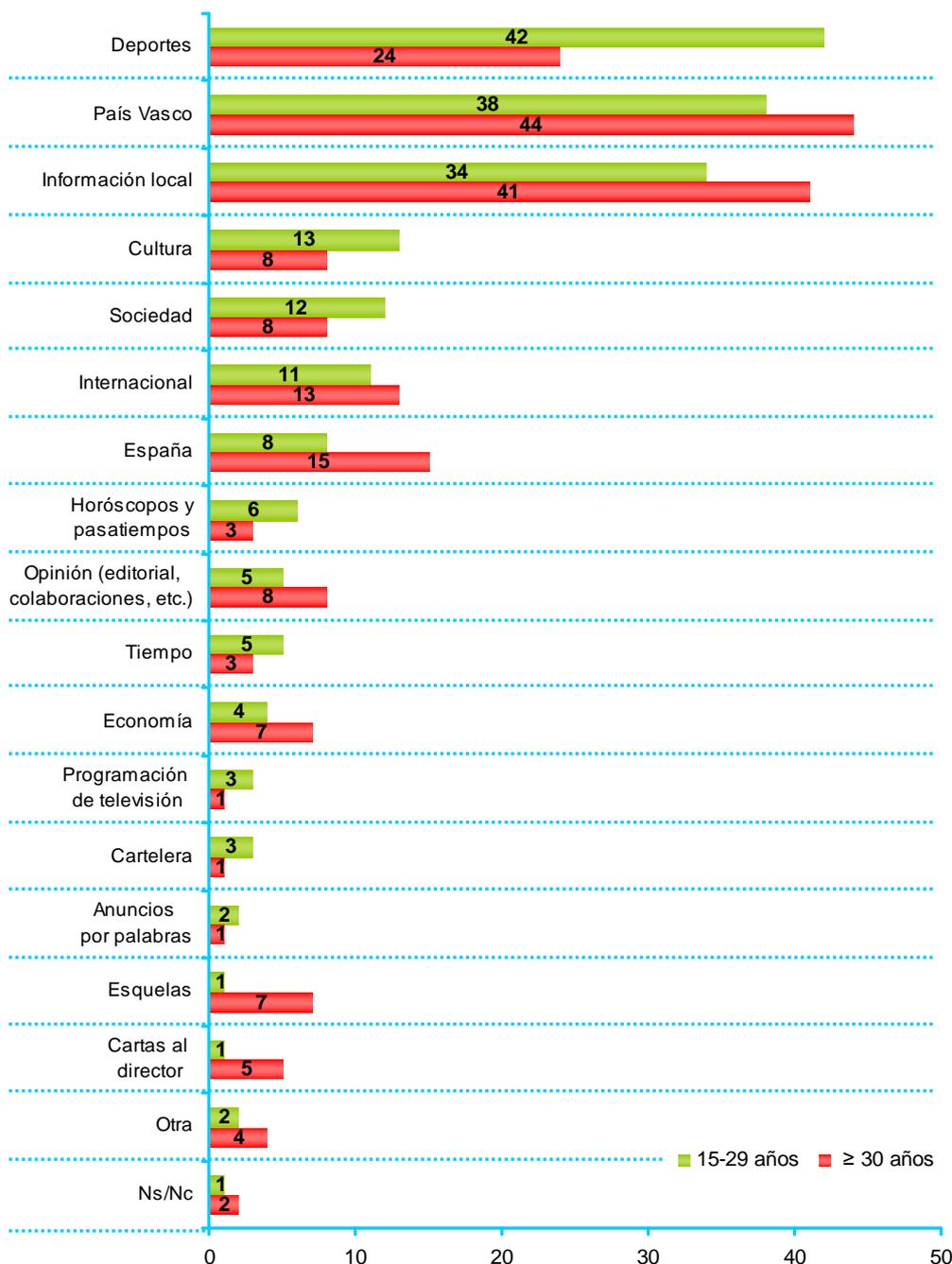
UTILIDAD PERSONAL DE INTERNET (gráfico 3)



Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.  
 Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

La juventud **consume menos prensa escrita** que la población adulta: tan solo el 23% afirma leer prensa escrita todos los días, frente al 41% de la población mayor de 29 años. Y consumen en mayor proporción **prensa deportiva** que los adultos (el 39% de los consumidores de prensa, frente al 28% de los mayores de 29 años). En el mismo sentido, en general, la sección que más leen los y las jóvenes son los *deportes* (42%), seguida de *País Vasco* (38%) y la *información local* (34%). Mientras que entre los mayores de 29 años las secciones que más se leen son *País Vasco* (44%) e *información local* (41%), seguidas muy por debajo por los *deportes* (24%) (gráfico 4)

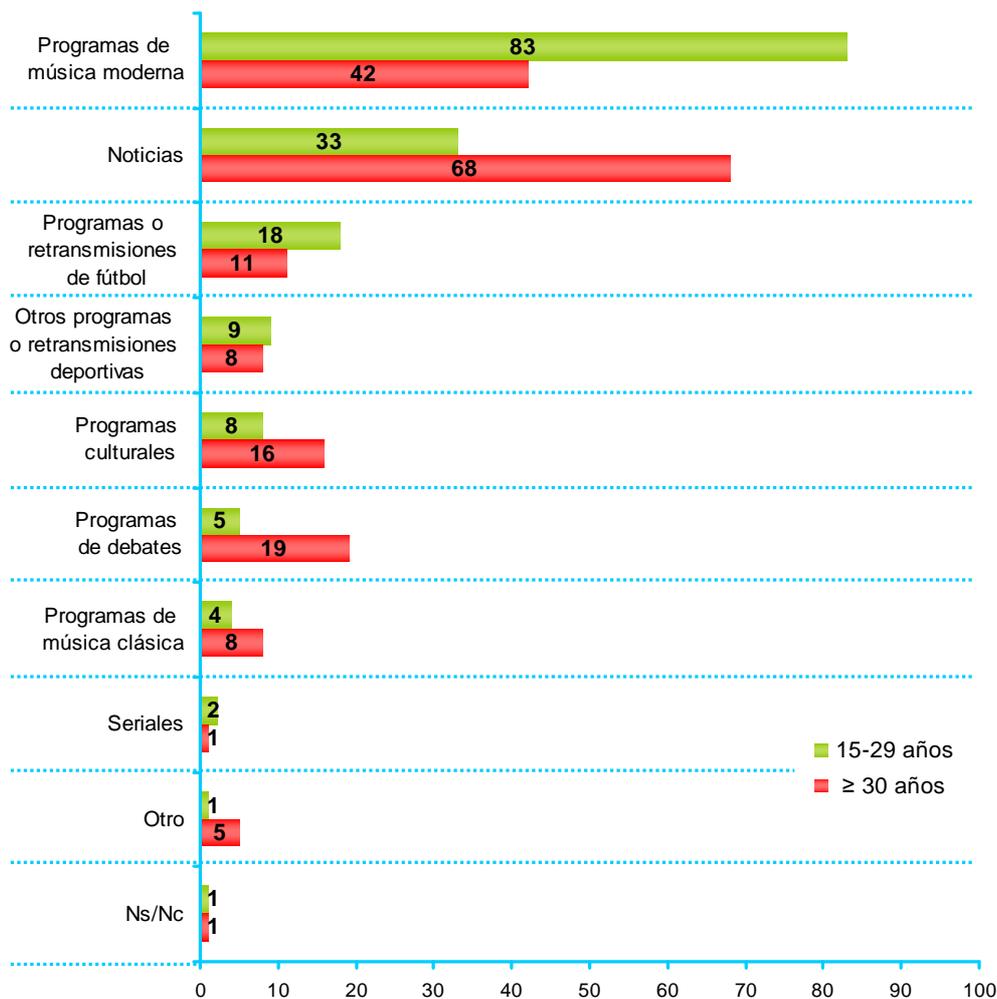
SECCIÓN QUE MÁS SE LEE EN PRENSA ESCRITA (gráfico 4)



Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas. Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/las mayores de 29 años).

Por último, la juventud **escucha menos radio** (el 33% la escucha *todos o casi todos los días*, frente al 51% de la población de más de 29 años), y mayoritariamente escucha *programas de música moderna* (el 83% de los y las que escuchan la radio), y lo hace para *entretenerse* (86%) y en menor medida *para estar informados/as sobre temas de actualidad*; mientras que las personas mayores de 29 escuchan sobre todo las *noticias* (68%) (gráfico 5) y aunque la utilizan sobre todo para *entretenerse* (73%) una mayoría también la utiliza *para estar informado/a de las noticias de actualidad* (56%).

TIPOS DE PROGRAMAS MÁS ESCUCHADOS EN RADIO (gráfico 5)

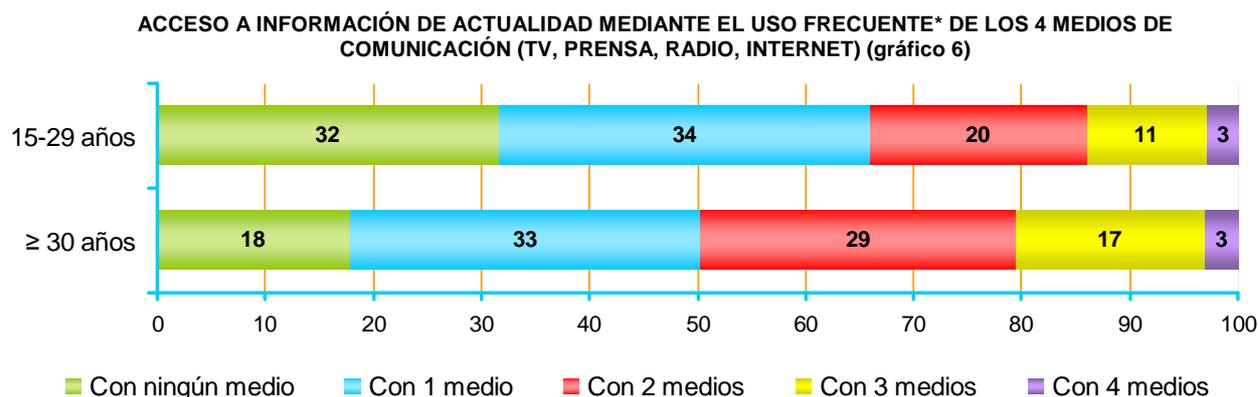


Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar hasta dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

Podemos resumir lo expuesto hasta el momento considerando el consumo del conjunto de los cuatro medios de difusión de información sobre temas de actualidad (televisión, prensa, radio e Internet). A tal efecto creamos un indicador a partir de varias preguntas de la encuesta. A saber, el uso frecuente de cada medio y su utilización para el seguimiento de la actualidad. En ese nuevo indicador cada persona bien no accede a información de la actualidad con ningún medio, bien lo hace con uno, bien con dos, bien con tres, bien con los cuatro posibles medios. El resultado es que es 14 puntos más alto el porcentaje de jóvenes que no utiliza **ningún medio** con mucha frecuencia para informarse de temas de actualidad (32%) que el de las personas mayores de 29 años (18%) (gráfico 6)

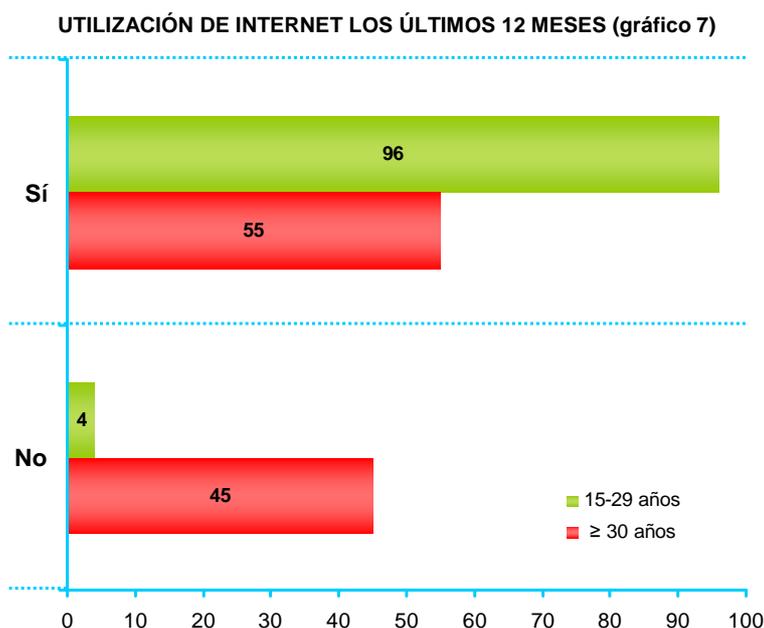
Por el contrario, la mitad de los y las mayores de 29 confiesa utilizar dos medios o más para tal fin (49%), mientras que utiliza 2 o más medios el 34% de las personas jóvenes.



\* Consideramos como uso frecuente aquel que se realiza al menos 4 días a la semana, excepto en el caso de la prensa escrita donde se refiere al que se realiza al menos 3 días a la semana.

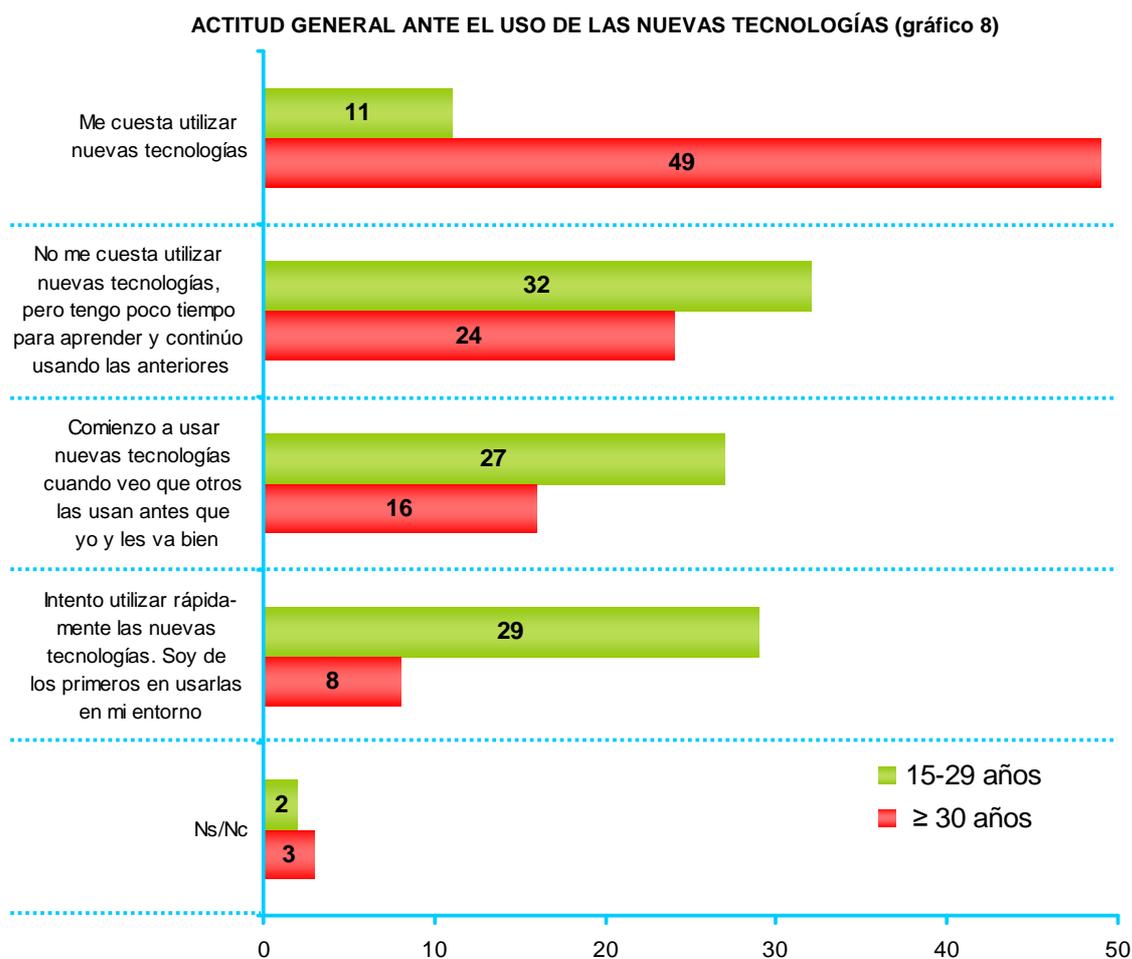
### 2.1.2 – Internet

Ya hemos comentado que el 96% de los jóvenes afirma haber utilizado Internet el último año, es decir, casi todos utilizan en mayor o menor medida Internet actualmente. En cambio, entre la población mayor de 29 años este porcentaje se reduce hasta el 55%, algo más de la mitad de la población (gráfico 7).



Este dato resume los resultados obtenidos en el resto de variables recogidas con respecto a Internet: la juventud lo utiliza más y tiene una actitud más abierta y positiva hacia Internet que la población mayor de 29 años, y el salto es considerable en todos los aspectos analizados.

Una **actitud más abierta** que se refleja en que el 29% de los y las jóvenes *intentan utilizar rápidamente las nuevas tecnologías y afirman ser de los primeros en usarlas en su entorno*, mientras que tan sólo el 8% de los mayores de 29 lo hacen. Es más, la mitad de la población adulta (mayores de 29) afirma que *les cuesta utilizar nuevas tecnologías*, y este porcentaje se reduce al 11% entre los menores de 30 años (gráfico 8).

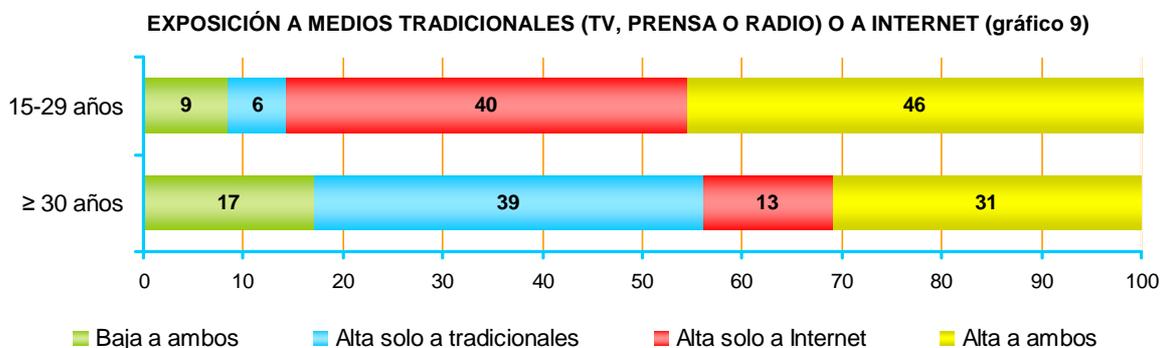


Si tuvieran que elegir durante un mes entero entre uno de los medios de comunicación, la población joven **elegiría mayoritariamente Internet** (66%), mientras que las personas mayores de 29 años elegirían en mayor medida la *televisión* (47%) e *Internet* en segundo lugar (24%).

Y no solo es diferente la preferencia. Incluso analizando el nivel de **exposición a diferentes medios** de comunicación, clasificándolos según sean tradicionales (televisión, prensa y radio) o Internet, vemos que los y las jóvenes muestran una exposición **más alta<sup>1</sup> a Internet** que la población mayor de 29 años.

<sup>1</sup> Consideramos exposición alta aquella que se realiza al menos 4 días a la semana, excepto en el caso de la prensa escrita donde se refiere al que se realiza al menos 3 días a la semana

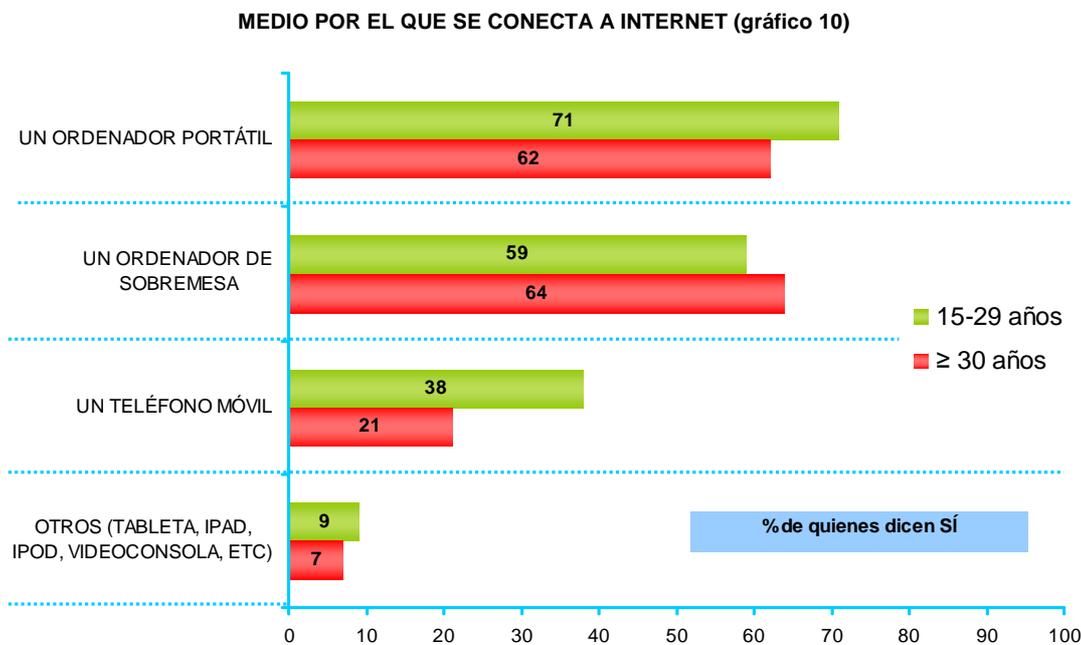
El 40% de la población joven tiene exposición alta solo a Internet y el 46% a ambos tipos de medios (tradicionales<sup>2</sup> e Internet), mientras que la proporción se invierte entre la población adulta y el 39% tiene exposición alta solo hacia medios tradicionales y el 31% a ambos. Son muchos menos los que tienen exposición alta solo a medios tradicionales (6%) entre los y las jóvenes, y los que tienen exposición alta solo a Internet entre los y las mayores de 29 (13%) (gráfico 9).



\* Consideramos exposición alta aquella que se realiza al menos 4 días a la semana, excepto en el caso de la prensa escrita donde se refiere al que se realiza al menos 3 días a la semana.

La población joven que ha utilizado Internet el último año, también dedica **más tiempo** a navegar por Internet: utiliza Internet de media más de dos horas el 37% los días laborables y el 39% los fines de semana; mientras que entre las personas mayores de 29 años estos porcentajes se reducen al 23% los días laborables y 18% los fines de semana.

Además, utilizan **más Internet por el móvil** (38% frente al 21% de los mayores de 29) y ordenadores portátiles (71% frente al 62%), también navegan más en la calle (26% frente al 13%) (gráfico 10).



Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

<sup>2</sup> Consideramos exposición alta a medios tradicionales cuando la exposición es alta a por lo menos dos de los tres.

La utilidad personal que le sacan a Internet los que lo utilizan, también es diferente entre la población joven (15-29) y la adulta (30 años o más). Las personas jóvenes lo utiliza sobre todo para *entretenerse* (61%) y *mantenerse en contacto con otras personas* (54%), mientras que las personas mayores de 29 años lo utilizan sobre todo para *estar informadas de noticias de actualidad* (49%) y también para *entretenerse* (47%).

Reflejo de ello es que, después de *buscar información general* y *recibir y enviar mensajes*, que son las dos actividades que más realizan en Internet ambos colectivos, los y las jóvenes sobre todo lo han utilizado para navegar por *redes sociales* (86%) y *descargar archivos* (83%), mientras que la población mayor de 29 años lo han hecho para *leer periódicos digitales* (59%) y *descargar archivos* (57%), entre otras utilidades (tabla 1).

ACTIVIDADES PARA LAS QUE SE USA INTERNET (tabla 1)

% DE QUIENES DICEN "SÍ"	TOTALES	
	15-29 años	≥ 30 años
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	93	88
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	90	84
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	86	39
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	83	57
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	65	54
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	49	59
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	43	45
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	28	18
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	25	44
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	22	11
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	17	10

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

En cambio, son algo menos las y los jóvenes que *han comprado algún producto* por Internet (43% de los y las jóvenes que han utilizado Internet, frente al 45% de los mayores de 29 años), y cuando lo hacen es porque en primer lugar les resulta *más barato* (35%) y en segundo lugar *por comodidad* (34%); mientras que para las personas de más de 29 años, el primer motivo para comprar por Internet es la *comodidad* (40%) y el segundo que sea *más barato* (31%).

### 2.1.3 – Redes sociales

El último año, más de ocho de cada diez jóvenes de entre 15-29 años, han utilizado las redes sociales (83%); mientras que el porcentaje de población adulta (mayores de 29 años) que las ha utilizado es tan solo del 21%.

Incluso entre los que utilizan Internet, también entre la población joven el canal de comunicación **más utilizado** para comunicarse con los y las amigos/as (48%), con la familia (87%), con los y las compañeros/as de estudio o trabajo (50%) y con otras personas (59%) sigue siendo el **teléfono (voz)**, aunque en menor medida que entre la población adulta: entre los cuales se comunican por teléfono con los y las amigos/as el 76%, con la familia el 86%, con compañeros/as de estudio o trabajo el 66% y con otras personas el 73% (tabla 2)

En comparación con las personas mayores de 29 años entre las personas jóvenes que han utilizado Internet el último año, las **redes sociales** adquieren un **protagonismo mucho mayor** como medio elegido para comunicarse: el 30% de las personas entre 15 y 29 años utilizan fundamentalmente este medio para comunicarse con las amigas y amigos, frente el 7% de la población mayor de 29 años; el 27% para comunicarse con compañeros y compañeras de estudio o trabajo, frente al 4% de la población adulta; y el 22% para comunicarse con otras personas, frente al 6% de la población adulta.

(tabla 2)

	AMIGOS		FAMILIA		COMPAÑEROS/AS DE TRABAJO O ESTUDIOS		OTRAS PERSONAS		
	15-29 años	≥ 30 años	15-29 años	≥ 30 años	15-29 años	≥ 30 años	15-29 años	≥ 30 años	
ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON ...	Teléfono (voz)	48	76	87	86	50	66	59	73
	Redes sociales	30	7	4	3	27	4	22	6
	Whatsapp	7	2	3	3	10	15	7	12
	E-mail	5	8	2	2	3	1	3	2
	SMS	5	1	1	0	3	1	2	0
	Messenger	4	2	1	2	2	2	1	1
	Skype	1	2	0	0	1	1	0	1
	Otros	0	1	0	1	1	1	1	1
	Ns/Nc	0	2	1	2	3	8	4	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	

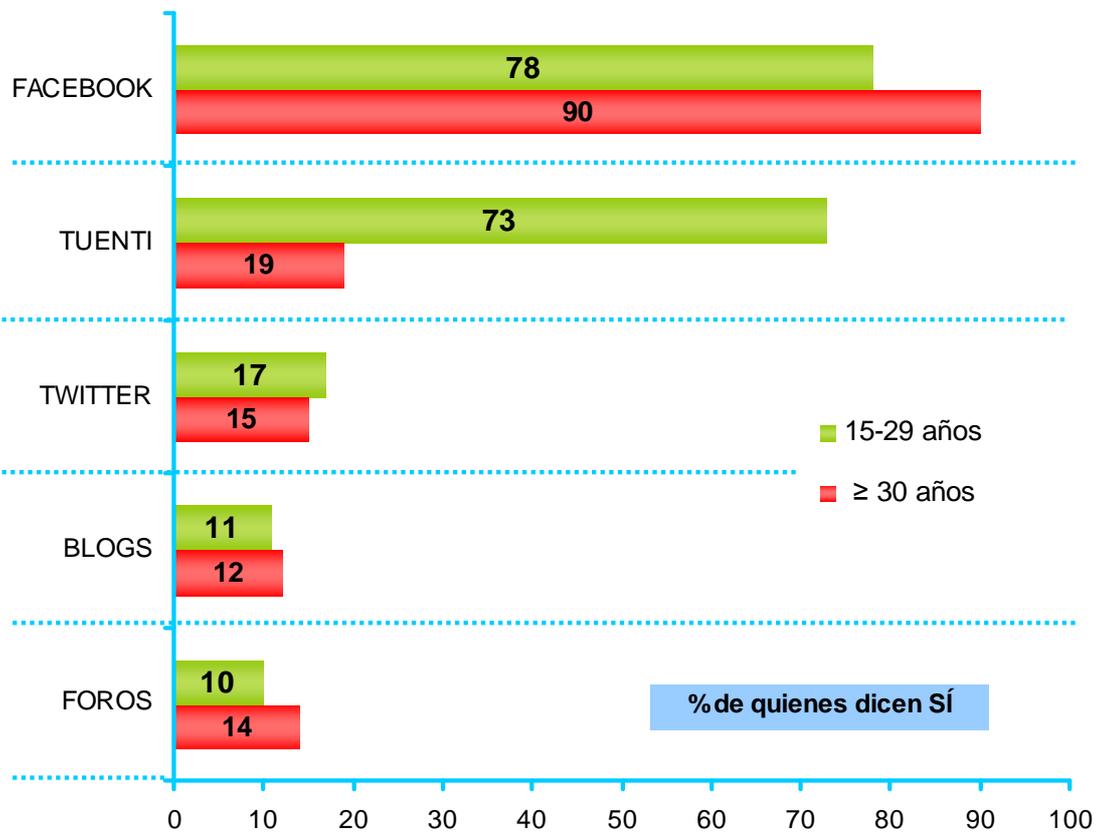
Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

Como cabría esperar, al tratarse de una comunicación intergeneracional, se utilizan mucho menos las redes sociales para comunicarse con la **familia**, tanto entre los y las jóvenes (4%), como por la población adulta (3%).

Entre la población usuaria de redes sociales, la **utilidad** casi exclusiva que les dan a estas redes es la comunicación con amigos y familiares y con otras personas; tanto entre la población joven (93%) como entre la población adulta (82%).

Se utilizan **diferentes redes sociales** (gráfico 11) entre los y las jóvenes y entre la población mayor de 29 años. Mientras que un porcentaje similar de jóvenes utilizan Facebook (78%) y Tuenti (73%), la mayoría de la población adulta que utiliza redes sociales utiliza Facebook (90%), y son muchos/as menos los que utilizan Tuenti (19%). Es similar el nivel de utilización del resto de espacios entre la población joven y adulta (Twitter, Blogs y Foros).

REDES SOCIALES UTILIZADAS (gráfico 11)



Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

## 2.2 – Análisis intrageneracional: grupo de jóvenes de 15 a 29 años

### 2.2.1 – Por grupos de edad

- **Exposición a medios de comunicación**

Atendiendo al número de medios de los cuatro posibles (TV, prensa, radio e Internet) a los que cada persona se expone frecuentemente (al menos 4 días a la semana, excepto en el caso de la prensa escrita donde se refiere al que se realiza al menos 3 días a la semana), esto es, generando un nuevo indicador que podríamos denominar “exposición alta a medios de comunicación”, podemos ver que un 39% de las y los jóvenes tienen una exposición alta (utilizan la televisión, la radio e Internet al menos cuatro días por semana o leen la prensa al menos tres días por semana) a dos tipos de medios de comunicación, un 35% a tres tipos y un 13% a los cuatro tipos analizados (televisión, prensa, radio e Internet). Con la edad disminuye el porcentaje de quienes tienen una exposición alta a dos medios y aumenta el de quienes consumen con frecuencia tres o cuatro medios (tabla 3).

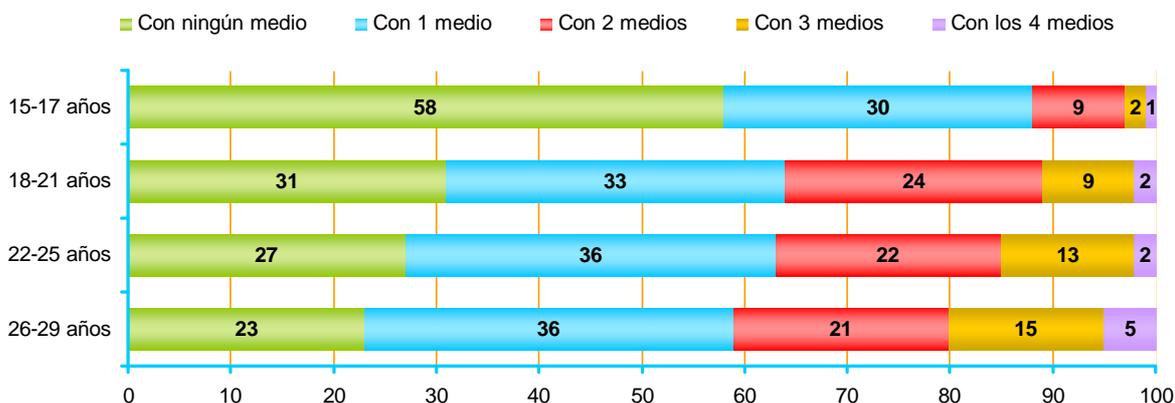
En cuanto a la utilización de los distintos tipos de medios como fuente de información sobre la actualidad (tabla 3 y gráfico 12), un 32% de la juventud no hace un uso frecuente de ninguno de los tipos de medios para ese fin, un 34% utiliza un tipo de medio, un 20% utiliza dos medios un 11% tres medios y un 3% los cuatro tipos de medios analizados.

Con la edad disminuye el porcentaje de quienes no utilizan con frecuencia ningún medio para informarse sobre la actualidad y aumenta el de quienes utilizan tres o cuatro medios con ese fin.

(tabla 3)

		TOTAL	GRUPOS DE EDAD			
		JÓVENES	15-17	18-21	22-25	26-29
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)	A ningún medio	1	2	1	0	2
	A 1 medio	13	15	13	9	14
	A 2 medios	39	53	42	39	30
	A 3 medios	35	26	37	37	35
	A los 4 medios	13	5	8	14	18
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)	Con ningún medio	32	58	31	27	23
	Con 1 medio	34	30	33	36	36
	Con 2 medios	20	9	24	22	21
	Con 3 medios	11	2	9	13	15
	Con los 4 medios	3	1	2	2	5
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(184)	(332)	(332)	(424)

ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD (gráfico 12)



- **Preferencias por tipos de medios, medios tradicionales vs Internet**

La juventud muestra una clara preferencia por Internet, frente a otros tipos de medios de comunicación, seguida de la televisión. La preferencia por Internet es más acusada según desciende la edad, pero es mayoritaria también entre la juventud más adulta. Quienes elegirían Internet frente a la televisión, la radio y los periódicos constituyen un 77% de quienes tienen entre 15 y 17 años, porcentaje que baja hasta un 57% entre quienes tienen 26-29 años.

En cuanto al uso frecuente de medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y prensa) o Internet, un 8% de la juventud tiene una exposición baja a ambos tipos de medios, un 6% consume con frecuencia sólo los medios tradicionales, un 40% sólo consume frecuentemente Internet y un 46% consumen con frecuencia tanto los medios tradicionales como Internet (tabla 4 y gráfico 13).

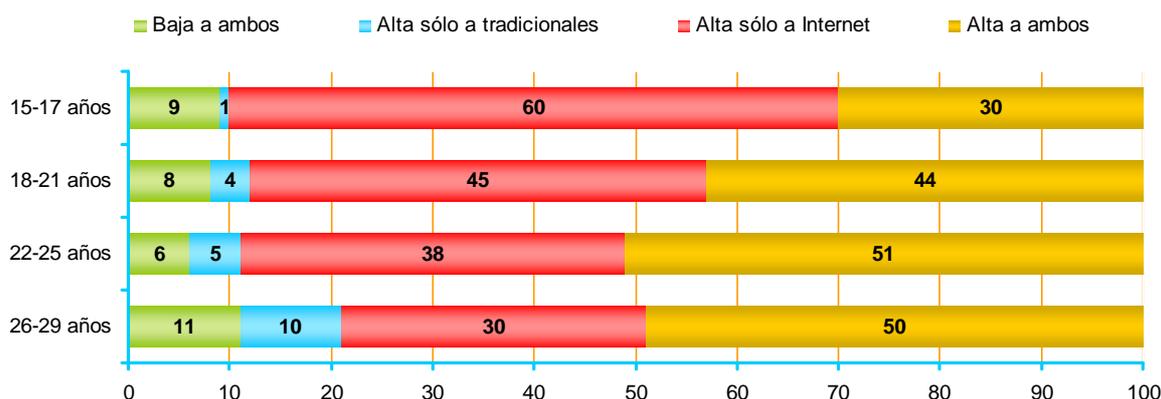
Con la edad disminuye el porcentaje de quienes tienen un consumo frecuente sólo de Internet (aunque llega a un 30% incluso en el grupo de edad de 26-29 años), y aumenta tanto el de quienes consumen frecuentemente sólo los medios tradicionales como el de quienes consumen con frecuencia ambos tipos de medios (aunque se estanca a partir de 22 años).

Por tanto, podemos decir que el consumo de Internet es más precoz que el del resto de medios, pero no disminuye con la edad, sino que según se avanza en edad se van incorporando otros tipos de medios.

(tabla 4)

EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O A INTERNET	TOTAL	GRUPOS DE EDAD			
	JÓVENES	15-17	18-21	22-25	26-29
Baja a ambos	8	9	8	6	11
Alta sólo a tradicionales	6	1	4	5	10
Alta sólo a Internet	40	60	45	38	30
Alta a ambos	46	30	44	51	50
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(184)	(332)	(332)	(424)

(gráfico 13)



• **Televisión**

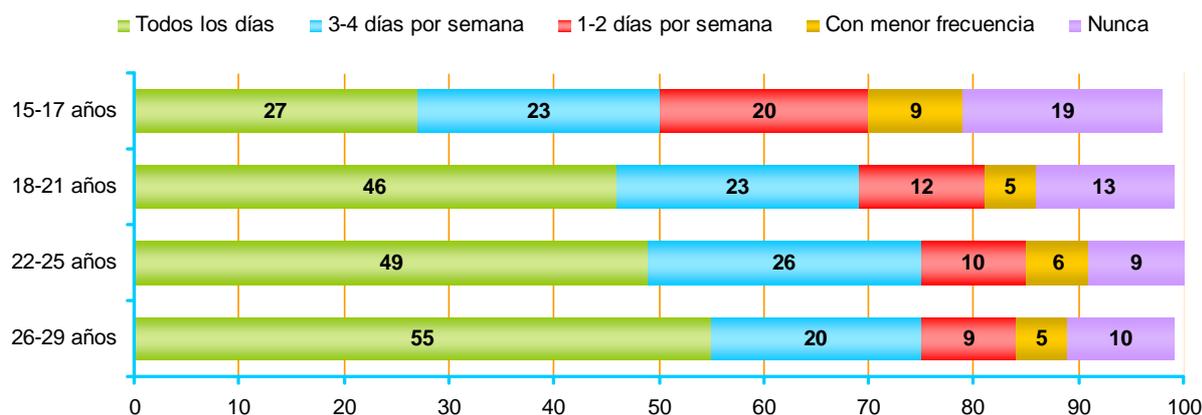
En cuanto a la televisión, los programas preferidos de las y los jóvenes son las series y comedias (mencionadas por el 50% entre los dos tipos preferidos) y las películas (44%), seguidas de los informativos (28%). Con la edad aumenta el gusto por los informativos (7% de quienes tienen 15-17 años y 39% de 26-29 años) y se reduce algo la afición por las películas y sobre todo las series (66% entre quienes tienen 15-17 años y 39% de quienes tienen 26-29).

Las y los más jóvenes buscan en la televisión sobre todo entretenimiento. Según asciende la edad, además de para el entretenimiento también se utiliza como fuente de información sobre la actualidad.

En cuanto a los canales preferidos, la juventud elige La Sexta y Antena 3, seguidas de cerca por Cuatro y Tele5. Según aumenta la edad, son cada vez menos quienes prefieren Antena 3 y más quienes eligen TVE1. La Sexta, a pesar de ser la preferida por la juventud en general, atrae notablemente menos a quienes tienen menos de 18 años que al resto. El canal más mencionado como el que menos gusta es Tele5, aunque La 2 le sigue de cerca entre quienes tienen menos de 22 años.

Un 47% de las y los jóvenes ven informativos a diario, pero la edad incide notablemente en este hábito: las y los menores de 18 años declaran ver informativos en mucha menor medida que el resto, y un 19% de ese grupo de edad no los ve nunca o casi nunca (gráfico 14).

**FRECUENCIA DE CONSUMO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS (gráfico 14)**

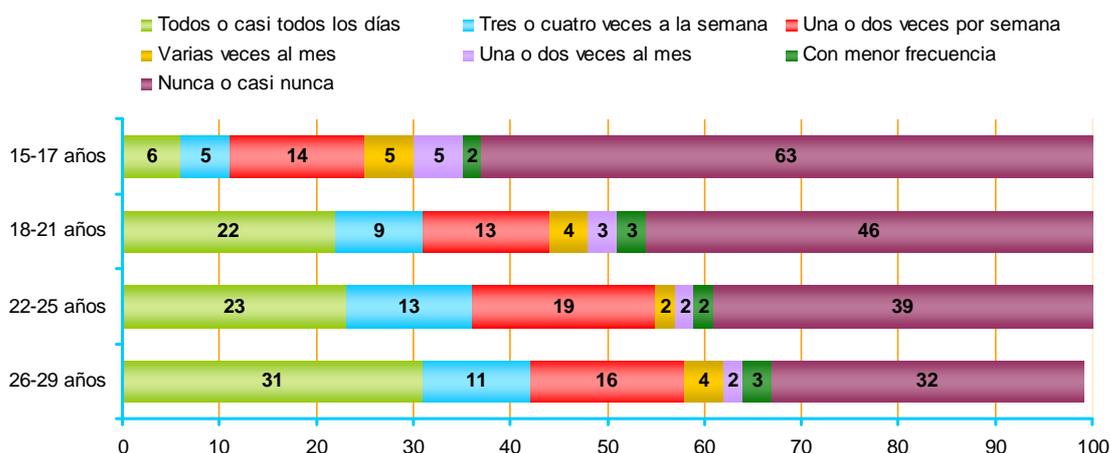


Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes).

• **Periódicos**

Un 42% de las y los jóvenes nunca o casi nunca leen periódicos en papel, mientras que un 23% los leen todos o casi todos los días. Con la edad aumenta el porcentaje de jóvenes que leen periódicos, aunque incluso entre quienes tienen 26-29 años un tercio dice no leerlos nunca o casi nunca (gráfico 15).

FRECUENCIA DE CONSUMO DE PERIÓDICOS (gráfico 15)

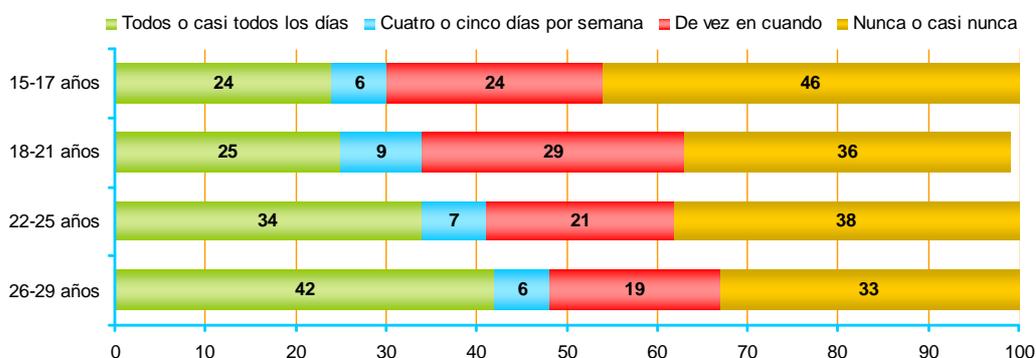


Entre quienes leen periódicos, a partir de los 18 años aumenta el porcentaje de quienes leen diarios de información general y por el contrario, con la edad disminuye el porcentaje de quienes leen periódicos deportivos, así como el de quienes mencionan los deportes como una de las secciones que más leen.

• **Radio**

El 37% de la población joven dice no escuchar nunca o casi nunca la radio, mientras que un tercio afirma escucharla a diario. Con la edad aumenta el porcentaje de quienes escuchan la radio, llegando a ser un 42% quienes la escuchan a diario entre quienes tienen entre 26 y 29 años (gráfico 16).

FRECUENCIA DE CONSUMO DE RADIO (gráfico 16)



Entre las y los jóvenes que escuchan la radio, la gran mayoría (83%) menciona los programas de música moderna como el tipo de programa que más escuchan, seguidos de las noticias (33%). Con la edad aumenta el porcentaje de quienes escuchan las noticias y a partir de los 18 años baja el seguimiento de programas o retransmisiones de fútbol.

Las y los jóvenes escuchan sobre todo *Los 40* y *Gaztea* (mencionadas por un 39% y un 32% de quienes escuchan la radio entre las dos que más escuchan), seguidas de *Radio Euskadi*, *Euskadi Irratia* o *Radio Vitoria* (15%) y *Cadena 100* (13%). Con la edad, aumenta el porcentaje de quienes escuchan las emisoras generalistas del grupo EITB y disminuye el de quienes escuchan *Gaztea*.

- **Internet**

Prácticamente la totalidad de la población joven (96%) utiliza Internet, en todos los grupos de edad, aunque el porcentaje disminuye muy ligeramente en el grupo más adulto, de 26-29 años (93%). Además, la gran mayoría (81%) dice conectarse a Internet a diario.

Internet sirve a la juventud principalmente para entretenerse (un 61% lo menciona entre las dos principales utilidades) y para mantenerse en contacto con otras personas (54%), y en menor medida para estar informado de la actualidad (37%) y aprender cosas interesantes (24%). Con la edad, disminuye el porcentaje de quienes dicen que les sirve principalmente para entretenerse y mantenerse en contacto con otras personas (aunque siguen siendo las utilidades más mencionadas en todos los grupos de edad) y aumenta el de quienes mencionan estar informados de la actualidad y aprender cosas interesantes.

En cuanto a las actividades para las que utilizan Internet, alrededor de 9 de cada 10 buscan información, envían o reciben mensajes de correo electrónico y utilizan las redes sociales. Esta última actividad se reduce algo con la edad, aunque incluso en el grupo de quienes tienen entre 26 y 29 años un 78% la practica. Algo menos de la mitad de las y los jóvenes dicen leer periódicos digitales y hacer compras (ambas actividades aumentan con la edad) y alrededor de una cuarta parte hacen llamadas telefónicas, realizan gestiones bancarias (aumenta con la edad) e intervienen en foros de discusión o chats. Un 17% mantiene su propia página web o blog y un 65% dice navegar por Internet sin un objetivo concreto.

Entre los productos adquiridos por Internet, destacan los viajes y/u hoteles y la ropa y el calzado. El primero de estos productos lo adquieren sobre todo quienes tienen más de 18 años, y los menores de esa edad mencionan sobre todo el segundo.

- **Redes sociales**

Como ya se ha mencionado, un 83% de las y los jóvenes utilizan las redes sociales. Según se avanza en edad aumenta la utilización de Facebook y disminuye la de Tuenti.

Las redes les sirven principalmente a la población joven para comunicarse con amigos o familiares. De hecho, las redes sociales son el segundo canal de comunicación más importante para comunicarse con los amigos, por detrás del teléfono (30% y 48% respectivamente), aunque cuanto más jóvenes, son más quienes mencionan las redes sociales como el canal principal y menos quienes mencionan el teléfono (tabla 5). En la comunicación con los compañeros de trabajo o estudios también son más quienes utilizan principalmente el teléfono, excepto entre las y los jóvenes de 15 a 17 años que se comunican más por las redes sociales.

Para comunicarse con la familia, el teléfono sigue siendo el canal principal.

(tabla 5)

	TOTAL JÓVENES	GRUPOS DE EDAD			
		15-17	18-21	22-25	26-29
ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON SUS AMIGOS?					
Teléfono (voz)	48	40	40	48	58
Redes sociales	30	41	37	28	20
E-mail	5	3	5	5	6
SMS	5	5	4	4	6
Messenger	4	5	3	5	4
Whatsapp	7	4	10	8	6
Skype	1	1	1	1	0
Otros	0	0	0	1	0
Ns/Nc	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(181)	(323)	(326)	(399)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes).

## 2.2.2 – Otras variables <sup>3</sup>

- **Exposición a medios de comunicación**

El consumo frecuente de tres o cuatro tipos de medios de comunicación es más habitual entre las y los guipuzcoanos, quienes hablan euskera, quienes tienen estudios superiores y quienes votaron a Bildu, PNV o PP.

La utilización de varios tipos de medios como fuente de información sobre la actualidad también es más habitual entre quienes saben euskera y aumenta con el nivel de estudios.

- **Preferencias por tipos de medios, medios tradicionales vs Internet**

Quienes hablan euskera bien, quienes tienen estudios primarios o menos y quienes no pudieron votar en las pasadas Elecciones Forales de 2011 por ser menores de edad prefieren Internet en mayor medida que el resto de la juventud. Esta preferencia por Internet también es más habitual entre quienes utilizan con frecuencia tres o cuatro tipos de medios y entre quienes utilizan frecuentemente sólo Internet o tanto Internet como los medios tradicionales.

En cuanto a la utilización de medios tradicionales (televisión, prensa y radio) frente a Internet, quienes utilizan con frecuencia ambos tipos de medios son más entre las y los guipuzcoanos, y aumentan con el conocimiento de euskera y el nivel de estudios. Por el contrario el consumo frecuente sólo de medios tradicionales disminuye según aumentan el conocimiento de euskera y el nivel de estudios (tabla 6). La utilización frecuente sólo de Internet está ligada sobre todo a la edad, y por consiguiente es más frecuente entre quienes tienen estudios primarios o menos y quienes no pudieron votar por ser menores.

(tabla 6)

	TOTAL JÓVENES	CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios y profesionales	Superiores	
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O A INTERNET	Baja a ambos	8	5	8	21	13	7	3
	Alta sólo a tradicionales	6	4	7	11	8	6	1
	Alta sólo a Internet	40	38	45	40	45	37	36
	Alta a ambos	46	53	40	28	34	50	59
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	

<sup>3</sup> Se debe tener en cuenta que el conocimiento de euskera y el nivel de estudios guardan mucha relación con la edad, por lo que ciertos vínculos que parecen apreciarse entre estas variables y algunas opiniones se deben realmente a la influencia de la edad en ambas. En la variable “recuerdo de voto” se encuentran, evidentemente, quienes pertenecen al grupo “no pudo votar porque era menor de edad” que prácticamente en su totalidad conforman el intervalo de 15 a 17 años.

- **Televisión**

A mayor nivel de estudios, las y los jóvenes se muestran más críticos con la calidad de la programación de la televisión. Así mismo, quienes saben euskera son más críticos que quienes no hablan nada.

En cuanto a los canales preferidos, las y los jóvenes vizcaínos mencionan Antena3 más que el resto y los guipuzcoanos destacan por sus menciones a ETB1. Así mismo, las y los jóvenes que no saben euskera se decantan más que el resto por TVE1 y quienes sí lo hablan destacan por sus menciones a ambos canales de ETB. Las y los votantes de Bildu y Aralar destacan por elegir ETB1, ETB2 y LaSexta en mayor medida que el resto, quienes votaron a PSE-EE se decantan más que el resto por Cuatro, Tele5 y LaSexta, quienes votaron a PNV mencionan más Cuatro y ETB2 y los del PP mencionan sobre todo Antena3 y La2. Los abstencionistas destacan por mencionar TVE1 algo más que el resto y quienes no votaron en las Elecciones Forales por ser menores destacan por su preferencia por Antena3 (tabla 7).

(tabla 7)

	TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011								
		PSE-EE	PNV	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años
TVE1	6	1	8	8	4	3	6	9	7	2
La2	3	1	6	15	0	4	4	4	3	1
Antena3	18	14	9	24	8	6	17	17	16	34
Cuatro	16	24	24	15	8	12	14	17	18	13
Tele5	15	20	15	11	12	15	26	16	14	13
LaSexta	19	27	16	15	25	21	25	17	23	12
ETB1	5	0	0	0	25	19	0	3	3	6
ETB2	5	2	9	4	8	10	8	4	4	4
Divinity	1	4	0	0	0	0	0	1	1	0
FDF	1	1	3	0	0	0	0	1	0	1
Natura	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0
Neox	2	0	1	0	0	2	0	1	1	6
Teledeporte	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Otro	5	7	4	0	8	5	2	4	5	4
Ns/Nc	3	0	5	7	0	2	0	3	4	3
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes).

En cuanto a los canales que gustan menos, TVE1 y La2 son más mencionadas por guipuzcoanos, quienes saben euskera y quienes tienen estudios primarios o inferiores que por el resto. TVE1 es más mencionado entre quienes votaron a Bildu y La2 entre quienes no pudieron votar por ser menores y quienes votaron a partidos minoritarios.

ETB1 es más mencionado como canal que menos gusta entre quienes no saben euskera, quienes tienen estudios primarios o menos y quienes votaron al PP o se abstuvieron.

De cualquier manera, Tele5 es el canal más mencionado como el que menos gusta en todos los colectivos, especialmente entre quienes tienen estudios superiores, quienes saben al menos algo de euskera, quienes votaron a PSE-EE, PP o Aralar y quienes tienen un consumo frecuente de tres o cuatro tipos de medios, así como quienes utilizan varios tipos de medios como canal de información sobre la actualidad.

El hábito de ver informativos en televisión está más extendido cuanto más alto es el nivel de estudios, y también es más habitual entre quienes votaron a PNV o PP. Quienes no hablan nada de euskera eligen más que el resto Antena3 y TVE1 para ver las noticias y quienes sí lo hablan eligen más ETB1 y ETB2, que también se prefieren más según aumenta el nivel de estudios. Quienes tienen un consumo frecuente de los cuatro tipos de medios analizados eligen más que el resto ETB1 para ver las noticias.

- **Prensa**

El hábito de leer periódicos está más extendido entre las y los jóvenes guipuzcoanos, entre quienes saben euskera y entre quienes votaron a Bildu que en el resto de colectivos. También se leen periódicos con más frecuencia según asciende el nivel de estudios (tablas 8 y 9).

(tabla 8)

		TOTAL	TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD			
		JÓVENES	Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	23	18	21	28	28	18	6	22	23	31
	Tres o cuatro veces a la semana	10	9	10	11	10	10	5	9	13	11
	Una o dos veces por semana	16	19	15	16	17	14	14	13	19	16
	Varias veces al mes	4	6	3	3	4	4	5	4	2	4
	Una o dos veces al mes	3	3	3	2	3	3	5	3	2	2
	Con menor frecuencia	2	5	2	2	2	3	2	3	2	3
	Nunca o casi nunca	42	38	46	37	36	48	63	46	39	32
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	

(tabla 9)

		TOTAL JÓVENES	CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS		
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	23	27	20	13	16	27	30
	Tres o cuatro veces a la semana	10	11	9	8	7	11	14
	Una o dos veces por semana	16	16	17	13	15	13	21
	Varias veces al mes	4	4	4	3	3	4	4
	Una o dos veces al mes	3	3	3	2	4	2	2
	Con menor frecuencia	2	2	3	2	2	3	2
	Nunca o casi nunca	42	37	44	58	53	39	27
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	

Entre quienes leen periódicos, las y los guipuzcoanos se interesan especialmente por la información local y los deportes y las y los alaveses por las secciones de información internacional, cultura y sociedad. Quienes saben euskera leen más que el resto la sección País Vasco y según se avanza en nivel de estudios son menos quienes leen la información deportiva y más quienes leen la sección País Vasco. Las y los votantes de PSE-EE destacan por su interés por las secciones España, Cultura y Sociedad, los del PNV por la información local, España, Internacional y Sociedad y los de Bildu por la sección País Vasco. Quienes no pudieron votar por ser menores son quienes muestran más interés por la información deportiva.

Las y los jóvenes que consumen con frecuencia los cuatro tipos de medios de comunicación se interesan más que el resto por la información local y quienes tienen un consumo alto sólo de los medios tradicionales destacan por su interés en la información deportiva.

- **Radio**

El hábito de escuchar la radio está más extendido entre alaveses y guipuzcoanos, quienes saben euskera y quienes tienen estudios superiores. Entre quienes escuchan la radio, según aumenta el nivel de estudios aumenta también el hábito de escuchar las noticias.

En Gipuzkoa se escuchan más que en el resto las cadenas del grupo EITB y Cadena 100, en Bizkaia Los 40 y en Araba la Cadena Ser y Kiss FM. Quienes consumen con frecuencia los cuatro tipos de medios estudiados eligen más que el resto las emisoras generalistas del grupo EITB y la Cadena Ser.

- **Internet**

La frecuencia de uso de Internet es mayor entre quienes saben euskera y también aumenta según asciende el nivel de estudios.

Quienes saben euskera mencionan más que el resto que Internet les sirve principalmente para aprender cosas interesantes. Según asciende el nivel de estudios aumenta el porcentaje de quienes mencionan “estar informado de la actualidad” como utilidad principal de Internet y disminuye el de quienes mencionan “entretenerse” (tabla 10).

A mayor nivel de estudios son más quienes utilizan Internet para leer periódicos digitales, buscar información, comprar productos, realizar gestiones bancarias, recibir o enviar mensajes de correo electrónico y hacer llamadas telefónicas, y por el contrario son menos quienes utilizan las redes sociales.

(tabla 10)

	TOTAL JÓVENES	CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS		
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores
Para entretenerse	61	61	60	62	68	61	48
Para mantenerse en contacto con otras personas	54	53	55	55	57	52	52
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	37	40	36	30	40	46
Para aprender cosas interesantes	24	27	21	20	20	26	28
Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	6	3	3	2	5	9
Para conocer gente nueva	3	3	4	2	4	1	3
Otras respuestas	8	8	9	6	6	8	9
Ns/Nc	1	0	0	2	1	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas.

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes).

## 2.3 – Conclusiones

### 2.3.1 - Diferencias intergeneracionales entre la población joven y la adulta

- La población joven se preocupa de los temas de actualidad en menor medida y con menor frecuencia que la población adulta (mayores de 29 años).
- Para estar informada prefiere todavía la televisión (43%) como la población en general, pero le sigue muy de cerca Internet (41%). La prensa escrita y la radio las utiliza con mucha menor frecuencia (10% y 3%, respectivamente).
- La vinculación de las y los jóvenes de entre 15 y 29 años con Internet es mucho mayor que la de la población de 30 o más años: lo utilizan más, y tienen una actitud más abierta y positiva hacia Internet.
- Utilizan Internet sobre todo para entretenerse y para comunicarse, mientras que las y los mayores de 29 lo hacen sobre todo para informarse sobre temas de actualidad, y también para entretenerse.
- Es generalizada la utilización de las redes sociales por la población joven de entre 15 a 29 años (83%); mientras que tan solo dos de cada diez adultos/as las utilizan (21%).
- El teléfono sigue siendo el medio más utilizado para comunicarse con otras personas, incluso entre los que utilizan Internet; pero entre la población joven las redes sociales están adquiriendo cada vez más protagonismo. Mientras que la población adulta de más de 29 años todavía se resiste a utilizarlas.

### 2.3.2 - Diferencias intrageneracionales en el colectivo de jóvenes

- El consumo más precoz es el de Internet, pero no disminuye con la edad. Lo que ocurre es que se van incorporando otros tipos de medios, por lo que Internet deja de ser “el medio de comunicación”, para pasar a ser “uno de ellos”.
- A medida que disminuye la edad, aumenta el porcentaje de quienes no utilizan ningún medio con frecuencia para informarse sobre la actualidad. Además, con el incremento de edad, aumenta el porcentaje de quienes utilizan tres o cuatro medios con ese fin.
- Quienes utilizan con frecuencia tanto los medios tradicionales (televisión, prensa y radio) como Internet aumentan con la edad, el conocimiento de euskera y el nivel de estudios.
- La población más joven busca en la televisión sobre todo entretenimiento. Según asciende la edad, además de para el entretenimiento también se utiliza como fuente de información sobre la actualidad.
- Las y los menores de 18 años declaran ver informativos en la televisión en mucha menor medida que el resto, y un 19% de ese grupo de edad no los ve nunca o casi nunca.
- Un 42% de la población joven nunca o casi nunca lee periódicos en papel, mientras que un 23% lo hace todos o casi todos los días. Con la edad aumenta el porcentaje de jóvenes que lee periódicos, aunque incluso entre quienes tienen 26-29 años un tercio dice no leerlos nunca o casi nunca.
- Un 37% de las y los jóvenes nunca o casi nunca escucha la radio, mientras que un tercio la escucha a diario. Con la edad aumenta el porcentaje de quienes escuchan la radio, llegando a ser un 42% quienes la escuchan a diario entre quienes tienen entre 26 y 29 años.

- Internet sirve a la juventud principalmente para entretenerse (un 61% lo menciona entre las dos principales utilidades) y para mantenerse en contacto con otras personas (54%), y en menor medida para estar informado de la actualidad (37%) y aprender cosas interesantes (24%).
- Un 83% de las y los jóvenes utilizan las redes sociales. De hecho, las redes sociales son el segundo canal de comunicación más importante para comunicarse con los amigos, por detrás del teléfono, aunque cuanto más jóvenes, son más quienes mencionan las redes sociales como el canal principal y menos quienes mencionan el teléfono.
- Las y los más jóvenes (15-17 años) constituyen un colectivo bastante diferenciado del resto (18-29): buscan sobre todo el entretenimiento, leen muy pocos periódicos, se interesan mucho menos que el resto por la información de actualidad y dentro de ella sobre todo se interesan por la información deportiva. Las redes sociales constituyen un canal de comunicación fundamental para sus relaciones sociales.

### 3 – Ficha técnica

**La recogida de información se realizó entre el 3 y el 10 de octubre de 2011** -ambos inclusive- a través de entrevista individual mediante cuestionario estructurado y cerrado, realizada a domicilio a una muestra representativa de la población de 15 y más años de cada uno de los Territorios Históricos de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV).

En conjunto se realizaron 2.968 **entrevistas**, de las cuales 1.272 corresponden a jóvenes de entre 15 y 29 años y 1.696 a personas de 30 y más años. En todos los casos la selección se realizó por procedimiento polietápico y estratificado, siguiendo rutas aleatorias -a partir de un total de 112 puntos de muestreo<sup>4</sup>- y con selección de los individuos por cuotas de sexo, edad y situación laboral, siendo posteriormente ponderados los resultados en base a la población y al recuerdo de voto en las Elecciones a Juntas Generales de 2011, en cada uno de los tres Territorios.

El **error muestral** correspondiente a la muestra de 1.272 jóvenes y atribuible en el caso teórico de que la muestra hubiera sido estrictamente aleatoria, se cifra en un  $\pm 2,8\%$  para el conjunto de la CAPV, con un nivel de confianza de 95,5% y  $p=q=0,5$ .

El **análisis** de los resultados y la redacción del **informe** son, al igual que el **diseño** de la investigación, responsabilidad exclusiva del Gabinete de Prospección Sociológica de la Presidencia del Gobierno Vasco. La recogida de información la realizó la empresa *Ikertalde* (Edificio Lurra, Paseo Txingurri, 28-30, 2, Donostia 20017).

---

<sup>4</sup> El lugar físico concreto de inicio se obtuvo aleatoriamente del conjunto de "tramos" de calles incluidos en cada sección electoral (unidad geográfica mínima de análisis), según los callejeros elaborados por el Eustat.

## 4 – Características de la población de 15 a 29 años entrevistada

### 4.1 – Sexo

SEXO	Hombre	50
	Mujer	50
Porcentajes verticales		100

Datos sin ponderar

### 4.2 – Edad

GRUPOS DE EDAD JÓVENES	15-17 años	14
	18-21 años	26
	22-25 años	26
	26-29 años	33
Porcentajes verticales		100

Datos sin ponderar

TOTALES	15-29 años	43
	≥ 30 años	57
	Porcentajes verticales	100

### 4.3 – Ocupación principal

¿CUÁL SU OCUPACIÓN PRINCIPAL?	Trabajo remunerado	41
	En paro	13
	Labores de casa	9
	Estudiando principalmente	20
	Jubilado/a, pensionista, incapacitado/a	17
	Otras situaciones	2
	Ns/Nc	0
	Porcentajes verticales	100

Datos sin ponderar

### 4.4 – Conocimiento del euskera

¿SABE HABLAR EUSKERA?	Sí, correctamente	31
	Sí, bastante bien	9
	Sí, puedo hablar algo	14
	Sabe palabras	16
	No, nada	30
	Ns/Nc	0
Porcentajes verticales		100

Datos sin ponderar

#### 4.5 – Nivel de estudios

¿QUÉ ESTUDIOS HA FINALIZADO?	Ninguno, menos que primarios	10
	Primarios, Bachiller elemental, EGB	36
	Profesionales (FP)	17
	Secundarios: Bach.superior, REM, BUP, COU	15
	Medios superiores (Diplomaturas)	9
	Superiores (Licenciaturas, Ingenierías, Doctorados)	13
	Ns/Nc	1
	Porcentajes verticales	100

Datos sin ponderar

#### 4.6 – Clase social subjetiva

¿EN QUÉ CLASE SOCIAL SE SITUARÍA UD.?	Media-alta o acomodada	3
	Media-media	62
	Media-baja u obrera	32
	Ns/Nc	3
	Porcentajes verticales	100

Datos sin ponderar

#### 4.7– Religión

¿CÓMO SE CONSIDERA EN MATERIA RELIGIOSA?	Católico practicante	17
	Católico no practicante	43
	Creyente de otra religión	4
	Ateo o agnóstico	31
	Ns/Nc	5
	Porcentajes verticales	100

Datos sin ponderar

## 5 – Anexo: Resultados por colectivos

Las variables de cruce que se presentan en este anexo se construyen a partir de los siguientes colectivos:

- **Territorio:** Araba, Bizkaia y Gipuzkoa.
- **Sexo:** Hombre y Mujer.
- **Grupos de edad:** 15-17 años, 18-21 años, 22-25 años, 26-29 años y  $\geq$  30 años.
- **Conocimiento de euskera:** - Sí (lo habla correctamente o bastante bien)
  - Algo (puede hablar algo o sabe palabras)
  - No (no sabe nada).
- **Estudios finalizados:** - Primarios o inferiores (Ninguno, menos que primarios, Primarios: Bachiller elemental, EGB, ESO)
  - Secundarios/Profesionales (Profesionales, Secundarios: Bachiller superior, REM, BUP, COU)
  - Superiores (Medios superiores: Diplomaturas, Superiores: Licenciaturas, Ingenierías, Doctorados).
- **Exposición alta a medios de comunicación (tv, prensa, radio e Internet) :** A ningún medio, A 1 medio, A 2 medios, A 3 medios y A los 4 medios
- **Acceso a información de actualidad mediante el uso frecuente de los cuatro medios de comunicación (tv, prensa, radio, Internet):** Con ningún medio, Con 1 medio, Con 2 medios, Con 3 medios y Con los 4 medios.
- **Exposición a medios tradicionales (tv, prensa, radio) o a Internet:** Baja a medios, Alta sólo a clásicos, Alta sólo a Internet y Alta a ambos
- **Recuerdo de voto en Elecciones a Juntas Generales 2011:** PNV, PSE-EE, PP, ARALAR, BILDU, Otros + Blancos, Abstención, Ns/Nc y Menor de 18 años.

## 1 – Resultados: Usos y actitudes ante los medios de comunicación

### 1.1 – Tipo de medio preferido

#### 1.1.1 – Para entretenerse

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Televisión	42	42	40	44	41	42	31	38	45	47	59
	Radio	3	4	2	5	2	4	1	1	2	7	15
	Periódicos	2	0	2	2	2	2	0	1	2	3	8
	Internet	53	52	55	49	54	51	68	60	50	42	16
	Ninguno	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	2
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años	
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Televisión	42	39	44	49	41	43	41	59
	Radio	3	2	3	6	3	4	2	15
	Periódicos	2	3	1	1	2	1	4	8
	Internet	53	56	52	43	55	51	50	16
	Ninguno	1	1	0	1	0	0	2	2
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Televisión	<b>42</b>	43	41	41	40	39	59
	Radio	<b>3</b>	3	1	4	5	14	15
	Periódicos	<b>2</b>	1	1	3	7	3	8
	Internet	<b>53</b>	53	56	51	48	43	16
	Ninguno	<b>1</b>	1	0	1	0	0	2
	Ns/Nc	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Televisión	<b>42</b>	37	46	43	38	43	59
	Radio	<b>3</b>	6	2	2	3	6	15
	Periódicos	<b>2</b>	0	2	1	2	5	8
	Internet	<b>53</b>	43	49	54	55	46	16
	Ninguno	<b>1</b>	15	1	1	1	0	2
	Ns/Nc	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Televisión	42	67	75	35	38	59
	Radio	3	4	8	1	4	15
	Periódicos	2	1	5	1	3	8
	Internet	53	24	11	63	54	16
	Ninguno	1	3	2	1	0	2
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
COMPARANDO ESTOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL ES EL QUE PREFIERE UD. PARA ENTRETENERSE?	Televisión	42	52	42	58	32	41	60	43	42	31	59
	Radio	3	3	4	10	0	3	0	4	4	1	15
	Periódicos	2	0	0	0	0	8	2	1	3	0	8
	Internet	53	45	53	32	61	47	38	52	50	68	16
	Ninguno	1	0	1	0	7	0	0	0	2	0	2
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

### 1.1.2 – Para formarse

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Televisión	17	16	18	17	18	21	16	18	17	30	
	Periódicos	7	8	6	7	6	4	7	4	10	15	
	Radio	1	3	1	1	2	1	0	1	1	3	9
	Internet	70	70	70	71	69	71	72	72	67	35	
	Ninguno	4	3	3	6	4	4	4	4	6	3	9
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Televisión	17	14	18	28	20	18	11	30
	Radio	1	1	3	1	1	2	1	9
	Periódicos	7	7	7	4	6	6	9	15
	Internet	70	74	66	63	68	69	76	35
	Ninguno	4	4	5	4	4	4	3	9
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)	

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Televisión	17	22	18	11	17	3	30
	Radio	1	1	2	1	1	3	9
	Periódicos	7	3	4	10	14	20	15
	Internet	70	66	72	76	66	72	35
	Ninguno	4	7	3	3	2	3	9
	Ns/Nc	0	1	0	0	0	0	2
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Televisión	17	12	20	20	16	13	30
	Radio	1	6	1	2	1	1	9
	Periódicos	7	7	4	5	8	12	15
	Internet	70	60	65	69	72	73	35
	Ninguno	4	15	9	4	4	1	9
	Ns/Nc	0	0	1	1	0	0	2
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Televisión	17	30	35	15	15	30
	Radio	1	2	5	1	1	9
	Periódicos	7	6	12	4	9	15
	Internet	70	48	38	76	73	35
	Ninguno	4	13	9	3	2	9
	Ns/Nc	0	1	1	1	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y PARA APRENDER COSAS Y FORMARSE?	Televisión	17	26	16	31	28	11	25	15	19	19	30
	Radio	1	3	4	4	0	0	2	2	2	0	9
	Periódicos	7	10	8	8	3	10	2	5	8	5	15
	Internet	70	57	73	57	61	75	71	73	65	72	35
	Ninguno	4	3	0	0	7	3	0	5	6	4	9
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

## 1.1.3 – Para informarse

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿Y PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	43	42	45	41	42	45	58	41	43	39	45
	Radio	3	3	3	5	3	4	1	2	1	7	16
	Periódicos	10	19	8	10	9	12	2	11	12	12	22
	Internet	41	35	42	41	45	37	35	44	41	41	16
	Ninguno	1	1	1	1	1	1	3	1	1	0	1
	Ns/Nc	1	0	1	2	1	1	2	2	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿Y PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	43	41	45	49	52	43	30	45
	Radio	3	2	4	5	2	4	4	16
	Periódicos	10	12	8	8	8	10	15	22
	Internet	41	42	41	36	35	42	50	16
	Ninguno	1	1	0	1	1	0	1	1
	Ns/Nc	1	1	1	1	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)	

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)				≥30 años	
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios		Con los 4 medios
¿Y PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	43	52	43	42	30	25	45
	Radio	3	3	3	2	5	11	16
	Periódicos	10	4	8	14	24	28	22
	Internet	41	38	44	41	40	35	16
	Ninguno	1	2	0	0	0	0	1
	Ns/Nc	1	2	1	0	2	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)

		15-29 AÑOS					≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)				≥30 años	
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios		A los 4 medios
¿Y PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	43	19	49	49	40	31	45
	Radio	3	6	4	2	3	6	16
	Periódicos	10	5	4	7	13	20	22
	Internet	41	48	40	39	42	43	16
	Ninguno	1	15	1	1	0	0	1
	Ns/Nc	1	7	3	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	43	60	53	45	45	
	Radio	3	4	11	2	3	16
	Periódicos	10	5	21	6	14	22
	Internet	41	24	13	46	43	16
	Ninguno	1	2	2	1	0	1
	Ns/Nc	1	5	0	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y PARA INFORMARSE SOBRE LA ACTUALIDAD?	Televisión	43	52	37	33	36	33	49	41	45	55	45
	Radio	3	4	1	0	15	3	5	3	5	0	16
	Periódicos	10	9	12	30	6	22	7	11	9	2	22
	Internet	41	35	49	30	29	43	38	44	39	38	16
	Ninguno	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	1
	Ns/Nc	1	0	0	7	15	0	0	0	1	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)	Con ningún medio	32	31	34	27	29	35	58	31	27	23	18	
	Con 1 medio	34	35	34	36	31	37	30	33	36	36	32	
	Con 2 medios	20	23	19	20	23	17	9	24	22	21	29	
	Con 3 medios	11	10	10	13	13	9	2	9	13	15	17	
	Con los 4 medios	3	2	2	4	4	2	1	2	2	5	3	
	A ningún medio	1	1	2	1	1	2	2	1	0	2	1	
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)	A 1 medio	13	16	12	12	14	11	15	13	9	14	18	
	A 2 medios	39	40	42	33	38	39	53	42	39	30	34	
	A 3 medios	35	34	34	37	34	36	26	37	37	35	35	
	A los 4 medios	13	9	11	17	14	11	5	8	14	18	12	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)	Con ningún medio	32	29	31	41	44	27	15	18
	Con 1 medio	34	33	36	36	34	33	37	32
	Con 2 medios	20	21	21	15	13	25	24	29
	Con 3 medios	11	13	9	7	7	11	20	17
	Con los 4 medios	3	3	3	1	2	4	3	3
	A ningún medio	1	2	1	2	1	1	2	1
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)	A 1 medio	13	8	14	27	17	11	7	18
	A 2 medios	39	36	43	40	45	36	31	34
	A 3 medios	35	39	33	23	28	39	41	35
	A los 4 medios	13	15	9	8	8	13	19	12
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)

		15-29 AÑOS					≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)	Con ningún medio	32	67	20	47	13	18
	Con 1 medio	34	32	48	39	29	32
	Con 2 medios	20	1	25	13	29	29
	Con 3 medios	11	0	8	1	22	17
	Con los 4 medios	3	0	0	0	6	3
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)	A ningún medio	1	16	0	0	0	1
	A 1 medio	13	84	0	14	0	18
	A 2 medios	39	0	70	86	0	34
	A 3 medios	35	0	30	0	72	35
	A los 4 medios	13	0	0	0	28	12
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)

		15-29 AÑOS					≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios		A los 4 medios
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)	Con ningún medio	32	65	62	44	17	0	18
	Con 1 medio	34	35	35	40	33	19	32
	Con 2 medios	20	0	4	15	32	22	29
	Con 3 medios	11	0	0	1	16	39	17
	Con los 4 medios	3	0	0	0	1	20	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)

		15-29 AÑOS							≥30 años
		TOTAL JÓVENES	ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)	A ningún medio	1	3	1	0	0	0	1	
	A 1 medio	13	24	13	2	0	0	18	
	A 2 medios	39	54	45	29	4	0	34	
	A 3 medios	35	19	34	55	52	15	35	
	A los 4 medios	13	0	7	14	44	85	12	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)		(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)	

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)	Con ningún medio	32	32	23	22	14	19	26	31	26	55	18
	Con 1 medio	34	36	36	49	32	26	38	36	38	30	32
	Con 2 medios	20	24	27	7	7	32	25	20	20	10	29
	Con 3 medios	11	9	11	10	29	19	9	10	13	4	17
	Con los 4 medios	3	0	2	11	18	5	2	2	4	1	3
EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)	A ningún medio	1	2	1	0	0	1	2	1	2	1	1
	A 1 medio	13	3	7	21	14	8	12	15	13	14	18
	A 2 medios	39	55	32	19	32	28	40	40	33	52	34
	A 3 medios	35	32	40	50	22	40	26	32	42	27	35
	A los 4 medios	13	7	20	10	32	22	21	12	10	5	12
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)

## 1.1.4 – En general

	TOTAL JÓVENES	15-29 años									≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Internet	66	64	67	66	67	65	77	72	65	57	24
	Televisión	27	29	27	26	28	27	21	21	29	33	47
	Radio	3	4	3	3	3	3	1	3	1	6	17
	Periódicos	2	1	2	3	1	3	1	2	2	3	9
	Ninguno	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
	Ns/Nc	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años	
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores		
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Internet	66	70	65	53	62	67	71	24
	Televisión	27	22	30	38	31	27	20	47
	Radio	3	3	2	6	3	3	4	17
	Periódicos	2	3	1	2	2	2	3	9
	Ninguno	0	0	1	1	0	0	1	1
	Ns/Nc	1	1	1	1	2	1	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)				Con los 4 medios	
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios		
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Televisión	<b>27</b>	28	30	22	26	21	47
	Radio	<b>3</b>	2	2	5	5	9	17
	Periódicos	<b>2</b>	1	2	2	7	0	9
	Internet	<b>66</b>	67	65	70	61	71	24
	Ninguno	<b>0</b>	0	1	1	0	0	1
	Ns/Nc	<b>1</b>	2	1	0	2	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)	

		15-29 AÑOS					≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)				A los 4 medios	
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios		
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Televisión	<b>27</b>	29	38	28	23	24	47
	Radio	<b>3</b>	7	4	2	3	7	17
	Periódicos	<b>2</b>	0	0	1	2	5	9
	Internet	<b>66</b>	57	54	67	69	65	24
	Ninguno	<b>0</b>	0	0	1	0	0	1
	Ns/Nc	<b>1</b>	7	4	1	1	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS. ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Televisión	<b>27</b>	58	61	22	22	47
	Radio	<b>3</b>	6	7	1	4	17
	Periódicos	<b>2</b>	0	8	1	3	9
	Internet	<b>66</b>	30	23	75	70	24
	Ninguno	<b>0</b>	0	0	0	0	1
	Ns/Nc	<b>1</b>	6	0	1	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
AHORA IMAGÍNESE QUE DURANTE UN MES ENTERO SOLO PUDIERA TENER ACCESO A UNO DE ESTOS CUATRO MEDIOS, ¿CUÁL PREFERIRÍA?	Televisión	<b>27</b>	36	26	25	25	24	31	28	32	20	47
	Radio	<b>3</b>	3	1	0	0	5	2	5	4	0	17
	Periódicos	<b>2</b>	1	1	0	0	6	2	1	2	1	9
	Internet	<b>66</b>	59	72	75	61	64	64	65	59	78	24
	Ninguno	<b>0</b>	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1
	Ns/Nc	<b>1</b>	0	0	0	15	1	0	1	2	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

### 1.1.5 – Preferencias de tipos de medios, medios tradicionales vs Internet

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET	Baja a ambos	8	8	8	9	8	9	9	8	6	11	17
	Alta sólo a clásicos	6	8	5	6	6	6	1	4	5	10	39
	Alta sólo a Internet	40	42	44	33	41	40	60	45	38	30	13
	Alta a ambos	46	42	43	52	45	46	30	44	51	50	31
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET	Baja a ambos	8	5	8	21	13	7	3	17
	Alta sólo a clásicos	6	4	7	11	8	6	1	39
	Alta sólo a Internet	40	38	45	40	45	37	36	13
	Alta a ambos	46	53	40	28	34	50	59	31
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET	Baja a ambos	8	100	56	0	0	0	17
	Alta sólo a clásicos	6	0	0	10	5	0	39
	Alta sólo a Internet	40	0	44	90	0	0	13
	Alta a ambos	46	0	0	0	95	100	31
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET							
Baja a ambos	8	18	8	0	0	0	17
Alta sólo a clásicos	6	4	8	7	4	0	39
Alta sólo a Internet	40	60	46	26	4	0	13
Alta a ambos	46	19	38	67	92	100	31
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET											
Baja a ambos	8	5	2	14	7	6	6	11	9	9	17
Alta sólo a clásicos	6	12	6	14	0	9	7	8	3	1	39
Alta sólo a Internet	40	46	36	18	39	26	43	40	36	58	13
Alta a ambos	46	37	56	54	54	59	45	42	52	32	31
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)

## 1.2 – Televisión

### 1.2.1 – Frecuencia de consumo de televisión

	TOTAL JÓVENES	15-29 años									≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
HABLANDO EN PARTICULAR DE LA TELEVISIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VE?	Todos o casi todos los días	78	75	75	83	78	78	79	75	83	76	84
	Cuatro o cinco días por semana	8	7	9	7	9	7	8	9	7	8	5
	Dos o tres días por semana	6	7	7	4	6	6	6	7	6	5	3
	Sólo los fines de semana	1	1	2	1	1	2	2	2	0	1	1
	De vez en cuando	4	6	3	3	3	4	2	4	1	5	4
	Nunca o casi nunca	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
HABLANDO EN PARTICULAR DE LA TELEVISIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VE?	Todos o casi todos los días	78	78	78	78	80	78	74	84
	Cuatro o cinco días por semana	8	8	7	7	7	8	9	5
	Dos o tres días por semana	6	6	6	6	6	6	6	3
	Sólo los fines de semana	1	1	1	1	2	1	1	1
	De vez en cuando	4	3	5	4	2	4	5	4
	Nunca o casi nunca	3	3	4	5	3	3	5	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
HABLANDO EN PARTICULAR DE LA TELEVISIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VE?							
Todos o casi todos los días	78	77	75	82	81	80	84
Cuatro o cinco días por semana	8	6	10	7	9	5	5
Dos o tres días por semana	6	7	6	5	4	8	3
Sólo los fines de semana	1	1	2	0	1	3	1
De vez en cuando	4	3	4	4	2	5	4
Nunca o casi nunca	3	6	3	2	3	0	3
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
HABLANDO EN PARTICULAR DE LA TELEVISIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VE?							
Todos o casi todos los días	78	0	46	82	83	92	84
Cuatro o cinco días por semana	8	0	3	8	10	8	5
Dos o tres días por semana	6	30	19	6	3	0	3
Sólo los fines de semana	1	5	5	1	0	0	1
De vez en cuando	4	47	13	2	2	0	4
Nunca o casi nunca	3	18	14	2	2	0	3
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
HABLANDO EN PARTICULAR DE LA TELEVISIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VE?						
Todos o casi todos los días	<b>78</b>	68	93	70	85	84
Cuatro o cinco días por semana	<b>8</b>	4	5	7	10	5
Dos o tres días por semana	<b>6</b>	10	0	10	2	3
Sólo los fines de semana	<b>1</b>	2	0	2	0	1
De vez en cuando	<b>4</b>	9	2	5	2	4
Nunca o casi nunca	<b>3</b>	6	0	5	1	3
Ns/Nc	<b>0</b>	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
HABLANDO EN PARTICULAR DE LA TELEVISIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA LA VE?											
Todos o casi todos los días	<b>78</b>	84	71	78	71	75	77	80	76	80	84
Cuatro o cinco días por semana	<b>8</b>	6	19	0	0	11	9	7	6	7	5
Dos o tres días por semana	<b>6</b>	5	4	16	0	7	6	6	6	5	3
Sólo los fines de semana	<b>1</b>	1	0	0	7	2	0	0	1	3	1
De vez en cuando	<b>4</b>	0	4	0	7	3	4	4	5	3	4
Nunca o casi nunca	<b>3</b>	4	1	7	15	2	3	3	5	2	3
Ns/Nc	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)

## 1.2.2 – Tiempo dedicado a ver la televisión en día laborable

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	22	25	21	23	22	22	19	25	20	23	18
	Entre 1 y 2 horas	50	38	51	54	52	49	60	42	51	51	45
	Entre 2 y 3 horas	15	21	16	12	16	15	14	20	15	13	20
	Entre 3 y 4 horas	5	6	4	5	3	7	3	5	5	6	7
	Más de 4 horas	5	8	6	3	5	6	3	6	6	5	9
	Depende	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1
	Ns/Nc	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	22	26	19	15	19	22	29	18
	Entre 1 y 2 horas	50	52	51	44	48	51	54	45
	Entre 2 y 3 horas	15	14	15	22	19	13	11	20
	Entre 3 y 4 horas	5	3	7	9	6	6	2	7
	Más de 4 horas	5	3	6	10	7	5	3	9
	Depende	2	1	2	1	1	2	1	1
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	1	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	22	21	25	19	25	10	18
	Entre 1 y 2 horas	50	48	48	55	53	58	45
	Entre 2 y 3 horas	15	18	14	14	13	25	20
	Entre 3 y 4 horas	5	5	5	6	3	7	7
	Más de 4 horas	5	5	6	5	6	0	9
	Depende	2	2	2	1	0	0	1
	Ns/Nc	0	1	0	0	1	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	22	46	29	21	21	19	18
	Entre 1 y 2 horas	50	34	35	49	56	57	45
	Entre 2 y 3 horas	15	0	19	16	14	15	20
	Entre 3 y 4 horas	5	0	5	7	4	4	7
	Más de 4 horas	5	7	8	5	5	5	9
	Depende	2	8	3	2	1	0	1
	Ns/Nc	0	7	1	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	22	21	15	26	20	18
	Entre 1 y 2 horas	50	39	45	46	57	45
	Entre 2 y 3 horas	15	20	18	16	14	20
	Entre 3 y 4 horas	5	7	12	5	4	7
	Más de 4 horas	5	10	12	4	4	9
	Depende	2	1	0	3	1	1
	Ns/Nc	0	2	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE (ENTRE LUNES Y VIERNES) VIENDO LA TELEVISIÓN?	Menos de 1 hora	22	28	27	7	46	22	30	22	21	19	18
	Entre 1 y 2 horas	50	51	52	54	46	52	51	45	51	58	45
	Entre 2 y 3 horas	15	12	20	24	8	18	7	15	15	16	20
	Entre 3 y 4 horas	5	6	0	0	0	5	3	8	5	3	7
	Más de 4 horas	5	4	0	15	0	2	8	9	4	3	9
	Depende	2	0	0	0	0	0	2	1	5	1	1
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

### 1.2.3 – Tiempo dedicado a ver la televisión en día de fin de semana

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	23	25	21	24	22	24	16	25	27	21	19
	Entre 1 y 2 horas	35	25	36	37	36	34	33	39	33	35	35
	Entre 2 y 3 horas	21	22	21	22	22	21	32	17	20	21	21
	Entre 3 y 4 horas	8	13	8	7	8	8	12	8	7	8	10
	Más de 4 horas	6	9	6	5	5	7	4	7	5	8	11
	Depende	4	3	5	4	5	4	3	3	6	5	4
	Ns/Nc	1	2	2	1	1	2	0	2	2	2	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	23	25	22	17	21	23	26	19
	Entre 1 y 2 horas	35	35	34	39	33	35	39	35
	Entre 2 y 3 horas	21	22	22	19	22	23	18	21
	Entre 3 y 4 horas	8	8	9	8	10	7	7	10
	Más de 4 horas	6	4	7	13	9	5	4	11
	Depende	4	4	6	2	4	5	4	4
	Ns/Nc	1	1	2	3	1	1	2	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	23	21	26	20	20	34	19
	Entre 1 y 2 horas	35	34	34	39	38	23	35
	Entre 2 y 3 horas	21	23	19	22	20	30	21
	Entre 3 y 4 horas	8	10	7	9	9	3	10
	Más de 4 horas	6	6	7	6	7	3	11
	Depende	4	5	4	3	5	9	4
	Ns/Nc	1	1	2	1	2	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	23	43	29	21	23	22	19
	Entre 1 y 2 horas	35	43	37	33	36	38	35
	Entre 2 y 3 horas	21	7	15	23	22	23	21
	Entre 3 y 4 horas	8	0	6	9	8	8	10
	Más de 4 horas	6	8	7	6	6	5	11
	Depende	4	0	5	5	4	4	4
	Ns/Nc	1	0	1	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	23	27	25	22	22	19
	Entre 1 y 2 horas	35	39	30	34	37	35
	Entre 2 y 3 horas	21	16	15	22	23	21
	Entre 3 y 4 horas	8	7	14	8	8	10
	Más de 4 horas	6	10	12	6	5	11
	Depende	4	1	3	6	4	4
	Ns/Nc	1	0	2	2	1	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	23	25	29	31	25	24	34	23	23	16	19
	Entre 1 y 2 horas	35	36	34	30	20	39	34	37	32	34	35
	Entre 2 y 3 horas	21	21	20	12	50	19	20	20	20	30	21
	Entre 3 y 4 horas	8	7	12	0	4	7	6	8	8	10	10
	Más de 4 horas	6	9	0	19	0	5	4	7	7	6	11
	Depende	4	0	1	0	0	5	2	3	9	4	4
	Ns/Nc	1	2	3	8	0	1	0	2	2	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.4 – Tipos de programas preferidos

	TOTAL JÓVENES	15-29 años								≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
Telediarios, informativos	28	28	27	29	28	27	7	23	30	39	63
Películas, cine	44	49	46	40	40	48	50	47	44	40	34
Series y comedias	50	50	52	46	42	58	66	57	48	39	18
Programas culturales, divulgativos, documentales	9	9	7	10	10	7	4	7	7	13	16
Programas y retransmisiones de fútbol	15	13	15	14	27	3	13	11	18	16	9
Programas y retransmisiones de otros deportes	11	8	10	13	21	1	10	11	10	12	10
Concursos	8	8	8	8	6	10	9	11	8	5	7
Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	3	2	2	2	2	0	1	3	3	9
Telenovelas	6	6	5	7	3	9	4	5	6	6	6
Programas del corazón (prensa rosa)	5	5	4	6	1	9	4	5	5	5	6
Reportajes de actualidad	4	5	4	5	4	5	4	5	3	6	6
Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	4	4	4	6	3	9	5	3	2	2
Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	1	1	2	0	2	1	2	1	2	4
Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	2	2	4	3	3	5	2	4	2	2
Programas de tele-realidad, realitys-shows	3	3	4	2	2	5	3	3	4	2	1
Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1
Otras respuestas	1	1	1	1	0	2	3	1	0	1	2
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
Telediarios, informativos	28	25	28	35	21	27	40	63
Películas, cine	44	46	40	47	49	42	40	34
Series y comedias	50	52	47	47	52	49	47	18
Programas culturales, divulgativos, documentales	9	8	12	6	6	10	11	16
Programas y retransmisiones de fútbol	15	15	17	11	15	17	11	9
Programas y retransmisiones de otros deportes	11	14	9	4	9	13	11	10
Concursos	8	8	8	9	9	7	8	7
Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	2	2	3	1	3	2	9
Telenovelas	6	3	6	14	9	3	3	6
Programas del corazón (prensa rosa)	5	6	4	2	4	6	5	6
Reportajes de actualidad	4	4	5	5	3	6	4	6
Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	5	5	2	5	5	2	2
Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	1	1	1	1	2	0	4
Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	2	4	3	3	2	2	2
Programas de tele-realidad, realitys-shows	3	4	3	2	3	3	3	1
Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	1	1	1	1	1	0	1
Toros	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	1	1	2	2	1	0	2
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	1	0
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
Telediarios, informativos	28	14	27	35	46	51	63
Películas, cine	44	50	43	42	42	23	34
Series y comedias	50	60	50	49	30	29	18
Programas culturales, divulgativos, documentales	9	8	8	9	10	8	16
Programas y retransmisiones de fútbol	15	9	15	16	23	30	9
Programas y retransmisiones de otros deportes	11	6	11	12	17	27	10
Concursos	8	7	8	9	6	5	7
Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	1	2	2	4	5	9
Telenovelas	6	9	6	2	2	3	6
Programas del corazón (prensa rosa)	5	6	6	5	1	3	6
Reportajes de actualidad	4	4	3	4	6	14	6
Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	7	3	3	5	0	2
Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	1	2	1	2	0	4
Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	4	2	4	1	0	2
Programas de tele-realidad, reality-shows	3	4	4	2	2	0	1
Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	1	0	1	0	0	1
Toros	0	0	0	0	1	0	0
Otras respuestas	1	1	1	0	0	0	2
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
Telediarios, informativos	28	29	22	24	30	37	63
Películas, cine	44	60	44	46	45	34	34
Series y comedias	50	44	51	55	50	32	18
Programas culturales, divulgativos, documentales	9	4	12	7	9	10	16
Programas y retransmisiones de fútbol	15	7	12	14	13	25	9
Programas y retransmisiones de otros deportes	11	0	9	8	12	19	10
Concursos	8	0	6	10	6	8	7
Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	0	2	2	2	4	9
Telenovelas	6	9	12	6	4	3	6
Programas del corazón (prensa rosa)	5	7	3	5	6	3	6
Reportajes de actualidad	4	7	6	3	4	8	6
Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	4	4	5	4	4	2
Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	7	2	1	1	1	4
Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	0	1	4	3	1	2
Programas de tele-realidad, realitys-shows	3	0	1	3	3	6	1
Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	0	1	1	0	0	1
Toros	0	0	1	0	0	0	0
Otras respuestas	1	0	1	1	1	1	2
Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	0
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
Telediarios, informativos	28	26	39	21	32	63
Películas, cine	44	45	45	46	43	34
Series y comedias	50	50	27	58	46	18
Programas culturales, divulgativos, documentales	9	11	14	7	9	16
Programas y retransmisiones de fútbol	15	8	16	15	16	9
Programas y retransmisiones de otros deportes	11	4	12	9	14	10
Concursos	8	6	5	10	7	7
Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	0	8	2	2	9
Telenovelas	6	14	7	6	4	6
Programas del corazón (prensa rosa)	5	4	5	5	6	6
Reportajes de actualidad	4	6	7	3	5	6
Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	5	2	5	4	2
Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	2	2	1	1	4
Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	1	3	4	2	2
Programas de tele-realidad, realitys-shows	3	1	2	3	4	1
Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	1	1	1	0	1
Toros	0	1	0	0	0	0
Otras respuestas	1	1	4	0	1	2
Ns/Nc	0	1	0	0	0	0
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

¿QUÉ TIPOS DE PROGRAMAS LE SUELEN  
GUSTAR MÁS?

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
Telediarios, informativos	28	10	30	35	29	36	28	33	33	8	63
Películas, cine	44	48	46	28	50	45	43	42	43	49	34
Series y comedias	50	58	46	59	59	39	51	47	47	64	18
Programas culturales, divulgativos, documentales	9	9	6	26	8	8	8	10	9	4	16
Programas y retransmisiones de fútbol	15	16	15	15	8	17	23	14	14	14	9
Programas y retransmisiones de otros deportes	11	10	9	4	17	11	9	11	14	10	10
Concursos	8	4	8	4	8	10	5	9	5	9	7
Programas de debates, entrevistas, tertulias culturales o políticas	2	4	1	0	4	3	2	2	3	0	9
Telenovelas	6	7	4	8	0	3	1	8	6	4	6
Programas del corazón (prensa rosa)	5	5	9	14	8	9	2	3	5	4	6
Reportajes de actualidad	4	2	6	4	8	3	3	5	5	4	6
Programas de chistes, zapping, parodias, etc. (de humor)	4	8	2	0	0	6	5	2	3	10	2
Magacines (temas de actualidad, testimonios) matinales y de tarde	1	2	0	0	0	0	2	1	1	2	4
Magacines (actualidad, entrevistas, etc.) en clave de humor	3	3	3	0	0	3	6	3	1	4	2
Programas de tele-realidad, realitys- shows	3	10	10	0	0	2	6	2	2	3	1
Programas de aficiones (cocina, bricolaje)	1	0	0	4	0	0	0	0	2	1	1
Toros	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	2	0	0	0	1	2	1	0	2	2
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.5 – Utilidad personal de la televisión

	TOTAL JÓVENES	15-29 años									≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?	Para entretenerse	92	94	91	93	92	92	97	90	93	90	84
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	58	48	55	57	47	32	54	52	59	59
	Para sentirse acompañado/a	16	14	15	20	14	19	16	14	18	17	28
	Para aprender cosas interesantes	17	18	18	15	15	19	26	19	16	14	11
	Otras respuestas	3	1	3	4	3	3	3	4	2	3	3
	Ns/Nc	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años	
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?	Para entretenerse	92	94	91	89	93	91	91	84
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	52	55	47	43	58	59	59
	Para sentirse acompañado/a	16	15	15	23	19	14	16	28
	Para aprender cosas interesantes	17	17	15	22	19	17	14	11
	Otras respuestas	3	4	2	1	3	3	3	3
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	1	1
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?							
Para entretenerse	92	96	92	91	86	87	84
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	16	52	78	88	100	59
Para sentirse acompañado/a	16	20	19	12	10	0	28
Para aprender cosas interesantes	17	31	13	8	11	13	11
Otras respuestas	3	5	3	1	1	0	3
Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?							
Para entretenerse	92	74	89	94	91	93	84
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	61	41	49	55	62	59
Para sentirse acompañado/a	16	18	15	15	19	15	28
Para aprender cosas interesantes	17	7	24	19	15	13	11
Otras respuestas	3	9	3	3	3	3	3
Ns/Nc	0	0	1	0	1	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?						
Para entretenerse	92	85	93	94	91	84
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	46	62	46	56	59
Para sentirse acompañado/a	16	16	19	15	17	28
Para aprender cosas interesantes	17	23	17	19	15	11
Otras respuestas	3	4	1	3	3	3
Ns/Nc	0	1	0	0	1	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA TELEVISIÓN?											
Para entretenerse	92	98	92	92	92	97	93	91	87	95	84
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	52	48	49	42	83	63	59	53	57	34	59
Para sentirse acompañado/a	16	7	18	32	8	12	15	18	18	16	28
Para aprender cosas interesantes	17	15	18	19	8	13	16	16	16	25	11
Otras respuestas	3	2	1	7	8	3	3	3	3	3	3
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.6 – Actividades asociadas a la televisión

		TOTAL JÓVENES	15-29 años								≥30 años	
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETXTO?	Habitualmente	15	19	15	15	16	14	12	17	15	16	16
	A veces	32	31	31	35	31	33	40	33	31	28	24
	Nunca o casi nunca	51	49	52	49	50	51	46	49	51	53	57
	Ns/Nc	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLE CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	26	30	28	22	25	27	28	31	26	21	19
	A veces	51	48	51	50	51	51	59	49	50	49	46
	Nunca o casi nunca	22	21	19	27	23	21	12	19	23	28	34
	Ns/Nc	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	47	49	46	48	51	44	37	48	46	52	39
	A veces	39	37	42	35	35	44	47	37	42	36	43
	Nunca o casi nunca	13	13	11	17	13	13	16	15	11	12	17
	Ns/Nc	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
	A veces	5	6	5	6	6	4	1	4	6	7	3
	Nunca o casi nunca	92	91	92	91	91	93	98	93	91	88	93
	Ns/Nc	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETEXTO?	Habitualmente	<b>15</b>	15	17	15	16	16	13	16
	A veces	<b>32</b>	35	31	24	32	31	34	24
	Nunca o casi nunca	<b>51</b>	49	50	58	49	52	50	57
	Ns/Nc	<b>2</b>	1	2	3	2	1	2	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	<b>26</b>	26	27	24	29	27	21	19
	A veces	<b>51</b>	52	55	40	50	51	51	46
	Nunca o casi nunca	<b>22</b>	21	16	34	20	21	27	34
	Ns/Nc	<b>1</b>	1	1	2	1	1	1	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	<b>47</b>	47	48	46	44	51	47	39
	A veces	<b>39</b>	39	40	38	41	37	41	43
	Nunca o casi nunca	<b>13</b>	13	12	15	15	12	11	17
	Ns/Nc	<b>0</b>	0	0	1	1	0	1	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	<b>1</b>	1	1	1	1	1	1	0
	A veces	<b>5</b>	5	6	4	4	7	5	3
	Nunca o casi nunca	<b>92</b>	93	90	92	93	91	91	93
	Ns/Nc	<b>2</b>	1	3	2	2	2	3	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETXTO?	Habitualmente	15	13	12	20	19	25	16
	A veces	32	33	30	32	32	47	24
	Nunca o casi nunca	51	51	56	46	48	28	57
	Ns/Nc	2	3	2	1	1	0	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	26	29	23	32	19	19	19
	A veces	51	48	52	47	55	65	46
	Nunca o casi nunca	22	21	24	19	27	16	34
	Ns/Nc	1	2	1	2	0	0	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	47	44	49	48	46	50	39
	A veces	39	43	38	37	39	42	43
	Nunca o casi nunca	13	12	13	14	15	8	17
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	1	1	1	0	1	0	0
	A veces	5	3	8	4	6	4	3
	Nunca o casi nunca	92	94	89	94	89	96	93
	Ns/Nc	2	1	3	2	3	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETEXTO?	Habitualmente	15	0	14	12	19	18	16
	A veces	32	24	21	31	33	42	24
	Nunca o casi nunca	51	76	60	55	46	40	57
	Ns/Nc	2	0	5	2	2	0	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	26	24	24	26	26	29	19
	A veces	51	47	43	52	50	54	46
	Nunca o casi nunca	22	28	30	21	23	16	34
	Ns/Nc	1	0	3	2	1	0	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	47	71	54	46	44	51	39
	A veces	39	22	25	43	41	38	43
	Nunca o casi nunca	13	7	19	11	14	11	17
	Ns/Nc	0	0	1	0	1	0	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	1	0	1	1	1	0	0
	A veces	5	0	2	5	7	7	3
	Nunca o casi nunca	92	100	93	93	90	90	93
	Ns/Nc	2	0	5	1	2	3	4
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETXTO?	Habitualmente	15	13	19	11	19	16
	A veces	32	22	23	32	36	24
	Nunca o casi nunca	51	62	59	55	44	57
	Ns/Nc	2	4	0	2	2	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	26	24	19	27	27	19
	A veces	51	47	52	49	52	46
	Nunca o casi nunca	22	27	26	22	20	34
	Ns/Nc	1	3	3	2	1	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	47	50	44	49	46	39
	A veces	39	28	49	39	40	43
	Nunca o casi nunca	13	21	8	11	14	17
	Ns/Nc	0	1	0	0	0	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	1	1	3	0	1	0
	A veces	5	1	5	4	7	3
	Nunca o casi nunca	92	93	91	94	90	93
	Ns/Nc	2	5	0	2	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
DÍGAME ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN UNA GUÍA DE PROGRAMAS, POR EJEMPLO EL PERIÓDICO, INTERNET O TELETEXTO?	Habitualmente	15	14	13	33	0	15	12	16	17	12	16
	A veces	32	25	47	22	43	40	27	26	28	40	24
	Nunca o casi nunca	51	59	40	45	57	43	60	57	50	46	57
	Ns/Nc	2	2	0	0	0	2	0	1	5	2	3
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA HABLA CON FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN?	Habitualmente	26	23	31	16	8	23	35	29	23	28	19
	A veces	51	52	49	58	29	55	39	48	48	58	46
	Nunca o casi nunca	22	24	21	26	63	21	26	22	27	13	34
	Ns/Nc	1	2	0	0	0	1	0	1	3	0	1
Y ¿CON QUÉ FRECUENCIA ENCIENDE LA TELEVISIÓN Y NO ENCUENTRA NINGÚN PROGRAMA QUE LE GUSTE?	Habitualmente	47	44	37	42	63	53	67	48	49	38	39
	A veces	39	50	59	40	25	34	26	38	34	46	43
	Nunca o casi nunca	13	5	4	18	12	13	8	13	15	16	17
	Ns/Nc	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	1
¿CON QUÉ FRECUENCIA MANDA SMS O LLAMA A TELÉFONOS PARA EXPRESAR SU OPINIÓN, PARTICIPAR EN SORTEOS O VOTAR EN CONCURSOS DE LA TELEVISIÓN?	Habitualmente	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0
	A veces	5	3	9	12	8	8	6	4	7	3	3
	Nunca o casi nunca	92	95	86	88	92	92	93	93	87	96	93
	Ns/Nc	2	2	3	0	0	0	1	3	4	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.7 – Opinión general sobre la calidad de la programación

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	3	5	4	4	5	9	6	2	3	3
	Bastante calidad	33	32	29	39	31	34	51	31	31	27	26
	Poca calidad	54	53	58	48	55	54	36	57	59	56	56
	Ninguna calidad	8	12	8	8	9	7	2	6	8	13	12
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	2	0	0	1	3
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	3	4	9	8	2	2	3
	Bastante calidad	33	32	32	35	40	31	21	26
	Poca calidad	54	55	56	48	44	58	65	56
	Ninguna calidad	8	8	8	8	6	8	12	12
	Ns/Nc	1	1	0	0	1	1	0	3
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	6	4	3	5	0	3
	Bastante calidad	33	41	32	22	28	38	26
	Poca calidad	54	45	54	65	61	47	56
	Ninguna calidad	8	6	8	10	7	15	12
	Ns/Nc	1	1	1	0	0	0	3
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	22	9	5	3	3	3
	Bastante calidad	33	21	36	37	30	27	26
	Poca calidad	54	37	52	49	58	63	56
	Ninguna calidad	8	14	4	9	9	7	12
	Ns/Nc	1	7	0	1	0	0	3
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	13	3	5	3
	Bastante calidad	33	42	38	35	26
	Poca calidad	54	41	49	51	56
	Ninguna calidad	8	3	8	8	12
	Ns/Nc	1	1	2	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN, EN GENERAL, ¿DIRÍA UD. QUE ES DE MUCHA CALIDAD, BASTANTE, POCA O NINGUNA CALIDAD?	Mucha calidad	4	2	7	0	0	1	0	2	6	10	3
	Bastante calidad	33	27	25	36	20	27	18	33	28	48	26
	Poca calidad	54	66	60	60	37	59	73	55	56	39	56
	Ninguna calidad	8	5	7	4	43	13	9	8	9	2	12
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.8 – Características de la televisión de calidad

	TOTAL JÓVENES	15-29 años									≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿QUÉ ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD?	Entretenida, divertida	61	58	65	56	60	62	76	64	62	51	49
	Educativa, formativa	34	36	30	40	31	37	27	30	32	41	44
	Original, innovadora, creativa	37	35	38	35	37	37	39	44	33	33	27
	Variada en sus contenidos	27	24	27	30	28	27	30	26	29	26	22
	Neutral, imparcial en la información	16	24	15	14	18	13	7	15	16	19	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	12	9	13	13	9	6	8	13	14	16
	Ns/Nc	2	1	4	1	3	2	2	3	3	2	5
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿QUÉ ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD?	Entretenida, divertida	61	61	63	56	67	58	55	49
	Educativa, formativa	34	32	34	41	29	37	37	44
	Original, innovadora, creativa	37	37	34	40	39	36	32	27
	Variada en sus contenidos	27	28	28	25	29	29	22	22
	Neutral, imparcial en la información	16	16	15	14	10	17	24	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	13	11	4	6	12	18	16
	Ns/Nc	2	2	3	3	4	1	3	5
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿QUÉ ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD?								
	Entretenida, divertida	61	71	60	54	56	36	49
	Educativa, formativa	34	23	37	36	46	44	44
	Original, innovadora, creativa	37	38	40	34	32	28	27
	Variada en sus contenidos	27	32	25	27	23	28	22
	Neutral, imparcial en la información	16	10	14	23	19	28	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	8	9	14	16	27	16
	Ns/Nc	2	4	2	1	2	3	5
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿QUÉ ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD?								
	Entretenida, divertida	61	45	57	66	60	55	49
	Educativa, formativa	34	28	31	31	35	41	44
	Original, innovadora, creativa	37	34	34	39	37	33	27
	Variada en sus contenidos	27	31	26	30	26	26	22
	Neutral, imparcial en la información	16	12	17	13	17	18	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	0	10	9	12	17	16
	Ns/Nc	2	24	4	2	2	1	5
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿QUÉ ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD?	Entretenida, divertida	61	57	62	64	59	49
	Educativa, formativa	34	27	44	30	37	44
	Original, innovadora, creativa	37	33	35	40	35	27
	Variada en sus contenidos	27	31	31	28	26	22
	Neutral, imparcial en la información	16	14	15	14	18	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	4	6	10	13	16
	Ns/Nc	2	9	0	2	2	5
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿QUÉ ES UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD?	Entretenida, divertida	61	62	66	55	46	52	57	60	55	76	49
	Educativa, formativa	34	31	32	23	29	37	36	36	36	27	44
	Original, innovadora, creativa	37	52	31	26	12	40	45	36	33	40	27
	Variada en sus contenidos	27	36	28	27	17	26	25	28	24	31	22
	Neutral, imparcial en la información	16	9	24	24	38	22	20	16	15	8	27
	Comprometida con la sociedad (que se ocupe de las cuestiones sociales)	11	5	8	38	34	18	12	9	13	5	16
	Ns/Nc	2	0	1	0	8	1	0	2	6	2	5
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.9 – Canal preferido

	TOTAL JÓVENES	15-29 años									≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
DE TODOS LOS CANALES QUE HABITUALMENTE VE, EN CONJUNTO, ¿CUÁL ES EL QUE MÁS LE GUSTA?	TVE1	6	7	5	6	4	8	2	3	6	10	22
	La2	3	3	4	3	3	3	0	3	3	5	8
	Antena3	18	16	19	16	12	24	34	19	15	12	7
	Cuatro	16	18	17	14	21	12	13	15	16	20	6
	Tele5	15	14	16	15	8	23	13	20	17	12	13
	LaSexta	19	21	19	17	27	10	12	19	22	19	10
	ETB1	5	3	3	10	7	4	7	3	5	6	7
	ETB2	5	6	5	5	6	4	5	4	6	5	14
	Divinity	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
	FDF	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1
	Natura	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1
	Neox	2	2	2	3	3	2	6	2	2	1	0
	Teledporte	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
	Otro	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	6
	Ns/Nc	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
TVE1	6	3	6	15	7	5	7	22
La2	3	3	4	3	2	3	6	8
Antena3	18	17	18	20	23	16	13	7
Cuatro	16	16	18	15	15	19	15	6
Tele5	15	15	15	17	16	15	14	13
LaSexta	19	19	20	15	16	21	21	10
ETB1	5	9	0	1	4	5	9	7
ETB2	5	6	5	1	5	5	6	14
Divinity	1	1	0	1	0	1	0	0
FDF	1	0	2	1	1	0	0	1
Natura	1	1	1	0	0	1	1	1
Neox	2	2	2	2	4	1	0	0
Teledeporte	0	0	0	0	0	0	1	1
Otro	5	4	6	6	5	4	5	6
Ns/Nc	3	3	3	3	3	4	3	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
DE TODOS LOS CANALES QUE HABITUALMENTE VE, EN CONJUNTO, ¿CUÁL ES EL QUE MÁS LE GUSTA?	TVE1	6	5	7	4	8	10	22
	La2	3	2	4	6	3	5	8
	Antena3	18	28	17	11	9	5	7
	Cuatro	16	14	17	16	17	33	6
	Tele5	15	17	16	16	10	5	13
	LaSexta	19	14	19	20	33	11	10
	ETB1	5	5	4	5	9	16	7
	ETB2	5	5	4	7	3	6	14
	Divinity	1	0	0	2	0	0	0
	FDF	1	1	1	0	0	0	1
	Natura	1	1	0	1	1	0	1
	Neox	2	3	1	4	0	0	0
	Teledeporte	0	0	1	0	0	0	1
	Otro	5	4	4	6	3	9	6
	Ns/Nc	3	3	4	3	2	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
TVE1	6	16	9	5	5	8	22
La2	3	4	4	2	4	3	8
Antena3	18	17	17	23	16	10	7
Cuatro	16	0	18	14	17	24	6
Tele5	15	6	14	16	16	15	13
LaSexta	19	14	12	19	21	18	10
ETB1	5	7	4	4	4	13	7
ETB2	5	21	6	5	5	4	14
Divinity	1	7	0	0	1	0	0
FDF	1	0	1	1	0	0	1
Natura	1	0	1	0	1	1	1
Neox	2	0	4	3	2	1	0
Teledeporte	0	0	1	0	0	0	1
Otro	5	0	8	4	5	3	6
Ns/Nc	3	9	2	3	3	1	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

DE TODOS LOS CANALES QUE  
HABITUALMENTE VE, EN CONJUNTO, ¿CUÁL  
ES EL QUE MÁS LE GUSTA?

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
TVE1	6	10	18	3	6	22
La2	3	4	9	2	3	8
Antena3	18	19	10	23	14	7
Cuatro	16	15	11	14	19	6
Tele5	15	16	9	16	16	13
LaSexta	19	8	12	20	20	10
ETB1	5	4	7	5	6	7
ETB2	5	7	8	5	5	14
Divinity	1	1	0	0	1	0
FDF	1	2	1	1	0	1
Natura	1	1	0	0	1	1
Neox	2	2	1	3	1	0
Teledeporte	0	1	0	0	0	1
Otro	5	9	7	4	4	6
Ns/Nc	3	2	6	3	3	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011											
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años			
DE TODOS LOS CANALES QUE HABITUALMENTE VE, EN CONJUNTO, ¿CUÁL ES EL QUE MÁS LE GUSTA?													
TVE1	6	1	8	8	4	3	6	9	7	2	22		
La2	3	1	6	15	0	4	4	4	3	1	8		
Antena3	18	14	9	24	8	6	17	17	16	34	7		
Cuatro	16	24	24	15	8	12	14	17	18	13	6		
Tele5	15	20	15	11	12	15	26	16	14	13	13		
LaSexta	19	27	16	15	25	21	25	17	23	12	10		
ETB1	5	0	0	0	25	19	0	3	3	6	7		
ETB2	5	2	9	4	8	10	8	4	4	4	14		
Divinity	1	4	0	0	0	0	0	1	1	0	0		
FDF	1	1	3	0	0	0	0	1	0	1	1		
Natura	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1		
Neox	2	0	1	0	0	2	0	1	1	6	0		
Teledeporte	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1		
Otro	5	7	4	0	8	5	2	4	5	4	6		
Ns/Nc	3	0	5	7	0	2	0	3	4	3	4		
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)		

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.10 – Canal que menos gusta

	TOTAL JÓVENES	15-29 años								≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
TVE1	13	12	13	14	11	15	16	15	11	12	5
La2	16	15	15	19	14	19	22	22	13	12	6
Antena3	5	5	6	5	6	5	3	7	4	7	8
Cuatro	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3
Tele5	34	34	35	32	41	27	29	27	37	39	39
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA? LaSexta	4	4	4	4	3	5	2	6	4	3	4
ETB1	12	11	13	12	10	15	10	11	16	12	14
ETB2	3	4	2	3	3	3	2	2	4	2	3
Intereconomía	2	2	2	1	2	1	3	2	1	1	2
Otro	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1
Ns/Nc	8	9	8	9	8	8	9	7	8	9	14
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
TVE1	13	16	8	10	15	11	13	5
La2	16	20	11	12	18	17	13	6
Antena3	5	6	6	3	4	6	7	8
Cuatro	2	2	2	1	1	2	3	3
Tele5	34	36	34	26	27	35	45	39
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA?								
LaSexta	4	4	4	5	3	5	2	4
ETB1	12	6	20	24	17	12	6	14
ETB2	3	2	2	4	3	1	4	3
Intereconomía	2	2	2	0	1	2	0	2
Otro	1	0	1	2	1	1	0	1
Ns/Nc	8	6	11	13	9	8	7	14
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA?	TVE1	13	15	13	11	14	14	5
	La2	16	20	17	17	7	0	6
	Antena3	5	4	5	8	5	6	8
	Cuatro	2	3	2	1	2	0	3
	Tele5	34	25	32	40	47	54	39
	LaSexta	4	4	4	4	4	9	4
	ETB1	12	14	13	10	10	11	14
	ETB2	3	3	2	3	1	3	3
	Intereconomía	2	2	1	1	2	0	2
	Otro	1	1	1	0	2	0	1
	Ns/Nc	8	9	10	4	6	3	14
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA?	TVE1	13	7	13	12	13	15	5
	La2	16	9	8	21	16	11	6
	Antena3	5	7	5	4	7	7	8
	Cuatro	2	0	1	2	1	2	3
	Tele5	34	28	27	30	38	41	39
	LaSexta	4	0	5	4	4	3	4
	ETB1	12	26	22	12	10	12	14
	ETB2	3	8	3	3	2	1	3
	Intereconomía	2	0	0	1	2	3	2
	Otro	1	8	2	1	1	1	1
	Ns/Nc	8	9	14	9	6	4	14
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
TVE1	13	11	10	13	14	5
La2	16	9	13	20	15	6
Antena3	5	6	11	3	7	8
Cuatro	2	0	0	3	2	3
Tele5	34	21	31	32	38	39
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA?						
LaSexta	4	3	5	4	4	4
ETB1	12	27	16	11	11	14
ETB2	3	4	2	3	2	3
Intereconomía	2	0	1	1	2	2
Otro	1	4	1	0	1	1
Ns/Nc	8	14	10	9	6	14
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
TVE1	13	12	9	4	12	26	9	11	9	15	5
La2	16	14	14	7	0	14	25	13	18	24	6
Antena3	5	4	9	0	0	9	12	4	7	3	8
Cuatro	2	2	4	0	0	4	0	2	1	3	3
Tele5	34	46	39	56	80	32	41	31	33	29	39
¿Y EL QUE MENOS LE GUSTA?											
LaSexta	4	7	10	11	0	3	1	5	3	2	4
ETB1	12	12	6	15	8	3	11	18	15	10	14
ETB2	3	0	3	0	0	3	0	3	3	2	3
Intereconomía	2	2	0	0	0	2	0	2	1	3	2
Otro	1	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1
Ns/Nc	8	2	5	7	0	4	2	11	10	10	14
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.11 – Frecuencia de consumo de programas informativos

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD						
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29			
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS.													
¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?													
Todos los días	47	45	50	42	47	47	27	46	49	55	76		
3-4 días por semana	23	22	22	25	24	22	23	23	26	20	12		
1-2 días por semana	12	12	10	15	12	12	20	12	10	9	4		
Con menor frecuencia	6	7	5	8	6	6	9	5	6	5	2		
Nunca	12	13	13	10	11	13	19	13	9	10	4		
Ns/Nc	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1		
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(272)	(611)	(347)	(615)	(615)	(179)	(322)	(323)	(406)	(1642)		

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?									
Todos los días	47	45	51	47	41	49	55	76	
3-4 días por semana	23	25	19	22	23	22	24	12	
1-2 días por semana	12	14	10	7	14	10	11	4	
Con menor frecuencia	6	6	6	6	6	6	5	2	
Nunca	12	10	13	16	14	13	5	4	
Ns/Nc	0	0	0	1	1	0	1	1	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(699)	(334)	(197)	(496)	(465)	(264)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?	Todos los días	47	28	46	60	68	89	76
	3-4 días por semana	23	16	25	28	29	11	12
	1-2 días por semana	12	19	13	6	2	0	4
	Con menor frecuencia	6	10	6	3	0	0	2
	Nunca	12	26	10	3	0	0	4
	Ns/Nc	0	0	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(375)	(422)	(260)	(138)	(35)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?	Todos los días	47	44	30	39	54	65	76
	3-4 días por semana	23	13	19	22	24	25	12
	1-2 días por semana	12	15	16	15	8	7	4
	Con menor frecuencia	6	16	12	7	4	0	2
	Nunca	12	11	21	15	9	2	4
	Ns/Nc	0	0	2	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(14)	(137)	(485)	(438)	(156)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?	Todos los días	47	42	51	36	57	76
	3-4 días por semana	23	15	25	22	25	12
	1-2 días por semana	12	13	11	16	8	4
	Con menor frecuencia	6	10	5	9	3	2
	Nunca	12	19	8	17	7	4
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(98)	(76)	(484)	(572)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
HABLANDO AHORA DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN?	Todos los días	47	47	61	62	50	56	49	46	53	29	76
	3-4 días por semana	23	26	29	24	25	20	22	23	22	23	12
	1-2 días por semana	12	11	4	11	8	12	8	12	10	18	4
	Con menor frecuencia	6	4	3	4	0	5	3	6	6	9	2
	Nunca	12	12	2	0	17	6	18	14	8	20	4
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1230)	(69)	(74)	(16)	(11)	(177)	(61)	(360)	(250)	(212)	(1642)	

Pregunta realizada sólo a quienes ven la televisión (97% de los/las jóvenes y 97% de las/los mayores de 29 años).

## 1.2.12 – Canal preferido para ver informativos

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿QUÉ CANAL DE TELEVISIÓN PREFIERE UD. PARA VER LAS NOTICIAS?	TVE1	17	15	18	14	15	18	12	15	19	17	34
	La2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Antena3	17	19	18	14	14	20	23	18	12	17	10
	Cuatro	11	12	12	11	18	4	7	11	12	13	4
	Tele5	14	14	15	14	9	20	14	14	17	13	11
	LaSexta	6	9	6	4	9	2	3	6	7	6	4
	ETB1	8	4	3	18	9	8	11	6	8	9	6
	ETB2	20	17	21	19	19	21	19	24	20	18	25
	Canal 24 H	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1
	Otro	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1
	Ns/Nc	5	7	4	5	5	5	8	5	4	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1084)	(236)	(533)	(315)	(546)	(538)	(143)	(279)	(294)	(368)	(1579)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores		
¿QUÉ CANAL DE TELEVISIÓN PREFIERE UD. PARA VER LAS NOTICIAS?	TVE1	17	12	19	29	16	17	17	34
	La2	0	0	0	2	1	0	0	1
	Antena3	17	13	24	20	20	16	15	10
	Cuatro	11	10	13	12	11	13	9	4
	Tele5	14	13	16	15	17	13	11	11
	LaSexta	6	6	6	6	6	6	6	4
	ETB1	8	14	1	0	6	9	11	6
	ETB2	20	27	13	7	16	21	24	25
	Canal 24 H	1	0	1	2	1	0	1	1
	Otro	1	0	2	1	1	1	1	1
	Ns/Nc	5	5	4	7	5	4	5	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1084)	(627)	(292)	(165)	(427)	(404)	(249)	(1579)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿QUÉ CANAL DE TELEVISIÓN PREFIERE UD. PARA VER LAS NOTICIAS?	TVE1	17	14	16	18	19	18	34
	La2	0	0	1	0	0	2	1
	Antena3	17	23	14	19	11	10	10
	Cuatro	11	8	13	8	21	9	4
	Tele5	14	14	16	16	11	2	11
	LaSexta	6	5	5	7	7	6	4
	ETB1	8	6	7	7	13	26	6
	ETB2	20	19	20	22	18	27	25
	Canal 24 H	1	1	0	1	0	0	1
	Otro	1	1	1	0	0	0	1
	Ns/Nc	5	9	6	2	1	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1084)	(278)	(380)	(253)	(138)	(35)	(1579)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿QUÉ CANAL DE TELEVISIÓN PREFIERE UD. PARA VER LAS NOTICIAS?	TVE1	17	18	18	18	14	19	34
	La2	0	0	1	0	0	0	1
	Antena3	17	10	21	19	16	12	10
	Cuatro	11	0	9	10	12	16	4
	Tele5	14	9	12	16	14	13	11
	LaSexta	6	7	5	5	7	4	4
	ETB1	8	0	7	5	10	15	6
	ETB2	20	37	16	19	23	18	25
	Canal 24 H	1	8	2	0	1	0	1
	Otro	1	0	2	1	0	0	1
	Ns/Nc	5	10	6	5	4	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1084)	(12)	(109)	(413)	(397)	(153)	(1579)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿QUÉ CANAL DE TELEVISIÓN PREFIERE UD. PARA VER LAS NOTICIAS?	TVE1	17	16	18	18	15	34
	La2	0	1	0	0	0	1
	Antena3	17	22	12	20	15	10
	Cuatro	11	11	11	10	13	4
	Tele5	14	15	14	15	14	11
	LaSexta	6	5	6	6	6	4
	ETB1	8	6	11	5	11	6
	ETB2	20	15	24	19	21	25
	Canal 24 H	1	4	2	0	0	1
	Otro	1	1	0	2	0	1
	Ns/Nc	5	5	3	6	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1084)	(80)	(70)	(405)	(529)	(1579)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿QUÉ CANAL DE TELEVISIÓN PREFIERE UD. PARA VER LAS NOTICIAS?	TVE1	17	27	16	8	50	7	23	20	16	15	34
	La2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
	Antena3	17	16	16	62	0	4	12	20	14	24	10
	Cuatro	11	15	10	8	0	10	12	13	14	7	4
	Tele5	14	19	13	7	10	9	19	16	16	14	11
	LaSexta	6	7	7	0	0	7	4	6	7	3	4
	ETB1	8	2	4	0	21	27	0	4	5	10	6
	ETB2	20	9	22	15	19	34	27	15	20	18	25
	Canal 24 H	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
	Otro	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1
	Ns/Nc	5	5	11	0	0	1	2	4	6	8	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1084)	(61)	(72)	(16)	(9)	(166)	(50)	(311)	(231)	(168)	(1579)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen ver las noticias en la televisión (85% de los/las jóvenes y 93% de las/los mayores de 29 años).

## 1.3 – Prensa diaria

### 1.3.1 – Frecuencia de consumo de periódicos

	TOTAL JÓVENES	15-29 años										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?												
Todos o casi todos los días	23	18	21	28	28	18	6	22	23	31	41	
Tres o cuatro veces a la semana	10	9	10	11	10	10	5	9	13	11	9	
Una o dos veces por semana	16	19	15	16	17	14	14	13	19	16	15	
Varias veces al mes	4	6	3	3	4	4	5	4	2	4	3	
Una o dos veces al mes	3	3	3	2	3	3	5	3	2	2	2	
Con menor frecuencia	2	5	2	2	2	3	2	3	2	3	3	
Nunca o casi nunca	42	38	46	37	36	48	63	46	39	32	28	
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?									
Todos o casi todos los días	23	27	20	13	16	27	30	41	
Tres o cuatro veces a la semana	10	11	9	8	7	11	14	9	
Una o dos veces por semana	16	16	17	13	15	13	21	15	
Varias veces al mes	4	4	4	3	3	4	4	3	
Una o dos veces al mes	3	3	3	2	4	2	2	2	
Con menor frecuencia	2	2	3	2	2	3	2	3	
Nunca o casi nunca	42	37	44	58	53	39	27	28	
Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	0	0	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET. ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	23	2	16	39	64	72	41
	Tres o cuatro veces a la semana	10	0	12	14	20	28	9
	Una o dos veces por semana	16	18	20	12	6	0	15
	Varias veces al mes	4	5	4	3	0	0	3
	Una o dos veces al mes	3	3	4	1	2	0	2
	Con menor frecuencia	2	4	2	2	0	0	3
	Nunca o casi nunca	42	68	42	28	6	0	28
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET. ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	23	0	3	4	35	71	41
	Tres o cuatro veces a la semana	10	0	1	3	15	29	9
	Una o dos veces por semana	16	13	17	21	16	0	15
	Varias veces al mes	4	5	7	4	3	0	3
	Una o dos veces al mes	3	11	2	3	3	0	2
	Con menor frecuencia	2	0	4	3	2	0	3
	Nunca o casi nunca	42	70	66	61	26	0	28
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	23	4	39	2	43	41
	Tres o cuatro veces a la semana	10	1	16	1	19	9
	Una o dos veces por semana	16	11	12	22	12	15
	Varias veces al mes	4	6	3	5	2	3
	Una o dos veces al mes	3	5	3	3	2	2
	Con menor frecuencia	2	2	0	4	2	3
	Nunca o casi nunca	42	71	29	63	20	28
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
REFIRIÉNDONOS SÓLO A PERIÓDICOS EN PAPEL, NO A LAS EDICIONES DIGITALES, DE INTERNET, ¿PODRÍA DECIRME CON QUÉ FRECUENCIA SUELE UD. LEER PERIÓDICOS?	Todos o casi todos los días	23	17	25	28	18	38	24	22	28	8	41
	Tres o cuatro veces a la semana	10	10	20	22	36	14	12	9	8	5	9
	Una o dos veces por semana	16	20	10	11	25	15	17	18	16	14	15
	Varias veces al mes	4	4	2	7	0	5	5	4	2	4	3
	Una o dos veces al mes	3	2	2	4	0	3	3	1	3	5	2
	Con menor frecuencia	2	1	2	0	0	3	3	2	3	2	3
	Nunca o casi nunca	42	45	36	28	21	22	36	43	39	63	28
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

## 1.3.2 – Tipo de prensa que lee: de información general, deportiva, económica

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años		
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29	
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS DE INFORMACIÓN GENERAL?	Si	90	88	90	91	86	96	75	89	94	93	96	
	No	9	12	8	7	13	3	22	11	6	5	3	
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	3	0	0	2	1	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(173)	(348)	(224)	(411)	(334)	(68)	(184)	(208)	(285)	(1232)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS DE INFORMACIÓN GENERAL?	Si	90	91	90	90	85	90	97	96
	No	9	9	8	9	14	9	3	3
	Ns/Nc	1	1	2	1	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(459)	(196)	(90)	(250)	(292)	(201)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS DE INFORMACIÓN GENERAL?	Si	90	72	91	94	98	100	96
	No	9	23	8	5	2	0	3
	Ns/Nc	1	5	0	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(133)	(254)	(192)	(131)	(35)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS DE INFORMACIÓN GENERAL?	Si	90	100	71	86	93	97	96
	No	9	0	26	11	7	3	3
	Ns/Nc	1	0	2	3	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(5)	(58)	(199)	(327)	(156)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS DE INFORMACIÓN GENERAL?	Si	90	87	87	82	94	96
	No	9	13	10	15	6	3
	Ns/Nc	1	0	2	3	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(33)	(55)	(196)	(461)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿SUELE UD. LEER PERIÓDICOS DE INFORMACIÓN GENERAL?	Si	90	97	96	95	100	95	88	90	91	76	96
	No	9	3	2	5	0	5	12	9	8	21	3
	Ns/Nc	1	0	2	0	0	0	0	1	1	3	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(39)	(49)	(12)	(9)	(141)	(39)	(212)	(163)	(81)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿DEPORTIVOS?	Si	39	41	39	39	61	13	55	42	39	34	28
	No	59	59	58	59	38	84	43	56	60	63	69
	Ns/Nc	2	0	2	3	1	3	2	2	1	3	3
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(745)	(173)	(348)	(224)	(411)	(334)	(68)	(184)	(208)	(285)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿DEPORTIVOS?	Si	39	42	36	33	42	46	27	28
	No	59	56	61	64	55	52	73	69
	Ns/Nc	2	1	4	3	3	2	0	3
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(745)	(459)	(196)	(90)	(250)	(292)	(201)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿DEPORTIVOS?	Si	39	38	34	39	45	55	28
	No	59	60	64	58	53	45	69
	Ns/Nc	2	2	2	3	2	0	3
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(745)	(133)	(254)	(192)	(131)	(35)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿DEPORTIVOS?	Si	39	16	36	34	39	47	28
	No	59	59	60	64	58	53	69
	Ns/Nc	2	25	5	2	3	0	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(5)	(58)	(199)	(327)	(156)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿DEPORTIVOS?	Si	39	27	32	36	42	28
	No	59	65	66	61	56	69
	Ns/Nc	2	8	2	3	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(33)	(55)	(196)	(461)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abstención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿DEPORTIVOS?	Si	39	20	36	19	0	39	49	41	38	54	28
	No	59	80	60	81	100	61	51	57	57	45	69
	Ns/Nc	2	0	4	0	0	0	0	2	5	1	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(39)	(49)	(12)	(9)	(141)	(39)	(212)	(163)	(81)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿ECONÓMICOS?	Si	8	9	8	9	8	8	7	4	9	10	14
	No	89	91	89	88	89	88	89	94	88	86	82
	Ns/Nc	3	1	3	4	3	4	5	2	2	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(173)	(348)	(224)	(411)	(334)	(68)	(184)	(208)	(285)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años	
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿ECONÓMICOS?	Si	8	8	8	10	6	8	11	14
	No	89	90	87	87	89	90	88	82
	Ns/Nc	3	2	6	3	5	2	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(459)	(196)	(90)	(250)	(292)	(201)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿ECONÓMICOS?	Si	8	6	7	5	14	14	14
	No	89	90	90	91	84	86	82
	Ns/Nc	3	5	3	4	2	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(133)	(254)	(192)	(131)	(35)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿ECONÓMICOS?	Si	8	0	9	9	7	10	14
	No	89	75	86	88	90	90	82
	Ns/Nc	3	25	5	4	3	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(5)	(58)	(199)	(327)	(156)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS					≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿ECONÓMICOS?	Si	8	5	3	11	8	14
	No	89	87	92	86	90	82
	Ns/Nc	3	8	5	4	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(33)	(55)	(196)	(461)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abstención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
¿ECONÓMICOS?	Si	8	0	15	16	19	9	5	6	10	6	14
	No	89	100	81	84	81	91	95	90	84	90	82
	Ns/Nc	3	0	4	0	0	0	0	4	5	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(39)	(49)	(12)	(9)	(141)	(39)	(212)	(163)	(81)	(1232)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.3.3 – Secciones que más se leen

	TOTAL JÓVENES	15-29 años									≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
País Vasco	38	33	39	40	33	45	32	35	35	44	44
Información local	34	28	33	39	33	36	28	28	35	39	41
Deportes	42	40	41	44	65	13	63	45	41	36	24
España	8	10	10	4	7	9	3	7	8	10	15
Internacional	11	14	12	8	12	10	5	14	10	11	13
Cultura	13	21	9	14	6	20	7	14	12	14	8
Sociedad	12	18	14	7	8	16	9	15	13	10	8
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	2	4	7	5	4	0	4	6	5	8
Economía	4	6	4	4	4	4	1	2	6	5	7
Esquelas	1	0	1	1	0	2	3	0	0	2	7
Horóscopos y pasatiempos	6	7	7	5	2	11	9	7	6	4	3
Cartas al director	1	1	1	2	1	2	0	2	1	2	5
Tiempo	5	5	4	6	3	6	6	8	4	2	3
Programación de televisión	3	4	2	4	4	2	10	2	3	2	1
Anuncios por palabras	2	0	1	5	1	4	3	2	3	2	1
Cartelera	3	2	4	2	2	4	9	4	2	1	1
Otra	2	2	2	2	2	2	0	1	3	3	4
Ns/Nc	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	2
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(173)	(348)	(224)	(411)	(334)	(68)	(184)	(208)	(285)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
País Vasco	38	43	32	27	32	39	47	44
Información local	34	35	35	26	32	34	37	41
Deportes	42	45	36	39	49	46	29	24
España	8	5	11	17	4	9	10	15
Internacional	11	9	10	24	10	11	11	13
Cultura	13	13	11	12	10	10	19	8
Sociedad	12	13	13	5	10	14	12	8
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	5	3	4	3	4	8	8
Economía	4	4	7	4	3	4	7	7
Esquelas	1	1	1	3	2	1	0	7
Horóscopos y pasatiempos	6	5	7	9	8	6	3	3
Cartas al director	1	1	0	3	1	2	1	5
Tiempo	5	4	5	6	9	3	1	3
Programación de televisión	3	4	3	0	4	3	2	1
Anuncios por palabras	2	2	3	2	5	2	1	1
Cartelera	3	2	4	3	5	3	0	1
Otra	2	2	4	2	2	2	3	4
Ns/Nc	1	0	2	1	1	0	1	2
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(459)	(196)	(90)	(250)	(292)	(201)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
País Vasco	38	34	34	43	40	50	44
Información local	34	27	37	28	40	46	41
Deportes	42	42	41	42	42	48	24
España	8	6	7	11	9	5	15
Internacional	11	8	10	14	11	8	13
Cultura	13	12	14	11	14	8	8
Sociedad	12	11	9	13	16	10	8
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	3	6	2	6	5	8
Economía	4	3	4	3	9	0	7
Esquelas	1	2	1	1	0	3	7
Horóscopos y pasatiempos	6	8	8	7	1	0	3
Cartas al director	1	1	1	2	1	3	5
Tiempo	5	7	7	4	1	0	3
Programación de televisión	3	5	3	2	2	3	1
Anuncios por palabras	2	2	3	2	1	5	1
Cartelera	3	5	4	2	1	0	1
Otra	2	1	1	4	2	0	4
Ns/Nc	1	1	1	1	0	0	2
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(133)	(254)	(192)	(131)	(35)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
País Vasco	38	41	29	35	39	43	44
Información local	34	61	23	28	34	46	41
Deportes	42	25	48	45	39	42	24
España	8	0	3	7	9	8	15
Internacional	11	0	11	10	14	7	13
Cultura	13	0	12	14	13	11	8
Sociedad	12	18	13	10	12	13	8
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	16	0	7	3	6	8
Economía	4	0	6	4	5	3	7
Esquelas	1	0	2	1	1	1	7
Horóscopos y pasatiempos	6	0	9	7	7	2	3
Cartas al director	1	16	2	0	1	3	5
Tiempo	5	0	6	7	5	1	3
Programación de televisión	3	0	4	4	2	3	1
Anuncios por palabras	2	22	2	1	3	2	1
Cartelera	3	0	5	6	1	1	1
Otra	2	0	4	1	2	3	4
Ns/Nc	1	0	2	2	1	0	2
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(5)	(58)	(199)	(327)	(156)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
País Vasco	38	32	41	33	41	44
Información local	34	31	19	28	39	41
Deportes	42	45	50	45	40	24
España	8	4	6	6	9	15
Internacional	11	6	9	11	11	13
Cultura	13	4	17	14	12	8
Sociedad	12	15	4	11	13	8
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	3	2	7	4	8
Economía	4	0	4	5	4	7
Esquelas	1	3	5	1	0	7
Horóscopos y pasatiempos	6	11	10	6	5	3
Cartas al director	1	7	0	0	2	5
Tiempo	5	3	5	7	4	3
Programación de televisión	3	3	4	4	2	1
Anuncios por palabras	2	6	6	1	2	1
Cartelera	3	0	5	6	1	1
Otra	2	4	4	1	2	4
Ns/Nc	1	4	0	2	1	2
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(33)	(55)	(196)	(461)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
País Vasco	38	27	39	0	82	61	35	30	40	33	44	
Información local	34	30	41	55	37	32	35	34	36	27	41	
Deportes	42	25	30	40	19	36	41	45	39	63	24	
España	8	17	14	11	0	3	10	7	13	2	15	
Internacional	11	12	17	11	0	7	16	13	11	6	13	
Cultura	13	23	4	20	41	15	8	11	13	9	8	
Sociedad	12	22	19	25	13	9	10	11	12	10	8	
Opinión (editorial, colaboraciones, etc.)	5	5	2	20	9	11	5	1	4	2	8	
Economía	4	10	10	0	0	4	5	4	5	1	7	
Esquelas	1	0	0	0	0	2	0	1	1	3	7	
Horóscopos y pasatiempos	6	11	0	9	0	5	8	6	6	7	3	
Cartas al director	1	0	0	0	0	0	3	2	1	2	5	
Tiempo	5	4	3	0	0	5	3	5	4	6	3	
Programación de televisión	3	0	3	0	0	2	4	4	1	8	1	
Anuncios por palabras	2	0	0	9	0	1	3	3	2	3	1	
Cartelera	3	5	0	0	0	2	3	3	2	7	1	
Otra	2	0	7	0	0	1	4	4	0	0	4	
Ns/Nc	1	0	2	0	0	0	0	2	1	0	2	
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(39)	(49)	(12)	(9)	(141)	(39)	(212)	(163)	(81)	(1232)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.3.4 – Periódico que más se lee

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
El Correo Español/Diario Vasco	70	69	69	73	69	72	68	73	73	68	77
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	28	1	11	9	8	2	6	8	12	12
Deia	7	3	13	0	8	6	3	10	7	7	12
Gara	12	10	10	16	10	15	8	14	13	12	8
Marca	12	13	13	9	20	2	21	10	14	8	6
El País	6	8	5	7	5	7	8	6	5	6	9
Prensa gratuita	9	0	18	1	8	11	11	10	10	8	6
Berria	8	2	6	14	6	11	8	8	8	8	4
El Mundo	2	5	3	0	2	2	1	2	3	2	5
Hitza	2	0	0	6	1	4	8	4	1	1	1
Público	1	2	1	1	1	2	0	1	0	3	1
ABC	1	1	1	0	0	1	2	1	0	0	0
La Razón	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otro	10	12	11	7	14	5	7	14	8	9	5
Ns/Nc	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(173)	(348)	(224)	(411)	(334)	(68)	(184)	(208)	(285)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
El Correo Español/Diario Vasco	70	68	78	66	72	71	68	77
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	9	8	7	7	8	10	12
Deia	7	9	5	3	5	6	12	12
Gara	12	18	2	3	9	14	14	8
Marca	12	12	13	6	13	13	9	6
El País	6	5	7	11	6	5	7	9
Prensa gratuita	9	6	14	16	10	11	6	6
Berria	8	13	0	0	5	6	14	4
El Mundo	2	1	2	8	2	2	3	5
Hitza	2	4	0	0	3	1	3	1
Público	1	1	2	1	1	1	3	1
ABC	1	0	1	1	1	0	1	0
La Razón	0	0	0	0	0	0	0	0
Otro	10	10	9	9	11	11	7	5
Ns/Nc	1	2	1	1	1	2	2	1
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(459)	(196)	(90)	(250)	(292)	(201)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
El Correo Español/Diario Vasco	70	70	71	72	68	74	77
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	6	7	8	9	24	12
Deia	7	4	9	8	5	8	12
Gara	12	6	10	13	19	17	8
Marca	12	20	8	11	11	10	6
El País	6	5	6	6	5	11	9
Prensa gratuita	9	6	12	9	10	6	6
Berria	8	4	6	9	13	20	4
El Mundo	2	0	3	3	1	2	5
Hitza	2	2	2	3	3	0	1
Público	1	1	1	3	1	0	1
ABC	1	0	1	0	1	0	0
La Razón	0	0	0	0	0	0	0
Otro	10	8	11	10	11	5	5
Ns/Nc	1	3	1	2	0	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(133)	(254)	(192)	(131)	(35)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
El Correo Español/Diario Vasco	70	16	61	78	69	71	77
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	18	6	5	9	11	12
Deia	7	0	8	4	9	7	12
Gara	12	18	6	7	13	18	8
Marca	12	0	19	12	10	12	6
El País	6	22	8	7	6	4	9
Prensa gratuita	9	47	4	13	8	8	6
Berria	8	0	5	6	8	13	4
El Mundo	2	0	2	1	3	2	5
Hitza	2	0	0	1	3	4	1
Público	1	0	3	1	2	1	1
ABC	1	0	0	1	0	1	0
La Razón	0	0	0	0	0	0	0
Otro	10	0	11	10	10	9	5
Ns/Nc	1	0	4	2	1	1	1
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(5)	(58)	(199)	(327)	(156)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
El Correo Español/Diario Vasco	70	58	69	74	70	77
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	7	12	5	9	12
Deia	7	7	4	5	8	12
Gara	12	10	11	7	15	8
Marca	12	16	5	14	11	6
El País	6	4	11	7	5	9
Prensa gratuita	9	15	6	11	8	6
Berria	8	3	7	6	9	4
El Mundo	2	2	6	0	2	5
Hitza	2	0	4	0	3	1
Público	1	2	0	2	1	1
ABC	1	0	0	1	0	0
La Razón	0	0	0	0	0	0
Otro	10	4	14	11	9	5
Ns/Nc	1	0	0	3	1	1
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(33)	(55)	(196)	(461)	(1232)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
El Correo Español/Diario Vasco	70	65	71	84	54	51	70	77	77	71	77	
Diario Noticias de Álava/Noticias de Gipuzkoa	8	0	10	10	19	10	6	10	9	2	12	
Deia	7	3	28	11	13	10	13	3	6	4	12	
Gara	12	0	2	0	0	42	0	7	9	8	8	
Marca	12	3	3	0	0	4	24	13	14	21	6	
El País	6	16	0	14	13	3	16	4	7	7	9	
Prensa gratuita	9	37	11	11	9	1	5	11	9	9	6	
Berria	8	0	2	0	19	28	3	3	5	8	4	
El Mundo	2	2	1	11	0	0	5	3	2	1	5	
Hitza	2	0	0	9	19	5	0	0	1	7	1	
Público	1	0	2	0	0	1	6	1	2	0	1	
ABC	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	
La Razón	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Otro	10	13	11	10	0	9	11	10	10	9	5	
Ns/Nc	1	0	7	0	0	0	0	2	1	1	1	
n (Absolutos sin ponderar)	(745)	(39)	(49)	(12)	(9)	(141)	(39)	(212)	(163)	(81)	(1232)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen leer periódicos (58% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.4 – Radio

## 1.4.1 – Frecuencia de consumo de radio

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	33	39	29	37	29	37	24	25	34	42	51
	Cuatro o cinco días por semana	7	3	9	6	6	8	6	9	7	6	5
	De vez en cuando	23	23	22	24	23	22	24	29	21	19	16
	Nunca o casi nunca	37	35	40	32	41	33	46	36	38	33	28
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	33	35	30	28	28	33	41	51
	Cuatro o cinco días por semana	7	8	6	6	7	8	5	5
	De vez en cuando	23	25	19	21	23	22	24	16
	Nunca o casi nunca	37	31	45	44	41	37	29	28
	Ns/Nc	0	1	0	1	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	33	21	29	39	56	69	51
	Cuatro o cinco días por semana	7	6	6	6	12	31	5
	De vez en cuando	23	26	27	22	8	0	16
	Nunca o casi nunca	37	47	38	33	23	0	28
	Ns/Nc	0	1	0	1	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	33	0	4	12	52	78	51
	Cuatro o cinco días por semana	7	0	0	2	11	22	5
	De vez en cuando	23	26	38	34	13	0	16
	Nunca o casi nunca	37	74	57	52	25	0	28
	Ns/Nc	0	0	1	1	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	33	6	64	6	58	51
	Cuatro o cinco días por semana	7	0	14	1	13	5
	De vez en cuando	23	34	9	37	10	16
	Nunca o casi nunca	37	59	14	56	19	28
	Ns/Nc	0	1	0	1	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELE ESCUCHAR LA RADIO?	Todos o casi todos los días	33	32	36	42	54	38	32	33	34	24	51
	Cuatro o cinco días por semana	7	9	7	8	0	13	10	6	6	6	5
	De vez en cuando	23	22	24	26	10	23	16	20	27	24	16
	Nunca o casi nunca	37	37	31	25	36	27	43	40	33	45	28
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

## 1.4.2 – Tiempo dedicado a escuchar la radio en día laborable

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
Menos de 1 hora	47	44	42	55	48	46	59	48	47	41	32	
Entre 1 y 2 horas	31	34	34	26	30	32	21	34	32	32	35	
Entre 2 y 3 horas	7	5	8	6	6	7	8	3	9	8	12	
Entre 3 y 4 horas	3	3	3	3	4	2	1	1	4	5	4	
Más de 4 horas	8	9	8	7	7	8	2	6	7	11	14	
Ninguna	1	1	1	2	2	1	1	3	0	0	0	
Depende	2	3	3	1	2	2	6	1	1	2	2	
Ns/Nc	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	0	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
Menos de 1 hora	47	51	38	42	44	45	53	32	
Entre 1 y 2 horas	31	28	36	36	33	30	31	35	
Entre 2 y 3 horas	7	7	5	8	7	7	7	12	
Entre 3 y 4 horas	3	2	4	4	2	5	2	4	
Más de 4 horas	8	6	12	7	9	9	4	14	
Ninguna	1	2	1	0	1	2	2	0	
Depende	2	2	2	2	3	2	2	2	
Ns/Nc	1	1	1	2	1	1	0	0	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE ESCUCHANDO LA RADIO?	Menos de 1 hora	47	52	45	47	45	33	32
	Entre 1 y 2 horas	31	29	32	30	29	47	35
	Entre 2 y 3 horas	7	4	7	7	11	5	12
	Entre 3 y 4 horas	3	3	3	2	4	3	4
	Más de 4 horas	8	6	6	10	10	12	14
	Ninguna	1	1	2	2	0	0	0
	Depende	2	3	3	1	1	0	2
	Ns/Nc	1	2	1	1	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE ESCUCHANDO LA RADIO?	Menos de 1 hora	47	100	66	55	38	43	32
	Entre 1 y 2 horas	31	0	14	25	38	35	35
	Entre 2 y 3 horas	7	0	5	4	8	10	12
	Entre 3 y 4 horas	3	0	2	1	5	3	4
	Más de 4 horas	8	0	5	5	10	8	14
	Ninguna	1	0	1	3	1	1	0
	Depende	2	0	5	5	1	1	2
	Ns/Nc	1	0	2	2	1	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE ESCUCHANDO LA RADIO?	Menos de 1 hora	47	74	25	59	41	32
	Entre 1 y 2 horas	31	12	51	21	35	35
	Entre 2 y 3 horas	7	0	5	6	8	12
	Entre 3 y 4 horas	3	3	0	1	4	4
	Más de 4 horas	8	6	19	2	9	14
	Ninguna	1	0	0	3	1	0
	Depende	2	2	0	6	1	2
	Ns/Nc	1	3	0	2	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE ESCUCHANDO LA RADIO?	Menos de 1 hora	47	43	39	29	56	45	44	45	48	57	32
	Entre 1 y 2 horas	31	36	39	58	44	32	27	34	26	24	35
	Entre 2 y 3 horas	7	2	6	0	0	7	19	7	7	7	12
	Entre 3 y 4 horas	3	2	1	9	0	2	3	5	3	1	4
	Más de 4 horas	8	13	10	5	0	9	4	7	10	3	14
	Ninguna	1	0	0	0	0	2	3	1	3	1	0
	Depende	2	4	0	0	0	2	0	1	2	6	2
	Ns/Nc	1	0	4	0	0	0	0	1	1	1	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.4.3 – Tiempo dedicado a escuchar la radio en día de fin de semana

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	35	37	54	42	43	42	41	45	42	34
	Entre 1 y 2 horas	26	26	29	21	26	26	22	30	23	26	30
	Entre 2 y 3 horas	7	9	7	5	5	8	9	6	8	6	10
	Entre 3 y 4 horas	2	3	2	3	3	2	3	1	3	3	5
	Más de 4 horas	4	4	4	3	5	3	2	3	3	6	9
	Ninguna	10	16	11	7	12	9	8	8	13	11	8
	Depende	5	4	7	2	6	5	10	5	3	5	3
	Ns/Nc	3	2	2	5	2	4	4	5	2	1	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	46	40	33	38	43	49	34
	Entre 1 y 2 horas	26	24	28	33	25	29	24	30
	Entre 2 y 3 horas	7	6	7	11	9	7	2	10
	Entre 3 y 4 horas	2	2	4	3	3	2	1	5
	Más de 4 horas	4	3	6	4	5	4	2	9
	Ninguna	10	11	9	9	10	9	13	8
	Depende	5	5	5	5	6	4	5	3
	Ns/Nc	3	3	1	4	4	1	4	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	48	43	41	37	35	34
	Entre 1 y 2 horas	26	20	29	27	28	33	30
	Entre 2 y 3 horas	7	5	7	7	8	10	10
	Entre 3 y 4 horas	2	2	2	3	3	0	5
	Más de 4 horas	4	5	3	4	4	5	9
	Ninguna	10	7	9	12	17	8	8
	Depende	5	8	5	4	1	7	3
	Ns/Nc	3	4	2	3	3	3	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	72	59	47	37	38	34
	Entre 1 y 2 horas	26	0	14	23	29	31	30
	Entre 2 y 3 horas	7	0	7	4	7	9	10
	Entre 3 y 4 horas	2	0	3	0	3	3	5
	Más de 4 horas	4	0	3	2	6	3	9
	Ninguna	10	0	7	10	11	11	8
	Depende	5	28	5	8	4	3	3
	Ns/Nc	3	0	2	4	2	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	62	24	53	38	34
	Entre 1 y 2 horas	26	12	30	22	29	30
	Entre 2 y 3 horas	7	7	9	4	8	10
	Entre 3 y 4 horas	2	3	0	1	3	5
	Más de 4 horas	4	3	7	1	5	9
	Ninguna	10	4	19	8	11	8
	Depende	5	6	8	7	4	3
	Ns/Nc	3	3	3	4	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y EN UN DÍA FESTIVO O PERTENECIENTE AL FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	42	35	42	28	67	40	34	41	50	41	34
	Entre 1 y 2 horas	26	33	31	54	0	29	28	28	19	24	30
	Entre 2 y 3 horas	7	5	2	5	0	6	9	8	6	9	10
	Entre 3 y 4 horas	2	0	2	9	0	0	0	3	3	2	5
	Más de 4 horas	4	8	0	5	0	4	1	3	6	2	9
	Ninguna	10	7	13	0	10	18	25	11	6	8	8
	Depende	5	6	3	0	0	2	3	3	8	11	3
	Ns/Nc	3	7	7	0	23	1	0	2	3	4	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

### 1.4.4 – Lugar de consumo de radio

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN CASA?	Si	67	64	68	65	61	72	82	67	60	66	79
	No	31	36	30	31	38	25	16	29	39	33	21
	Ns/Nc	2	0	1	4	1	3	2	4	1	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Si	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN CASA?	Si	67	63	69	78	71	64	64	79
	No	31	34	31	20	27	34	34	21
	Ns/Nc	2	2	1	2	2	2	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN CASA?	Si	67	70	61	64	73	80	79
	No	31	27	37	35	26	20	21
	Ns/Nc	2	3	2	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN CASA?	Si	67	28	67	64	68	69	79
	No	31	72	29	33	31	30	21
	Ns/Nc	2	0	4	3	2	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN CASA?	Si	67	67	63	63	69	79
	No	31	27	36	34	30	21
	Ns/Nc	2	6	2	3	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN CASA?	Si	67	80	37	85	95	59	67	67	62	82	79
	No	31	20	61	15	5	41	29	31	34	16	21
	Ns/Nc	2	0	2	0	0	0	4	2	4	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL COCHE?	Si	60	61	58	62	64	56	44	54	62	68	52	
	No	38	38	39	36	34	41	52	43	36	31	46	
	Ns/Nc	2	1	2	2	2	3	4	3	2	1	2	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL COCHE?	Si	60	66	57	39	48	65	70	52	
	No	38	32	41	58	50	33	29	46	
	Ns/Nc	2	2	2	3	3	2	1	2	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL COCHE?	Si	60	53	65	59	59	71	52
	No	38	43	34	39	41	29	46
	Ns/Nc	2	4	2	2	1	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL COCHE?	Si	60	72	42	60	61	64	52
	No	38	28	53	36	37	36	46
	Ns/Nc	2	0	5	3	2	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL COCHE?	Si	60	36	53	61	62	52
	No	38	58	45	35	36	46
	Ns/Nc	2	6	2	3	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL COCHE?	Si	60	74	74	57	72	73	56	55	63	43	52
	No	38	24	23	43	28	26	44	44	33	54	46
	Ns/Nc	2	2	2	0	0	1	0	1	4	3	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL TRABAJO?	Si	17	18	17	16	20	14	2	10	21	24	15	
	No	79	80	80	76	77	80	91	85	74	72	80	
	Ns/Nc	5	2	4	8	3	6	7	5	5	4	4	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL TRABAJO?	Si	17	14	21	20	16	20	12	15
	No	79	80	76	76	80	74	84	80
	Ns/Nc	5	6	3	4	4	6	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL TRABAJO?	Si	17	10	18	21	20	23	15
	No	79	85	77	74	78	77	80
	Ns/Nc	5	6	5	5	3	0	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL TRABAJO?	Si	17	49	13	13	15	26	15
	No	79	51	83	80	80	72	80
	Ns/Nc	5	0	3	7	5	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL TRABAJO?	Si	17	16	27	11	18	15
	No	79	81	67	83	78	80
	Ns/Nc	5	3	6	6	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿SUELE ESCUCHAR LA RADIO EN EL TRABAJO?	Si	17	19	23	18	16	25	19	18	16	3	15
	No	79	77	70	82	84	72	77	78	77	91	80
	Ns/Nc	5	5	7	0	0	3	4	4	6	6	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

### 1.4.5 – Tipos de programas más escuchados

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
Programas de música moderna	83	83	85	79	75	90	88	89	83	77	42
Noticias	33	33	34	33	34	33	14	30	29	46	68
Programas o retransmisiones de fútbol	18	22	18	16	31	7	29	17	15	17	11
Programas de debates	5	4	3	7	5	4	3	1	4	8	19
Programas culturales	8	11	6	11	8	8	2	5	9	13	16
Otros programas o retransmisiones deportivas	9	15	8	7	15	3	11	7	12	6	8
Programas de música clásica	4	6	4	4	3	5	2	4	7	3	8
Seriales	2	1	2	1	1	2	0	2	1	2	1
Otro	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	5
Ns/Nc	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
Programas de música moderna	83	82	85	82	86	83	80	42	
Noticias	33	33	39	27	27	31	47	68	
Programas o retransmisiones de fútbol	18	18	19	17	19	22	10	11	
Programas de debates	5	5	5	2	4	3	7	19	
Programas culturales	8	8	10	3	3	10	13	16	
Otros programas o retransmisiones deportivas	9	8	7	12	11	8	6	8	
Programas de música clásica	4	3	5	8	5	3	3	8	
Seriales	2	1	2	3	1	3	0	1	
Otro	1	1	0	2	1	1	2	5	
Ns/Nc	1	1	0	1	1	1	0	1	
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
Programas de música moderna	83	90	84	83	69	69	42
Noticias	33	16	33	36	59	52	68
Programas o retransmisiones de fútbol	18	15	18	16	18	34	11
Programas de debates	5	1	4	5	7	14	19
Programas culturales	8	5	7	10	11	16	16
Otros programas o retransmisiones deportivas	9	6	8	9	14	5	8
Programas de música clásica	4	5	4	5	4	0	8
Seriales	2	3	2	1	1	0	1
Otro	1	2	1	0	2	0	5
Ns/Nc	1	3	0	1	0	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
Programas de música moderna	83	100	83	84	86	75	42
Noticias	33	0	22	29	34	46	68
Programas o retransmisiones de fútbol	18	0	22	20	15	19	11
Programas de debates	5	0	4	1	4	11	19
Programas culturales	8	0	7	7	8	11	16
Otros programas o retransmisiones deportivas	9	0	9	9	8	9	8
Programas de música clásica	4	0	6	4	3	4	8
Seriales	2	0	4	1	2	1	1
Otro	1	0	2	1	1	1	5
Ns/Nc	1	0	2	2	0	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
Programas de música moderna	83	78	88	84	82	42
Noticias	33	12	40	26	38	68
Programas o retransmisiones de fútbol	18	19	14	21	16	11
Programas de debates	5	6	5	1	6	19
Programas culturales	8	8	7	6	9	16
Otros programas o retransmisiones deportivas	9	10	9	9	8	8
Programas de música clásica	4	7	3	4	4	8
Seriales	2	6	4	0	1	1
Otro	1	2	0	1	1	5
Ns/Nc	1	3	2	2	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
Programas de música moderna	83	87	90	75	61	77	78	85	81	87	42
Noticias	33	23	30	29	78	45	46	30	41	17	68
Programas o retransmisiones de fútbol	18	14	18	30	11	15	20	15	18	26	11
Programas de debates	5	9	5	9	34	9	4	4	1	3	19
Programas culturales	8	8	3	10	0	12	8	9	11	1	16
Otros programas o retransmisiones deportivas	9	5	8	30	0	7	16	7	8	10	8
Programas de música clásica	4	5	0	0	11	1	0	8	3	3	8
Seriales	2	2	0	0	0	1	3	2	2	0	1
Otro	1	0	2	0	0	1	4	1	1	1	5
Ns/Nc	1	0	2	0	0	1	0	1	1	1	1
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.4.6 – Emisora que más se escucha

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	14	11	22	19	12	8	9	16	21	34
Los 40	39	41	46	29	33	45	37	47	41	34	13
Cadena SER	9	14	9	7	13	5	5	7	6	13	25
Gaztea	32	27	24	47	32	33	49	40	29	23	7
Cadena 100	13	11	9	20	8	17	16	9	16	13	8
Kiss FM	10	15	10	9	9	11	8	15	9	8	7
Radio Nacional de España	3	4	3	3	4	2	0	2	5	4	11
Onda cero	3	4	4	1	4	2	3	2	2	4	8
Cadena COPE	3	5	3	3	6	1	1	2	4	4	5
Onda Vasca	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	6
Radio Nervión	1	1	2	0	1	1	2	0	0	2	6
EITB Radio	3	2	1	6	1	5	3	1	3	5	4
Europa FM	5	3	7	4	4	7	7	8	5	3	1
Radio 3	3	3	3	3	3	3	1	3	5	3	2
Cadena Dial	4	2	7	0	2	5	2	2	5	4	1
Herri irratia	1	1	1	1	2	0	0	2	1	1	2
Arrate Irratía	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Punto Radio	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	2
Radio Gorbea	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1
Otro	14	20	17	8	21	9	14	12	14	17	13
Ns/Nc	2	1	2	3	2	3	1	3	2	3	3
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	20	9	3	10	16	22	34
Los 40	39	33	52	47	41	40	36	13
Cadena SER	9	8	11	10	7	12	7	25
Gaztea	32	46	11	5	31	31	37	7
Cadena 100	13	11	15	17	15	13	10	8
Kiss FM	10	8	14	12	13	8	8	7
Radio Nacional de España	3	2	4	4	2	4	4	11
Onda cero	3	2	5	3	3	3	3	8
Cadena COPE	3	2	3	7	2	4	3	5
Onda Vasca	2	2	2	1	2	1	3	6
Radio Nervión	1	1	1	2	2	1	0	6
EITB Radio	3	4	2	1	2	2	6	4
Europa FM	5	4	8	6	6	7	2	1
Radio 3	3	4	4	0	1	4	7	2
Cadena Dial	4	3	4	8	4	4	2	1
Herri irratia	1	1	1	0	1	1	1	2
Arrate Irratia	0	0	0	0	0	0	0	2
Punto Radio	0	1	0	0	0	0	1	2
Radio Gorbea	0	1	0	1	0	1	0	1
Otro	14	10	21	26	18	14	10	13
Ns/Nc	2	2	2	5	2	2	3	3
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	7	12	18	29	35	34
Los 40	39	47	40	35	32	34	13
Cadena SER	9	4	8	9	14	20	25
Gaztea	32	34	32	37	25	24	7
Cadena 100	13	16	13	12	12	3	8
Kiss FM	10	11	12	9	7	3	7
Radio Nacional de España	3	2	4	3	2	5	11
Onda cero	3	2	3	4	2	0	8
Cadena COPE	3	1	2	4	6	9	5
Onda Vasca	2	0	2	1	1	6	6
Radio Nervión	1	1	1	1	2	5	6
EITB Radio	3	1	2	4	5	11	4
Europa FM	5	7	6	3	3	5	1
Radio 3	3	2	3	5	3	5	2
Cadena Dial	4	4	4	3	5	0	1
Herri irratia	1	0	1	1	1	3	2
Arrate Irratia	0	0	0	0	0	0	2
Punto Radio	0	0	0	0	3	0	2
Radio Gorbea	0	0	0	1	1	0	1
Otro	14	12	16	17	14	10	13
Ns/Nc	2	4	2	2	0	3	3
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	0	5	13	13	27	34
Los 40	39	21	36	45	40	32	13
Cadena SER	9	0	6	8	6	17	25
Gaztea	32	21	25	32	34	31	7
Cadena 100	13	23	14	14	12	12	8
Kiss FM	10	0	14	11	11	7	7
Radio Nacional de España	3	0	4	4	3	1	11
Onda cero	3	0	9	1	3	2	8
Cadena COPE	3	0	4	2	2	6	5
Onda Vasca	2	0	3	1	2	1	6
Radio Nervión	1	0	0	1	1	2	6
EITB Radio	3	0	0	1	4	6	4
Europa FM	5	0	1	9	4	4	1
Radio 3	3	28	0	3	4	3	2
Cadena Dial	4	0	3	2	4	5	1
Herri irratia	1	0	1	1	1	1	2
Arrate Irratia	0	0	0	0	0	0	2
Punto Radio	0	0	0	0	0	1	2
Radio Gorbea	0	0	0	0	1	0	1
Otro	14	0	15	14	16	13	13
Ns/Nc	2	28	4	3	1	2	3
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	4	16	12	18	34
Los 40	39	34	38	46	37	13
Cadena SER	9	6	10	7	10	25
Gaztea	32	17	22	35	34	7
Cadena 100	13	19	17	13	12	8
Kiss FM	10	17	11	10	10	7
Radio Nacional de España	3	6	5	3	3	11
Onda cero	3	9	4	2	3	8
Cadena COPE	3	0	2	3	3	5
Onda Vasca	2	0	3	2	2	6
Radio Nervión	1	0	0	1	1	6
EITB Radio	3	0	0	1	5	4
Europa FM	5	2	9	8	4	1
Radio 3	3	3	5	2	3	2
Cadena Dial	4	2	5	2	4	1
Herri irratia	1	0	0	2	1	2
Arrate Irratia	0	0	0	0	0	2
Punto Radio	0	0	0	0	1	2
Radio Gorbea	0	0	1	0	1	1
Otro	14	15	22	12	15	13
Ns/Nc	2	6	2	4	2	3
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
Radio Euskadi / Euskadi irratia / Radio Vitoria	15	5	17	10	50	36	7	10	14	9	34
Los 40	39	56	43	23	28	23	36	43	44	40	13
Cadena SER	9	14	5	9	5	4	23	11	9	7	25
Gaztea	32	14	23	9	34	52	13	26	30	45	7
Cadena 100	13	23	11	19	0	4	12	14	12	17	8
Kiss FM	10	8	10	5	0	6	3	13	13	9	7
Radio Nacional de España	3	12	4	10	0	1	6	4	2	0	11
Onda cero	3	0	2	5	11	0	3	5	2	3	8
Cadena COPE	3	1	5	15	0	0	6	4	3	1	5
Onda Vasca	2	0	2	0	11	2	3	1	2	1	6
Radio Nervión	1	0	0	0	0	2	3	1	0	2	6
EITB Radio	3	0	0	14	0	7	4	2	3	3	4
Europa FM	5	14	8	0	0	5	3	6	5	6	1
Radio 3	3	0	2	19	11	4	3	3	3	1	2
Cadena Dial	4	10	0	0	0	1	11	5	3	2	1
Herri irratia	1	0	0	0	0	2	0	2	1	0	2
Arrate Irratia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Punto Radio	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	2
Radio Gorbea	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	1
Otro	14	20	18	36	5	10	15	18	11	11	13
Ns/Nc	2	0	7	0	0	2	0	2	4	1	3
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.4.7 – Utilidad personal de la radio

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?											
Para entretenerse	86	90	84	90	87	86	97	84	83	86	73
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	47	37	38	47	31	28	40	35	43	56
Para sentirse acompañado/a	31	30	30	34	25	37	20	31	34	34	38
Para aprender cosas interesantes	7	12	8	5	6	8	4	6	9	8	8
Otras respuestas	6	2	7	4	5	6	11	5	3	5	4
Ns/Nc	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(183)	(382)	(240)	(376)	(429)	(100)	(214)	(204)	(287)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?								
Para entretenerse	86	87	87	86	89	85	85	73
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	40	41	29	32	41	45	56
Para sentirse acompañado/a	31	30	30	38	31	33	29	38
Para aprender cosas interesantes	7	7	7	9	5	9	8	8
Otras respuestas	6	6	5	3	6	4	6	4
Ns/Nc	2	2	1	1	1	1	3	2
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(498)	(192)	(115)	(300)	(303)	(198)	(1235)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?	Para entretenerse	86	87	89	88	78	81	73
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	9	29	53	78	100	56
	Para sentirse acompañado/a	31	38	34	29	25	7	38
	Para aprender cosas interesantes	7	7	8	7	7	7	8
	Otras respuestas	6	10	6	2	2	0	4
	Ns/Nc	2	4	2	1	0	0	2
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(211)	(269)	(180)	(110)	(35)	(1235)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?	Para entretenerse	86	44	88	83	89	87	73
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	0	23	36	37	52	56
	Para sentirse acompañado/a	31	49	35	31	31	32	38
	Para aprender cosas interesantes	7	0	15	5	8	6	8
	Otras respuestas	6	0	2	8	5	5	4
	Ns/Nc	2	28	3	3	1	0	2
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(4)	(68)	(239)	(338)	(156)	(1235)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?	Para entretenerse	86	82	86	84	88	73
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	16	33	35	43	56
	Para sentirse acompañado/a	31	36	38	30	31	38
	Para aprender cosas interesantes	7	16	8	5	8	8
	Otras respuestas	6	0	2	8	5	4
	Ns/Nc	2	6	1	3	1	2
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(42)	(66)	(225)	(472)	(1235)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años		
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE LA RADIO?	Para entretenerse	86	89	85	71	84	87	85	86	84	95	73
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	38	34	31	63	89	48	40	32	42	31	56
	Para sentirse acompañado/a	31	18	32	18	11	30	38	37	36	22	38
	Para aprender cosas interesantes	7	12	8	10	5	7	3	9	7	4	8
	Otras respuestas	6	5	2	19	0	2	4	7	3	10	4
	Ns/Nc	2	2	2	0	0	0	3	2	3	1	2
n (Absolutos sin ponderar)	(805)	(47)	(51)	(13)	(7)	(131)	(36)	(224)	(177)	(119)	(1235)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen escuchar la radio (63% de los/las jóvenes y 72% de las/los mayores de 29 años).

## 1.5 – Internet

### 1.5.1 – Actitud general ante el uso de las nuevas tecnologías

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	7	9	14	10	11	8	8	11	13	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	29	34	28	28	35	29	27	34	34	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	27	27	27	28	26	28	26	27	28	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	35	28	27	31	26	32	37	25	23	8
	Ns/Nc	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	10	12	13	14	11	4	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	31	30	35	32	29	34	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	27	29	25	24	28	31	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	31	26	25	27	31	28	8
	Ns/Nc	2	2	3	2	2	2	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	11	12	8	12	11	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	30	31	38	29	21	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	27	27	25	30	33	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	28	28	30	28	34	8
	Ns/Nc	2	3	3	1	1	0	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	31	19	9	10	8	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	50	30	31	34	28	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	12	21	29	24	37	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	7	26	30	31	25	8
	Ns/Nc	2	0	4	2	2	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	30	27	6	9	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	36	45	28	32	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	19	18	29	28	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	12	7	33	30	8
	Ns/Nc	2	3	3	3	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)	

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿QUÉ ACTITUD CONSIDERA QUE TIENE UD. EN GENERAL ANTE EL USO E INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN SU VIDA?	Me cuesta utilizar nuevas tecnologías	11	10	3	7	0	14	5	13	12	8	49
	No me cuesta utilizar nuevas tecnologías, pero tengo poco tiempo para aprender y continúo usando las anteriores	32	29	27	15	17	37	23	31	37	29	24
	Comienzo a usar nuevas tecnologías cuando veo que otros las usan antes que yo y les va bien	27	31	24	50	72	23	38	26	24	27	16
	Intento utilizar rápidamente las nuevas tecnologías. Soy de los primeros en usarlas en mi entorno	29	29	45	28	3	24	34	29	24	32	8
	Ns/Nc	2	2	1	0	7	2	0	2	3	3	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)	

## 1.5.2 – Utilización de Internet los últimos 12 meses

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	96	98	97	94	96	96	98	97	98	93	55
	No	4	2	3	5	3	4	2	3	2	7	45
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(282)	(636)	(354)	(636)	(636)	(184)	(332)	(332)	(424)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores	
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	96	97	96	91	93	98	98	55
	No	4	2	3	9	7	2	2	45
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(719)	(348)	(205)	(513)	(478)	(276)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	96	94	95	99	98	100	55
	No	4	6	5	0	1	0	45
	Ns/Nc	0	0	0	0	1	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(398)	(435)	(264)	(140)	(35)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	96	76	86	97	98	99	55
	No	4	24	14	3	2	0	45
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(17)	(159)	(496)	(444)	(156)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	96	75	71	100	100	55
	No	4	25	28	0	0	45
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(104)	(76)	(514)	(578)	(1696)

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿PODRÍA DECIRME SI HA UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	Sí	96	97	96	90	100	97	98	95	96	97	55
	No	4	3	4	10	0	2	2	5	4	2	45
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1272)	(72)	(75)	(17)	(12)	(180)	(63)	(374)	(262)	(217)	(1696)

## 1.5.3 – Frecuencia de consumo de Internet

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	76	82	81	81	81	78	83	86	77	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	9	8	9	9	8	14	8	5	8	12
	Uno o dos días por semana	8	12	7	7	8	8	6	6	7	12	14
	Alguna vez al mes	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	85	78	68	74	81	91	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	8	10	7	11	7	6	12
	Uno o dos días por semana	8	5	9	20	11	9	1	14
	Alguna vez al mes	2	2	2	4	3	2	1	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	0	1	2	1	1	0	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	1	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	76	80	85	90	81	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	7	9	8	7	19	12
	Uno o dos días por semana	8	13	8	6	2	0	14
	Alguna vez al mes	2	3	3	1	0	0	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	2	0	0	0	0	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	1	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	0	44	83	89	92	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	0	7	9	8	8	12
	Uno o dos días por semana	8	67	37	6	2	0	14
	Alguna vez al mes	2	26	9	1	1	0	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	0	3	1	0	0	3
	Ns/Nc	0	7	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	0	0	90	92	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	0	0	10	8	12
	Uno o dos días por semana	8	74	75	0	0	14
	Alguna vez al mes	2	20	17	0	0	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	5	6	0	0	3
	Ns/Nc	0	1	2	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿CON QUÉ FRECUENCIA SE CONECTA UD. A INTERNET?	Todos o casi todos los días	81	74	88	54	71	83	86	81	84	78	68
	Cuatro o cinco días por semana	8	11	8	26	22	4	3	5	8	14	12
	Uno o dos días por semana	8	12	2	13	7	8	5	12	5	5	14
	Alguna vez al mes	2	1	1	7	0	3	6	1	1	3	4
	Con menos frecuencia o de manera ocasional	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

### 1.5.4 – Tiempo dedicado a navegar por Internet en día laborable

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?											
Menos de 1 hora	19	24	16	22	17	20	18	18	13	25	34
Entre 1 y 2 horas	43	37	44	46	44	43	49	36	45	46	40
Entre 2 y 3 horas	17	20	19	12	17	16	17	22	20	10	11
Entre 3 y 4 horas	9	6	8	10	9	8	8	11	9	7	3
Más de 4 horas	11	12	12	9	11	11	7	13	13	10	9
Ninguna	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0
Depende	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	3
Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?								
Menos de 1 hora	19	19	17	20	20	21	13	34
Entre 1 y 2 horas	43	44	44	40	44	41	47	40
Entre 2 y 3 horas	17	16	18	17	18	17	15	11
Entre 3 y 4 horas	9	10	7	6	6	11	9	3
Más de 4 horas	11	10	12	16	11	9	15	9
Ninguna	0	0	0	1	1	1	0	0
Depende	1	1	0	0	0	1	0	3
Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?	Menos de 1 hora	19	20	20	19	13	21	34
	Entre 1 y 2 horas	43	42	43	41	47	65	40
	Entre 2 y 3 horas	17	17	15	19	21	7	11
	Entre 3 y 4 horas	9	8	11	8	7	0	3
	Más de 4 horas	11	11	12	11	10	7	9
	Ninguna	0	1	0	0	1	0	0
	Depende	1	1	0	1	0	0	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	1	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?	Menos de 1 hora	19	39	32	16	17	18	34
	Entre 1 y 2 horas	43	34	38	43	45	48	40
	Entre 2 y 3 horas	17	19	12	18	18	15	11
	Entre 3 y 4 horas	9	0	7	9	10	4	3
	Más de 4 horas	11	0	9	13	10	13	9
	Ninguna	0	8	1	0	0	1	0
	Depende	1	0	0	1	0	0	3
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?	Menos de 1 hora	19	56	44	13	17	34
	Entre 1 y 2 horas	43	33	36	44	45	40
	Entre 2 y 3 horas	17	6	7	19	18	11
	Entre 3 y 4 horas	9	2	0	10	9	3
	Más de 4 horas	11	0	2	14	11	9
	Ninguna	0	3	3	0	0	0
	Depende	1	0	4	1	0	3
	Ns/Nc	0	0	4	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿CUÁNTAS HORAS PASA, POR TÉRMINO MEDIO, A LO LARGO DE UN DÍA LABORABLE UTILIZANDO INTERNET?	Menos de 1 hora	19	20	14	19	7	21	23	19	20	17	34
	Entre 1 y 2 horas	43	46	47	53	65	40	40	42	41	48	40
	Entre 2 y 3 horas	17	18	18	13	15	18	15	14	18	19	11
	Entre 3 y 4 horas	9	7	4	15	0	7	9	11	8	8	3
	Más de 4 horas	11	6	17	0	14	13	9	13	11	8	9
	Ninguna	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	Depende	1	0	0	0	0	0	3	1	0	0	3
	Ns/Nc	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

## 1.5.5 – Tiempo dedicado a navegar por Internet en día de fin de semana

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?												
Menos de 1 hora	22	26	18	26	19	24	15	19	21	27	37	
Entre 1 y 2 horas	32	22	32	34	33	31	36	26	32	34	30	
Entre 2 y 3 horas	19	18	22	14	19	19	23	23	20	13	9	
Entre 3 y 4 horas	10	13	10	10	10	10	15	13	9	7	4	
Más de 4 horas	10	11	11	8	11	9	9	13	10	9	5	
Ninguna	4	7	3	4	4	3	1	2	5	6	8	
Depende	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	5	
Ns/Nc	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?									
Menos de 1 hora	22	23	17	23	20	23	21	37	
Entre 1 y 2 horas	32	32	34	25	28	32	37	30	
Entre 2 y 3 horas	19	19	20	16	21	17	19	9	
Entre 3 y 4 horas	10	10	10	12	10	11	9	4	
Más de 4 horas	10	9	12	14	14	9	7	5	
Ninguna	4	4	3	5	4	4	4	8	
Depende	3	2	3	3	2	3	2	5	
Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1	1	
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	22	21	20	24	21	30	37
	Entre 1 y 2 horas	32	29	34	31	32	42	30
	Entre 2 y 3 horas	19	20	19	17	21	21	9
	Entre 3 y 4 horas	10	10	11	12	7	0	4
	Más de 4 horas	10	13	10	10	7	1	5
	Ninguna	4	3	3	3	10	3	8
	Depende	3	3	3	3	2	3	5
	Ns/Nc	1	1	1	0	1	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	22	45	36	17	21	23	37
	Entre 1 y 2 horas	32	16	28	30	33	37	30
	Entre 2 y 3 horas	19	24	13	22	18	18	9
	Entre 3 y 4 horas	10	0	8	12	11	6	4
	Más de 4 horas	10	8	7	12	9	10	5
	Ninguna	4	7	5	2	4	5	8
	Depende	3	0	2	3	3	2	5
	Ns/Nc	1	0	1	1	0	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	22	58	45	14	21	37
	Entre 1 y 2 horas	32	18	18	32	35	30
	Entre 2 y 3 horas	19	7	7	23	18	9
	Entre 3 y 4 horas	10	4	6	12	10	4
	Más de 4 horas	10	1	0	13	10	5
	Ninguna	4	10	11	2	4	8
	Depende	3	1	9	2	3	5
	Ns/Nc	1	2	4	1	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y UN DÍA FESTIVO O DE FIN DE SEMANA?	Menos de 1 hora	22	19	21	27	58	27	20	21	22	17	37
	Entre 1 y 2 horas	32	31	31	25	32	26	32	32	35	33	30
	Entre 2 y 3 horas	19	16	28	25	7	22	16	18	16	22	9
	Entre 3 y 4 horas	10	16	8	19	0	6	14	10	9	14	4
	Más de 4 horas	10	7	11	0	3	9	8	12	10	10	5
	Ninguna	4	6	0	4	0	9	7	4	3	1	8
	Depende	3	3	0	0	0	1	3	2	6	2	5
	Ns/Nc	1	2	0	0	0	1	0	1	0	1	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

### 1.5.6 – Medio por el que se conecta a Internet

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	Si	59	55	62	55	62	56	63	61	60	55	64
	No	39	43	36	43	36	42	33	37	39	44	36
	Ns/Nc	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores	
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	Si	59	61	59	53	61	59	56	64
	No	39	37	41	45	37	39	43	36
	Ns/Nc	2	2	1	1	3	1	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	Si	59	62	61	55	57	53	64
	No	39	36	37	45	40	47	36
	Ns/Nc	2	2	1	1	3	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	Si	59	60	56	63	58	54	64
	No	39	40	43	35	40	45	36
	Ns/Nc	2	0	1	2	2	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	Si	59	58	64	61	57	64
	No	39	42	30	37	42	36
	Ns/Nc	2	0	6	2	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
UN ORDENADOR DE SOBREMESA	Si	59	61	57	34	43	56	68	56	63	64	64
	No	39	38	41	66	57	42	29	43	36	33	36
	Ns/Nc	2	1	2	0	0	2	3	1	1	3	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
UN ORDENADOR PORTÁTIL	Si	71	67	71	73	67	74	68	71	70	72	62
	No	28	32	29	26	32	25	31	28	30	26	37
	Ns/Nc	1	1	0	1	1	1	1	1	0	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
UN ORDENADOR PORTÁTIL	Si	71	72	72	65	65	70	81	62
	No	28	27	28	35	34	29	18	37
	Ns/Nc	1	1	0	0	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
UN ORDENADOR PORTÁTIL	Si	71	69	70	70	77	79	62
	No	28	31	29	29	23	21	37
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
UN ORDENADOR PORTÁTIL	Si	71	40	67	69	73	75	62
	No	28	60	33	30	26	25	37
	Ns/Nc	1	0	0	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
UN ORDENADOR PORTÁTIL	Si	71	49	44	73	74	62
	No	28	51	54	26	25	37
	Ns/Nc	1	0	2	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
UN ORDENADOR PORTÁTIL	Si	71	71	74	67	86	77	58	70	72	67	62
	No	28	29	26	33	14	21	42	29	28	32	37
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	2	0	1	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
UN TELÉFONO MÓVIL	Si	38	33	40	37	38	38	32	41	42	35	21
	No	60	67	59	60	60	60	65	57	57	63	77
	Ns/Nc	2	1	1	3	1	2	2	2	0	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
UN TELÉFONO MÓVIL	Si	38	38	39	38	37	40	38	21
	No	60	60	61	61	61	58	61	77
	Ns/Nc	2	2	1	1	2	2	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
UN TELÉFONO MÓVIL	Si	38	38	36	38	44	46	21
	No	60	60	62	61	55	54	77
	Ns/Nc	2	2	2	1	1	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
UN TELÉFONO MÓVIL	Si	38	9	37	38	36	47	21
	No	60	91	62	59	62	53	77
	Ns/Nc	2	0	1	2	2	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
UN TELÉFONO MÓVIL	Si	38	26	19	41	39	21
	No	60	73	77	57	60	77
	Ns/Nc	2	2	4	2	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abstención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
UN TELÉFONO MÓVIL	Si	38	47	39	47	35	31	32	39	44	33	21
	No	60	51	61	53	65	68	68	59	54	65	77
	Ns/Nc	2	1	0	0	0	1	0	2	2	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	Si	9	6	11	8	11	8	14	12	8	6	7	
	No	88	92	87	87	86	89	82	85	91	90	91	
	Ns/Nc	3	2	2	5	3	3	4	3	1	4	2	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	Si	9	10	7	10	13	7	7	7	
	No	88	86	92	88	83	90	92	91	
	Ns/Nc	3	4	1	2	4	3	1	2	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	Si	9	11	9	10	6	5	7
	No	88	86	88	88	91	95	91
	Ns/Nc	3	3	3	2	3	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	Si	9	27	11	10	9	4	7
	No	88	73	88	86	88	93	91
	Ns/Nc	3	0	1	4	3	3	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	Si	9	8	4	11	8	7
	No	88	92	90	85	89	91
	Ns/Nc	3	1	6	4	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS									≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
OTROS (TABLETA, IPAD, IPOD, VIDEOCONSOLA, ETC)	Si	9	7	11	0	10	5	1	9	11	14	7
	No	88	91	88	93	90	92	97	89	86	82	91
	Ns/Nc	3	1	1	7	0	3	3	3	3	4	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

### 1.5.7 – Lugar en que utiliza Internet

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
EN CASA	Si	95	92	96	96	96	94	96	96	95	94	95
	No	5	8	4	4	4	6	4	4	5	6	5
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años	
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores		
EN CASA	Si	95	97	94	90	94	96	95	95
	No	5	3	6	10	6	4	4	5
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
EN CASA	Si	95	95	95	96	93	100	95
	No	5	5	5	4	6	0	5
	Ns/Nc	0	0	0	0	1	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS					≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)				
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	
EN CASA	Si	95	90	89	95	97	95
	No	5	10	11	5	3	5
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
EN CASA	Si	95	82	76	96	98	95
	No	5	18	22	4	2	5
	Ns/Nc	0	0	2	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS									≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abstención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
EN CASA	Si	95	96	99	96	100	95	97	95	94	96	95
	No	5	4	1	4	0	4	3	5	6	4	5
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	Si	41	37	43	40	39	44	45	47	38	38	31	
	No	56	62	55	56	59	54	52	51	60	60	66	
	Ns/Nc	2	1	1	4	2	2	3	2	2	2	3	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	Si	41	47	38	27	35	41	53	31
	No	56	51	60	72	62	57	46	66
	Ns/Nc	2	3	2	1	3	2	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	Si	41	39	40	39	52	31	
	No	56	59	58	59	46	66	
	Ns/Nc	2	3	2	2	0	3	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	Si	41	18	30	41	43	50	31
	No	56	82	69	56	55	48	66
	Ns/Nc	2	0	1	3	2	1	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	Si	41	26	17	41	46	31
	No	56	73	76	56	53	66
	Ns/Nc	2	1	6	3	2	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
EN SU LUGAR DE TRABAJO O ESTUDIOS	Si	41	40	41	38	64	45	38	36	44	44	31
	No	56	58	59	62	36	52	58	61	54	53	66
	Ns/Nc	2	1	0	0	0	2	3	3	2	3	3
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	Si	26	23	27	26	26	27	23	30	31	22	13	
	No	72	76	71	71	72	72	74	69	69	76	85	
	Ns/Nc	2	1	1	3	2	1	2	2	0	2	2	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
			Si	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	Si	26	27	25	27	26	28	25	13	
	No	72	71	74	72	72	71	74	85	
	Ns/Nc	2	2	1	1	2	2	1	2	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	Si	26	27	26	25	30	29	13
	No	72	71	73	74	69	71	85
	Ns/Nc	2	2	1	2	2	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	Si	26	5	19	28	24	35	13
	No	72	95	80	69	75	64	85
	Ns/Nc	2	0	1	3	1	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	Si	26	9	14	29	27	13
	No	72	90	80	69	72	85
	Ns/Nc	2	2	7	2	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
EN LA CALLE, LUGARES PÚBLICOS ETC.	Si	26	33	28	31	7	20	29	29	27	25	13
	No	72	65	71	69	93	78	71	70	71	73	85
	Ns/Nc	2	1	1	0	0	2	0	2	2	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	Si	10	12	9	11	12	9	13	8	11	11	5
	No	88	87	89	86	86	90	84	90	89	88	94
	Ns/Nc	2	1	1	3	2	2	3	2	0	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	Si	10	9	11	17	13	9	7	5
	No	88	89	89	83	84	89	92	94
	Ns/Nc	2	3	1	1	3	1	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	Si	10	11	10	9	12	12	5
	No	88	87	88	89	86	88	94
	Ns/Nc	2	2	2	2	0	2	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	Si	10	23	11	9	11	11	5
	No	88	77	88	88	88	89	94
	Ns/Nc	2	0	1	3	2	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	Si	10	13	22	9	10	5
	No	88	86	74	89	89	94
	Ns/Nc	2	1	4	2	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
EN KZGUNES, CIBERCAFÉS ETC.	Si	10	7	7	8	15	8	1	14	8	12	5
	No	88	90	93	92	85	90	97	84	90	85	94
	Ns/Nc	2	3	0	0	0	2	3	2	2	3	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

## 1.5.8 – Utilidad personal de Internet

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE INTERNET?											
Para entretenerse	61	62	65	52	62	60	72	65	60	52	47
Para mantenerse en contacto con otras personas	54	54	57	48	49	59	63	57	57	45	32
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	35	34	44	41	33	22	38	38	43	49
Para aprender cosas interesantes	24	22	20	32	26	22	20	22	22	29	31
Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	11	3	5	4	6	0	3	3	9	13
Para conocer gente nueva	3	4	3	2	3	2	7	2	4	1	1
Otras respuestas	8	5	8	9	7	8	8	5	7	11	14
Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE INTERNET?									
Para entretenerse	61	61	60	62	68	61	48	47	
Para mantenerse en contacto con otras personas	54	53	55	55	57	52	52	32	
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	37	40	36	30	40	46	49	
Para aprender cosas interesantes	24	27	21	20	20	26	28	31	
Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	6	3	3	2	5	9	13	
Para conocer gente nueva	3	3	4	2	4	1	3	1	
Otras respuestas	8	8	9	6	6	8	9	14	
Ns/Nc	1	0	0	2	1	0	1	1	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE INTERNET?							
Para entretenerse	61	73	61	53	46	34	47
Para mantenerse en contacto con otras personas	54	67	54	45	40	36	32
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	6	34	58	79	100	49
Para aprender cosas interesantes	24	22	27	25	19	27	31
Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	4	5	6	4	3	13
Para conocer gente nueva	3	5	2	1	3	0	1
Otras respuestas	8	10	9	5	6	0	14
Ns/Nc	1	1	1	1	1	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE INTERNET?							
Para entretenerse	61	38	57	66	60	53	47
Para mantenerse en contacto con otras personas	54	61	49	57	54	51	32
Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	40	33	32	39	52	49
Para aprender cosas interesantes	24	30	27	21	24	29	31
Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	12	5	3	6	5	13
Para conocer gente nueva	3	0	5	5	1	2	1
Otras respuestas	8	19	11	8	7	4	14
Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE INTERNET?	Para entretenerse	61	51	53	66	58	47
	Para mantenerse en contacto con otras personas	54	47	35	58	53	32
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	27	43	33	42	49
	Para aprender cosas interesantes	24	26	21	22	25	31
	Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	8	7	3	6	13
	Para conocer gente nueva	3	4	2	5	1	1
	Otras respuestas	8	17	9	8	7	14
	Ns/Nc	1	2	4	0	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿PARA QUÉ LE SIRVE PRINCIPALMENTE INTERNET?	Para entretenerse	61	69	58	33	57	57	73	55	60	74	47
	Para mantenerse en contacto con otras personas	54	62	54	65	75	47	50	56	47	61	32
	Para estar informado/a de las noticias de actualidad	37	35	38	39	47	43	37	40	40	25	49
	Para aprender cosas interesantes	24	17	16	43	0	28	26	23	30	19	31
	Para hacer trámites o compras más cómodamente	5	9	7	4	22	5	3	5	6	0	13
	Para conocer gente nueva	3	1	1	9	0	2	3	2	3	6	1
	Otras respuestas	8	0	19	0	0	9	4	7	9	7	14
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	2	0	1	0	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

## 1.5.9 – Actividades para las que se usa Internet

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	Si	49	45	49	52	55	43	27	44	53	61	59	
	No	50	55	51	47	44	56	72	56	47	38	40	
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	Si	49	53	51	34	31	54	73	59
	No	50	47	49	65	68	46	27	40
	Ns/Nc	1	0	0	1	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	Si	49	28	51	60	75	80	59
	No	50	71	49	40	25	20	40
	Ns/Nc	1	1	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	Si	49	23	37	40	55	76	59
	No	50	77	62	60	45	24	40
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS					≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	Si	49	18	22	43	61	59
	No	50	80	76	56	39	40
	Ns/Nc	1	1	2	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
LEER PERIÓDICOS DIGITALES	Si	49	40	74	64	75	58	62	46	55	30	59
	No	50	59	26	36	25	41	38	53	45	68	40
	Ns/Nc	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	Si	93	92	94	90	92	93	91	93	93	93	88	
	No	7	8	5	9	8	6	9	7	7	5	11	
	Ns/Nc	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	Si	93	93	95	86	88	94	97	88
	No	7	6	5	12	11	5	2	11
	Ns/Nc	1	0	0	1	0	0	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	Si	93	89	94	94	95	97	88
	No	7	11	5	6	3	3	11
	Ns/Nc	1	1	1	0	2	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	Si	93	90	82	94	94	96	88
	No	7	10	17	6	6	4	11
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	Si	93	81	96	92	94	88
	No	7	19	2	7	5	11
	Ns/Nc	1	0	2	1	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
BUSCAR INFORMACIÓN (TRABAJO, ESTUDIOS, SALUD, VIAJES, CINE, TV, CALLEJEROS, ETC.)	Si	93	99	99	91	100	94	91	92	93	90	88
	No	7	1	1	9	0	6	9	8	6	9	11
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	Si	43	43	40	48	43	42	18	36	48	55	45
	No	57	57	60	52	57	58	81	64	52	44	54
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	Si	43	45	41	34	28	45	63	45
	No	57	54	58	66	71	55	37	54
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	Si	43	32	45	50	49	55	45
	No	57	68	55	50	50	45	54
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	Si	43	48	32	36	48	56	45
	No	57	52	68	64	51	44	54
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	Si	43	26	22	38	51	45
	No	57	74	76	62	49	54
	Ns/Nc	0	0	2	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
COMPRAR ALGÚN PRODUCTO O SERVICIO (ALIMENTACIÓN, LIBROS, CINE, VIAJES, ETC.)	Si	43	46	57	57	68	51	47	44	46	21	45
	No	57	54	43	43	32	48	53	56	54	79	54
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	Si	25	29	20	30	25	24	2	14	30	39	44
	No	75	71	79	69	75	75	97	86	69	60	54
	Ns/Nc	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	Si	25	27	22	21	10	25	49	44
	No	75	73	77	77	89	75	50	54
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	Si	25	14	27	30	35	34	44
	No	75	85	72	70	64	66	54
	Ns/Nc	1	1	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	Si	25	53	21	18	28	34	44
	No	75	47	78	81	71	66	54
	Ns/Nc	1	0	2	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	Si	25	20	12	20	31	44
	No	75	79	86	79	69	54
	Ns/Nc	1	1	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
REALIZAR GESTIONES BANCARIAS	Si	25	24	27	40	65	35	34	28	26	3	44
	No	75	76	73	60	35	65	66	72	72	97	54
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	Si	90	93	91	87	90	90	87	90	92	89	84
	No	10	7	9	12	10	10	12	10	7	10	15
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	Si	90	91	91	83	83	93	96	84
	No	10	9	7	17	16	7	4	15
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	Si	90	86	89	91	96	100	84
	No	10	13	10	9	3	0	15
	Ns/Nc	1	1	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	Si	90	93	81	89	91	98	84
	No	10	7	18	11	9	2	15
	Ns/Nc	1	0	1	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	Si	90	71	74	91	93	84
	No	10	27	24	9	7	15
	Ns/Nc	1	2	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
RECIBIR O ENVIAR MENSAJES DE CORREO ELECTRÓNICO	Si	90	87	97	93	100	88	89	90	90	88	84
	No	10	13	3	7	0	12	11	10	9	11	15
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	Si	86	88	87	83	86	87	94	92	87	78	39	
	No	14	12	13	16	14	13	6	8	13	22	61	
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	Si	86	87	87	82	90	84	83	39
	No	14	13	13	17	10	16	16	61
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	1	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	Si	86	88	85	84	87	92	39
	No	14	12	15	16	13	8	61
	Ns/Nc	0	0	0	0	1	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	Si	86	67	73	89	87	88	39
	No	14	33	26	11	13	12	61
	Ns/Nc	0	0	1	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	Si	86	61	54	91	88	39
	No	14	39	45	9	12	61
	Ns/Nc	0	0	2	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
UTILIZAR REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, TUENTI, ETC.)	Si	86	87	88	84	86	81	80	86	85	93	39
	No	14	13	12	16	14	19	20	14	15	7	61
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	Si	22	29	19	25	25	19	24	25	21	19	11
	No	77	71	81	74	75	80	75	75	79	79	88
	Ns/Nc	1	0	1	1	0	1	1	0	0	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	Si	22	22	25	18	21	23	23	11
	No	77	78	74	80	78	77	76	88
	Ns/Nc	1	0	1	2	0	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	Si	22	20	22	24	24	22	11
	No	77	79	77	76	75	78	88
	Ns/Nc	1	1	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	Si	22	9	14	24	21	26	11
	No	77	91	85	75	78	74	88
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	Si	22	7	13	25	22	11
	No	77	93	85	74	77	88
	Ns/Nc	1	0	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
INTERVENIR EN CHATS O FOROS DE DISCUSIÓN	Si	22	30	32	32	36	20	21	23	16	23	11
	No	77	70	68	68	64	79	79	77	82	76	88
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	Si	28	27	27	31	27	29	21	26	34	29	18	
	No	71	73	72	68	72	70	77	74	66	69	81	
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	2	0	0	2	1	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	Si	28	27	27	36	23	27	40	18
	No	71	72	73	62	76	72	60	81
	Ns/Nc	1	1	0	3	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	Si	28	26	29	27	31	45	18
	No	71	72	70	73	68	55	81
	Ns/Nc	1	2	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	Si	28	40	24	28	29	31	18
	No	71	60	76	71	71	69	81
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	Si	28	16	17	30	30	18
	No	71	84	81	69	70	81
	Ns/Nc	1	0	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
LLAMAR A TRAVÉS DE INTERNET (SKYPE, ETC.)	Si	28	39	34	40	50	26	26	31	28	20	18
	No	71	61	66	60	50	74	74	68	71	78	81
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	1	1	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	Si	83	81	85	80	84	82	84	87	86	77	57	
	No	16	19	14	19	15	17	16	13	14	21	42	
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	Si	83	86	82	76	82	85	82	57
	No	16	14	18	22	18	15	17	42
	Ns/Nc	0	0	0	1	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	Si	83	85	83	82	79	87	57
	No	16	15	16	18	20	13	42
	Ns/Nc	0	1	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	Si	83	75	76	85	84	82	57
	No	16	25	23	14	15	18	42
	Ns/Nc	0	0	1	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	Si	83	67	58	87	84	57
	No	16	33	40	12	15	42
	Ns/Nc	0	0	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011								Era menor de 18 años	
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		
DESCARGAR ARCHIVOS (DOCUMENTOS, MÚSICA, VIDEO, SOFTWARE, ETC.)	Si	83	84	88	74	85	80	83	83	83	84	57
	No	16	16	12	26	15	20	17	16	16	15	42
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	Si	17	15	17	19	19	16	16	21	15	16	10
	No	82	85	82	80	81	84	83	78	85	83	90
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	Si	17	17	14	22	20	15	17	10
	No	82	82	85	76	80	84	82	90
	Ns/Nc	1	0	1	2	0	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	Si	17	14	16	19	24	15	10
	No	82	85	83	81	75	85	90
	Ns/Nc	1	1	1	1	0	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	Si	17	19	21	16	16	19	10
	No	82	81	78	83	83	80	90
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS				≥30 años	
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet		Alta a ambos
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	Si	17	20	11	17	17	10
	No	82	80	85	82	82	90
	Ns/Nc	1	0	4	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011								Era menor de 18 años	
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		
MANTENER SU PROPIO BLOG O PÁGINA WEB	Si	17	16	18	9	10	16	20	20	15	17	10
	No	82	84	80	91	90	83	80	79	84	83	90
	Ns/Nc	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	Si	65	69	66	63	65	66	64	64	72	62	54
	No	34	31	34	35	34	34	35	36	28	36	45
	Ns/Nc	1	0	1	1	1	1	1	0	0	2	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	Si	65	63	74	61	65	65	66	54
	No	34	37	26	36	34	34	33	45
	Ns/Nc	1	0	0	3	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	Si	65	62	67	67	65	71	54
	No	34	37	32	33	34	29	45
	Ns/Nc	1	1	1	0	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	Si	65	48	50	71	63	72	54
	No	34	52	48	28	37	28	45
	Ns/Nc	1	0	2	1	0	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	Si	65	45	65	69	65	54
	No	34	53	33	30	35	45
	Ns/Nc	1	2	2	1	0	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
NAVEGAR POR INTERNET SIN UN OBJETIVO CONCRETO	Si	65	72	69	84	58	66	77	69	56	63	54
	No	34	28	31	16	42	33	23	30	43	36	45
	Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

## 1.5.10 – Productos o servicios adquiridos por Internet

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?												
Viajes y/u hoteles	41	48	41	38	35	47	10	30	49	46	55	
Ropa, calzado	39	41	36	42	34	44	61	42	36	36	34	
Entradas para espectáculos	19	16	20	19	19	18	12	9	24	21	19	
Libros	10	15	7	12	10	9	14	6	5	15	13	
Alimentación	7	2	8	8	7	7	0	3	6	11	15	
Software, programas	8	7	8	8	12	4	3	9	7	9	8	
Música	8	10	9	6	11	4	10	9	9	6	3	
Películas, vídeos, cine	7	10	6	7	8	6	9	13	5	6	3	
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	1	2	1	1	2	3	2	2	1	3	
Otro	16	15	17	15	17	16	10	24	13	15	14	
Ns/Nc	1	2	1	3	2	1	0	4	1	1	1	
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(119)	(251)	(159)	(266)	(263)	(34)	(116)	(160)	(219)	(415)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores		
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?									
Viajes y/u hoteles	41	42	40	38	25	35	60	55	
Ropa, calzado	39	42	35	31	43	46	27	34	
Entradas para espectáculos	19	20	19	11	8	19	28	19	
Libros	10	10	9	9	8	8	13	13	
Alimentación	7	5	7	18	8	6	8	15	
Software, programas	8	7	8	13	9	6	9	8	
Música	8	8	8	7	11	8	6	3	
Películas, vídeos, cine	7	7	9	7	13	8	2	3	
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	2	2	0	2	1	2	3	
Otro	16	13	23	19	19	17	14	14	
Ns/Nc	1	1	1	2	1	2	1	1	
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(322)	(143)	(64)	(139)	(214)	(173)	(415)	

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?							
Viajes y/u hoteles	41	33	37	49	51	45	55
Ropa, calzado	39	44	35	37	45	44	34
Entradas para espectáculos	19	10	21	20	25	24	19
Libros	10	9	10	8	12	21	13
Alimentación	7	8	8	5	7	6	15
Software, programas	8	3	12	8	6	0	8
Música	8	8	7	11	6	3	3
Películas, vídeos, cine	7	6	8	7	7	9	3
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	3	2	1	1	0	3
Otro	16	21	16	16	6	20	14
Ns/Nc	1	1	2	2	1	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(122)	(186)	(134)	(68)	(19)	(415)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?							
Viajes y/u hoteles	41	44	28	39	44	44	55
Ropa, calzado	39	33	31	36	44	37	34
Entradas para espectáculos	19	15	10	21	18	21	19
Libros	10	0	9	8	9	15	13
Alimentación	7	0	14	7	6	8	15
Software, programas	8	0	11	10	6	8	8
Música	8	9	5	10	7	9	3
Películas, vídeos, cine	7	28	11	6	7	8	3
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	0	0	3	0	4	3
Otro	16	23	31	14	17	10	14
Ns/Nc	1	0	1	1	1	3	1
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(7)	(45)	(178)	(212)	(87)	(415)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?						
Viajes y/u hoteles	41	30	64	37	43	55
Ropa, calzado	39	19	35	37	42	34
Entradas para espectáculos	19	13	13	19	19	19
Libros	10	0	4	9	11	13
Alimentación	7	10	0	8	7	15
Software, programas	8	12	0	10	6	8
Música	8	8	0	9	7	3
Películas, vídeos, cine	7	17	8	6	7	3
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	0	0	3	1	3
Otro	16	37	5	16	15	14
Ns/Nc	1	3	8	1	2	1
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(21)	(15)	(200)	(293)	(415)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?											
Viajes y/u hoteles	41	47	45	28	47	44	49	43	43	17	55
Ropa, calzado	39	55	46	45	21	44	32	37	29	53	34
Entradas para espectáculos	19	26	19	15	53	21	25	20	14	9	19
Libros	10	7	12	7	53	10	11	9	5	13	13
Alimentación	7	3	2	0	10	7	11	9	9	0	15
Software, programas	8	5	5	13	0	10	5	8	8	8	8
Música	8	7	4	0	0	8	7	9	10	7	3
Películas, vídeos, cine	7	2	3	20	5	2	10	6	9	16	3
Electrónica, electrodomésticos, informática	2	3	0	0	0	1	2	0	4	5	3
Otro	16	13	17	20	0	13	14	19	16	16	14
Ns/Nc	1	0	3	0	0	2	0	1	2	0	1
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(33)	(40)	(9)	(8)	(90)	(31)	(155)	(119)	(44)	(415)

Los porcentajes no suman 100 porque se podían dar dos respuestas

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

## 1.5.11 – Motivos para comprar por Internet

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	4	6	6	6	6	9	6	7	4	6
Por rapidez	9	8	9	10	10	8	9	8	11	8	8
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	34	34	33	30	38	27	34	35	35	40
PRINCIPALMENTE ¿POR QUÉ COMPRA PRODUCTOS POR INTERNET?											
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	12	9	9	10	9	7	11	8	10	8
Porque en la red tengo información de los productos	2	1	3	1	1	2	0	2	1	2	3
Por precio, porque es más barato	35	39	33	36	37	33	39	31	34	37	31
Otros motivos	4	2	5	2	4	3	10	2	3	4	3
Ns/Nc	2	0	1	3	2	2	0	5	1	1	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(119)	(251)	(159)	(266)	(263)	(34)	(116)	(160)	(219)	(415)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	4	6	12	11	2	6	6
Por rapidez	9	8	12	10	16	7	7	8
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	34	34	33	26	35	39	40
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	10	8	7	6	11	9	8
Porque en la red tengo información de los productos	2	2	2	1	0	2	3	3
Por precio, porque es más barato	35	35	35	33	35	38	31	31
Otros motivos	4	4	3	2	3	4	3	3
Ns/Nc	2	2	0	2	2	1	2	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(322)	(143)	(64)	(139)	(214)	(173)	(415)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	5	8	7	2	0	6
Por rapidez	9	8	12	8	6	0	8
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	36	29	33	47	29	40
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	11	5	13	9	16	8
Porque en la red tengo información de los productos	2	1	2	2	1	0	3
Por precio, porque es más barato	35	34	36	32	33	56	31
Otros motivos	4	3	6	4	0	0	3
Ns/Nc	2	2	2	2	1	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(122)	(186)	(134)	(68)	(19)	(415)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	0	10	6	5	4	6
Por rapidez	9	15	7	13	7	7	8
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	29	41	29	36	38	40
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	9	6	10	11	5	8
Porque en la red tengo información de los productos	2	0	0	3	1	1	3
Por precio, porque es más barato	35	46	31	33	35	40	31
Otros motivos	4	0	4	4	3	2	3
Ns/Nc	2	0	0	1	2	3	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(7)	(45)	(178)	(212)	(87)	(415)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	16	0	6	5	6
Por rapidez	9	14	24	11	7	8
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	41	47	30	36	40
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	3	0	11	9	8
Porque en la red tengo información de los productos	2	0	0	2	1	3
Por precio, porque es más barato	35	27	21	34	37	31
Otros motivos	4	0	0	5	3	3
Ns/Nc	2	0	8	1	2	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(21)	(15)	(200)	(293)	(415)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
Porque puedo comprar a cualquier hora	6	6	3	0	0	7	4	8	4	9	6
Por rapidez	9	7	8	7	0	4	7	11	12	9	8
Por comodidad, porque puedo comprar sin desplazarme	34	37	26	54	21	42	30	34	34	27	40
Por variedad, porque puedo acceder a gran variedad de productos	9	6	7	0	21	5	12	10	12	8	8
Porque en la red tengo información de los productos	2	2	0	0	0	0	0	2	4	0	3
Por precio, porque es más barato	35	40	41	40	58	36	42	32	31	37	31
Otros motivos	4	0	12	0	0	4	5	3	1	10	3
Ns/Nc	2	0	3	0	0	2	0	1	4	0	1
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(529)	(33)	(40)	(9)	(8)	(90)	(31)	(155)	(119)	(44)	(415)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber comprado algún producto o servicio por Internet los últimos doce meses (42% de los/las jóvenes y 24% de las/los mayores de 29 años).

## 1.6 – Redes sociales

### 1.6.1 – Redes sociales utilizadas

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FACEBOOK?	Si	78	74	79	78	73	82	55	68	87	92	90
	No	21	25	21	20	26	17	43	31	13	7	8
	Ns/Nc	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(244)	(537)	(279)	(526)	(534)	(171)	(297)	(281)	(311)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FACEBOOK?	Si	78	74	82	85	71	80	86	90
	No	21	24	18	14	28	19	13	8
	Ns/Nc	1	1	0	1	1	1	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(613)	(293)	(154)	(430)	(399)	(226)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FACEBOOK?	Si	78	72	78	81	86	83	90
	No	21	27	22	17	12	15	8
	Ns/Nc	1	1	0	1	2	3	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(330)	(358)	(221)	(119)	(32)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FACEBOOK?	Si	<b>78</b>	71	63	76	81	86	90
	No	<b>21</b>	29	37	22	18	13	8
	Ns/Nc	<b>1</b>	0	0	2	1	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(9)	(103)	(430)	(382)	(136)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/las mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FACEBOOK?	Si	<b>78</b>	52	88	75	82	90
	No	<b>21</b>	48	12	23	17	8
	Ns/Nc	<b>1</b>	0	0	1	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(50)	(32)	(469)	(509)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/las mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FACEBOOK?	Si	<b>78</b>	84	86	81	92	74	80	84	84	58	90
	No	<b>21</b>	13	14	19	8	25	20	16	14	40	8
	Ns/Nc	<b>1</b>	3	0	0	0	2	0	1	2	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(61)	(64)	(13)	(10)	(143)	(50)	(306)	(214)	(199)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/las mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TUENTI?	Si	73	64	76	70	73	72	96	86	71	49	19
	No	26	35	24	27	26	27	4	13	29	49	78
	Ns/Nc	1	1	0	3	1	1	1	1	0	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(244)	(537)	(279)	(526)	(534)	(171)	(297)	(281)	(311)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TUENTI?	Si	73	79	67	55	80	72	60	19
	No	26	19	32	43	19	27	39	78
	Ns/Nc	1	1	1	1	1	1	1	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(613)	(293)	(154)	(430)	(399)	(226)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TUENTI?	Si	73	82	74	70	56	45	19
	No	26	17	25	29	43	52	78
	Ns/Nc	1	1	1	1	2	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(330)	(358)	(221)	(119)	(32)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TUENTI?	Si	73	37	74	79	70	59	19
	No	26	63	26	20	28	40	78
	Ns/Nc	1	0	0	1	2	1	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(9)	(103)	(430)	(382)	(136)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TUENTI?	Si	73	65	41	80	68	19
	No	26	35	59	19	31	78
	Ns/Nc	1	0	0	1	1	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(50)	(32)	(469)	(509)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TUENTI?	Si	73	74	79	57	46	68	76	63	70	95	19
	No	26	25	21	43	54	31	24	37	28	4	78
	Ns/Nc	1	1	0	0	0	2	0	1	2	1	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(61)	(64)	(13)	(10)	(143)	(50)	(306)	(214)	(199)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TWITTER?	Si	17	14	18	17	19	15	16	17	23	13	15	
	No	81	85	81	80	79	83	82	82	76	84	81	
	Ns/Nc	2	1	1	4	1	2	2	1	1	2	4	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(244)	(537)	(279)	(526)	(534)	(171)	(297)	(281)	(311)	(362)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TWITTER?	Si	17	17	16	18	15	17	23	15
	No	81	80	83	81	83	82	75	81
	Ns/Nc	2	2	1	1	2	1	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(613)	(293)	(154)	(430)	(399)	(226)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TWITTER?	Si	17	15	20	17	16	8	15
	No	81	83	78	82	82	90	81
	Ns/Nc	2	2	2	1	2	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(330)	(358)	(221)	(119)	(32)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TWITTER?	Si	17	0	20	18	16	17	15
	No	81	100	80	80	82	80	81
	Ns/Nc	2	0	0	2	2	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(9)	(103)	(430)	(382)	(136)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TWITTER?	Si	17	13	3	19	17	15
	No	81	87	97	79	81	81
	Ns/Nc	2	0	0	2	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(50)	(32)	(469)	(509)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES TWITTER?	Si	17	16	28	29	12	12	24	14	20	17	15
	No	81	83	72	71	88	85	76	84	78	81	81
	Ns/Nc	2	1	0	0	0	2	0	2	2	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(61)	(64)	(13)	(10)	(143)	(50)	(306)	(214)	(199)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES BLOGS?	Si	11	13	12	8	11	11	8	10	14	10	12	
	No	88	86	88	88	87	88	90	89	85	87	85	
	Ns/Nc	2	2	1	4	2	2	2	1	1	3	4	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(244)	(537)	(279)	(526)	(534)	(171)	(297)	(281)	(311)	(362)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES BLOGS?	Si	11	11	9	11	8	11	15	12
	No	88	87	89	88	90	88	82	85
	Ns/Nc	2	2	1	1	2	1	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(613)	(293)	(154)	(430)	(399)	(226)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES BLOGS?	Si	11	7	12	11	17	8	12
	No	88	92	86	87	81	89	85
	Ns/Nc	2	2	2	1	3	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(330)	(358)	(221)	(119)	(32)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS						≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES BLOGS?	Si	11	7	7	10	11	15	12
	No	88	93	93	89	86	83	85
	Ns/Nc	2	0	0	2	3	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(9)	(103)	(430)	(382)	(136)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS					≥30 años
		TOTAL JÓVENES	EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES BLOGS?	Si	11	3	10	10	12	12
	No	88	97	90	89	85	85
	Ns/Nc	2	0	0	1	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(50)	(32)	(469)	(509)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		15-29 AÑOS										≥30 años
		TOTAL JÓVENES	PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES BLOGS?	Si	11	7	17	5	12	11	10	10	12	9	12
	No	88	92	83	95	88	86	90	88	86	89	85
	Ns/Nc	2	1	0	0	0	2	0	2	3	2	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(61)	(64)	(13)	(10)	(143)	(50)	(306)	(214)	(199)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
			TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
			Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FOROS?	Si	10	13	9	10	12	8	8	10	12	9	14	
	No	89	86	90	87	87	91	90	89	86	89	83	
	Ns/Nc	2	2	1	4	2	2	2	1	2	2	4	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(244)	(537)	(279)	(526)	(534)	(171)	(297)	(281)	(311)	(362)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
			CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
			Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FOROS?	Si	10	10	11	8	7	11	12	14	
	No	89	88	88	91	91	88	85	83	
	Ns/Nc	2	2	1	1	2	1	2	4	
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(613)	(293)	(154)	(430)	(399)	(226)	(362)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FOROS?	Si	10	9	10	10	13	8	14
	No	89	90	88	89	85	89	83
	Ns/Nc	2	2	2	1	2	3	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(330)	(358)	(221)	(119)	(32)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FOROS?	Si	10	7	8	11	8	12	14
	No	89	93	92	87	90	86	83
	Ns/Nc	2	0	0	2	2	2	4
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1060)	(9)	(103)	(430)	(382)	(136)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
			EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
			Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FOROS?	Si	10	7	3	11	9	14
	No	89	93	97	87	89	83
	Ns/Nc	2	0	0	1	2	4
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1060)	(50)	(32)	(469)	(509)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
			PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
			PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc		Era menor de 18 años
¿HA UTILIZADO EL ÚLTIMO MES FOROS?	Si	10	15	16	10	4	12	10	12	5	8	14
	No	89	84	84	90	96	86	90	86	93	90	83
	Ns/Nc	2	1	0	0	0	2	0	2	2	2	4
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1060)	(61)	(64)	(13)	(10)	(143)	(50)	(306)	(214)	(199)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

## 1.6.2 – Utilidad principal de las redes sociales

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
PRINCIPALMENTE ¿PARA QUÉ UTILIZA UD. LAS REDES SOCIALES O LOS ESPACIOS DE OPINIÓN?											
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	82	77	86	76	84	85	81	81	76	70
Para comunicarme con otras personas	13	11	15	9	16	9	10	13	13	13	12
Para estar informado de la actualidad	3	2	5	1	3	4	2	3	3	5	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	1	1	0	1	1	0	0	2	1	2
Para informarme antes de una compra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Para informarme mientras compro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	1	1	1	1	0	0	1	0	2	3
Ns/Nc	2	2	2	3	3	2	3	2	1	2	6
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(244)	(537)	(279)	(526)	(534)	(171)	(297)	(281)	(311)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
PRINCIPALMENTE ¿PARA QUÉ UTILIZA UD. LAS REDES SOCIALES O LOS ESPACIOS DE OPINIÓN?								
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	78	81	86	84	80	73	70
Para comunicarme con otras personas	13	14	13	6	10	14	15	12
Para estar informado de la actualidad	3	4	3	3	3	3	6	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	1	0	1	0	1	2	2
Para informarme antes de una compra	0	0	0	0	0	0	0	1
Para informarme mientras compro	0	0	0	0	0	0	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	1	1	0	0	1	1	3
Ns/Nc	2	2	1	4	3	1	2	6
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(613)	(293)	(154)	(430)	(399)	(226)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
PRINCIPALMENTE ¿PARA QUÉ UTILIZA UD. LAS REDES SOCIALES O LOS ESPACIOS DE OPINIÓN?							
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	82	80	81	76	69	70
Para comunicarme con otras personas	13	14	12	9	17	18	12
Para estar informado de la actualidad	3	2	4	5	3	6	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	0	1	1	1	2	2
Para informarme antes de una compra	0	0	0	0	0	0	1
Para informarme mientras compro	0	0	0	0	0	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	0	2	0	0	3	3
Ns/Nc	2	2	1	4	3	3	6
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(330)	(358)	(221)	(119)	(32)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
PRINCIPALMENTE ¿PARA QUÉ UTILIZA UD. LAS REDES SOCIALES O LOS ESPACIOS DE OPINIÓN?							
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	85	82	82	80	73	70
Para comunicarme con otras personas	13	0	10	11	13	19	12
Para estar informado de la actualidad	3	0	3	4	3	4	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	0	2	0	1	1	2
Para informarme antes de una compra	0	0	0	0	0	0	1
Para informarme mientras compro	0	0	0	0	0	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	0	0	0	1	2	3
Ns/Nc	2	15	2	2	2	1	6
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(9)	(103)	(430)	(382)	(136)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	83	87	82	78	70
Para comunicarme con otras personas	13	9	7	11	15	12
Para estar informado de la actualidad	3	1	4	4	3	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	1	0	1	1	2
Para informarme antes de una compra	0	0	0	0	0	1
Para informarme mientras compro	0	0	0	0	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	0	2	0	1	3
Ns/Nc	2	5	0	2	2	6
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(50)	(32)	(469)	(509)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
Para comunicarme con mis amigos o familiares	80	88	80	81	92	73	80	80	79	83	70
Para comunicarme con otras personas	13	7	8	9	0	18	18	12	14	11	12
Para estar informado de la actualidad	3	2	7	10	8	6	0	3	2	3	7
Para dar mis opiniones sobre temas de actualidad	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	2
Para informarme antes de una compra	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Para informarme mientras compro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Para informarme, opinar o valorar después de una compra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otras respuestas	1	0	4	0	0	1	1	1	1	0	3
Ns/Nc	2	1	1	0	0	1	0	2	3	3	6
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1060)	(61)	(64)	(13)	(10)	(143)	(50)	(306)	(214)	(199)	(362)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado alguna red social en los últimos doce meses (83% de los/las jóvenes y 21% de las/los mayores de 29 años).

## 1.6.3 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con las amistades

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
Entre estos canales de comunicación, ¿cuál usa fundamentalmente para comunicarse con sus amigos?	Teléfono (voz)	48	51	45	52	49	47	40	40	48	58	76
	Redes sociales	30	22	34	26	30	29	41	37	28	20	7
	E-mail	5	6	3	8	4	6	3	5	5	6	8
	SMS	5	6	5	5	4	5	5	4	4	6	1
	Messenger	4	9	3	3	4	4	5	3	5	4	2
	Whatsapp	7	3	9	6	6	8	4	10	8	6	2
	Skype	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	2
	Otros	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores		
Entre estos canales de comunicación, ¿cuál usa fundamentalmente para comunicarse con sus amigos?	Teléfono (voz)	48	48	49	48	47	46	53	76
	Redes sociales	30	30	31	27	32	32	22	7
	E-mail	5	6	4	4	3	4	10	8
	SMS	5	5	5	5	6	4	5	1
	Messenger	4	2	5	8	6	3	1	2
	Whatsapp	7	8	6	5	6	8	7	2
	Skype	1	0	1	2	0	1	1	2
	Otros	0	0	0	1	1	0	0	1
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	1	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
			Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON SUS AMIGOS?	Teléfono (voz)	48	43	45	52	59	62	76
	Redes sociales	30	35	31	25	20	25	7
	E-mail	5	6	4	3	10	5	8
	SMS	5	4	7	6	1	3	1
	Messenger	4	3	4	6	2	0	2
	Whatsapp	7	8	8	6	7	2	2
	Skype	1	1	0	1	1	3	2
	Otros	0	0	1	1	0	0	1
	Ns/Nc	0	0	0	0	1	0	2
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

		TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
			EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)					
			A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios	
ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON SUS AMIGOS?	Teléfono (voz)	48	50	52	43	50	56	76
	Redes sociales	30	14	25	34	30	21	7
	E-mail	5	17	5	6	5	5	8
	SMS	5	0	7	6	4	5	1
	Messenger	4	9	7	3	4	3	2
	Whatsapp	7	0	4	8	7	9	2
	Skype	1	10	1	1	0	1	2
	Otros	0	0	0	1	0	0	1
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	0	2
Porcentajes verticales		100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)		(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON SUS AMIGOS?	Teléfono (voz)	48	72	65	40	50	76
	Redes sociales	30	13	6	36	28	7
	E-mail	5	4	8	6	5	8
	SMS	5	3	13	5	4	1
	Messenger	4	6	0	4	4	2
	Whatsapp	7	0	4	8	8	2
	Skype	1	2	2	0	0	2
	Otros	0	0	0	1	0	1
	Ns/Nc	0	0	2	0	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
ENTRE ESTOS CANALES DE COMUNICACIÓN, ¿CUÁL USA FUNDAMENTALMENTE PARA COMUNICARSE CON SUS AMIGOS?	Teléfono (voz)	48	42	44	47	39	60	42	47	54	38	76
	Redes sociales	30	35	31	33	14	23	35	29	24	41	7
	E-mail	5	4	3	4	36	6	1	4	7	3	8
	SMS	5	2	3	11	3	4	6	6	3	5	1
	Messenger	4	1	5	4	7	2	6	5	3	4	2
	Whatsapp	7	14	14	0	0	5	10	7	6	6	2
	Skype	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2
	Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
	Ns/Nc	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

### 1.6.4 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con la familia

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS								≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD				
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25		26-29
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?											
Teléfono (voz)	87	83	90	85	88	87	86	88	86	88	86
Redes sociales	4	6	3	3	4	4	4	3	4	3	3
E-mail	3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	3
SMS	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	0
Messenger	2	5	1	3	2	3	5	1	2	2	2
Whatsapp	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0
Skype	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2
Otros	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
Ns/Nc	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS						≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS			
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores	
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?								
Teléfono (voz)	87	89	89	78	86	88	90	86
Redes sociales	4	3	4	6	5	3	2	3
E-mail	3	3	3	1	1	3	4	3
SMS	1	1	1	2	1	2	1	0
Messenger	2	1	2	7	4	1	0	2
Whatsapp	0	1	0	1	1	0	0	0
Skype	1	1	1	4	1	2	2	2
Otros	0	0	0	1	1	0	0	1
Ns/Nc	1	1	0	0	1	0	1	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)					
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios	
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?	Teléfono (voz)	87	88	85	89	89	86
	Redes sociales	4	4	5	3	1	3
	E-mail	3	2	3	3	3	3
	SMS	1	1	1	2	1	3
	Messenger	2	2	2	3	2	0
	Whatsapp	0	0	1	0	1	0
	Skype	1	1	1	1	2	6
	Otros	0	0	0	1	0	0
	Ns/Nc	1	1	1	0	2	0
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?	Teléfono (voz)	87	72	88	86	87	92	86
	Redes sociales	4	0	2	4	5	1	3
	E-mail	3	19	2	3	2	1	3
	SMS	1	0	2	1	2	1	0
	Messenger	2	0	3	3	2	1	2
	Whatsapp	0	0	0	0	1	1	0
	Skype	1	10	2	1	1	3	2
	Otros	0	0	1	1	0	0	1
	Ns/Nc	1	0	0	1	1	0	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET				
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos	
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?						
Teléfono (voz)	87	89	83	86	89	86
Redes sociales	4	1	4	4	4	3
E-mail	3	4	5	4	1	3
SMS	1	0	0	1	2	0
Messenger	2	4	2	2	2	2
Whatsapp	0	0	0	0	1	0
Skype	1	2	5	1	1	2
Otros	0	0	0	1	0	1
Ns/Nc	1	0	2	1	1	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011									
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs- tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años	
¿Y PARA COMUNICARSE CON SUS FAMILIARES?											
Teléfono (voz)	87	93	93	100	71	91	91	85	87	85	86
Redes sociales	4	4	4	0	0	2	3	4	3	5	3
E-mail	3	0	0	0	15	2	4	2	4	2	3
SMS	1	1	1	0	0	1	0	2	2	1	0
Messenger	2	0	0	0	0	1	2	4	1	4	2
Whatsapp	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
Skype	1	1	0	0	15	1	0	2	1	0	2
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Ns/Nc	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	2
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

## 1.6.5 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con compañeros/as de trabajo o estudio

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD					
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29		
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?	Teléfono (voz)	50	51	50	50	53	47	34	43	53	62	66
	Redes sociales	27	24	31	23	26	29	45	35	25	14	4
	E-mail	10	10	9	12	9	11	8	8	9	13	15
	SMS	3	6	2	4	2	4	3	4	2	3	1
	Messenger	2	5	2	2	2	2	3	1	4	2	2
	Whatsapp	3	1	3	2	3	3	4	5	2	1	1
	Skype	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1
	Otros	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1
	Ns/Nc	3	2	2	5	3	3	1	3	4	4	8
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS				
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/ Profesionales	Superiores		
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?	Teléfono (voz)	50	48	54	53	50	50	51	66
	Redes sociales	27	28	27	25	30	29	18	4
	E-mail	10	12	7	7	6	9	19	15
	SMS	3	3	3	2	3	3	4	1
	Messenger	2	1	3	5	4	2	1	2
	Whatsapp	3	4	2	2	3	3	2	1
	Skype	1	1	1	0	0	1	1	1
	Otros	1	1	0	0	1	0	1	1
	Ns/Nc	3	3	3	6	3	3	3	8
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
	n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?	Teléfono (voz)	50	44	50	56	55	67	66
	Redes sociales	27	37	26	20	19	19	4
	E-mail	10	7	11	11	15	8	15
	SMS	3	4	3	3	0	0	1
	Messenger	2	1	3	2	3	0	2
	Whatsapp	3	3	3	2	4	3	1
	Skype	1	0	1	0	0	3	1
	Otros	1	0	1	1	1	0	1
	Ns/Nc	3	3	2	4	4	0	8
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?	Teléfono (voz)	50	48	58	46	48	62	66
	Redes sociales	27	17	19	33	27	17	4
	E-mail	10	18	8	10	10	12	15
	SMS	3	0	4	3	3	1	1
	Messenger	2	0	4	2	3	2	2
	Whatsapp	3	0	3	3	2	3	1
	Skype	1	0	1	0	1	1	1
	Otros	1	0	0	0	1	0	1
	Ns/Nc	3	18	2	3	4	2	8
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?	Teléfono (voz)	50	77	68	43	51	66
	Redes sociales	27	9	8	35	25	4
	E-mail	10	6	10	10	11	15
	SMS	3	1	4	3	3	1
	Messenger	2	1	1	2	2	2
	Whatsapp	3	0	2	3	3	1
	Skype	1	0	0	1	1	1
	Otros	1	0	0	0	1	1
	Ns/Nc	3	6	6	2	3	8
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y PARA COMUNICARSE CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O ESTUDIOS?	Teléfono (voz)	50	43	51	57	53	66	46	51	55	33	66
	Redes sociales	27	39	33	25	0	15	27	23	23	46	4
	E-mail	10	8	4	11	43	12	12	9	11	8	15
	SMS	3	5	2	7	3	2	4	3	2	4	1
	Messenger	2	2	2	0	0	1	5	3	2	3	2
	Whatsapp	3	0	3	0	0	1	0	4	1	5	1
	Skype	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1
	Otros	1	1	0	0	0	0	3	0	1	1	1
	Ns/Nc	3	2	3	0	0	2	2	5	4	1	8
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

### 1.6.6 – Canal de comunicación más utilizado para comunicarse con otras personas

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS										≥30 años	
		TERRITORIO			SEXO		GRUPOS DE EDAD						
		Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Hombre	Mujer	15-17	18-21	22-25	26-29			
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?		Teléfono (voz)	59	54	63	56	61	58	52	55	61	65	73
		Redes sociales	22	23	24	18	22	22	28	28	21	15	6
		E-mail	7	12	4	11	7	8	6	7	5	10	12
		SMS	2	2	1	3	2	2	4	1	1	2	0
		Messenger	3	5	2	5	3	3	3	4	3	3	2
		Whatsapp	1	0	1	1	1	1	0	1	2	1	1
		Skype	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1
		Otros	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1
		Ns/Nc	4	2	4	5	3	5	6	3	4	3	4
		Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
		n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(277)	(616)	(336)	(615)	(614)	(181)	(323)	(326)	(399)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS							≥30 años	
		CONOCIMIENTO EUSKERA			ESTUDIOS FINALIZADOS					
		Sí	Algo	Nada	Primarios o inferiores	Secundarios/Profesionales	Superiores			
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?		Teléfono (voz)	59	59	61	59	58	61	59	73
		Redes sociales	22	22	22	23	25	21	19	6
		E-mail	7	9	6	5	5	7	13	12
		SMS	2	2	1	3	2	2	1	0
		Messenger	3	3	4	5	5	3	1	2
		Whatsapp	1	1	0	2	1	1	1	1
		Skype	0	0	0	1	0	0	1	1
		Otros	1	0	1	1	1	0	1	1
		Ns/Nc	4	4	4	2	3	4	4	4
		Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
		n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(703)	(338)	(188)	(482)	(470)	(272)	(940)

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		ACCESO A INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD MEDIANTE EL USO FRECUENTE DE LOS CUATRO MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO, INTERNET)						
		Con ningún medio	Con 1 medio	Con 2 medios	Con 3 medios	Con los 4 medios		
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?	Teléfono (voz)	59	57	59	59	64	74	73
	Redes sociales	22	27	21	20	16	13	6
	E-mail	7	5	7	8	12	13	12
	SMS	2	2	2	2	0	0	0
	Messenger	3	4	4	3	3	0	2
	Whatsapp	1	1	1	1	1	0	1
	Skype	0	0	0	1	0	0	1
	Otros	1	0	1	1	1	0	1
	Ns/Nc	4	3	5	4	3	0	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(378)	(415)	(263)	(138)	(35)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS					≥30 años	
		EXPOSICIÓN ALTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN (TV, PRENSA, RADIO E INTERNET)						
		A ningún medio	A 1 medio	A 2 medios	A 3 medios	A los 4 medios		
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?	Teléfono (voz)	59	51	61	57	59	67	73
	Redes sociales	22	7	18	27	20	18	6
	E-mail	7	14	7	7	8	7	12
	SMS	2	0	3	2	2	3	0
	Messenger	3	10	8	2	4	1	2
	Whatsapp	1	0	0	0	1	3	1
	Skype	0	0	0	1	0	0	1
	Otros	1	0	0	0	1	0	1
	Ns/Nc	4	18	3	4	5	1	4
Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(13)	(138)	(484)	(438)	(156)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS				≥30 años	
		EXPOSICIÓN A MEDIOS TRADICIONALES (TV, PRENSA, RADIO) O INTERNET					
		Baja a ambos	Alta sólo a clásicos	Alta sólo a Internet	Alta a ambos		
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?	Teléfono (voz)	59	70	72	54	61	73
	Redes sociales	22	9	6	29	19	6
	E-mail	7	7	6	7	8	12
	SMS	2	2	0	2	2	0
	Messenger	3	7	4	3	3	2
	Whatsapp	1	0	0	0	2	1
	Skype	0	0	2	0	0	1
	Otros	1	0	0	0	1	1
	Ns/Nc	4	5	9	4	4	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(79)	(58)	(514)	(578)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

	TOTAL JÓVENES	15-29 AÑOS									≥30 años	
		PARTIDO AL QUE VOTÓ EN LAS ELECCIONES A JUNTAS GENERALES DE 2011										
		PSE-EE	PNV/EAJ	PP	ARALAR	BILDU	Otros + Blancos	Abs-tención	Ns/Nc	Era menor de 18 años		
¿Y PARA COMUNICARSE CON OTRAS PERSONAS?	Teléfono (voz)	59	56	66	65	60	66	59	58	64	50	73
	Redes sociales	22	33	23	13	3	14	21	22	20	30	6
	E-mail	7	5	6	7	29	10	7	7	6	7	12
	SMS	2	3	0	0	0	1	6	2	1	4	0
	Messenger	3	2	1	7	7	1	1	5	3	3	2
	Whatsapp	1	0	0	0	0	2	0	1	1	1	1
	Skype	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1
	Otros	1	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1
	Ns/Nc	4	0	3	7	0	6	4	3	4	5	4
	Porcentajes verticales	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n (Absolutos sin ponderar)	(1229)	(70)	(72)	(15)	(12)	(176)	(62)	(357)	(252)	(213)	(940)	

Pregunta realizada sólo a quienes dicen haber utilizado Internet los últimos doce meses (96% de los/las jóvenes y 55% de las/los mayores de 29 años).

