

21 de noviembre de 2024

## BARÓMETRO 2024 SOBRE LA PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA TELEVISIÓN EN ABIERTO

# 8 de cada 10 españoles creen que la Televisión, la Prensa y la Radio frenan la circulación de desinformación

La Televisión (53,2%), la Radio (41.5%) y la Prensa (40.4%) son los canales por los que la ciudadanía afirma recibir la información más veraz, confiable y contrastada, por delante de las Redes Sociales (10,4%) y las plataformas (4.3%)

Para informarse a diario, la Televisión es el canal preferido (68,2%) mientras las Redes Sociales (32.1%) caen 5.3 puntos y son superadas por la Prensa (44.1%) y la Radio (32,4%)

La Televisión (64,7%) supera a las Redes Sociales (25.2%) como el que más entretiene y el que más ayuda a educar (53.3%), siendo las Redes sociales el que menos (9.8%)

Al 90% de padres y madres les gustaría que el control de los contenidos de la Televisión se aplicara también en Internet

La publicidad en Televisión es la que genera más recuerdo (75.3%) y confianza en la marca (66.8%), además de ser la más convincente para ayudar a decidir una compra (62.1%)

Eduardo Olano, presidente de UTECA: “estamos muy agradecidos por la confianza en la Televisión, a la vez que nos comprometemos a seguir informando y entreteniendo con responsabilidad. Igualmente, nos satisface mucho que se cite la Televisión como el soporte publicitario con más alcance, recuerdo y confianza”



Los medios de comunicación clásicos, con la Televisión en abierto a la cabeza, son elegidos por la ciudadanía como los canales principales de información diaria y ante acontecimientos o noticias de especial impacto. Para informarse a diario, la población elige en primera opción la Televisión en abierto (68.2%), seguida de la Prensa (44.1%) y la Radio (32.4%). Los tres superan en las preferencias de la ciudadanía a las Redes Sociales (32.1%), que caen 5.3 puntos en un año y a las plataformas de compartición de video, que ocupan la última posición, siendo elegidas por un 5,3%.

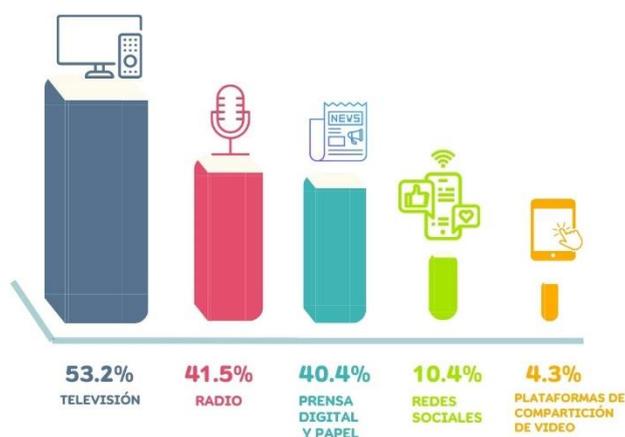
Igualmente, es relevante el papel otorgado a los medios de comunicación ante la desinformación. 8 de cada 10 españoles (78.2%) considera que, si no existieran la Televisión, la Radio y la Prensa, circularía más desinformación. Más del 77% de los jóvenes de 18 a 34 años respaldan esta afirmación.

Así se desprende de la oleada 2024 del Barómetro sobre Percepción social de la Televisión en Abierto de UTECA, realizado por la compañía demoscópica Sigma Dos y la consultora Dos 30 y difundido hoy, Día Mundial de la Televisión. Entre los elementos a destacar figura el crecimiento de la confianza en los programas, los informativos y la publicidad de la Televisión en Abierto, en paralelo a la extensión de la desinformación. El trabajo de campo se realizó entre el 9 y el 16 de septiembre, con una muestra representativa de 1.359 encuestas online a mayores de 18 años.

La preferencia por la Televisión es aún mayor cuando se trata de informarse ante un acontecimiento extraordinario o noticia de impacto. La ciudadanía se decanta mayoritariamente por la Televisión en abierto (72.6%), seguida de la Prensa (42.3%). Las Redes Sociales quedan en tercera posición (33%), con un descenso de seis puntos respecto a 2023.

Ante la proliferación de desinformación, la Televisión en abierto destaca como el canal por el que la población recibe información más veraz, de mayor confianza y más contrastada (53.2%), con un crecimiento de 7.3 puntos respecto a 2023, seguida de la Radio (41,5%) y la Prensa (40.4%). Las Redes Sociales (10.4%) caen 5.5 puntos en un año y junto con las Plataformas de compartición de video (4.3%) ocupan las últimas posiciones.

**Ante la desinformación ¿en qué canal de comunicación crees que recibes la información más veraz, de mayor confianza y contrastada?**



La inversión de los medios de comunicación en redacciones profesionalizadas como garantía de una información veraz y contrastada obtiene asimismo un respaldo mayoritario: ante una noticia de gran impacto, 9 de cada 10 está de acuerdo en que prefiere buscar la información y opinión de periodistas profesionales de Televisión, Prensa y Radio frente a los "influencers". Es una preferencia compartida por el 87% de los jóvenes de 18 a 34 años.

Los encuestados eligen a la Televisión como el canal que más les entretiene (64.7%), con un crecimiento de 1.9 puntos sobre 2023 y por delante de las Redes Sociales (25.3%), que son segunda opción y pierden 6.6 puntos en un año. Más acusado es el descenso de las grandes plataformas, que caen 9.6 puntos y se quedan en un 19%, por detrás de la Radio (19.3%).

Respecto a la función educativa, la Televisión en Abierto (53.3%) es citado como el canal que mejor ayuda a educar por sus contenidos, seguido de la Radio (35.5%) y la Prensa (31.3%). La percepción sobre el relevante papel educativo de la Televisión crece 5.1 puntos sobre el Barómetro 2023.

### ¿Cuál es el canal que mejor ayuda a educar por los contenidos que puedes encontrar?



Muy lejos quedan las Redes Sociales, señaladas como las que menos ayudan a educar (9.8%). La Televisión en Abierto aventaja a las Redes en 43.5 puntos y en 40.9 puntos a las Plataformas de compartición de vídeo (12.4%), que descienden 5.4 puntos respecto a 2023.



## **RESPONSABILIDAD DE LA TELEVISIÓN CON LOS MENORES**

En cuanto a la responsabilidad de la Televisión en abierto con los menores, 9 de cada 10 españoles con hijos menores afirman sentirse más tranquilos cuando sus hijos ven la televisión que cuando navegan por Internet.

En línea con esta afirmación, la Televisión (66,6%) es el canal en el que más confían los padres y madres para que sus hijos la consuman solos porque sus contenidos están más controlados. En el polo opuesto están las Redes Sociales (7.5 puntos), que son con mucha diferencia el canal en el que menos confían los progenitores para que sus hijos estén solos consumiéndolas. Las plataformas de compartición de vídeo (13.7%) se sitúan en penúltima posición, con una pérdida de 3.9 puntos sobre 2023.

Además, el 90% está de acuerdo en que los controles y la protección del menor en la Televisión se trasladen a Internet.

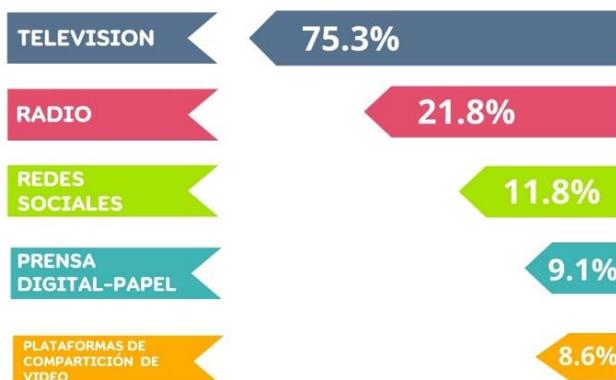
## **BIEN DE INTERÉS GENERAL**

En cuanto a la propia existencia de la Televisión gratuita y en abierto, un 93,3% de la población considera que es un bien de interés general al que todos tenemos derecho. Asimismo, para un 93,6% su existencia es necesaria como garantía para el acceso a contenidos de calidad.

## **LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN, LA MÁS RECORDADA, CONFIABLE Y NOTORIA**

Asimismo, los encuestados otorgan la mayor valoración a la publicidad en Televisión respecto al resto de canales de comunicación. Para el 75.3% de los españoles, la Televisión es el canal en el que más y mejor recuerdan los anuncios, con las plataformas de compartición de vídeo en última posición (8.6%). En la franja de 18 a 34 años, 8 de cada 10 jóvenes afirma que las marcas anunciadas en TV son las que más recuerdan.

### **¿En qué canal sueles recordar mejor los anuncios?**



La Televisión es el canal en el que la marca anunciada le genera más confianza para un 66.8%, muy por delante de Redes Sociales (10.7%) y grandes plataformas. (7.5%)

La población española elige un año más la Televisión (62.1%) como el canal de comunicación donde le resultan más convincentes los anuncios para ayudar a la decisión de compra. La última posición es de nuevo para las plataformas (10.4%)

De igual manera, la Televisión (70.8%) destaca como el canal que más contribuye a hacer conocidas o famosas las marcas. En cuanto a la publicidad de marcas locales, la Radio se sitúa en primera posición (43.5%).

### **Valoración de Eduardo Olano, presidente de UTECA**

El presidente de UTECA, Eduardo Olano”, sobre los resultados del Barómetro 2024: “estamos muy agradecidos por la confianza de la ciudadanía en la Televisión, a la vez que reiteramos nuestro compromiso para continuar informando y entreteniéndolo con responsabilidad. Igualmente, nos satisface y estimula que se señale a la Televisión como el soporte publicitario con más alcance, recuerdo y confianza del mercado, algo que tiene para nosotros un valor muy especial por la desigual regulación con la que competimos con las grandes plataformas y redes sociales”.

### **Sobre UTECA**

Constituida en 1998, representa los intereses comunes de las televisiones comerciales en abierto en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Forman parte de UTECA Atresmedia, DKISS, Mediaset, Net TV, Real Madrid TV, TEN, TRECE y VEO TV. Los asociados gestionan 21 canales de Televisión Digital Terrestre.

### **DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**

[mpenedo@uteca.tv](mailto:mpenedo@uteca.tv)

[prensa@uteca.tv](mailto:prensa@uteca.tv)

[91 752 05 79](tel:917520579)

