

25 de Octubre de 2023

BARÓMETRO 2023 SOBRE LA TV EN ABIERTO EN  
COLABORACIÓN CON DOS30 Y SIGMA2

## La Televisión, el medio preferido por veracidad, credibilidad y confianza, seguido de la Prensa y la Radio

Las Redes Sociales y las grandes plataformas de intercambio de vídeo ocupan las últimas posiciones en credibilidad, confianza y veracidad

Siete cada diez eligen la Televisión en Abierto para informarse diariamente y ante un acontecimiento extraordinario

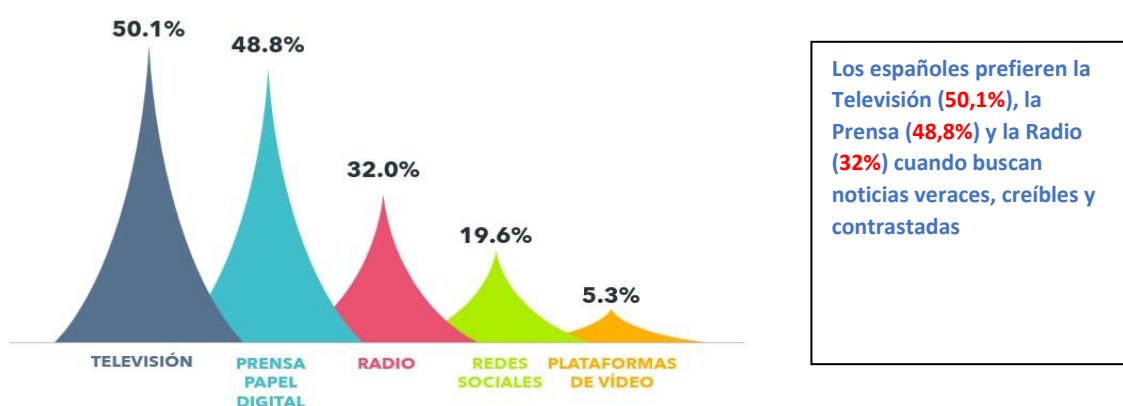
Evitar el envío de mensajes no contrastados (59,2%) e informarse por Televisión, Radio y Prensa (51,7%), los métodos más señalados para no caer en la trampa de la desinformación

Para el 76% (74% de los jóvenes entre 18 y 34 años), la Televisión tiene un mayor control que internet sobre los contenidos que incitan a la violencia y el odio

Eduardo Olano, presidente de UTECA: “desde la Televisión en Abierto celebramos ser el canal favorito para la información diaria y cuando se busca una noticia veraz y contrastada. Agradecemos que se reconozca, así, nuestro profundo compromiso con la lucha en contra de la desinformación, a la vez que consideramos un gran paso adelante la desconfianza hacia las redes sociales y las grandes plataformas, en favor de los medios responsables y que contamos con periodistas profesionales”



En la era de la sobreinformación y ante el crecimiento continuado de la desinformación, los españoles citan y se refugian en los medios de comunicación clásicos (Televisión, Prensa y Radio) como garantes de veracidad, credibilidad y contraste de las informaciones. Así se desprende del Barómetro 2023 de UTECA sobre “La percepción de la sociedad sobre la Televisión en Abierto”, realizado en colaboración con la consultora audiovisual Dos30 y la compañía demoscópica SigmaDos, en el que la Televisión gratuita encabeza una oleada más el ranking de los canales preferidos cuando se buscan noticias veraces, creíbles y contrastadas. De forma global, la Televisión es la preferida para el 50.1%, seguida de la Prensa online y en papel (48.8%) y la Radio (32%). Las últimas posiciones son ocupadas por las Redes Sociales (19.6%) y las Plataformas de intercambio de vídeo (5.3%).



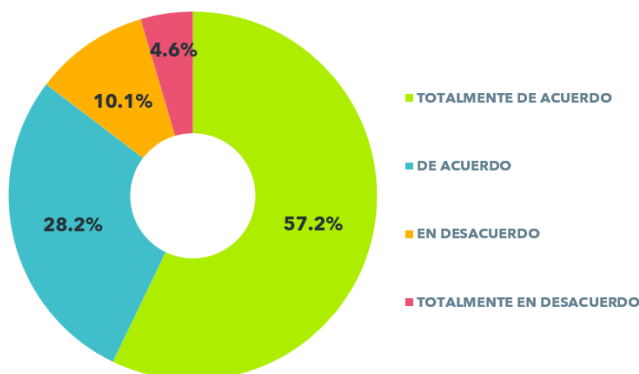
El 49.4% de los jóvenes entre los 18 y los 34 años eligen como primera opción la Televisión cuando buscan que la noticia sea lo más veraz posible, creíble y que se haya contrastado, seguida de la Prensa (46%), ambos por delante de las Redes Sociales (29.2%).

Cuando la ciudadanía quiere un contenido de la noticia seguro y de confianza, para poder verlo solo o en familia, la Televisión en Abierto crece como primera opción hasta el 58.1%, de nuevo seguida por la Prensa (42.8%) y la Radio (27.3%). Redes Sociales (16,2%) y Plataformas de Intercambio de Vídeo (7%) ocupan las últimas posiciones. La franja más joven se decanta también por la Televisión.

En términos cuantitativos, la Televisión en Abierto es así mismo la primera opción para informarse a diario para un 67.2%, siendo la Prensa online y de papel la segunda opción (45.2%), con las Redes Sociales en tercera posición (37.4%). Ante un acontecimiento extraordinario, los españoles optan igualmente por informarse a través de la Televisión (71.5%), seguida de la Prensa (41.9%).



De forma general, un 85.4% de la población prefiere la Televisión, Prensa y Radio para informarse frente a las Redes Sociales porque cuentan con equipos profesionales de periodistas. 3 de cada 4 jóvenes y un 90% de los mayores de 55 respaldan esta elección.

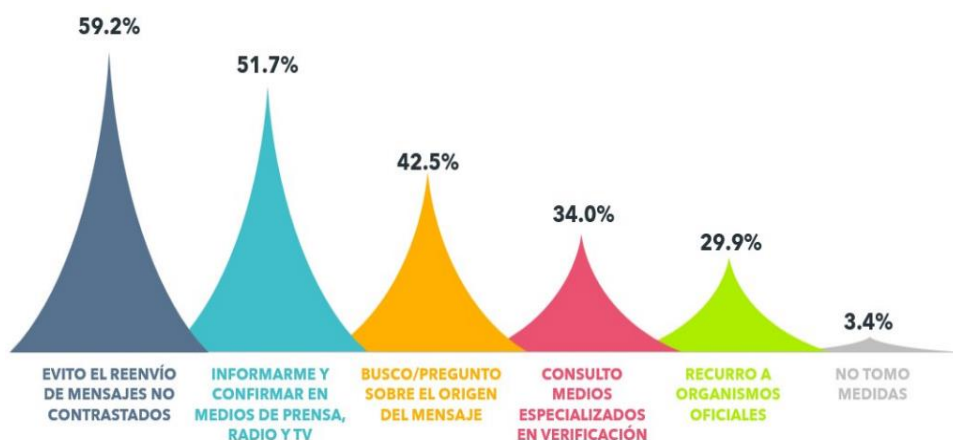


**El 85,4% de los encuestados prefiere los medios tradicionales (TV, Radio y Prensa) para informarse por contar con periodistas que contrastan, verifican y analizan las informaciones**

Los resultados de la encuesta, realizada a 1.226 personas mayores de 18 años entre el 5 y el 15 de septiembre de 2023, reflejan la importancia capital que los españoles otorgan a los medios clásicos como guía y faro frente a la desinformación, que es citada como un problema por el 92%.

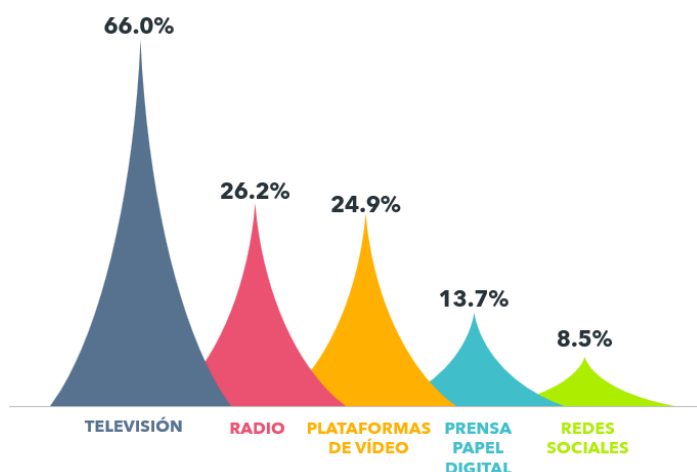
Las medidas preferidas para tratar de no caer en la trampa de la desinformación son varias, siendo las favoritas “Evitar el reenvío de mensajes no contrastados” (59,2%) y, en segundo lugar, “Informarme y confirmar en medios de Prensa, Radio y Televisión” (51,7%). Un 3,4% de los encuestados admite no tomar ninguna medida.

¿Qué haces para evitar caer en la trampa de la desinformación?



### **Responsabilidad de la Televisión con los menores**

Una oleada más, la Televisión (66%) se sitúa a la cabeza como el canal en el que más confían los padres y madres con hijos menores para que sus hijos lo consuman solos porque sus contenidos están más controlados. Le sigue la Radio (26.2%). Las Redes Sociales (8,5%) generan la mayor desconfianza.



¿En qué canal confías más para que tus hijos estén solos consumiéndolo, porque sus contenidos están más controlados?

En esta línea, y de forma muy gráfica, más del 85% prefiere dejar a sus hijos el mando de la televisión al teléfono móvil.

A un 91.5% le preocupa la falta de control de los contenidos de Internet. Un porcentaje prácticamente idéntico de padres con hijos menores (91.3%) afirma que le gustaría que el control de los contenidos de la Televisión y la protección al menor se aplicara también en internet.

Grandes consumidores de Redes Sociales y Plataformas de intercambio de Vídeo, el 74% de los jóvenes entre los 18 y los 34 años considera que la Televisión gratuita tiene un mayor control que internet sobre los contenidos que incitan al odio y la violencia. Para el total de la población ese porcentaje sube dos puntos, hasta el 76%.

### **Bien de interés general, modelo principal de TV**

En cuanto a los valores asociados a la Televisión gratuita, un 93.4% considera que es un bien de interés general, el porcentaje más alto de la serie histórica. Además, 8 de cada 10 están de acuerdo en que cumple una función de cohesión social, al ser accesible para todos los públicos. Para un 72.8% es su modelo de televisión principal, frente a 27.2% que cita la Televisión de pago.

Por lo que respecta a la función educativa, la Televisión en Abierto es señalada como el medio que mejor ayuda a educar (48.2%). Le siguen la Prensa (33.9%) y la Radio (31.6%). Los canales peor valorados son las Plataformas de intercambio de Vídeo (17.8%) y las Redes Sociales (9.3%).



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

El presidente de UTECA, Eduardo Olano, sobre los resultados del Barómetro 2023: “desde la Televisión en Abierto celebramos ser el canal favorito para la información diaria y cuando se busca una noticia veraz y contrastada. Agradecemos que se reconozca, así, nuestro profundo compromiso con la lucha en contra la desinformación, a la vez que consideramos un gran paso adelante la creciente desconfianza ante las redes sociales y las grandes plataformas, en favor de los medios responsables y que contamos con periodistas profesionales”.

**Sobre UTECA**

Constituida en 1998, representa y defiende los intereses comunes de las televisiones comerciales en abierto en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Forman parte de UTECA Atresmedia, DKISS, Net TV, Real Madrid TV, TEN, TRECE y VEO TV. Los asociados gestionan 14 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)

