

PANEL DE HOGARES 2T 2022

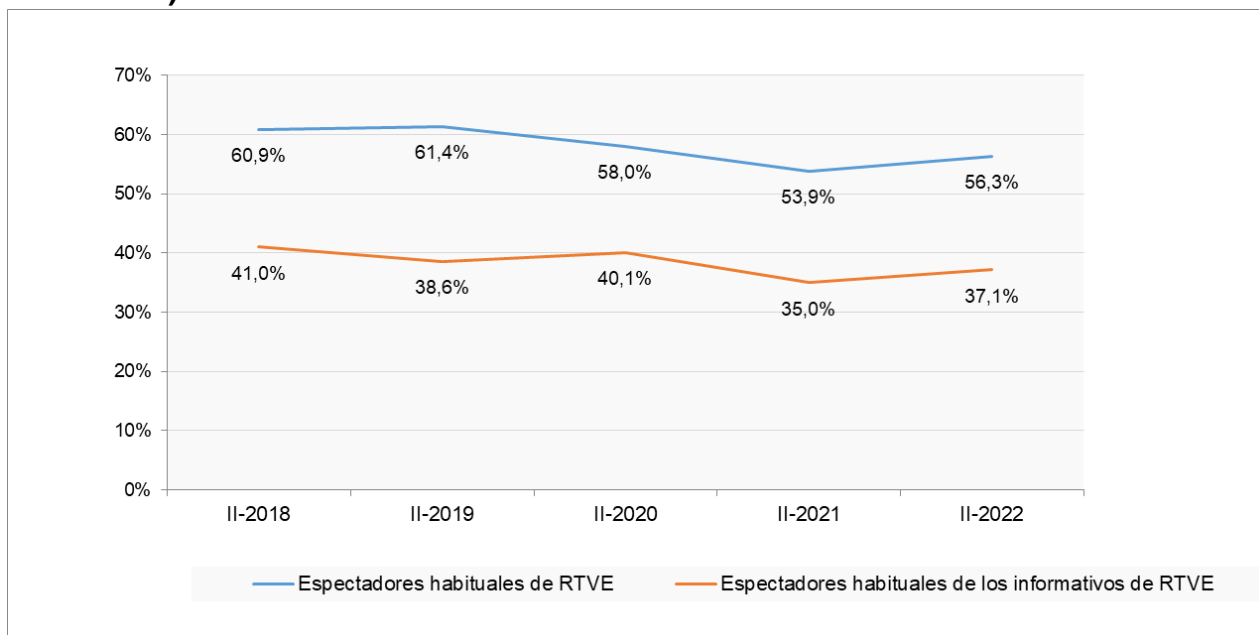
Más de la mitad de los españoles son espectadores habituales de los canales de RTVE.

- Un tercio de los ciudadanos se declararon seguidores de los espacios informativos de la pública que se emiten en La1, La2 y el Canal 24 horas.

Madrid, 4 de noviembre de 2022.- Un 56% de los españoles se declararon espectadores habituales de alguno de los canales de Radio Televisión Española según el último [Panel de Hogares de la CNMC](#). Los datos corresponden al segundo trimestre de 2022 y muestran un ligero ascenso en el porcentaje de seguidores respecto al mismo trimestre del año anterior.

La tendencia negativa de los últimos años cambia y se percibe un aumento de los que siguen los espacios informativos de La1, La2 y el Canal 24 Horas. El 37% por ciento de los españoles afirmaron ser espectadores habituales de estos espacios, 2 puntos porcentuales más que en el mismo trimestre del año anterior.

Espectadores habituales de alguno de los canales de televisión de RTVE (La1, La2, Canal 24 horas, Teledeporte y Clan TV) (porcentaje de individuos).

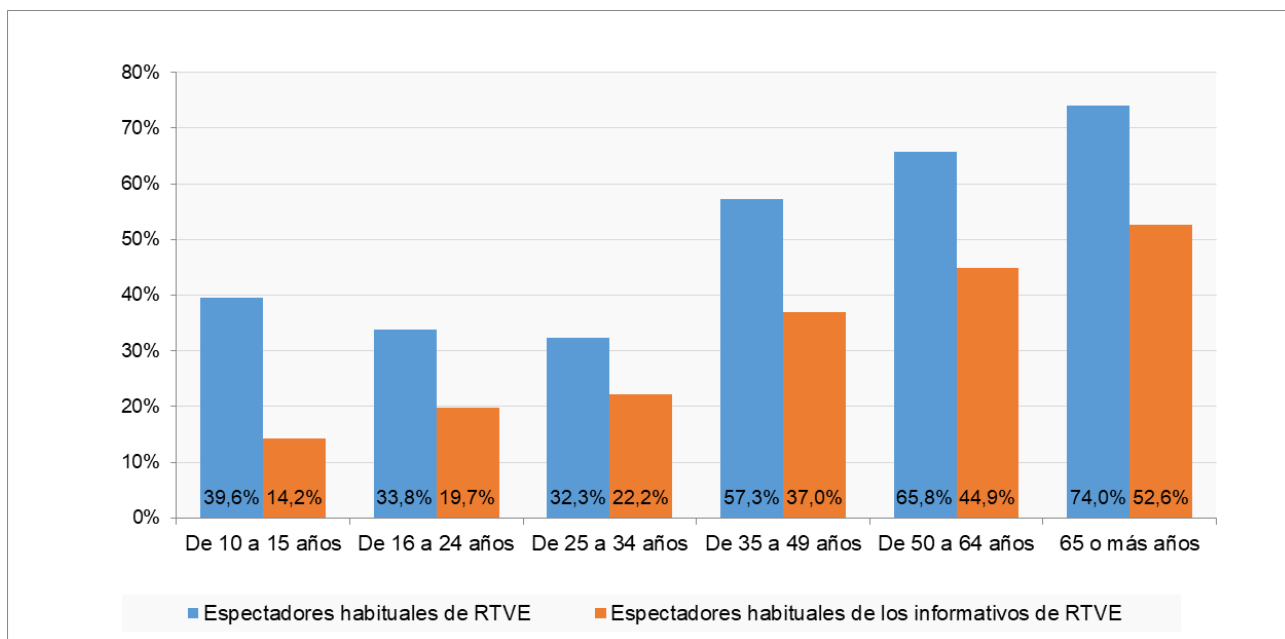


Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

El mayor número de seguidores de los canales de RTVE se concentró en las edades más adultas: 3 de cada 4 españoles con 65 años o más sintonizaron con la pública de manera habitual, y en esta franja de edad, la mitad siguieron sus espacios informativos.

En cambio, solo uno de cada tres jóvenes entre 16 y 34 años se manifestaron seguidores de RTVE y uno de cada cinco, de sus espacios informativos. Entre los españoles de menor edad (de 10 a 15 años), en torno al 40% sintonizó de manera habitual con alguno de los canales de la pública.

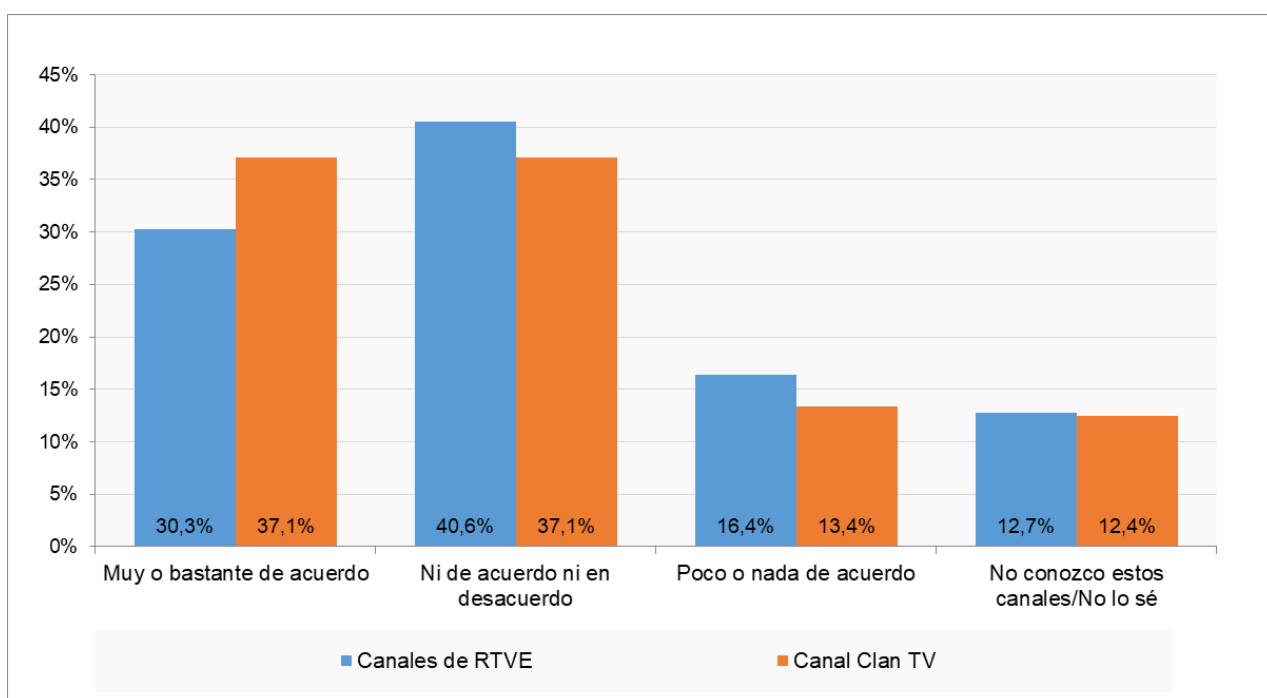
Espectadores habituales de alguno de los canales de televisión de RTVE (La1, La2, Canal 24 horas, Teledeporte y Clan TV) según edad (porcentaje de individuos, II-2022).



Universo: Individuos por tramo de edad. Fuente: CNMCDData.

En cuanto a la idoneidad de los contenidos que se emiten en los canales de la corporación pública, solo un 13% de los hogares con menores a cargo se mostraron insatisfechos con los contenidos del Canal Clan TV; al preguntar, en general, por todos los canales de la corporación, el porcentaje de descontentos alcanzó el 16%.

¿Está usted de acuerdo con la afirmación: “Los contenidos televisivos que se emiten en los canales de RTVE (La1, La2, Canal 24 horas, Teledeporte y Clan TV) son variados y de calidad”? (porcentaje de individuos, II-2022).

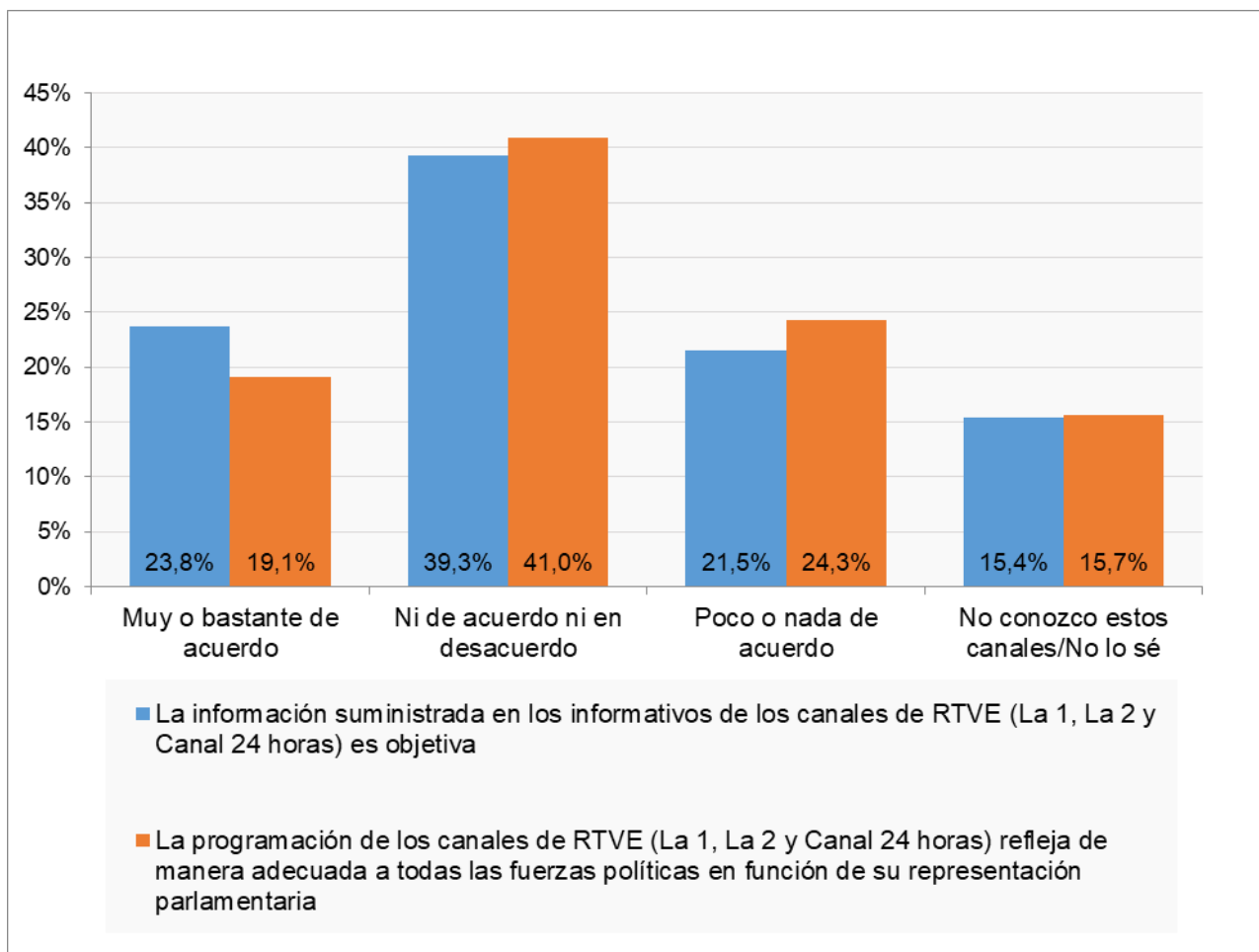


Universo: Individuos para los canales de RTVE y hogares con menores a cargo para el canal Clan TV. Fuente CNMC.

El [Panel de Hogares de la CNMC](#) también pregunta a los espectadores de la pública por su percepción de la objetividad en los espacios informativos que se emiten en La1, La2 y el Canal 24 horas. Uno de cada cinco individuos se mostró poco o nada de acuerdo con la objetividad; en cambio casi uno de cada cuatro opinaron lo contrario: estaban muy o bastante de acuerdo con la objetividad de la pública.

Finalmente, el porcentaje de personas que consideraron que la programación de los canales de RTVE no refleja de manera adecuada a todas las fuerzas políticas en función de su representación parlamentaria alcanzó el 24%.

¿Está usted de acuerdo con la afirmación: “La información suministrada en los informativos de los canales de RTVE (La1, La2 y Canal 24 horas) es objetiva”? (porcentaje de individuos, II-2022)



Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

Metodología

Estos resultados forman parte del [Panel de Hogares de la CNMC](#), una encuesta a hogares y ciudadanos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta oleada se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2022 e incluyó 5.177 hogares y 8.560 individuos. Esta

herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[CNMCData](#)