

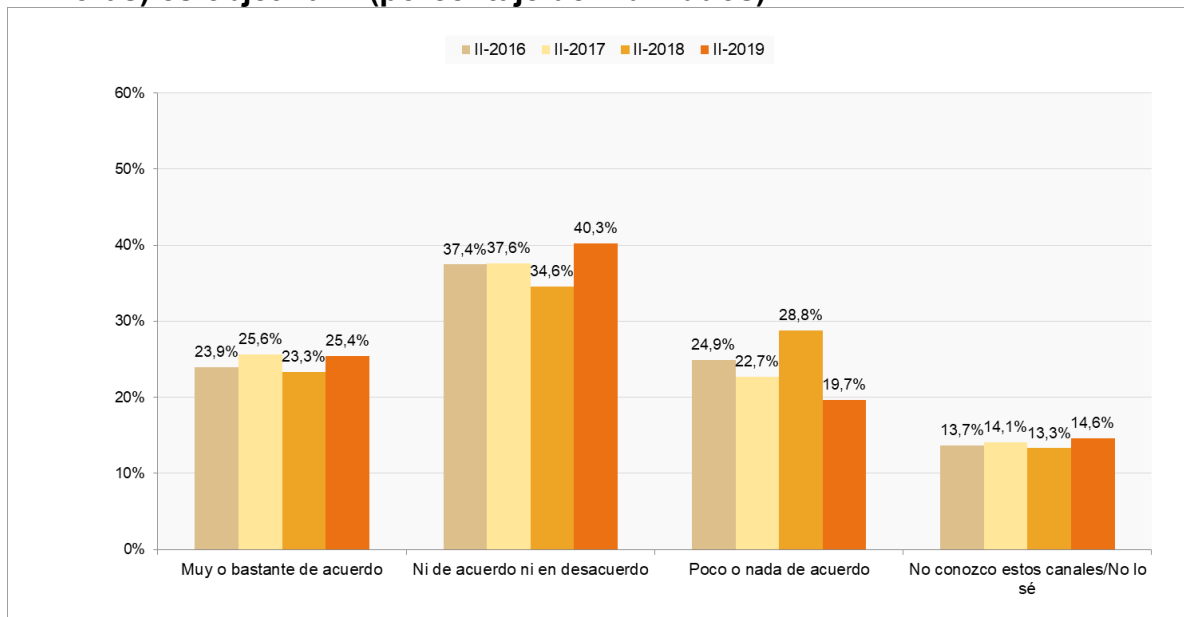
NOTA DE PRENSA

Los hogares españoles mejoran su percepción sobre los informativos de RTVE

- Los individuos críticos con la objetividad de los informativos de La 1, La 2 y el Canal 24 horas cae al 20%, su cota más baja en los últimos cuatro años.
- El grueso de espectadores habituales de RTVE aumenta con la edad: 7 de cada 10 españoles con más de 50 años son fieles a la pública.

Madrid, 22 de noviembre de 2019.- Cambio de tendencia sobre la percepción que tienen los españoles de los informativos de RTVE. El porcentaje de individuos críticos con la objetividad en los informativos de RTVE cayó al 20%, cifra que representa un descenso de casi 10 puntos respecto al indicador en 2018. Así lo reflejan los resultados del [Panel de Hogares sobre la percepción de RTVE por parte de los españoles del II trimestre de 2019](#).

¿Está usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “La información suministrada en los informativos de los canales de RTVE (La 1, La 2 y Canal 24 horas) es objetiva?” (porcentaje de individuos).

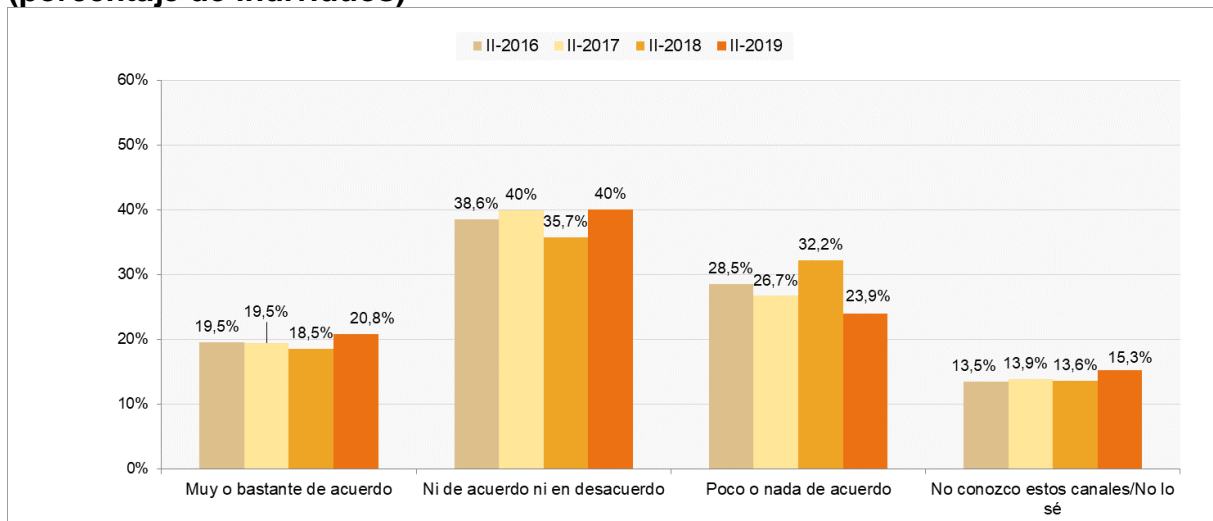


Universo: individuos. Fuente: CNMC

Por otro lado, un 21% de los individuos están muy o bastante de acuerdo con la pluralidad política que se refleja en los diferentes canales informativos de La 1, La 2 y el Canal 24 horas, mientras que un 24% se manifiesta no satisfecho con este aspecto.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de la prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

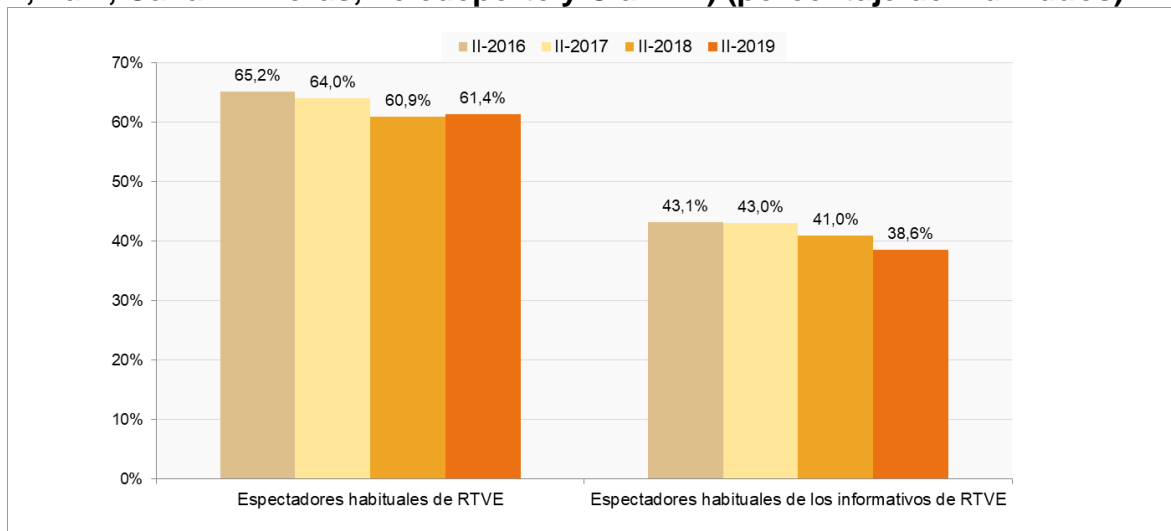
¿Está usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “La programación de los canales de RTVE (La 1, La 2 y Canal 24 horas) refleja de manera adecuada a todas las fuerzas en función de su representación parlamentaria”?
(porcentaje de individuos)



Universo: individuos. Fuente: CNMC

La Corporación de Radio Televisión Pública Española detuvo la caída de espectadores habituales de los últimos años y el 61% de los españoles declaró ser seguidor habitual de sus canales. En cambio, los espectadores fieles a sus informativos descendieron en el II trimestre de 2019 y fueron vistos por casi 4 de cada 10 españoles.

Espectadores habituales de alguno de los canales de televisión de RTVE (La 1, La 2, Canal 24 horas, Teledeporte y Clan TV) (porcentaje de individuos)



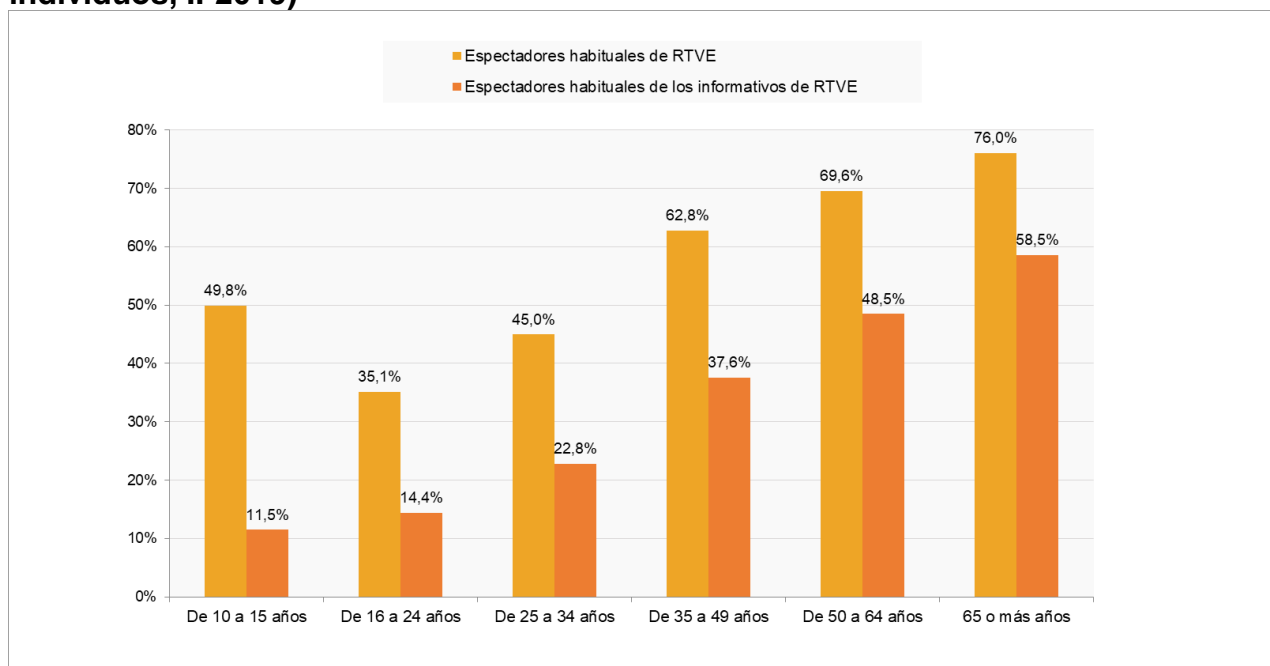
Universo: individuos. Fuente: CNMC

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de la prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Adolescentes y jóvenes son el reto en RTVE. En las franjas entre 16-24 años y 24-35 años, menos de la mitad se declararon seguidores habituales de alguno de los canales de la pública. La excepción se sitúa en los individuos por debajo de los 16 años que rozaron el 50%. En cambio, a partir de los 35 años el porcentaje de españoles televidentes habituales de la pública aumentó progresivamente: entre 35-49 (63%), 50-64 (70%) y por encima de los 65 años (76%).

El porcentaje de individuos que sigue los informativos de la Corporación de manera habitual aumenta con la edad, siendo los más fieles los espectadores que tienen entre 50 y 64 años (48%) y los de 65 o más años (58%). Cuanto más jóvenes, menor seguimiento de los informativos.

Espectadores habituales de alguno de los canales de televisión de RTVE (La 1, La 2, Canal 24 horas, Teledeporte y Clan TV) según edad (porcentaje de individuos, II-2019)

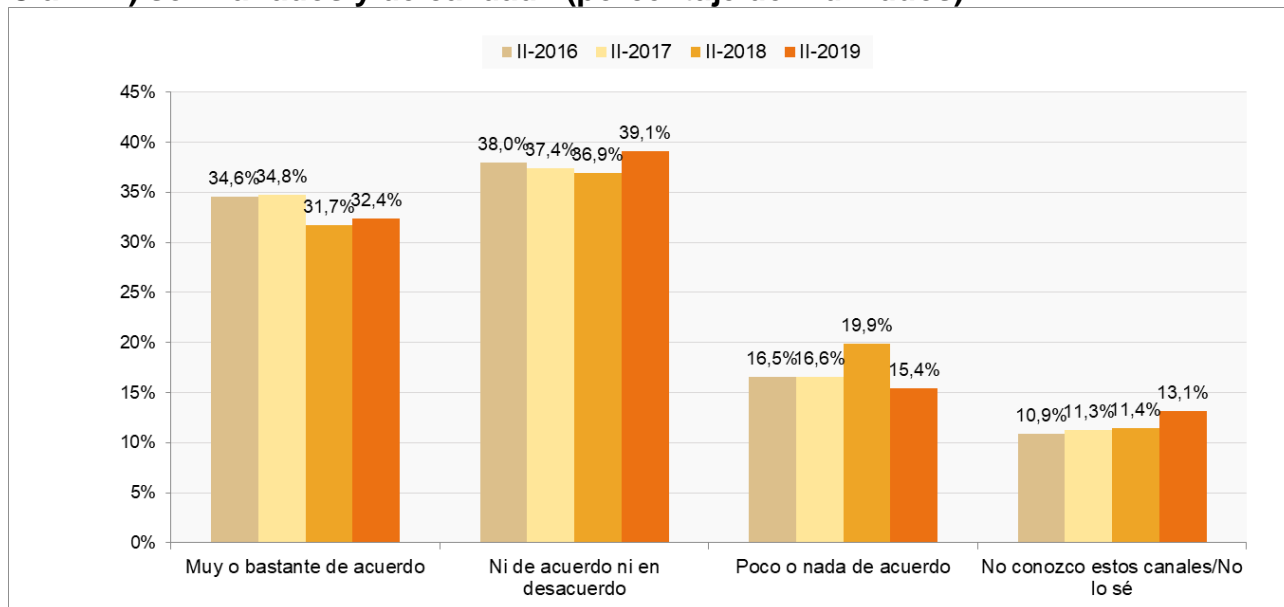


Universo: individuos. Fuente: CNMC

Al preguntar sobre la calidad y la variedad de los contenidos de los canales de RTVE, uno de cada tres individuos se mostró satisfecho aunque un 15% mostró su disconformidad.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de la prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

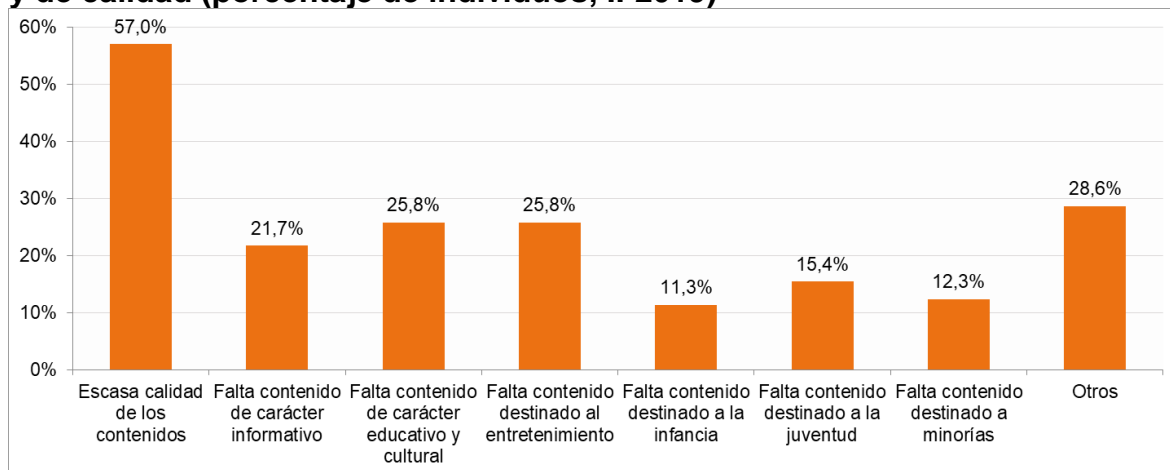
¿Está usted de acuerdo con la afirmación: “Los contenidos televisivos que se emiten en los canales de RTVE (La 1, La 2, Canal 24 horas, Teledeporte y Clan TV) son variados y de calidad?” (porcentaje de individuos)



Universo: individuos. Fuente: CNMC

La principal causa de descontento entre ese porcentaje más crítico con los contenidos de los canales de la pública fue la escasa calidad (57%), falta de contenido de carácter educativo y cultural (26%), y la falta de contenido destinado al entretenimiento (26%).

Razones por las que los contenidos que se emiten en RTVE no son variados y de calidad (porcentaje de individuos, II-2019)

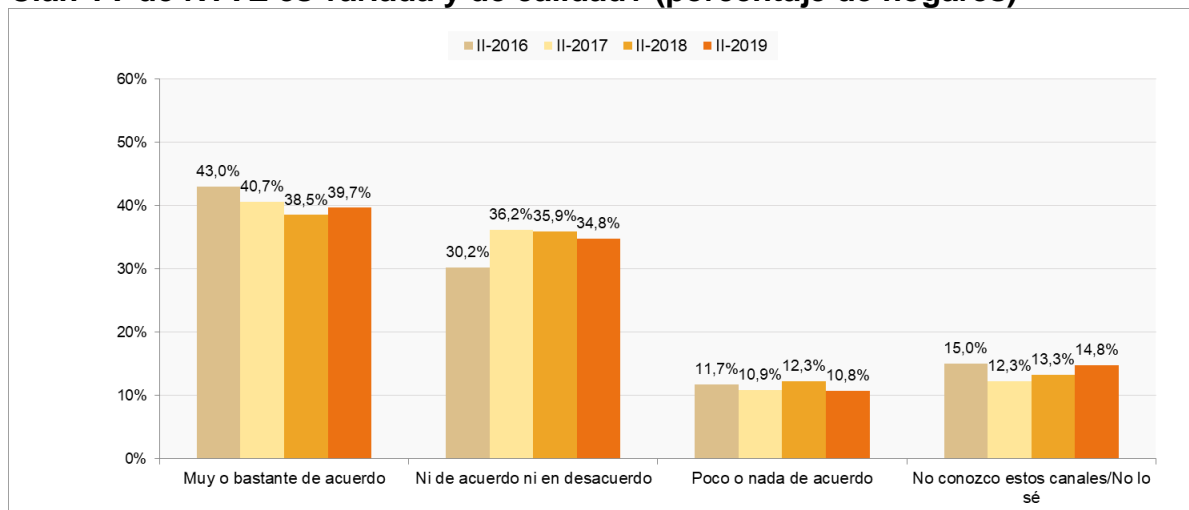


Universo: Individuos que están poco o nada de acuerdo con la afirmación: "Los contenidos televisivos que se emiten en los canales de RTVE son variados y de calidad". Fuente: CNMC.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de la prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Cuatro de cada diez hogares con hijos menores o que se hacen cargos de menores habitualmente aunque no sean sus hijos aprobaron la variedad y calidad del canal Clan TV (que incluye programación infantil y juvenil). Los hogares, por su parte, que se mostraron descontentos fueron uno de cada diez.

¿Está usted de acuerdo con la afirmación: “La programación infantil del canal Clan TV de RTVE es variada y de calidad?” (porcentaje de hogares)



Universo: Hogares con hijos menores o que se hacen cargo de menores habitualmente aunque no sean sus hijos. Fuente: CNMC

Metodología.

Estos resultados forman parte del [Panel de Hogares CNMC](#), una encuesta a hogares e individuos 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 2019 e incluyó a 4.878 hogares y 9.109 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de la prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.