

PRENTSA-OHARRA NOTA DE PRENSA

2025eko MAIATZAREN 16

16 de MAYO de 2025

CONSUMO Y CONFIANZA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CONTENIDOS DIGITALES Y REDES SOCIALES

El consumo de contenidos digitales se consolida en Euskadi

Ocho de cada diez personas que residen en Euskadi utilizan redes sociales a diario; es la primera vez que el consumo diario de redes sociales supera al de televisión, si bien es cierto que la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp se ha considerado también como una red social -muestra de ello es la cada vez más frecuente existencia de canales empleados por perfiles de *influencers*, medios de comunicación, empresas y entidades-. En el caso de la televisión, el consumo diario se sitúa en siete de cada diez personas. Le siguen el consumo de radio, prensa digital, plataformas de *streaming*, prensa en papel y podcasts.

En comparación con otros territorios europeos, el uso de redes sociales está muy extendido entre la población vasca y, en menor medida, también el consumo de radio. En todo caso, existen notables diferencias generacionales en el consumo de medios: las personas mayores de 65 años tienden a consumir más televisión, radio y prensa en papel mientras que las generaciones más jóvenes prefieren prensa digital, redes sociales, plataformas de *streaming* y podcasts.

WhatsApp es la aplicación más popular entre la población vasca, ya que actualmente el 94% la utiliza de forma habitual. Hace dos años, este porcentaje era del 83%. Incluso, entre personas mayores de 65 años, nueve de cada diez (89%) la usan ya a menudo. Las otras redes sociales de mayor popularidad en Euskadi son Instagram, YouTube, Facebook, TikTok y Twitter/X. En cualquier caso, es preciso señalar que los hábitos en cuanto a redes sociales varían entre segmentos poblacionales.

Uno de los elementos que marca la diferencia es generacional y es que, tres de cada cuatro jóvenes de entre 15-29 años, utiliza Instagram a menudo. Entre población de 30-45 años esa proporción es del 55% y, entre la población de 45-64 años, uno de cada tres utiliza asiduamente Instagram. En el caso de YouTube, su consumo es habitual entre 18-29 años y población de origen extranjero, pero también es más habitual entre personas que ideológicamente se definen como de derechas. Por el contrario, la población extranjera es la que utiliza Facebook con mayor frecuencia y, generacionalmente, su uso habitual se limita a la población de entre 30-45 años. Y es que Facebook es, entre las redes sociales más extendidas, la única que ha disminuido en Euskadi su uso en los dos últimos años. Entre las personas menores de 30 años, el hábito de usar Facebook con frecuencia es limitado (20%). En su lugar, prefieren plataformas como TikTok: cuatro de cada diez jóvenes de entre 18 y 29 años lo utilizan a menudo, cifra que es similar entre la población de origen extranjero.

Por último, actualmente solo el 9% de la ciudadanía vasca utiliza Twitter/X a menudo, porcentaje que no ha variado en los dos últimos años. La proporción de usuarios/as es importante tanto entre jóvenes menores de 30 años como entre personas que ideológicamente no se autodefinen de centro, si bien entre quienes se definen de derechas el uso de Twitter/X es mayor aún. También existen diferencias de género reseñables en el uso de redes sociales dado que las mujeres tienden más a usar Instagram, Facebook y TikTok que los hombres. Por el contrario, los hombres tienden más a utilizar YouTube y Twitter/X.

Tres de cada cuatro personas creen que las redes sociales no representan la opinión de la gente

Relacionarse con amigos/as o conocidos/as es el principal objetivo de las personas en Euskadi a la hora de utilizar redes sociales (46%), seguido de la búsqueda de entretenimiento (30%) e informarse de temas de actualidad (18%). El 29% de la ciudadanía vasca reconoce que sigue en redes sociales a algún/a *influencer*, los cuales destacan por volcar contenido sobre moda, estilos de vida (alimentación y autoayuda), cuestiones políticas de actualidad, deporte, gastronomía y finanzas, si bien muchos/as de esos/as *influencers* destacan por su contenido sobre temas diversos. En todo caso, los datos de este estudio revelan una amplia variedad de *influencers* de referencia para la población vasca, entre quienes el euskera parece tener una presencia más bien residual.

Por otro lado, casi seis de cada diez personas que utilizan redes sociales (58%) creen que éstas pueden incentivar el interés por los asuntos políticos. No obstante, la proporción de quienes ven las redes sociales como una ventana para

PRENTSA-OHARRA NOTA DE PRENSA

2025eko MAIATZAREN 16

16 de MAYO de 2025

dar su opinión política disminuye hasta el 38%. En ambos casos, se trata de porcentajes muy por debajo de la media europea, lo que en Euskadi denota cierta desconfianza hacia las redes sociales en lo que a asuntos políticos se refiere. Un dato revelador es que el 72% de la ciudadanía vasca cree que lo que se dice en redes sociales no es representativo de lo que piensa la gente.

La televisión continúa siendo el principal canal para informarse sobre actualidad

Las noticias de actualidad interesan mucho o bastante a tres de cada cuatro personas residentes en Euskadi (77%), tres puntos más que en 2023. El 55% de la población utiliza la televisión a diario para informarse de ello, por lo que la televisión sigue siendo el canal principal de información para la ciudadanía vasca. Le siguen a cierta distancia la radio y los periódicos digitales. Con menor implantación por el momento, el consumo diario de redes sociales, los agregadores de noticias en auge (Google News, etc.) o los periódicos en papel son otros de los canales utilizados con ese fin.

La confianza en los medios comunicación en general, en una escala de 0 al 10, es de 5,7 puntos. Eso significa un aumento de 0,4 puntos con respecto al año 2023. Las personas que, ideológicamente se definen de derechas, tienen mayor confianza (6,2) en los medios que el resto. Entre los canales mejor valorados se sitúa la radio (6,3 sobre 10), seguida de la prensa en papel (5,8), la televisión (5,5) y la prensa digital (5,2). Por el contrario, no llegaría al aprobado la confianza que genera la información recibida por WhatsApp u otros servicios de mensajería (4,0), mediante agregadores de noticias (3,9), así como la que circula en redes sociales en general (3,7). En la última década, ha aumentado la desconfianza hacia las redes sociales, dado que, en 2014, generaban un nivel de confianza de 4,6 puntos entre la población vasca.

Ocho de cada diez personas piensan que los medios de comunicación en Euskadi ofrecen información fiable, porcentaje que es superior a la media europea (59%). Sin embargo, disminuye la cifra de quienes creen que ofrecen pluralidad de puntos de vista y opiniones (71%), también la de quienes creen que los medios de comunicación ofrecen información libre de presiones políticas o comerciales (50%). En cualquier caso, la población vasca percibe que sus medios de comunicación son más fiables que la población europea, con excepción de la ciudadanía de países nórdicos y Países Bajos.

La radio y la prensa en papel gozan de mayor credibilidad, y en el debate sobre la libertad de expresión, la mayoría ve con buenos ojos controlar las *fake news*

El 73% de la población de Euskadi cree que hay que controlar la publicación de información falsa, aunque eso pueda ser perjudicial para la libertad de expresión. La ciudadanía vasca cree que es en redes sociales donde mayor cantidad de información falsa o *fake news* circula. Y es que dos de cada tres personas opinan que en redes sociales se mueve mucha información falsa y, otro 23%, cree que hay alguna o poca. Por el contrario, la radio, y en menor medida la prensa en papel, son los medios que mayor confianza suscitan.

Por último, cabe destacar que, ante el riesgo de información falsa, el 39% de la población residente en Euskadi reconoce haber intentado muy a menudo o a menudo confirmar por otras fuentes la veracidad de una noticia en los últimos tres meses. Otro 24% de la población declara haberlo hecho de vez en cuando y el 30% dice haberlo hecho muy pocas veces. Solo el 12% de la población dice no haber intentado confirmar la veracidad de alguna información en el último trimestre.

La **ficha técnica** de este estudio puede consultarse en el informe distribuido. La muestra dirigida a la población mayor de 18 años y supone un total de 1.223 entrevistas telefónicas para el conjunto de la CAPV. El error muestral se cifra en un +2,86% para el conjunto de la CAPV con un nivel de confianza de 95,5% y $p=q=0,5$. La recogida de información se realizó entre los días 17 y 21 de marzo de 2025.

NOTA: El informe completo se puede encontrar en la página Web del Gabinete de Prospección Sociológica:

<http://www.euskadi.eus/estudios-sociologicos>