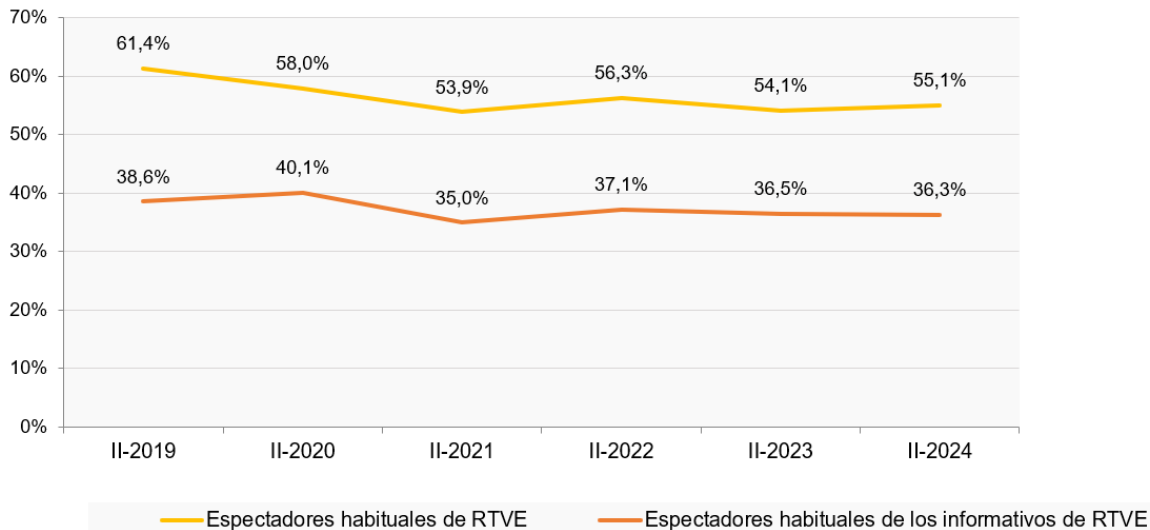


## Uno de cada tres españoles siguió los informativos de RTVE

- Aunque los mayores fueron de nuevo los espectadores más fieles, la audiencia de RTVE se ha rejuvenecido.
- La percepción de objetividad de los informativos aumenta tanto entre espectadores habituales como entre el conjunto de la población.

**Madrid, 08 de noviembre de 2024.-** Algo más de la mitad de los españoles (55,1 %) siguieron habitualmente alguno de los canales de la televisión pública (La 1, La 2, Canal 24 horas, Teledporte y Clan TV), mientras que un 36,3 % declaró seguir regularmente los informativos de RTVE. Son algunos de los resultados del [Panel de Hogares CNMC](#) sobre la **percepción de RTVE** (segundo trimestre de 2024).

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



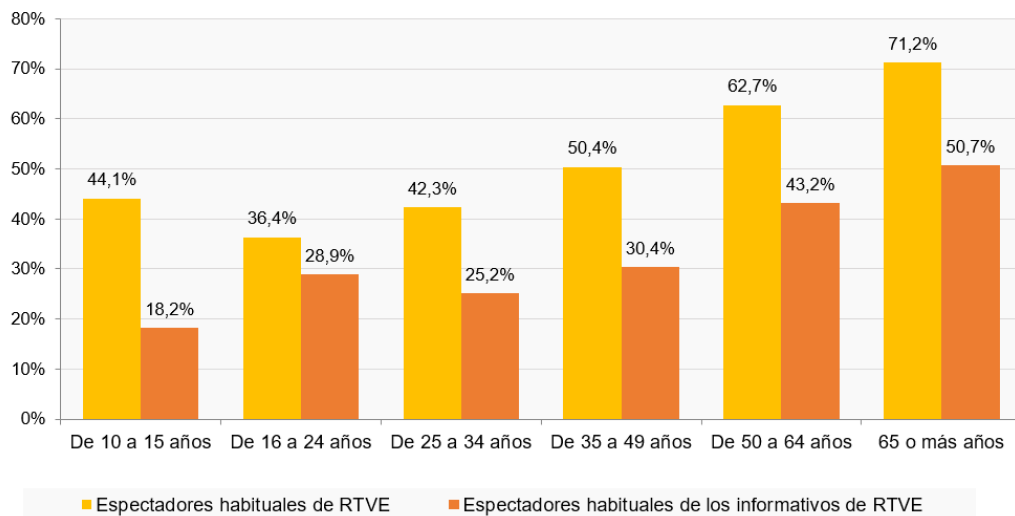
Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

La audiencia más fiel de los canales de televisión de RTVE (La1, La2, Canal 24 horas, Teledporte y Clan TV) se mantuvo en las franjas de edad más adultas.

Un 71,2 % de los españoles de 65 años o más seguían alguno de los canales de la pública; el 62,7 %, entre 50 y 64 años y un 50,4 %, entre 35 y 49 años.

Destaca el aumento de audiencia en las franjas de edad más jóvenes respecto al mismo trimestre de 2023. Un 44,1 % de los españoles (+4,7 puntos) de 10 a 15 años seguían alguno de los canales de la pública; el 36,4 % (+5,6), entre 16 y 24 años, y un 42,3 % (+9,2 puntos), entre 25 y 34 años.

**Espectadores habituales de alguno de los canales de televisión de RTVE (La1, La2, Canal24 horas, Teledeporte y Clan TV) según edad (porcentaje de individuos, II-2024).**

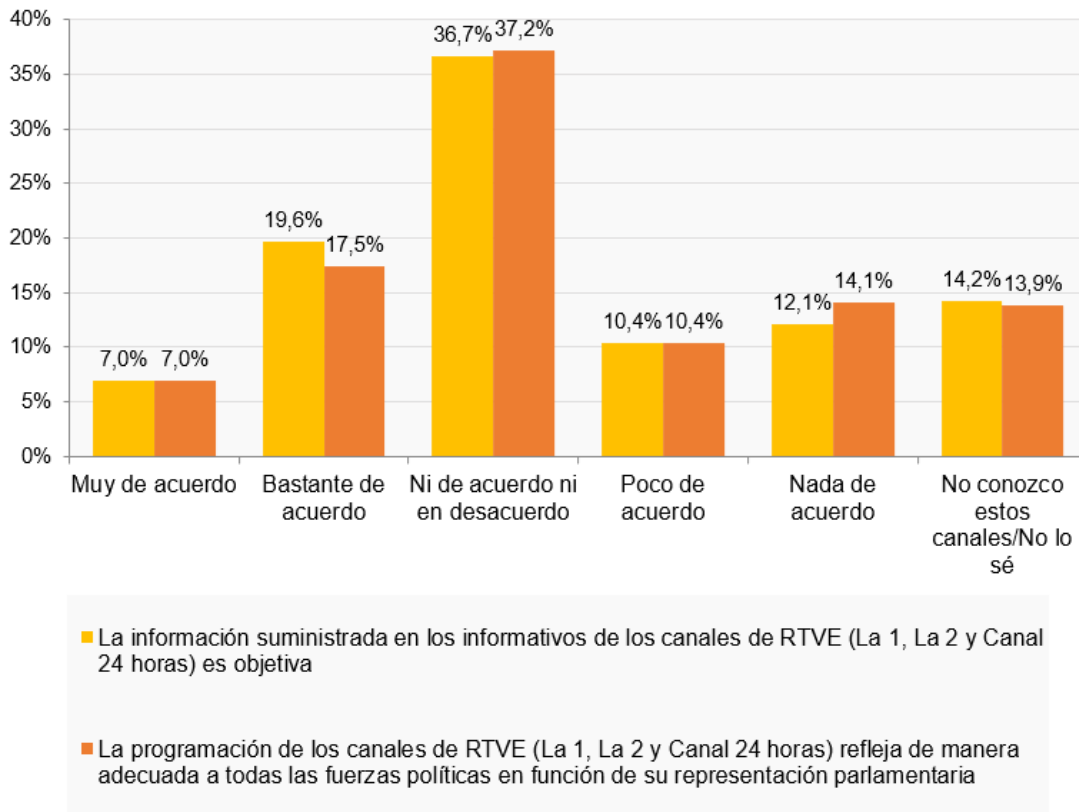


Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

El [Panel de Hogares CNMC](#) también se ocupó de la percepción de la objetividad en los informativos de la pública. Un 36,7 % se mostraron indiferentes: ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Los que consideraron que los espacios informativos eran objetivos fueron uno de cada cuatro, mientras que los que opinaron lo contrario fueron prácticamente los mismos.

Entre los espectadores habituales de los informativos de RTVE, más de la mitad (56,2 %) consideraron objetiva la información suministrada en los canales de RTVE.

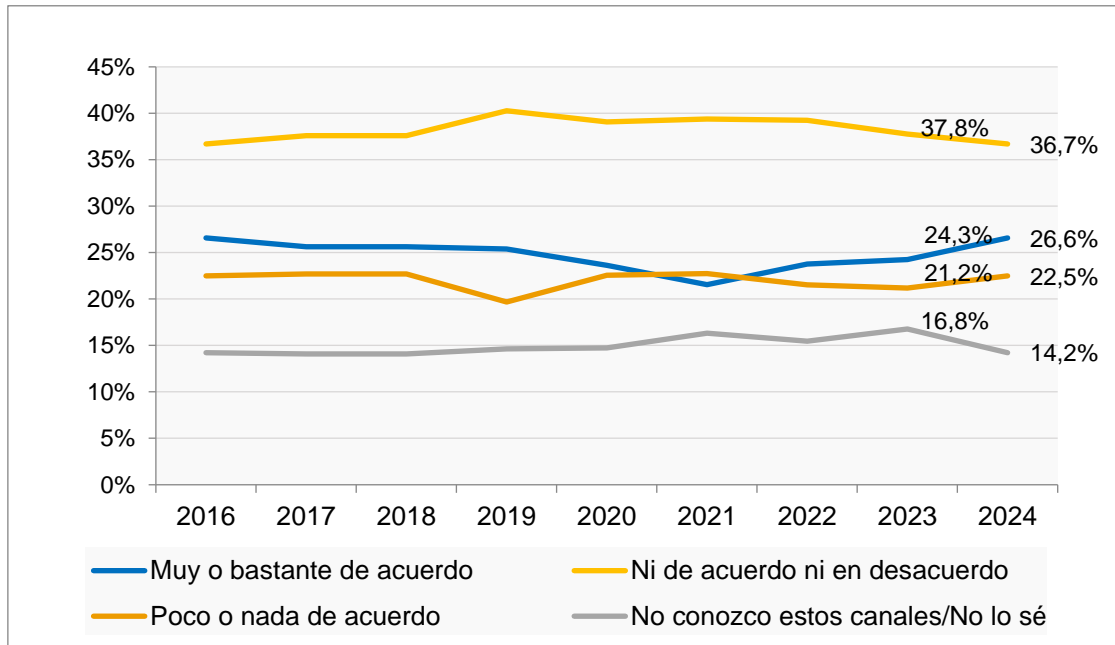
**¿Está usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “La información suministrada en los informativos de los canales de RTVE (La1, La2 y Canal 24 horas) es objetiva” (porcentaje de individuos, II-2024)**



Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

La evolución de la percepción de objetividad en los informativos de RTVE muestra un incremento tanto entre aquellos que se declaran espectadores habituales como entre el conjunto de la población.

**¿La información suministrada en los informativos de los canales de RTVE es objetiva? (porcentaje de individuos).**

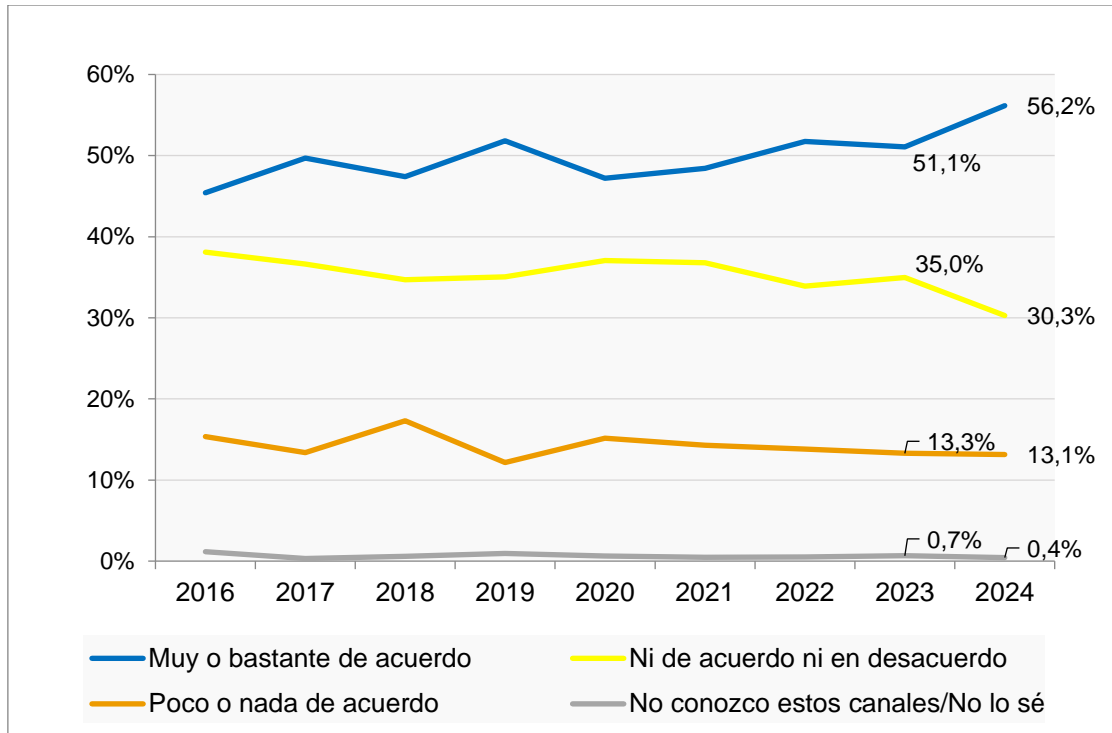


Universo: Individuos. Fuente: CNMCData.

La percepción de objetividad de los informativos de los canales de RTVE en la población mantiene una línea ascendente en las tres últimas oleadas (de 2022 a 2024) situándose en el 26,6 % el porcentaje de españoles que opinan que los informativos de RTVE son objetivos, mientras que los que creen que no lo son son un 22,5%.

Entre los espectadores habituales se observa la misma tendencia situándose en el 56,2% los que consideran objetiva la información ofrecida, frente al 13,1 % que no lo considera.

**¿La información suministrada en los informativos de los canales de RTVE es objetiva? (porcentaje de individuos).**



Universo: Individuos que ven los informativos de los canales de RTVE habitualmente. Fuente: CNMCData.

Finalmente, respecto a la variedad y la calidad de los contenidos del conjunto de canales de RTVE, más de un 30 % valoró positivamente las emisiones.

**Metodología**

Estos resultados forman parte del [Panel de Hogares de la 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 2024 e incluyó a 5.307 hogares y 9.016 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

**Contenido relacionado:**

- [CNMCData](#)