

21 de noviembre, Día Mundial de la Televisión

Los productos televisivos preferidos de la juventud vasca son las series y películas; cada vez son menos quienes ven los informativos a diario

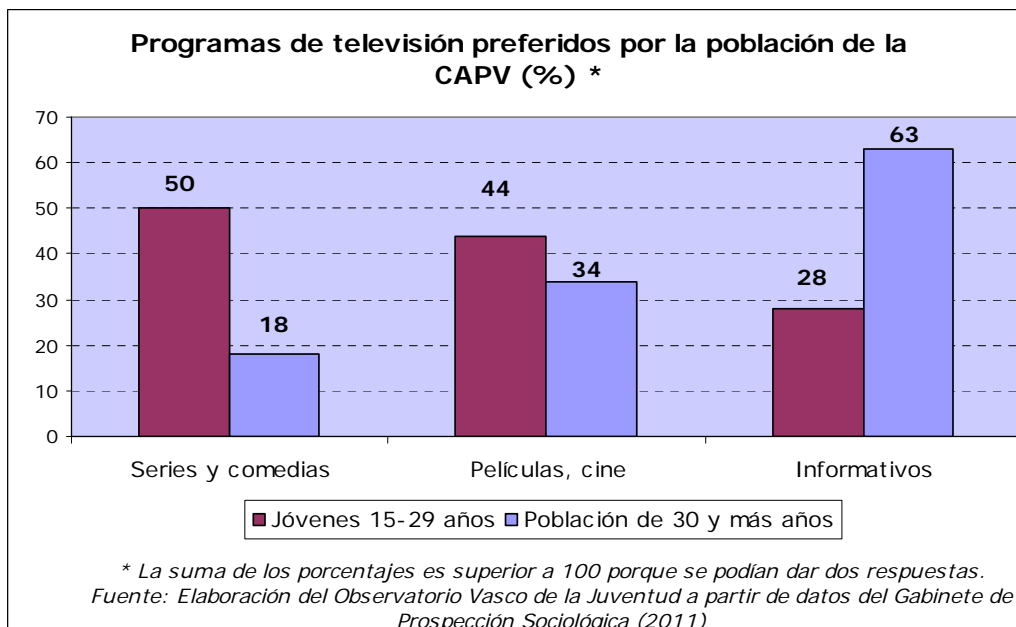
Con motivo del Día Mundial de la Televisión, desde el [Observatorio Vasco de la Juventud](#) vamos a destacar algunos datos relativos al consumo y preferencias televisivas de la juventud de la CAPV.

Los datos que se van a presentar proceden del estudio, [Retratos de Juventud-15. Medios de Comunicación](#), elaborado por el Gabinete de Prospección Sociológica del Gobierno Vasco, para el Observatorio Vasco de la Juventud. Estos datos son el resultado de una encuesta realizada en octubre de 2011 a 1272 jóvenes de la CAPV de 15 a 29 años.

Según este estudio, el 78 % de las personas jóvenes de la CAPV ve la televisión a diario, con una media de consumo inferior a dos horas diarias, en la mayoría de los casos, tanto entre semana como en fin de semana.

La finalidad del consumo televisivo por parte de la juventud es el entretenimiento (tal y como afirma el 92 % de jóvenes que ven la televisión con mayor o menor frecuencia), y para ello eligen principalmente las series (50 %) y películas (44 %).

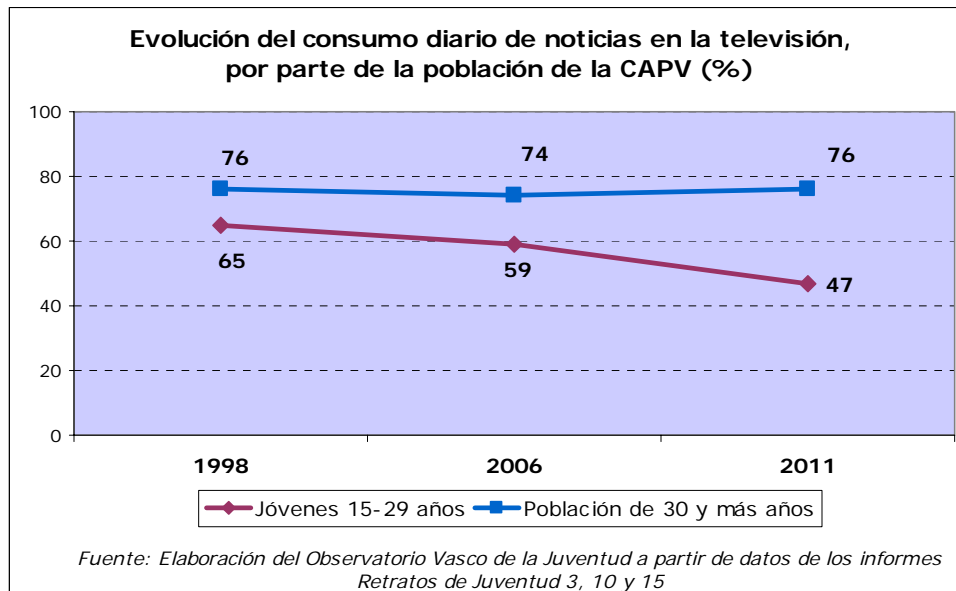
En el tipo de programas preferidos es donde se perciben mayores diferencias con la población de 30 y más años: mientras apenas un 28 % de las y los jóvenes menciona los informativos como uno de sus dos tipos de programas preferidos, entre quienes superan los 30 años este porcentaje se eleva al 63 %.



Vistos estos datos, no es de extrañar que preguntada la juventud sobre la frecuencia con la que ve las noticias en la televisión, el porcentaje de quienes responden verlas a diario sea de un 47 %, frente al 76 % registrado entre quienes tienen más de 29 años.

Además, comparando estos datos con los recogidos en años anteriores, se detecta un notable y continuado descenso del consumo de informativos televisivos por parte de la juventud de la CAPV, que ha pasado del 65 % en [1998](#) al 59 % en [2006](#) y al 47 % en 2011.

Este descenso, por el contrario, no se aprecia en la población de 30 y más años.



Estas diferencias radican principalmente en el mayor acceso de las personas jóvenes a Internet como medio para estar al tanto de la actualidad. Y es que preguntada la población por el medio preferido para mantenerse informada, el 41 % de las personas jóvenes se decanta por Internet frente al 16 % entre quienes tienen 30 y más años.

¡Síguenos en las redes sociales!

