

COMUNIDAD DE MADRID

# Consumo de información en la Comunidad de Madrid

07/03/25



Comunidad  
de Madrid



Comunidad  
de Madrid

# Metodología



# Ficha Técnica



## UNIVERSO

Ciudadanos residentes en la Comunidad de Madrid mayores de 14 años.



## ÁMBITO GEOGRÁFICO

Comunidad Autónoma.



## ERROR MUESTRAL

$\pm 2,8\%$  ( $n=1.253$ ) para un grado de confianza del 95,5% (dos sigmas) y en la hipótesis más desfavorable de  $P=Q=0,5$  en el supuesto de muestreo aleatorio simple.



## TAMAÑO DE LA MUESTRA

1.253 entrevistas.



## CUOTAS

Por sexo, edad y ámbito geográfico.  
Afijación no proporcional por grupos de edad.



## DURACIÓN DE LA ENTREVISTA

~5 minutos.



## PROCEDIMIENTO DE LA RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN

690 entrevistas telefónicas asistidas por ordenador (CATI); 218 a teléfonos fijos y 472 a móviles. 563 entrevistas online asistidas por ordenador (CAWI).



## FECHAS DEL TRABAJO DE CAMPO

Del 18 al 28 de febrero de 2025.



## INSTITUTO

GAD3

*Nota: Coeficientes de ponderación: Los resultados presentes en el informe están ponderados mediante sexo y grupos de edad para el conjunto de la Comunidad de Madrid.*

*Los porcentajes pueden no sumar 100 y puede existir una diferencia de  $\pm 1$  punto porcentual con respecto al total.*





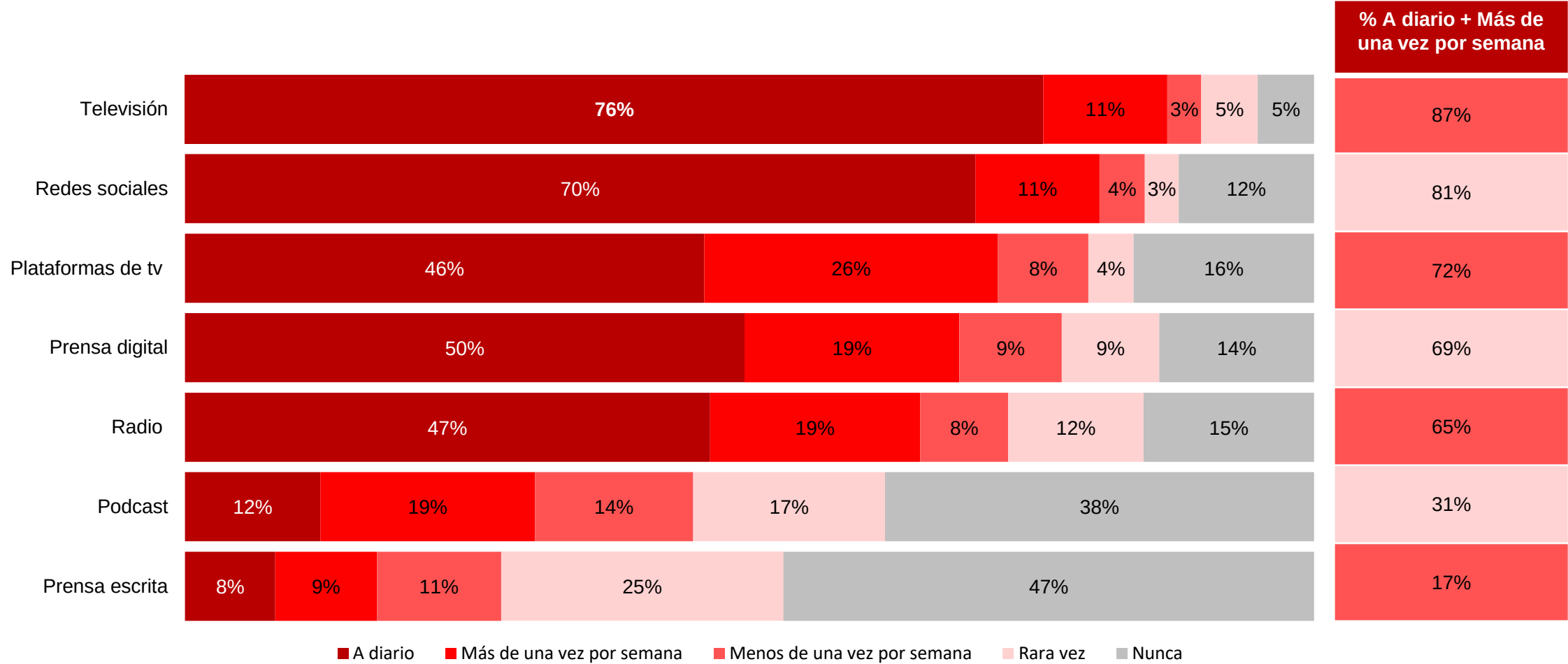
Comunidad  
de Madrid

# Consumo de información



# Frecuencia de uso de medios

En función de la frecuencia de consumo, los medios pueden agruparse en tres categorías. La televisión y las redes sociales son los más utilizados a diario, con más del 70% de la población accediendo a ellos. En un segundo nivel, se encuentra las plataformas de TV, la prensa digital y la radio alcanzando un consumo diario cercano al 50%. Finalmente, los podcasts y la prensa escrita presentan un consumo más reducido, con aproximadamente un 10% de usuarios diarios.

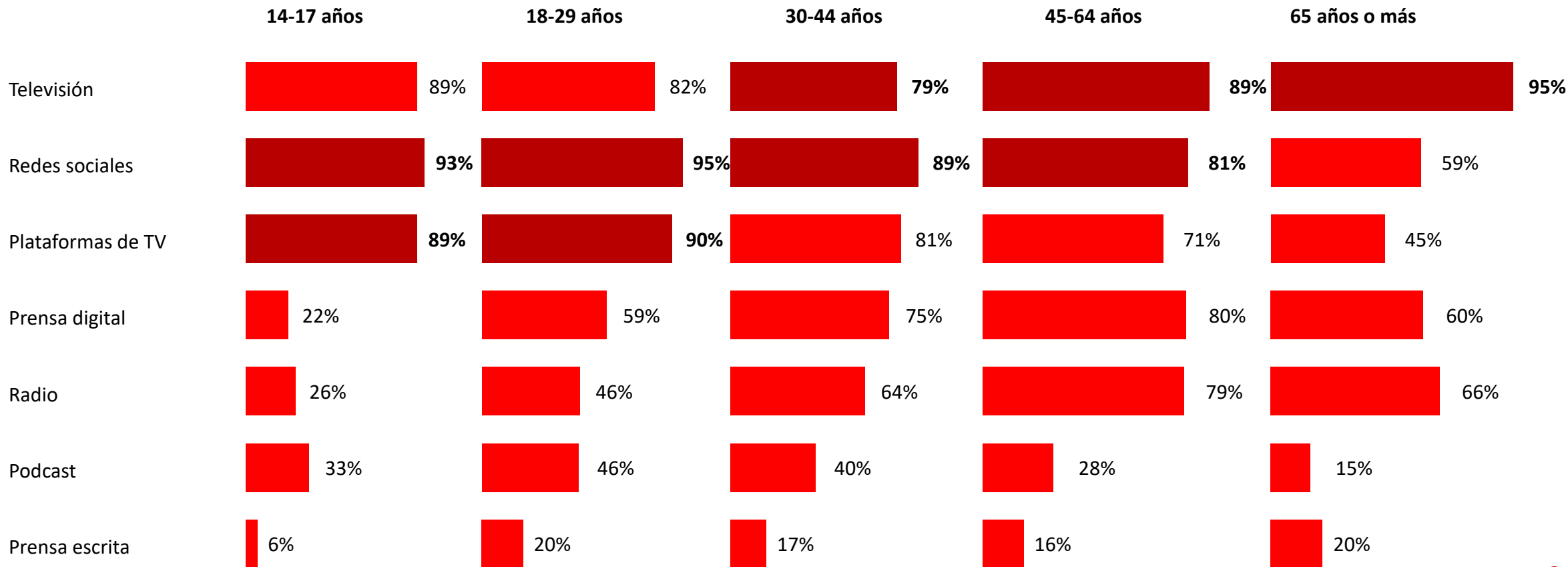


¿Con qué frecuencia utiliza los siguientes medios en su día a día?

# Frecuencia de uso de medios

Los menores de 30 años utilizan con mayor frecuencia las redes sociales y las plataformas de TV, con más del 90% accediendo a ellas. En los mayores de 30 años, la televisión, la prensa digital y la radio cobran mayor relevancia, especialmente en el grupo de 65 años o más, donde la televisión alcanza su mayor consumo (95%). En general, las generaciones más jóvenes prefieren los medios digitales y audiovisuales, mientras que los adultos y mayores combinan medios tradicionales con digitales.

A diario + Más de una vez a la semana



¿Con qué frecuencia (diaria + más de una vez por semana) utiliza los siguientes medios en su día a día?

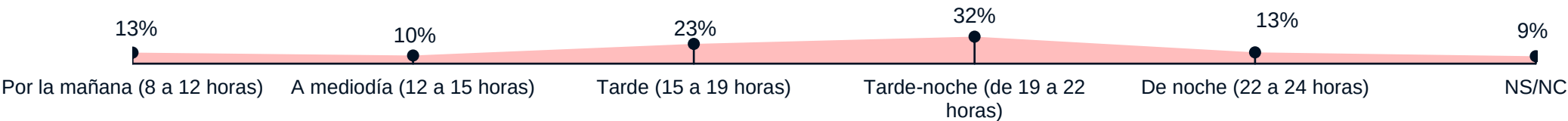
# Franja horaria de consumo de medios

La televisión se consume principalmente en la franja de tarde-noche (43%) y noche (30%), al igual que las redes sociales (32%). Las plataformas de TV son más vistas de noche (50%), y la prensa digital destaca en la mañana (45%).

## Televisión



## Redes sociales



## Plataformas de TV



## Prensa digital



¿Cuál es la franja horaria principal en las que consume...?

Solo si en la pregunta anterior la frecuencia de consumo de medios es: A diario, Más de una vez por semana, Menos de una vez por semana

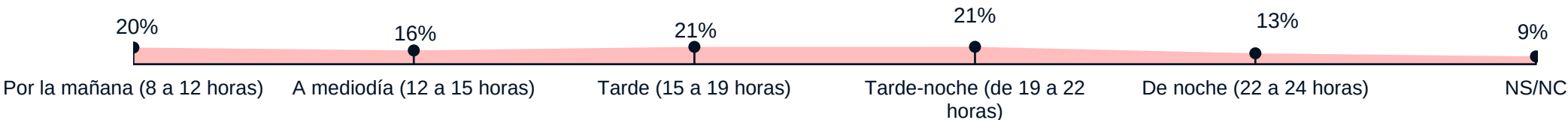
# Franja horaria de consumo de medios

El consumo de radio es predominantemente matutino, con un 70% de oyentes en la mañana. Los podcasts tienen un uso más equilibrado a lo largo del día, con picos en la tarde (21%) y la tarde-noche (21%). Por su parte, la prensa escrita comparte el mismo patrón que la radio y se consume principalmente por la mañana (45%), con una baja presencia en otros horarios.

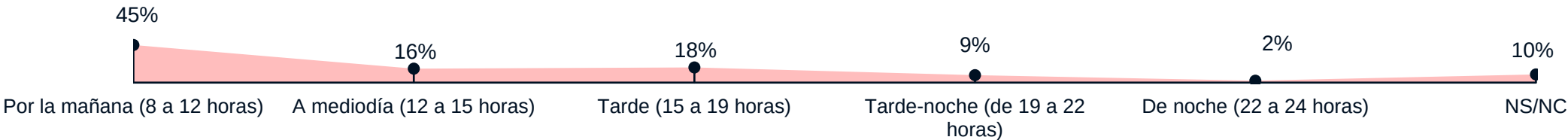
## Radio



## Podcast



## Prensa escrita



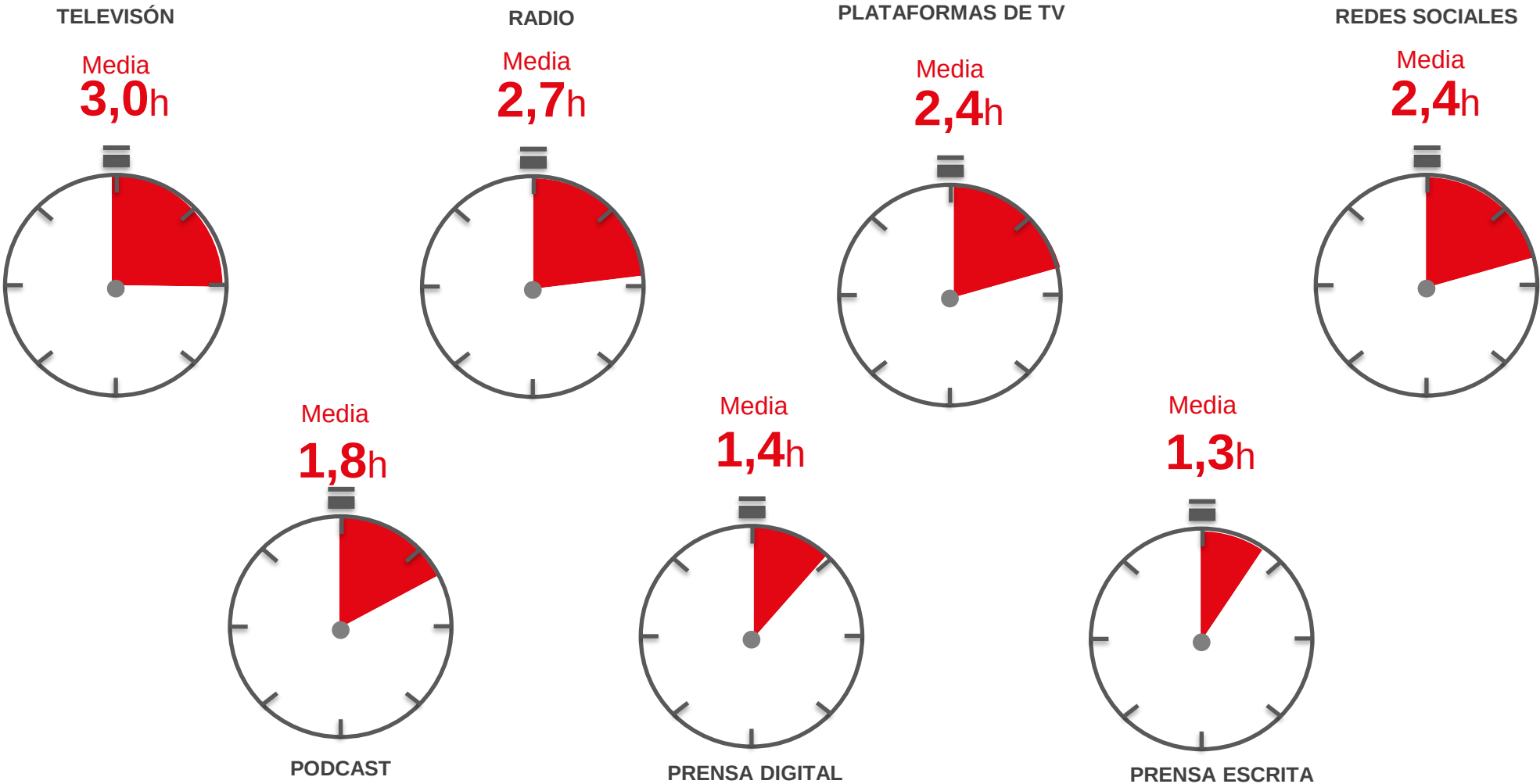
¿Cuál es la franja horaria principal en las que consume...?

Solo si en la pregunta anterior la frecuencia de consumo de medios es: A diario, Más de una vez por semana, Menos de una vez por semana



# Número de horas diarias de uso de las personas que consumen medios "a diario"

El consumo de medios varía según la plataforma, siendo la **televisión** el medio más utilizado (3,0), seguido de la **radio** (2,7) y las plataformas de TV y redes sociales (2,4). Los podcasts (1,8), la prensa digital (1,4) y la prensa escrita (1,3) presentan valores más bajos.

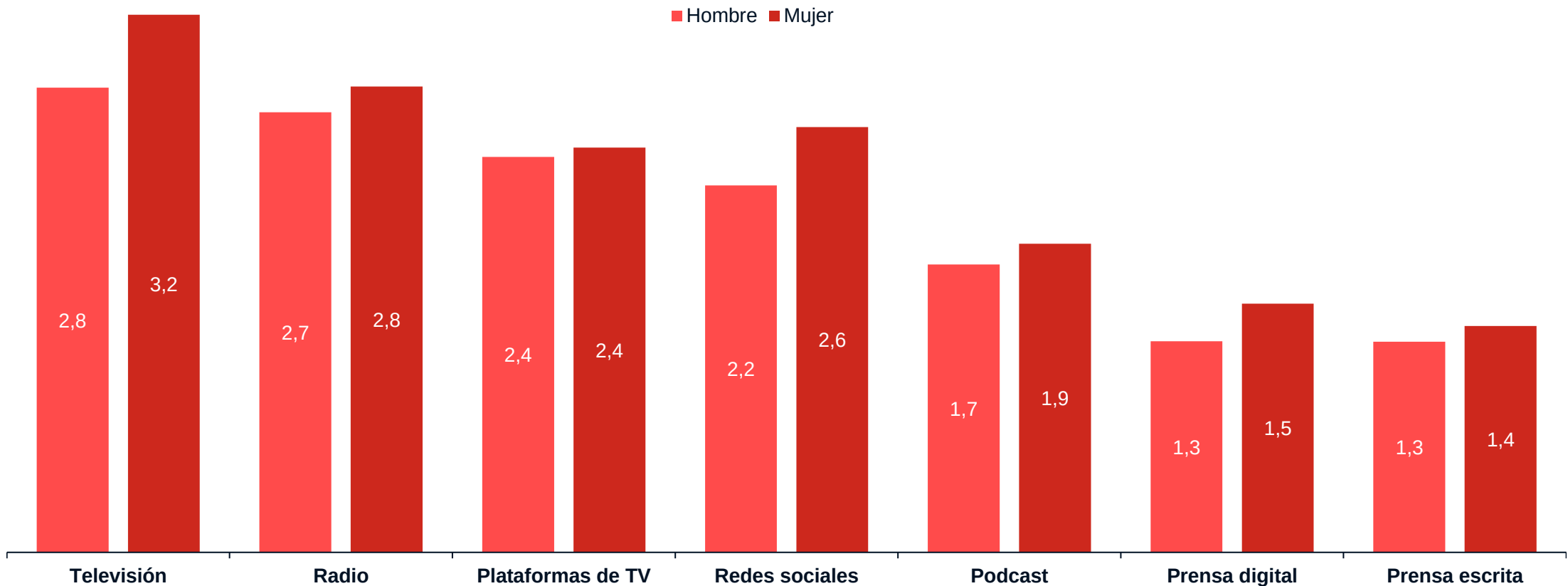


Indique el número de horas diarias que consume...  
Solo si en la frecuencia de consumo la respuesta es: A diario

Los consumos horarios pueden ser  
simultáneos entre los diferentes medios

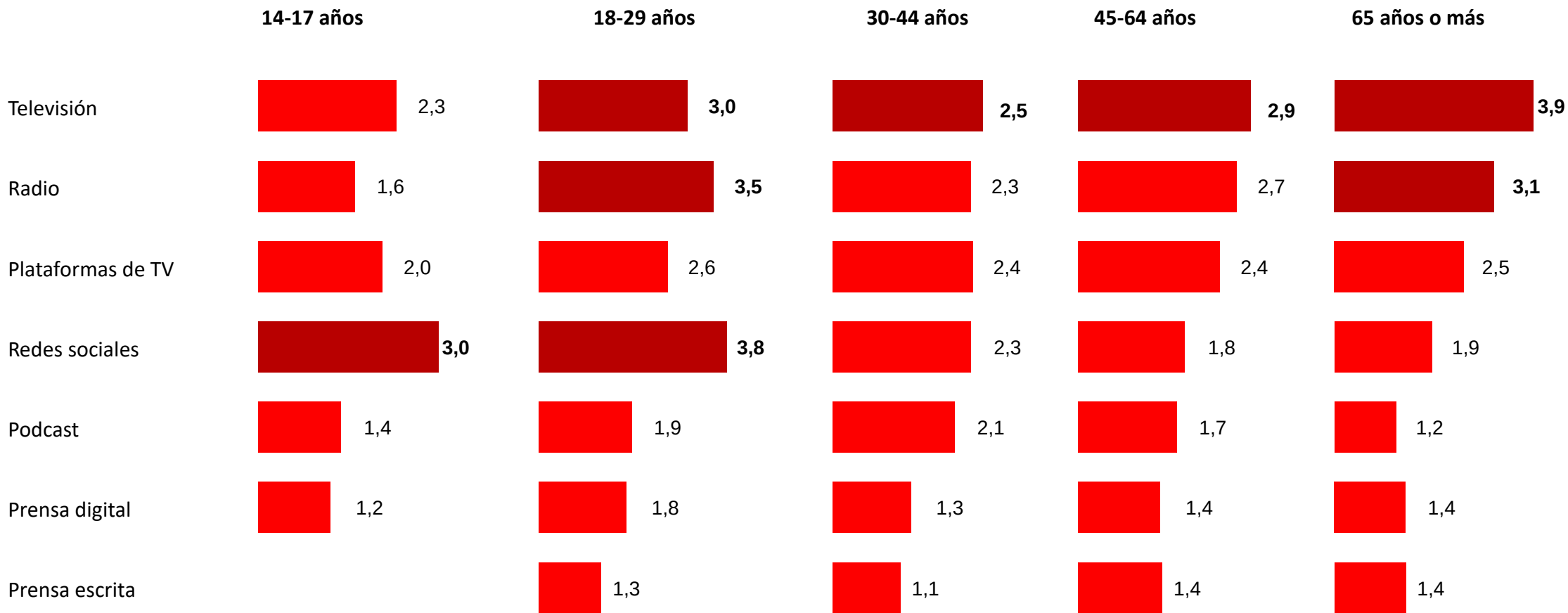
# Número de horas diarias de uso de las personas que consumen medios "a diario"

Las diferencias por sexo son leves, aunque las mujeres ven más televisión (3,2) y usan más redes sociales (2,6) que los hombres (2,8 y 2,2, respectivamente).



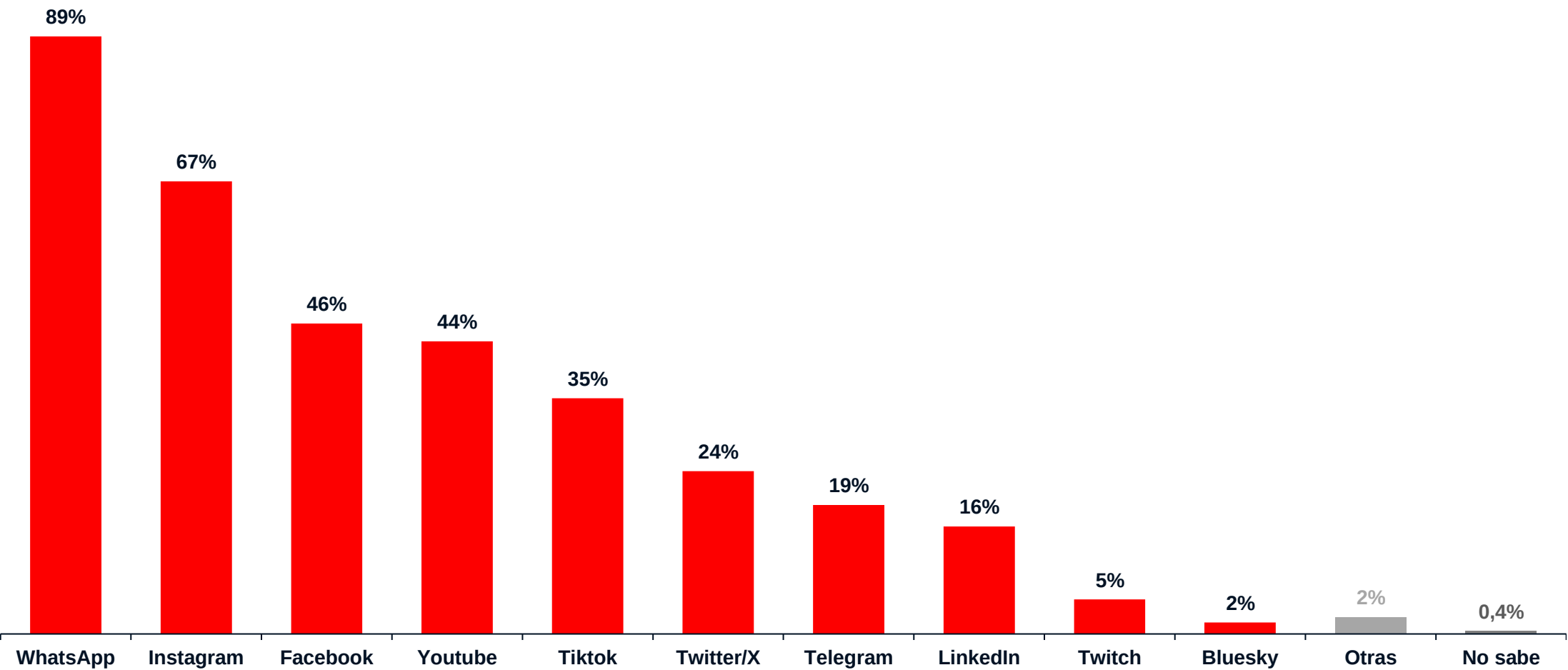
# Número de horas diarias de uso de las personas que consumen medios "a diario"

El consumo de medios varía significativamente por grupo etario. **Los jóvenes de 18 a 29 años presentan el consumo más alto en redes sociales (3,8) y plataformas de TV (3,5)**, mientras que **los mayores de 65 años consumen más televisión (3,9) y radio (3,1)**. En el grupo de 14 a 17 años, **las redes sociales son el medio más utilizado (3,0)**, con un menor uso de otros formatos. A medida que aumenta la edad, el consumo de medios tradicionales, como prensa escrita y radio, se vuelven más relevante.



# Redes sociales utilizadas

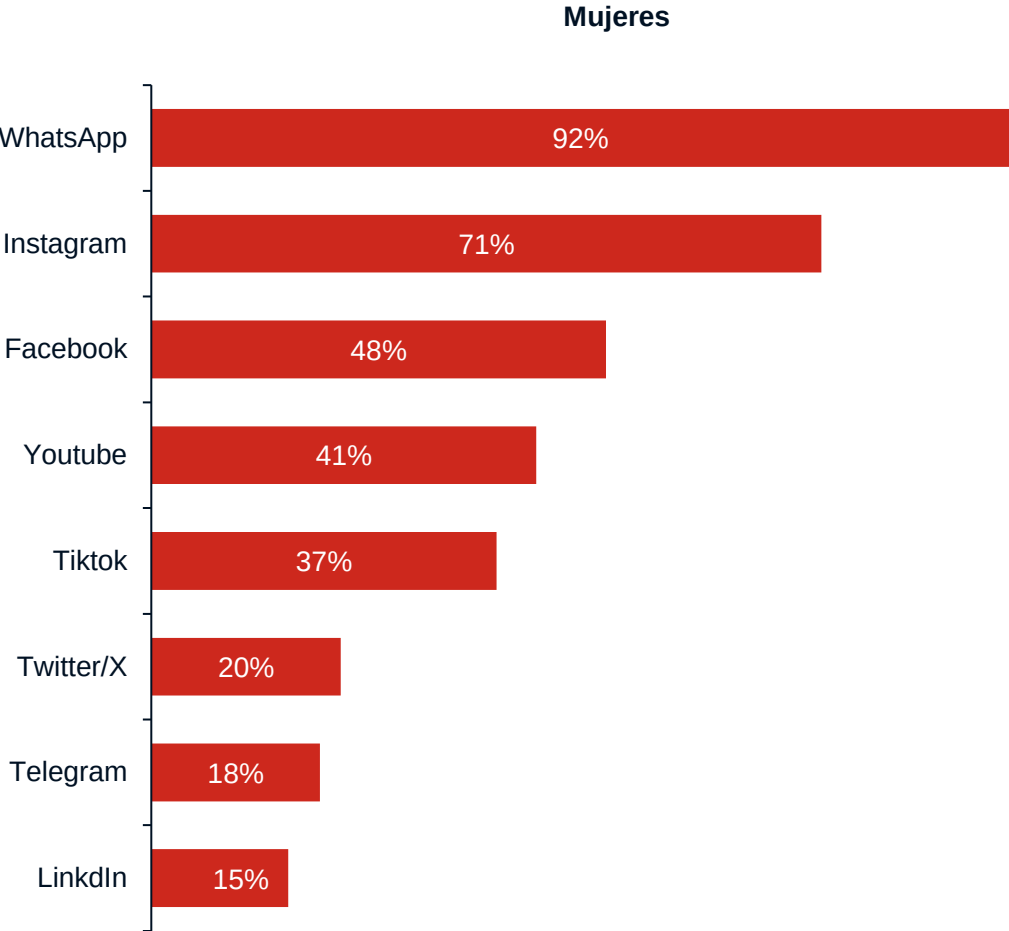
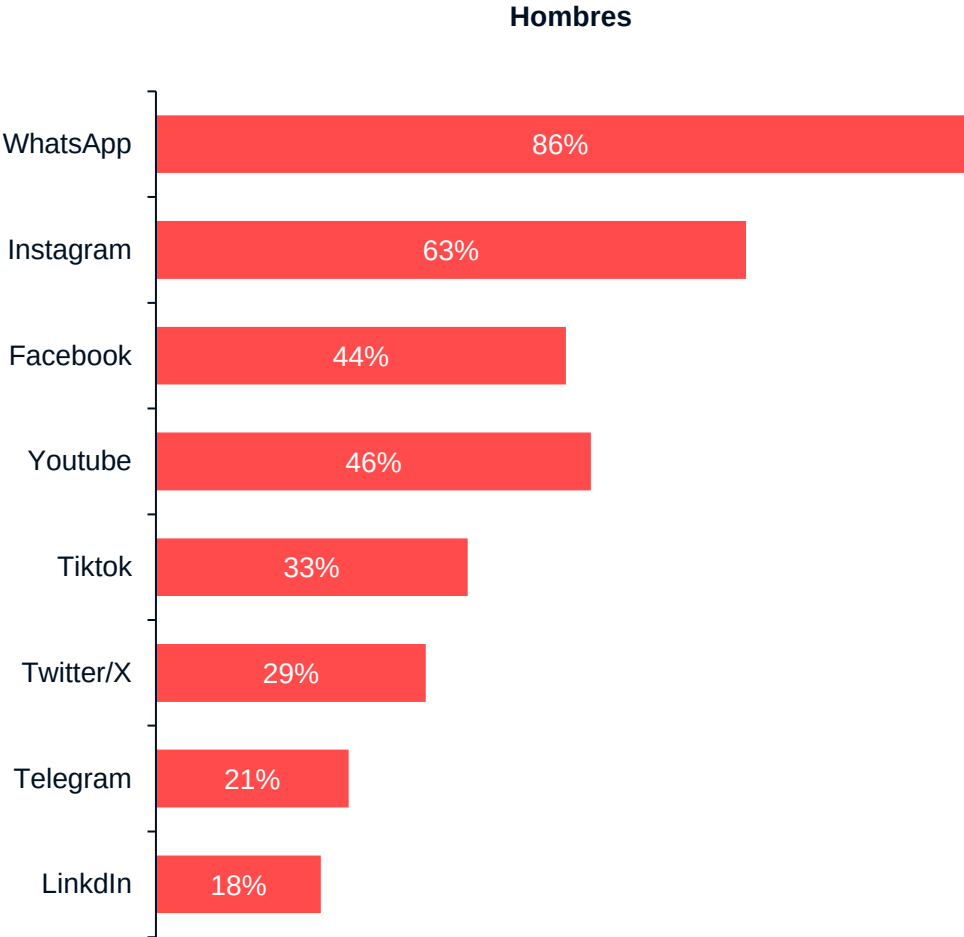
WhatsApp es la plataforma más utilizada, con **un 89% de usuarios**, seguida de Instagram (67%) y Facebook (46%). **YouTube (44%) y TikTok (35%)** también tienen una presencia destacada. **Twitter/X (24%), Telegram (19%) y LinkedIn (16%)** presentan un uso menor. Plataformas como Twitch (5%) y Bluesky (2%) tienen una adopción mucho más reducida.



En concreto, ¿qué redes sociales suele Ud. utilizar? : elegir todas las que procedan  
Solo si utiliza RSS

# Redes sociales utilizadas

El uso de redes sociales es **homogéneo entre hombres y mujeres**, con diferencias leves. **WhatsApp es la más usada en ambos grupos (92% mujeres, 86% hombres).** Las mujeres utilizan más Instagram y Facebook, mientras que los hombres tienen una ligera preferencia por Twitter/X y Telegram.

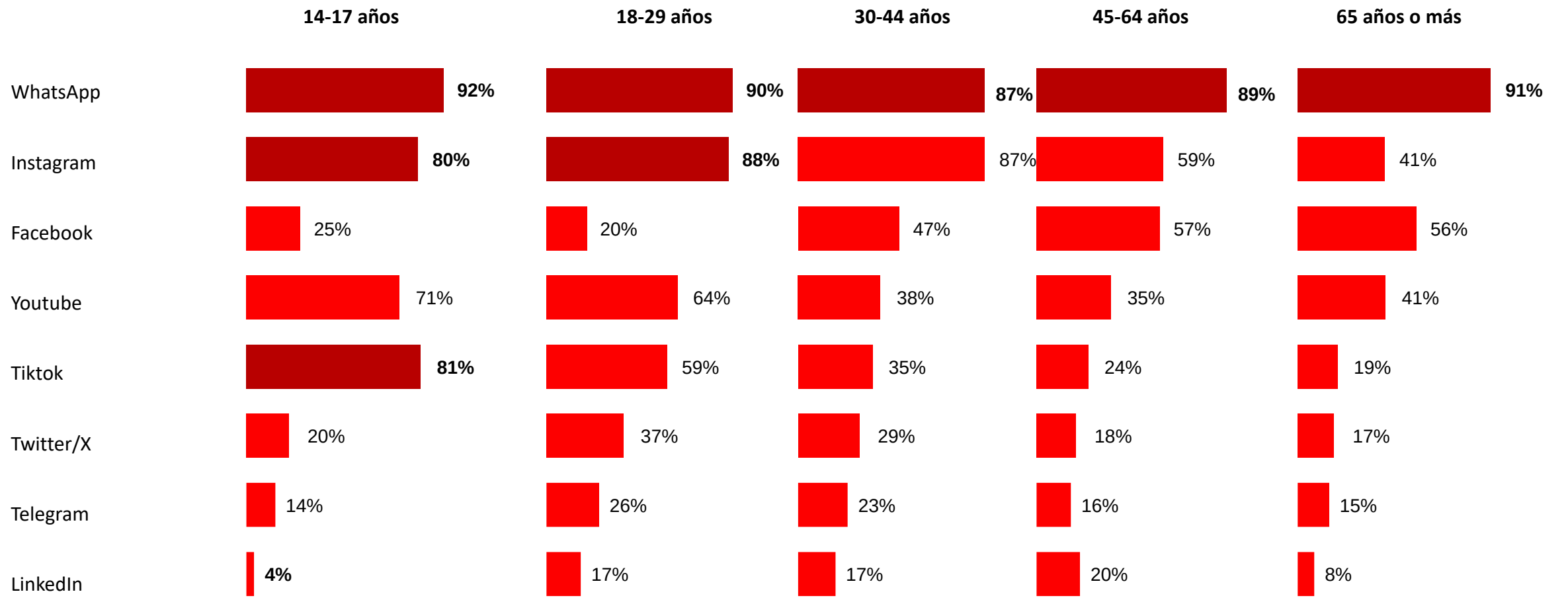


En concreto, ¿qué redes sociales suele Ud. utilizar? : elegir todas las que procedan  
Solo si utiliza RSS



# Redes sociales utilizadas

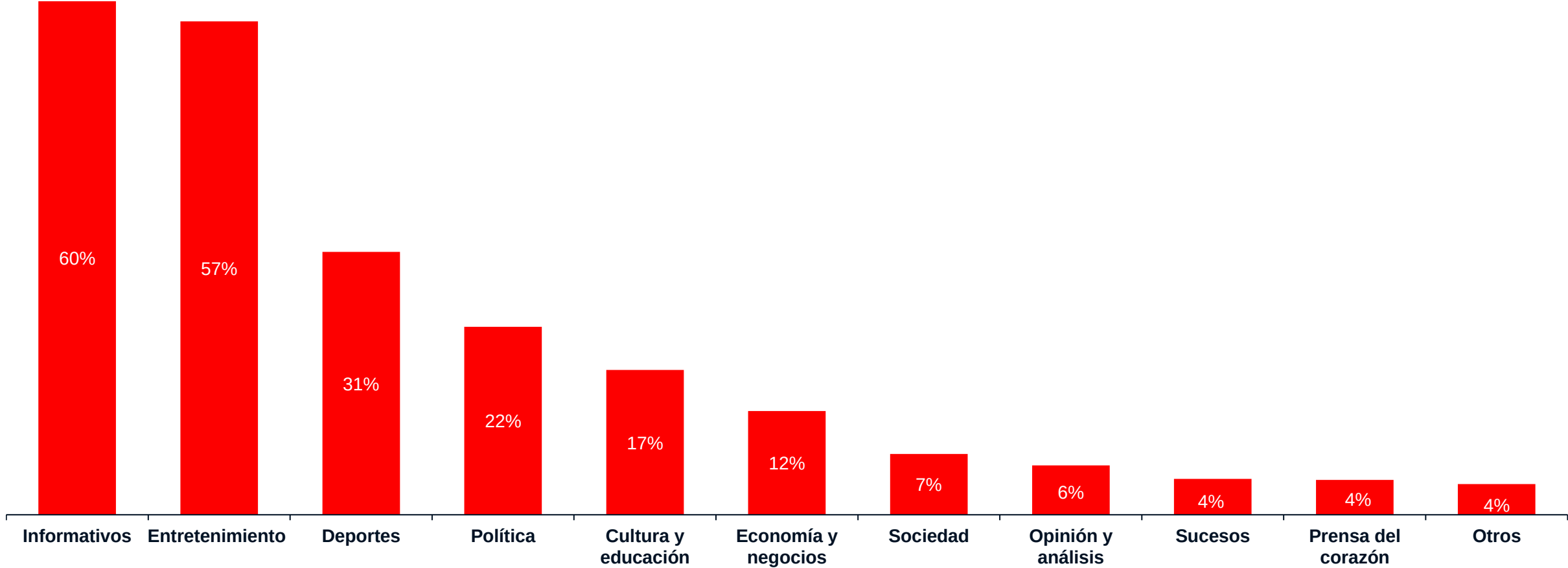
El uso de redes sociales varía según la edad. Los menores de 30 años prefieren Instagram y TikTok, mientras que Facebook es más popular entre los mayores de 30. YouTube tiene un uso alto en adolescentes (71%) pero baja en adultos (35%). Twitter/X y Telegram alcanzan su mayor uso en jóvenes de 18-29 años, mientras que LinkedIn es poco utilizado en todos los grupos. A pesar de estas diferencias, WhatsApp es la única plataforma con un uso alto y estable en todas las edades.



En concreto, ¿qué redes sociales suele Ud. utilizar? : elegir todas las que procedan  
Solo si utiliza RSS

# Tipo de contenido consumido

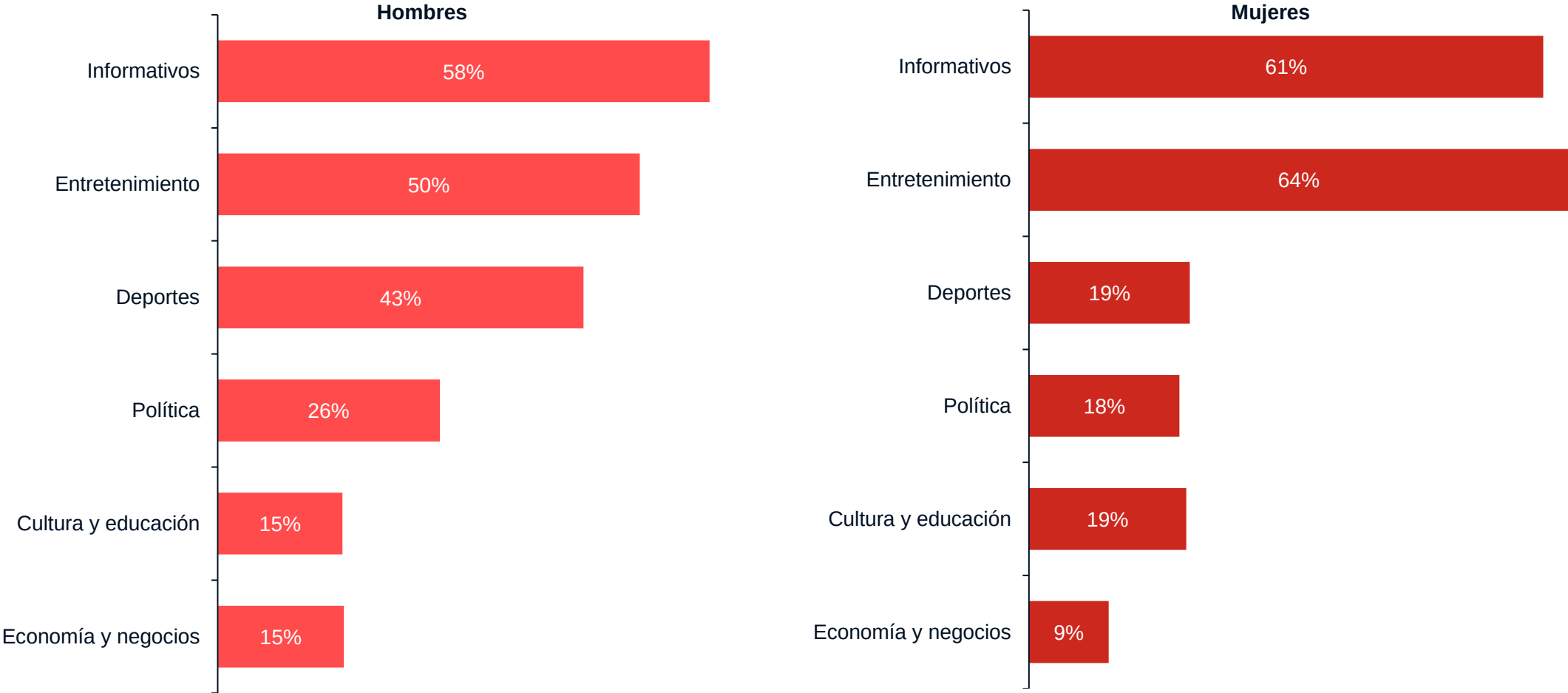
El contenido más consumido es **el informativo (60%) y de entretenimiento (57%)**. Los **deportes (31%) y la política (22%)** también tienen una presencia relevante. En contraste, **temáticas como economía (12%), sociedad (7%) y opinión y análisis (6%)** tienen menor interés. **La prensa del corazón y los sucesos son los menos seguidos, con solo un 4% de consumo.**



Quando utiliza los canales de comunicación, ¿qué tipo de contenido consume con más frecuencia?

# Tipo de contenido consumido

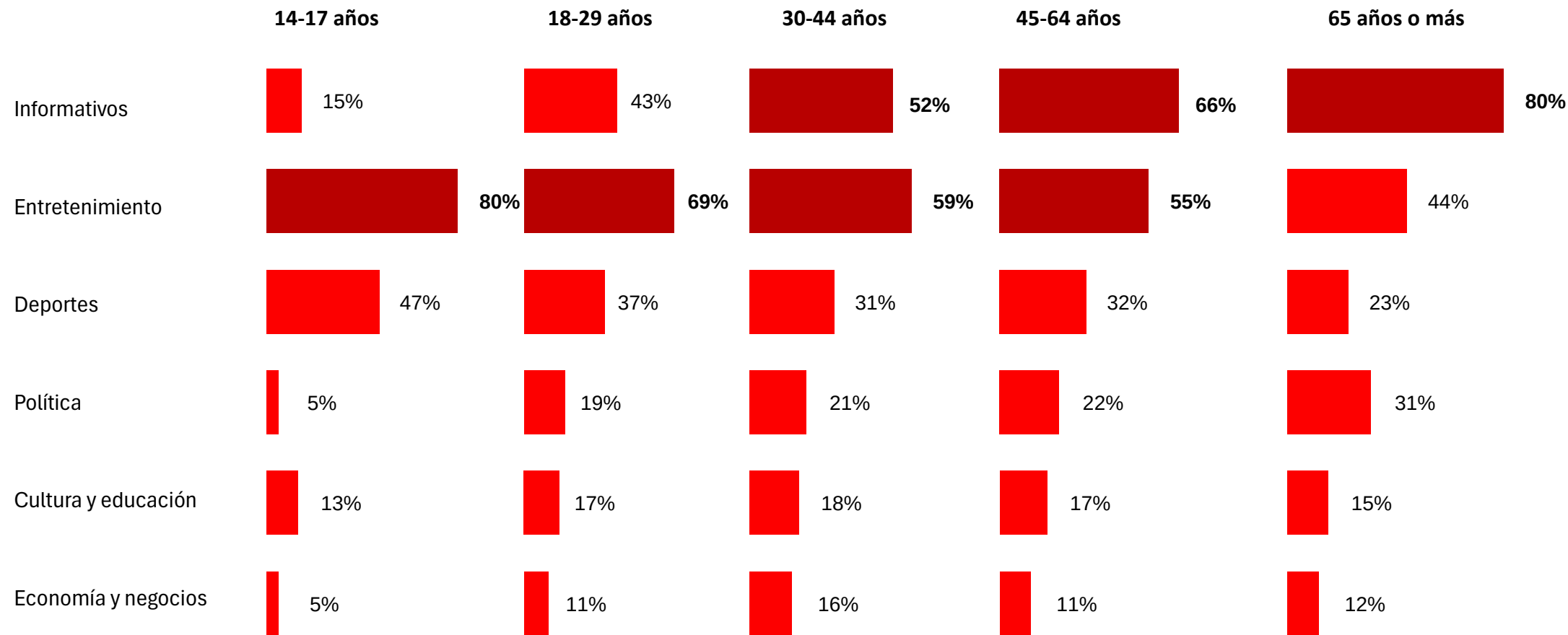
El consumo de contenidos varía levemente entre hombres y mujeres. **Las mujeres consumen más entretenimiento (64% vs. 50%) e informativos (61% vs. 58%),** mientras que **los hombres muestran un mayor interés por deportes (43% vs. 19%) y política (26% vs. 18%).** Cultura y educación tienen un **consumo similar,** mientras que **la economía y negocios es seguida más por hombres (15% vs. 9%).**



Quando utiliza los canales de comunicación, ¿qué tipo de contenido consume con más frecuencia?

# Tipo de contenido consumido

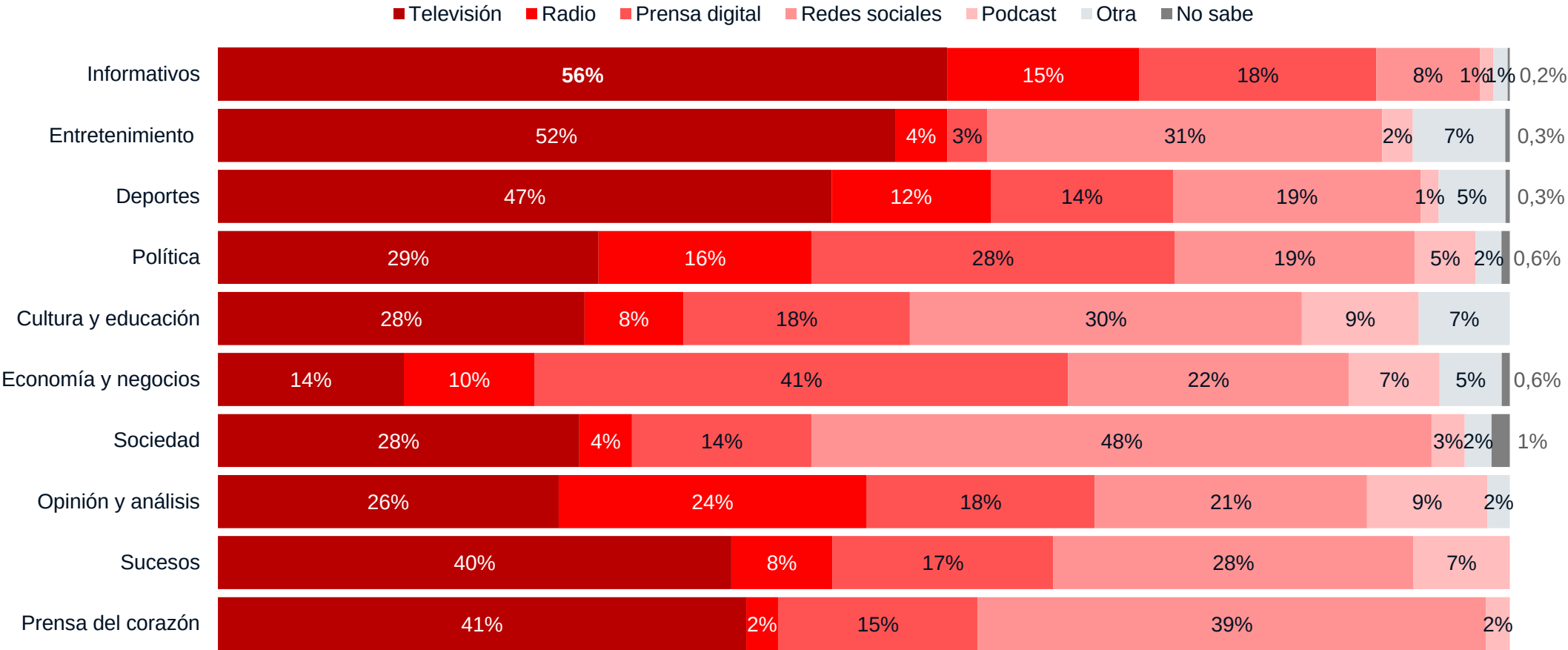
Los jóvenes (14-29 años) consumen principalmente entretenimiento. El interés por los informativos aumenta progresivamente a medida que avanzan los grupos de edad, alcanzando el 80% en mayores de 65. El interés por deportes disminuye en los grupos de edad mas mayores, mientras que la política gana relevancia. Cultura, educación y economía tienen un consumo menor en todos los grupos.



Quando utiliza los canales de comunicación, ¿qué tipo de contenido consume con más frecuencia?

# Finalidad de medios consumidos (principales)

Los informativos y el entretenimiento se siguen mayoritariamente en televisión (56% y 52%), mientras que la prensa digital es clave en temas de economía (41%) y política (28%). Las redes sociales destacan en contenidos de sociedad (48%) y prensa del corazón (39%), mientras que la radio tiene un papel relevante en opinión y análisis (24%) y deportes (12%).



Y, en concreto, ¿qué medio utiliza principalmente para informarse de...?



Comunidad  
de Madrid

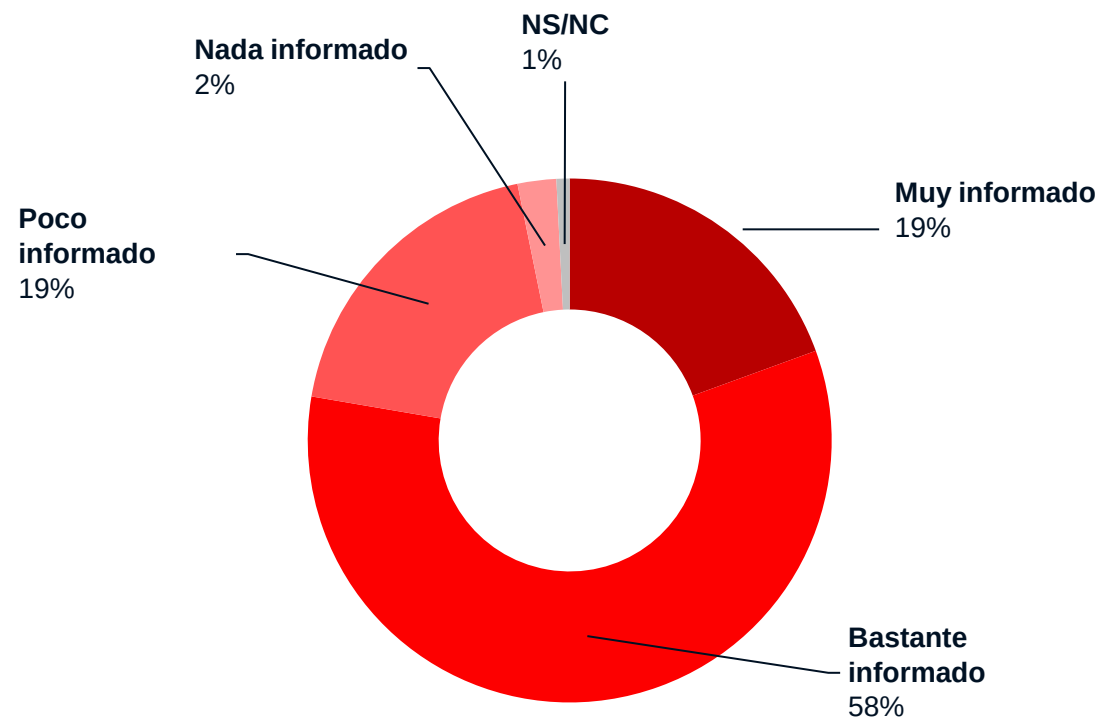
# Consumo de actualidad



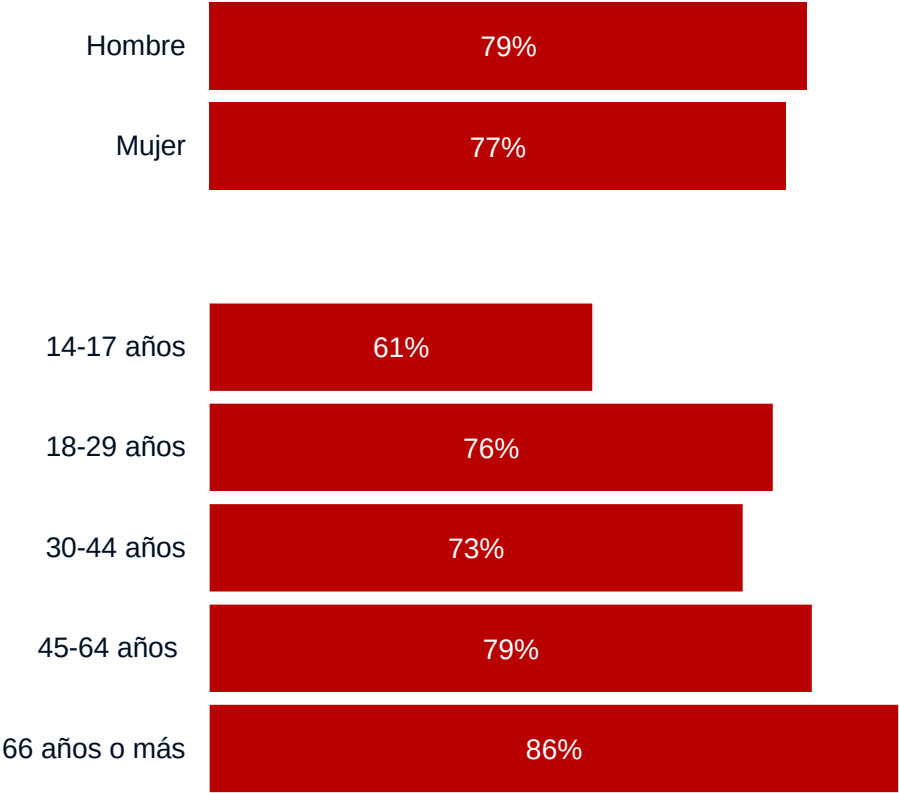


# Grado de información sobre actualidad

Cerca del 80% de los madrileños se sienten muy o bastante informados, con amplias diferencias por rangos de edad. Mientras que el 86% de las personas de 65 años o más se sienten informados, sólo el 61% de los jóvenes de 14-17 afirma estarlo.



% Muy informado + Bastante Informado



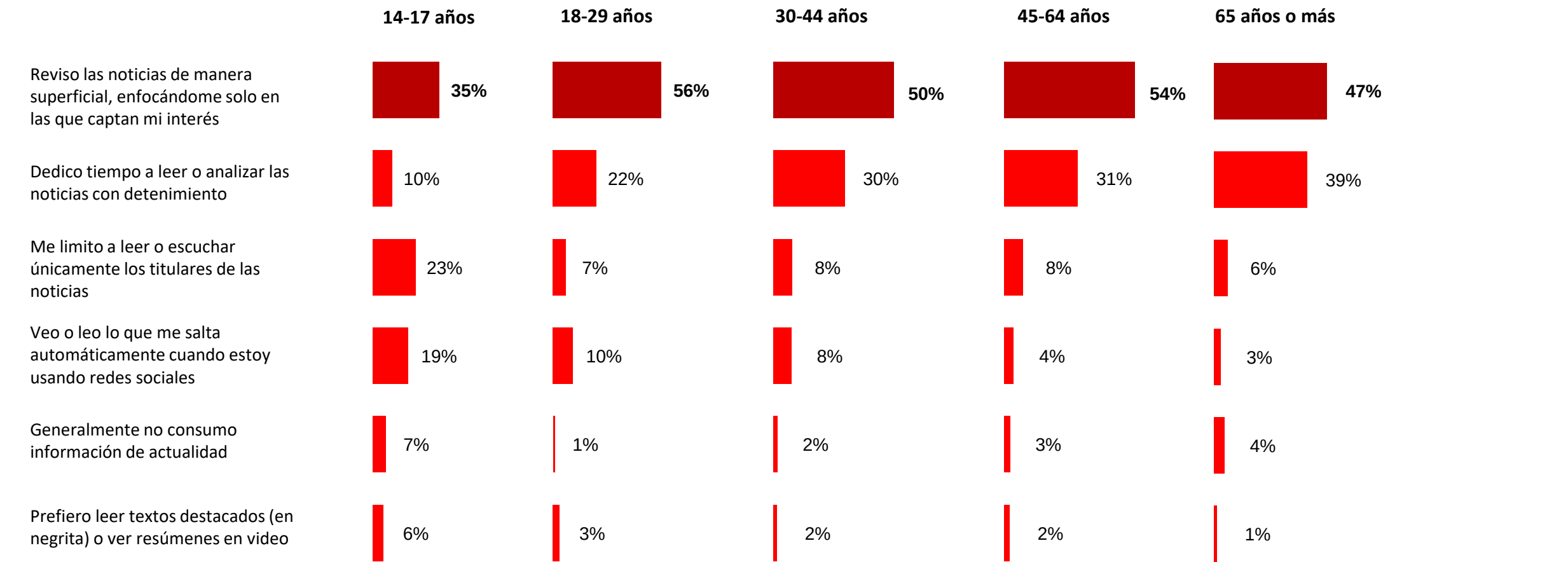
# Hábitos de consumo de información

El consumo de noticias suele ser superficial. Más de la mitad de la población revisa solo las noticias que le interesan, sin profundizar en los contenidos. Un 30% dedica tiempo a leer o analizar la información con detenimiento, mientras que el resto se limita a los titulares o consume noticias de manera automática en redes sociales. Solo un pequeño porcentaje evita la información de actualidad o prefiere formatos resumidos.



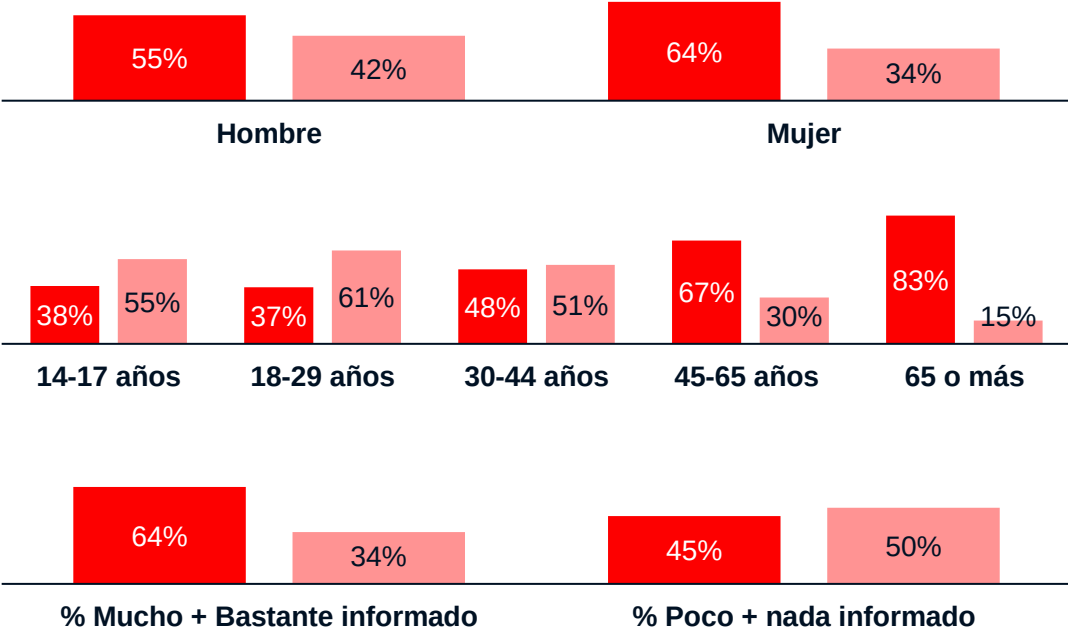
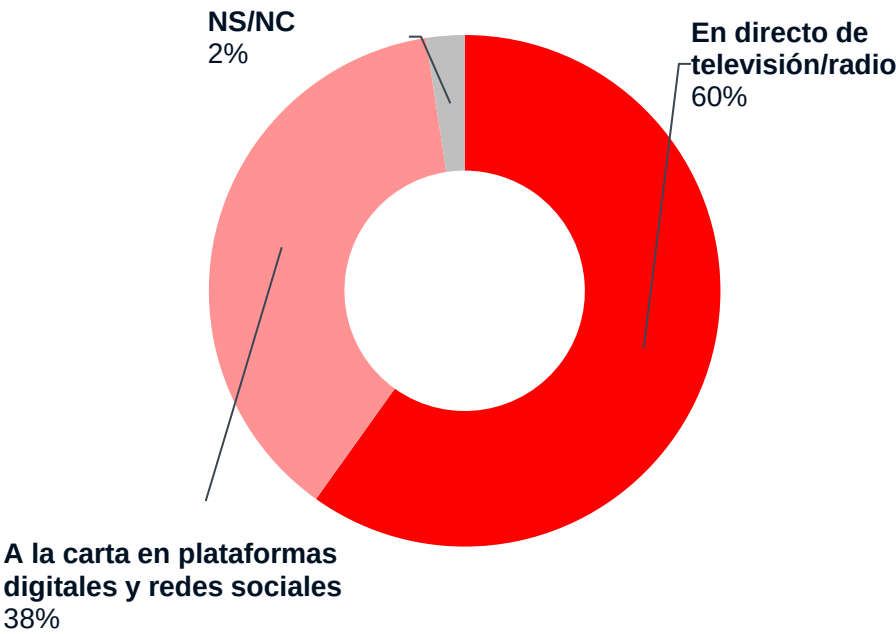
# Hábitos de consumo de información

Los jóvenes de 18 a 29 años son los que más consumen información de manera superficial (56%), mientras que los mayores de 65 años son quienes más se detienen a analizarla (39%). Los adolescentes de 14 a 17 años destacan por limitarse a los titulares (23%) o consumir noticias de forma automática en redes sociales (19%). A medida que aumenta la edad, el hábito de leer con detenimiento crece, aunque en todos los grupos predomina un consumo superficial.



# Información en directo o a la carta

6 de cada 10 personas todavía utilizan más las noticias en directo que las noticias a la carta. Los grupos de edad mas jóvenes de 14-17 años y de 18-29 utilizan las noticias a la carta en plataformas digitales son utilizadas en mayor medida que en directo.



■ En directo de televisión/radio ■ A la carta en plataformas digitales y redes sociales



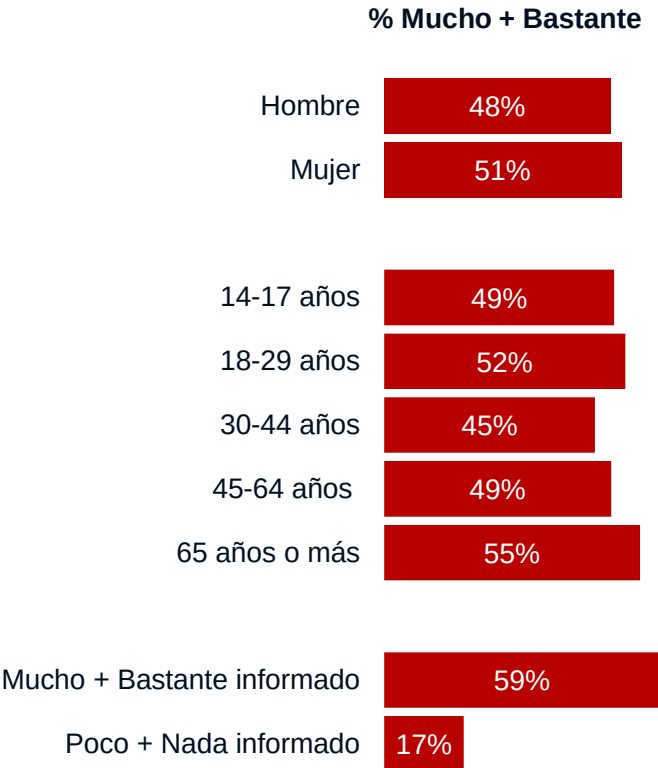
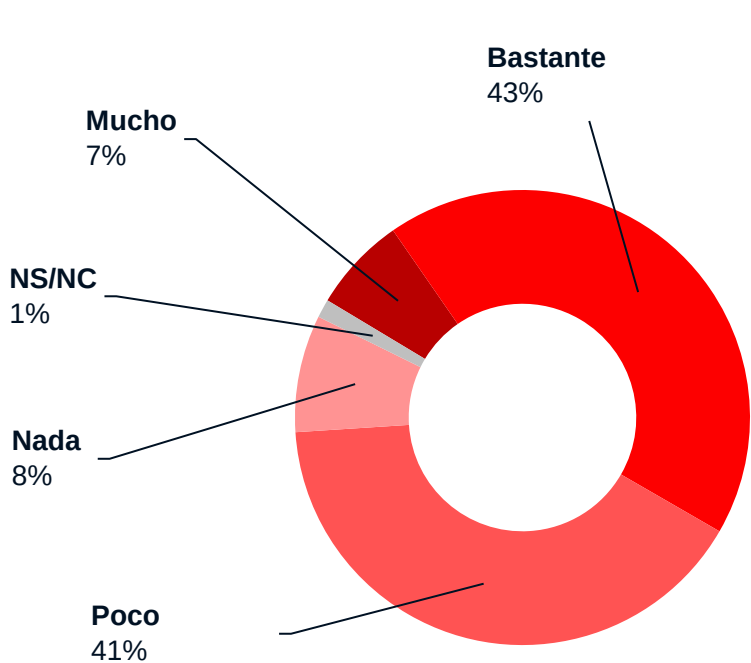
Comunidad  
de Madrid

# Confianza en la información



# Confianza en la información de medios

Sólo la mitad de los madrileños tiene mucha o bastante confianza en la información ofrecida por los medios. Por el contrario, 4 de cada 10 afirman tener poca confianza, y un 8% ninguna.



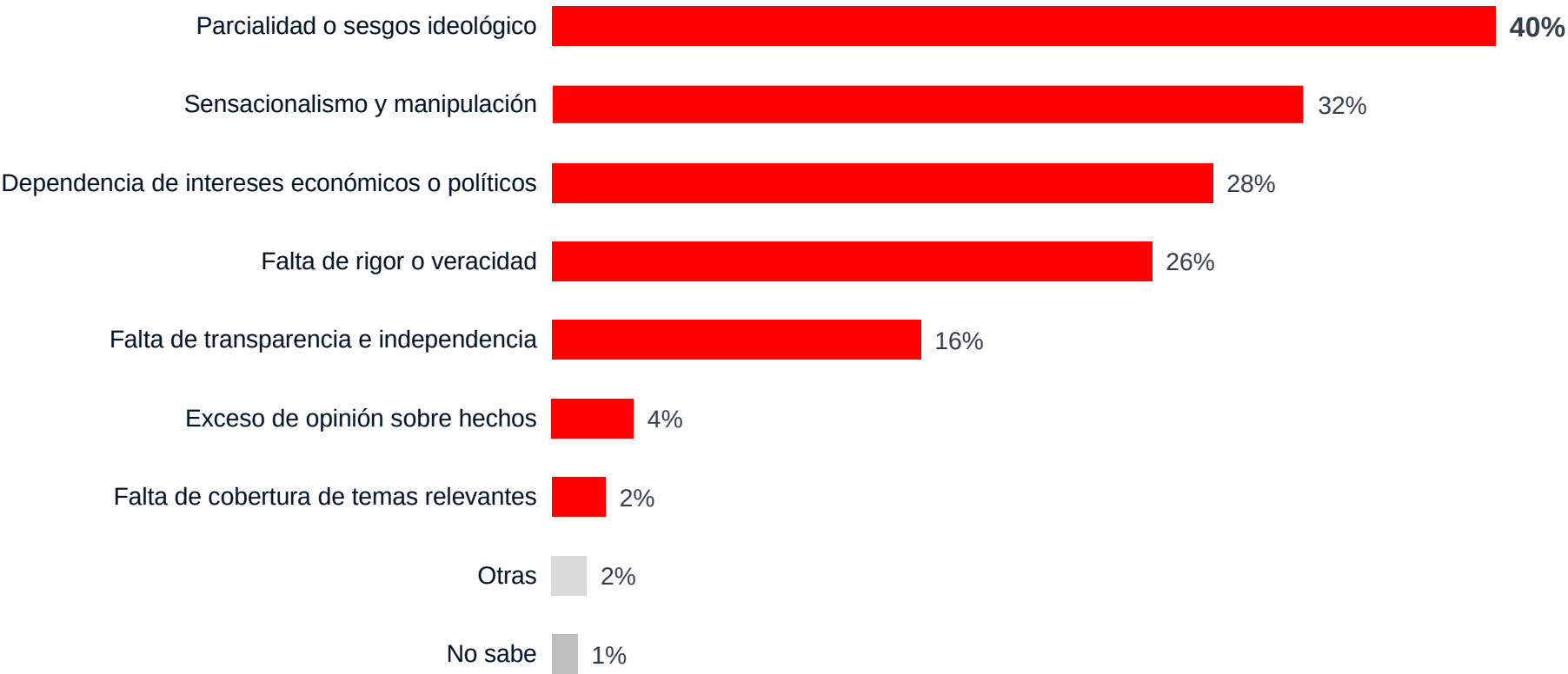
Para profundizar...



6 de cada 10 personas que dicen estar muy o bastante informadas confían en la información recibida a través de los medios, mientras que esta cifra solo alcanza el 17% entre aquellos que están poco o nada informados.

# Motivos de desconfianza en los medios

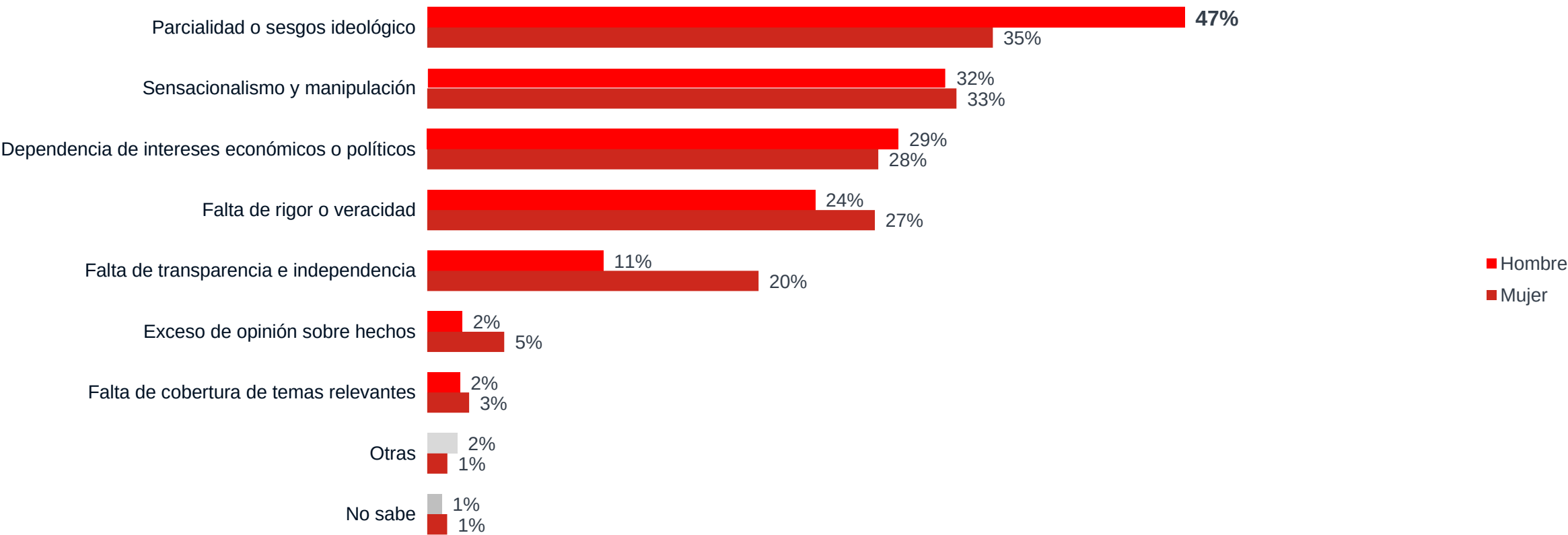
Entre las razones que existen para desconfiar de los medios, **destacan la parcialidad o los sesgos ideológicos, así como el sensacionalismo y la dependencia de intereses económicos o políticos.**





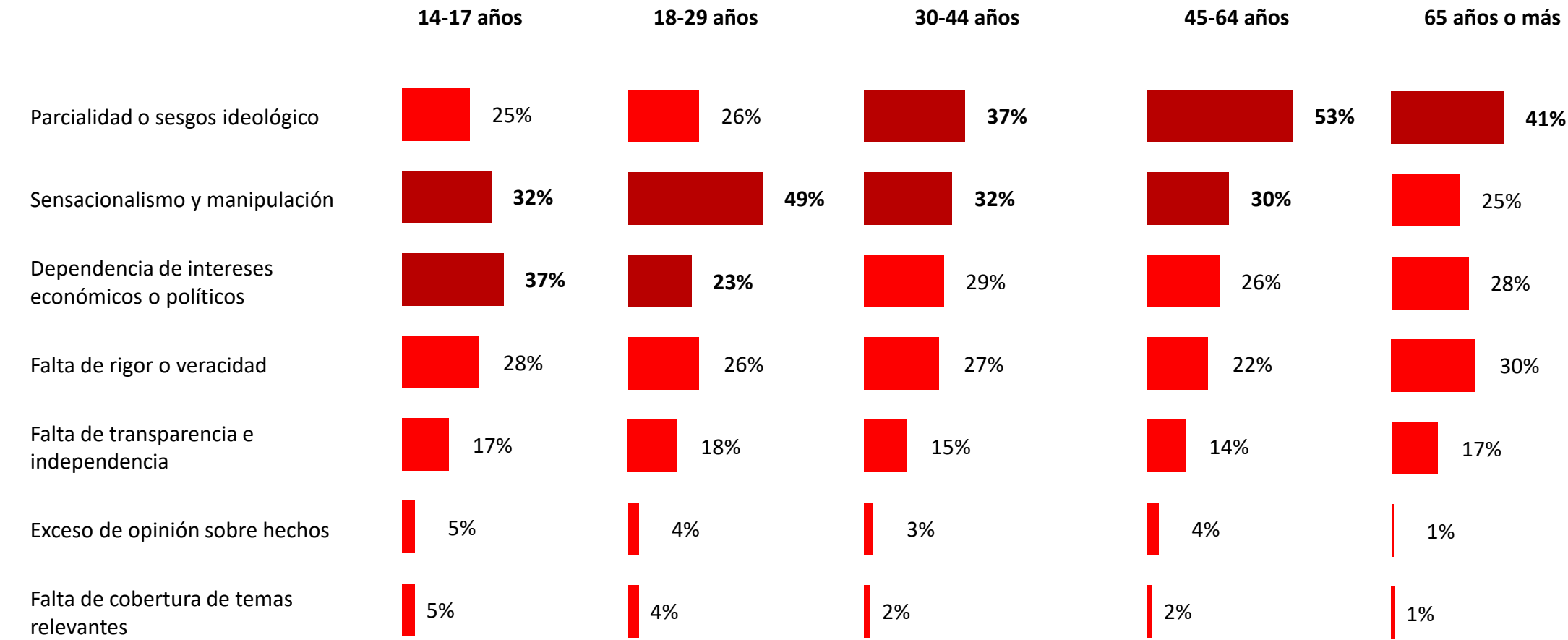
# Motivos de desconfianza en los medios

Los hombres atribuyen su desconfianza a la parcialidad y los sesgos ideológicos en mayor medida que las mujeres, mientras que ellas mencionan en mayor medida la falta de rigor y transparencia de la información publicada.



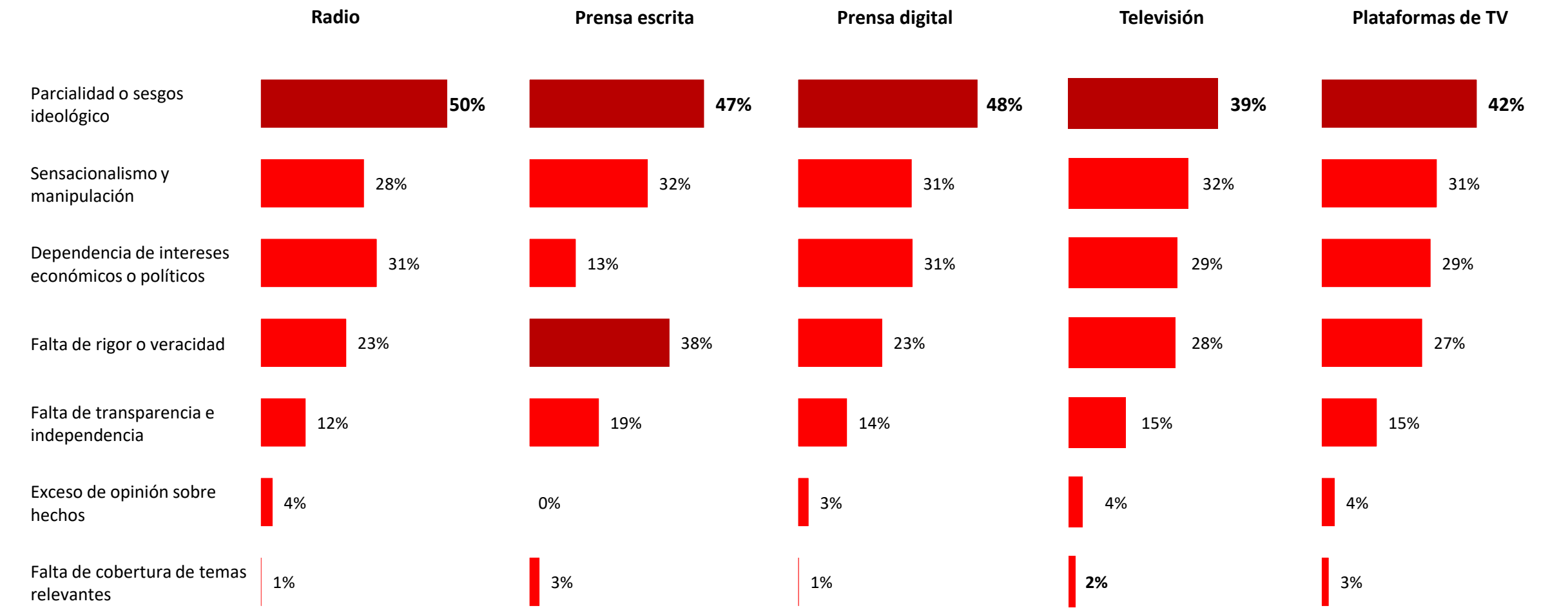
# Motivos de desconfianza en los medios

Asimismo, **los rangos de edad más jóvenes alegan la dependencia de intereses económicos y políticos y el sensacionalismo** como motivos de su desconfianza, mientras que **las personas de más edad la atribuyen a la parcialidad o los sesgos ideológicos**.



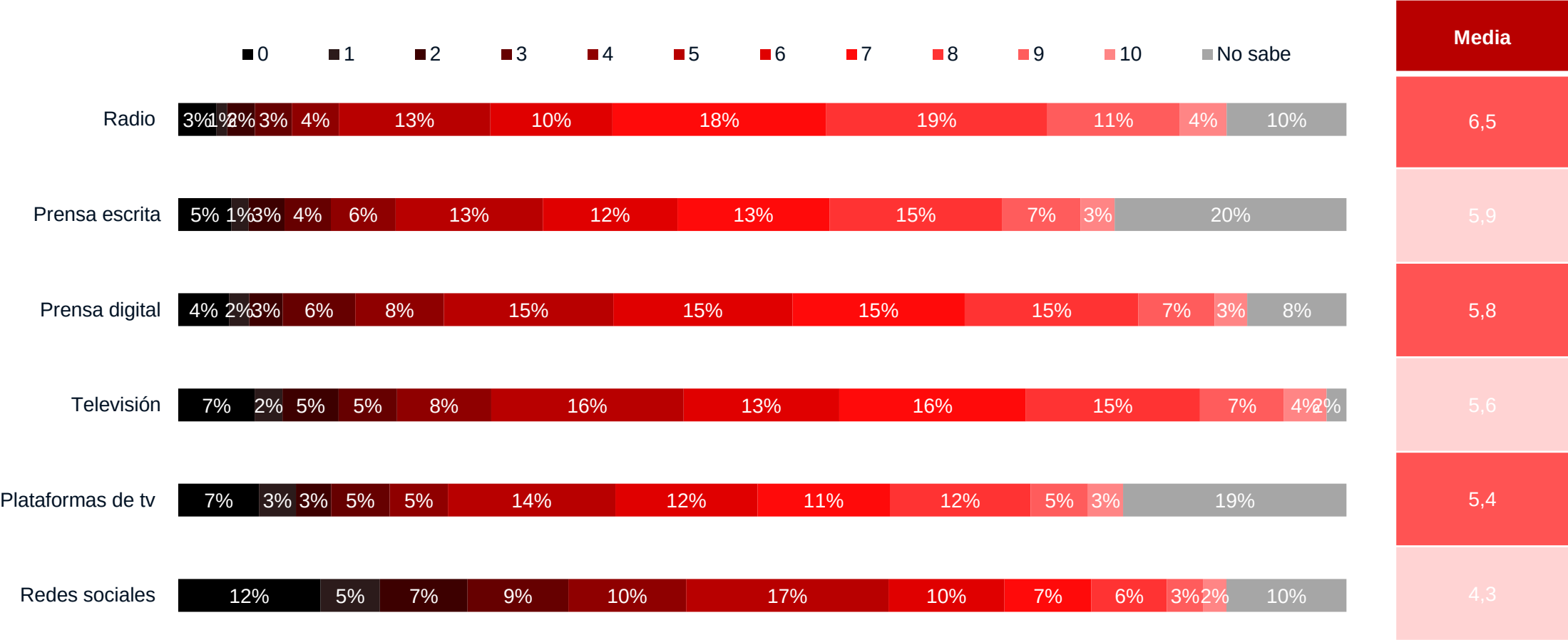
# Motivos de desconfianza en los medios

Entre las personas que consumen información a diario, **el principal motivo de desconfianza también son la parcialidad y los sesgos ideológicos de los medios.** Entre los lectores de prensa escrita, la falta de rigor o veracidad es un motivo de desconfianza para 4 de cada 10 personas.



# Grado de confianza en la información de medios

El medio que más confianza genera es la radio, seguida por la prensa tanto escrita como digital. Por el contrario, las redes sociales son el medio de información con menor credibilidad.



En una escala de 0 a 10 donde 0 es nada y 10 es mucho,  
¿en qué medida confía Ud. en la información ofrecida por los siguientes medios?

# Grado de confianza en la información de medios

Exceptuando el tramo de edad de 14 a 17 años, que valora la televisión como el medio más confiable, el resto valoran la radio sistemáticamente por encima que el resto de medios, seguida por la prensa escrita y digital. Además, las personas de 65 años o más son las que peor valoran las redes sociales.

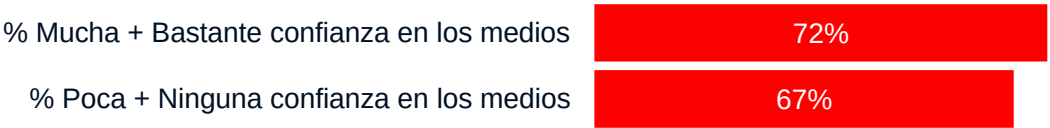
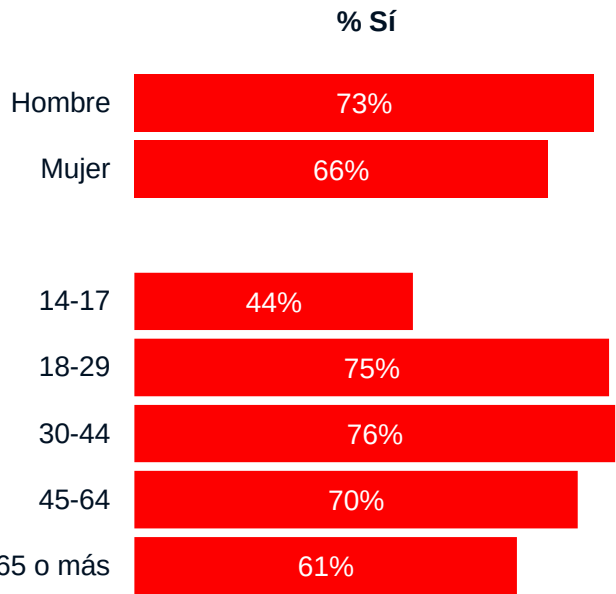
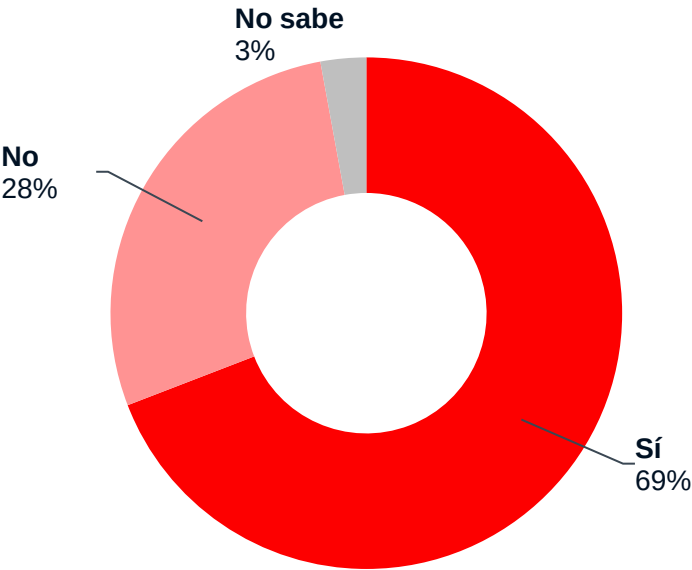
## Media

|                   | 14-17 años      | 18-29 años      | 30-44 años      | 45-64 años      | 65 años o más   |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Radio             | <div></div> 6,0 | <div></div> 6,3 | <div></div> 6,7 | <div></div> 6,9 | <div></div> 6,8 |
| Prensa escrita    | <div></div> 5,7 | <div></div> 6,3 | <div></div> 6,6 | <div></div> 6,7 | <div></div> 6,2 |
| Prensa digital    | <div></div> 5,3 | <div></div> 6,1 | <div></div> 5,8 | <div></div> 5,9 | <div></div> 6,1 |
| Televisión        | <div></div> 6,2 | <div></div> 5,8 | <div></div> 5,6 | <div></div> 5,4 | <div></div> 5,9 |
| Plataformas de TV | <div></div> 6,0 | <div></div> 5,6 | <div></div> 6,3 | <div></div> 6,0 | <div></div> 5,3 |
| Redes sociales    | <div></div> 5,4 | <div></div> 5,2 | <div></div> 4,7 | <div></div> 4,3 | <div></div> 3,7 |

En una escala de 0 a 10 donde 0 es nada y 10 es mucho,  
¿en qué medida confía Ud. en la información ofrecida por los siguientes medios?

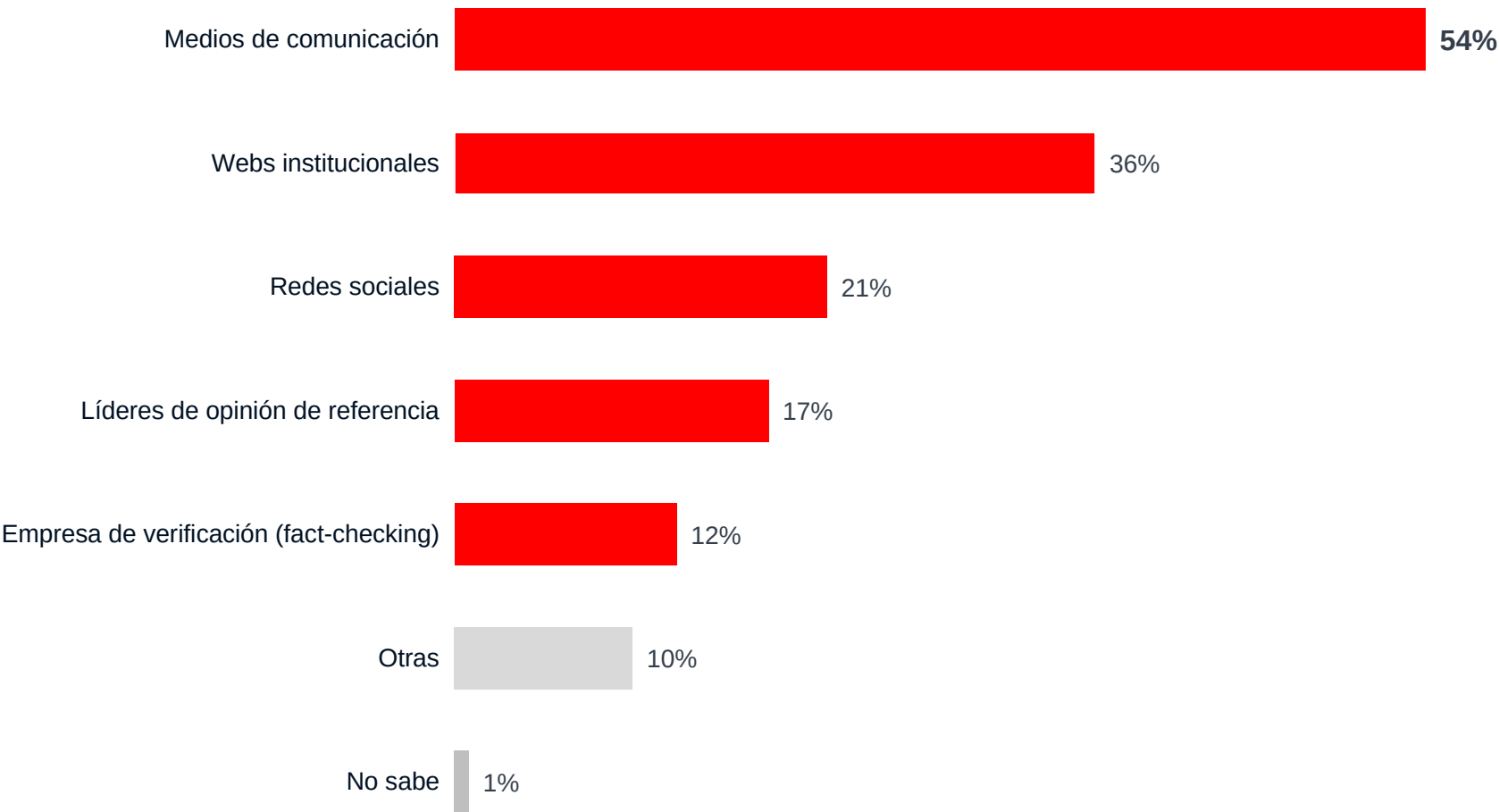
# Verificación de la información

Un 69% de la población se preocupa por comprobar la veracidad de la información, aunque los grupos más jóvenes tienden a hacerlo con menor frecuencia.



# Fuentes de verificación de la información

Las principales fuentes de comprobación de la información son los **medios de comunicación** y las **webs institucionales**.

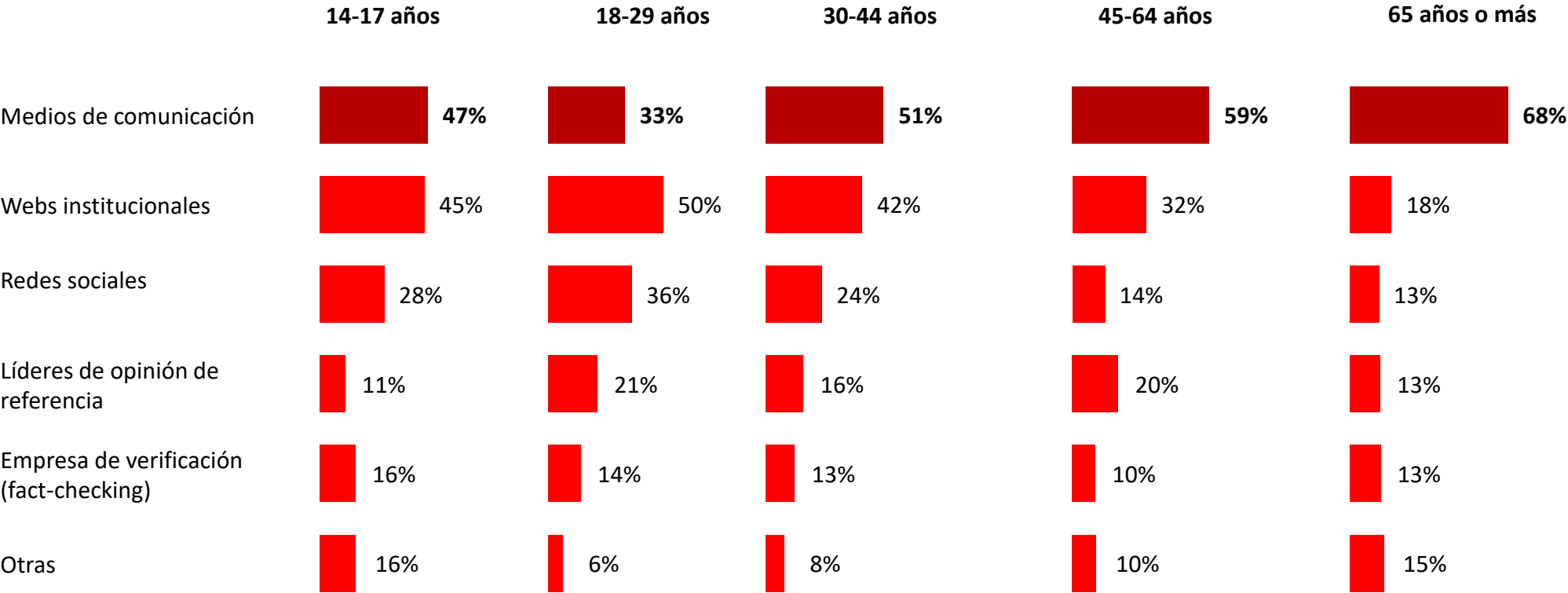




# Fuentes de verificación de la información

Los **grupos de edad superiores a los 30 años** recurren mayoritariamente a los **medios de comunicación** para comprobar la información, mientras que los **más jóvenes** también destacan el uso de **webs institucionales y redes sociales** como fuentes de verificación.

## Media



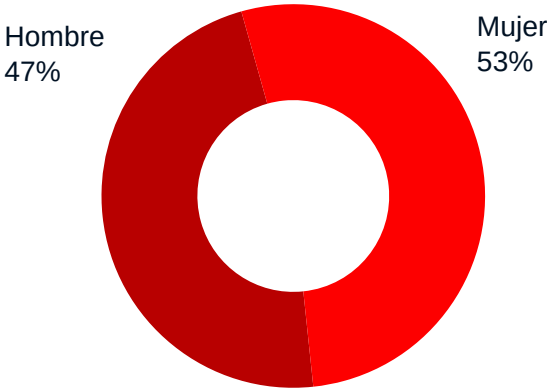


Comunidad  
de Madrid

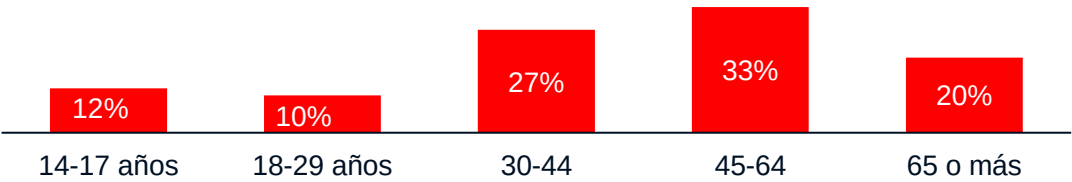
# Perfil sociodemográfico



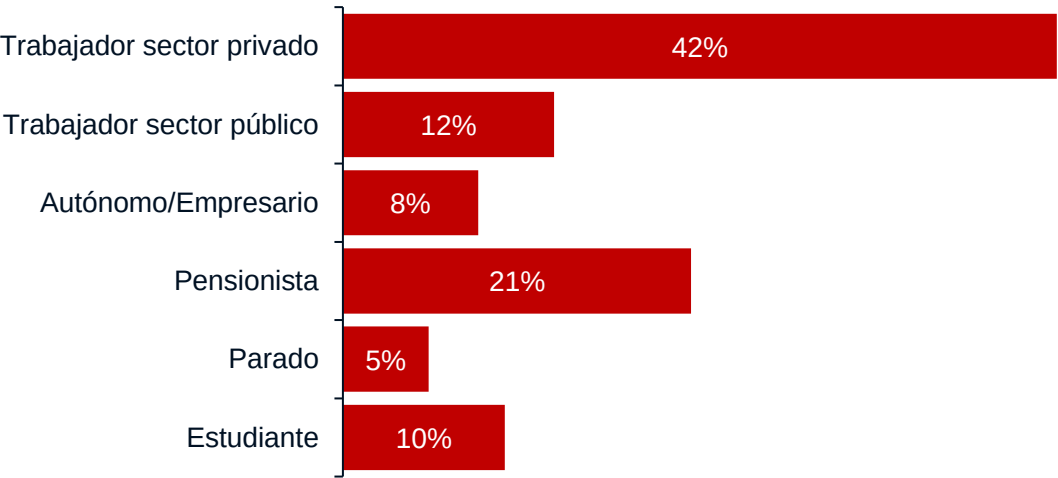
Sexo



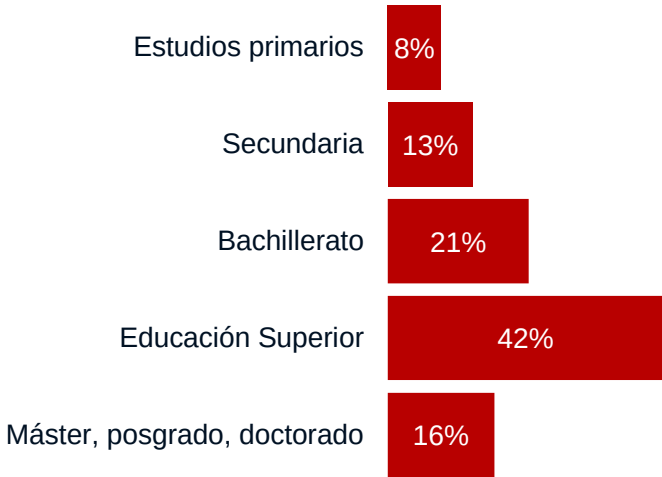
Grupos de edad



Situación laboral



Nivel de estudios



En general, ¿en qué medida diría Ud. que confía en la información ofrecida por los medios?



# Gracias

