



Grupo de Investigación  
ESTUDIOS  
SOCIALES  
E  
INTERVENCIÓN  
SOCIAL

**coideso**

Pensamiento Contemporáneo e  
Innovación para el Desarrollo Social



**H** DIPUTACIÓN  
DE HUELVA



FACULTAD DE  
TRABAJO SOCIAL



Puerto de Huelva

Autoridad Portuaria de Huelva



consejo social  
Universidad de Huelva

# Estudio Identidad Onubense

## Los onubenses y los medios de comunicación

@ivnrguez



Más info: <https://eseis.es/investigacion/identidad-onubense>



# Estudio Identidad Onubense

## FINANCIACIÓN

Cátedra de la Provincia, UHU -  
Diputación de Huelva

Autoridad Portuaria de Huelva

Facultad de Trabajo Social

Consejo Social, UHU

Grupo ESEIS

## FICHA TÉCNICA

Encuesta telefónica

Universo:  
Población de Huelva  
capital, ambos sexos,  
18 y más años

Trabajo de campo:  
Diciembre de 2020

Tamaño de la muestra:  
501 entrevistas personales,  
estratificadas por sexo, edad  
y distrito

Error muestral:  
 $\pm 4,4$  % para datos globales,  
para un nivel de confianza del  
95,5% (P = Q=50)



# El consumo general de los medios en la sociedad onubense

De cada 100 onubenses...



68 usan TV  
todos los días



58 usan la radio  
todos los días



45 usan redes  
sociales todos  
los días

LA **TELEVISIÓN Y LA RADIO** siguen siendo medios muy populares, aunque comparten protagonismo con **LAS REDES SOCIALES**

Se usan diariamente por una gran parte de la población



Algo más de la mitad de la población onubense nunca lee revistas ni periódicos



# Gran diferencia según la Edad en el consumo de medios



18-34

80,4 %  
Usan Redes  
Sociales todos  
los días



65 y +

83 %  
Usan TV todos  
los días



**Población de más edad (65 y más)**

**consume más radio, televisión y prensa**

**Jóvenes (18-34) los superan en el uso  
frecuente de las Redes Sociales**



# Radio y televisión



Más frecuente entre **jubilados**

El **93,5 %** de las amas de casa la ven a diario

La escuchan más **mayores de 65 años**

También **titulados universitarios:**  
un **53,8 %** la usa a diario

Más popular entre **personas actualmente ocupadas**





# Prensa y revistas



**63 % personas con estudios primarios o menos no lee nunca periódicos en papel**

## MEDIOS MUY MINORITARIOS:

**PRENSA EN PAPEL:** más frecuente en hombres mayores de 65 y en personas con alta práctica religiosa

**REVISTAS:** más frecuentes entre personas con nivel estudios universitarios, más ingresos y más confiadas

# Las redes sociales

## SU USO ES MÁS FRECUENTE EN

- Población más joven 
- Estudiantes y titulados universitarios 
- Con mejor situación económica que antes de la pandemia 
- Menos religiosas 

La usan más potenciales votantes de algunas **FORMACIONES POLÍTICAS**





# Conclusiones

- 👉 **Uso generalizado de los medios tradicionales (TV y radio), pero muy bajo uso medios impresos (prensa y revistas)**
- 👉 **Fuerte diferencia por edad: también nivel de estudios, estatus y ocupación**
- 👉 **Las redes sociales irrumpen con fuerza, particularmente entre los jóvenes**



## **Infografía 10-1. Estudio Identidad Onubense**

Rodríguez Pascual, I. (2021). Los onubenses y los medios de comunicación.  
*Estudio Identidad Onubense. Infografía 10-1.* Grupo de Investigación Estudios Sociales E Intervención Social, Huelva.  
En <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/6098> y <https://eseis.es/investigacion/identidad-onubense>

Elaboración a partir de: Slidesgo and Freepik. Imágenes: pixabay.com y iconmonstr.com/



*Grupo de Investigación*  
**ESTUDIOS**  
**SOCIALES**  
**E**  
**INTERVENCIÓN**  
**SOCIAL**

### **Serie de Infografías: Estudio Identidad Onubense**

© Estrella Gualda, Iván Rodríguez-Pascual, Teresa González Gómez, E. Begoña García Navarro, Carolina Rebollo Díaz, Elena Morales Marente, Marisol Palacios Gálvez, Rubén Calero del Valle

**@GrupoESEIS #IdentidadOnubense**