



25 de Enero de 2001

El consumo medio de televisión se sitúa en 120 minutos al día

Las mujeres ven más televisión en relación a los hombre

El consumo medio de televisión por cada español descendió en 3 minutos diarios en el 2000 para retroceder a la misma cifra registrada en 1998, de modo que el aumento de 1999 parecer haber sido coyuntural. Este es uno de los datos que se ponen de manifiesto en un estudio de la revista "Noticias de la Comunicación" realizado sobre los datos de audiometría de Sofres.

En este trabajo se pone de manifiesto cómo la consolidación de la competencia televisiva en España tras diez años de existencia de televisión privada ha estabilizado en 210 minutos diarios el consumo del medio al día sin que haya incidido en mayor aumento la creación de las dos plataformas de televisión digital por satélite.

La aparición de los canales de televisión privados, hace más de diez años, supuso un aumento del consumo de la oferta televisiva de las cadenas generalistas en abierto. La media de consumo no parece ascender con las nuevas ofertas de pago, o aún no se detecta esa incidencia en el consumo ya que las plataformas de televisión digital por satélite (Canal Satélite Digital y Vía Digital) sólo representan en conjunto un 2,2% del consumo medio.

Los datos de Sofres vuelven a mostrar que las mujeres ven más televisión en relación a los hombres (38 minutos más al día) y en el caso de las amas de casa este tiempo medio de exposición frente al monitor aumenta a 267 minutos. En lo que se refiere a los niños, el consumo sigue estabilizado en 154 minutos diarios.

Cerrar