

La audiencia televisiva en 2011

El consumo de televisión ha experimentado en 2011 un nuevo crecimiento, situándose en 239 minutos por persona y día frente a los 235 de 2010. Aragón, la Comunidad Valenciana y Andalucía son las autonomías con mayor consumo televisivo y País Vasco, Asturias, Madrid y Galicia las de menor consumo.

La 1 ha sido de nuevo la cadena más vista del año, con un 14,5% de cuota. Le sigue muy de cerca Telecinco con un 14,2% y, a más distancia, Antena 3 (11,5%), la FORTA (10,4%), Cuatro (6,1%) y La Sexta (5,7%).

Atendiendo a los perfiles de las principales cadenas, La 1 se caracteriza comparativamente por un público masculino y de más edad y Telecinco por un público más femenino y joven adulto. Antena 3, por su parte, presenta el perfil más juvenil.

Por géneros, La 1 se asocia más que el resto a los informativos; Telecinco al entretenimiento; Antena 3 tanto a la información como a la ficción, y Cuatro y La Sexta claramente a la ficción.

Teniendo en cuenta las fusiones ya producidas (Mediaset - Cuatro) y las previstas (Antena 3 - La Sexta), Mediaset sería el grupo con mayor audiencia (26,4%) seguido de Antena 3 (22,8%) y del grupo TVE (22,2%).

Las cadenas temáticas de la TDT consiguen en su conjunto un 24,6% de cuota de pantalla frente al 18,5% del año anterior. Clan TV, Neox y FDF son las que registran mayor audiencia.

Las televisiones de pago suman un 6,8% de la audiencia, con niveles superiores a los del año anterior. Fox, AXN, Canal + 1, Paramount Comedy, Canal Hollywood y Gol TV superan al resto.

Por sistemas de distribución, el 80% del visionado se realiza a través de TDT, un 15% a través de cable/ADSL y un 5% a través de satélite.

Por programas, los eventos deportivos siguen encabezando el ranking: partidos de la selección española, Champions League, Liga. Para el resto de espacios domina Águila Roja y entre los informativos los de La 1 son los más vistos en términos globales.