

# “JUVENTUD Y CULTURA DIGITAL: EN BUSCA DE UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD”

**Leire Gómez  
Nereida López  
Julia González**

Tarragona 2012





La tecnología  
reinventa el ocio  
en el siglo XXI



## OBJETIVOS

- Qué lugar ocupa la TV
- Opinión de los jóvenes sobre la TV actual
- Géneros y formatos televisivos favoritos

## CONTEXTO

- Cambio en la transmisión de los valores culturales
- Contexto digital en el que viven rodeados de nuevos medios y soportes comunicativos



## METODOLOGÍA

- Investigación “Preferencia juvenil en nuevos formatos de TV. Tendencias de consumo en jóvenes entre 14 y 25 años”. Observatorio del Ocio y el Entretenimiento digital (Ocendi).
- Desarrollo en 2 fases: la primera de ellas durante los años 2010 y 2011.
- Se han realizado 3.500 entrevistas divididas en 2 subsegmentos de edad: de 14 a 17 años y de 18 a 25 años





# CENDI

OBSERVATORIO DEL OCIO Y EL ENTRETENIMIENTO DIGITAL

- La TV es el medio de comunicación más consumido

Aquellos con edades entre 13 y 24 años han pasado de un consumo de 155 minutos diarios en 2010 a 164 en 2011 (Kantar Media)

- Más canales de TV

A comienzos de 2011, España era el 2º país de Europa con mayor número de canales de TV: 1.180 (OAE)

- Los jóvenes entre 13 y 24 años son quienes menos TV consumen (AIMC y EGM)

Han pasado de suponer el 8% de la audiencia en 2001 al 6,5% en 2011

*“Olvidándose de la función social, informativa y educativa que tiene asignado el medio de forma tradicional” (López et al, 2010)*

- Los jóvenes opinan que la televisión atiende únicamente al entretenimiento

## AUDIENCIAS

- TVE-1 (14,6%)
- Telecinco (14,4%)
- Antena 3 (12,7%)  
([www.formulatv.com](http://www.formulatv.com), noviembre 2011)



tve



TELECINCO

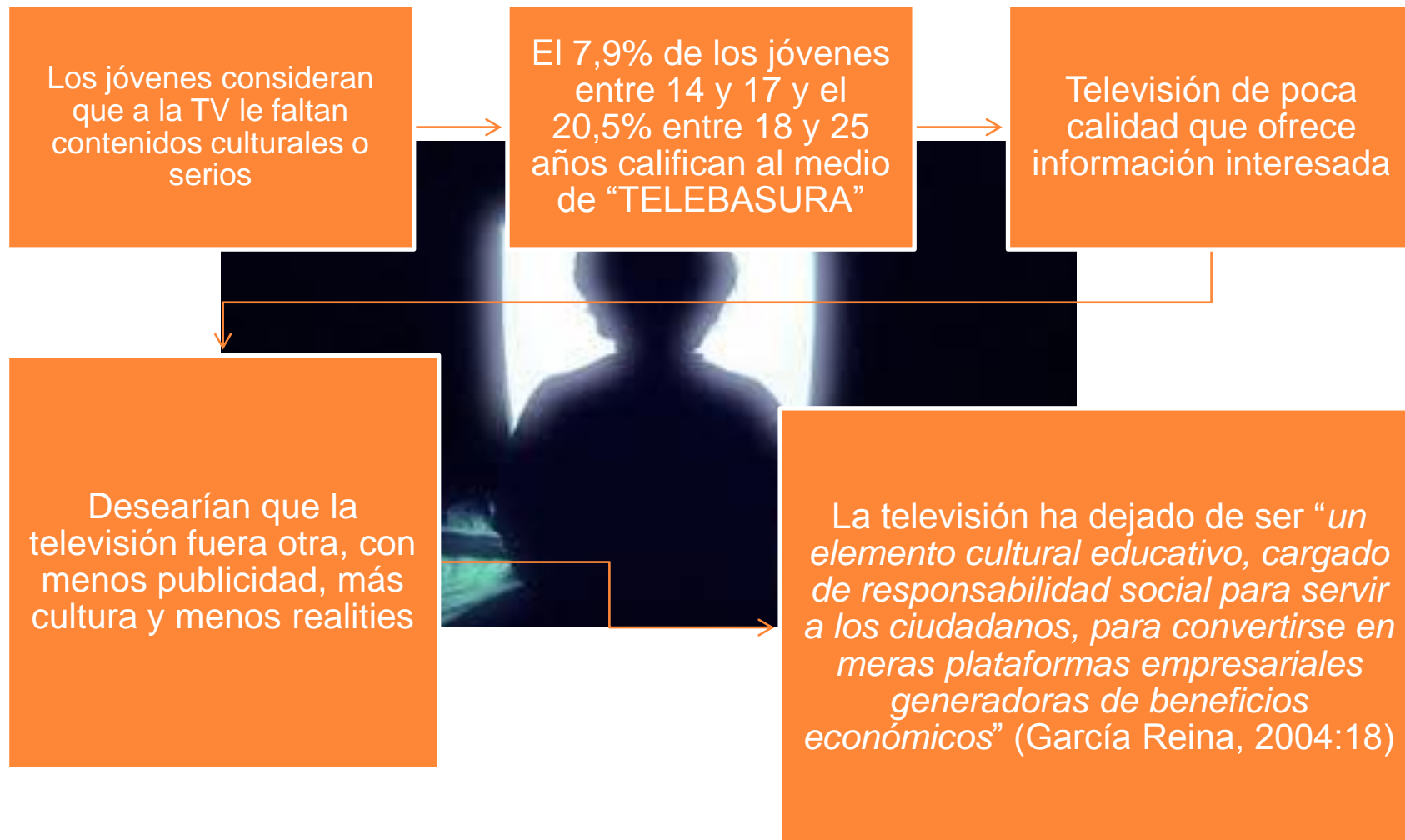


ANTENA 3

## VALORACIÓN CANALES TV

- Antena 3: valoran positivamente su oferta cinematográfica y las series de producción propia.
- TVE-1 y La 2: consideran que emiten los espacios de mayor calidad (informativos, concursos culturales, documentales, series de producción nacional y programas de variedades)





## PREFERENCIAS TV (14-17 AÑOS)

Ocio (17%)  
Actualidad (16,3%)  
Deportes (16%)

Sexo (15%)  
Relaciones (13,6%)  
Viajes (8,3%)  
Videojuegos (8%)  
Información (5%)

**SÓLO A UN 2,4% DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS LE GUSTA LA TV ACTUAL**

## PREFERENCIAS TV (18-25 AÑOS)

Actualidad (21,7%)  
Ocio (15,8%)  
Viajes (15,8%)

Información (14,4%)  
Deportes (9,6%)  
Relaciones (9,6%)  
Sexo (8%)  
Videojuegos (4,9%)

**SÓLO A UN 0,6% DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS LE GUSTA LA TV ACTUAL**

## PROGRAMA IDEAL (14-17 AÑOS)

Humor (11,7%)  
Cine (10,6%)  
Entretenimiento (10%)  
Música (7,8%)  
Deportes (6,5%)

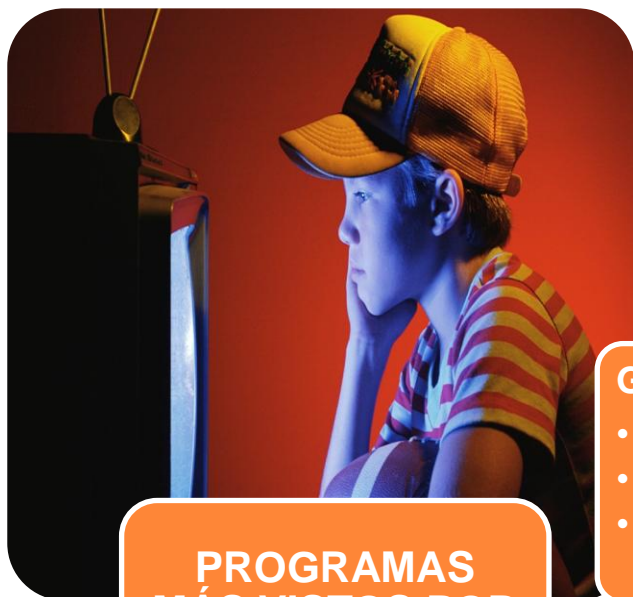
**TELEVISIÓN COMO  
MEDIO DE  
ENTRETENIMIENTO**

## PROGRAMA IDEAL (18-25 AÑOS)

Actualidad (14,2%)  
Entretenimiento (13,2%)  
Información (9,7%)  
Cultura (8,7%)  
Ficción (5%)

**QUIEREN QUE LA  
TV, ADEMÁS DE  
ENTRETENER,  
TAMBIÉN INFORME  
Y FORME**





**PROGRAMAS  
MÁS VISTOS POR  
LOS JÓVENES**  
(Barlovento  
Comunicación,  
septiembre 2011)

### GÉNEROS

- Deporte
- Ficción
- Entretenimiento

### PROGRAMAS (cuota pantalla)

- Fútbol (TVE-1) 48,2%
- Post fútbol (TVE-1) 45,1%
- El Barco (Antena 3) 36,8%
- Desafío Champions (TVE-1) 42,2%
- Fútbol Copa del Rey (TVE-1) 30,9%
- D. Reg (Antena 3) 29,9%
- Física o Química (Antena 3) 30,5%
- Los protegidos (Antena 3) 29,3%
- Fútbol (TVE-1) 29,6%
- Fórmula 1 (La Sexta) 35%
- Gran Hermano (Telecinco) 28%
- Superviviente (Telecinco) 28%
- La que se avecina (Telecinco) 25,8%
- Aida (Telecinco) 19%

**PROGRAMAS MENOS  
VISTOS POR LOS  
JÓVENES** (Barlovento  
Comunicación,  
septiembre 2011)

- Cine
- Humor
- Música
- Actualidad
- Información
- Cultura

**PROGRAMAS** (cuota de pantalla)

- Vecinos en la naturaleza (La 2) 0,2%
- Conciertos Radio 3 (La 2) 0,4%
- Dibujos animados (Telecinco) 0,6%
- Agrosfera (La 2) 0,2%
- Diario de los grandes felinos (La 2) 0,2%
- Los últimos indígenas (La 2) 0,3%
- Festival Luna lunera (La 2) 0,1%



**Los jóvenes ven la TV para entretenerse, sirviéndose de otros medios para dar respuesta a sus necesidades**

**MEDIOS FAVORITOS (14-17 años)**

40% Internet; 28% cine; radio 13,3%; revistas 12,5%; periódicos 8,2%

**MEDIOS FAVORITOS (18-25 años)**

26% Internet; cine 19,3%; TV 16%; radio 14,2%; periódicos 13,4%; revistas 12%

**Entre octubre 2010 y mayo 2011:**

**el cine fue el medio de comunicación más consumido por los jóvenes entre 14 y 24 años (22,6%), junto a Internet (21%) y las revistas (15,3%), mientras que la televisión ocupó el cuarto puesto, con unos datos de audiencia del 12,7%. (AIMC a partir de datos del EGM)**

## CAMBIO DE HÁBITOS DEL CONSUMO TELEVISIVO DE LOS JÓVENES A FAVOR DE INTERNET

### ¿POR QUÉ?

El usuario abandona el papel de espectador pasivo  
No está sujeto a una programación prefijada  
Puede consumir contenidos en cualquier lugar

### CONSECUENCIAS

El consumo de la TV por Internet va en aumento. Según datos de OJD, durante julio de 2011, el portal de RTVE logró un récord en el consumo de vídeo Telecinco aumentó su número de usuarios en cerca de dos millones y medio de personas Antena 3 ganó un millón de internautas, hasta situarse en los ocho millones de usuarios

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
 MINISTERIO DEL PODER JUDICIAL  
 TRIBUNAL UNIFICADO DE LOS ANGELES  
 TRIBUNAL UNIFICADO DE LOS ANGELES

FECHA	VALOR	MONEDA	MONEDA
2014	100	USD	100
2015	100	USD	100
2016	100	USD	100
2017	100	USD	100
2018	100	USD	100
2019	100	USD	100
2020	100	USD	100
2021	100	USD	100
2022	100	USD	100
2023	100	USD	100
2024	100	USD	100
2025	100	USD	100
2026	100	USD	100
2027	100	USD	100
2028	100	USD	100
2029	100	USD	100
2030	100	USD	100

**¡MUCHAS GRACIAS!**