



:: [portada](#) :: [Conocimiento Libre](#) ::

13-11-2004

Internet supera a periódicos y revistas en número de lectores

Agencias

En Europa, Internet supone ya el 20% del consumo de medios. La sociedad acude más a la red que a las revistas (8%) y los periódicos (11%), pero menos que a la radio (30%) o la televisión, que sigue siendo el medio más seguido, un 33%. Sin embargo, más de un tercio de los internautas, el 35%, afirma que ha reducido el tiempo que dedica a ver la tele como consecuencia del mayor uso de la red.

Según un estudio de la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA), el número de internautas está creciendo. Y de ellos, el 42% se conecta a diario y un 10% dedica más de 25 horas a la semana a navegar por la red.

El objetivo del estudio encargado por la EIAA y realizado por la empresa especializada en investigación Millward Brown, era cuantificar el tiempo que los europeos dedican a los medios de comunicación. Además de averiguar qué imagen tienen los consumidores de Internet y el papel que este soporte juega en la elección de medios.

Los resultados son positivos: para la mitad de los encuestados, Internet es su fuente de información preferida. Un 70% define este soporte como la mejor forma de encontrar "lo que quieres" y un 80% lo considera como el medio donde mejor se aprovecha el tiempo que se le dedica. Uno de cada tres consumidores llega a afirmar que "no podría vivir sin Internet".

Respecto a la publicidad, el 83% piensa que la televisión tiene demasiada, mientras que menos de la mitad opina lo mismo de Internet. Además, un tercio de los encuestados afirman que los anuncios online guardan relación con ellos y más de la mitad (el 53%) cree que las marcas más vanguardistas son las que se anuncian de este modo.

El estudio llega a la conclusión de que el medio digital hace crecer las ventas 'offline'. Dos de cada cinco personas buscan información sobre billetes y vacaciones en Internet para comprarlos luego en los canales tradicionales. En el caso de los libros y las entradas de cine y teatro, un tercio de los consumidores los busca en páginas web, pero no los compra online.

Respecto a las pautas de consumo, un 88% de los europeos gestiona sus emails con regularidad; un 61% visita webs de noticias y casi la mitad utiliza Internet para realizar sus gestiones con bancos.

Asimismo, el estudio revela que se consume más de un medio al mismo tiempo. No obstante, Internet requiere la atención en exclusiva, a diferencia de otros medios cuyo consumo sí se suele compaginar.

El estudio incluye 7.000 entrevistas telefónicas aleatorias con más de 1.000 encuestados de Reino Unido, Alemania, Francia, España, Italia y los países nórdicos y 500 encuestados en Bélgica y Holanda. Se ha realizado durante septiembre y octubre de 2004