



:: [portada](#) :: [Mentiras y medios](#) ::

10-08-2004

Andalucía registra el mayor consumo, mientras que Galicia y Canarias son las regiones menos
[teleadictas]

Los españoles pasaron 3 horas y media diarias frente al televisor en 2003

IBL News

Cada español invirtió en 2003 una media diaria de tres horas y 33 minutos frente al televisor. Por Comunidades, los andaluces se sitúan a la cabeza en el consumo televisivo, con casi tres horas y tres cuartos, seguidos de cerca por los valencianos y castellano-manchegos, que acreditaron 220 y 219 minutos, respectivamente. Gallegos y canarios, en cambio, se mostraron como los menos teleadictos del país, con una media diaria de 191 y 192 minutos. Así lo pone de manifiesto el Anuario SGAE 2004 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, un informe que recoge los datos estadísticos básicos para comprender el estado del ocio y la cultura en España.

Entre otras curiosidades, el estudio revela que la pauta de consumo se dispara por encima de la media en los meses invernales, mientras que en verano desciende por debajo de las tres horas. Los días preferidos por los españoles para sentarse frente a los receptores de televisión fueron los domingos (225 minutos) y los lunes (217), del mismo modo que los viernes prefieren dedicarlos a otras ocupaciones y para la tele se reservan sólo 205 minutos.

Por variables sociodemográficas, son las mujeres mayores de 16 años las que más televisión ven al cabo del día (4 horas), 40 minutos más que los hombres. A medida que aumenta la edad lo hace también el consumo. Así, mientras los jóvenes de entre 13 y 24 años invierten 2 horas y 23 minutos, los mayores de 65 llegan a dedicarle más de cinco horas diarias al televisor.

Según este informe de la SGAE, cada vez son más los hogares españoles en los que se acumulan tres o más receptores. La cifra ha crecido del 17,4% en 2001, a los 18,4% en 2002 y a 22,3% en 2003. El 43,5% de las familias cuentan con dos receptores, mientras que el 33,4% "se conforman" con uno solo.

La ficción, género preferido

Películas, series y telefilmes fueron los programas que mayormente nutrieron a las cadenas españolas de televisión, además de los espacios de miscelánea y los informativos. Del análisis de las parrillas se deduce que los concursos son un género en declive (4,1% de la programación) y que los deportes o las variedades y humor no son los únicos programas con más audiencia, dejando paso a las teleseries de producción española, los informativos y al cine.

La lista de los 50 programas más vistos en 2003 está encabezada por el Festival de Eurovisión, que el 24 de mayo logró una cuota del 58,4%. Tres de las cinco primeras posiciones fueron partidos de fútbol: Manchester United-Real Madrid (23 de abril), Barcelona-Juventus (22 de abril) y Noruega-España (19 de noviembre).



Las nuevas series españolas han conectado a la perfección con el telespectador de nuestro país. Hasta nueve aparecen en la clasificación, cuatro de ellas entre los diez primeros puestos: Aquí no hay quien viva, Cuéntame como pasó, Ana y los 7 y Los Serrano. La primera película se encuentra en el puesto decimoséptimo: El sexto sentido, emitida por TVE-1 el 2 de marzo de 2003.

TVE-1 acaparó la mayoría de programas con más audiencia: ocho de los diez primeros, quince de los veinte y treinta de los cincuenta. Le siguieron en las preferencias Tele 5 (que colocó en esa relación trece) y Antena 3 (con seis). Completa la clasificación el partido Deportivo de La Coruña-Mónaco, emitido por La 2 el 21 de octubre.

TVE, aún líder

Aunque ya en retroceso, TVE-1 aún se mantuvo como cadena líder en 2003, con una audiencia del 23,4% (un 1,3% menos que en 2002). El único canal que registró una mejora con respecto al ejercicio anterior fue Tele 5, que llegó en 2003 a un 21,4%, un 1,2% más. Antena se situó en un 19,5%, La 2 en el 7,2% y Canal + 1 en un 2,0%.

En conjunto, las cadenas privadas generalistas supusieron un 42,9% de la audiencia, por un 30,6% de las nacionales públicas. Los españoles se decantaron por las cadenas nacionales (73,5%) frente a las autonómicas (18,2%), las digitales (3,4%), las locales (2,7%) y otras (2,1%).