

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO

**GALICIA**

(Semanas 4 a 6 de Confinamiento; del 6 al 26 de Abril de 2020 )

**AVANTE**  
MEDIOS

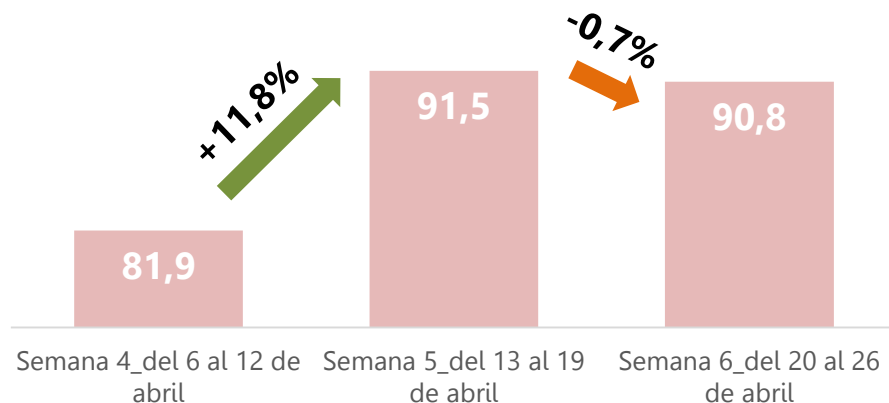
**COVID-19**  
CORONAVIRUS



# EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO

## IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DURANTE EL CONFINAMIENTO

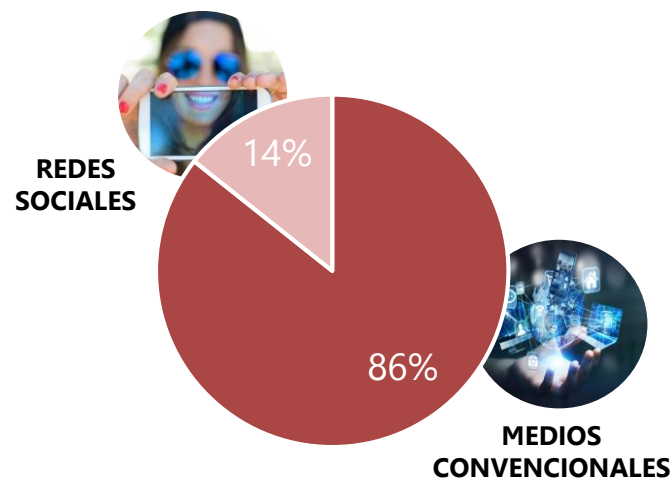
(Afirmación de los encuestados: Muy Importante + Bastante Importante)



## PRINCIPAL CANAL INFORMATIVO

Medios Convencionales vs Redes Sociales

Dato promedio de las tres semanas en estudio



Durante el Confinamiento los **Medios de Comunicación** se han convertido en **“aliados” de todos los que estamos sufriendo esta situación.**

Ya sea para informarnos, entretenernos o, simplemente, ayudarnos a pasar el tiempo, **algunos medios han vuelto a ocupar un lugar en nuestros hogares que ya habían perdido:** como es el caso de la Televisión en Abierto.

Sin embargo, **¿qué va a pasar con los medios a partir de ahora?** Esa reflexión nos la hace nuestro compañero Álvaro Brandau en su artículo *Consumo de Medios en la era Postcovidta. Nada va a cambiar. Todo ya ha cambiado.*

[\(http://www.extradigital.es/consumo-de-medios-en-la-era-postcovidta-nada-va-a-cambiar-todo-ya-ha-cambiado/\)](http://www.extradigital.es/consumo-de-medios-en-la-era-postcovidta-nada-va-a-cambiar-todo-ya-ha-cambiado/)

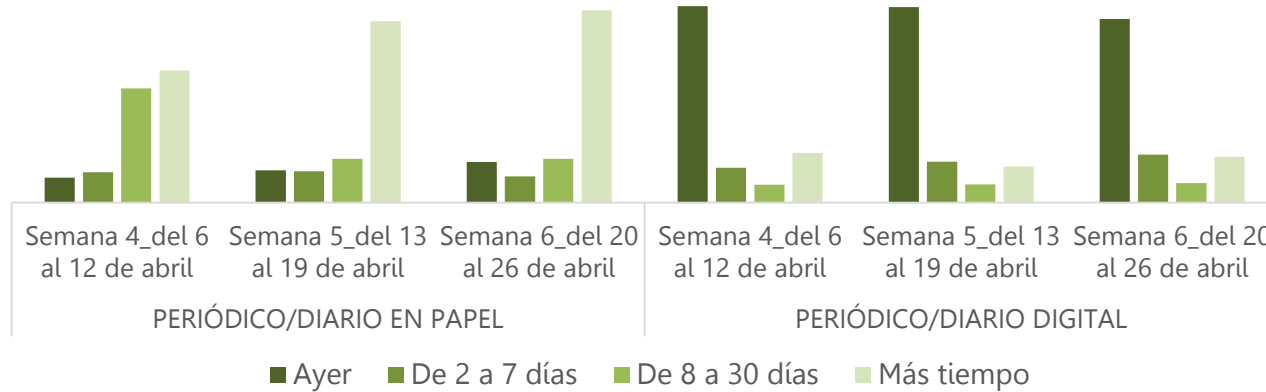
## ¿QUÉ NOS APORTA CADA MEDIO EN ESTOS MOMENTOS?

	TV ABIERTO	RADIO CONVENCIONAL	PRENSA ONLINE	PLATAFORMAS (NETFLIX, HBO...)	TV PAGO (MOVISTAR...)	REDES SOCIALES
AYUDA A PASAR ESTOS MOMENTOS	✓			✓		✓
ENTRETENIMIENTO	✓			✓	✓	
INFORMACIÓN	✓	✓	✓			

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO | PRENSA

## ¿CUÁNDO LEYÓ POR ÚLTIMA VEZ UN PERIÓDICO EN PAPEL O DIGITAL?

Conforme avanzan las semanas de confinamiento la BRECHA ENTRE PRENSA PAPEL Y DIGITAL SE HACE CADA VEZ MÁS GRANDE.



Frente al crecimiento de lecturas diarias de las versiones digitales se observa que las lecturas de prensa papel se han realizado hace más tiempo. Esto viene motivado, principalmente, por: la reducción de la venta en quioscos y la nula lectura en cafeterías y la inmediatez que ofrece la prensa digital (en una situación como la actual buscamos tener las últimas noticias al momento).

PARA LEER PRENSA DIGITAL SE CONECTAN A TRAVÉS DE



68,3%

SMARTPHONE  
(Semana 6)



46,7%

ÓRDENADOR  
(SOBREMESA/PORTÁTIL)  
(Semana 6)

Y LO HACEN, PRINCIPALMENTE, A LA WEB DEL DIARIO (82,1%)  
(promedio de la tres semanas)



FIDELIDAD A LAS CABECERAS/PÁGINAS ANTERIORES A LA CRISIS DEL CORONAVIRUS.

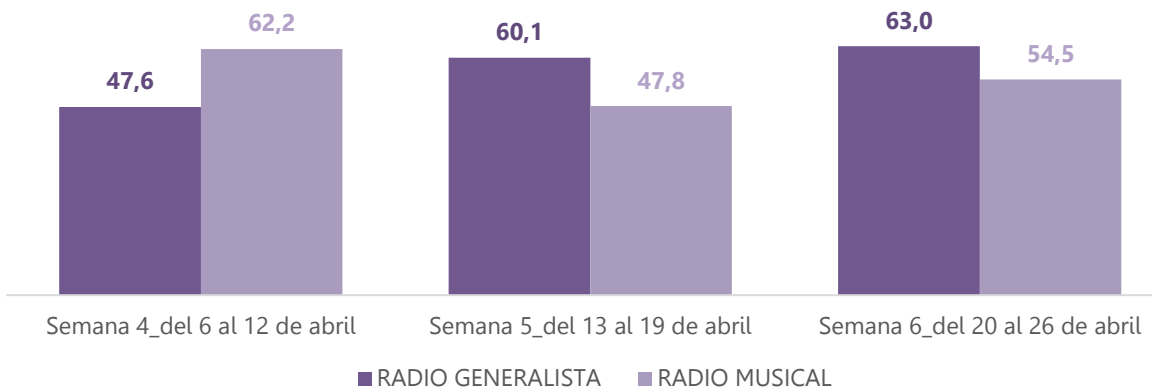
PERO SÍ HAN VISITADO OTRAS PARA AMPLIAR SU INFORMACIÓN.

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO | RADIO



**Creciente interés por la información frente al entretenimiento conforme aumentan las semanas de confinamiento**

## RADIO GENERALISTA VS RADIO MUSICAL



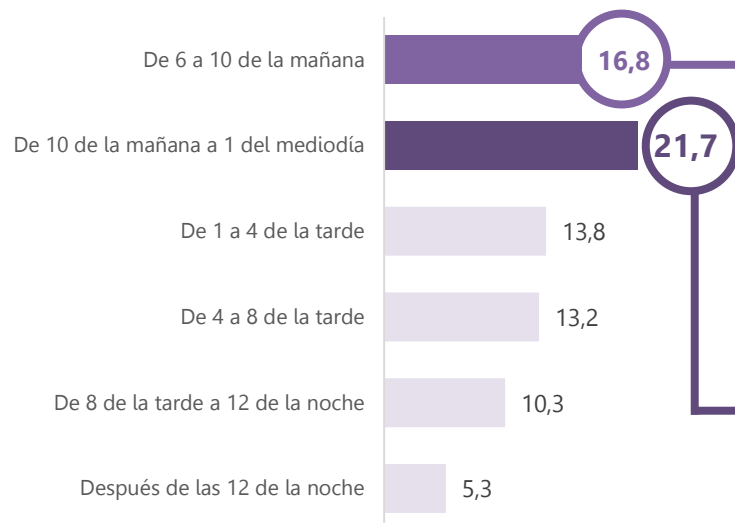
**52,7%**

**RADIO CONVENCIONAL**  
CONTINÚA SIENDO EL DISPOSITIVO POR EXCELENCIA EN LA ESCUCHA DE RADIO

**28,7%**

**MÓVIL / SMARTPHONE**  
OCUPA EL SEGUNDO LUGAR

## CONSUMO POR FRANJAS HORARIAS



**MAYOR PENETRACIÓN DE LA RADIO GENERALISTA.**  
ESCUCHA DE INFORMATIVOS, ENTREVISTAS, MAGAZINES.

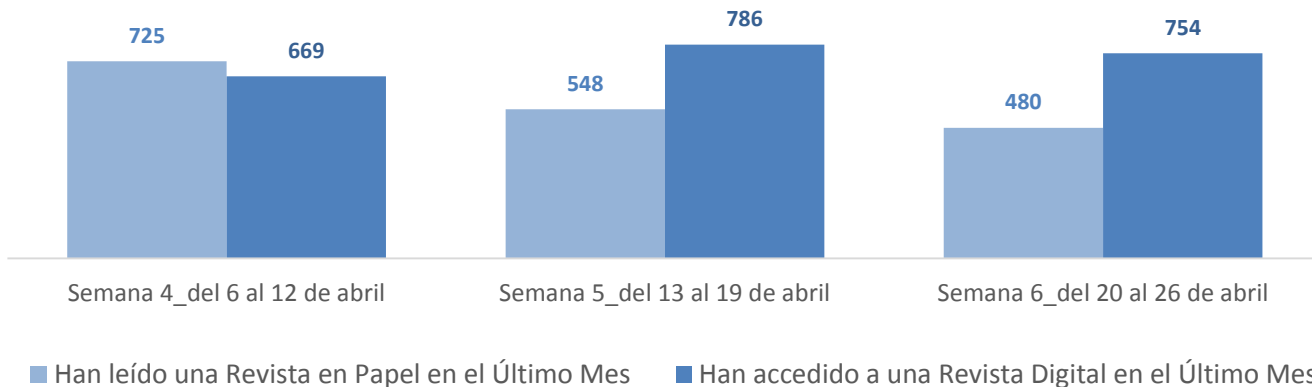
**ENTRETENIMIENTO.**  
MAYOR NÚMERO DE OYENTES DE RADIO MUSICAL.

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO | REVISTAS

## REVISTAS EN PAPEL VS REVISTAS POR INTERNET

### Aumento del número de lectores de Revistas Digitales.

Crecen en un **12,71%** mientras que las revistas en papel pierden un **33,73%** de sus lectores en Galicia.



### DISPOSITIVOS<sup>1</sup> DE LECTURA EN FORMATO DIGITAL

- **SMARTPHONE (58,3)**
- Ordenador sobremesa o portátil (**37,9**)
- Tablet (**20,8**)



### FORMATOS<sup>1</sup> DE LECTURA EN FORMATO DIGITAL

- **WEB DE LA REVISTA (68,0)**
- PDF (**24,4**)
- APP (**12,4**)

# HTTP

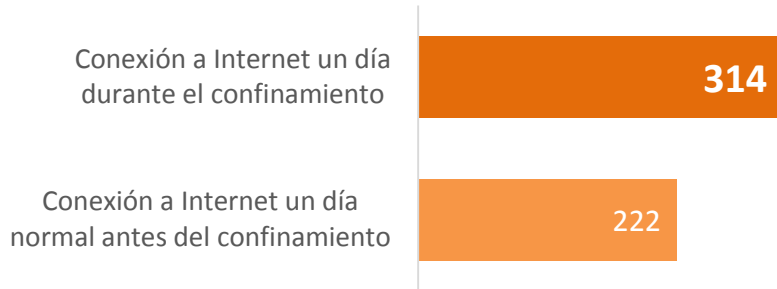
<sup>1</sup>Nota.- Dato promedio de las tres semanas en estudio





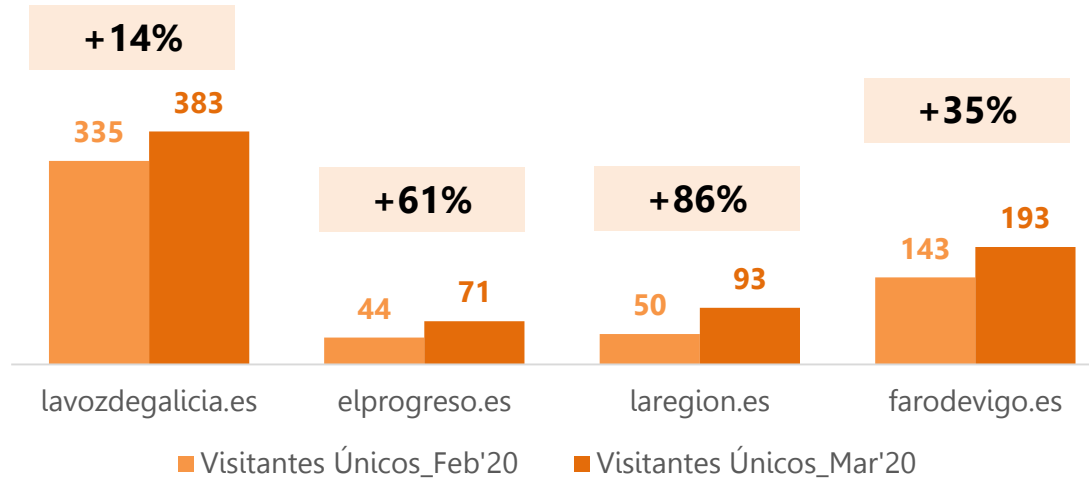
# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO | INTERNET

## MINUTOS DIARIOS DE CONEXIÓN EL ANTES Y EL DESPUÉS: +41,4% DE CRECIMIENTO



(Dato promedio de las tres semanas en estudio)

## PRENSA ONLINE | LÍDERES PROVINCIALES EN GALICIA



Claro aumento del número de lectores de prensa online por el inicio de la Crisis del Coronavirus y las primeras semanas de confinamiento (del 15 al 31 de marzo)

Fuente: Datos Comscore Marzo'20 vs Febrero'20. Visitantes Únicos en Desktop.



70,6

SE CONECTAN A REDES SOCIALES, AL MENOS, UNA VEZ AL DÍA

58,8

A YOUTUBE LO HACEN CON MENOR FRECUENCIA (4 VECES A LA SEMANA)

## DISPOSITIVOS PREFERENTES DE CONEXIÓN

(Dato referido a la Semana 6 de confinamiento)

SMARTPHONE  
80,3



PORTÁTIL/  
NETBOOK  
46,6



ORDENADOR  
SOBREMESA  
29,9



TABLET  
26,5



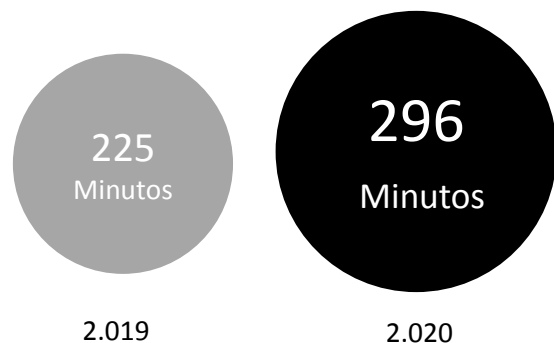
# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO | TELEVISIÓN

## CONSUMO TELEVISIÓN

Del 6 a 26 de abril de 2019 vs. 2020.

**+71 MINUTOS**

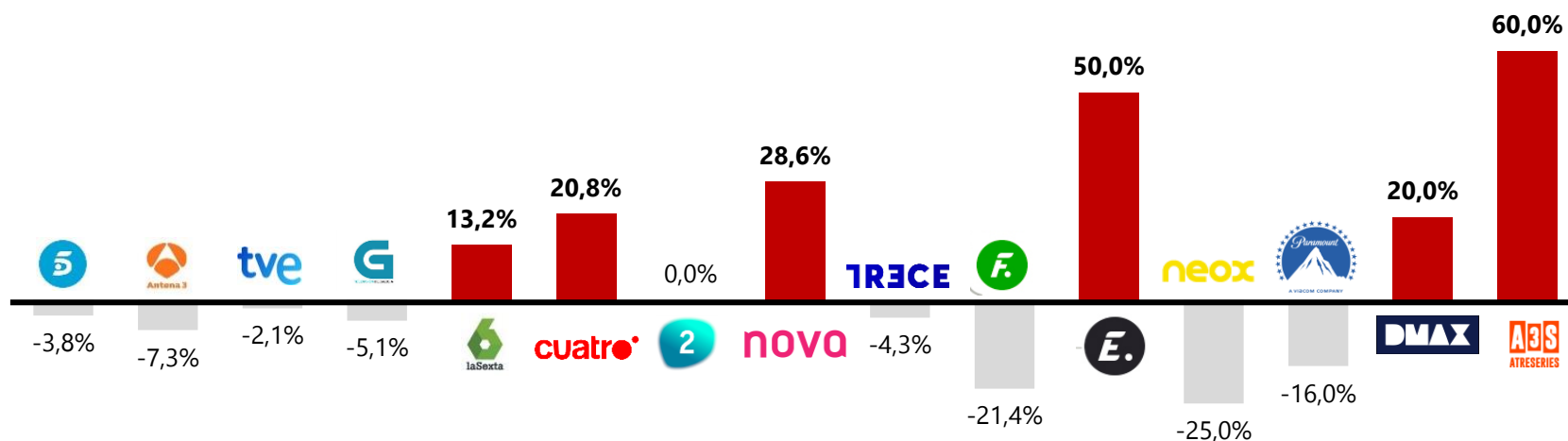
**+31,56% DE INCREMENTO**



A pesar del aumento del consumo de televisión, **ESTE NO SE VE REFLEJADO EN LOS PRINCIPALES CANALES**. Muy al contrario, **los que refuerzan su audiencia son LOS SEGUNDOS CANALES** como **La Sexta** (de un 6,8% de cuota en 2019 a un 7,70% en 2020) o **Cuatro** (con un crecimiento del 4,8% al 5,8%); y las **CADENAS DE TDT** en abierto como **Nova** (del 2,1% de 2019 al 2,7% en 2020) o **Atreseries** (del 1,0% al 1,6%).

## DIFERENCIA EN CUOTA DE PANTALLA

INCREMENTO O DESCENSO EXPRESADO EN % SOBRE EL PERIODO ANALIZADO



**AVANTE**  
MEDIOS

**#SEGUIMOSAVANTE**