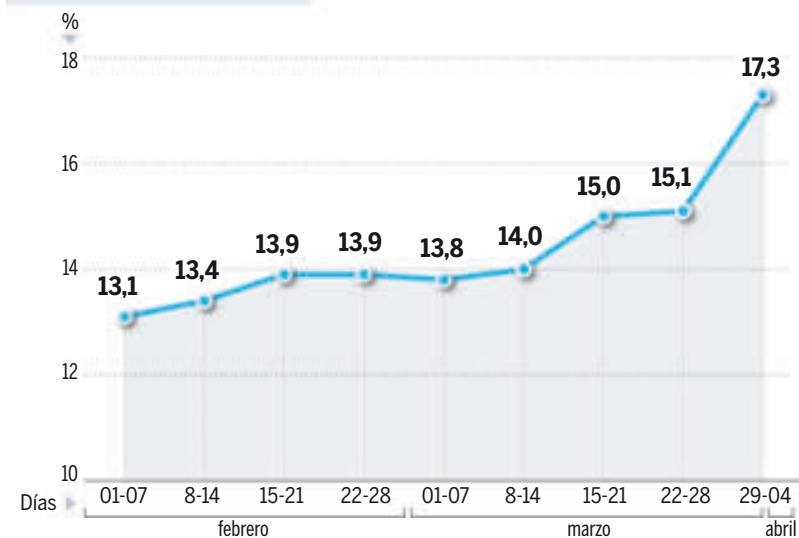


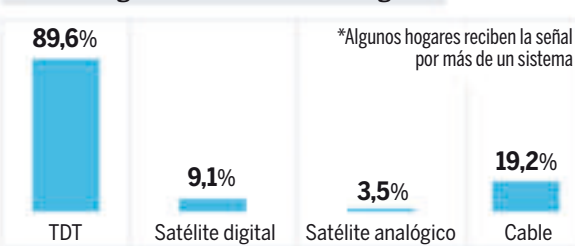
La hora de la TDT

Cuota cadenas temáticas

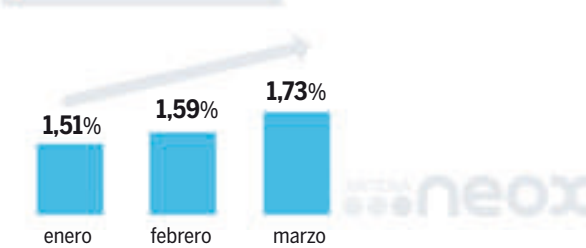


Fuente: Antena 3/ImpulsaTDT

Cómo llega la señal de TV a los hogares



Evolución Neox en 2010



Infografía LA RAZÓN

TELEVISIÓN / Neox y Nova, de Antena 3, batieron en marzo todas sus marcas

Las temáticas se refuerzan con la TDT

El fin de la señal analógica ha supuesto una oportunidad para las cadenas temáticas y un aumento del consumo de televisión.

J. L. S. - Madrid

Coincidiendo con el apagado de los últimos repetidores de emisiones de señal analógica, la TV «de siempre», dos canales temáticos del Grupo Antena 3 registraron las mejores marcas de su historia. En el caso concreto de Neox, como se aprecia en el gráfico, mantuvo su crecimiento durante el año y llegó en marzo hasta el 1,73% de cuota. El com-

portamiento de esta cadena es muy similar al de otras (con diferente suerte según el éxito de los contenidos emitidos en cada caso) y el éxito se ha repetido en la mayoría de las temáticas.

Los datos acerca del consumo medio de los españoles de minutos de televisión al día (por todos los sistemas) batieron ya el récord el pasado mes de enero con 261. Y también en marzo crecieron las cifras de consumo con respecto al mismo mes del año anterior según los informes de Kantar Media: con 242 minutos diarios por espectador, aunque se redujeron las cifras del mes anterior, se situó como el mejor marzo desde que, en 1992, comenzaron a efectuarse este tipo de mediciones. Antes del apagón analógico, un consumo de TV como el de enero podía explicarse fácilmente por el mal tiempo, que

Los canales temáticos han sido beneficiados por el final de las emisiones analógicas

fuerza a los espectadores a pasar más tiempo en casa y a sentarse más horas delante del televisor. Sin embargo, el dato de consumo obtenido en la semana concreta en la que se produjo el «apagón analógico», aconseja incorporar a la ecuación la nueva oferta de más canales que ha supuesto la TDT, entre el resto de los factores, como los de carácter meteorológico. Así, en marzo, las personas que reciben la TDT dedicaron más tiempo, 245 minutos, a ver la TV frente a los 221 minutos de los que no disponían de ese sistema

A falta de algunas semanas para conocer el comportamiento de las audiencias de este mes, se puede anticipar ya que el mayor consumo de televisión ha favorecido a las cadenas que antes no podían llegar al público a través de la TV convencional, pero también al resto de los canales. La semana del 29 de marzo al 4 de abril, cuando se produjo el apagón, se elevó la cuota de pantalla de la TDT hasta el 76,2%, cuando la media del mes fue del 67,5%.

Y si bien estos últimos datos se refieren al conjunto de lo que puede verse por la TDT, que incluye a las cadenas generalistas de difusión nacional, lo cierto es que todas las cadenas temáticas –salvo Clan y teledeporte– obtuvieron en ese momento cifras récord de cuota semanal que, en conjunto, fue de un 17,3