

“El deporte en la sociedad mediática”

FICHA TÉCNICA

	14 años y más, residentes en Cataluña	
MUESTRA	29.985 individuos	30.857 individuos
UNIVERSO	6.228.912 individuos	6.421.000 individuos
PERIODO DE CAMPO	Marzo 2009 – Febrero 2010	Marzo 2009 – Febrero 2010

CONSUMO DE DIARIOS

El 28% de los lectores de periódicos leen prensa deportiva

En Cataluña hay 2.701.000 lectores de periódicos, el 42,1% de la población. **(Gráfico 3)**

El 28,1% de los lectores de periódicos leen prensa deportiva (910.000 personas), el 70,8% leen prensa de información general (2.288.000 personas) y el 1,1% de los lectores de periódicos lo son de prensa económica (35.000 personas). **(Gráfico 3)**

Los diarios deportivos son los únicos que han crecido en audiencia en el último año, un 17%

El consumo de prensa deportiva es la única que, en lugar de perder lectores, ha ganado en el último año. En concreto, los diarios deportivos han incrementado su audiencia un 16,9% y cuentan actualmente con 910.000 lectores en Cataluña, el 14,2% de la población. **(Gráfico 5)**

Por su parte, la prensa generalista o de información general ha caído un 5,4% en el último año y suma 2.280.000 lectores diarios, el 35,6% de la población. Paralelamente, la prensa económica ha perdido un 3,6% de audiencia en el último año y se sitúa en 35.000 lectores diarios, un 0,5% de la población. **(Gráfico 5)**

Seis de cada diez lectores de periódicos deportivos han obtenido el ejemplar porque lo han encontrado

En cuanto a la procedencia del ejemplar, seis de cada diez lectores de diarios deportivos, concretamente un 66%, afirman que han encontrado el ejemplar en un bar, café o restaurante, en el trabajo, en un establecimiento público, en un transporte o dentro de otro periódico o revista. En el caso de prensa generalista, esta cifra se sitúa en el 54%. **(Gráfico 7)**

Sólo un 2% de los lectores de diarios deportivos han obtenido el ejemplar por suscripción (9% en el caso de lectores de prensa generalista) y el 32% afirma que lo ha comprado (36% en el caso de diarios de información general). **(Gráfico 7)**

Ocho de cada diez lectores de periódicos deportivos dedica menos de 30 minutos

Ocho de cada diez lectores de periódicos deportivos dedica menos de 30 minutos a la lectura. En concreto, lo hacen el 81% de lectores de diarios deportivos, mientras que, en el caso de los diarios generalistas, el 65% de los lectores destinan ese mismo tiempo. **(Gráfico 10)**

En concreto, el 35% dedica menos de 15 minutos (22% en el caso de los lectores de diarios generalistas), y el 46% lee entre 15 y 29 minutos (frente al 43%). **(Gráfico 10)**

Por otro lado, el 19% de los lectores de diarios deportivos leen más de 30 minutos (frente al 35% de los lectores de diarios de información general que también lo hacen). El 13% lee de 30 a 44 minutos (20% en el caso de los lectores de diarios generalistas), el 5% lo hace de 45 minutos a una hora (frente a un 10%) y un 1% dedica entre una y dos horas (4% en el caso del lectores de diarios generalistas). **(Gráfico 10)**

CONSUMO DE REVISTAS

Las revistas deportivas se obtienen más por compra y suscripción que el conjunto de revistas

Si se tiene en cuenta la procedencia, el 54% de los lectores de revistas deportivas afirma que la han comprado (45% en el caso del conjunto de revistas) y el 11% dice que está suscrito (frente al 6%). El 35% afirma haber encontrado la publicación que ha leído (también lo afirma el 48% de los lectores de revistas). **(Gráfico 13)**

Los lectores de revistas deportivas dedican a la lectura más tiempo y son más fieles

Los lectores de revistas deportivas dedican a la lectura más tiempo que las revistas en general. El 46% de lectores de revistas deportivas las leen durante menos de 30 minutos (58% en el caso del conjunto de revistas) y el 54% destinan a la lectura más de 30 minutos (el 14% en el caso del conjunto de revistas). En concreto, el 26% destina entre 30 y 44 minutos, el 14% entre 45 minutos y una hora, el 10% entre una y dos horas, y el 4% las lee durante más de dos horas. **(Gráfico 19)**

Si se tiene en cuenta la frecuencia de consumo de las publicaciones, el público de las revistas deportivas es más fiel en cuanto a su consumo que el público habitual de revistas en general. Así, y teniendo en cuenta las diferentes periodicidades de las publicaciones, el 17% de los lectores ha leído todos los ejemplares que se editan de la revista (frente al 15% del lector medio de revistas), el 19% de 3 a 5 ejemplares (frente al 15%), y el 31% 2 ejemplares (frente al 29%). **(Gráfico 18)**

CONSUMO DE RADIO

Un 11,9% de los oyentes de radio escuchan programación deportiva

La radio tiene una audiencia diaria de 3.353.000 personas en Cataluña, un 52,2% de la población. **(Gráfico 22)**

El 11,9% de los oyentes de radio escuchan programación deportiva (490.000 personas), el 47,5% programación musical (1.962.000 oyentes), el 38,4% contenidos generalistas (1.588.000 personas), y el 3,5 % contenidos informativos (145.000 oyentes). **(Gráfico 22)**

La programación deportiva de la radio se escucha más en casa y menos en el trabajo

Si se tiene en cuenta el lugar donde se escucha la radio, los contenidos deportivos son más escuchados en casa y menos en el trabajo que los contenidos radiofónicos generalistas. En concreto, un 75% de la oferta deportiva de la radio se escucha en casa (64% en el caso de la programación generalista) y el 5% se escucha en el trabajo (17% en el caso de la generalista). **(Gráfico 25)**

CONSUMO DE VIDEOJUEGOS

Uno de cada cuatro videojuegos que se consume es de deportes

Habitualmente juegan a videojuegos 1.551.000 personas en Cataluña, el 24,2% de la población. **(Gráfico 29)**

Los videojuegos de deportes son los más consumidos. En conjunto juegan a videojuegos deportivos 697.000 personas en Cataluña y uno de cada cuatro videojuegos que se consume es de deportes (el 27,8%). A continuación los videojuegos preferidos son los de acción (13,5%), estrategia (10,1%), aventura (10%), inteligencia (6,7%) y juegos de rol (5,3%) . **(Gráfico 29)**

Uno de cada tres videojuegos deportivos que se consume es de fútbol

Los videojuegos de fútbol son los videojuegos de deportes favoritos. Uno de cada tres videojuegos deportivos que se consume (el 36,4%) es de fútbol, seguido de los de motor (25,2%), tenis (16%), lucha (8',%), pinball / billar (4 '4%) y ajedrez (3,1%). **(Gráfico 32)**

Teniendo en cuenta la evolución del consumo de videojuegos deportivos el último año, destaca el aumento de consumo de los juegos de tenis (aumento de un 26,4%) y ajedrez (15,8%), y la disminución del consumo de juegos de lucha (de un 20,6%) y motor (de un 12,4%). **(Gráfico 31)**

La frecuencia del consumo de videojuegos de deportes es más alta que la media en videojuegos

Los consumidores de videojuegos de deportes son más fieles a su consumo ya que la frecuencia del consumo es más alta que la frecuencia media en videojuegos. En concreto, el 38% afirman consumir videojuegos de deportes más de una vez a la semana (frente al 31%), el 20% una vez a la semana (frente al 17%), el 10% dos o tres veces al mes (frente al 8%) y el 13% una vez al mes (frente al 11%). **(Gráfico 34)**

LENGUA DE CONSUMO

El 5,4% de los lectores de prensa deportiva la leen en catalán y el 94,6% en castellano

El 5,4% de prensa deportiva que se lee en Catalunya es en catalán y el 94,6% es en castellano. En el caso de diarios de información general, el 30,6% de los periódicos que se leen son en catalán y el 69,4% en castellano. **(Gráfico 11)**

El 20,5% de lectores de revistas deportivas las leen en catalán y el 78,7% en castellano

La lectura de revistas deportivas en catalán es inferior a la lectura media de revistas en catalán. En concreto, el 31,5% de lectores de revistas leen en catalán y el 56,5% lo hace en castellano, mientras que, en el caso de las revistas deportivas, el 20,5% de lectores lo son en catalán y el 78,7% en castellano. **(Gráfico 20)**

El 43,8% de oyentes de programación deportiva de radio la escuchan en catalán y el 56,1% en castellano

Si bien el consumo de contenidos generalistas en la radio es superior en catalán que en castellano (52,3% frente a 47,5%), el 43,8% de los oyentes que escuchan programación deportiva en la radio la escuchan en catalán y el 56,1% la escuchan en castellano. **(Gráfico 27)**

El 0,9% de los videojuegos de deportes que se consumen es en catalán

La lengua de uso en el consumo de videojuegos es mayoritariamente en castellano (83,4%), seguida de otras lenguas (15,2%) y del catalán (1,4%). En el caso concreto de los videojuegos de deportes el consumo en catalán es del 0,9%, en otras lenguas es del 9,2% y el consumo en castellano es del 89,9%. **(Gráfico 35)**

PRÁCTICA DE DEPORTE

El 48% de la población hace deporte y el 52% no hace deporte nunca

El 48% de la población en Cataluña (3.084.000 personas) afirma haber realizado alguna actividad deportiva en el último mes y el 52% de la población (3.483.000 personas) no hace deporte nunca. **(Gráfico 37)**

En el último año, la práctica deportiva ha aumentado un 6,4%. También han aumentado las actividades formativas (24,6%), la formación en habilidades artísticas (23,2%) e ir a una segunda residencia (9,3%), mientras que han disminuido actividades como salir a cenar a restaurantes (9,4%) y salir de noche (9%). **(Gráfico 39)**

Tres de cada diez personas hacen deporte al menos una vez por semana

Tres de cada diez personas (un 34,6% de la población) hacen deporte al menos una vez por semana (en conjunto, 2.244 millones). **(Gráfico 40)**

Las personas que practican deporte regularmente representan el 72,1% de los que afirman que han hecho deporte en el último mes **(Gráfico 40)**

31 de Mayo de 2010