

## “La dieta mediática y cultural de los mayores de 65 años”

	Individuos +14 años	Individuos +65 años
<b>MUESTRA</b>	30.065	5.259
<b>UNIVERSO</b>	6.345.264	1.195.962
<b>PERÍODO DE CAMPO</b>	Julio 2008 a Junio 2009	

### CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Dieta mediática de los mayores de 65 años: 4h 40' de televisión, 1h 10' de radio, 20' de publicaciones y 6' de internet**

La **dieta mediática** de la población mayor de 65 años de Cataluña es de **4h 40' de televisión, 1h 10' de radio y 20' de diarios y revistas cada día.** ([Gráfico 7](#))

En la práctica, los mayores de 65 años destinan el mismo tiempo diario al consumo de medios de comunicación que el conjunto de la población: **6h y 20'.** ([Gráfico 7](#))

En concreto, los mayores de 65 años dedican diariamente 4h 40' a ver la **televisión** (56' más que el conjunto de la población), 1h 10' a escuchar la **radio** (17' menos), 18' a leer **diarios** (el mismo tiempo de dedicación), 6' a navegar por **internet** (39' menos) y 3' a leer **revistas** (1' menos). ([Gráfico 7](#))

La principal diferencia entre el consumo de medios de los mayores de 65 años y del conjunto de la población es, por tanto, que la gente mayor dedica aproximadamente 1h menos (56' exactamente) a escuchar la **radio** y navegar por **internet**, y este tiempo lo destina íntegramente a ver la **televisión.** ([Gráfico 7](#))

## Entre la gente mayor hay menos consumidores de medios de comunicación pero el consumo es más intensivo

En términos generales, entre la población mayor de 65 años hay menos consumidores de medios de comunicación (**diarios, suplementos, revistas, radio, televisión, medio exterior**) que en el conjunto de la población, es decir, hay una menor penetración del consumo de medios. **(Gráfico 4)**

Excepcionalmente, la **televisión** tiene una penetración mayor en este segmento de población: la ve el 95% de la gente mayor, 1.133.000 personas, frente al 92% del conjunto de la población que también la ve, es decir, 5.822.000 personas. **(Gráfico 4)**

Simultáneamente, el consumo diario de medios de comunicación que realiza la gente mayor es, en general, más intensivo que el de los menores de 65 años: dedican un 22% más de tiempo a leer **diarios** (49' al día en lugar de 40'), un 16% más del tiempo a leer **suplementos** (40' diarios ante 34'), un 26% más de tiempo a leer **revistas** (5' ante de 4') y un 27% más de tiempo a ver la **televisión** (4h 58' diarias frente a 3h 54'). **(Gráfico 8)**

Por otro lado, la gente mayor destina un poco menos de tiempo a escuchar la **radio** que el resto de la población (2h 41' ante 2h 34') y menos tiempo a navegar por **internet** (6' frente a 18'). **(Gráfico 8)**

El hecho de que los consumidores mayores de 65 años realicen un consumo más intensivo de medios que el resto de la población hace que el tiempo total que la gente mayor destina al consumo de medios sea el mismo que el que destina el total de la población: **6h y 20'**. **(Gráfico 7)**

## CONSUMO DE RADIO

### La población mayor de 65 años consume más radio generalista y menos radio musical que la población general

La población de más de 65 años escucha más **radio generalista** que la media de la población. En concreto, la penetración de la radio generalista es un 31% más en la población mayor (la escuchan 402.000 personas, el 34%) que en la media de la población (la escuchan 1.623.000 oyentes, un 26% del total de la población). **(Gráfico 5)**

Igualmente, la penetración de la **radio musical** es un 62% menor en la gente mayor (la escucha el 12%) que en el conjunto de la población (la escucha el 31% del total). **(Gráfico 5)**

## CONSUMO DE TELEVISIÓN

### Los mayores de 65 años consume más televisión autonómica y local que el resto de población

La población mayor de 65 años ve más televisión autonómica y local que el conjunto de la población. En concreto, la penetración de la **televisión autonómica** es un 23% más alto en la población mayor (la ven 735.000 personas, un 61%) que en la media de la población (la ve un 50% del conjunto de la población, es decir, 3.166.000 personas). **(Gráfico 5)**

Paralelamente, la penetración de la **televisión local** es un 23% superior en la gente mayor (la ven 70.000 personas, el 6% de la gente mayor) que en el conjunto de la población (la ven 229.000 espectadores, es decir, el 5% del total). **(Gráfico 5)**

## **El 6% de la gente mayor navega a diario por internet y utiliza principalmente el correo electrónico y los juegos online**

El 6% de la gente mayor de Cataluña (es decir, 75.000 personas mayores de 65 años), navega diariamente por internet. **(Gráfico 4)**

Los principales usos que realiza en la red, a la que dedican 6' diarios de media, son el correo electrónico y los juegos online. **(Gráficos 7 y 6)**

Así mismo, el 21% de los hogares de la gente mayor está equipado con conexión a internet. **(Gráfico 12)**

## CONSUMO CULTURAL

### El consumo cultural que realiza la gente mayor es claramente inferior al total de la población aunque el 83% realiza algún consumo

Aunque el 83% realiza algún consumo cultural, en general la gente mayor consume claramente menos oferta cultural que la media de la población. **(Gráfico 10)**

Así pues, por ejemplo, la penetración del **cine** es un 62% menor en la población mayor de 65 años que en el conjunto de la población: un 13% de la gente mayor (es decir, 157.000 personas) ha ido al cine en los últimos 3 meses, ante el 35% del conjunto de la población que también ha ido (en concreto, 3.243.000 personas). **(Gráfico 10)**

Igualmente, la penetración de la **música** es un 14% menor en la población mayor de 65 años que en el conjunto de la población: un 72% de la gente mayor ha escuchado música en los últimos 3 meses (o lo que es lo mismo, 859.000 personas), mientras que también lo han hecho un 89% del conjunto de la población (es decir, 5.627.000 personas). **(Gráfico 10)**

La penetración de los **libros** es un 21% menor en la población mayor de 65 años que en el conjunto de la población: un 45% de la gente mayor ha leído algún libro en el último año (o lo que es lo mismo, 542.000 personas), mientras que también lo ha hecho un 58% del conjunto de la población (es decir, 3.684.000 personas). **(Gráfico 10)**

La penetración de los **museos** es un 35% inferior en la población mayor de 65 años que en el conjunto de la población: un 15% de la gente mayor ha visitado algún museo en el último año (es decir, 176.000 personas), ante el 23% del conjunto de la población (o sea 1.437.000 personas) que también lo ha hecho. **(Gráfico 10)**

En Cataluña, 52.000 personas mayores de 65 años han jugado a **videojuegos** en los últimos doce meses (es decir, el 4% del total), mientras que también ha jugado el 23% del total de la población (concretamente, 1.442.000 personas). **(Gráfico 10)**

## LENGUA DE CONSUMO

### Aunque el castellano es la lengua predominante en el consumo de medios, la gente mayor consume más en catalán que el total de la población

El **castellano** es la lengua predominante en el consumo de medios de comunicación que realizan tanto mayores de 65 años como el conjunto de la población. No obstante, la gente mayor consume más oferta mediática en **catalán** que el total de la población. Esto pasa en el caso de los **diarios, suplementos, televisión, internet** y **cine**, y se invierte en el caso de la **radio** y también de los mensajes **sms** a través de móvil. **(Gráfico 13)**

Así, el 31% de los lectores de diarios mayores de 65 años leen **diarios** en **catalán**, ante el 28% de lectores del conjunto de la población. El 64% de los telespectadores de televisión mayores de 65 años consume **televisión** en **catalán**, ante el 53% de los telespectadores del conjunto de la población. **(Gráfico 13)**

Consumen **cine** en **catalán** el 8% de las personas mayores de 65 años que van al **cine**, ante el 4% de espectadores del conjunto de la población. También consumen **internet** en **catalán** el 56% de internautas mayores de 65 años, frente al 45% de la gente que navega por **internet** del total de la población. **(Gráfico 13)**

La lengua más consumida en **radio** por parte de los mayores de 65 años es el **castellano** (un 59%, frente al 46% en **catalán**). Igualmente, la gente mayor utiliza más el **castellano** que el **catalán** para escribir mensajes **sms** mediante el móvil (77%, ante el 43%). **(Gráfico 13)**

30 de Septiembre de 2009