Por Carla Martínez
AGENCIA REFORMA
CD. DE MÉXICO.- Mientras internet gana adeptos como medio preferido entre los usuarios, la TV abierta los pierde.
De 2011 a 2012, el porcentaje de personas que interactuaron en un día con internet pasó de 31 a 34 por ciento, mientras que los televidentes pasaron de 16 a 15 por ciento, de acuerdo con el Estudio de Consumo de Medios de IAB México.
En el caso de la TV de paga, pasó de 21 por ciento a 22 por ciento en un año.
“Vemos que internet se está llevando 34 por ciento contra el total de televisión, que si sumamos televisión de paga y televisión abierta suman 37 por ciento”, comentó Ricardo Barrueta, director General de Millward Brown.
Agregó que al sumar los medios televisivos, TV abierta y de paga, se puede observar que internet ya alcanzó a estos medios en cuanto a la preferencia y tiempo que le dedican los usuarios a estos medios.
El estudio destaca que mientras la gente dedica 4.21 horas a internet en un día, en el caso de la TV abierta es de 1.91 horas por día, menos de la mitad del consumo de la red por parte de los usuarios de medios.
Fernando Butler, analista en telecomunicaciones, comentó que es una tendencia tanto nacional como internacional que actualmente se está dando en los sectores de clase media en el País.
“Este es un fenómeno irreversible, en Estados Unidos hay muchos estudios al respecto sobre que están dejando de ver televisión, sobre todo las nuevas generaciones y prestando más tiempo a internet”, explicó el analista.