AIMC presenta los resultados del estudio "La Prensa: digital vs papel"

'La Prensa: digital vs papel', el estudio de AIMC que muestra el comportamiento de los lectores de prensa diaria tradicional y online

- **Siguiendo con la línea de investigación "Internet, en medio de los medios", este año AIMC comienza con el análisis de los diarios.**
- **Un 32% de los entrevistados accede en el mismo día a diarios en soporte papel e internet.**
- **El 42,2% declara que no ha disminuido su tiempo de dedicación al soporte tradicional.**
- **Notable crecimiento de los dispositivos móviles como fuentes de acceso para la lectura de prensa online.**
- **El 35% de los internautas no accede a la prensa online por motivos culturales, generacionales o de "movilidad".**

Madrid, 10 de octubre de 2011.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), gestora de los más importantes estudios de audiencia en España, entre otros el EGM, presenta los resultados del primer estudio **"La Prensa: digital vs papel"** dentro de su programa de estudios "**Internet, en medio de los medios**".

Internet ha irrumpido en la sociedad modificando muchos aspectos de nuestra vida cotidiana y, como no podía ser de otra manera, también ha alterado nuestra forma de relacionarnos con los medios de comunicación y, en particular, con los diarios.

El tema de cómo se consumen tanto los medios de comunicación tradicionales como aquellos través de la Red despierta un gran interés entre numerosos públicos. Tras la notoriedad adquirida el año pasado con **"Internet, en medio de los medios"** (encuesta cuyo objetivo era estudiar las duplicaciones entre los medios on y offline desde la óptica de los usuarios con acceso a Internet), **AIMC** ha decidido continuar la experiencia centrándose en cada uno de estos medios por separado. Así, el primer estudio en esta línea indaga en los comportamientos, actitudes y preferencias ante los dos sistemas de distribución de los contenidos, tanto "tradicional" (papel) como en online.

La prensa tradicional y la online como fuentes complementarias

En este escenario de crecimiento del consumo de medios de comunicación online, se destaca la lectura diaria y simultánea del 32% de los internautas tanto para diarios en soporte papel como Internet. Si hablamos del último mes, esta cifra se eleva al 59%.

Las motivaciones de acceso a una u otra versión son muy diferentes, mostrando una complementariedad entre estos dos sistemas de difusión:

- **En los diarios en soporte tradicional** destacan **aspectos de contenido y análisis**: "lectura de editoriales y columnas de opinión", así como "temas en profundidad".
- En el caso de los **diarios online,** la decisión está más basada en **la actualidad** o, incluso, en **la búsqueda de información adicional para decisiones de compra**.

Entre los lectores que acceden a ambos tipos de soporte, un 42,2% declara que no ha disminuido su tiempo de dedicación al soporte tradicional.

Si bien el ordenador portátil sigue siendo el dispositivo prioritario de acceso para la lectura de prensa con un 69,9%, los **dispositivos móviles** también adquieren una notable importancia (16,6% para teléfonos móviles y 4,5% para tablets).

Este tipo de lectores que disfrutan de la lectura en ambos formatos, además, son **importantes consumidores de diarios,** con un promedio de diarios offline leídos de 2,1 títulos diferentes, incrementando este ratio hasta 2,9 títulos si se trata de prensa online.

El 35% de los encuestados no accede a la prensa online

A pesar del crecimiento de los diarios de Internet, en la actualidad hay un 35% de los usuarios que no accede a la prensa en formato electrónico.

Sus principales motivos para no hacerlo radican en que la prensa tradicional puede leerse en cualquier momento y lugar (aspecto que da una cierta potencialidad a los nuevos dispositivos móviles), además de otros aspectos culturales o generacionales como el mayor disfrute de la lectura en este soporte ("no disfrutas igual de la lectura").

El "bolsillo", principal motivo de consumo para los lectores exclusivos online

En el caso opuesto, los usuarios exclusivos de prensa online (que representan el 5,6% de los internautas) señalan diferentes razones:

- En primer lugar, por motivos económicos, debido al alto porcentaje de posibilidades gratuitas que ofrece la red.
- En segundo lugar, por razones de "hemeroteca" ("puedo buscar noticias de hace tiempo").
- Y, en tercer lugar, por la capacidad de configurar el producto ad-hoc ("personalización del diario" en función de las preferencias del lector).

En definitiva el estudio **"La Prensa: digital vs papel"**, cuyo trabajo de campo se realizó entre el 20 de mayo y el 16 de junio de 2011, es el primero de una serie de investigaciones similares, de ámbito monomedia, ahondando en las particularidades de cada medio y nuestra forma de relacionarnos con cada uno de ellos. El próximo previsto estará dedicado al medio Televisión.

Es importante remarcar que el universo estudiado es el de **internautas sean o no lectores de prensa diaria, tanto en soporte tradicional como online**.

Esta investigación se ha realizado con el único soporte del equipo ejecutivo y la comisión técnica de **AIMC** y el apoyo de ODEC para la elaboración del cuestionario online y la tabulación de resultados.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 158 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Para más información visite:
http://www.aimc.es