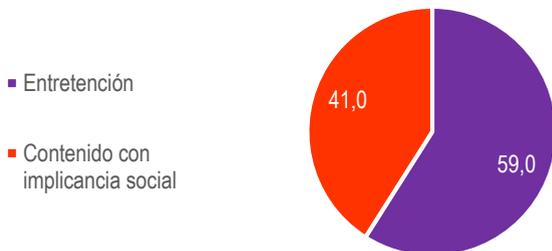


Oferta por área de contenido

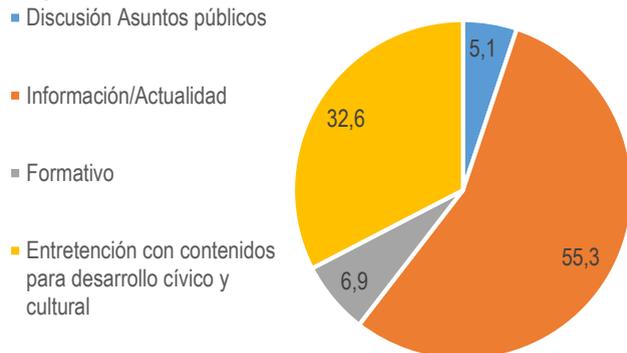
41% de los contenidos se clasifican como “con implicancia social”. Del total, 5,8% de la programación tiene contenido cultural.



Tipos de contenido emitido

La categoría “información / actualidad” continua siendo la más importante, entre los contenidos con implicancia social. Le siguen los programas de entretención, pero que presentan temas cívicos o sociales; entre ellos se encuentran los matinales, hoy convertidos en espacios políticos.

El resto se reparte entre espacios de discusión más tradicionales (Mesa Central, Estado Nacional) y los formativos que están relacionados con la programación cultural.



Tips

21,9%

de la oferta televisiva correspondió a programas informativos

36,2%

de la oferta de lunes a viernes fueron Informativos y Matinales

16,3%

de la oferta televisiva fueron programas de ficción.

66,2%

de la ficción es de origen extranjero y 33,8% es nacional.

86,9%

del total de la oferta fue de origen nacional.

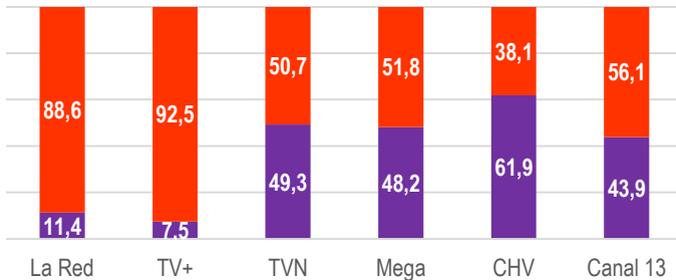
0,2%

de la oferta es para publico infantil (12 años o menos).

Consumo por área de contenido

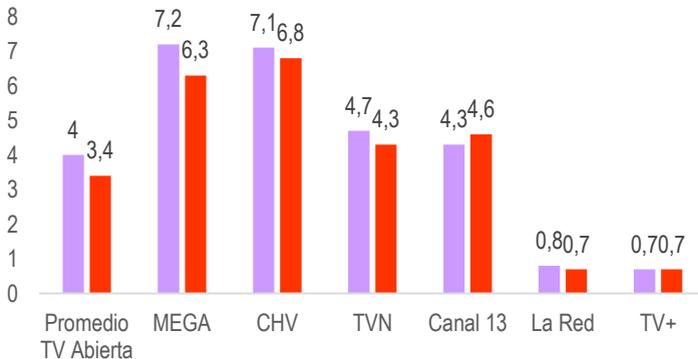
38,8% del consumo correspondió a contenidos con implicancia social. El canal en que más se vieron contenidos de este tipo fue CHV, con 61,9%.

■ Contenido con implicancia social ■ Entretención



Rating hogares, por canal

■ 2021 ■ 2022



CHV se mantiene como el de mayor sintonía seguido de Mega. Sin embargo, en relación al 2021 la mayoría baja con la excepción de Canal 13.

Tips

4:04:53 hrs.

diarias de consumo de TV abierta, por persona, en el período. En la TV pagada fue de 3:46:30

57,6%

de la audiencia de TV abierta fueron mujeres.

50,4%

de la audiencia de TV pagada fueron hombres

29,2%

de la audiencia de TV abierta fueron personas de 65 o más años.

7,4%

de la audiencia de TV pagada fueron niños/as., Este público es sólo 4% de la TV abierta.

21,1%

del consumo fueron programas informativos. Siguen las telenovelas, con 16% y los programas de conversación con un 15,9%.