

El consumo de prensa digital ha aumentado en la segunda ola, por vivafutbol.es

[Multimedia](#)

El aumento del consumo de prensa digital no ha parado de subir desde el nacimiento de esta, pero es notorio el aumento que ha habido en los últimos tiempos. Según un estudio llevado a cabo por GAD3 en dos oleadas, en la primera oleada un 57% de la población se mantenía informada a través de la prensa digital, mientras que en la segunda las cifras aumentan hasta el 66%

El aumento del consumo de prensa digital no ha parado de subir desde el nacimiento de esta, pero es notorio el aumento que ha habido en los últimos tiempos. Según un estudio llevado a cabo por GAD3 en dos oleadas, en la primera oleada un 57% de la población se mantenía informada a través de la prensa digital, mientras que en la segunda las cifras aumentan hasta el 66%.

A la luz de estos datos no es de extrañar que todos los periódicos y revistas tengan ya su versión en digital, y que sean cada día más los que optan por un modelo de información puramente digital. La información deportiva, especialmente las [noticias de fútbol](#), y de entretenimiento es la que más se ha expandido en este aspecto. Páginas como [Viva Fútbol](#) apuestan por dar información a sus lectores, al tiempo que ofrecen contenido variado y útil, fácilmente compartible en redes sociales, algo que sin duda resulta esencial en estos días.

El mismo informe al que se ha hecho referencia constata que un 77,5% de españoles afirmaron informarse diariamente a través de las redes sociales, cifra que aumentó hasta el 82´1% en la segunda ola. Es por ello que la oferta de contenidos ligados al entretenimiento con titulares llamativos resulta muy atractiva en el entorno digital. Cabe recordar que en el debate 'Periodismo 2030' impulsado por la fundación AXA, se estableció que el 80% de los lectores de prensa digital no suele pasar de los titulares, por lo que este cobra una gran relevancia.

La velocidad a la hora de ofrecer una información, así como la posibilidad del formato multimedia son dos aspectos del periodismo digital que lo hacen atractivo. Esto es especialmente importante en el periodismo deportivo, en el que la inmediatez por dar a conocer el estado de una competición o del mercado de fichajes hace que no siempre pueda esperarse a que aparezca reflejado en la prensa escrita. Posiblemente por este motivo el crecimiento del periodismo digital en este campo se haya destacado aún más que en el resto. A pesar de todo, la televisión se sigue manteniendo como líder indiscutible en la mayoría de los hogares a la hora de informarse.

