**Los medios preferidos en Argentina**

Según el estudio Target Group Index (TGI) realizado por Kantar IBOPE Media, un 49% de los argentinos prefieren a la TV para mantenerse informados, mientras que un 48% se inclina por internet y un 33% a la radio. En cuanto a los medios más elegidos como entretenimiento, la TV e Internet lideran el ranking con un 45% en conjunto, seguido por la radio con un 33%

|  |  |
| --- | --- |
| **Temas de interés de los argentinos**  **(últimos 30 días)** | **Argentinos** |
| Noticias Nacionales | 77% |
| Noticias Internacionales | 53% |
| Deportes | 43% |
| Fútbol | 37% |
| Celebridades | 33% |
| Finanzas | 32% |
| Comida y Bebida / Cocina | 26% |
| Turismo y viajes | 25% |

En cuanto a los temas de interés, un 77% de los argentinos se inclinan por informarse sobre temas nacionales, un 53% por internacionales y un 43% por deportes en general.

Teniendo en cuenta a la televisión e internet como las plataformas predominantes para encontrar información y entretenimiento, los argentinos también utilizan otras plataformas. Por ejemplo, los interesados en noticias, deportes y finanzas se inclinan más por utilizar los diarios. Los interesados en temas relacionados a celebridades, cocina y gastronomía presentan más afinidad por las revistas.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Temas de interés de los argentinos**  **(últimos 30 días)** | Radio | Diarios | Revistas |
| Noticias Nacionales | 113 | **120** | 118 |
| Noticias Internacionales | 122 | 122 | **134** |
| Deportes en general | 116 | **141** | 105 |
| Fútbol | 114 | **144** | 103 |
| Celebridades | 116 | 130 | **197** |
| Finanzas y Negocios | 118 | **134** | 124 |
| Comida y Bebida / Cocina | 118 | 144 | **146** |

\*Afinidad: Se considera más afín si está por encima de la media equivalente a 100.

Teniendo en cuenta sólo a los argentinos que miran televisión, un 68% prefiere noticias nacionales, un 39% los deportes en general, un 35% noticias internacionales, un 33% fútbol, un 30% temas sobre política, un 24% finanzas, negocios y celebridades, un 15% frecuenta programas sobre turismo y viajes, y un 12% temas sobre cocina, comidas y bebidas.

|  |  |
| --- | --- |
| **Temas de interés de las personas**  **que ven miran televisión**  **(últimos 30 días)** | **Argentinos** |
| Noticias Nacionales | 68% |
| Deportes en general | 39% |
| Noticias Internacionales | 35% |
| Fútbol | 33% |
| Política | 30% |
| Finanzas y negocios | 24% |
| Celebridades | 24% |
| Turismo y viajes | 15% |
| Cocina | 12% |

Otros datos arrojados por el estudio afirman que los argentinos que escuchan radio, presentan mayor afinidad con temas culinarios, culturales y turísticos. Las personas que navegan en Internet presentan mayor interés en temas culturales, financieros y turísticos. Las personas que asisten frecuentemente al cine son más afines a temas sobre cocina, noticias internacionales y fútbol.

*Fuente Kantar IBOPE Media. Soft TGI Choices 4: Ola anual de 10.000 casos (abr-sept 2018). TGI ARGENTINA 2019.*