

3 d'abril de 2020

## NOTA DE PREMSA

# El consum de televisió augmenta un 38% durant el confinament de la població per la COVID-19, segons un informe especial del BIAC

- **TV3 és líder i esdevé la cadena que més ha contribuït a incrementar el consum diari de televisió esmentat (amb 14 minuts més i un augment del 48%)**
- **L'increment és particularment destacat entre els infants, amb un augment del 68% (125% en el cas de TV3) i els joves, amb un creixement del 69% (114% a TV3)**
- **La crisi sanitària provoca un augment de l'audiència dels informatius. Els líders en nombres absoluts continuen sent els informatius de TV3, que creixen un 49%, seguits dels de laSexta i La1**
- **Segons l'EBU, els teleinformatius de les televisions públiques europees han tingut un 14% més d'audiència arran de la crisi sanitària**
- **Ha augmentat un 34% l'ús d'smartphones, un 22% el de PC i un 17% el de tauletes. L'ús de WhatsApp i de xarxes socials s'ha incrementat una hora diària**

El consum de televisió ha augmentat un 38% des de la declaració de l'estat d'alarma i el consegüent confinament de la població. En concret, el consum ha passat dels 198 minuts per persona i dia als 274 minuts, sent particularment acusat l'increment entre els infants i els joves. Un dels motors de l'augment del consum televisiu han estat els informatius diaris, especialment els dels mitjans públics.

Aquestes dades estan incloses en una edició especial del Butlletí d'informació sobre l'audiovisual de Catalunya (BIAC) amb motiu de la crisi sanitària pel coronavirus.

El BIAC mostra que el confinament de la població s'ha traduït en un augment del consum televisiu. En concret, si en el període previ, és a dir, de l'1 al 12 de març, el consum era de 198 minuts, en el període del 13 al 29 de març ha augmentat en 75 minuts, amb la qual cosa se situa en 274 minuts (4 hores i 34 minuts per persona i dia).

TV3 ha estat la cadena que més ha contribuït a incrementar el consum diari de televisió esmentat (amb 14 minuts més i un augment del 48%), seguida de laSexta (9 minuts més i un augment del 64%) i La1 (7 minuts més i un augment del 54%).

### **Infants i joves *redescobreixen* la televisió**

Una dada destacada és que l'increment del consum televisiu més acusat se centra en la població més jove, que era la que menys televisió consumia i on era més factible créixer. Així, per al conjunt de les televisions, el segment dels infants (de 4 a 12 anys) ha incrementat el consum un 68%. En la mateixa línia, els joves (de 13 a 24 anys) han incrementat el consum televisiu un 69%. Com a resultat, actualment aquests dos grups de la població consumeixen gairebé tanta televisió com abans el segment d'edat entre els 25 i els 44 anys (111 minuts).

Aquest major predicament de la televisió entre el infants i joves ha estat particularment acusat en el cas de TV3, on l'increment ha estat del 125% per als infants i del 114% per als joves. De fet, excepte el segment dels més grans de 65 anys, que eren i són els que més televisió miren, els increments de consum de TV3 són superiors al del conjunt de les televisions en tots els altres segments d'edat.

### **Es dispara l'audiència dels teleinformatius, especialment els dels mitjans públics**

La crisi ocasionada per la COVID-19 ha provocat que es dispari el consum dels informatius a la televisió. Els líders continuen sent els telenotícies de TV3, que es mantenen a molta distància de la resta i que experimenten un creixement mitjà del 49%. El que té més audiència continua sent el *Telenotícies vespre*, que passa de 765.000 espectadors a 898.000. Amb audiències més baixes,

però amb creixements més acusats, destaquen el teleinformatius de laSexta, que augmenten una mitjana del 69%, i els de La1, que creixen un 62%.

### **Televisió per Internet**

El BIAC mostra que el confinament ha incrementat també el visionament de televisió en diferit i el consum de la televisió per altres usos (Internet, videojocs, etc.). Concretament, el visionament de televisió en diferit s'ha incrementat en un 43% i l'ús de la televisió per navegar per veure continguts per Internet o jugar a videojocs ha augmentat un 113%.

En aquest cas, també és el segment jove el que més augmenta els consums, ja que el visionament en diferit s'incrementa en un 133% en el cas dels infants (de 4 a 12 anys) i un 67% en el cas dels joves (de 13 a 24 anys). Pel que fa al consum de continguts per Internet i videojocs, ha augmentat un 167% entre els infants, un 126% entre els joves i un 121% entre els adults (de 25 a 44 anys).

Tant al web com en consum de vídeo, els continguts infantils dels canals de la CCMA han fet xifres de rècord i han duplicat les dades d'audiència digital habituals. Així, el Super3 ha obtingut una xifra rècord de 2,3 milions de reproduccions. El programa més vist a la carta va ser l'*InfoK especial coronavirus*, amb 421.000 reproduccions, el triple de la seva audiència habitual.

Cal destacar també que durant el confinament de la població, ha augmentat un 34% l'ús d'smartphones, un 22% el de PC i un 17% el de tauletes. L'ús de WhatsApp i de xarxes socials s'ha incrementat una hora diària.

### **Informe de l'European Broadcasting Union**

Aquestes dades relatives a Catalunya estan en línia amb les corresponents al servei públic a Europa. L'European Broadcasting Union (EBU), organització que inclou les principals corporacions audiovisuals públiques d'Europa, ha elaborat un informe que assenyala que l'audiència dels teleinformatius del vespre va augmentar un 14% en el primer moment que la pandèmia va impactar a Europa. L'EBU subratlla que l'increment d'audiència va ser particularment destacat entre l'audiència més jove, que va créixer un 20%.

L'informe de l'EBU ha analitzat el període del 2 al 15 de març de les televisions públiques de 18 països europeus, entre les quals s'inclou TVE. L'informe també assenjala que l'audiència de les televisions públiques es va més que duplicar en els països més afectats i en els dies en què es feien els anuncis més importants, com ara la declaració de l'estat d'emergència o les restriccions de moviments.

Pel que fa als webs de les corporacions audiovisuals públiques europees, l'informe assenjala que el consum es va multiplicar per un factor de 2,7 en el període analitzat.

L'EBU conclou que com més dramàtica va esdevenir la crisi per la COVID-19, més ciutadans van elegir els canals públics. Així, el 12 de març el conjunt de webs de les corporacions públiques analitzades van arribar a 21 milions de visitants únics per a continguts informatius.

Els membres de l'EBU analitzats han augmentat el nombre de informatius i el temps dedicat a difondre les declaracions governamentals i rodes de premsa sobre la COVID-19. Així mateix, els membres han difós consells d'experts, han dedicat *talk shows* a parlar sobre el tema i han creat *podcast* sobre la qüestió.

Els membres de l'EBU de la mostra, en resposta al tancament dels centres educatius, en molts dels casos han augmentat els programes educatius i n'han creat de nous, i han elaborat recomanacions adreçades a la manera com els infants i adolescents han de consumir els mitjans durant aquesta crisi.

L'European Broadcasting Union (EBU) té 116 membres de 56 països i altres 34 membres addicionals a Àsia, Àfrica, Oceania i les Amèriques. Els membres operen un total de 2.000 televisions, ràdios i canals en línia, amb una audiència total de 1.000 milions de persones en 160 llengües. L'EBU també opera Eurovision i Euroradio services.

**Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya. Especial coronavirus. Abril del 2020**

**COVID-19 Crisis PSM Audience Performance**

Més informació: [Comunicació del CAC](#) • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona  
Tel.: 935 575 000 i 627 480 483 • Fax: 935 575 003

Adreça electrònica: [comunicacio.cac@gencat.cat](mailto:comunicacio.cac@gencat.cat)  
Web: [www.cac.cat](http://www.cac.cat)