

20 de maig de 2020

## NOTA DE PREMSA

### **El consum de televisió durant el confinament augmenta en més d'una hora fins arribar a les 4 hores i 28 minuts diaris durant el mes d'abril, segons un BIAC especial**

- Els infants (4 a 12 anys) van ser els que més van augmentar (un 33%) el consum de televisió a l'abril
- Després de les xifres rècord de les primeres setmanes de confinament, els informatius moderen la seva audiència, per bé que aquesta és molt superior a la d'abans de l'estat d'alarma. Els informatius de TV3 són els més vistos, amb un 27,5% de quota
- El president del CAC, Roger Loppacher, valora molt positivament que la ciutadania consideri els mitjans públics i la ràdio com els més creïbles durant la crisi sanitària.
- Creix el consum diari d'internet (37 minuts més) i les persones dediquen una mitjana de 50 minuts al dia a veure vídeos a la xarxa.
- Un 80% de les persones considera que van rebre notícies falses sobre el coronavirus, especialment mitjançant les xarxes socials i en particular a través de WhatsApp

El consum de televisió durant el mes d'abril a Catalunya va assolir una xifra rècord, fins arribar a les 4 hores i 28 minuts, 1 hora i un minut més que abans del confinament. Això representa un increment del consum televisiu d'un 39% respecte del mes de febrer d'enguany. El públic que més n'augmenta el consum són els infants d'entre 4 i 12 anys, que van passar d'una hora i mitja diària al març a 2 hores i 12 minuts a l'abril, la qual cosa representa un increment d'un 33%.

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

El BIAC constata que el pic d'actualitat informativa va millorar els resultats de TV3 i de laSexta al mes de març, per bé que a l'abril es van moderar. Tot i això, en relació amb el mateix període de l'any anterior, TV3 i laSexta augmenten la quota d'audiència a Catalunya durant els mesos de la pandèmia (març i abril).



El *share* de Telecinco baixa i el d'Antena 3 TV també (abril). La 1 i Cuatro tenen un lleuger repunt de quota de pantalla, mentre que 8tv es manté.

Els canals infantils (Clan, Boing, Disney Channel i Super3/33) van pujar lleugerament o van mantenir les seves quotes de pantalla respectives, de manera que el confinament no va suposar un augment significatiu de consum per part dels infants i joves.

L'aturada de les competicions va perjudicar els canals temàtics esportius. Teledeporte va tancar l'abril amb la meitat de l'audiència del gener i Esport3 va quedar amb només un terç.

Pel que fa a la ràdio, el 59,6% l'escolta cada dia i s'observa un increment de totes les franges, i en especial, la de les 6 a les 10 del matí.

## **Informatius**

Pel que fa als informatius, els telenotícies de TV3 van ser els més vistos a Catalunya a l'abril, amb una mitjana de 700.000 espectadors i una quota del 27,5%.

Després de les xifres rècord de les primeres setmanes de confinament, tots els informatius van perdre espectadors al mes d'abril, per bé que l'audiència general de l'oferta informativa va ser molt superior a la registrada abans de l'estat d'alarma.

Aquesta tendència s'observa també en les dades aportades per l'EBU, que mostren com els mitjans públics europeus van augmentar un 20% l'audiència dels informatius del vespre (a destacar que l'audiència de 4 a 14 anys va augmentar un 78%), van incrementar un 16% el temps dedicat a la informació i van multiplicar per dos les visites diàries a les seves webs informatives.

Pel que fa la credibilitat, segons un estudi de Digilab, dos terços de les persones enquestades perceben TV3 com una de les opcions informatives que donen més confiança. La ràdio es destaca com un mitjà molt fiable, tot i que té menys penetració que la televisió i internet. Els tres mitjans més mencionats són d'àmbit català i tres dels quatre primers són mitjans públics.

En aquest sentit, el president del CAC, **Roger Loppacher**, ha valorat molt positivament que la ciutadania consideri els mitjans públics i la ràdio com els més creïbles durant la crisi sanitària.

## **Internet**

El consum diari d'internet a Espanya durant el mes de març va ser de 2 hores i 56 minuts per persona i dia, 37 minuts més que el consum del mateix període



el 2019. En el càlcul s'hi inclou la totalitat de la població, siguin o no internautes. Si només es comptabilitzen els internautes, aleshores el consum puja fins a 3 hores i 34 minuts de mitjana.

Pel que fa al consum de continguts audiovisuals a internet (plataformes d'intercanvi de vídeos, xarxes socials i webs), cada persona mira, de mitjana, 14 vídeos al dia, la qual cosa suposa uns 50 minuts.

Les audiències digitals de la CCMA van registrar, durant el mes d'abril, 5,2 milions de visitants únics, cosa que representa un augment d'un 53% més que el mateix mes que l'any anterior. Les reproduccions de vídeo també van augmentar un 20% i van arribar als 10,5 milions a l'abril d'enguany. Això va fer que es registrés el rècord històric de reproduccions mensuals del canal Super3 a les plataformes digitals.

### **Plataformes de televisió de pagament i de vídeo sota demanda**

El BIAC constata que, a escala global, el consum de les plataformes de vídeo sota demanda va créixer durant la crisi sanitària un 52%.

A Catalunya, la plataforma sota demanda amb més abonats en el període febrer-març d'enguany és Netflix, amb 2,7 milions (i una quota del 41,8%), seguida d'Amazon Prime Video, amb 1,2 milions d'abonats (i un 18,6% de quota), i HBO, amb 639.000 abonats (9,8%).

Pel que fa a les televisions de pagament, la principal a Catalunya va ser Movistar, amb 1,4 milions de persones abonades. A molta distància hi havia Orange/Jazztel TV, amb gairebé 400.000 persones subscrites.

Cal tenir en compte que una mateixa persona pot tenir contractades diverses plataformes de pagament i de vídeo sota demanda alhora.

### **Inversió publicitària i valoració dels mitjans durant el confinament**

Segons un sondeig de Media Hotline per a l'Associació Catalana de Ràdio (ACR), la crisi sanitària ha provocat un descens abrupte de la publicitat al sector privat de la ràdio. En concret, d'un 50% menys al mes de març d'enguany respecte del mateix mes del 2019 i de fins a un 70% menys al mes d'abril. Les previsions per al segon semestre d'aquest any són també pessimistes, atesa la caiguda del turisme i dels esdeveniments d'estiu i la incertesa davant la campanya d'hivern i Nadal.

Pel que fa a la valoració que fa la ciutadania dels mitjans, la televisió en obert es considera el mitjà més indispensable, el que millor informa, el més creïble i el que més s'ha esforçat per adaptar-se. La ràdio esdevé el segon mitjà quant a ser indispensable i informar de manera més creïble i veraç. La televisió de



pagament es percep com el mitjà que més entreté i que ajuda més a superar la situació de crisi sanitària.

Així mateix, es constata que un 45% de la ciutadania afirma que utilitza més que abans els serveis de missatgeria instantània i dediquen un 45% més de temps a les xarxes socials. El dispositiu preferit és el telèfon mòbil i el 70% afirma que n'ha incrementat l'ús. Espanya, Itàlia i Brasil encapçalen el rànquing dels països que dediquen més temps al *gaming*.

## **Desinformació**

Pel que fa a la desinformació, les dades indiquen que un 80% de les persones consideren que van rebre notícies falses o de dubtosa veracitat sobre el coronavirus. Amb molta diferència, les persones enquestades consideren que van tenir accés a aquestes notícies falses mitjançant les xarxes socials i les plataformes de missatgeria instantània (en un 64,3% dels casos) i, de manera especial, a través de WhatsApp.

D'altra banda, 7 de cada 10 persones van afirmar que comproven les notícies que consideren falses a través dels mitjans de comunicació i de Google.

Segons un estudi fet a 13 països, 2/3 de la població considera que les empreses de les xarxes socials haurien de proporcionar un contingut verificat i filtrat de *fake news*.

[Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya. Especial coronavirus 2. Maig del 2020](#)

**Més informació:** **Comunicació del CAC** • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona  
**Tel.:** 935 575 000 i 678 60 47 62 • **Fax:** 935 575 003  
**Adreça electrònica:** [comunicacio.cac@gencat.cat](mailto:comunicacio.cac@gencat.cat)  
**Web:** [www.cac.cat](http://www.cac.cat)