



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

**ESPECIAL
CORONAVIRUS**

Número extra. Abril del 2020



Aquest número especial del BIAC està dedicat als efectes de la pandèmia del SARS-COVID-19, –coronavirus– en el sector audiovisual i de les telecomunicacions.

**31 DESEMBRE
2019**

Xina informa aparició contagis a Wuhan.

6 MARÇ 2020

Primera mort per coronavirus a Catalunya.

11 MARÇ 2020

OMS declara [pandèmia](#) global.

12 MARÇ 2020

El Govern decreta mesures urgents en matèria assistencial i financera. [Decret llei 6/2020](#).

13 MARÇ 2020

El Govern de Catalunya tanca els centres educatius. [Decreta](#) el confinament a Igualada i 3 municipis més.

14 MARÇ 2020

Estat d'alarma a Espanya: Inici del confinament. [Reial decret 463/2020](#)

28 MARÇ 2020

[Pròrroga](#) de l'estat d'alarma fins al 12 d'abril.

30 MARÇ 2020

Es consideren [activitats essencials](#) “els punts de venda de premsa, els mitjans de comunicació o agències de notícies de titularitat pública i privada, així com la seva impressió o distribució”.

31 MARÇ 2020

[Reial decret llei 11/2020](#). Mesures urgents.

Reial decret 463/2020

Article 19

Els mitjans públics i els privats “queden obligats a la inserció dels missatges, anuncis i comunicacions que les autoritats competents delegades, així com les administracions autonòmiques i locals, considerin necessari emetre”.

Reial decret llei 11/2020

Article 46. Ajudes TDT estatal

15M€, per costos de sis mesos per mantenir percentatges de cobertura de població.

Disposició addicional 14a.

Mesures adreçades al sector de les arts escèniques, musicals, cinema i audiovisual.

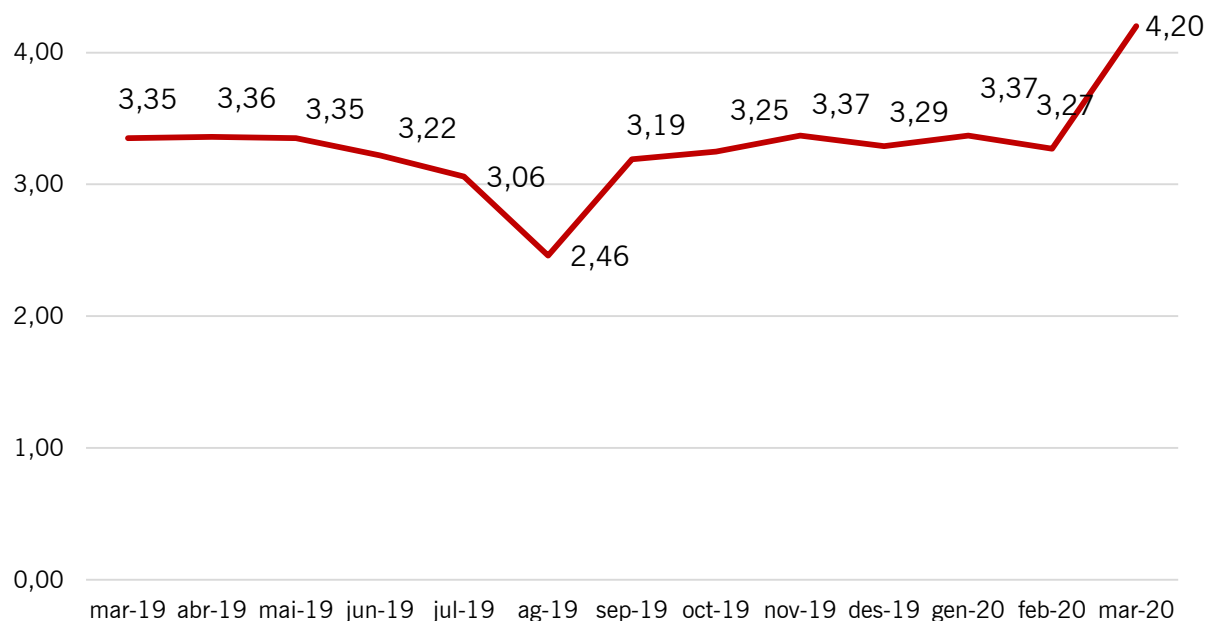
Consum televisiu en confinament



MES DE MARÇ – RÈCORD DE CONSUM HISTÒRIC DE TELEVISIÓ

 **+20,9%**
Consum televisiu a Catalunya. Març (lineal + diferit)
4 hores 20 minuts (+45m vs. març 2019)

Minuts de televisió per persona i dia a Catalunya (lineal + diferit)



Font: Barlovento Comunicación. Informes diaris i mensual d'audiència.

Cadena	Quota
TV3	16,3
Telecinco	10,6
Antena 3 TV	8,5
laSexta	7,9
La1	6,9
Cuatro	4,8
Energy	3,0
3/24	2,6
Factoría de Ficción	2,3
La2	2,3
Neox	2,3
Paramount Network	2,0
Atreseries	1,9
TRECE	1,8
DMax	1,7
Divinity	1,5
Nova	1,4
24h	1,4
Mega	1,2
Clan	1,1
Dkiss	0,9
8tv	0,9
Boing	0,8
Disney Channel	0,6
Super3/33	0,5
TEN	0,4
Gol	0,4
BeMad	0,4
Teledeporte	0,3
Esport3	0,3
RAC105	0,1

Consum televisiu en confinament



↑ +38,0%
Consum televisiu a Catalunya
a partir del confinament

↑ Es dispara el consum televisiu
d'infants i adolescents a Catalunya a
partir del confinament

+68% infants de 4 a 12 anys
+69% joves de 13 a 24 anys

Consum televisiu abans i durant el confinament. Per segments de població.
Catalunya (en minuts. Dades fins al 29 de març de 2020)

Població	Minuts abans confinament 1-12 març	Minuts durant confinament 13-29 març	Diferència (absoluts)	Diferènci a en %	Mitjana mensual (minuts)
Total	198	274	75	38%	243
4 a 12 anys	71	119	47	+68%	99
13 a 24 anys	65	110	44	+69%	91
25 a 44 anys	111	171	61	+54%	146
45 a 64 anys	260	374	112	+44%	327
+65 anys	379	450	71	+19%	421

Font: CCMA, amb dades de Kantar Media. Es pren com a data de confinament el dia del tancament dels centres educatius.





3

TV3 és líder i esdevé la cadena que més minuts creix a partir del tancament de centres educatius i de la declaració de l'estat d'alarma (14 minuts per persona i dia). Gairebé duplica el seu consum (+48%)

L'increment del consum de TV3 es concentra especialment en els targets joves



**+125% infants de 4 a 12 anys
+114% joves de 13 a 24 anys**

Consum televisiu abans i durant el confinament. Cadenes generalistes. Catalunya
(en minuts. Dades fins al 29 de març de 2020)

Cadenes	Minuts abans confinament 1-12 març	Minuts durant confinament 13-29 març	Diferència (absoluts)	Diferència (%)
CONSUM TELEVISIU	198	274	75	+38%
TV3	31	46	14	+48%
Telecinco	24	28	4	+17%
La Sexta	14	23	9	+64%
Antena 3 TV	18	22	5	+22%
La 1	13	20	7	+54%
Cuatro	10	13	3	+30%

Font: CCMA, amb dades de Kantar Media. Es pren com a data de confinament el dia del tancament dels centres educatius.



↑ La ciutadania opta per informar-se principalment a través dels mitjans públics

Es dispara el consum de teleinformatius durant la crisi del coronavirus



Els telenotícies de TV3 són els més vistos a Catalunya a molta distància de la resta d'opcions informatives i augmenten la seva audiència mitjana un 50% a partir del confinament.



La resta d'informatius tenen un audiència global que volta els 300 mil espectadors. En destaquen els increments dels informatius de laSexta i de La1, amb un 69% i un 62%, respectivament.

Audiència mitjana de teleinformatius abans i durant el confinament. Catalunya
(en milers de persones. Dades fins al 29 de març del 2020)

Cadena	Total informatius migdia i vespre	Audiència abans confinament 1-12 març	Audiència durant confinament 13-29 març	Diferència (%)
TV3 simultani*	Telenotícies	563	840	+49%
La 1 simultani*	Telediario	183	296	+62%
Telecinco	Informativos Telecinco	234	294	+26%
La Sexta	La Sexta Noticias	169	285	+69%
Antena 3 TV	Antena 3 Noticias	230	273	+19%



Font: CCMA, amb dades de Kantar Media. * TV3 simultani i La1 simultani indica que els informatius s'han emès per TV3 i 3/24 i La1 i 24H respectivament, presentant-se els resultats en conjunt per cada emissió.

Informar-se en confinament



Dia	Programa més vist del dia a Catalunya	Audiència (000)	Quota (%)
1-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	408	14,6
2-mar.	<i>TN Vespre</i>	674	26,2
3-mar.	<i>TN Vespre</i>	672	26,2
4-mar.	<i>TN Vespre</i>	655	25,5
5-mar.	<i>TN Vespre</i>	626	23,8
6-mar.	<i>TN Vespre</i>	525	24,2
7-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	477	21,1
8-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	572	21,0
9-mar.	<i>TN Vespre</i>	762	27,2
10-mar.	<i>TN Vespre</i>	817	29,2
11-mar.	<i>TN Vespre</i>	757	28,3
12-mar.	<i>TN Vespre</i>	922	31,5
13-mar.	<i>TN Vespre</i>	1.040	34,6
14-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	833	30,5
15-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	885	24,8
16-mar.	<i>TN Migdia</i>	883	32,0
17-mar.	<i>TN Vespre</i>	829	26,9
18-mar.	<i>TN Vespre</i>	786	24,7
19-mar.	<i>TN Vespre</i>	751	24,0
20-mar.	<i>TN Vespre</i>	726	23,8
21-mar.	<i>TN Vespre</i>	748	22,7
22-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	819	26,2
23-mar.	<i>TN Vespre</i>	800	26,3
24-mar.	<i>TN Vespre</i>	810	27,5
25-mar.	<i>TN Migdia</i>	734	28,9
26-mar.	<i>TN Migdia</i>	734	29,7
27-mar.	<i>TN Vespre</i>	717	23,1
28-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	831	27,1
29-mar.	<i>TN Vespre Cap de setmana</i>	695	23,5
30-mar.	<i>TN Vespre</i>	807	26,4
31-mar.	<i>TN Vespre</i>	765	25,6



Informació i televisió pública

Els *Telenotícies* de TV3 són l'emissió líder cada dia a Catalunya el març de 2020

Emissió més vista a Catalunya el març de 2020

***TN vespre* de 13 de març**

Més d'un milió de persones i un 34,6% de quota.

Font: Barlovento Comunicació. Informes diaris d'audiència.

Audiències digitals de la CCMA



Rècord audiències digitals de la CCMA. Març

Usuaris únics

Portal CCMA: 5,4 milions

324.cat: 2,9 milions. **+117%** vs. març 2019

Reproduccions de vídeo

Portal CCMA: 14,7 milions

Super3: 2,3 milions. Xifra més alta mai obtinguda.

Emissions en directe

Els programes **informatius** encapçalen la llista

Programa més vist a la carta:

InfoK especial coronavirus

+ de 169.000 usuaris únics

+ de 421.000 reproduccions.

x3 la seva audiència habitual.



Font: CCMA.



Audiència dels teleinformatius



+**14%** audiència diària dels informatius vespre dels mitjans públics europeus durant la crisi

x2

Es **duplica** l'audiència dels informatius vespre en moments crítics de la crisi del COVID-19

Audiència de les notícies en línia



x2,7

Gairebé es **tripliquen** les visites a notícies en línia de mitjans públics



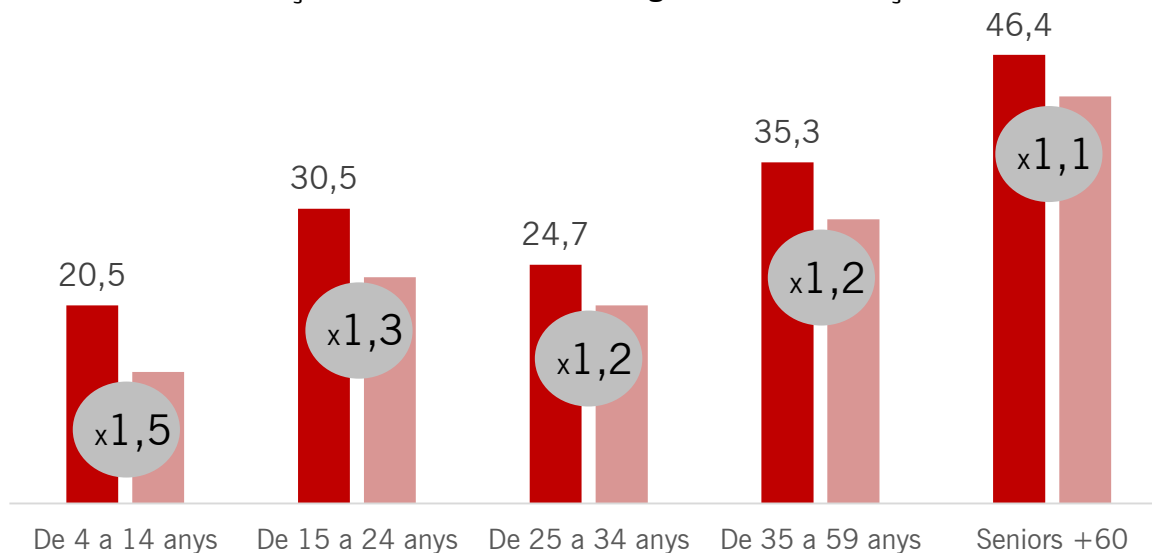
+**21 milions** de visites úniques a notícies en línia de mitjans públics

Font: Unió Europea de Radiodifusió (UER-EBU). [Covid-19 crisis.PSM audience performance](#). Audiències d'informatius de mitjans públics a Europa. Període 2-15 de març del 2020. Mostra de 18 països.



Audiència dels teleinformatius vespre per edats

- Comparativa dues últimes setmanes respecte inici de l'any
- Del 2 al 15 març de 2020 ■ Del 1 de gener al 1 de març



+20%

Consum d'informatius vespre de ciutadans joves durant la crisi COVID-19

Font: Unió Europea de Radiodifusió (UER-EBU). [Covid-19 crisis.PSM audience performance](#). Audiències d'informatius de mitjans públics a Europa. Període 2-15 de març del 2020. Mostra de 18 països.

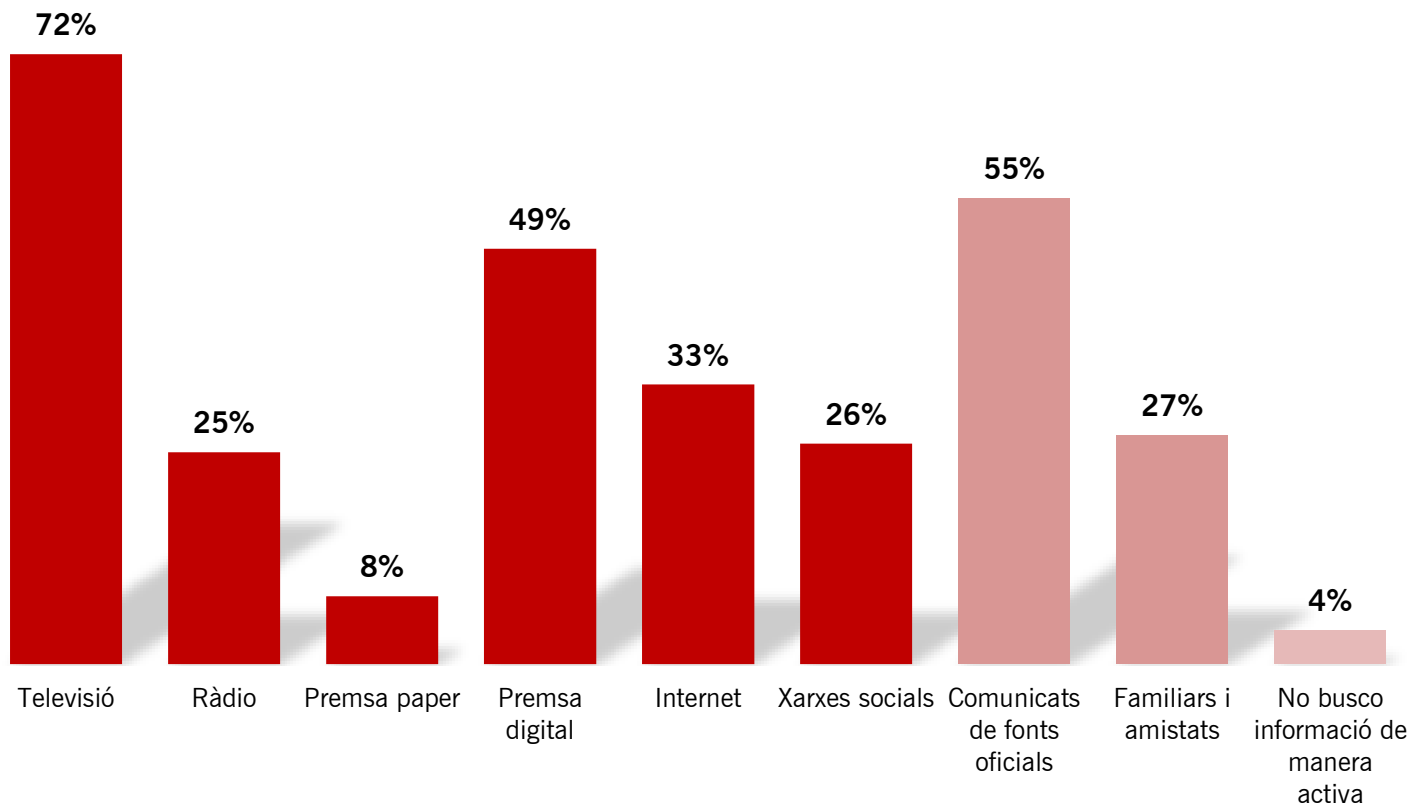
On s'informa la ciutadania



On ens estem informant? Resposta múltiple

La **televisió** és el mitjà principal per informar-se durant el període de crisi del coronavirus.

La **premsa digital**, internet i les xarxes socials com a via per informar-se superen la ràdio i la premsa en paper.



Font: GfK. [Píldora 2. Tracking semanal Covid-19. España](#). 25 de març de 2020. Mostra panel: 1.000 persones. Treball de camp: 17-18 de març del 2020.

Consum audiovisual durant la crisi



Activitats d'entreteniment més realitzades durant l'estat d'alarma



Font: [Statista](#)



Increment de consum de plataformes d'*streaming*

+60% matí
+43% sobretaula
+32% tarda

Font: [Statista](#)

+60%

Augment previst en el consum de vídeos en *streaming*

Font: [Nielsen](#)

15%

de les persones enquestades té previst **contractar** una **plataforma de pagament** de sèries i pel·lícules durant la propera setmana.

Font: [Havas Media Group](#)



+271%

Augment en el trànsit de dades de *gaming*

Font: [Telefónica](#)

+70%

Augment en el consum en campionats de videojocs

Font: [STEAM Database](#)

Efectes en la publicitat televisiva



Quinzena del 15 al 29 de març. Publicitat televisiva a Espanya



248.566
anuncis

Quinzena amb menys
anuncis de l'any



-14,6%

En temps de publicitat
emès respecte de la
quinzena anterior.



-15,4%

En nombre de campanyes
publicitàries emeses respecte
de la quinzena anterior.

Primera setmana de l'Estat d'Alarma. Minuts de publicitat televisiva

	09-15 de març	16-22 de març	Diferència (%)
Generalistes obert	5.647	4.418	-22%
Cadenes FORTA	7.634	5.371	-30%
Temàtiques TDT	19.009	16.595	-13%
Temàtiques pagament	20.869	20.330	-3%

Afectació desigual!

Les cadenes autonòmiques són les
més perjudicades (-30%), mentre que
les temàtiques de pagament només
viuen un descens del 3%.

Font: Agencia DOS30', amb dades de Kantar Media.



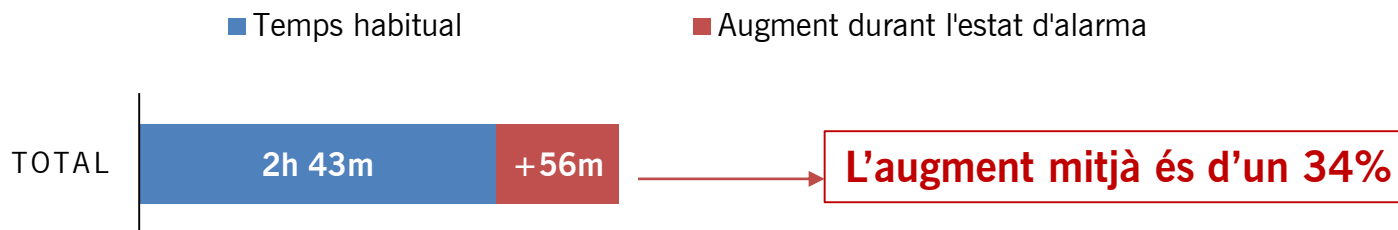
LES ASSOCIACIONS DE MITJANS DAVANT EL DESCENS D'INGRESSOS PUBLICITARIS

Entitat	Ràdio Associació de Catalunya (RAC)	Asociación Española de Radios Comerciales (AERC)	Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA)	Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP)
Sector	Ràdio privada	Ràdio privada	Televisions privades en obert	Prensa i revistes
Càlcul propi del descens d'ingressos	"Apunta a caigudes d'entre el 75% i el 80%" respecte del mateix període de l'any anterior	"Un descens que arriba al 80%" respecte del mateix període de l'any anterior	"Descens superior al 50%" durant l'Estat d'alarma	"Al voltant d'un 80%" respecte del març de l'any anterior
Valoracions	Demanen "mesures específiques de suport a la ràdio privada" per "continuar prestant el servei essencial"	Demanen un "pla específic" d'ajuts i incentius a les ràdios comercials	Consideren que els ajuts del Reial decret llei 11/2020 "permetran pal·liar" parcialment el descens en publicitat	Demanen ajuts fiscals a la compra d'espais publicitaris i que les administracions "mantinguin la seva inversió" en publicitat
Font	RAC	Onda Cero	Europa Press	AEEPP

Ús de dispositius personals en confinament



Increment en l'ús diari de l'*smartphone* durant l'estat d'alarma



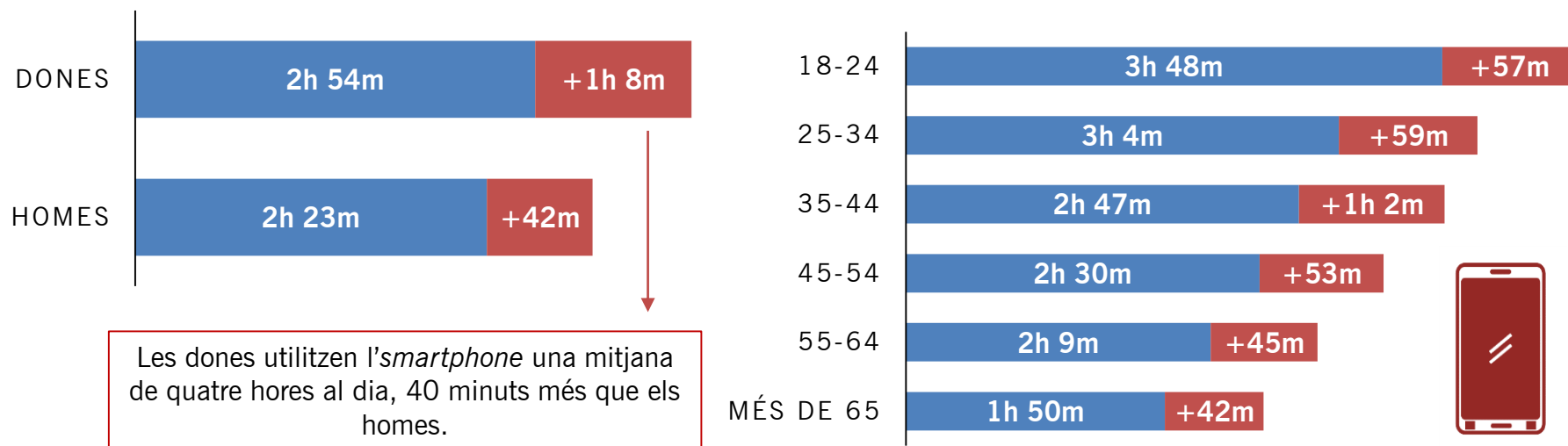
+22%

Augment en
l'ús de PC

+17%

Augment en
l'ús de tauletes

Increment en l'ús diari de l'*smartphone* durant l'estat d'alarma per segments de població



Font: Gfk. [Píldora 2. Tracking semanal Covid-19. España](#). 25 de març de 2020. Mostra 10.000 persones: panel de seguiment d'internautes GfK/Netquest. Anàlisi de població internauta espanyola de més de 18 anys amb *tracker* de seguiment instal·lat al PC, *smartphone* i tauleta.

Consum de xarxes socials i WhatsApp



↑ Ús de WhatsApp i de xarxes socials en confinament +1 hora diària

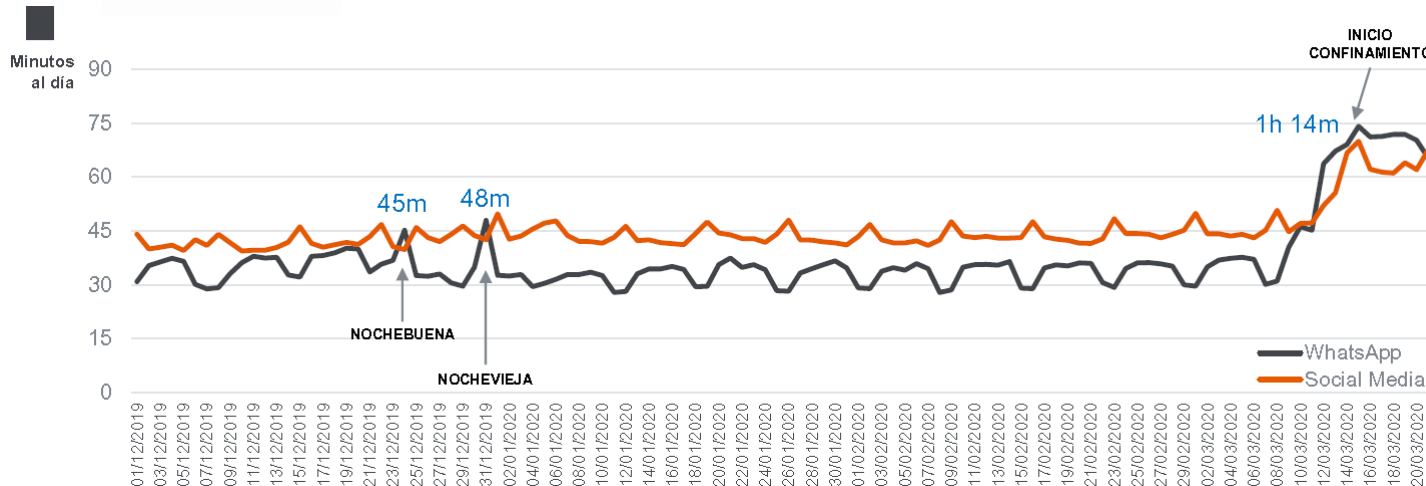
Mitjana habitual ús WhatsApp: 34 minuts al dia

Mitjana habitual ús xarxes socials: 43 minuts al dia



La situació de confinament al domicili i la necessitat de comunicar-se de les persones ha fet que, en conseqüència, s'incrementi l'ús de sistemes de missatgeria instantània i xarxes socials entre la població.

Un exemple d'aquesta tendència és que durant els primers dies de confinament es va superar de manera destacada el consum de dates assenyalades, com ara la Nit de Nadal o la de Cap d'Any.



Font: Gfk. [Píldora 2. Tracking semanal Covid-19. España](#). 25 de març de 2020. Mostra 10.000 persones: panel de seguiment d'internautes GfK/Netquest. Anàlisi de població internauta espanyola de més de 18 anys amb *tracker* de seguiment instal·lat al PC, smartphone i tauleta.



Increment del **trànsit global de dades** (2n país del món amb més trànsit)
✓ **+40%** trànsit **IP** (banda ampla) i **+36%** del trànsit mòbil de **veu i dades**



Augment del **consum** d'activitats per internet
✓ Teletreball; teleensenyament; visionament en *streaming*; *gaming* i compres en línia; missatgeria instantània



Dedicació exclusiva de **18.000** professionals del sector telecom a Espanya
✓ Personal tècnic de xarxa; agents de plataformes; comercials i personal d'oficina
✓ Distribució del nombre de persones treballadores per empresa:

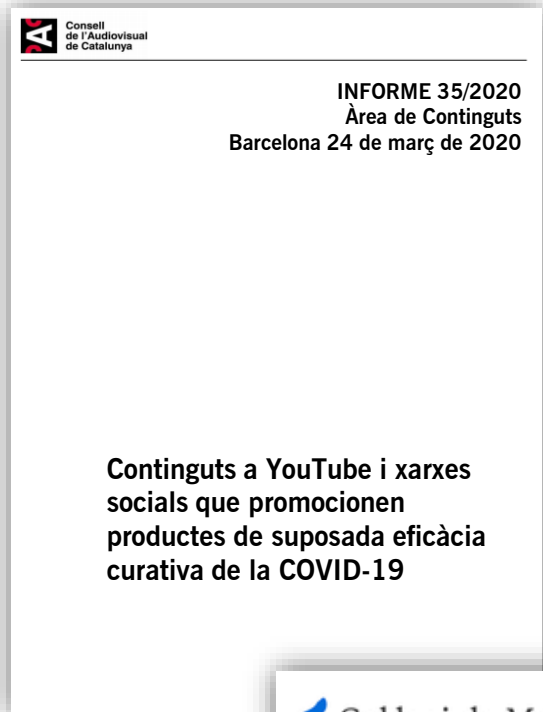
	7.000		5.500		4.300		1.000
---	-------	---	-------	---	-------	---	-------



Petició de la **Comissió Europea** als serveis per *streaming* de baixar la qualitat d'emissió del seu senyal i la cooperació amb els operadors de telecomunicacions per evitar la congestió i garantir el funcionament de la xarxa.



❑ Informe d'anàlisi de continguts a YouTube i xarxes socials que promocionen productes de suposada eficàcia curativa de la COVID-19



Col·legi de Metges
de Barcelona

- El CAC aprova l'[informe](#) que **identifica** 16 vídeos a YouTube i a xarxes socials que promocionen tractaments no científics per curar la COVID-19. Informe elaborat pels serveis tècnics del Consell amb la col·laboració del Col·legi de Metges de Barcelona
- **Denúncia** dels continguts i petició de retirada dels continguts de la plataforma d'intercanvi de vídeos propietària (Google) (25/03/2020)
- **Retirada** de 14 dels 16 vídeos denunciats = 343.232 visualitzacions (26/03/2020)

Accions CAC durant la crisi sanitària



edu
CAC
Consell de l'Audiovisual
de Catalunya

❑ Materials per gestionar l'ús de les pantalles i fer activitats en família



Assessorament per posar límits a l'ús dels videojocs perquè un joc excessiu no esdevingui patològic



Test amb alguns consells de seguretat i civisme digital



Reflexió constructiva sobre els valors que desprenen alguns continguts de la xarxa



Convertir el cinema en molt més que entreteniment



Aprendre a detectar notícies falses i a protegir-nos de la infoxicació



Recursos digitals de qualitat per als infants per jugar i aprendre

Si veieu a les pantalles algun contingut que considereu inapropiat podeu adreçar les vostres queixes al Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Font: www.educac.cat



❑ Decàleg per prevenir la desinformació

- Difusió de [recomanacions](#) per fer un ús responsable de la informació que es consumeix sobre la pandèmia i, sobretot, la que es comparteix, com ara:

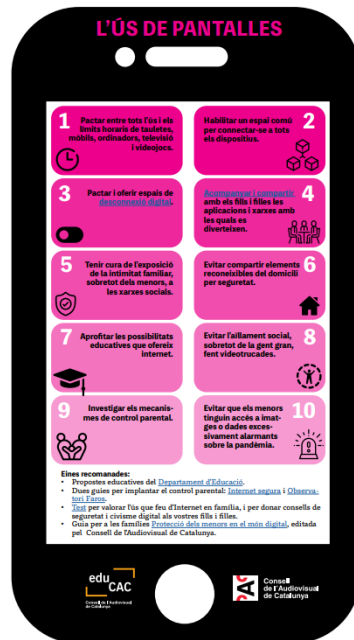


- ✓ Confiar en els comunicats oficials
- ✓ Seguir les recomanacions/consells de professionals acreditats
- ✓ Informar-se a través de mitjans de comunicació reconeguts/responsabilitat editorial
- ✓ Contrastar les notícies
- ✓ Abans de compartir la informació, respondre's preguntes essencials: coneixes el mitjà? has llegit el titular o tota la notícia? hi ha més mitjans que parlin sobre el fet? la data de la notícia és actual?..



❑ Decàleg per fer un bon ús de les pantalles

- El CAC [suggereix](#) la gestió responsable de l'ús dels dispositius electrònics durant el confinament



1. Pactar l'ús i els límits horaris dels dispositius electrònics.
2. Habilitar un espai comú de connexió.
3. Pactar espais de desconconnexió digital.
4. Acompanyar/compartir amb els menors d'edat l'ús d'aplicacions i de les xarxes socials.
5. Tenir cura de l'exposició de la intimitat familiar a la xarxa.
6. Evitar compartir elements reconeixadors del domicili per seguretat.
7. Aprofitar possibilitats educatives de la xarxa.
8. Evitar aïllament social fent ús de les videotrucades.
9. Investigar mecanismes de control parental.
10. Evitar que els menors d'edat tinguin accés a imatges o dades excessivament alarmants sobre la pandèmia.

Accions CAC durant la crisi sanitària



- ❑ Emissió de càpsules informatives a Televisió de Catalunya, Catalunya Ràdio i xarxes socials sobre com detectar *fake news* i amb consells per a un bon ús de les pantalles durant el confinament





Els **mitjans de comunicació** són considerats un **servei essencial** en el marc de la lluita contra el coronavirus ([Reial decret llei 10/2020, de 29 de març](#))



El **Col·legi de Periodistes de Catalunya**, d'acord amb la Red de Colegios Profesionales de Periodistas, de la qual forma part, indica un conjunt de **recomanacions** a periodistes de la comunicació **per desenvolupar la seva activitat amb seguretat**:

- Fer les conferències de premsa en *streaming* i preguntar fent ús de sistemes tecnològics (missatgeria instantània).
- Evitar convocatòries de premsa en espais que no siguin prou amplis (separació mínima d'un metre entre les persones).
- Convocar les rodes de premsa estrictament necessàries.
- Evitar el contacte personal amb els entrevistats i/o col·laboradors.
- Utilitzar l'equip propi, evitar compartir-lo i netejar-lo regularment amb solucions hidroalcohòliques.
- Treure les esponges dels micròfons.
- Mantenir les àrees de treball comunes (estudis de ràdio o televisió) desinfectades.



El Col·legi de Periodistes de Catalunya i els Mossos d'Esquadra recomanen **portar braçal o armilla identificativa** als professionals de la comunicació que durant aquests dies treballin a la via pública amb **l'objectiu de facilitar la seva feina**.

El CPC facilita [recursos i eines](#) per cobrir el coronavirus als i les professionals de la comunicació, com ara:

- Creació d'una llista per seguir les últimes publicacions de les fonts oficials i d'experts. Aquesta llista inclou comptes dels organismes espanyols i catalans, institucions sanitàries o professionals de la salut, entre d'altres.
- Vincle a un mapa interactiu sobre els casos de coronavirus a tot el món.
- Guia d'eines i recursos per fer una bona tasca de verificació de dades.
- Codi deontològic.

Canvis en les graelles i en les rutines de producció



La crisi de salut pública pel COVID-19 també ha impactat en les rutines de producció de televisions i ràdios, que s'han hagut d'adaptar a les mesures de prevenció implantades per aturar els contagis.

- ❑ Els programes d'entreteniment han hagut de prescindir del públic a plató.
- ❑ S'han implementat sistemes de teletreball i maximitzat l'ús d'eines tipus Zoom, Skype o línies IP.
- ❑ L'equip tècnic present als estudis i a les redaccions s'ha reduït al mínim per lligar totes les connexions entre col·laboradors i videoconferències amb les persones entrevistades.



- ❑ En el cas de la ràdio, mitjançant una xarxa de connexions des dels domicilis particulars dels presentadors, també s'ha minimitzat la presència de persones a les redaccions i ha permès la realització de programes des de casa.
- ❑ En l'àmbit informatiu, es desplaça el mínim personal a les compareixences i rodes de premsa, i les preguntes es formulen per via telemàtica.

Protecció del dret a la informació



(≡) **Prensa Comarcal**

Els editors de revistes, premsa comarcal i local i digitals temen que les empreses del sector no puguin suportar els efectes de la crisi sanitària si la Generalitat no hi intervé. ([Manifest](#))



La Red de Colegios Profesionales de Periodistas també ha demanat al Govern espanyol que [adopti mesures extraordinàries](#) per sostenir el periodisme durant la crisi del coronavirus i l'insta a aprovar urgentment un paquet d'ajuts per garantir l'exercici del dret a la informació.



IFJ també demana [mesures](#) de protecció i estímuls econòmics i envia una carta oberta al Consell d'Europa, al Parlament Europeu i a la Comissió Europea.



La FAPE sol·licita [ajuts](#) als mitjans davant la caiguda publicitària.

L'Associació Catalana de Ràdio [demana](#) al Govern ajuts urgents al sector de la ràdio catalana.



BIAC. Núm. extra – Especial coronavirus

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. extra. Especial coronavirus. Barcelona: CAC, abril del 2020. <www.cac.cat>