

BLOG

MAIG 2017

- L'audiència de TV3 està en mínims històrics, però la competència no està molt millor

ABRIL 2017

- Llums i ombres en les sales de cinema

FEBRER 2017

- El sector de la producció televisiva a Europa s'està concentrant a passos gegants
- Els ajuts al cinema i l'audiovisual a França, explicats pel CNC

GENER 2017

- La 'nova' BBC: finançament estable i expansió controlada

DESEMBRE 2016

- La producció catalana en el nou ordre audiovisual mundial

NOVEMBRE 2016

- L'OPA analitza el present de la producció audiovisual catalana i apunta els seus reptes de futur
- Seixanta anys de televisió a Espanya (i a Catalunya): i ara què?

OCTUBRE 2016

- La irrupció del Facebook Live a l'escenari audiovisual

SETEMBRE 2016

- Del Broadcasting al Media: les corporacions públiques europees i l'ecosistema digital

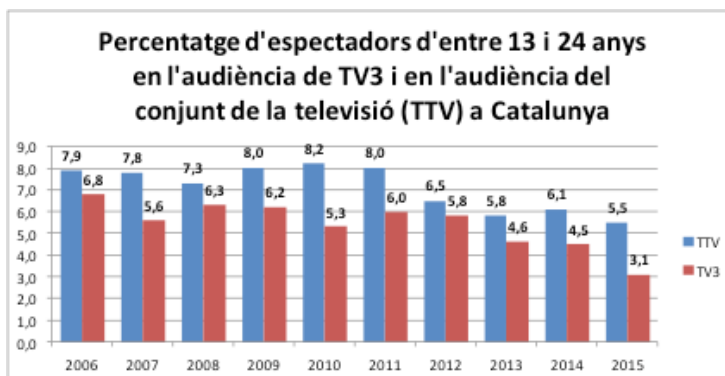
L'audiència de TV3: el problema no són els joves, són els espectadors de mitjana edat



15 JUNY 2016

REINALD BESALÚ
Professor de la UPF

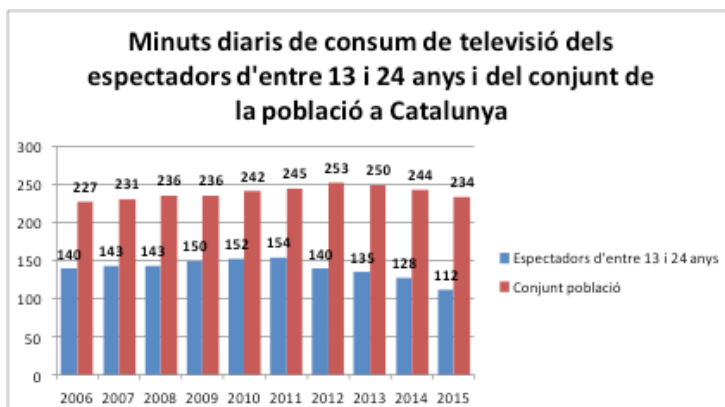
Sovint se sent parlar de la davallada d'audiències que ha tingut TV3 en els darrers anys, i de com els joves abandonen la cadena pública catalana. Certament, TV3 mai s'ha caracteritzat per tenir un perfil d'audiència rejuenit, més aviat al contrari. Si ens fixem en el perfil d'edat de l'audiència de la cadena en els darrers 10 anys, veiem com el percentatge de joves (entesos com aquells que tenen entre 13 i 24 anys) sempre s'ha situat a l'entorn del 5-7%, amb una davallada per sota del 5% a partir de l'any 2013. No obstant, en el conjunt de la televisió els joves no hi tenen un pes gaire superior, a l'entorn del 8% fins el 2011 i a l'entorn del 6% a partir de llavors.



Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media

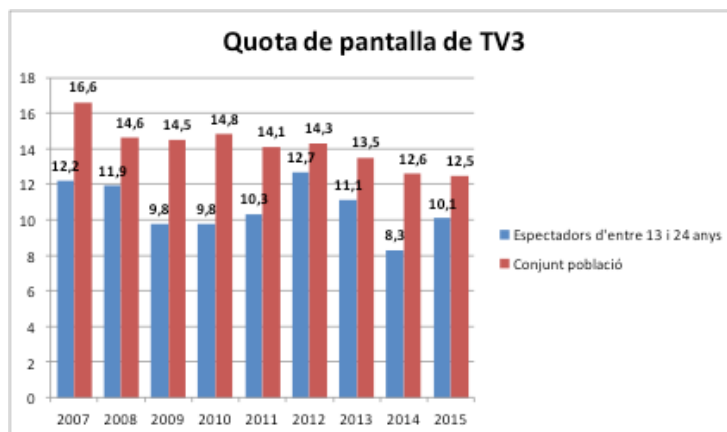
Per contextualitzar aquestes xifres, però, cal tenir en compte dos factors: d'una banda, que els joves són un grup poblacional relativament petit i que, en conseqüència, mai podran suposar una part important de l'audiència televisiva. En segon lloc, que els joves sempre han tingut un consum televisiu molt per sota de la mitjana.

Sigui com sigui, la fuga de joves del consum lineal de televisió en els darrers anys és una realitat, i Catalunya no n'és l'excepció. Com es pot observar al gràfic següent, el seu consum de televisió a casa nostra ha disminuït de manera important des de 2012: han passat de consumir, de mitjana, 154 minuts diaris de televisió el 2011 a dedicar-n'hi només 112 el 2015, menys de la meitat del consum que en fa el conjunt de la població.



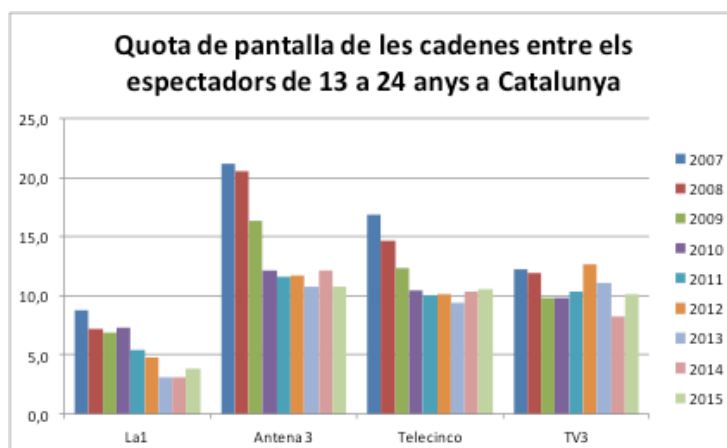
Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media

Però tot això com ha afectat TV3? Si ens fixem en la quota de pantalla de la cadena (percentatge d'espectadors de TV3 sobre el total d'espectadors televisius), el que es fa evident és que, mentre que en el conjunt de la població aquest indicador ha anat disminuint gradualment, entre els joves l'evolució ha estat molt més erràtica. Així, tot i que la seva quota sempre s'ha situat per sota de la global, quan s'hi ha acostat més ha estat els anys 2012, 2013 i 2015. A més, l'any 2015 s'ha produït un increment significatiu de la quota de pantalla de TV3 entre els joves, del 8,3% al 10,1% (una quota, a més, superior a la que va registrar la cadena entre aquest sector de població els anys 2009 i 2010). De manera que, en termes relatius, es pot afirmar que en els darrers anys TV3 conserva el mateix atractiu –o inclús més- entre els joves que miren la televisió (que, tot i això, sí que són menys que abans en termes absoluts).



Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media

No es pot dir el mateix de la resta de cadenes generalistes. D'una banda Telecinco i Antena 3 havien estat històricament més consumides pels joves catalans que no pas TV3. Ara això segueix sent així, però amb molta menys contundència: la quota d'Antena 3 entre els joves era del 21,2% l'any 2007, i el 2015 s'ha reduït a la meitat, fins al 10,8%. A Telecinco la davallada ha estat del 16,9% el 2007 al 10,6% el 2015. I a La1 del 8,8% al 3,8%. En contrast amb aquestes davallades espectaculars, la quota de TV3 entre els joves només ha baixat 2,1 punts en aquests mateixos anys, del 12,2% al 10,1%. Fins i tot els anys 2012 i 2013, quan el consum televisiu dels joves ja havia començat a disminuir, TV3 va ser la cadena més vista pels joves catalans, per davant d'Antena 3 i Telecinco.



Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media

Per complementar aquestes xifres, pot ser interessant fer una mirada als programes més vistos pels joves. Agafant tan sols el rànquing dels 10 programes més vistos pels joves cada any a Catalunya, s'observa que n'hi ha de TV3 tots els anys, excepte el 2014. Destaquen, per la seva presència reiterada, les retransmissions de partits de futbol de la Lliga de Campions, els programes d'humor com Polònia i Crackòvia, i ficcions seriades com Merlí o Polseres

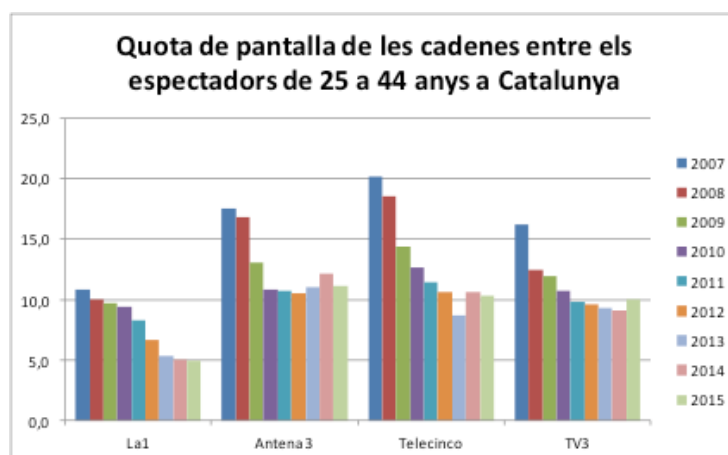
Vermelles. L'any en què TV3 ha col·locat més programes en el rànquing dels 10 més vistos pels joves ha estat, a més, el 2015 (un total de 8 programes). Pel que fa a aquests primers mesos de 2016, sembla que la tendència és la mateixa.

Nombre de programes de TV3 en el rànquing dels 10 més vistos pels espectadors d'entre 13 i 24 anys a Catalunya

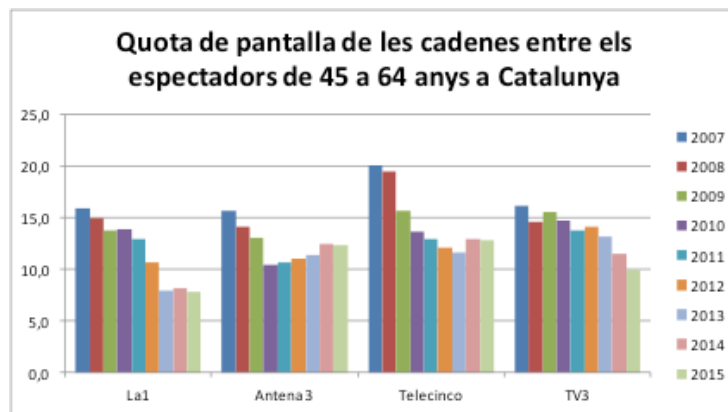
Any	Nombre de programes
2006	1
2007	1
2008	1
2009	4
2010	3
2011	5
2012	4
2013	7
2014	0
2015	8

Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media

En definitiva, tot i que és cert que els joves deixen de mirar la televisió convencional, no es pot afirmar que això afecti especialment TV3 ni que això sigui la principal causa de la seva davallada d'audiència. Més aviat, caldria buscar explicacions en el públic de mitjana edat (aquell que té entre 25 i 64 anys). Una mirada atenta al seu consum televisiu ens mostra que aquest grup d'edat ha perdut interès en TV3 a un ritme similar al de Telecinco i Antena 3 (no com succeïa en el cas dels joves), ja que la quota de pantalla ha disminuït un 38% entre 2007 i 2015. A més, TV3, que havia estat líder entre els espectadors de 45 a 64 anys en el període 2010-2013, ha deixat de ser-ho des de 2014 en favor de Telecinco. Un cas a part i molt més greu és el de La1, la quota de la qual ha davallat més d'un 50% en les persones de 25 a 64 anys.

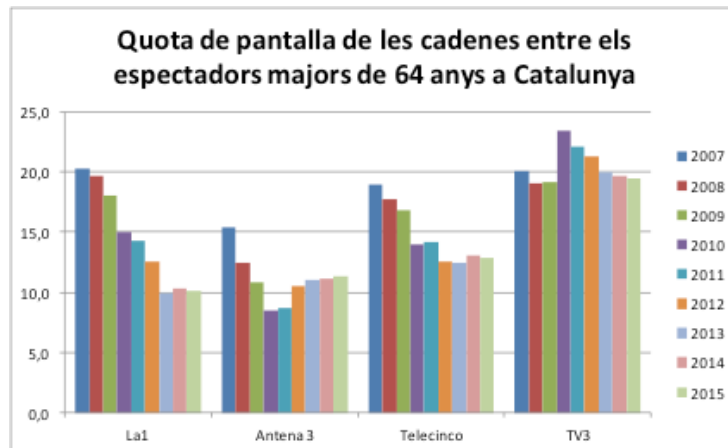


Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media



Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media

El terreny en el qual el lideratge de TV3 segueix sent indiscutible és en el de la gent gran. TV3 és, amb molta diferència, la cadena més vista pels majors de 64 anys ininterrompudament des de l'any 2009, amb una quota el 2016 del 19,5%, només 0,6 punts inferior a la de 2007. Cal tenir en compte que, parlant estrictament en termes d'audiència, això li és clarament beneficiós si, com sembla, aquest és el públic que acabarà concentrant la major part del consum televisiu lineal. Naturalment, una altra cosa és si això convé, tant en termes publicitaris com sobretot de servei públic. En tot cas, hi haurem de seguir atents.



Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media