

MITJANS DE COMUNICACIÓ Els espais informatius de Canal Terres de l'Ebre, la gran aposta de la programació, obtenen audiències diàries d'un 30%

Un de cada quatre ebrencs mira 'L'Ebre Notícies'

TERRES DE L'EBRE Redacció

Una de les característiques destacades de l'estudi d'audiència de la consultora Lebrand és que ha obtingut estadístiques de la televisió local de cada territori català on s'ha fet la mostra, amb un mínim de 100 persones que han reconegut mirar una televisió local. I això ha donat molt valor afegit al treball, a diferència d'altres estudis demoscòpics.

Aquest fet permet assegurar que un 33% (una de cada quatre persones) mira cada dia l'informatiu *L'Ebre Notícies*, un espai amb perfil propi que, a diferència d'altres, ja

porta més de quatre anys en antena de manera contínua, per la qual cosa és molt conegut i referenciat.

En l'estudi també destaquen els magazines d'actualitat, que han canviat de nom a conseqüència de la unió de televisions i que, conjuntament, tenen ja també una quota del 30%. El mateix passa amb els programes de reportatges: un 29%.

Un altre programa a destacar és *El debat de l'Ebre*, de Joaquim Rambla, que té un 10% de reconeixement dels enquestats. També obtenen bona puntuació, però per sota, molts programes emblemàtics que provenen de dos graelles que eren diferents ara fa un any. L'àmplia di-



versitat de capçaleres i el fet que només es porte uns mesos en pan-

talla única farà necessaris posteriors estudis per identificar clarament

quin és el seu posicionament d'audiència. ■

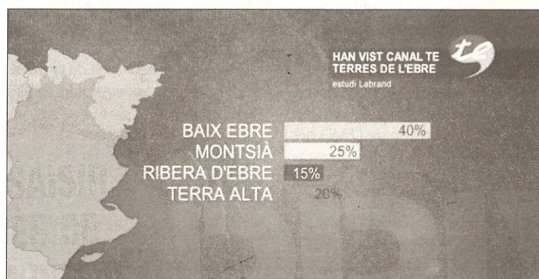
PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

El perfil dels televidents té mitja dotzena de registres que són xifres màximes a tot Catalunya

■ **Consums d'una hora i franges horàries de nit i migdiada.** Pel que fa als consums, la majoria mira la televisió local entre trenta minuts i una hora. I ho fa en les franges anomenades de 'prime time' habituals: al vespre i nit a partir de les 20 h fins a les 23 h en un 54% i a la tarda, a partir de les 14 h en un 31%. En cap de setmana els registres baixen notablement.

■ **L'audiència per comarques, se l'endú el Baix Ebre amb un 40%.** La comarca on més es veu Canal Terres de l'Ebre és la més poblada, el Baix Ebre, amb un 40%. La segueixen el Montsià amb un 25%, la Terra Alta amb un 20% i, finalment, la Ribera d'Ebre amb un 15% (veure quadre).

■ **L'Ebre és el primer territori de Catalunya on la gent s'informa a través de la TV.** El 50% de la gent a la qual es pregunta afirma que s'informa a través de la televisió i aquest és un registre màxim a tot Catalunya. La segueix la premsa local en un 39%, que seria el cas del setmanari *L'Ebre*, ja que



només se'n comptabilitza la de pagament.

■ **Els hòmens (52%) sumen quatre punts més que les dones (48%).** Pel que fa a sexes, són els hòmens els que guanyen, amb un 52%, quatre punts més que les dones.

■ **Qui més, els que tenen entre 45 i 64 anys, però l'edat en més de 65.** Per edats, qui més mira Canal Terres de l'Ebre és la gent d'entre 45 i 64 anys (33%), seguida de la de 24 a 44

anys (30%). Cal destacar, però, que som la regió de Catalunya on més ens mira la gent de més de 65 anys, un 28% dels enquestats.

■ **Predomina la classe mitjana (52%) i els que compren a casa.** Pel que fa a la classe social també som singulars, perquè és el lloc de Catalunya on, amb un 35% de classe mitjana-baixa, l'índex és superior, tot i que qui més mira Canal Terres de l'Ebre és la classe mitjana (52%). El mateix passa amb l'indicador de rol familiar, ja que,

amb un 25% de quota de les persones que són les que fan les compres, és un índex primer a nivell nacional.

■ **Clarament catalanoparlants (93%) i la majoria no treballa.** Lingüísticament, qui més ens mira són els catalanoparlants (93%). Pel que fa a l'activitat laboral, predominen les persones que no treballen (54%) sobre les que sí que treballen.

■ **Singulars també en membres de la llar i en nivell d'estudis.** El tamarany de la llar amb 2 persones és qui més mira Canal TE (37%), però també és curiós que amb només una persona a la llar hi ha un 14% i aquesta és la xifra més elevada de Catalunya. Quant a nivell d'estudis, un 42% de gent amb estudis primaris és també un registre líder a nivell nacional.

■ **L'ús d'Internet.** Pel que fa a l'ús d'Internet, qui mira la televisió també fa servir Internet cada dia (54%), però, a la vegada, hi ha un 37% que no la mira mai.

DESTACAT

La Caixa, Abertis, Bassat o Nestlé, clients de Lebrand



■ La consultora barcelonina Lebrand té molt prestigi en el sector. Treballa per a clients com Abertis, la Caixa, Bassat, Nestlé, Endesa o Gas Natural, que fan servir els seus estudis d'audiència per destinar-hi publicitat. La mostra, encarregada per la Xarxa (Diputació de Barcelona) entre finals d'abril i principis de maig, era de 5.000 enquestes telefòniques (260 de les quals, a les Terres de l'Ebre).

