

Les audiències del setmanari L'EBRE i de L'Ebre TV creixen de forma 'sorprenent' en l'últim Baròmetre

➤ Els lectors del setmanari L'EBRE acreditats com a audiència del Baròmetre han passat de 16.000 a 26.000 en un any, més que diaris i gratuïts

TERRES DE L'EBRE Redacció

L'última onada del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, un dels instruments principals que s'utilitzen per mesurar les audiències i els hàbits de cultura a Catalunya, tot incloent també per primer cop els mitjans de comunicació locals, donen al setmanari L'EBRE una audiència de 26.000 lectors, sis mil més que la que donava la darrera onada del 2011 al mes de novembre. Això significa, per a l'única publicació de pagament que hi ha a les Terres de l'Ebre, un creixement de lectors del 30%, tot un rècord en només quatre mesos de diferència.

Una altra dada que cal destacar és que aquest lideratge també preval en cas que es compare l'audiència amb altres mitjans escrits de pagament però de consum diari, i fins i tot de publicacions gratuïtes setmanals. I és que la dada més sorprenent de totes, sobretot si es té en compte la fidelitat de la venda de setmanaris i de subscriptors, és que, segons el Baròmetre, l'audiència del setmanari L'EBRE d'un any a l'altre ha guanyat 12.000 lectors en dotze mesos.

L'EBRE TV CREIX UN 60% El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura constata també el creixement molt destacat de L'Ebre TV, la televisió local més jove de les Terres de l'Ebre, que va arrancar a l'abril de 2010, ara fa dos anys. Respecte a l'últim estudi, de la tardor passada, aquesta televisió ha crescut un 60% en nombre d'espectadors, i retalla distàncies amb la més vista, de la qual només la separen 2.000 espectadors. D'aquestes dades es desprèn que L'Ebre TV és la cadena de les Terres de l'Ebre que experimenta una creixuda més elevada, obté una quota de

pantalla respecte al conjunt de televisions de la demarcació de Tarragona del 7% (share).

LA DIFUSIÓ I L'AUDIÈNCIA La difusió del setmanari L'EBRE és estable des de fa molts anys gràcies a la fidelització d'uns subscriptors i lectors assolits durant dècades. Una difusió que es quantifica actualment en 5.600 exemplars, aproximadament la meitat dels quals es distribueixen per subscripció, i l'altra meitat, per venda a quioscos. I una difusió que, reconvertida en audiència d'acord amb el sistema de càlcul tradicional (sempre s'ha considerat que per cada exemplar hi hauria un mínim de quatre lectors, si més no en un periòdic setmanal), donaria una lectura setmanal mínima de 22.400 lectors.

Sembla plenament consolidat, per tant, que l'audiència del setmanari L'EBRE supera de llarg els 20.000 lectors acreditats, tot i que altres estudis del mateix Baròmetre havien donat lectures sorprenentment menors els anys 2010 i 2011, probablement perquè no havien tingut en compte



altres factors per corregir fuites i anàlogies, conseqüència evident de la imitació o plagi que ha sofert la marca Ebre en els últims anys, en tractar-se d'un topònim difícil de defensar com a exclusiu.

Comprovem-ho si no: la marca L'EBRE com a setmanari va ser legalitzada l'any 1995 i encara roman avui dia com propietat d'aquest setmanari, però entre mig antics i influents diaris també hi han incorporat el to-

pònim com a capçalera i imatge principal (l'actual *Diari Ebre* ve dels antics *Diario Español* i *Diari de Tarragona*); altres publicacions sectorials o gratuïtes també van fer-lo seu i el mantenen (com és el cas del desaparegut *L'Ebre Esportiu* i el bisetmanal gratuït, ara setmanal, *Més Ebre*), i el topònim *Ebre* també forma part dels noms corporatius de les dos televisions locals competència de L'Ebre TV, nascuda a l'aixopluc del set-

manari L'EBRE (motiu pel qual força televidents no identifiquen fàcilment d'on provenen els continguts que consumeixen, ja que la paraula *Ebre* és a les tres marques del mercat).

I una última dada curiosa per recordar: per iniciativa de l'anterior delegat del govern, Lluís Salvadó, el consorci no nat de la TV pública que s'havia de constituir havia fet una primera proposta de marca i era Ebre TV. ■

CANVIS IMMINENTS

Setmanari L'Ebre SL i L'Ebre Televisió SL

■ El confusionisme que s'ha produït en els últims anys al voltant de les marques dels mitjans de comunicació no es pot atribuir únicament a factors externs, en absolut. Hi ha també raons internes, algunes de les quals la direcció del Grup L'Ebre ha decidit corregir les pròximes setmanes. Així, l'empresa editora del setmanari passarà a dir-se prompte Setmanari L'Ebre SL (donant per acabar la denominació *La Veu de l'Ebre SL*, que s'arrossega des de la fusió dels setmanaris *La Veu del Baix Ebre* i *L'Ebre* i de les empreses corresponents, l'any 2001), mentre que l'empresa audiovisual propietària de la televisió i de la web passarà a dir-se L'Ebre TV SL (donant per acabada la fórmula de EBE Imatge i Comunicació SL, una empresa instrumental que des de l'any 2005 té la titularitat dels mitjans audiovisuals del Grup L'Ebre). I tot plegat per unificar criteris i actius amb la idea de continuar durant molts anys com la referència informativa del territori.

LA CRISI

Potser ha aflorat ara la crisi galopant dels mitjans

■ Probablement, un altre factor col·lateral que hauria pogut provocar l'augment de les audiències als registres oficials del Baròmetre, tant en el cas del setmanari L'EBRE com de L'Ebre TV, siga que a la pràctica hauria aflorat ara un fenomen que va calant des de fa mesos: la crisi econòmica galopant, i la transformació profunda que provoca i provocarà en els mitjans de comunicació. D'entrada, sembla clar que no pot ser del tot verídric que el setmanari L'EBRE haja guanyat 12.000 lectors en quatre mesos (perquè no s'ha fet res extraordinari en aquest període), però sí que podria endevinar-se que s'han difuminat els impactes que fins ara obtenien publicacions i revistes gratuïtes diverses, que abans omplien llocs públics i estratègics però que ara hi tenen una presència molt menor. En canvi, aquests impactes podrien retornar als periòdics tradicionals i habitualment de pagament, com el setmanari L'EBRE, els quals sempre tenen una presència estable, la del nombre d'exemplars distribuïts, i són els de sempre.