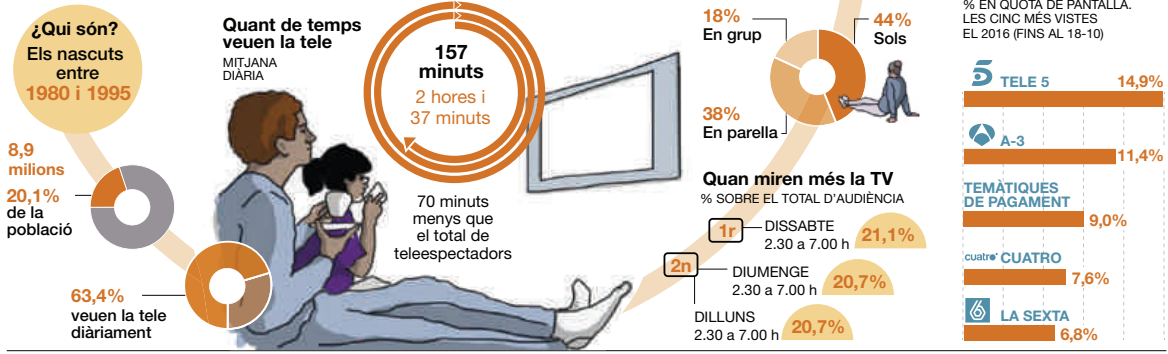


EL COL·LECTIU DAVANT EL TELEVISOR



de persones, el 63,4% dels quals veuen la televisió diàriament. I dins d'aquests televidents, els que més tele veuen són els extrems (3 hores i 3 minuts de mitjana diària), mentre que els catalans se situen entre els que menys consumeixen tele convencional: 2 hores i 27 minuts al dia. Es dona la circumstància que, com més gran és el mil·lennista, més temps dedica a la tele: així, els que tenen 33 anys són els que més temps estan davant el televisor: 3 hores i 9 minuts cada dia, de mitjana.

FRANGES I CADENES // Pel que fa a les franges de consum, aquestes solen mostrar una tendència clara del mil·lennista a la nocturnitat: el *late night* i la matinada són les seves hores preferides, si bé el dia de la setmana en què més *teleconsumeixen* és el diumenge: 2 hores i 55 minuts.

Per cadenes, els gustos dels mil·lennistes s'assemblen bastant als del total de l'audiència espanyola: es decanten per Tele 5 (14,9%), seguida d'Antena 3 (11,4%) i els canals temàtics de pagament (9%). A continuació apareixen Cuatro (7,6%), La Sexta (6,8%), TVE-1 (5,9%) i Neox (5,5%).

Pel que fa als programes preferits per aquest grup, al marge de la final de la Champions Real Madrid-Atlètic, que és un fenomen transversal (66,9%), el programa més seguit ha sigut la comèdia *La que se avvicina*, que el 5 d'abril passat va reunir 1.298.000 mil·lennistes (41,3%). La ficció estrangera preferida va ser *Quantico* (Cuatro), que el 20 de juny va congregat 423.000 espectadors (15,2%).

En l'apartat de programes informatius destaca la preferència pel programa de Jordi Évole *Salvados* (La Sexta). =

INFORME TELEVISIU

Mil·lennistes: noctàmbuls i seguidors de Tele 5

► **Un estudi d'audiència defineix els gustos audiovisuals d'aquesta generació**

MANUEL DELUNA
BARCELONA

Noctàmbuls i seguidors de la telecomèdia de Tele 5 *La que se avvicina*. Aquestes són, *grosso modo*, les dues principals característiques dels telespectadors mil·lennistes, nom amb què es defineix la generació que va néixer just abans del canvi de se-

gle, i que ha crescut amb tota l'explosió tecnològica que està marcant l'última dècada. Però, malgrat la variada oferta de pantalles que tenen al seu abast i que dominen perfectament, aquests joves de 21 a 36 anys –que són 8,9 milions de persones a Espanya– són grans consumidors de televisió convencional.

Així, si bé consumeixen una hora

menys de tele al dia que la mitjana de l'audiència total, els mil·lennistes (també catalogats com a Generació Y, *Generation Me* i *Echo Boomers*) estan enganxats davant el televisor 2 hores i 37 minuts per jornada, que també és un consum important. A més, aquest *teleconsum* solen fer-lo a la nit i de matinada, i entre les cadenes, elegeixen primer Tele 5, segui-

da per Antena 3.

Aquestes són les principals conclusions de l'informe *Els mil·lennistes i la TV: quins programes veuen i com consumeixen*, realitzat entre l'1 de gener i el 17 d'octubre d'aquest any per la consultora audiovisual Barlovento Comunicación.

L'estudi precisa que els joves nascuts entre 1980 i 1995 són 8,9 milio-



LA FESTA DELS SÚPERS 2016 SE CELEBRA AQUEST CAP DE SETMANA

Barcelona • La Festa dels Súpers 2016 obre les portes aquest cap de setmana a totes les famílies que vulguin passar una jornada súper. Perquè tot vagi sobre rodes convé saber que el lloc de celebració serà

l'Anella Olímpica de Montjuïc, a l'avinguda de l'Estadi de Barcelona, i que l'horari d'avui, dissabte, serà de 10 a 19 hores, mentre que demà, diumenge, serà de 10 a 18 hores. Per accedir al

recinte es pot anar a peu des de la plaça d'Espanya (uns 15 minuts), en autobús (línies 150, 13 i 55), o en autobús llançadora des de la plaça d'Espanya fins a la porta de l'Estadi.

TNC
TEATRE NACIONAL DE CATALUNYA
#TNCcòrdium
2016 - 17

EL CORATGE DE MATAR
de Lars Norén

L'autor suec s'endinsa pels terrenys més recòndits de les relacions humanes

Sala Petita
06/10/16 - 30/10/16
#elcoratgedematar

Direcció Magda Pinyo
Traducció Joan Casas i Carolina Moreo
Producció TNC i Velvet Events

Patrocina Damm Fundació
Patrocina CaixaBank
Patrocina Sabadell Foment
ACS
Patrocina #ElMónic