

ANÀLISI D'UNA CORBA D'AUDIÈNCIA

Univers: Principat de Catalunya

Temporalització: setmanal

Anàlisi quantitativa:

Alhora de fer aquest anàlisi quantitatiu, cal dir que hem tingut en compte el share des del 26 d'abril al 3 de maig al Principat de Catalunya. Segons TNS, les televisions més vistes són Televisió de Catalunya, Antena 3 i Telecinco.

Les audiències es concentren al vespre. És a dir, alhora de sopar i després. Però aquesta característica és entre setmana. Pel que fa als caps de setmana, els programes més vistos solen ser el Telenotícies migdia i les pel·lícules de tarda. D'altra banda, en aquests "rànkings" no hi entra cap programa de matí. D'altra banda, hi ha certs programes que varien, són els programes d'esports o les emissions concretes de partits de futbol, bàsquet...

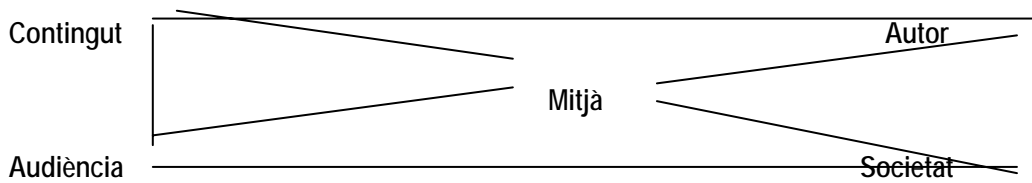
En general, els programes més vistos són les sèries: els dilluns, CSI; dimarts, Ventdelplà i dimecres, Herois. Per contra, el programa més vist el dijous és Polònia, un programa d'humor sobre la política i l'actualitat catalana de TV3. Tots aquests programes es poden trobar en horari *prime times*, en l'horari del sopar o de després.

Durant el cap de setmana, el nombre d'espectadors decreix comparat amb el de la setmana. De totes maneres, és el cap de setmana i coincidint amb un partit de futbol que aquest percentatge de teleespectadors augmenta. El mateix passa entre setmana, si coincideix amb un partit de futbol de Copa del Rei, Champions o UEFA, aquest partit passa per damunt de tot. És el cas del partit del passat 1 de maig amb el Liverpool – Chelsea. Cal destacar, que en aquest partit cap dels dos equips no són ni catalans ni espanyols.

Finalment, cal destacar que en el rànkings dels programes més vistos també es pot trobar alguna telesèrie que té lloc a les tardes. És el cas de El cor de la ciutat, que apareix el 27 d'abril, el 2 i el 3 de maig.

Pel que fa als percentatges de share, la televisió més vista en general és Tele 5 seguida d'Antena 3 i TV3. Aquestes tres televisions es disputen la primera plaça del rànkings. Per contra, La Sexta i La2 són les menys vistes, juntament amb 8TV. En aquest rànkings diari, tan sols dues vegades apareix la Cuatro: el dia 1 de maig amb House i el 3 de maig amb Anatomía de Grey. Si parlem de TVE-1, aquesta apareix el dissabte 28 d'abril amb dos programes informatius: Informe semanal i TD fin de semana 2. No torna a aparèixer fins al dia 3 de maig, amb el programa Gente (especial sobre la detenció de l'espanyola Isabel Pantoja).

Esquema dels mitjans de comunicació digitals



Amb aquest esquema es pretén relacionar tots els elements entre ells. És a dir contingut amb mitjà, amb audiència, amb autor, amb societat. En el cas, analitzat anteriorment: les audiències des del 26 d'abril al 3 de maig al Principat de Catalunya. De totes maneres, agafarem com a exemple un dels programes de TV3: Polònia.

Pel que fa al contingut, Polònia és un programa curt d'humor que burla les situacions polítiques i d'actualitat que ha viscut els últims dies els polítics catalans i/o espanyols. És un programa, que posa al dia al seu públic de certes situacions que viu el país, però d'una manera diferent: mitjançant l'humor. Aquest programa és el més vist el passat dijous 3 de maig, amb 745.000 espectadors. És un tipus de programació que ha pogut connectar amb el públic. És curt i distret. Per tant, és fàcil que agradi a un nombre més gran de persones. Com ja s'ha comentat, l'horari és en *prime time*. És a dir, a hora de màxima audiència i que es competeix directament amb la programació d'altres canals televisius.

D'altra banda, el contingut d'aquest programa influeix a la societat. Ja hem dit que és un programa d'humor que explica els fets més destacats en la política. Però d'altra banda, també provoca reaccions al públic, a la societat. És a dir, els crea punts de vista. "Ridiculitzant" als diferents polítics, s'aconsegueix que la societat els vegi com a més propers, no tant llunyans com solen aparentar. A part, també se'ls mostra els defectes, però els de tots i no només els d'uns quants representants polítics.

En aquest procés de creació, també hi intervé un quart factor que són els autors. Aquest darrer element és el que passa més desapercbut, ja que no es veu als responsables, però sí la feina que han fet. Serien els guionistes, els productors, realitzadors... és a dir, tot l'equip d'en Toni Soler.

Finalment, cal parlar del mitjà, que és qui transmet el missatge, el programa. En aquest cas, el mitjà és la Televisió de Catalunya, TV3. És considera un mitjà de comunicació fred. És a dir, la televisió és un mitjà capaç de transmetre amb baixa definició i poca informació. Té un gran públic.

Umberto Eco (1991). *Tratado de semiología general*. Madrid: Lumen.

Roland Barthes (1974). *Mitologías*. Madrid: Editorial Siglo XXI.