

CONVOCATÒRIA DE RODA DE PREMSA

“Resultats 3a onada 2014. EGM Baròmetre Catalunya”

i

“La dieta mediàtica a Catalunya 2014. Consum de mitjans al territori”

Dia:	Dimarts, 2 de desembre de 2014
Hora:	10h
Lloc:	Col·legi de Periodistes de Catalunya (Rambla de Catalunya, 10, principal. Barcelona). Aula 1
A càrrec de:	Joan Sabaté, director general de FUNDACC

“Resultats 3a onada 2014. EGM Baròmetre Catalunya”

Presentació de la **radiografia de les audiències dels mitjans de comunicació a Catalunya a partir dels “Resultats de la 3a onada 2014 de l’EGM Baròmetre Catalunya”**, impulsat per FUNDACC - Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura.

Les dades han estat obtingudes a partir d’una mostra de 33.600 entrevistes presencials i telefòniques realitzades durant el període febrer 2014 - novembre 2014 a majors de 14 anys.

En la presentació es donaran a conèixer les audiències dels mitjans de comunicació a Catalunya: **diaris, suplement, revistes i publicacions periòdiques, ràdio, televisió, Internet i medi exterior**. També es donaran a conèixer els **rànquings d’audiència** i s’oferiran dades comparatives referides a l’**audiència general de mitjans** (penetració en la població i perfils sociodemogràfics de les audiències).

“La dieta mediàtica a Catalunya 2014. Consum de mitjans al territori”

Principals tendències en els consums mediàtics dels catalans el 2014 amb focus en les diferències territorials, a partir de l’EGM Baròmetre Catalunya, el principal estudi d’anàlisi d’audiències

El proper dimarts 2 de desembre, a les 10h, FUNDACC també presentarà l’estudi **“La dieta mediàtica a Catalunya 2014. Consum de mitjans al territori”**, que analitza les tendències més rellevants en els consums mediàtics realitzats el darrer any a Catalunya i als diferents punts del territori català, a partir dels resultats d’audiències obtinguts per l’EGM Baròmetre Catalunya en aquest període.

L’estudi **analitza l’evolució en el darrer any en el consum de mitjans (diaris, revistes i publicacions periòdiques, ràdio, televisió i Internet) tenint en compte la diversitat de l’oferta**, i analitza el **consum de mitjans en català**, en cadascun dels àmbits.

Els resultats de l’estudi estan referits al conjunt de la població a Catalunya i focalitza, alhora, en les diferències en el consum mediàtic entre l’àmbit **Metropolità, les Comarques Centrals, les Comarques Gironines, Ponent, l’Alt Pirineu i Aran, el Camp de Tarragona i les Terres de l’Ebre**.

28 de desembre de 2014