

19 de juliol de 2017

## NOTA DE PREMSA

# **L'Informe de l'audiovisual del CAC (2016) mostra que la multiplicació de l'oferta audiovisual ha comportat la reducció progressiva de la televisió en català**

- **Des de l'any 2000, els canals de televisió estatals han passat de 5 a 32, mentre que els catalans han passat de 2 a 8, amb una audiència conjunta del 18,7%.**
- **En canvi, la situació de la ràdio, on la Generalitat té competències plenes, és d'equilibri: els grups catalans van tenir el 2016 una mitjana de 2,39 milions d'oients, mentre que els grups estatals en van tenir 2,33 milions**

L'Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2016, elaborat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), mostra que la digitalització de la televisió, que va suposar una multiplicació del nombre de canals, va comportar un resultat diferent per als grups audiovisuals estatals que per als catalans. Mentre que els primers van mantenir l'audiència conjunta, i fins i tot la van augmentar lleugerament, els grups catalans van veure com l'audiència total es reduïa de manera substancial.

El creixement del nombre de canals estatals gràcies a la digitalització, fins a un total de 32, s'ha completat durant el 2016, quan han començat les emissions de sis nous canals que van ser atorgats l'octubre de 2015. Es tracta de DKiss, TEN, 13tv, Atreseries HD, BeMas i Real Madrid TV.

L'informe del CAC mostra com ha evolucionat la situació de la televisió des del l'any 2000. En aquesta posició de partida, els grups estatals tenien cinc canals (La 1, La2, Antena 3 TV, Telecinco i Canal +) i una audiència global del 69,0%. Per la seva banda, Catalunya tenia dos canals (TV3 i 33), amb una audiència global del 26,1%.

La migració digital cap a la TDT, que permetia encabir més canals en el mateix espai radioelèctric, va suposar un augment de canals notable, però va

desequilibrar encara més l'oferta entre català i castellà. Així, el 2016, els grups estatals tenien 32 canals, amb una audiència acumulada del 70,4%, mentre que Catalunya en tenia 8, amb una audiència conjunta del 18,7%.

L'informe del CAC recull les diferents iniciatives que s'han dut a terme durant el 2016 per tractar de redreçar la situació. L'actuació més destacada va ser l'elaboració del *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*, que va redactar el CAC per encàrrec del Parlament i que va presentar a la cambra catalana el 23 de gener de 2017.

Entre altres qüestions, el *Llibre blanc* proposa revertir la disminució progressiva d'ingressos públics destinats al sector audiovisual dels darrers anys i demana igualar l'aportació pública a la CCMA als paràmetres dels països i territoris europeus de dimensions similars a Catalunya (entre 5 i 10 milions d'habitants).

El resultat hauria de ser un augment de l'aportació pública anual per a la CCMA de 137 milions d'euros, amb la puntualització que els nous recursos s'haurien de destinar exclusivament a la producció de continguts, especialment ficció, per tal de recuperar públics estratègics, i a noves plataformes de distribució d'aquests continguts.

En aquest sentit, es proposa crear una plataforma de televisió *on demand* amb els continguts més destacats de producció catalana. Un dels projectes inspiradors d'aquesta idea és el BritBox, un partenariat publicoprivat entre la BBC, l'ITV i la productora AMC, per distribuir els seus continguts de ficció en un únic servei de subscripció de vídeo sota demanda (VOD) als EUA.

En relació amb el desequilibri entre l'oferta televisiva de grups estatals i catalans, el *Llibre blanc* aborda la qüestió de les polítiques de planificació i assignació de l'espectre aplicades per l'Estat espanyol. En aquest sentit, el document del CAC demana dotar Catalunya de competències en la gestió del domini públic radioelèctric.

## **Equilibri a la ràdio**

La ràdio a Catalunya va viure una situació molt diferent de la que va viure la televisió durant el 2016. Aquest sector està subjecte a la legislació del Parlament (molt especialment, la Llei 1/1998, de política lingüística, i la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya). A més, és la Generalitat qui té plenes competències per atorgar les llicències als operadors mitjançant els concursos per a l'explotació de serveis de ràdio. Com a resultat d'això, la configuració del mercat radiofònic és força diferent del televisiu.

Per cadenes, RAC1 va ser líder destacada el 2016 amb 715.000 oients de mitjana diària, seguida a certa distància de Catalunya Ràdio, amb 529.000. Amb tot, si s'observen les audiències per grups empresarials (la qual cosa

inclou les radiofórmules), es pot veure que el líder n'és Prisa. Aquesta anàlisi és rellevant des d'un punt de vista industrial, perquè es constata que gràcies a l'exercici de competències pròpies, l'estructura del mercat radiofònic va ser d'equilibri el 2016: els grups radicats a Catalunya van obtenir una audiència acumulada mitjana diària de 2.398 milers durant el període febrer-novembre de 2016 i van superar lleugerament les empreses estatals, amb 2.337 milers.

L'informe destaca que durant el 2016 el CAC va publicar en el seu web el mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya, que inclou tots els mitjans que emeten via espectre radioelèctric a Catalunya amb títol habilitant de la Generalitat (és a dir, totes les emissores de ràdio en FM –incloses les de cadenes estatals–, així com totes les televisions de cobertura nacional i local).

### **Canvis normatius a Europa**

La principal novetat durant el 2016 en regulació en l'àmbit europeu va ser la proposta de la Comissió Europea de revisió de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV). Aquesta iniciativa s'inscriu en l'estratègia per al mercat comú digital, una de les prioritats de la Comissió per al seu mandat 2014-2019, i es preveu que s'aprovi al llarg del 2017.

Des dels seus inicis, amb la Directiva de televisió sense fronteres de 1989, aquesta norma persegueix avançar en l'harmonització legal del sector a Europa, amb l'objectiu d'afavorir la circulació dels continguts i de crear, així, un mercat únic audiovisual a la UE.

Una de les principals característiques de la proposta actual és l'ampliació del seu abast. A més de regular la televisió convencional i els serveis audiovisuals sota demanda (com ara TV3alacarta o Netflix), s'hi troba com a novetat la inclusió de les plataformes d'intercanvi de vídeos (com ara YouTube).

En aquest àmbit, el debat se centra en si les xarxes socials també han d'estar subjectes a la nova directiva, atès que incorporen cada cop més continguts audiovisuals. Diàriament es veuen més de 10.000 milions de vídeos a Snapchat, per 8.000 milions a Facebook.

Així mateix, la nova directiva aposta per l'autoregulació i la corregulació com a mecanismes per garantir la protecció dels menors i evitar continguts que incitin a l'odi en les plataformes d'intercanvi de vídeos. Això ha estat valorat de manera positiva, però també ha comportat que diversos sectors demanessin incloure previsions per tal que quan es detecti un contingut il·lícit o nociu (com ara pornografia infantil, anorèxia, discurs de l'odi o violència masclista) els reguladors en puguin ordenar la retirada.

A l'últim, pel que fa a la promoció i difusió d'obres audiovisuals europees, el nou text proposa que els serveis a la carta hagin de reservar una part dels seus catàlegs, el 20%, a obres audiovisuals europees. En aquest sentit, diversos sectors han proposat ampliar aquest percentatge per tal d'equilibrar l'oferta de continguts europeus i promoure i dinamitzar les indústries audiovisuals europees.

També en aquesta línia, el nou text obre la porta al fet que es puguin establir contribucions financeres als prestadors no lineals establerts en un altre Estat membre, però dirigits al seu públic nacional.

### [Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2016](#)

Més informació: **Comunicació del CAC** • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona  
Tel.: 935 575 000 i 627 480 483 • Fax: 935 575 003  
Adreça electrònica: [comunicacio.cac@gencat.cat](mailto:comunicacio.cac@gencat.cat)  
Web: [www.cac.cat](http://www.cac.cat)