



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

TERCER QUADRIMESTRE DE 2015
Número 3. Gener de 2016

Sumari

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya 3

Televisió

Distribució de canals de televisió a Catalunya	4
La televisió d'àmbit nacional	5
La televisió d'àmbit estatal	6
La televisió d'àmbit local	7
La televisió local pública	8
La televisió local privada (1)	9
La televisió local privada (i 2)	10
Penetració i llengua de la televisió	11
Audiència de la televisió (1)	12
Audiència de la televisió (2)	13
Audiència de la televisió (i 3)	14
Audiència de la televisió: els programes més vistos	15
El fenomen <i>Merlí</i> (1)	16
El fenomen <i>Merlí</i> (i 2)	17
Audiència de la televisió temàtica de pagament	18
Abonats a la televisió de pagament	19

Ràdio

Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya	21
La ràdio pública	22
La ràdio privada (1)	23
La ràdio privada (i 2)	24
Penetració i llengua de la ràdio	25
Audiència de la ràdio (1)	26
Audiència de la ràdio (2)	27

Audiència de la ràdio (i 3)	28
Penetració i audiència de la ràdio per franges	29

Internet

Perfil de l'internauta a Catalunya	31
Consum de continguts audiovisuals a internet (1)	32
Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)	33

L'apunt

Com ens informem?	34
El consum d'informatius als mitjans (1)	35
El consum d'informatius als mitjans (i 2)	36
El consum d'informatius a la televisió	37
El consum d'informatius a la ràdio	38

Flaixos

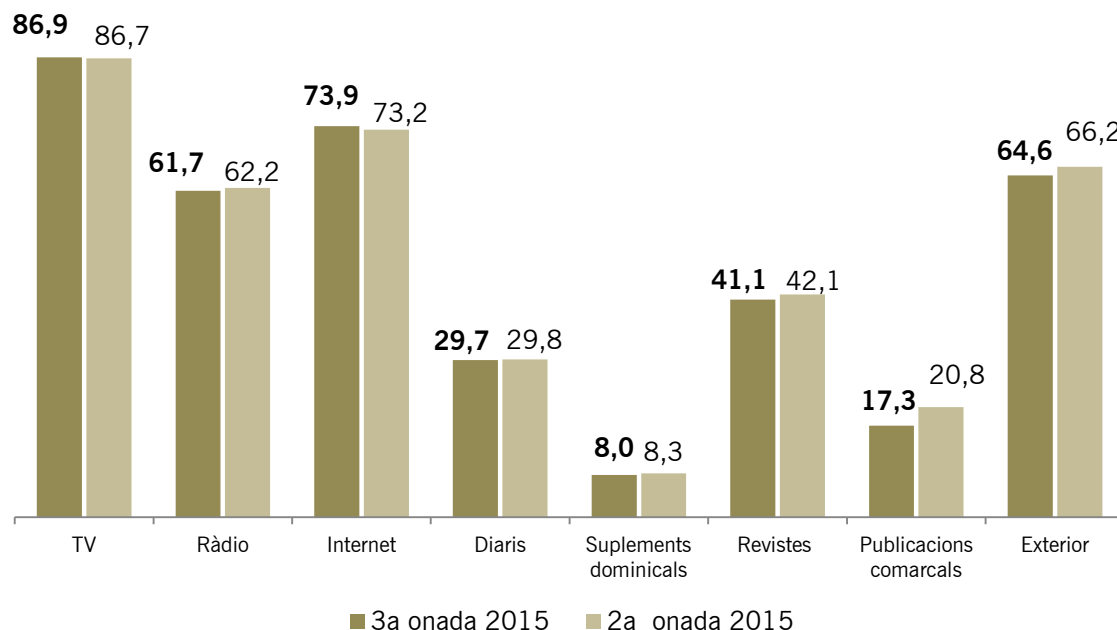
41

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya

Penetració

(en % sobre el total de la població)

Respecte de la darrera onada, no hi ha variacions significatives. La televisió continua sent el mitjà de comunicació amb més penetració a Catalunya. Televisió i internet són els únics que creixen lleugerament.



Nota: la penetració reflecteix el percentatge que l'audiència de cada mitjà representa en relació amb el total de la població.

El gràfic incorpora les respostes en relació amb els períodes i els mitjans següents:

- diaris (en paper), ràdio (dilluns-diumenge), televisió i internet; audiència del dia anterior a l'entrevista.
- suplements i exterior: audiència de la setmana.
- revistes i publicacions comarcals: audiència del període de la publicació.

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.



El 2015 els catalans i les catalanes van dedicar gairebé 4 hores al dia a mirar la televisió (3 hores i 54 minuts), segons dades de Kantar Media.

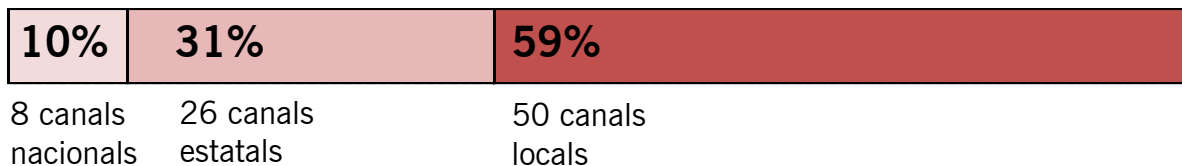
La xifra ha disminuït, tot i que cal tenir en compte que no inclou el temps emprat a visualitzar continguts televisius a internet, una pràctica cada cop més estesa.



Distribució de canals de televisió a Catalunya

84 canals de televisió

Per zona de servei (en % i nombre de canals de TDT en emissió i en obert)



Per titularitat



La llar catalana rep entre 35 i 38 canals en obert:

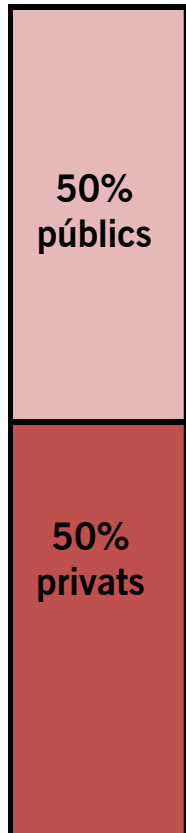
8 d'àmbit nacional, 26 d'àmbit estatal i entre 1-4 de proximitat segons la demarcació.

Nota: dins del BIAC es denomina *canals* (terme usual) als *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada múltiplex (MUX).
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (canals TDT estatal).
Gener de 2016.

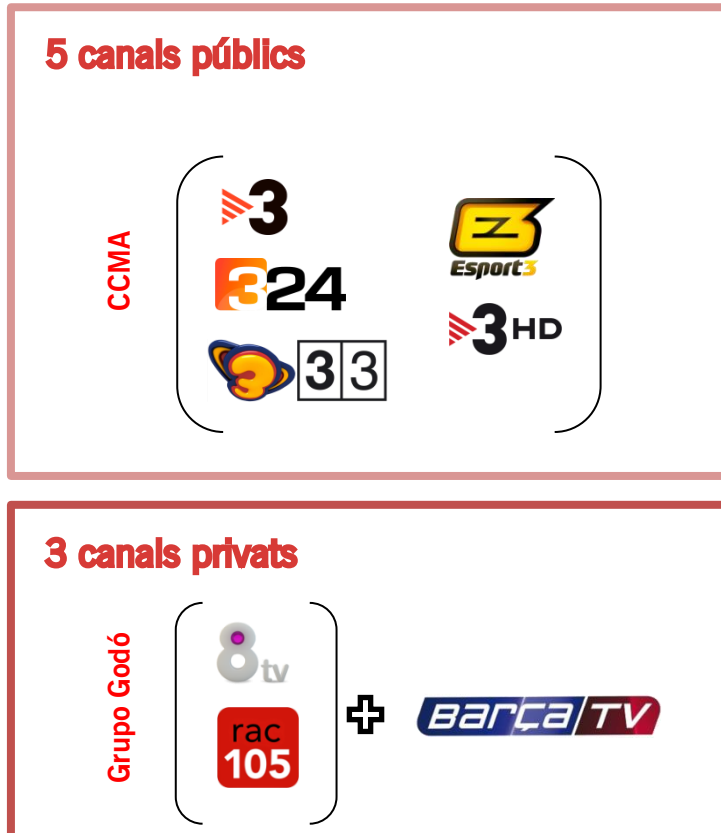
La televisió d'àmbit nacional

8 canals nacionals

Per titularitat
(en % de canals)



Per oferta
(en nombre de canals)



 **Llengua vehicular:** català

 **Llengua vehicular:** català

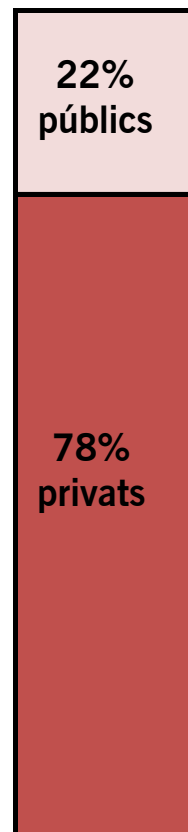
Nota: TV3HD emet des del 2015 pel MUX privat del Grupo Godó, en règim d'arrendament.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

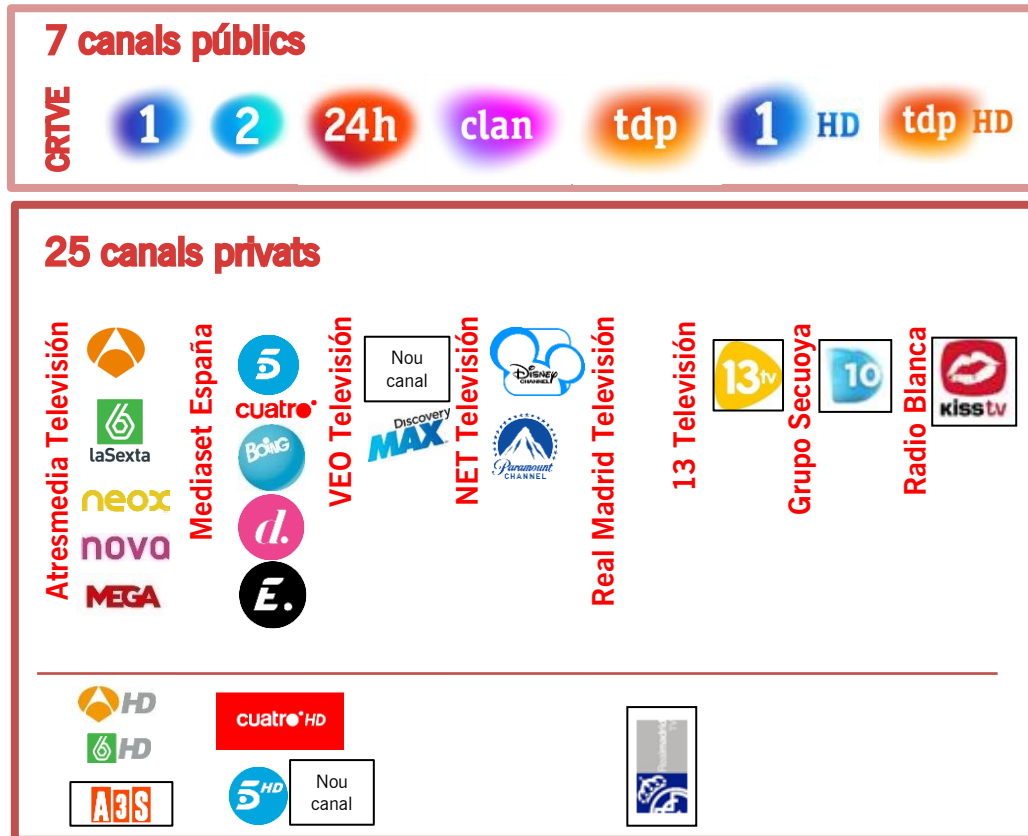
La televisió d'àmbit estatal

32 canals estatals

Per titularitat
(en % de canals)



Per oferta
(en nombre de canals)



 **Llengua vehicular:** castellà (excepte desconnexions)

 **Llengua vehicular:** castellà

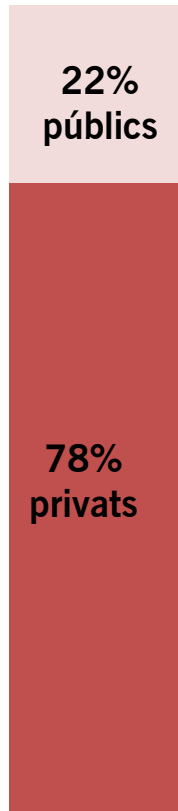
Nota: emmarcats en negre, els canals atorgats a l'últim concurs de TDT d'octubre del 2015.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Gener de 2016.

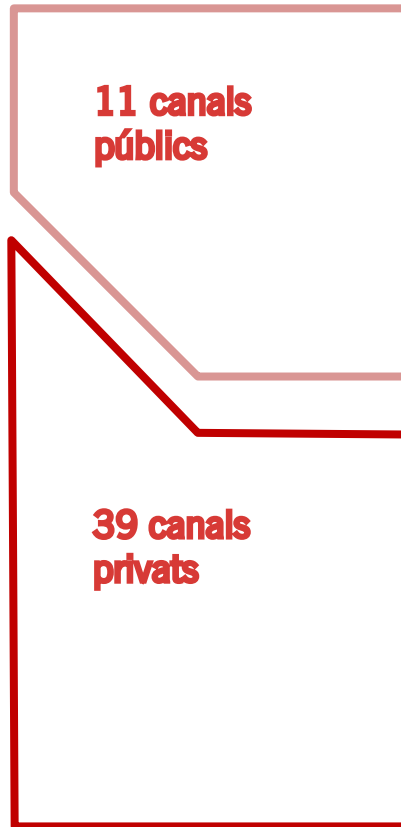
La televisió d'àmbit local

50 canals locals

Per titularitat
(en % de canals)



Per oferta
(en nombre de canals)



Per demarcacions
(en nombre de canals)



 **Llengua vehicular: català**

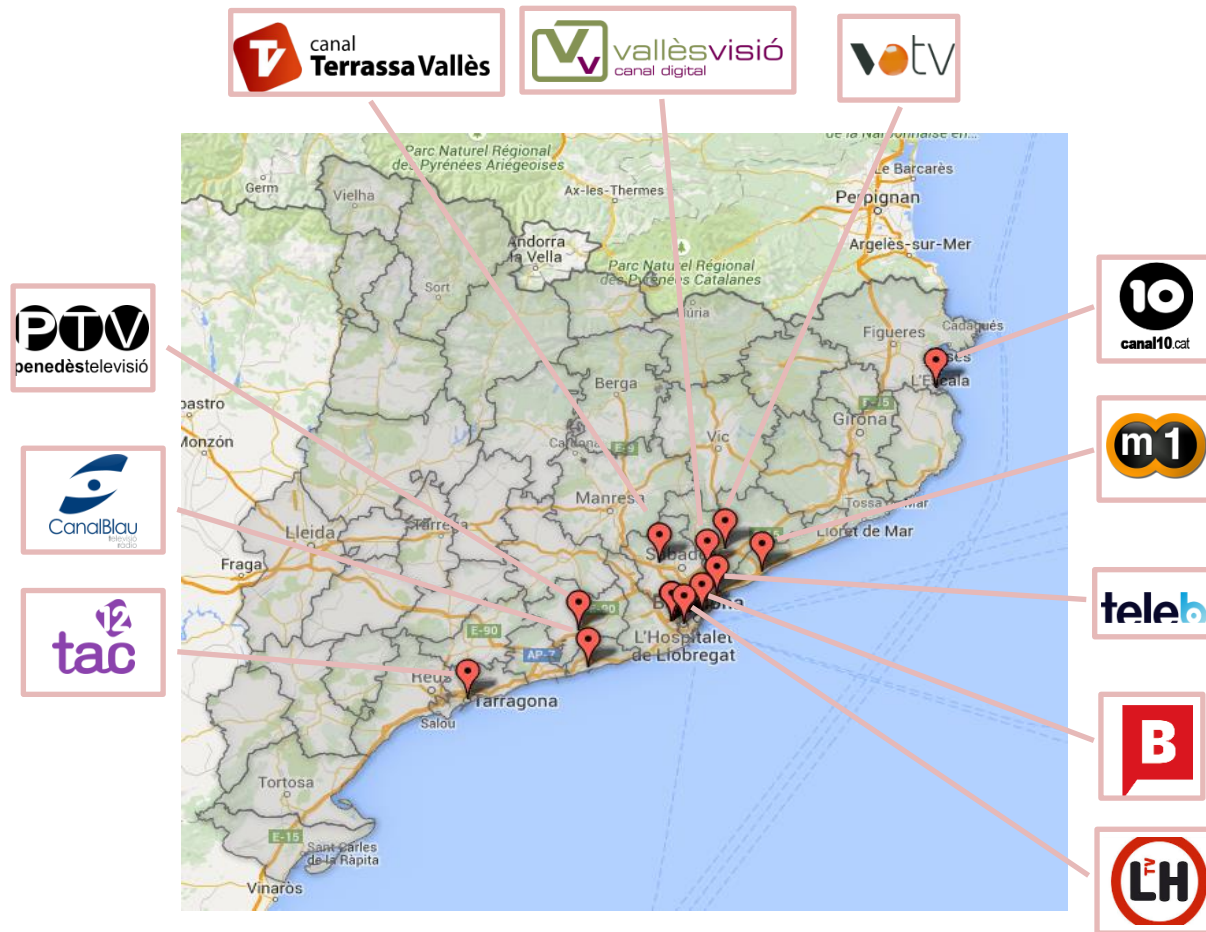
 **Llengua vehicular: català**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

La televisió local pública

Oferta de TV locals públiques a Catalunya

11 canals públics

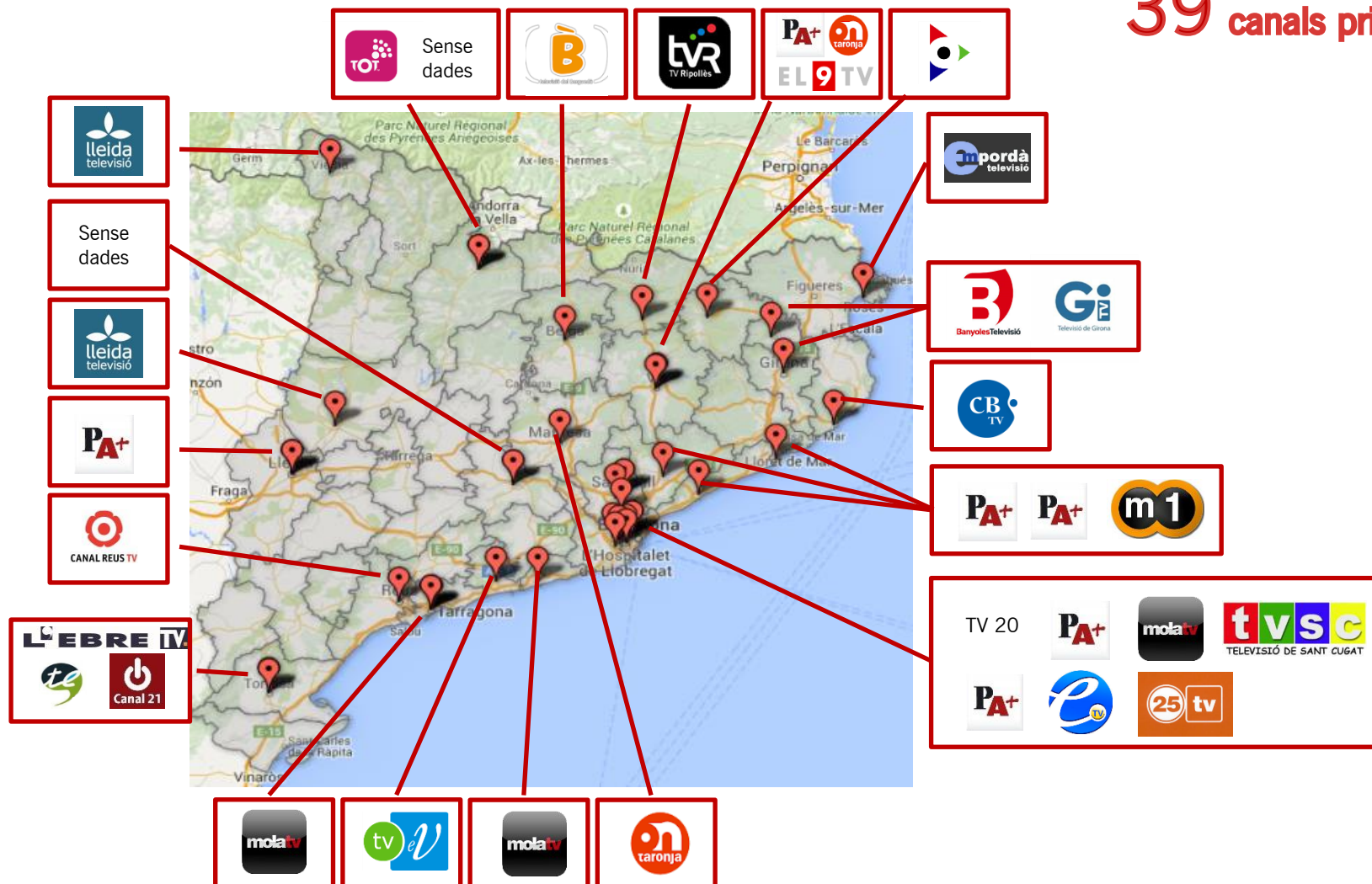


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

La televisió local privada (1)

Oferta de TV locals privades a Catalunya

39 canals privats



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

La televisió local privada (i 2)

Principals grups de comunicació de proximitat privats a Catalunya
(ordenats per nombre de canals)

6 de cada 10 canals de TV privada de proximitat s'integren en un grup de comunicació d'àmbit municipal o supramunicipal.

HERMES COMUNICACIONS

PA+ 7 canals

El Punt Avui TV
El Punt Avui



SEGRE

 4 canals

Lleida TV
Tot TV
El Segre



TAEUS

GRUP TAEUS 3 canals

Canal Taronja



MOLA

molaTV 3 canals

Mola TV
Digital Hits



CADENA PIRENAICA RTV

 2 canals

Pirineus TV
Tot TV
Proxima



L'EBRE

 2 canals

Ebre TV
Canal TE
L'Ebre
Imagina Ràdio



CORISA MEDIA GRUP

 1 canal

TV Ripollès
Ràdio Ripoll



CB GLOBAL MEDIA

 1 canal

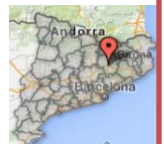
TV Costa Brava
Joy FM



PROSA

EL 9 NOU 1 canal

El 9 TV
El 9 FM



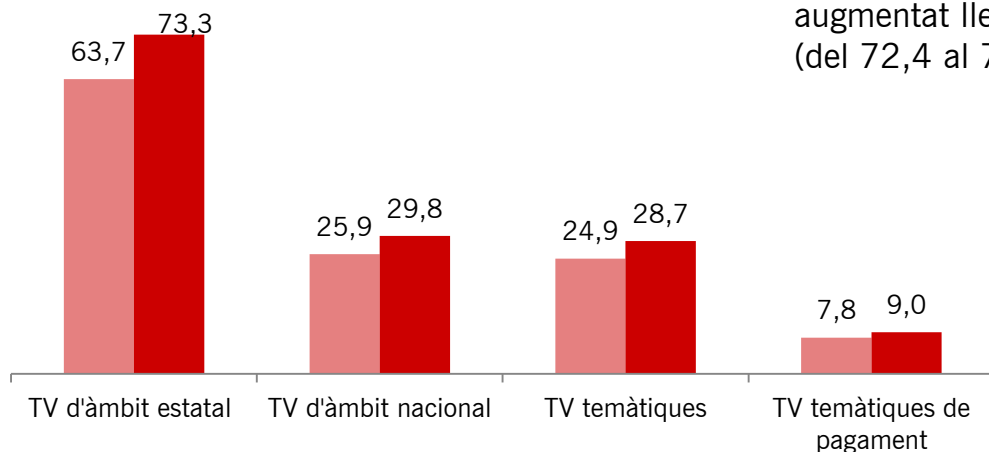
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

Penetració i llengua de la televisió

Penetració

(en %, dia anterior a l'entrevista)

La televisió d'àmbit estatal, en llengua castellana, ha augmentat lleugerament la seva penetració a Catalunya (del 72,4 al 73,3%).



■ % sobre el total de la població (6.285.000) ■ % sobre els espectadors TV (5.463.000)

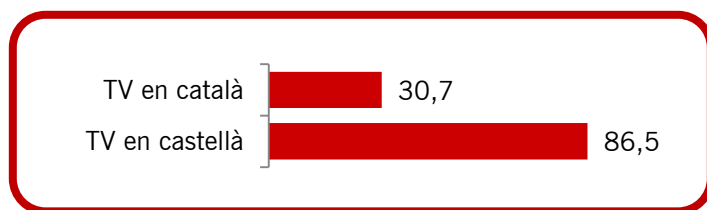
TV estatal: La 1, La 2, Antena 3 TV, La Sexta, Telecinco i Cuatro.

TV nacional: TV3, Super3/33, 3/24, Esport3 i 8tv.

TV temàtiques: principals televisions temàtiques en obert (FDF, Divinity, Energy, Boing, Neox, Nova, 24h, Teledeporte, 24h, Boing, etc.).

Distribució per llengua de consum sobre el total de teleespectadors

(en %, dia anterior a l'entrevista)



El castellà continua sent la llengua principal de consum televisiu a Catalunya: és l'idioma amb el qual emeten els 26 canals d'àmbit estatal en obert i tots els de pagament.

Nota: atès que la persona teleespectadora acostuma a mirar més d'un canal el mateix dia, les dades estan tractades tenint en compte la multiplicitat de respostes. Això explica que la suma dels percentatges sigui superior al 100%.

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.

Audiència de la televisió (1)

Quota mensual de pantalla a Catalunya (en % per canals, gener-desembre 2015, en ordre descendent segons el rànquing de desembre)

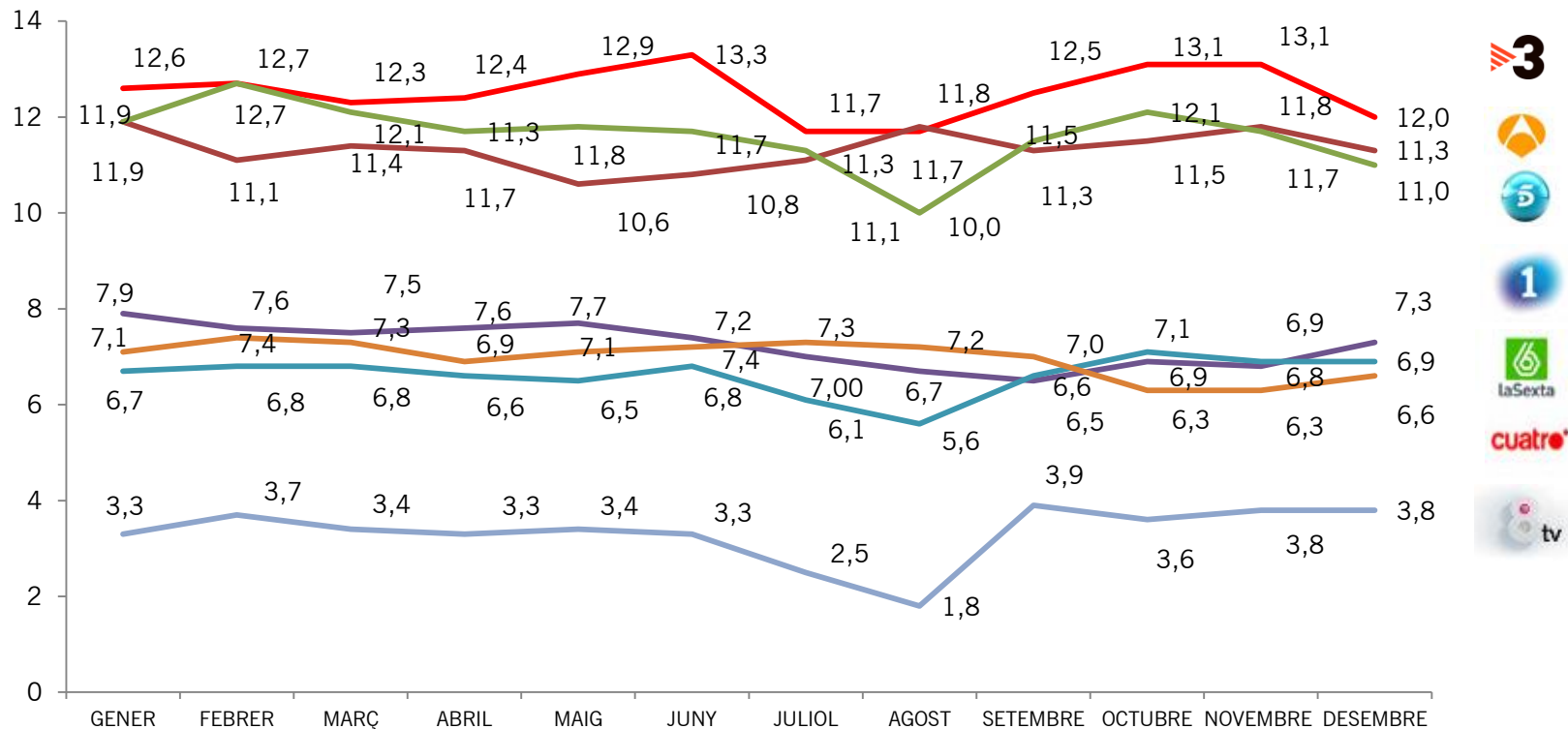
	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE
TV3	12,6	12,7	12,3	12,4	12,9	13,3	11,7	11,7	12,5	13,1	13,1	12,0
Antena 3 TV	11,9	11,1	11,4	11,3	10,6	10,8	11,1	11,8	11,3	11,5	11,8	11,3
Telecinco	11,9	12,7	12,1	11,7	11,8	11,7	11,3	10,0	11,5	12,1	11,7	11,0
La1	7,9	7,6	7,5	7,6	7,7	7,4	7,0	6,7	6,5	6,9	6,8	7,3
laSexta	6,7	6,8	6,8	6,6	6,5	6,8	6,1	5,6	6,6	7,1	6,9	6,9
Cuatro	7,1	7,4	7,3	6,9	7,1	7,2	7,3	7,2	7,0	6,3	6,3	6,6
8tv	3,3	3,7	3,4	3,3	3,4	3,3	2,5	1,8	3,9	3,6	3,8	3,8
Factoría de Ficción	3,2	3,0	3,0	3,2	3,3	2,9	3,1	3,8	3,1	3,1	2,9	3,1
Neox	2,5	2,8	2,7	2,5	2,6	2,6	2,4	2,9	2,6	2,5	2,5	2,6
Divinity	2,8	2,8	2,4	2,9	2,6	2,4	2,3	2,5	2,5	2,7	2,6	2,4
Paramount Channel	1,9	1,8	2,0	1,9	1,8	2,0	1,9	2,1	1,9	1,9	2,1	2,2
La2	2,7	2,5	2,4	2,3	2,4	2,6	2,5	2,5	2,1	2,1	2,0	2,0
Nova	2,4	2,4	2,3	2,3	2,4	2,1	2,1	2,2	2,0	2,0	2,1	2,0
Mega							2,3	2,9	1,9	1,9	1,7	1,8
Discovery Max	2,1	2,1	2,1	2,3	2,2	2,1	1,9	2,3	1,9	1,8	1,9	1,8
Clan	1,3	1,4	1,5	1,7	1,7	1,8	2,2	2,2	1,8	1,5	1,6	1,8
Energy	1,6	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,9	2,0	1,6	1,5	1,3	1,6
Boing	1,2	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,6	1,5	1,6	1,3	1,4	1,6
13TV	1,1	1,0	1,3	1,4	1,5	1,4	1,4	1,6	1,5	1,6	1,5	1,5
3/24	1,4	1,4	1,5	1,2	1,3	1,4	1,5	1,4	2,1	1,4	1,8	1,4
Super3/33	1,6	1,5	1,6	1,5	1,5	1,6	1,4	1,2	1,4	1,4	1,4	1,3
Esport3	1,2	1,1	1,3	1,4	1,5	1,1	0,8	0,9	1,0	0,9	1,2	1,1
Disney Channel	1,3	1,2	1,2	1,1	0,9	1,0	1,3	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0
24h	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6	0,6	0,8	0,6
Teledporte	0,3	0,4	0,4	0,5	0,9	0,7	1,2	0,8	0,6	0,5	0,3	0,4
RAC105	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3

Nota: la quota de pantalla o *share* és el percentatge d'individus que miren una cadena determinada respecte del total de persones que miren la televisió en aquell moment. Mega inicia les seves emissions el juliol de 2015.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

Audiència de la televisió (2)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals a Catalunya
(en %, gener-desembre 2015)

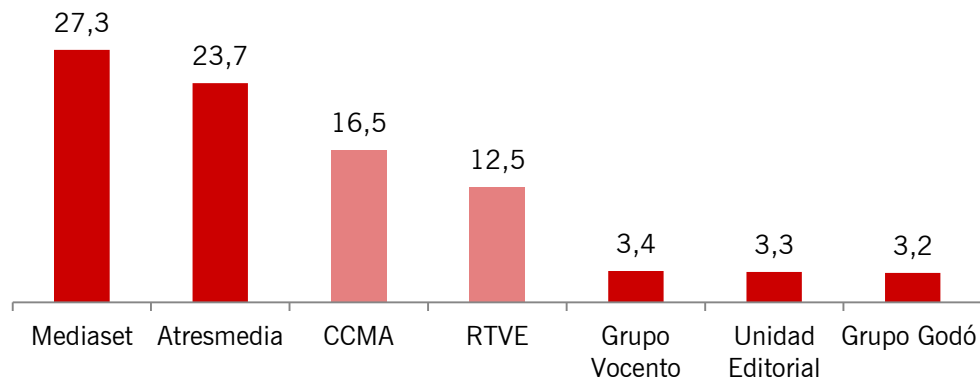


Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

Audiència de la televisió (i 3)

Quota de pantalla a Catalunya

(en % per grups, mitjana anual 2015)



MEDIASETespaña.



ATRESMEDIA

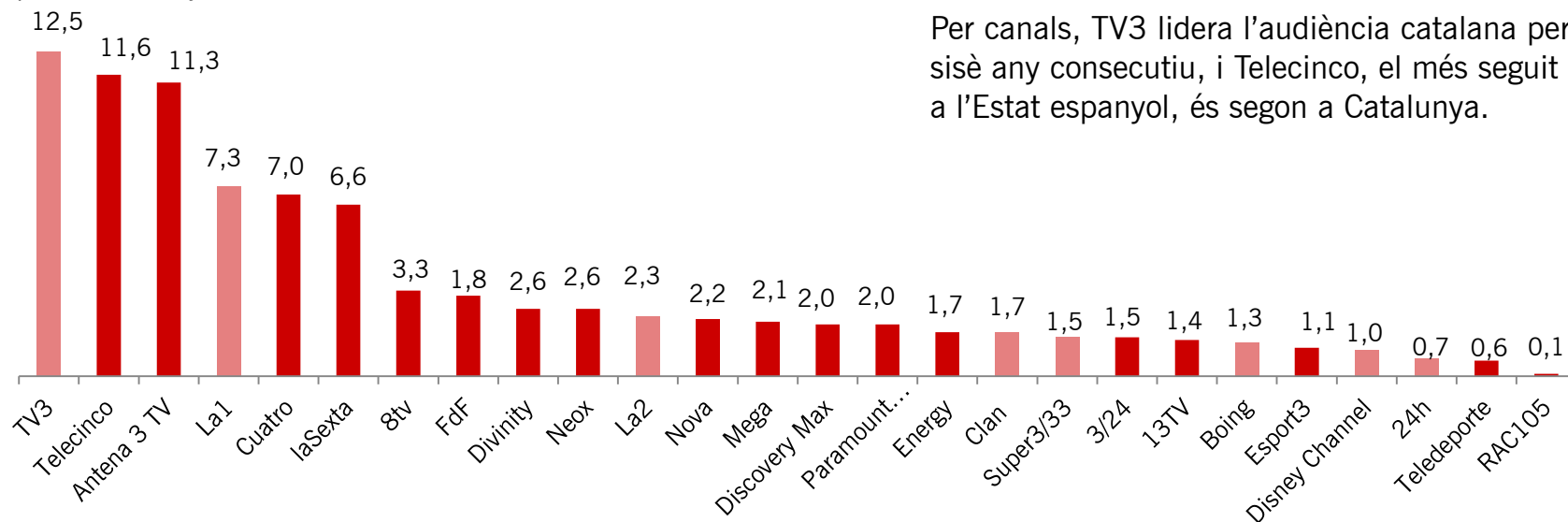


Els dos grans grups privats espanyols lideren l'audiència televisiva a Catalunya, seguits a força distància dels canals públics de la CCMA.

Els grups de televisió que emeten en català, CCMA i Godó, no arriben al 20% de l'audiència a Catalunya.

Quota de pantalla a Catalunya

(en % per canals, mitjana anual 2015)



Per canals, TV3 lidera l'audiència catalana per sisè any consecutiu, i Telecinco, el més seguit a l'Estat espanyol, és segon a Catalunya.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

Audiència de la televisió: els programes més vistos

Rànquing dels programes més vistos a Catalunya

Setembre de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Lliga de Campions: Barcelona-Bayern Leverkusen	3	29/09/15	1.055	31,9
Eleccions 2015: els resultats	3	27/09/15	902	26,6
8 al dia: Cara a cara García Margallo-Junqueras	tv	23/09/15	892	28,2
El objetivo de Ana Pastor	6	13/09/15	690	22,3
La voz kids	5	07/09/15	671	26,4
Piromusical de La Mercè	3	24/09/15	651	20,7
Eurobasket: España-Lituania	5	20/09/15	634	29,3
La voz kids: audiciones a ciegas	5	14/09/15	630	25,6
Eurobasket: España-Francia	cuatro	17/09/15	620	20,5
Eleccions 2015: el debat	3	20/09/15	610	22,3

Octubre de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Lliga de Campions: Bate Borisov-Barcelona	3	20/10/15	921	28,6
Salvados: Albert y Pablo, cara a cara	6	18/10/15	868	25,5
Economia en colors. Blau: el fals 9	3	04/10/15	673	21,2
30 minuts. Parlem?	3	04/10/15	669	20,6
Polònia	3	08/10/15	669	20,6
Polònia	3	01/10/15	651	20,4
TN cap de setmana vespre	3	04/10/15	624	20,9
TN migdia	3	13/10/15	616	29,1
TN vespre	3	12/10/15	609	19,7
TN migdia	3	01/10/15	608	30,1

Novembre de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Lliga de Campions: Barcelona-Roma	3	24/11/15	1.099	34,3
Motociclismo: Mundial Moto GP/GP Comunidad Valenciana	5	08/11/15	957	51,6
TN cap de setmana vespre	3	15/11/15	668	21,0
TN vespre	3	02/11/15	665	22,9
TN cap de setmana vespre	3	22/11/15	662	20,0
Cine: Ocho apellidos vascos	5	11/11/15	660	26,5
TN migdia	3	02/11/15	649	30,3
TN migdia	3	17/11/15	641	32,9
30 minuts: Fugir de l'Estat islàmic	3	22/11/15	631	18,1
Polònia	3	26/11/15	626	19,9

Desembre de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
E15: Els resultats	3	20/12/15	753	22,0
TN cap de setmana vespre	3	27/12/15	696	22,4
Campanades Fi d'Any	3	31/12/15	669	29,8
TN migdia	3	01/12/15	630	31,5
7D: el debate decisivo	6	07/12/15	625	21,4
TN cap de setmana vespre	3	13/12/15	623	19,6
E15: Les reaccions	3	20/12/15	621	20,9
Merlí/Nietzsche	3	07/12/15	591	19,4
TN migdia	3	14/12/15	590	27,9
TN vespre	3	01/12/15	579	20,1

Nota: en els cas de les emissions de futbol només es recull el partit, no les prèvies ni els postpartits.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

El fenomen *Merlí* (1)

Audiències de les emissions de la sèrie *Merlí* de TV3 (en milers d'espectadors i *share*)

Títol	Emissió	Espectadors	Espectadors 13-24 anys
"Els peripatètics"	14/09/2015	566.000	68.000
		17,7%	29,2%
"Plató"	21/09/2015	544.000	64.000
		17,2%	31,0%
"Maquiavel"	28/09/2015	556.000	72.000
		16,7%	38,6%
"Aristòtil"	05/10/2015	591.000	119.000
		19,3%	52,0%
"Sòcrates"	12/10/2015	559.000	82.000
		18,8%	44,9%
"Schopenhauer"	19/10/2015	538.000	100.000
		17,0%	45,9%
"Foucault"	26/10/2015	459.000	70.000
		15,2%	42,5%
"Guy Debord"	02/11/2015	555.000	71.000
		19,1%	45,9%
"Epicur"	09/11/2015	559.000	82.000
		18,3%	35,2%
"Els escèptics"	16/11/2015	577.000	85.000
		19,6%	41,1%
"Els sofistes"	23/11/2015	610.000	108.000
		20,5%	52,9%
"Hume"	30/11/2015	592.000	95.000
		19,9%	47,2%
"Nietzsche"	07/12/2015	591.000	99.000
		19,4%	48,3%

La sèrie *Merlí*, emesa per TV3 el darrer trimestre de 2015, ha obtingut una mitjana de 561.000 espectadors i un 18,3% de *share*.

Aquesta producció catalana ha estat especialment ben acollida entre el públic jove, amb una quota de pantalla molt elevada en el segment de població entre els 13 i els 24 anys.

Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media.

El fenomen *Merlí* (2)

Audiències digitals de la sèrie *Merlí* de TV3

Títol	Emissió	Usuaris únics	Reproduccions	En directe per ordinador, mòbil o tauleta
"Els peripatètics"	14/09/2015	111.854	156.050	3.649
"Plató"	21/09/2015	93.473	129.667	3.608
"Maquiavel"	28/09/2015	88.176	124.178	4.594
"Aristòtil"	05/10/2015	88.466	123.341	4.015
"Sòcrates"	12/10/2015	85.977	126.762	3.497
"Schopenhauer"	19/10/2015	85.169	125.267	3.654
"Foucault"	26/10/2015	87.618	132.112	3.454
"Guy Debord"	02/11/2015	86.625	126.244	4.368
"Epicur"	09/11/2015	94.877	142.696	4.870
"Els escèptics"	16/11/2015	77.418	110.468	5.479
"Els sofistes"	23/11/2015	77.241	112.936	6.525
"Hume"	30/11/2015	73.657	108.092	6.024
"Nietzsche"	07/12/2015	73.690	104.849	4.046

El fenomen *Merlí* ha tingut la seva continuïtat a les xarxes socials i les audiències digitals també han estat importants. El global dels capítols ha tingut una mitjana de 125.000 reproduccions web.

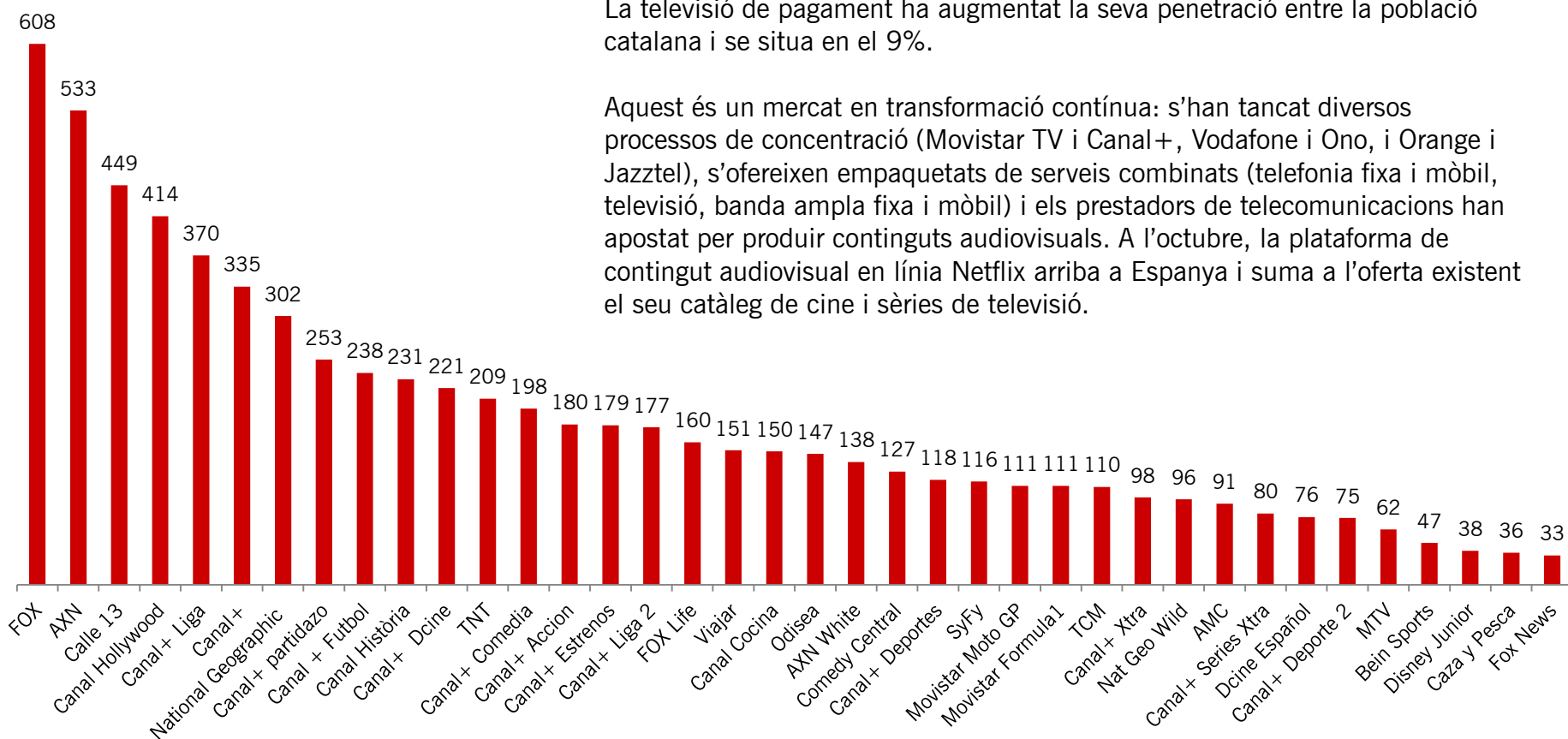
Atresmedia n'ha comprat els drets per emetre-la en castellà per a tot l'Estat.

Font: CCMA. Actualitzat 11 de desembre 2015.

Audiència de la televisió temàtica de pagament

Audiència acumulada de les cadenes temàtiques de pagament a Catalunya

(en milers, últims 30 dies)



Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.

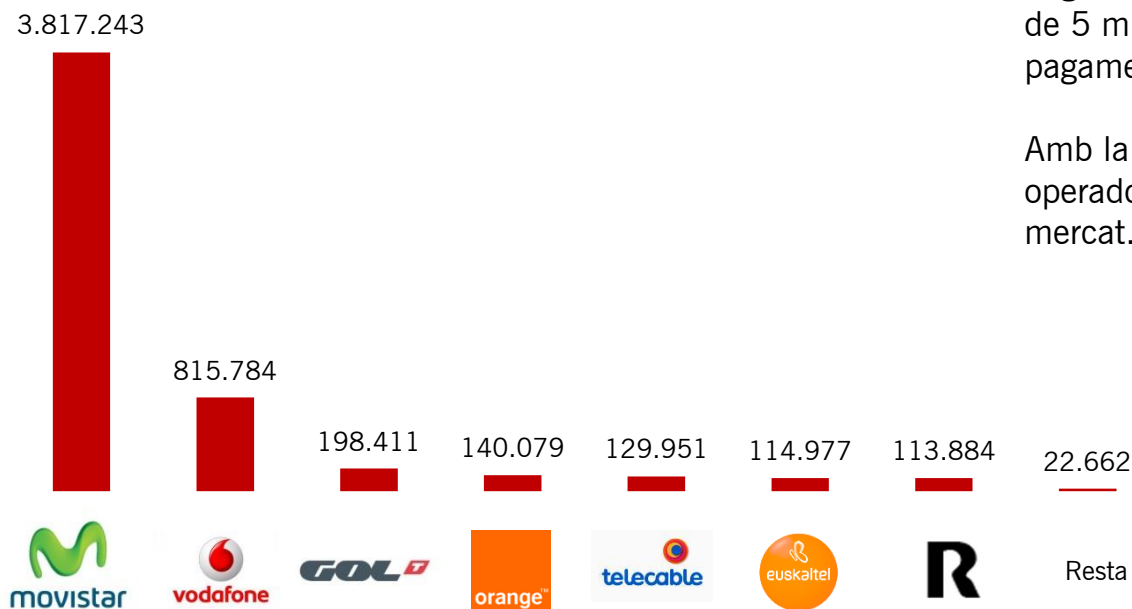
Abonats a la televisió de pagament

Nombre total d'abonats: 5.352.991

Nombre de persones abonades a la televisió de pagament a l'Estat espanyol
(dades corresponents al segon trimestre de 2015)

Segons la CNMC, a l'Estat espanyol hi ha més de 5 milions d'abonaments a la televisió de pagament.

Amb la fusió de Movistar TV i Canal+ neix un operador que concentra més del 70% d'aquest mercat.



Font: CNMC. *Informe Trimestral. II Trimestre de 2015*. http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf_trim.jsp



Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya

779 freqüències de radiodifusió

Per zona de servei (en % i nombre de freqüències d'FM)



Per titularitat



La llar catalana rep més de 30 emissores en FM:

10 d'àmbit nacional i 20 d'àmbit estatal, a més de les emissores locals o de proximitat.

Nota: dins del BIAC s'entén per *emissora* el mitjà de comunicació que emet un producte radiofònic per mitjà d'una o més freqüències.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (FM estatal). Gener de 2016.

La ràdio pública

580
freqüències públiques

Per zona de servei
(en % i núm. freq. FM)

12% (72)
estats

41%
(236)
nacionals

47%
(272)
locals

Per oferta
(en emissores FM)

5 emissores
estats

rne

radio clàssica
rne

radio 3
rne

ràdio 4
rne

radio 5
rne



Llengua
vehicular: castellà
(excepte Ràdio 4)

3 emissores
nacionals

CATALUNYA
RÀDIO

Cat **W**úsica



Llengua
vehicular: català

272 emissores locals (exemples emissores)

B Barcelona FM 91.0

O radiolescala

emun)))

96.3
ràdio Mollet

LH radio

RÀDIO
vilafranca

mataró
ràdio

RAP
IO7

Canal Blau FM

ràdio b
Ràdio Ciutat de Badalona

radiomunicipal
Terrassa 95.2

Ràdio
Cabrera
107.1 FM



Llengua
vehicular: català

280 emissores públiques:
272 locals
5 estats
3 nacionals

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de dades de la CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (FM estatal). Gener 2016.

La ràdio privada (1)

199
freqüències privades

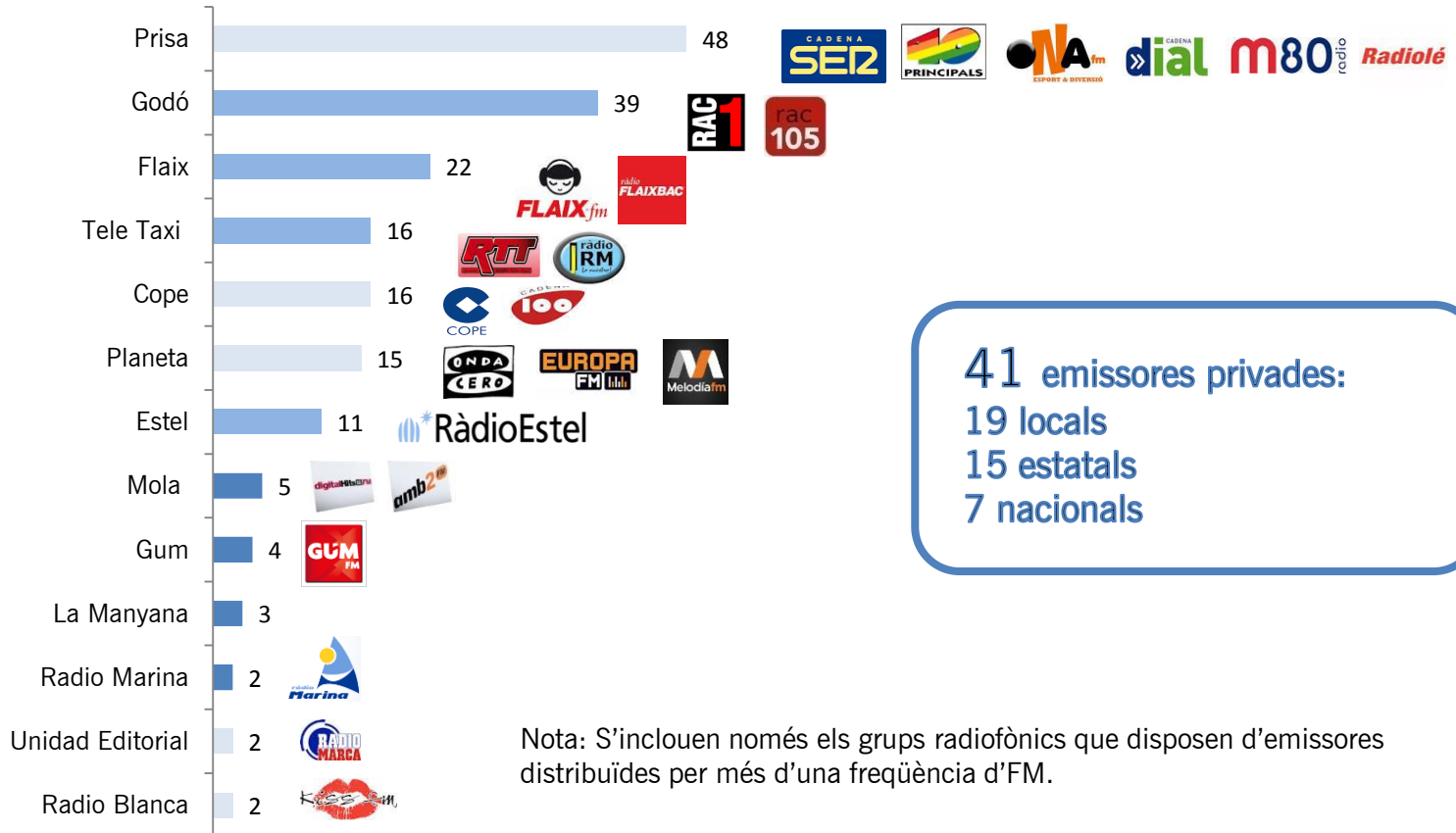
Per zona de servei
(en % i núm. freq. FM)

14% (28)
locals

42%
(83)
estatals

45%
(88)
nacionals

Per grups radiofònics
(en emissores FM)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

La ràdio privada (i 2)

Oferta radiofònica privada

(per tipologia de grups, nom del grup i del producte radiofònic i en nombre de freqüències)

GRUPS RADIOFÒNICS LOCALS	
Grup	Freqüències
MOLA	5
Amb2 FM	1
Digital Hits FM	4
GUM	4
Gum FM	4
LA MANYANA	3
s/d	3
RÀDIO MARINA	2
Ràdio Marina	2
COSTA BRAVA GLOBAL MEDIA	1
Joy FM	
PROSA	1
El 9 FM	
EL 3 DE VUIT	1
El 3 de vuit Ràdio	
L'EBRE	1
Imagina Ràdio	
CADENA PIRENAICA	1
Pròxima FM	
TLB	1
Styl FM	
SIMALRO	1
Ràdio UA1	
MONTSERRAT RTV	1
Montserrat Ràdio	
TOTAL 13 emissores	22

EMPRESA DE RÀDIO LOCAL	
Emissora	Freqüències
Ràdio Olot	1
Ràdio Ripoll	1
Ràdio Vic	1
Ràdio Aran	1
Hit 103	1
Ràdio Adventista	1
TOTAL 6 emissores	6

GRUPS RADIOFÒNICS NACIONALS	
Grup	Freqüències
GODÓ	39
RAC1	23
RAC105	16
FLAIX	22
Flaix FM	12
Ràdio Flaixbac	10
TELE TAXI	16
Ràdio Tele Taxi	13
Ràdio RM	3
ESTEL	11
Ràdio Estel	11
TOTAL 7 emissores	88

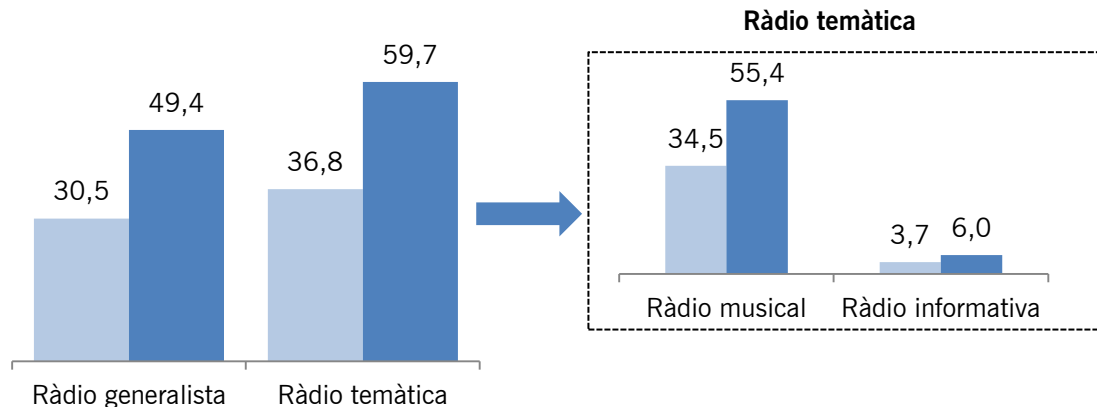
GRUPS RADIOFÒNICS ESTATALS	
Grup	Freqüències
PRISA	48
SER	19
40 Principales	11
Cadena Dial	7
Ona FM	4
Maxima FM	3
M 80	3
Radiolé	1
COPE	16
COPE	4
Cadena 100	4
Rock FM	3
s/d	5
PLANETA	15
Onda Cero	6
Europa FM	6
Melodía FM	3
RADIO BLANCA	2
Kiss FM	2
UNIDAD EDITORIAL	2
Radio Marca	2
TOTAL 15 emissores	83

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Gener de 2016.

Penetració i llengua de la ràdio

Penetració

(en %, dia anterior a l'entrevista)



La ràdio musical continua sent la que té més seguidors a Catalunya, amb una penetració del 55,4% entre els oients.

■ % sobre el total de la població (6.285.000) ■ % sobre els oients de ràdio (3.879.000)

Distribució per llengua de consum sobre el total d'oients

(en %, dia anterior a l'entrevista)



El darrer quadrimestre del 2015 ha augmentat el consum de ràdio en català: el 71,3% dels oients escolten ràdio en llengua catalana (68,9% l'onada anterior).

Ràdio en català: emissores amb programació en català i les desconnexions en català de les principals emissores en castellà (generalistes i temàtiques).

Ràdio en castellà: emissores amb programació en castellà (generalistes i temàtiques).

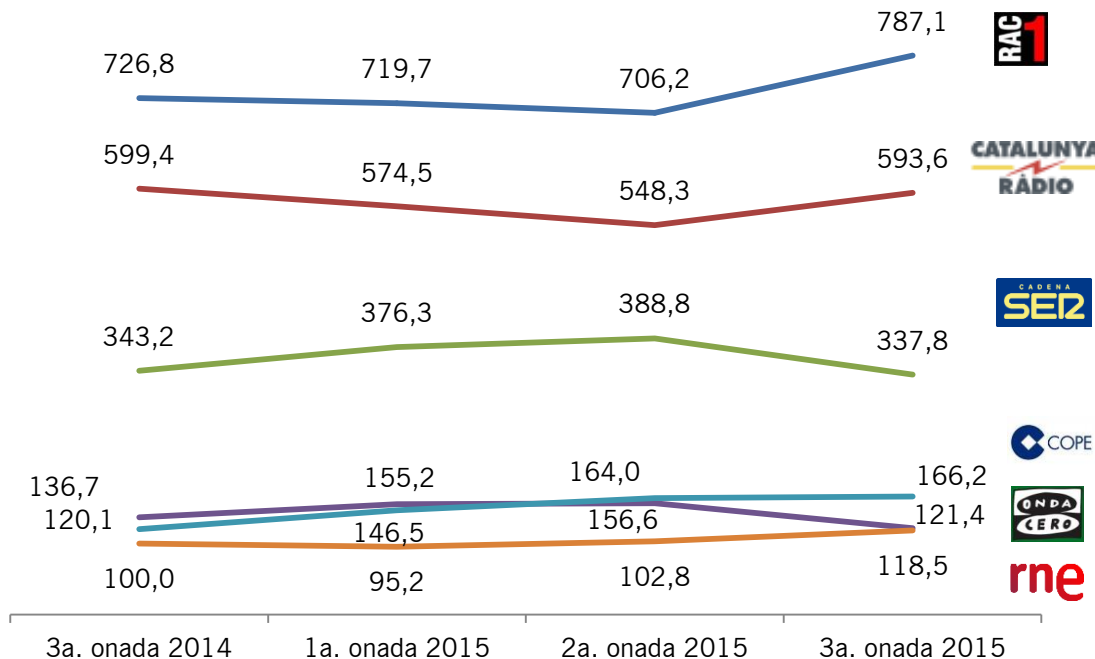
Nota: atès que la persona radiooient acostuma a escoltar més d'una emissora el mateix dia, les dades estan tractades tenint en compte la multiplicitat de respostes. Això explica que la suma dels percentatges sigui superior al 100%.

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.

Audiència de la ràdio (1)

Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

(evolució de les últimes 4 onades, en milers, dia anterior a l'entrevista)



RAC1 es distancia de Catalunya Ràdio i és líder de la ràdio generalista tots els dies de la setmana. Globalment, creix més de 80.000 oients.

Catalunya Ràdio remunta i es manté en un nivell similar de seguidors que a la mateixa onada de l'any anterior.



Les emissores del Grup Flaix lideren per segona onada consecutiva la ràdio musical a Catalunya, seguides de prop de Los 40 Principales de la Cadena SER (vegeu la pàgina següent).



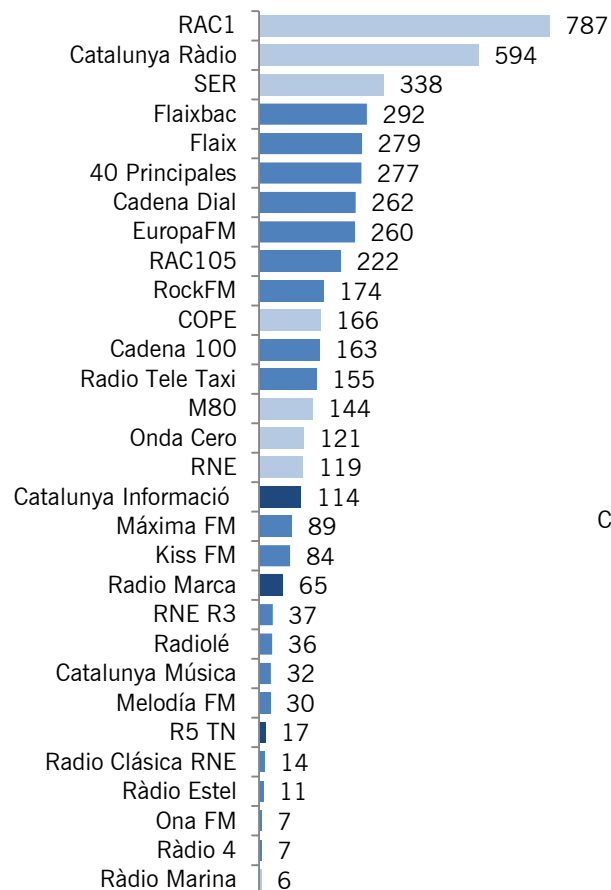
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.

Audiència de la ràdio (2)

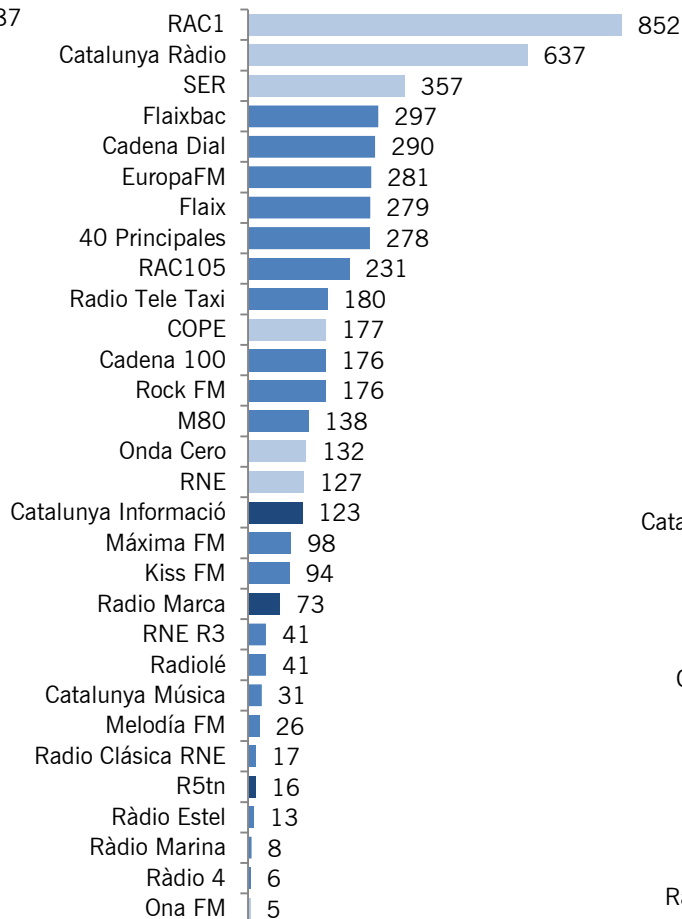
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

(en milers, dia anterior a l'entrevista)

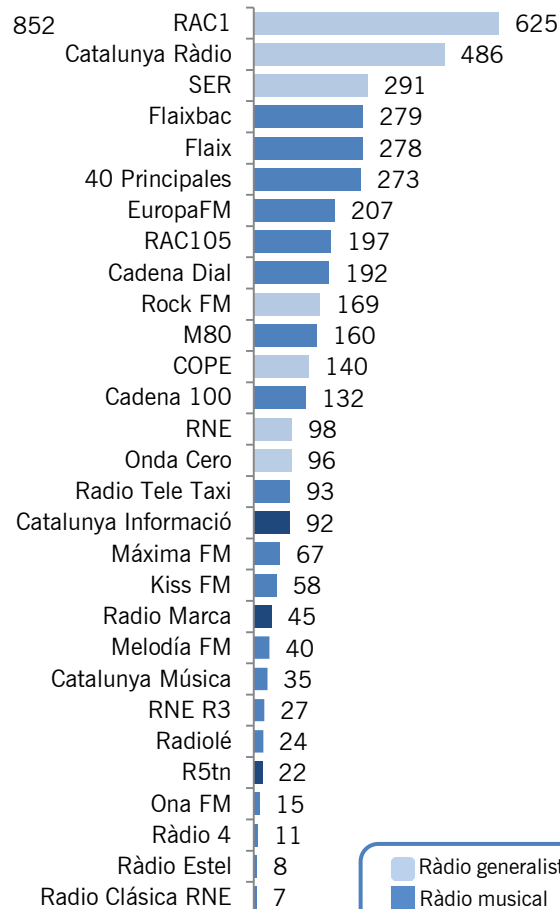
Dilluns a diumenge



Dilluns a divendres



Dissabte i diumenge



■ Ràdio generalista
■ Ràdio musical
■ Ràdio informativa

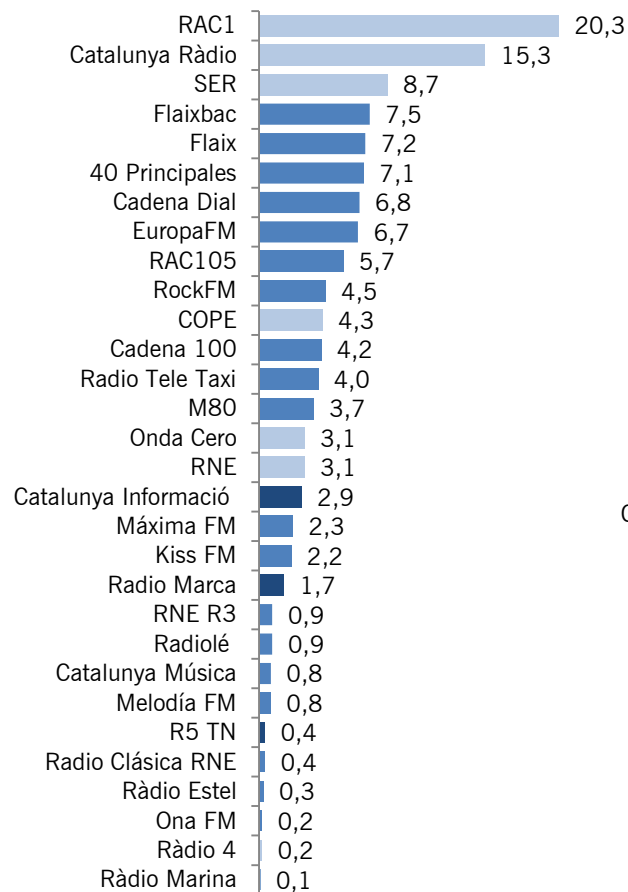
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a. onada de 2015.

Audiència de la ràdio (i 3)

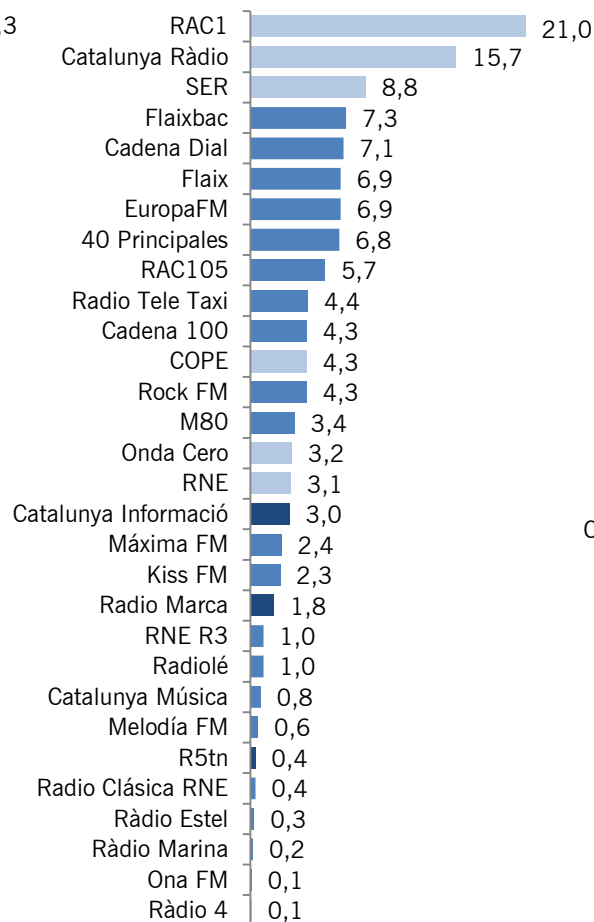
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

(en %, dia anterior a l'entrevista)

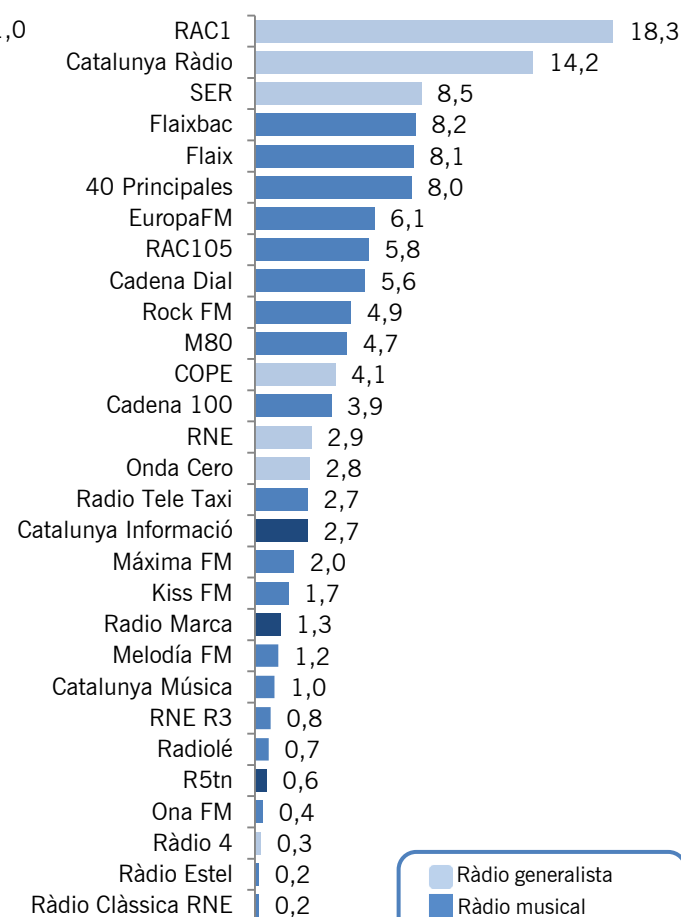
Dilluns a diumenge



Dilluns a divendres



Dissabte i diumenge



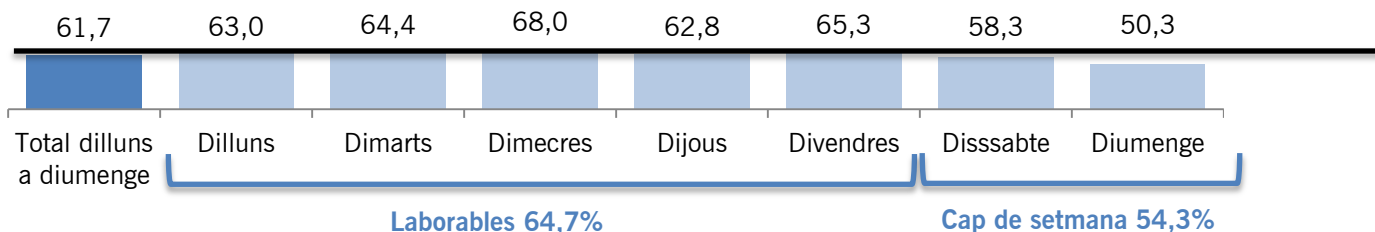
■ Ràdio generalista
■ Ràdio musical
■ Ràdio informativa

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a. onada de 2015.

Penetració i audiència de la ràdio per franges

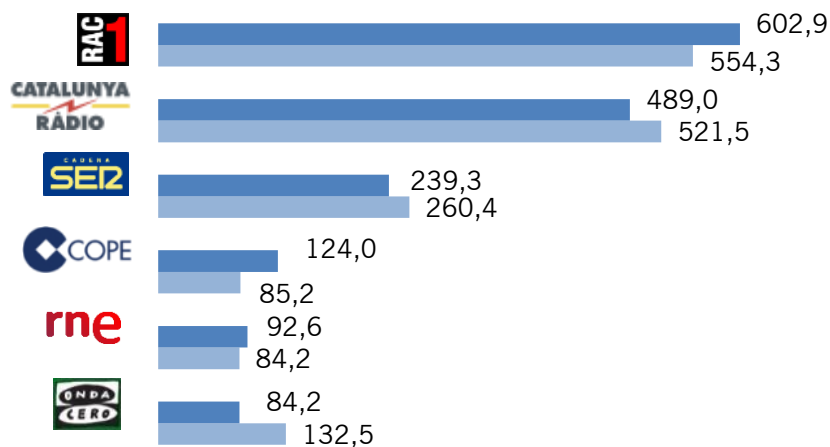
Penetració

(en % sobre el total de la població, dia anterior a l'entrevista)

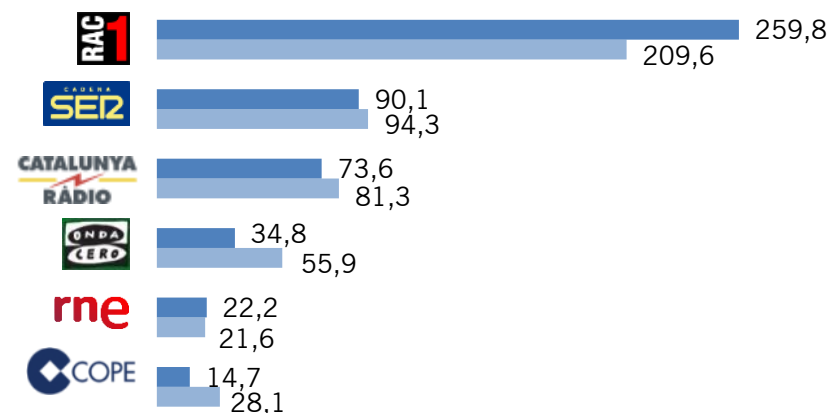


Audiència dels magazins del matí i de la tarda de les principals cadenes generalistes

(en milers d'oients, de dilluns a divendres)



■ 3a. Onada 2015 ■ 2a. Onada 2015



■ 3a. Onada 2015 ■ 2a.onada 2015

Nota: els programes matinals són de les 6 h a les 12h a RNE, COPE, Catalunya Ràdio i RAC1; i de 6 h a 12.30 h a Onda Cero i la SER.

Els magazins de tarda d'Onda Cero, Catalunya Ràdio i RAC1 s'emeten de 16 a 19 h; els de la COPE i RNE, de 15 a 19 h, i els de la SER de 16 a 20 h.

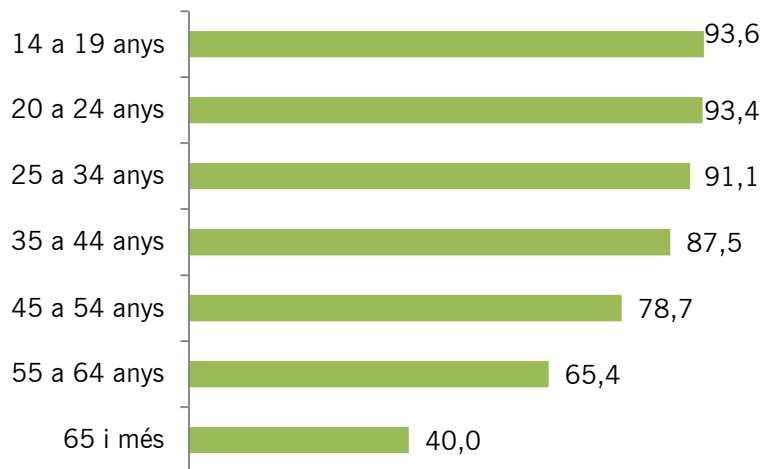
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.



Internet

Perfil de l'internauta a Catalunya

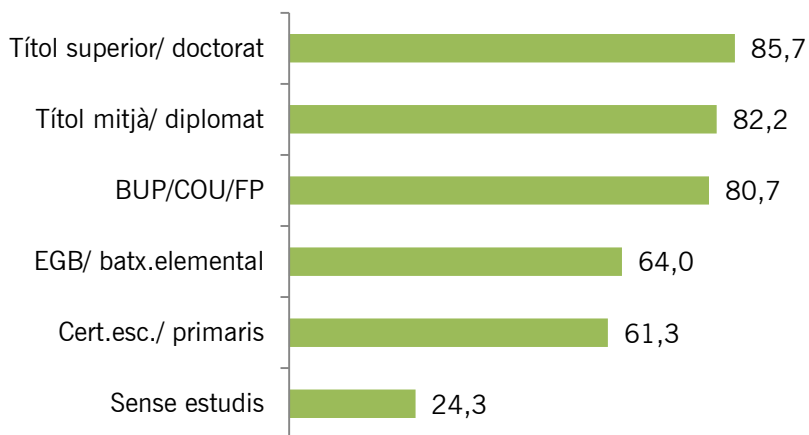
Connexió a internet per edats (en %, dia anterior a l'entrevista)



A Catalunya, la penetració d'internet ha augmentat lleugerament respecte de l'onada anterior i ha passat del 73,2% al 73,9% de la població.

L'ús d'internet és molt elevat entre els segments d'edat més jove i entre els que tenen estudis superiors.

Connexió a internet per nivell d'estudis (en %, dia anterior a l'entrevista)



Nota: atesos els canvis de plans d'estudis, les persones han estat assignades segons la seva resposta i la seva edat a les categories següents:

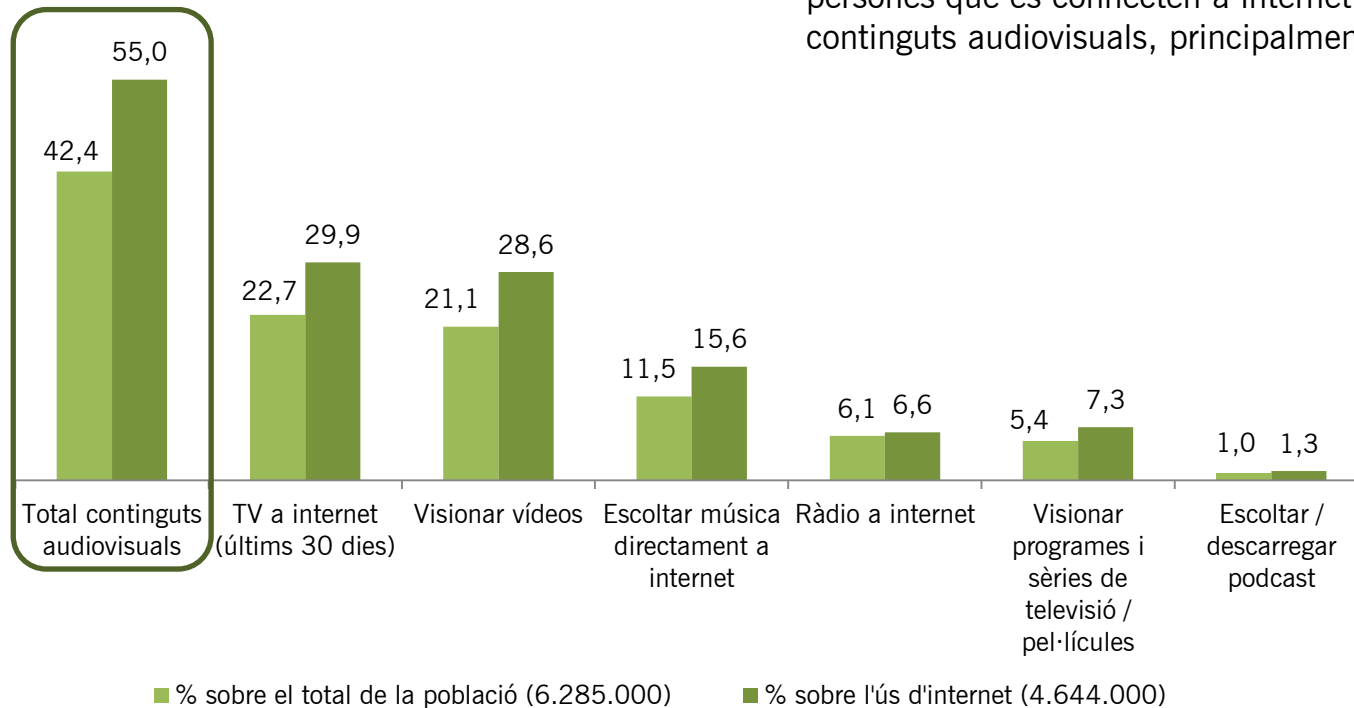
- sense estudis.
- estudis primaris / certificat d'escolaritat / ingrés / 1r cicle ESO.
- EGB / graduat / batxillerat elemental /certificat d'estudis primaris / ESO complet.
- batxillerat superior /BUP, COU, PREU, batxillerat LOGSE/FPII
- diplomatura (3 anys de carrera)
- llicenciatura, grau, màster, doctorat.

Font: EGM Baròmetre Catalunya - 3a onada de 2015.

Consum de continguts audiovisuals a internet (1)

Ús d'internet per al consum de continguts audiovisuals
(en %, dia anterior a l'entrevista)

D'acord amb l'enquesta de l'EGM, més de la meitat de les persones que es connecten a internet hi consumeixen continguts audiovisuals, principalment televisió i vídeos.



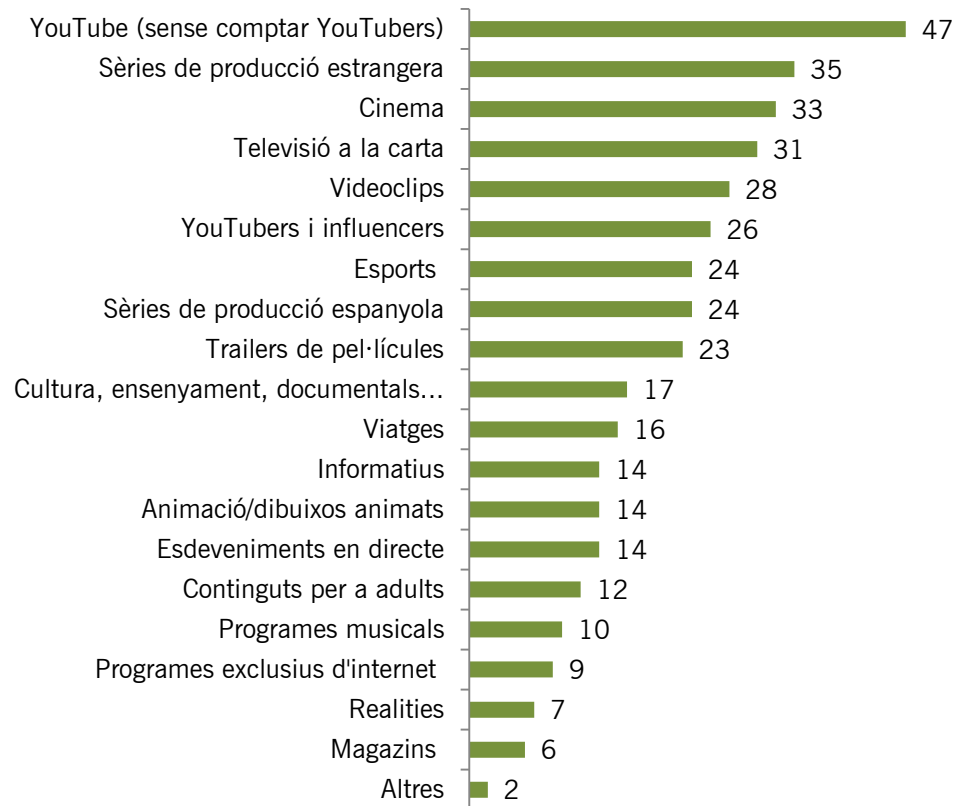
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.

Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)

A l'Estat espanyol, l'ordinador de taula o portàtil és el dispositiu més emprat per mirar continguts audiovisuals a internet.

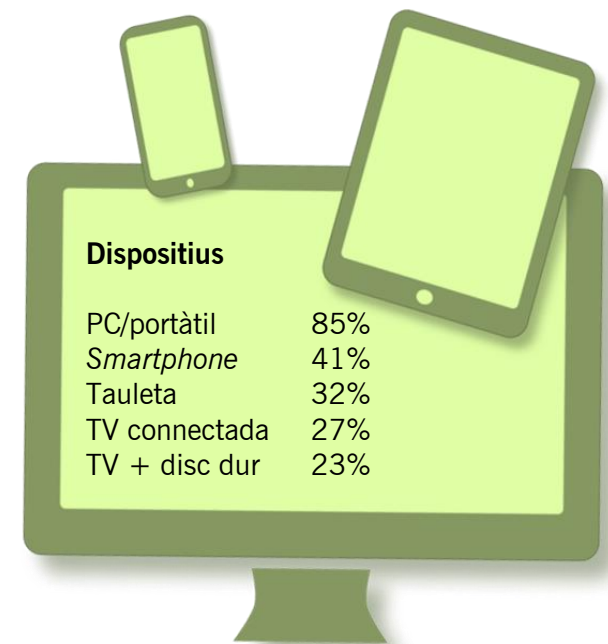
Ús d'internet per al consum de continguts audiovisuals

(en %. Pregunta: quins continguts acostuma a mirar a través d'internet?)



Ús de dispositius per al consum de continguts audiovisuals

(en %. Pregunta: a través de quins dispositius els mira?)



Font: IAB Spain. [III Estudio Anual TV Conectada y Video Online 2015](#). Novembre de 2015.

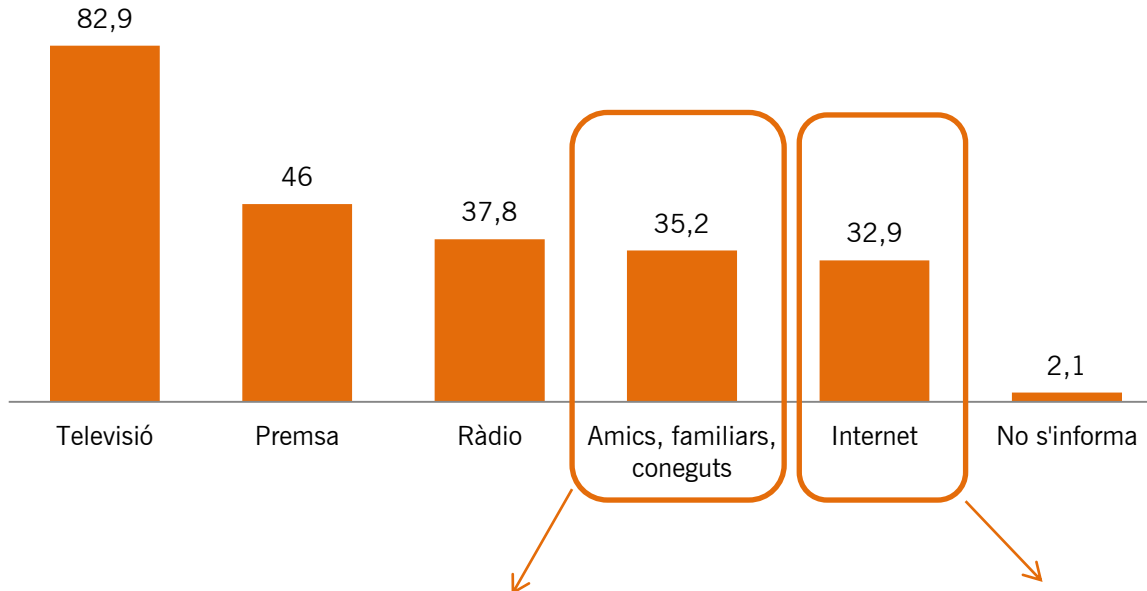


L'apunt: com ens informem?

Com ens informem?

Mitjà de preferència per informar-se dels temes polítics. Any 2015

(en %)



D'acord amb les dades del Baròmetre d'Opinió Pública del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO), la televisió és el mitjà escollit en primer lloc per informar-se sobre temes polítics.

Després dels tres mitjans tradicionals, la quarta posició l'ocupen l'agrupació "Amics, familiars, coneguts", que creix en més de tretze punts respecte del baròmetre anterior.

En l'àmbit d'internet, les xarxes socials i els butlletins electrònics ocupen la primera posició entre les persones que escullen aquest mitjà per informar-se, amb un 24,4%.

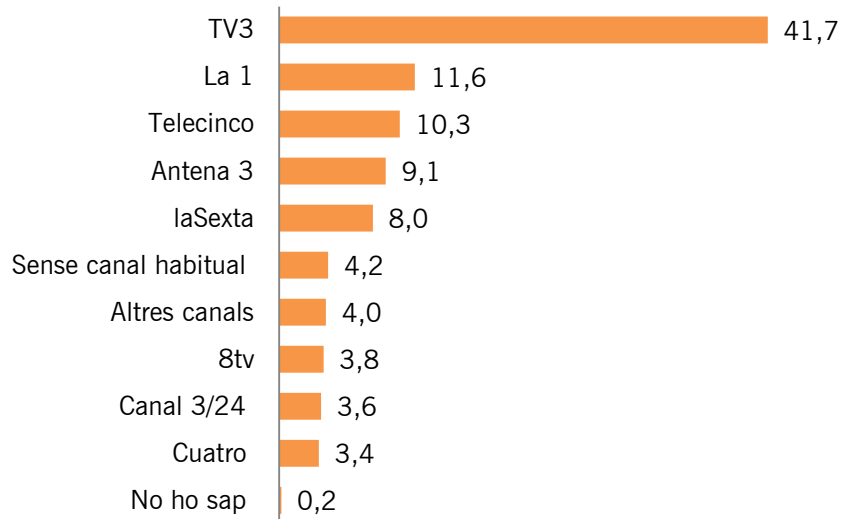
Nota: el Baròmetre d'Opinió Pública recull la percepció de la societat catalana sobre política, economia, mitjans de comunicació, comportament electoral i la valoració de líders polítics.

Font: Centre d'Estudis d'Opinió. *Baròmetre d'Opinió Pública*. [3a onada del 2015](#). Novembre de 2015.

El consum d'informatius als mitjans (1)

Canal de televisió de preferència per mirar els informatius. Any 2015

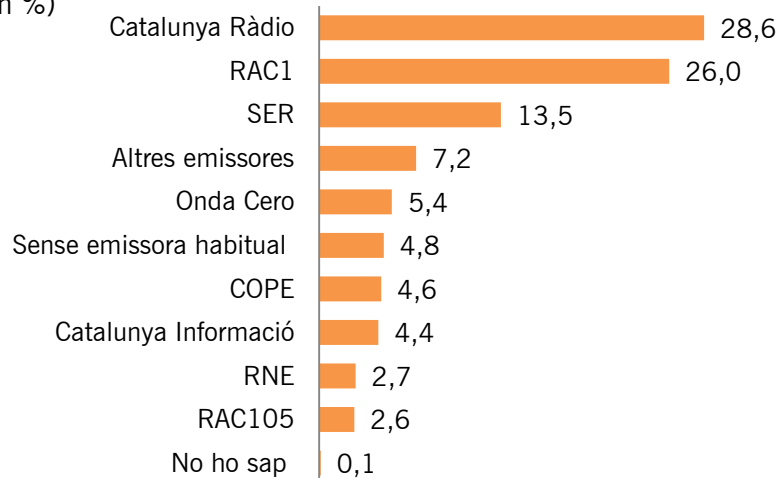
(en %)



Gairebé el 42% de les persones que trien la televisió per informar-se prefereixen els informatius de TV3. La segueixen, a trenta punts de distància, la televisió pública estatal, Telecinco, Antena 3 TV i laSexta.

Emissora radiofònica de preferència per escoltar els informatius. Any 2015

(en %)

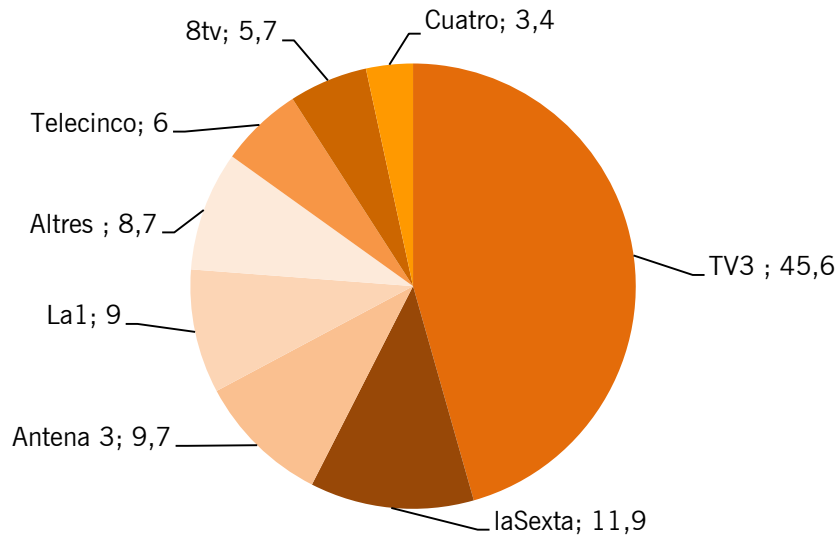


En l'àmbit radiofònic, Catalunya Ràdio és la primera emissora escollida per les persones que habitualment s'informen per aquest mitjà, seguida de prop de RAC1.

Font: Centre d'Estudis d'Opinió. *Baròmetre d'Opinió Pública*. [3a onada del 2015](#). Novembre de 2015.

El consum d'informatius als mitjans (i 2)

Canal de televisió de preferència per seguir la informació política i electoral. Any 2015 (en %)

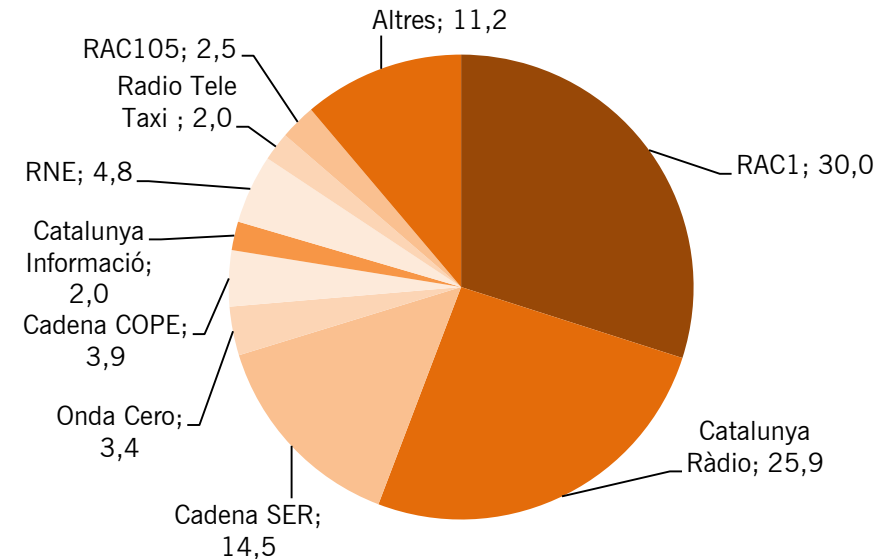


La darrera enquesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) després de les eleccions del 27 de setembre reforça la posició de lideratge de la televisió pública catalana quant als informatius: és la primera opció per seguir la informació política i electoral.

Juntament amb 8tv, l'oferta informativa en català suma més del 50%.

A la ràdio, RAC1 se situa per davant de Catalunya Ràdio amb quatre punts i escaig; la tercera posició l'ocupa la Cadena SER.

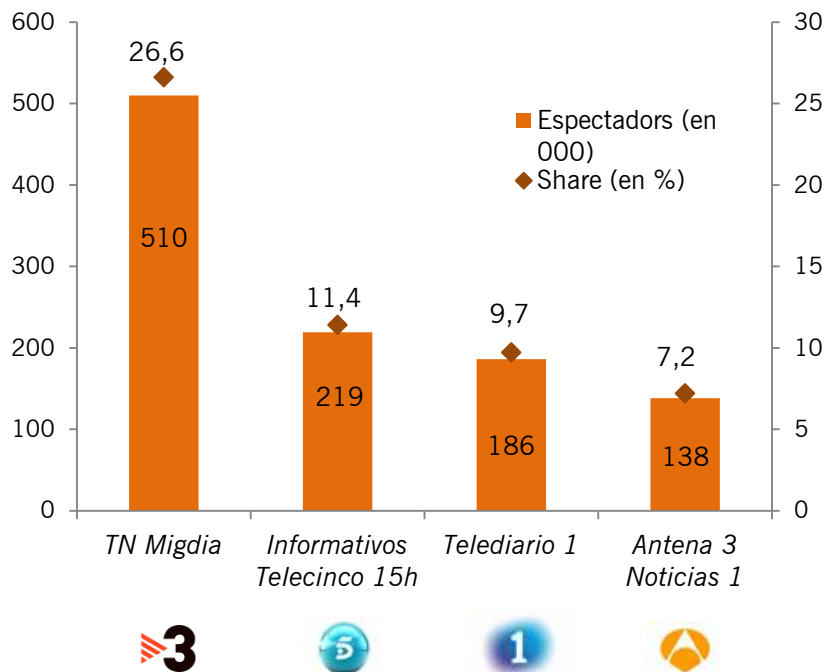
Emissora radiofònica de preferència per seguir la informació política i electoral. Any 2015 (en %)



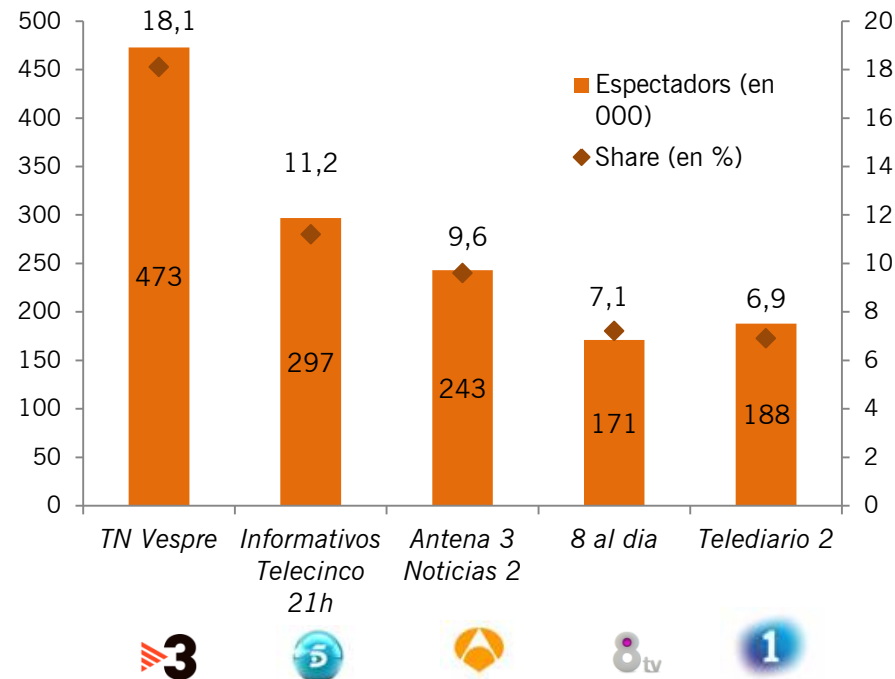
Font: CIS. [Postelectoral de Cataluña. Elecciones autonómicas 2015](#)

El consum d'informatius a la televisió

Espectadors i *share* anual dels informatius del migdia de TV3, Telecinco, La1 i Antena 3 TV (dilluns a divendres). Any 2015



Espectadors i *share* anual dels informatius del vespre de TV3, Telecinco, 8tv, La1 i Antena 3 TV (dilluns a divendres). Any 2015



Amb més del 26% de quota de pantalla, les dades de consum de Kantar Media mostren el lideratge de TV3 en els informatius al migdia; al vespre, la televisió pública catalana manté la primera posició, tot i que amb menys espectadors. El segon lloc, en ambdues franges, és per a *Informativos Telecinco*, que obté gairebé tres-cents mil espectadors de mitjana al vespre.

Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media de gener a desembre de 2015, exceptuant el mes d'agost.

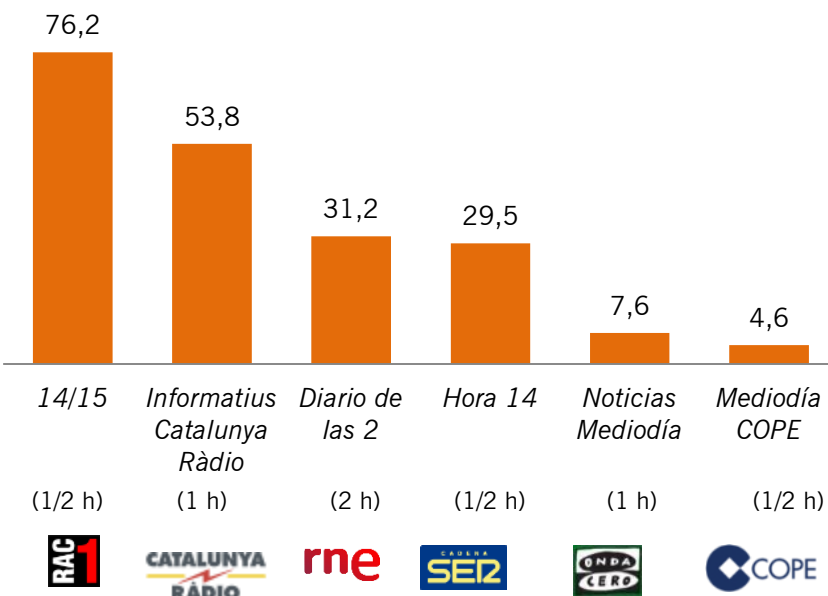
El consum d'informatius a la ràdio

Pel que fa als programes informatius de ràdio, cal tenir en compte que tenen durades i formats diferents, la qual cosa fa que les audiències siguin difícilment comparables. En l'elaboració d'aquests gràfics s'han pres les franges horàries agrupades per l'EGM.

Els programes informatius del vespre, amb un horari d'inici que varia entre les 19 i les 20 h, tenen més audiència que al migdia, ubicats a la graella entre les 13 i les 14.30 h.

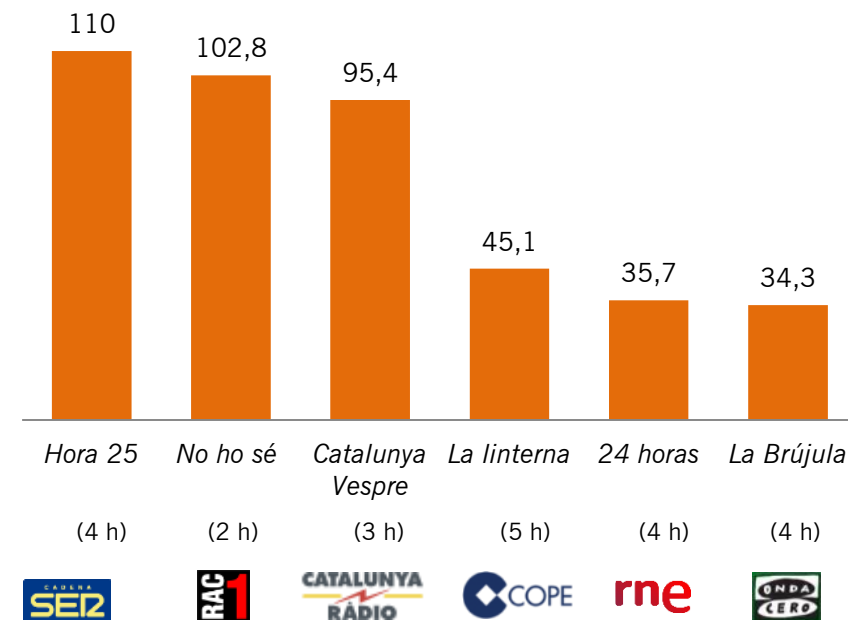
Audiència dels programes informatius del migdia de les principals cadenes generalistes. Any 2015

(en milers d'oients, de dilluns a divendres)



Audiència dels programes informatius del vespre de les principals cadenes generalistes. Any 2015

(en milers d'oients, de dilluns a divendres)



Font: EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015.



Flaixos



La ficció és el gènere més consumit a la televisió.

L'[*Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales: 2015*](#), destaca, dins l'apartat audiovisual, que el més consumit a televisió són els continguts de ficció (30,8% del temps total de programació) i la informació (20,7%).



Recomanacions sobre el tractament mediàtic de la prostitució i el tràfic d'éssers humans amb finalitat d'exploació sexual.

L'Agència ABITS de l'Ajuntament de Barcelona i l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya van impulsar aquestes [recomanacions](#). El Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha estat una de les institucions que ha col·laborat a elaborar-les. El document dóna pautes perquè els mitjans abordin la prostitució en tota la seva complexitat social.



Futbol a 8tv

Després de l'entrada de Mediaset a l'accionariat de 8tv, el canal del Grupo Godó va començar a emetre partits de futbol. La final del Mundial de Clubs entre el Barça i el River Plate va obtenir un 30,6% de *share* a Catalunya, per sobre del 25,7% de Telecinco.



Nou repartiment de canals de TDT.

El 16 d'octubre, el Govern espanyol va [adjudicar](#) sis noves llicències de televisió en obert de cobertura estatal a Real Madrid TV, Atresmedia, Mediaset, Central Broadcaster Media del grup Secuoya, Radio Blanca i 13tv. Els tres primers són d'alta definició. Al concurs públic hi optaven 9 empreses. Van quedar fora del repartiment Vocento, Prisa i El Corte Inglés.



La Lliga ACB passa a la televisió de pagament.

Movistar+ ha adquirit els drets de transmissió de la Lliga ACB de bàsquet fins al 2018. Per tant, aquesta competició deixa d'emetre's en obert i en català per Televisió de Catalunya i Televisión Española.



Primer *Pitching* audiovisual universitats-indústria.

El 21 i 22 d'octubre, el Clúster Audiovisual de Catalunya i les universitats catalanes van organitzar al CCCB el primer [Pitching Audiovisual](#). Aquesta iniciativa va ser un punt de trobada perquè l'alumnat de les universitats catalanes amb estudis de comunicació presentessin els seus projectes a professionals de la indústria audiovisual.

ComUNlca 2015: ajuts per al foment i la creació audiovisuals

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la Secretaria d'Universitats i Recerca i les 12 universitats catalanes impulsen els ajuts [ComUNlca](#), en què els tres projectes audiovisuals més creatius presentats per estudiants es realitzaran i s'emetràn als mitjans de la CCMA.

L'Observatori Europeu de l'Audiovisual (OEA) llança AVMSDatabase

Des del mes de novembre, l'OEA, juntament amb la Universitat de Luxemburg, posa a disposició pública [AVMSDatabase](#), una eina gratuïta que informa sobre la transposició de la Directiva de Serveis de Mitjans Audiovisuals (DSMAV) a cada Estat membre.

L'Ofcom presenta la seva proposta per mesurar la pluralitat en els mitjans

El 5 de novembre de 2015, el regulador va publicar la [seva recomanació al Govern britànic per avaluar la pluralitat en els mitjans de comunicació](#) al Regne Unit i a cada una de les nacions. Les qüestions clau en aquesta proposta són la disponibilitat de continguts, el consum, l'impacte i l'anàlisi dels proveïdors d'informació que produeixen les notícies i dels que ofereixen continguts produïts per tercers.

Consultes de la Comissió Europea sobre geoblocatge i sobre el rol de les plataformes

En el marc de la [Digital Single Market Strategy](#) i d'un conjunt de [consultes públiques](#) en curs, la Comissió Europea en va llançar dues de noves: sobre [geoblocatge i altres restriccions de tipus geogràfic en l'adquisició i accés a la informació a la UE](#) i sobre [plataformes online intermediàries, dades, cloud computing i economia col·laborativa](#). La primera recull opinions sobre “barreres comercials injustificades” que impedeixen comprar i vendre en línia, al mateix preu, qualitat i varietat, productes i serveis des de diferents estats membres. La segona consulta es refereix a l'ús que les plataformes *online* (cercadors, *social media*, webs per compartir vídeos, *app stores*, etc.) fan de les dades que generen els seus usuaris, entre d'altres.

BBC3 oferirà continguts exclusivament per internet

El canal [BBC3](#), un dels primers canals digitals de la corporació britànica i que té una audiència bàsicament juvenil, va deixar d'emetre en TDT i passa a ser una oferta exclusivament per internet, mitjançant els diferents tipus de pantalles.



Anàlisi de la protecció de dades de menors a internet

El 2 de setembre de 2015, la [Global Privacy Enforcement Network \(GPEN\)](#) va publicar la seva tercera onada anual d'anàlisi de diverses entitats públiques dels principals països del món. S'hi analitzava uns 1.500 webs i *apps* adreçades a menors, amb l'objectiu de determinar si aquests serveis recullen informació personal sobre els menors malgrat els filtres de control existents, i si aquestes dades eren fàcilment eliminables. Països com [França](#) i el [Canadà](#) van publicar els resultats dels seus estudis. La GPEN està formada per una quarantena d'estats, la Comissió Europea i també Catalunya, a través de [l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades \(APDCAT\)](#).



Estudi sobre la viabilitat econòmica de la TV regional a Europa

El 8 de desembre de 2015, l'autoritat de regulació de Suïssa (Ofcom) va publicar l'estudi [Perspectives de développement de la télévision regionale](#), en què s'analitza la viabilitat econòmica de la TV regional a diversos països (Alemanya, Bèlgica, França i Regne Unit). Així mateix, també dóna recomanacions en matèria de regulació a les autoritats suïsses. En el cas helvètic, és destacable la inexistència de prestadors audiovisuals comercials d'àmbit confederal, així com l'extrema permeabilitat del mercat a l'oferta televisiva dels països veïns que comparteixen llengua (França, Alemanya/Àustria i Itàlia).



La ITU i el segon dividend digital

La International Telecommunications Union (ITU, agència de les Nacions Unides amb capacitat executiva en l'assignació de l'ús de l'espectre radiolèctric a escala mundial) va organitzar el novembre la [World Radio-communications Conference \(WRC-15\)](#). A la conferència es va decidir, entre altres aspectes, l'ús de la banda 700 MHz de l'espectre, ocupada actualment per a la transmissió de TDT. Aquesta qüestió havia suscitat un fort debat sobre quina indústria havia de ser-ne la usuària, si el *broadcasting* o les comunicacions mòbils. En l'[acord final](#), les delegacions dels estats van acordar un "segon dividend", en virtut del qual la banda de 700 MHz passarà a ser utilitzada per a les comunicacions mòbils (3G, 4G). Això no obstant, queda garantit que els *broadcasters* mantenen la resta de l'UHF que encara usen (470 MHz – 670 MHz).



El CAC analitza el pluralisme a les eleccions catalanes i a les generals

En l'exercici de la seva funció d'observança dels principis de pluralisme, el Consell va elaborar els informes específics de pluralisme polític durant la campanya de les [eleccions al Parlament de Catalunya](#) del 27 de setembre i de les [eleccions generals](#) del 20 de desembre.

BIAC. Núm. 3 – Tercer quadrimestre de 2015

Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Kantar Media: Àmbit Catalunya. Dades obtingudes per audímetre relatives a individus de 4 i més anys.
- EGM Baròmetre Catalunya: dades de la 3a onada de 2015. Període juliol-desembre 2015. Fitxa tècnica: àmbit Catalunya. Mostra prevista per al 2015: 33.584 entrevistes a individus de 14 o més anys. Mostra tercera onada: 11.504 (2.403 entrevistes multimèdia, 5.423 monomèdia ràdio, 1.319 monomèdia premsa i 2.359 monomèdia revistes).

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 3. Tercer quadrimestre de 2015. Barcelona: CAC, gener de 2016. <www.cac.cat>