

INFORME

2008

L'audiovisual a Catalunya



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

President: Ramon Font Bové

Vicepresident: Domènec Sesmiló i Rius

Conseller secretari: Santiago Ramentol i Massana

Conselleres i consellers: Dolors Comas d'Argemir i Cendra, Rafael

Jorba i Castellví, Elisenda Malaret i Garcia, Josep Micaló i Aliu,

Esteve Orriols i Sendra, Josep Pont i Sans, Fernando Rodríguez

Madero

Secretari general: Joan Barata i Mir

Maquetació: Yago Díaz

Impressió: www.cege.es

Dipòsit legal:

ISSN: 2013-0481



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença, 321 - 08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78
www.cac.cat - audiovisual@gencat.cat



**Generalitat
de Catalunya**

Sumari

Introducció	11	Capítol V.	
		Serveis audiovisuals en xarxa, internet i convergència a Catalunya	279
Capítol I.		1. Presentació	279
El marc regulador del sector audiovisual	13	2. Convergència tecnològica i audiovisual	279
1. Presentació	13	3. Pols a Catalunya	280
2. Catalunya	14	4. Societat de la informació	281
3. Estat	31	5. Continguts en català a internet	292
4. Unió Europea	43	6. Mitjans de comunicació	293
5. Àmbit internacional	44	7. L'autoregulació: IQUA	294
		8. Conclusions i tendències	295
Capítol II.			
Estructura economicoempresarial del sector audiovisual	51	Capítol VI.	
1. Presentació	51	La publicitat a Catalunya	297
2. Oferta i demanda en els mercats de la televisió i la ràdio a Catalunya	52	1. Presentació	297
3. La producció audiovisual a Catalunya	99	2. La inversió publicitària a Catalunya	298
4. Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya	112	3. La inversió publicitària en ràdio	305
5. Ajuts financers de caràcter públic al sector audiovisual	113	4. La inversió publicitària en televisió	306
		5. La inversió publicitària a internet	311
Capítol III.			
La ràdio a Catalunya	125	Resum executiu i valoració	313
1. Presentació	125		
2. L'oferta de ràdio a Catalunya	125	Annex	
3. L'audiència de ràdio a Catalunya	134	Telefilms. Estrenes de TVC el 2008	319
4. La programació radiofònica	147		
5. Ràdio per internet	161		
Capítol IV.			
La televisió a Catalunya	163		
1. Presentació	163		
2. Prestadors de serveis de televisió a Catalunya	164		
3. L'audiència de televisió a Catalunya	181		
4. La programació de TVC	219		
5. La producció pròpia de TVE a Catalunya	240		
6. El pluralisme informatiu en els prestadors de serveis audiovisuals d'àmbit català	241		
7. Televisió per internet	276		

Sumari de taules i gràfics

Capítol I. El marc regulador del sector audiovisual	13
Taula 1. Relació de les entitats adjudicatàries de les 83 freqüències atorgades pel CAC en virtut de l'Acord 174/2008, de 7 de novembre	22
Taula 2. Límits a l'externalització del servei públic de televisió digital local	28
Taula 3. Prefixos establerts per a la prestació de serveis de tarifació especial	30
Taula 4. Quadre resum de les mesures incloses a l'Ordre ITC/308/2008, de 31 de gener, reguladora dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges	32
Taula 5. Serveis amb freqüències reservades en les bandes indicades susceptibles de transferència parcial de títol o de cessió a tercers dels drets d'ús del domini públic radioelèctric	34
Taula 6. Classificació dels serveis prestats mitjançant els prefixos 905	38
Taula 7. Ratificacions de la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals en data 31 de desembre de 2008	45
Taula 8. Relació de les principals intervencions públiques al sector audiovisual. Any 2008	47
 Capítol II. Estructura econòmicoempresarial del sector audiovisual	
Taula 1. Abonats a la televisió de pagament per tipus d'empaquetament i sistema de transmissió a l'Estat espanyol. Període 2006-2008	54
Taula 2. Evolució del consum televisiu anual i de la penetració dels serveis de televisió a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2004-2008	56
Taula 3. Evolució de la quota de pantalla dels serveis de televisió segons el tipus de canal a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2004-2008	57
Taula 4. Evolució de la inversió publicitària en serveis de comunicació audiovisual a l'Estat espanyol. Període 2004-2008	58
Taula 5. Evolució de la publicitat als serveis de televisió a l'Estat espanyol. Període 2004-2008	58
Taula 6. Evolució del nombre d'abonats als serveis de televisió de pagament per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol. Període 2004-2008	58
Gràfic 1. Evolució de la cotització de les empreses que ofereixen serveis de televisió al mercat continu. Cotització diària. Any 2008	59
Taula 7. Evolució dels ingressos dels serveis de televisió per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol (sense subvencions). Període 2004-2008	60
Gràfic 2. Accionistes d'Antena 3 de Televisión, SA. Desembre de 2008	65
Gràfic 3. Accionistes de Gestevisión Telecinco, SA. Desembre de 2008	65
Gràfic 4. Accionistes de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA. Desembre de 2008	66
Gràfic 5. Accionistes de GAMP-Grupo Audiovisual de Medios de Producción. Desembre de 2008	66
Gràfic 6. Accionistes d'Imagina Media. Desembre de 2008	66
Gràfic 7. Accionistes de RCS MediaGroup. Desembre de 2008	67
Gràfic 8. Accionistes de Sociedad Gestora de Television Net TV, SA. Desembre de 2008	67
Gràfic 9. Accionistes de Grupo Corporativo ONO, SA. Desembre de 2008	68
Gràfic 10. Accionistes de Grupo Telefónica. Desembre de 2008	68
Gràfic 11. Accionistes de Groupe France Télécom. Desembre de 2008	69
Gràfic 12. Accionistes de Jazztel, PLC. Desembre de 2008	69
Taula 8. Adjudicatari de TDT local privada a Catalunya. Nombre de programes i cobertura de població. Any 2008	70
Taula 9. Nombre de programes i d'empreses/grups adjudicatari de la TDT local de Catalunya. Segons cobertura de població. Any 2008	72
Taula 10. Definicions de les macromagnituds econòmiques	74
Taula 11. Definicions de les dades i els indicadors comptables de les empreses	74
Taula 12. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2006-2007	75
Gràfic 13. Percentatge del valor afegit brut del sector audiovisual distribuït per subsectors. Catalunya i Estat espanyol. Any 2007	76
Gràfic 14. Productivitat del sector audiovisual per subsectors. Catalunya i Estat espanyol. Període 2006-2007	77
Taula 13. Compte de resultats consolidats de la Corporación RTVE. Any 2007	78
Taula 14. Dades i indicadors comptables bàsics de Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española, SA. Any 2007	78
Taula 15. Ingressos i despeses d'explotació de TVE Catalunya. Període 2007-2008	79
Taula 16. Treballadors de TVE Catalunya. Any 2008	79
Taula 17. Despeses directes de producció de TVE Catalunya. Període 2007-2008	79
Taula 18. Dades i indicadors comptables bàsics de Sociedad Mercantil Estatal Radio Nacional de España. Any 2007	80
Taula 19. Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2006-2008	81
Taula 20. Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Aportació als resultats consolidats de les societats dependents i associades. Període 2006-2008	84
Taula 21. Ingressos d'explotació de Televisió de Catalunya, SA. Període 2006-2008	85

Taula 22. Despeses d'explotació de Televisió de Catalunya, SA. Període 2006-2008	85
Taula 23. Ingressos d'explotació de Catalunya Ràdio SRG, SA. Període 2006-2008	85
Taula 24. Despeses d'explotació de Catalunya Ràdio SRG, SA. Període 2006-2008	86
Taula 25. Dades i indicadors comptables bàsics de l'Agència de Comunicació Local, SA. Període 2006-2007	87
Taula 26. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals). Període 2006-2008	89
Taula 27. Dades i indicadors comptables bàsics dels principals grups empresarials de prestadors de serveis de televisió de gestió privada amb cobertura estatal (dades consolidades amb empreses filials). Període 2006-2008	92
Taula 28. Dades i indicadors comptables bàsics d'Emissions Digitals de Catalunya, SAU, i TV CAT, SL. Període 2006-2008	94
Taula 29. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local de gestió privada i empreses vinculades. Per tipus d'empresa. Període 2006-2007	95
Taula 30. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local de gestió privada i empreses vinculades. Període 2006-2007	96
Taula 31. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio de gestió privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Per tipus d'empresa. Període 2006-2007	97
Taula 32. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio de gestió privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Període 2006-2007	98
Gràfic 15. Nombre d'empreses del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo. Catalunya i Espanya. Període 2006-2008	99
Taula 33. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual per grups a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2005-2006.	101
Taula 34. Principals magnituds econòmiques del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo per classes a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2005-2006	101
Gràfic 16. Volum de negoci del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo per classes a Catalunya. Període 2004-2006	102
Gràfic 17. Valor afegit brut al cost dels factors del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo a Catalunya. Període 2004-2006	102
Gràfic 18. Evolució de l'ocupació del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo per classes a Catalunya. Període 2004-2006	102
Gràfic 19. Llargmetratges produïts i coproduïts per productores catalanes. Període 2006-2008	103
Gràfic 20. Nombre de persones espectadores de cinema a Catalunya i Espanya. Període 2004-2008	104
Gràfic 21. Persones espectadores de cinema exhibit a Catalunya segons la nacionalitat de la producció. Any 2008	104
Taula 35. Llargmetratges més vistos a Catalunya. Any 2008	105
Gràfic 22. Nombre de persones espectadores en pel·lícules de cinema de producció catalana a Catalunya. Període 2004-2008	105
Taula 36. Llargmetratges de producció catalana més vistos a Catalunya. Any 2008	105
Taula 37. Llargmetratges més vistos en llengua catalana. Any 2008	106
Gràfic 23. Facturació del sector d'animació a Catalunya. Període 1998-2007	106
Gràfic 24. Participació de les empreses sobre el total del sector d'animació. Any 2007	107
Gràfic 25. Evolució dels beneficis empresarials del sector d'animació. Període 1998-2007	108
Gràfic 26. Beneficis empresarials amb relació al volum de facturació. Període 1998-2007	108
Gràfic 27. Mitjana per any del nombre de treballadors del sector de l'animació a Catalunya. Període 1998-2007	108
Gràfic 28. Nombre de produccions d'animació a Catalunya. Període 1998-2008	109
Taula 38. Producció de sèries d'animació. Catalunya. Any 2008	109
Taula 39. Producció de pilots de sèries d'animació a Catalunya. Any 2008	110
Taula 40. Producció de curts, migmetratges, <i>animovies</i> i llargmetratges d'animació a Catalunya. Any 2008	110
Gràfic 29. Durades dels episodis de les sèries d'animació produïdes a Catalunya. Període 2007-2008	110
Gràfic 30. Microgènere de la producció del sector d'animació a Catalunya. Any 2008	110
Taula 41. Canals de distribució de les produccions d'animació a Catalunya. Any 2008	111
Gràfic 31. Comparativa dels canals de distribució de les produccions d'animació a Catalunya. Període 2007-2008	112
Taula 42. Dimensió del sector empresarial de publicitat de Catalunya. Període 2005-2008	113
Taula 43. Subvencions i ajuts concedits al sector audiovisual per part de l'Àrea de l'Audiovisual de l'ICIC. Any 2008	114
Taula 44. Ajuts de l'ICIC a la formació audiovisual. Any 2008	114
Taula 45. Subvencions de l'ICIC a la producció. Any 2008	115
Taula 46. Subvencions i ajuts de l'ICIC a la difusió i la promoció del sector audiovisual. Any 2008	115
Taula 47. Subvencions a projectes de mitjans de comunicació que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació. Període 2006-2008	116
Taula 48. Subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per emissores de ràdio de gestió privada. Any 2008	116
Taula 49. Subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per emissores de televisió de gestió privada. Any 2008	117
Taula 50. Subvencions estructurals en català i aranès a televisió, ràdio i premsa digital. Període 2006-2008	118
Taula 51. Subvencions estructurals en català o en aranès a projectes de ràdio atorgades pel Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Any 2008	118
Taula 52. Subvencions estructurals en català o en aranès a projectes de televisió atorgades pel Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Any 2008	119
Taula 53. ICF. Crèdits al sector audiovisual. Període 2006-2008	120
Taula 54. ICF. Crèdits per partides de producció audiovisual catalana. Període 2006-2008	120
Taula 55. Ajuts de l'ICAA al sector audiovisual espanyol. Període 2007-2008	120
Taula 56. Total d'ajuts de l'ICAA a empreses amb domicili fiscal a Catalunya i a la resta de l'Estat espanyol. Any 2008	121

Taula 57. Llista de les 30 primeres empreses subvencionades per l'ICAA. Any 2008	122
Taula 58. Llista de les 48 empreses catalanes subvencionades per l'ICAA. Any 2008	123
Taula 59. Programa MEDIA a la Unió Europea a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2007-2008	124
Taula 60. Ajuts del Programa MEDIA a Catalunya. Període 2007-2008	124

Capítol III. La ràdio a Catalunya

Taula 1. Distribució geogràfica de les freqüències locals d'FM a Catalunya. Any 2008	126
Taula 2. Distribució geogràfica de les freqüències d'OM a Catalunya. Any 2008	127
Taula 3. Nombre de freqüències del sector radiofònic públic d'àmbits nacional i estatal. Any 2008	128
Taula 4. Nombre de freqüències d'FM del sector radiofònic privat a Catalunya. Per grup i tipus de vinculació. Desembre de 2008	130
Taula 5. Programes de DAB nacional, supracomarcals i comarcals a Catalunya. Any 2008	134
Taula 6. Audiència acumulada de ràdio a Catalunya. Distribució per demarcacions. Febrer a novembre de 2008	135
Taules 7, 8, 9 i 10. Rànquing de les cadenes generalistes per demarcacions. Audiència acumulada. Febrer a novembre de 2008	136
Taula 11. Audiència acumulada de les emissores generalistes a Catalunya. Any 2008	136
Gràfic 1. Quota de les ràdios generalistes per segments horaris en dies feiners (dilluns-divendres) a Catalunya. Febrer a novembre de 2008	138
Taules 12, 13, 14 i 15. Rànquing de les cadenes musicals per demarcacions. Audiència acumulada. Febrer a novembre de 2008	139
Taula 16. Audiència acumulada de les emissores musicals a Catalunya. Any 2008	140
Taula 17. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Catalunya. Gener a desembre de 2008	141
Taula 18. Audiència de la ràdio per variables sociodemogràfiques. Perfil. Gener a desembre de 2008	142
Gràfic 2. Consum radiofònic a Catalunya. Febrer a novembre de 2008	143
Gràfic 3. Penetració de la ràdio per comunitats autònomes. Any 2008	143
Gràfic 4. Penetració de la ràdio per variables sociodemogràfiques a Catalunya. Febrer a novembre de 2007 i 2008	144
Gràfic 5. Audiència acumulada de ràdio a Catalunya. Febrer a novembre de 2008	145
Gràfic 6. Audiència acumulada de ràdio a Catalunya. Any 2008	145
Taula 19. Audiència acumulada de ràdio a l'Estat espanyol. Febrer a novembre de 2008	146
Taula 20. Consum radiofònic a l'Estat espanyol i a Catalunya. Febrer a novembre de 2008	146
Gràfic 7. Consum radiofònic a l'Estat espanyol. Febrer a novembre de 2008	146
Gràfic 8. Evolució de la penetració de la ràdio a l'Estat espanyol. Període 1998-2008	147
Taula 21. Ràdios d'àmbit català: classificació per gèneres. Any 2008	148
Taula 22. Ràdios d'àmbit català: classificació per gèneres de la programació en els dies feiners. Any 2008	148
Taula 23. Ràdios d'àmbit català: classificació per gèneres en cap de setmana. Any 2008	149
Taula 24. Ràdios d'àmbit català: la informació per segments horaris en els dies feiners. Any 2008	149
Taula 25. Ràdios d'àmbit català: la informació per segments horaris en el cap de setmana. Any 2008	150
Taula 26. Ràdios d'àmbit català: la informació especialitzada en els dies feiners. Any 2008	150
Taula 27. Ràdios d'àmbit català: la informació especialitzada al llarg del cap de setmana. Any 2008	151
Taula 28. Ràdios d'àmbit català: l'infoentreteniment per formats en els dies feiners. Any 2008	152
Taula 29. Ràdios d'àmbit català: l'infoentreteniment per formats al llarg del cap de setmana. Any 2008	152
Taula 30. Ràdios d'àmbit català: l'esport per segments horaris en els dies feiners. Any 2008	153
Taula 31. Ràdios d'àmbit català: l'esport per segments horaris al llarg del cap de setmana. Any 2008	153
Taula 32. Ràdios d'àmbit estatal: classificació per gèneres de la programació. Any 2008	155
Taula 33. Ràdios d'àmbit estatal: classificació per gèneres de la programació en desconnexió autonòmica/local. Any 2008	156

Capítol IV. La televisió a Catalunya

Taula 1. Canals/programes d'abast nacional en emissió i formes d'accés. Any 2008	164
Taula 2. Canals/programes d'abast nacional en emissió i formes d'accés. Any 2008	168
Taula 3. Repartiment de canals d'emissió televisiva segons plataforma: cable, ADSL i satèl·lit. Any 2008	172
Taula 4. Prestadors de TDT-L en emissió. Desembre de 2008	176
Taula 5. Consorcis constituïts de TDT-L pública a Catalunya. Any 2008	177
Taula 6. Distribució territorial de les televisions locals analògiques públiques i privades en emissió. Any 2008	178
Gràfic 1. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya. Any 2008	182
Taula 7. Quota de pantalla per cadenes a Catalunya. Període 2007-2008	182
Gràfic 2. Evolució de la quota de pantalla de cada cadena i del consum televisiu a Catalunya. Període 2004-2008	183
Gràfic 3. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya. Any 2008	184
Taula 8. Quota de pantalla per cadenes a Catalunya. Període 2007-2008	184
Taula 9. Historial per mesos de les quotes d'audiència a Catalunya. Any 2008	185
Taula 10. Audiència acumulada (telespectadors/dia) de les cadenes de televisió a Catalunya. Any 2008	185
Taules 11, 12, 13 i 14. Rànquing de les cadenes de televisió per demarcacions. Audiència acumulada (telespectadors/dia). Any 2008	186
Gràfic 4. Consum anual de televisió a Catalunya i a l'Estat espanyol. Any 2008	187
Gràfic 5. Evolució del consum televisiu anual a Catalunya. Període 1998-2008	187

Gràfic 6.	Consum mensual de televisió a Catalunya. Període 2007-2008	187
Gràfic 7.	Temps i quotes d'audiència de les televisions a Catalunya. Any 2008	188
Gràfic 8.	Quota de les cadenes i consum per franges horàries a Catalunya. Any 2008	189
Gràfic 9.	Quota de les cadenes i consum per dies de la setmana a Catalunya. Any 2008	190
Gràfic 10.	Quota de les cadenes per dies de la setmana a Catalunya. Any 2008	190
Taula 15.	Rànquing dels programes més vistos a Catalunya. Any 2008	192
Gràfic 11.	Quota de pantalla per sistemes de distribució a Catalunya. Any 2008	193
Gràfic 12.	Evolució mensual de la quota de pantalla per sistemes de distribució a Catalunya. Any 2008	193
Gràfic 13.	Rànquing qualitatiu de les cadenes. Valoració en relació amb la qualitat de la programació. Setembre a desembre de 2008	194
Taula 16.	Detall de la valoració qualitativa dels principals programes de TV3. Setembre a desembre de 2008	195
Taula 17.	Detall de la valoració qualitativa dels principals programes del K3/33. Setembre a desembre de 2008	195
Gràfic 14.	Quin és el principal problema que, de forma continuada, observa en els continguts televisius? Espontània. Multiresposta. Juliol i octubre de 2008	196
Gràfics 15 i 16.	Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya per llengua parlada. Any 2008	196
Gràfic 17.	Quotes d'audiència a l'Estat espanyol. Període 2007-2008	197
Gràfic 18.	Quota de les cadenes per àmbits territorials. Any 2008	198
Gràfic 19.	Quota d'audiència de les cadenes de la FORTA. Període 2007-2008	199
Taula 18.	Rànquing dels programes més vistos a l'Estat Espanyol. Any 2008	200
Gràfic 20.	Consum de televisió per grups sociodemogràfics a l'Estat espanyol. Període 2007-2008	201
Gràfic 21.	Quota de pantalla per sistemes de distribució a l'Estat espanyol. Any 2008	201
Gràfic 22.	Evolució mensual de la quota de pantalla per sistemes de distribució a l'Estat espanyol. Any 2008	202
Taula 19.	Nombre d'abonats i quota de mercat de la televisió de pagament i de la televisió mòbil per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol. Període 2007-2008	203
Taula 20.	Nombre d'abonats i quota de mercat de les plataformes de pagament i de la televisió mòbil a l'Estat espanyol. Any 2008	203
Taula 21.	Abonats i presència de la televisió de pagament a Catalunya. Any 2008	203
Mapa 1.	Presència de la televisió de pagament a l'Estat espanyol per províncies. Any 2008	204
Gràfic 23.	Població coberta per la TDT als principals països europeus. Any 2008	204
Gràfic 24.	Penetració de la TDT a l'Estat espanyol per comunitats autònomes. Any 2008	205
Gràfic 25.	Quota de pantalla de l'oferta de TDT a cada comunitat autònoma. Període 2007-2008	205
Gràfic 26.	Evolució de la quota de pantalla de l'oferta de TDT a Catalunya i a l'Estat espanyol. Any 2008	206
Taula 22.	Quotes de pantalla de canals de TDT a l'Estat espanyol. Període 2007-2008	206
Taula 23.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Gener de 2008	207
Taula 24.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Febrer de 2008	208
Taula 25.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Març de 2008	209
Taula 26.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Abril de 2008	210
Taula 27.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Maig de 2008	211
Taula 28.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Juny de 2008	212
Taula 29.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Juliol de 2008	213
Taula 30.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Agost de 2008	214
Taula 31.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Setembre de 2008	215
Taula 32.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Octubre de 2008	216
Taula 33.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Novembre de 2008	217
Taula 34.	Rànquing mensual de programes a Catalunya. Desembre de 2008	218
Taula 35.	Graella tipus de TV3. Any 2008	220
Taula 36.	Audiència d' <i>El cor de la ciutat</i> per temporades (2001-2008)	222
Gràfic 27.	Perfil d'audiència de <i>Ventdelplà</i> (del 15-09-08 al 22-12-08)	223
Taula 37.	Telefilms i minisèries emesos per TV3 i el K3/33 el 2008	225
Taula 38.	Premis i distincions rebuts pels telefilms emesos per TV3. Any 2008	226
Taula 39.	Estrenes de TV3 2003-2008	226
Taula 40.	Posició del telenotícies al rànquing d'audiència. Juny de 2008	228
Taula 41.	Especials informatius no diaris. Any 2008	228
Taula 42.	Premis i distincions rebuts per <i>30 minuts</i> . Any 2008	231
Taula 43.	Evolució històrica audiència <i>Els matins</i> . Període 2004-2008	231
Taula 44.	Posició dels programes d'humor de TV3 en el rànquing d'audiència. Any 2008	232
Taula 45.	Audiència de futbol de TV3. Any 2008	234
Taula 46.	Audiència de les emissions del GP Fórmula 1 de TV3. Any 2008	234
Taula 47.	TV3. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008	235
Gràfic 28.	TV3. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008	235
Taula 48.	K3/33. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008	236
Gràfic 29.	K3/33. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008	236
Taula 49.	TV3. Origen de les produccions i gènere dels programes emesos durant l'any 2008	237
Gràfic 30.	TV3. Gènere de les produccions realitzades a Catalunya o a la resta de l'Estat emeses durant l'any 2008	237
Gràfic 31.	TV3. Gènere de les produccions de la UE no realitzades a Catalunya ni a la resta de l'Estat. Any 2008	237

Taula 50. K3/33. Origen de les produccions i gènere dels programes emesos durant l'any 2008	238
Gràfic 33. K3/33. Gènere de les produccions realitzades a Catalunya o a la resta de l'Estat emesos durant l'any 2008	239
Gràfic 34. K3/33. Gènere de les produccions realitzades a la resta de la UE emesos durant l'any 2008	239
Gràfic 35. K3/33. Gènere de les produccions no europees emesos durant l'any 2008	239
Taula 51. Hores de producció de TVE Catalunya. Període 2001-2008	240
Taula 52. Hores de producció de TVE Catalunya. Període 2007-2008	240
Taula 53. Detall d'hores de producció de TVE Catalunya per llengües. Any 2008	240
Gràfic 36. TV3. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	241
Gràfic 37. 3/24. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a desembre de 2008	241
Gràfic 38. TVE Catalunya. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	241
Gràfic 39. TV3. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	242
Gràfic 40. 3/24. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a desembre de 2008	242
Gràfic 41. TVE Catalunya. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	243
Taula 54. TV3. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	243
Taula 55. 3/24. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a desembre de 2008	243
Taula 56. TVE Catalunya. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	244
Gràfic 42. TV3. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Any 2008	245
Gràfic 43. 3/24. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Abril a desembre de 2008	245
Gràfic 44. TVE Catalunya. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Any 2008	245
Taula 57. TV3. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	246
Taula 58. 3/24. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	246
Taula 59. TVE Catalunya. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	247
Gràfic 45. TV3. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	247
Gràfic 46. 3/24. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	247
Taula 60. TV3. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	248
Gràfic 47. TVE Catalunya. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	249
Taula 61. 3/24. Distribució geogràfica de la informació. Abril a desembre de 2008	249
Taula 62. TVE Catalunya. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	249
Gràfic 48. TV3. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	250
Gràfic 49. 3/24. Distribució geogràfica de la informació. Abril a desembre de 2008	250
Gràfic 50. TVE Catalunya. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	250
Taula 63. TV3. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	251
Taula 64. 3/24. Distribució temàtica de la informació. Abril a desembre de 2008	251
Taula 65. TVE Catalunya. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	251
Gràfic 51. TV3. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	252
Gràfic 52. 3/24. Distribució temàtica de la informació. Abril a desembre de 2008	252
Gràfic 53. TVE Catalunya. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	253
Gràfic 54. 8tv. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	253
Gràfic 55. 8tv. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	254
Taula 66. 8tv. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	254
Gràfic 56. 8tv. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	255
Taula 67. 8tv. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	255
Gràfic 57. 8tv. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	256
Taula 68. 8tv. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	256
Gràfic 58. 8tv. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	256
Taula 69. 8tv. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	257
Gràfic 59. 8tv. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	257
Gràfic 60. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	258
Gràfic 61. TV L'Hospitalet. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a juny de 2008	258
Gràfic 62. TV Badalona. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Octubre a desembre de 2008	258
Taula 70. Barcelona TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008	259
Taula 71. TV L'Hospitalet. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a juny de 2008	259
Taula 72. TV Badalona. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Octubre a desembre de 2008	259
Gràfic 63. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2008	260
Gràfic 64. TV L'Hospitalet. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Abril a juny de 2008	260
Gràfic 65. TV Badalona. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Octubre a desembre de 2008	260

Taula 73. Barcelona TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2008	260
Taula 74. TV L'Hospitalet. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Abril a juny de 2008	261
Taula 75. TV Badalona. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Octubre a desembre de 2008	261
Gràfic 66. Barcelona TV. Proporció de temps de paraula dels actors polítics (any 2008) i dels actors socials (octubre a desembre de 2008) en funció de la variable sexe	261
Gràfic 67. TV L'Hospitalet. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Abril a juny de 2008	262
Gràfic 68. TV Badalona. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	262
Taula 76. Barcelona TV. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	262
Taula 77. TV Badalona. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008	263
Gràfic 69. Barcelona TV. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre 2008	263
Gràfic 70. Badalona TV. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre 2008	264
Taula 78. Barcelona TV. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	264
Taula 79. TV L'Hospitalet. Distribució geogràfica de la informació. Abril a juny de 2008	264
Taula 80. TV Badalona. Distribució geogràfica de la informació. Octubre a desembre de 2008	264
Gràfic 71. Barcelona TV. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008	265
Gràfic 72. TV L'Hospitalet. Distribució geogràfica de la informació. Abril a juny de 2008	265
Gràfic 73. TV Badalona. Distribució geogràfica de la informació. Octubre a desembre de 2008	265
Taula 81. Barcelona TV. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	266
Taula 82. TV L'Hospitalet. Distribució temàtica de la informació. Abril a juny de 2008	266
Taula 83. TV Badalona. Distribució temàtica de la informació. Octubre a desembre de 2008	266
Gràfic 74. Barcelona TV. Distribució temàtica de la informació. Any 2008	267
Gràfic 75. TV L'Hospitalet. Distribució temàtica de la informació. Abril a juny de 2008	267
Gràfic 76. TV Badalona. Distribució temàtica de la informació. Octubre a desembre de 2008	268
Gràfic 77. Localia. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008	268
Gràfic 78. Canal Català Barcelona. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008	268
Gràfic 79. UrBe TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Juliol a setembre de 2008	268
Taula 84. Localia. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008	269
Taula 85. Canal Català Barcelona. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008	269
Taula 86. UrBe TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Juliol a setembre de 2008	270
Gràfic 80. Localia. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Gener a març de 2008	270
Gràfic 81. UrBe TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Juliol a setembre de 2008	270
Taula 87. Localia. Temps de paraula del govern i l'oposició municipal. Gener a març de 2008	270
Taula 88. UrBe TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipal. Juliol a setembre 2008	270
Gràfic 82. Localia. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Gener a març de 2008	271
Gràfic 83. Canal Català Barcelona. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Gener a març de 2008	271
Gràfic 84. UrBe TV. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Juliol a setembre de 2008	271
Taula 89. Canal Català Barcelona. Distribució geogràfica de la informació. Gener a març de 2008	271
Taula 90. Localia. Distribució geogràfica de la informació. Gener a març de 2008	271
Taula 91. UrBe TV. Distribució geogràfica de la informació. Juliol a setembre de 2008	272
Gràfic 85. Canal Català Barcelona. Distribució geogràfica de la informació. Gener a març de 2008	272
Gràfic 86. Localia. Distribució geogràfica de la informació. Gener a març de 2008	272
Gràfic 87. UrBe TV. Distribució geogràfica de la informació. Juliol a setembre de 2008	273
Taula 92. Canal Català Barcelona. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008	273
Taula 93. Localia. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008	274
Taula 94. UrBe TV. Distribució temàtica de la informació. Juliol a setembre de 2008	274
Gràfic 88. Canal Català Barcelona. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008	274
Gràfic 89. Localia. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008	275
Gràfic 90. UrBe TV. Distribució temàtica de la informació. Juliol a setembre de 2008	275

Capítol V. Serveis audiovisuals en xarxa, internet i convergència

Gràfic 1. Evolució dels usuaris d'internet per zones del món. Període 2002-2009	282
Taula 1. Procedència dels nous internautes. Abril de 2008 a abril de 2009	282
Gràfic 2. Usuaris d'internet en relació amb la població per zones del món. Desembre de 2007 i març de 2009	283
Gràfic 3. Abonats a la banda ampla per cada 100 habitants als països de l'OCDE. Desembre de 2008	284
Gràfic 4. Usuaris regulars d'internet a Europa. Període 2007-2008	284
Taula 2. Usuaris freqüents a l'Estat espanyol per comunitats autònomes. Any 2008	285
Taula 3. Equipament TIC a les Illes de Catalunya. Període 2000-2008	286
Taula 4. Usuaris habituals d'internet per grups d'edat a Catalunya. Període 2001-2008	286

Taula 5.	Ús d'ordinador i internet pels usuaris habituals a Catalunya per tipus d'ús. Any 2008	287
Taula 6.	Equipament TIC a les llars per comarques a Catalunya. Any 2008	288
Taula 7.	Actuacions d'infraestructures a Catalunya. Pla Catalunya Connecta. Desembre de 2008	289
Taula 8.	Equipament TIC a les empreses a l'Estat espanyol. Any 2008	289
Taula 9.	Subvencions estructurals atorgades a empreses periodístiques editores de premsa digital en català o en aranès de gestió privada. Any 2008	290
Taula 10.	Subvencions de la Generalitat atorgades a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per empreses periodístiques editores de premsa digital (ajuts a projectes de premsa digital). Any 2008	291
Taula 11.	Evolució dels dominis punt cat. Any 2008	292
Taula 12.	Documents per dominis genèrics d'alt nivell (Generic Top Level Domain). Novembre de 2008	293
Taula 13.	Usuaris únics dels webs amb més de 2 milions d'usuaris únics a l'Estat espanyol i controlats per l'OJD dels grups "noticias e información" i "entretenimiento". Desembre de 2008	293
Taula 14.	Usuaris únics de webs informatius i altres portals d'entreteniment catalans controlats per l'OJD. Període 2007-2008	294
Gràfic 5.	Usuaris únics dels webs de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Any 2008	295

Capítol VI. La publicitat a Catalunya

Gràfic 1.	Inversió publicitària sobre el PIB a Espanya. Període 2004-2008	297
Taula 1.	Inversió publicitària real estimada a l'Estat espanyol per suports convencionals i no convencionals. Període 2006-2008	299
Taula 2.	Participació dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari a l'Estat espanyol. Període 2004-2008	299
Taula 3.	Ingressos publicitaris del sector audiovisual a l'Estat espanyol. Any 2008	300
Taula 4.	Rànquing dels deu primers anunciants de l'Estat espanyol i inversió publicitària. Any 2008	300
Taula 5.	Inversió gestionada per les agències de publicitat i de mitjans a l'Estat espanyol. Període 2005-2008	301
Taula 6.	Les 10 primeres agències de publicitat a l'Estat espanyol per inversió gestionada. Any 2008	301
Taula 7.	Inversió gestionada per les agències de publicitat a l'Estat espanyol. Període 2005-2008	302
Taula 8.	Les 10 primeres agències de mitjans a l'Estat espanyol per inversió gestionada. Any 2008	302
Taula 9.	Inversió gestionada per les 10 primeres agències de mitjans a l'Estat espanyol. Període 2005-2008	303
Taula 10.	Evolució i participació de la inversió catalana a l'Estat espanyol. Període 2005-2008	303
Gràfic 2.	Percentatge d'inversió per mitjans convencionals a Catalunya i a l'Estat espanyol. Any 2008	303
Taula 11.	Participació dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari català. Període 2007-2008	303
Taula 12.	Participació de Catalunya i Madrid en el mercat publicitari espanyol. Any 2008	304
Taula 13.	Inversió publicitària d'empreses amb seu social a Catalunya per demarcacions. Any 2007-2008	304
Taula 14.	Inversió publicitària i anunciants per trams a Catalunya. Període 2007-2008	304
Taula 15.	Variació de la inversió publicitària per sectors a Catalunya. Any 2008	305
Taula 16.	Ingressos per publicitat dels principals grups radiofònics de l'Estat espanyol. Període 2007-2008	305
Taula 17.	Inversió publicitària a Catalunya Ràdio SRG, SA. Any 2008	305
Taula 18.	Temps d'insercions publicitàries a Catalunya Ràdio SRG,SA. Any 2008	305
Taula 19.	Principals anunciants a Catalunya Ràdio SRG, SA. Any 2008	306
Taula 20.	Facturació per publicitat a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic de l'Estat espanyol. Any 2008	306
Gràfic 3.	Participació de les televisions estatals i autonòmiques en el mercat publicitari de l'Estat espanyol. Any 2008	307
Gràfic 4.	Inversió en publicitat a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic de l'Estat espanyol. Període 2007-2008	307
Gràfic 5.	Participació de les televisions autonòmiques en la inversió en publicitat. Any 2008	308
Taula 21.	Ingressos i quotes de mercat de publicitat en televisió. Any 2008	308
Taula 22.	Volum de publicitat per cadenes. Evolució del nombre d'espots i de minuts de publicitat emesos a les televisions estatals i autonòmiques. Període 2007-2008	309
Taula 23.	Els 10 principals anunciants per inversió publicitària emesos a les televisions estatals i autonòmiques. Any 2008	310
Taula 24.	Evolució de la inversió publicitària dels 10 principals anunciants en televisió a l'Estat espanyol. Període 2006-2008	310
Gràfic 6.	Evolució de la inversió publicitària a internet i percentatge de creixement anual a l'Estat espanyol. Període 2002-2008	311
Taula 25.	Repartiment de la inversió publicitària a internet a l'Estat espanyol, segons el tipus de format. Any 2008	312
Taula 26.	Participació segons sectors d'activitat en la inversió publicitària a internet a l'Estat espanyol. Any 2008	312

Introducció

D'acord amb l'article 12 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, "el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha d'elaborar anualment un informe sobre la seva actuació i la situació del sistema audiovisual a Catalunya, incloent-hi les propostes i les observacions que calguin per a facilitar el desenvolupament equilibrat del sector. L'informe anual, que ha d'ésser publicat, ha d'ésser lliurat al Parlament per mitjà de la corresponent comissió parlamentària, i també al Govern."

L'INFORME SOBRE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA 2008 té com a objectiu donar resposta a aquesta encomanda del Parlament. Per això, i seguint l'estructura dels anys anteriors, descriu el sector a Catalunya d'acord, fonamentalment, amb dos eixos d'anàlisi: temàtics, d'una banda, i per mitjans i subsectors específics, de l'altra. D'aquesta manera, els dos primers capítols analitzen l'audiovisual des d'un punt de vista jurídic i econòmic, respectivament. A partir d'aquí, l'informe estudia l'audiovisual a Catalunya en funció dels mitjans (ràdio, televisió¹ i internet) i del subsector de la publicitat.

En concret, el primer capítol, "El marc regulador del sector audiovisual", ressenya els canvis principals que s'han produït durant l'any 2008 en termes de regulació del sector audiovisual —ràdio, televisió, internet, societat de la informació, producció audiovisual i indústries sectorials com ara el cinema i la publicitat. L'anàlisi se centra en Catalunya, tot tenint-ne en compte i explicant-ne els canvis que es produeixen en altres àmbits i que hi tenen incidència, tant a escala estatal i comunitària, com internacional. Un fet que s'analitza amb detall és el nomenament de l'estructura de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), d'acord amb el que estableix el capítol III de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre.

El segon capítol es titula "Estructura economicoempresarial del sector audiovisual" i examina el sector de l'audiovisual a Catalunya des del punt de vista del mercat. Cal observar que el grau d'actualització d'aquest capítol és relativament baix, perquè a l'hora de tancar l'INFORME SOBRE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA 2008 només en alguns casos s'havien presentat els comptes anuals de l'any i, per tant, hi havia poques dades públiques sobre aquest àmbit. En qualsevol cas, el capítol pren en consideració, per a l'anàlisi:

- L'evolució i l'estructura del mercat de la televisió i de la ràdio a Catalunya en el context de l'Estat espanyol: per cobertures, per tipologia de prestadors, per plataformes, etc.
- L'evolució de l'activitat econòmica del sector: dades macroeconòmiques i anàlisi dels prestadors.
- La producció audiovisual a Catalunya. La indústria del sector audiovisual, el mercat del cinema i la producció d'animació.
- L'estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya.
- Els ajuts financers de caràcter públic al sector audiovisual.

Els tres capítols següents de l'informe tracten el sector de l'audiovisual a Catalunya des de la perspectiva dels mitjans: la ràdio, la televisió i els serveis audiovisuals en xarxa.

Així, el tercer capítol està dedicat a la ràdio i detalla els fets més rellevants que s'han produït durant l'any en aquest sector. El capítol té l'estructura habitual dels anys anteriors (descripció dels prestadors, anàlisi de l'audiència, de la programació i de la convergència entre ràdio i internet). En aquesta edició, és especialment rellevant la part que fa referència als prestadors, atesos els canvis en el panorama que es produeixen després de l'adjudicació, per part del Consell de l'Audiovisual, de les 83 freqüències privades noves previstes al Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora d'FM aprovat el setembre de 2006 (Reial decret 964/2006).

El capítol quart se centra en la televisió i circumstancia les novetats més rellevants esdevingudes durant el 2008 en aquest àmbit. Es descriuen els prestadors de serveis televisius que emeten en obert i via terrestre d'àmbits local, català i estatal, ja siguin de gestió pública directa o privada indirecta, i tant en tecnologia analògica com digital. Convé remarcar que, fins a l'abril de 2010, hi ha difusió simultània (*simulcast*), l'emissió simultània dels senyals analògic i digital via terrestre en els casos i les condicions que preveu la normativa, abans no es produeixi l'apagada analògi-

¹ Llevat que s'indiqui el contrari, en aquest informe s'utilitza el terme *televisió* en sentit genèric.

ca. Amb referència a aquest procés, en aquest capítol també s'estudien les actuacions principals dutes a terme pel Govern de la Generalitat i pel Govern estatal per tal de definir i d'impulsar aquest canvi tecnològic.

L'estructura d'aquest capítol sobre la televisió és la mateixa que la del dedicat a la ràdio, cosa que permet establir comparacions entre mitjans, sobretot pel que fa a la convergència amb internet. Així mateix, i en la línia d'anys anteriors, s'hi inclouen aspectes treballats pel Consell, especialment el pluralisme polític i informes sectorials de pluralisme, entre d'altres.

"Serveis audiovisuals en xarxa, internet i convergència" a Catalunya és la temàtica descrita pel cinquè capítol. S'hi repassen els fets rellevants de 2008, les tendències, l'estat de les infraestructures i l'evolució al món, a Europa, a Espanya i a Catalunya; l'ús social d'internet; els continguts en català; els blocs, etc. Pel fet de tractar-se d'un sector tan efervescent, l'anàlisi no tan sols se centra en les novetats, ja sigui puntuals o de més llarga durada, sinó que també pretén fer prospectiva sobre les tendències en serveis no consolidats, com per exemple la televisió en mobilitat (la provisió de continguts audiovisuals per mitjà de dispositius mòbils ja sigui en línia o no).

L'últim capítol d'anàlisi de l'informe es titula "La publicitat a Catalunya" i s'hi detalla la inversió d'aquest sector econòmic (inversió a la ràdio, a la televisió i a internet), com també els principals anunciant i les agències de publicitat. Amb tot, cal advertir que pràcticament no hi ha informació desagregada per a Catalunya i, per tant, l'estudi del mercat publicitari a Catalunya s'ha de fer des d'una perspectiva estatal. Així, les dades principals que aporten les fonts d'informació de referència —com ara InfoAdex o la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), entre d'altres— només proporcionen una visió de l'estat del mercat publicitari a Espanya. Això no obstant, al llarg del capítol dedicat a la publicitat s'ofereixen variables específiques sobre el sector a Catalunya, com per exemple la inversió dels anunciant que hi tenen la seu.

Finalment, el resum executiu i la valoració resumeixen els elements i les tendències principals que han caracteritzat l'any 2008 i proporcionen les claus principals per entendre l'audiovisual a Catalunya i les seves perspectives de futur.

L'informe conclou amb un annex sobre els telefilms estrenats a TVC durant el 2008. D'aquesta forma, es manté la sèrie anual sobre producció de telefilms, iniciada el 2003 i publicada com a annex als informes anuals del CAC sobre el sector.

Capítol I. Marc regulador del sector audiovisual

1. Presentació

En aquest capítol es tracten les principals actuacions legislatives i reguladores en matèria audiovisual dutes a terme a escala nacional, estatal, comunitària i internacional.

A Catalunya, cal destacar l'aprovació de la Llei del dret de les dones a eradicar la violència masclista, una llei que estableix mesures de caràcter transversal destinades a prevenir, detectar i eradicar aquest tipus de violència en tots els àmbits en què es pot manifestar. Entre d'altres, la llei estableix previsions adreçades als serveis de comunicació audiovisual de gestió pública i privada, i faculta el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (en endavant, CAC) com l'organisme competent per garantir-ne el compliment. Pel que fa a la publicitat, aquesta llei prohibeix la difusió de continguts que justifiquin o banalitzin la violència masclista o incitin a practicar-la.

D'altra banda, també cal destacar que, durant el 2008, el Parlament de Catalunya va nomenar les persones membres del Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (en endavant, CCMA), com també el seu president. Una vegada constituïda la CCMA, es va procedir a elegir la persona que n'havia d'ocupar la direcció general. És la primera vegada a l'Estat que, d'acord amb el procediment previst per la Llei de la CCMA, es dota una plaça d'aquestes característiques mitjançant una convocatòria pública. Amb els nomenaments i la constitució del Consell de Govern de la CCMA i de la seva directora general únicament restava nomenar, per tal de completar l'estructura organitzativa dissenyada per la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA, les vint-i-una persones membres que conformen el Consell Assessor de Continguts i Programació.

Pel que fa al CAC, l'any 2008 la seva activitat s'ha centrat, entre d'altres, en l'aprovació de tres instruccions generals, en l'adopció de documents de criteris interpretatius de diversos preceptes de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (en endavant, LCA), en la resolució del concurs públic per a l'adjudicació de 83 concessions del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència amb caràcter comercial i en la realització de diverses actuacions en relació amb l'ús dels telèfons 905 en els concursos de televisió.

Quant a les instruccions —les disposicions de caràcter general que elabora el Consell en virtut de la seva potestat reglamentària—, el 2008 se n'han aprovat tres: la relativa als projectes de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual; sobre el Registre de prestadors de serveis de comunicació

audiovisual de Catalunya, i sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents.

A banda de l'activitat reguladora, el CAC ha finalitzat el novembre de 2008 el procés d'adjudicació de les 83 freqüències de radiodifusió sonora en freqüència modulada, que s'havia iniciat el desembre de 2007, mitjançant l'Acord del Ple del Consell 297/2007. Aquest procés d'adjudicació és el primer a tot l'Estat espanyol que assumeix una autoritat reguladora de l'audiovisual, seguint el model europeu de licitació de títols habilitants per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual.

El CAC va rebre 1.288 sol·licituds per participar al concurs, presentades per 74 persones licitadores, cadascuna de les quals optava a l'explotació d'un nombre variable de freqüències. Alguns licitadors exclosos en la fase del "sobre núm. 1" van interposar un recurs d'alçada contra la resolució de la Mesa de contractació mitjançant la qual se'ls exclouia. Dos d'aquests recursos van ser estimats, fet que va comportar que el nombre de persones licitadores admeses que continuaven en el concurs fos de 73, amb 1.279 sol·licituds presentades per a les 83 concessions de ràdio en FM.

Finalment, el 7 de novembre de 2008, el Ple del CAC va adoptar l'Acord 174/2008, mitjançant el qual s'adjudicava l'explotació comercial de 83 concessions de ràdio amb freqüència modulada (26 a Barcelona, 27 a Girona, 20 a Lleida i 10 a Tarragona).

Pel que fa als documents interpretatius, durant el 2008 el CAC n'ha adoptat tres amb l'objectiu d'aportar llum a determinades previsions contingudes a la LCA: *Criteris d'interpretació de la definició de 'publicitat política'*; *Criteris d'interpretació de les obligacions que integren el règim dels prestadors del servei de televisió digital terrestre d'àmbit local en matèria de programació original, producció pròpia, emissió en cadena i sindicació de continguts*, i *Criteris d'interpretació dels límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local*.

En una altra línia, cal esmentar les actuacions del CAC en relació amb l'ús dels telèfons 905 en els concursos televisius. El Ple del Consell, un cop analitzades les possibles implicacions en aspectes que podrien afectar els drets de les persones consumidores, la legislació sobre els jocs d'atzar, l'assignació de rangs de numeració i la regulació de les telecomunicacions, va adoptar l'octubre de 2008 quatre acords adreçats a l'Agència Catalana del Consum i la Direcció General del Joc i d'Espectacles de la Generalitat, així com a la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, i a la Comissió del

Mercado de las Telecomunicaciones, per tal que valoressin la possibilitat d'iniciar, si es considerava oportú, actuacions en els àmbits de competència respectius.

En relació amb la legislació d'àmbit estatal, al capítol es destaca l'aprovació de la normativa reguladora dels serveis de missatgeria telefònica SMS i MMS *premium*. Tanmateix, les mesures que s'hi preveuen seran aplicables una vegada s'hagi publicat el codi de conducta per a la prestació de serveis de tarificació addicional mitjançant SMS i MMS *premium*. Així mateix, s'ha aprovat nova normativa relativa als telèfons 905, categoritzant-los com a serveis de tarificació addicional. Aquesta nova categorització serà efectiva tres mesos després que la CMT hagi fet públiques les assignacions que resultin del procediment de migració al nou pla de numeració dels 905.

Altres accions públiques destacables el 2008 han estat, el nou Reglament del domini públic radioelèctric, la publicació del Mandat marc de la CRTVE i el desenvolupament i la implementació del Pla estatal de transició a la televisió digital terrestre, aprovat el novembre de 2007.

En l'àmbit de la Unió Europea, el 2008 ha estat un any de transició pel que fa a la implementació efectiva de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (Directiva 2007/65/CEE), ja que els estats membres disposen fins al 19 de desembre de 2009 per transposar-ne les previsions al seu ordenament jurídic intern. Entre les actuacions explicades al capítol, destaca l'aprovació per part del Consell de Ministres de Telecomunicacions de la Unió Europea, el novembre de 2008, de l'Acord per al nou marc regulador del sector de les telecomunicacions. Aquest Consell també va debatre el conjunt de mesures proposades per la Comissió Europea relatives a la reforma del sector, conegudes com "el paquet telecomunicacions", que s'havien d'aprovar l'any 2009.

També és rellevant l'acord relatiu a les tarifes d'enviament d'SMS entre els països europeus. En la mateixa reunió, els ministres responsables de Telecomunicacions de la Unió Europea van aprovar una reducció de les tarifes que poden cobrar els operadors de telefonia per fer o rebre trucades des d'un altre país amb el telèfon mòbil (el que es coneix com a *roaming* o "trucada en itinerància") a partir de l'1 de juny de 2009. La decisió adoptada, que va ser presentada per la Comissió Europea el 23 de setembre de 2008, ha de ser ratificada pel Parlament Europeu.

Finalment, a escala internacional, un dels principals esdeveniments del 2008 ha estat la celebració de l'Assemblea Mundial de Normalització de les Telecomunicacions (AMNT-08) a la ciutat de Johannesburg. Aquesta assemblea se celebra amb caràcter permanent cada quatre anys i defineix la política general i les línies estratègiques d'actuació de la Unió Internacional de les Telecomunicacions (en endavant, UIT) que s'han de realitzar el quadrienni següent.

2. Catalunya

2.1. Llei 5/2008, de 24 d'abril, del dret de les dones a eradicar la violència masclista

El 2 de maig de 2008 es publica al *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (en endavant, DOGC) núm. 5123 la Llei 5/2008, de 24 d'abril, del dret de les dones a eradicar la violència masclista.¹ La Llei, que entra en vigor el 3 de maig de 2008, compta amb 87 articles, s'estructura en quatre títols, onze disposicions addicionals, sis disposicions transitòries, una disposició derogatòria i cinc disposicions finals. La característica bàsica d'aquesta llei és la transversalitat de les seves previsions per tal d'eradicar la violència masclista i per eliminar les estructures socials i els estereotips culturals que la perpetuen, amb la finalitat que es reconegui i es garanteixi plenament el dret inalienable de totes les dones a desenvolupar la pròpia vida sense cap de les formes i dels àmbits en què aquesta violència es pot manifestar. Per aquest motiu, les previsions de la llei estableixen mesures integrals per prevenir i detectar la violència masclista i per sensibilitzar respecte d'aquesta violència, amb la finalitat d'eradicar-la de la societat, reconeixent, també, els drets de les dones que la pateixen a l'atenció, l'assistència, la protecció, la recuperació i la reparació integral.

En síntesi, el títol I recull les disposicions generals de la Llei, en què es defineixen les qüestions bàsiques sobre la violència masclista; l'objecte, les finalitats i el seu àmbit d'aplicació; i el concepte, les formes d'exercici i els àmbits de manifestació de la violència masclista, tant en l'espai públic com en el privat. El títol II regula la prevenció, la detecció i l'eradicació de la violència masclista. Entre els set capítols d'aquest títol n'hi ha un de relatiu als mitjans de comunicació, que conté les mesures destinades als mitjans de comunicació. També inclou mesures relatives a la publicitat, sobretot pel que fa al respecte de la dignitat de les dones i a la prohibició de difondre continguts que justifiquin o banalitzin la violència masclista. Aquestes mesures també es fan extensibles a la publicitat institucional i dinàmica a Catalunya. El tercer títol de la Llei regula tots els drets de les dones a la prevenció, l'atenció, l'assistència, la protecció, la recuperació i la reparació integral, que esdevenen el nucli central dels drets de les dones en situacions de violència masclista. En el darrer títol (títol IV) es defineixen les competències, l'organització i la intervenció integral contra la violència masclista.

Les disposicions addicionals recullen les modificacions corresponents dels preceptes de les lleis vigents anteriors a l'aprovada el 24 d'abril, necessàries per tal de concordar-les amb les disposicions de la nova llei, entre d'altres, les efectuades a LCA,² a la qual afegeix un segon paràgraf a l'article 9, en els termes següents: "aquests serveis també han de respectar els deures imposats en aquest àmbit per la Llei del dret de les dones a eradicar la violència masclista", i afegeix una nova llei

1 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5123/08115106.pdf>>

2 <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Llei_22-2005.pdf>

tra, f, a l'article 132, en els termes següents: "són infraccions molt greus [...] f) La difusió i la realització de continguts o de publicitat que incitin a la violència masclista o la justifiquin o la banalitzin".

Com s'ha apuntat, el capítol sisè del títol II de la Llei —articles 20 a 26— estableix les mesures preventives per eradicar la violència masclista en l'àmbit dels mitjans de comunicació. En aquest sentit, la Llei 5/2008, de 24 d'abril, atribueix al CAC, com a autoritat reguladora del sector audiovisual a Catalunya, la competència de garantir el compliment de les obligacions dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual sota el seu àmbit competencial, relatives a assegurar un tractament de les dones de conformitat amb els principis i els valors establerts en aquesta nova Llei aprovada el 24 d'abril. A més, estableix que el CAC ha de promoure acords i convenis d'autoregulació o coregulació en tots els mitjans de comunicació social, que han d'incorporar criteris orientadors en relació amb l'actuació dels programes contra la violència masclista. Aquestes normes d'autoregulació han de tenir caràcter de codis ètics i han d'actuar com a guies de conducta per als mitjans de comunicació i com a pauta de control *a posteriori*.

La nova Llei també preveu mesures adreçades als mitjans de comunicació social que estiguin dins de l'àmbit competencial de la Generalitat de Catalunya, i prohibeix realitzar i difondre continguts i anuncis publicitaris que, mitjançant el tractament o la posada en escena, justifiquin o banalitzin la violència masclista, o la incitin. També prohibeix tots aquells continguts que vehiculin tàcitament o implícitament missatges sexistes i/o misògins, així com la reincidència sistemàtica en la profusió o difusió de missatges que desautoritzin les dones o que les tractin vexatòriament o com si fossin un objecte.

A més, d'acord amb l'article 23, els mitjans de comunicació social gestionats o finançats per les administracions públiques catalanes han de tractar la informació amb els criteris següents:

a. Fent un ús no sexista ni androcèntric del llenguatge i fomentant una presència equilibrada i una imatge plural d'ambdós sexes, al marge dels cànons de bellesa i d'estereotips sexistes.

b. Vetllant perquè, en tots els elements de la posada en escena o en el tractament de la informació, les dones hi siguin presentades amb tota la seva autoritat i respecte, fent visibles les aportacions de les dones a tots els àmbits de la societat i considerant la seva experiència com a font documental de primera importància.

c. Promovent i afavorint els continguts en els quals quedin palesos els drets efectius de les dones.

d. Donant a conèixer les notícies sobre esdeveniments relacionats amb la violència masclista, excloent-ne els elements que els puguin donar un caire morbós i que contravinguin els principis de la professió periodística a Catalunya.

A més, els mitjans públics tenen l'obligació de promoure la sensibilització de la societat catalana pel que fa al respecte i el reconeixement dels sabers i de les aportacions de les dones, i contra qualsevol forma de violència masclista.

Pel que fa als prestadors de serveis de comunicació audiovisual de gestió privada, els plecs de clàusules administratives d'adjudicació de títols habilitants per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual de ràdio i televisió, que, segons la normativa corresponent, s'atorguen per concurs públic, han d'incloure la valoració d'un codi deontològic sobre el tractament adequat de la violència masclista com un dels criteris d'adjudicació.

Amb relació a la publicitat, cal destacar que la nova Llei prohibeix que els mitjans de comunicació social que estiguin dins de l'àmbit competencial de la Generalitat elaborin i difonguin continguts i anuncis publicitaris que, mitjançant el tractament o la posada en escena, incitin a la violència masclista o la justifiquin o la banalitzin, o que vehiculin tàcitament o implícitament missatges sexistes i misògins. També prohibeix la reiteració sistemàtica en la profusió o la difusió de missatges que desautoritzin les dones o que les tractin vexatòriament o com si fossin un objecte.

La publicitat institucional i la publicitat dinàmica a Catalunya han de respectar les disposicions establertes sobre publicitat.

Finalment, la nova Llei incorpora (article 26) com a requisit per a les bases de les convocatòries d'ajuts i de subvencions els beneficiaris dels quals siguin els mitjans de comunicació que s'inclogui un compromís de fomentar els drets de les dones i evitar-ne la discriminació. Cal tenir present que la no-inclusió d'aquest compromís constitueix una causa de revisió i, si escau, de revocació de l'ajut o de la subvenció de què es tracti.

2.2. Llei 11/2007, d'11 d'octubre: nomenaments dels membres de la CCMA

D'acord amb el que estableix el capítol III de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA,³ l'estructura de la Corporació la conforma el Consell de Govern (amb el seu president o presidenta); el director o directora general, i el Consell Assessor de Continguts i de Programació.

La durada del mandat de les dotze persones que integren el Consell de Govern, incloent-hi el president o la presidenta, es fixa en sis anys, mentre que la durada del de les vint-i-una persones que conformen el Consell Assessor és de quatre. No obstant això, el procediment de la primera renovació parcial del Consell de Govern ha de ser regulat pel reglament de funcionament intern del Consell, llevat de la renovació del president o la presidenta, que s'ha de fer el tercer any d'haver estat constituït el Consell de conformitat amb l'article 7 de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre de la CCMA.⁴

3 <http://www4.gencat.net:82/BASIS/dogc/TOTAL/text_catala/DDD/07282047.htm>

4 Disposició transitòria de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA.

En relació amb el sistema de nomenaments dels òrgans que componen l'organització de l'ens, el Consell de Govern és elegit pel Parlament de Catalunya per majoria de dos terços, després de l'informe del CAC de valoració de la idoneïtat de les persones candidates i d'haver estat escoltades en la compareixença preceptiva o *hearing* en seu parlamentària. D'entre els dotze membres, el Parlament n'elegeix, també per majoria de dos terços, el president o la presidenta del Consell de Govern. Així mateix, el Parlament elegeix els vint-i-un membres del Consell Assessor de Continguts i de Programació. En darrer lloc, el director o la directora general és nomenat pel Consell de Govern entre professionals de prestigi, després d'una convocatòria pública.

Durant l'any 2008 s'han escollit els dotze membres i el president del Consell de Govern de la CCMA, així com la directora general de l'ens públic.

D'acord amb el que estableix l'apartat 2 de l'article 7 de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA, els membres del Consell de Govern han de ser persones amb mèrits professionals rellevants. A aquest efecte, es valora especialment que hagin exercit funcions d'administració, d'alta direcció, de control o d'assessorament, o funcions de responsabilitat similar, en entitats públiques o privades. Com s'ha assenyalat, el CAC ha d'emetre un informe sobre cadascuna de les persones candidates relatiu a la capacitat i la idoneïtat per ocupar el càrrec, i l'ha de trametre al Parlament, abans de la compareixença i l'examen públic de les persones candidates (*hearing*) davant de la comissió parlamentària que correspongui.

En compliment d'aquest mandat, l'11 de gener de 2008, el Parlament de Catalunya va enviar al CAC la llista de les persones candidates proposades a formar part del Consell de Govern de la CCMA, i integrada per les dotze persones següents: Anna Balletbò i Puig, Eduard Berraondo i Cavallé, Brauli Duarte i Llinares, Xavier Guitart i Domènech, Roger Loppacher i Crehuet, Núria Llorach i Boladeras, Joan Manuel del Pozo i Àlvarez, Marc Puig i Guàrdia, Armand Querol i Gasulla, Albert Sáez i Casas, Àngela Vinent i Besalduch, i Josep Viñeta i Balsells, per tal que l'autoritat reguladora de l'audiovisual a Catalunya n'elaborés l'informe preceptiu.

Un cop analitzat el conjunt de la documentació tramesa pel Parlament, el 16 de gener de 2008 el Ple del CAC va aprovar, mitjançant l'Acord 4/2008,⁵ l'informe d'idoneïtat sobre les candidatures per formar part del Consell de Govern de la CCMA. Cal tenir en compte que, a la sessió plenària, van assistir-hi tots els membres del Consell, a excepció de la consellera Núria Llorach que, a petició pròpia, es va abstenir atesa la seva condició de candidata.

En síntesi, l'Acord aprovat pel Ple del CAC de 16 de gener conclou que, en vista dels perfils biogràfics tramesos, no s'observa en cap de les candidatures que concorren circumstàncies

o motius suficients per establir una manca d'idoneïtat professional manifesta en relació amb les persones candidates que permeti efectuar-ne de forma indubitada i manifesta un judici individual de manca d'idoneïtat professional, ja que totes les persones proposades estan incloses en algun dels supòsits que estableix l'apartat 2 de l'article 7 de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA, és a dir, "que hagin exercit funcions d'administració, d'alta direcció, de control o d'assessorament, o funcions de responsabilitat similar, en entitats públiques o privades."

Això no obstant, el Consell constata en aquest Acord que "els criteris de capacitat i d'idoneïtat professional no han estat els que han fonamentat, de manera decisiva, la selecció en el procediment seguit per consensuar la llista de persones candidates. En aquest terreny, n'ha estat un factor central i especialment rellevant el fet que l'elaboració de la llista corresponent és fruit d'un llarg pacte en el qual han tingut lloc transaccions diverses sobre la base de criteris d'oportunitat i d'estratègia política. Aquest pacte, que el Consell entén contrari a l'esperit del legislador, ha estat presentat com un compromís de naturalesa partidista, reflectit així en els mitjans de comunicació, tancat i irreversible".

En conseqüència, el Ple del CAC va adoptar l'Acord d'emetre aquest informe per mandat legal, tot remarcant el fet que la llista tramesa per part del Parlament incloïa dotze noms, és a dir, el nombre exacte de persones que integren el Consell de Govern de la CCMA, quan la nova llei permetia l'enviament d'una relació amb un nombre superior al de les vacants a cobrir, la qual cosa feia possible que el Consell pogués informar a partir d'una proposta oberta de candidatures. El CAC també constata en aquest Acord que el procediment seguit per designar les candidatures n'ha contaminat la d'independència, ja que la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA reforça els criteris d'independència i de professionalitat i, per tant, preveu que els membres del Consell de Govern han d'actuar amb plena independència i neutralitat i no poden estar sotmesos a cap instrucció o indicació en l'exercici de les seves funcions, sense oblidar que aquests són uns principis que formen part de l'estatut personal dels consellers i de les conselleres, i només es podran avaluar *a posteriori*.

Una vegada tramès l'informe del CAC al Parlament, mitjançant l'esmentat Acord 4/2008, de 16 de gener, les persones candidates van haver de comparèixer el 21 de gener davant de la Comissió d'Afers Institucionals del Parlament, per tal que en duqués a terme l'examen públic de la seva candidatura, tal com disposa la Llei de la CCMA.⁶ Un cop finalitzada aquesta ronda de compareixences, segons fixa el procediment per a les designacions que correspon fer al Parlament, els grups parlamentaris tenien fins al 23 de gener a les nou del matí per formular observacions no vinculants sobre la idoneïtat de les per-

5 <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Acord_Informe_CCMA_04_2008.doc>

6 <<http://www.parlament.cat/activitat/dspcc/08c225.pdf>>

sones candidates pel que fa a la naturalesa acadèmica, el currículum professional i els mèrits al·legats. Passat aquest termini, el Ple ja podia designar els candidats presentats. En compliment de l'anterior, el Ple del Parlament va procedir, mitjançant la Resolució 111/VIII, a designar, per majoria de dos terços, els dotze membres del Consell de Govern, que eren les persones candidates proposades des d'un inici.⁷

D'entre les dotze persones designades, el Parlament també en va elegir, per una majoria de dos terços, mitjançant la Resolució 112/VII, Albert Sáez i Casas com a president del Consell de Govern de la CCMA.⁸

Arran del seu nomenament com a membre de la CCMA, Núria Llorach i Boladeras va renunciar a la seva condició de consellera del CAC.⁹

Després del nomenament i la constitució del Consell de Govern de la CCMA, el 29 de febrer de 2008 es va endegar el procés d'elecció de la persona que havia d'ocupar la Direcció General de l'ens públic. Cal posar en relleu que és la primera vegada a l'Estat que, d'acord amb el procediment previst per la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA es dota una plaça d'aquestes característiques mitjançant una convocatòria pública.

Es van presentar un total de 26 persones, quatre de les quals van arribar al final d'aquest procés de selecció. Les quatre persones finalistes van haver de compareixer davant d'una comissió *ad hoc* creada pel màxim òrgan de govern de la CCMA. Un cop realitzades les compareixences, el president del Consell de Govern, Albert Sáez, va proposar la compareixença de la candidata Rosa Cullell davant del Ple del Consell de Govern de la CCMA, que es va reunir el 25 d'abril de 2008, amb un únic punt a l'ordre del dia: la compareixença de la candidata a la Direcció General Rosa Cullell i, si esqueia, la seva elecció. Després de la presentació del seu projecte per a la CCMA, els dotze consellers i conselleres van votar per unanimitat a favor de la seva candidatura, i va quedar nomenada nova directora general de la CCMA per als sis anys següents.

Amb anterioritat a aquesta designació, s'havia aprovat, mitjançant el Decret 84/2008, de 15 d'abril, el cessament de Joan Majó i Cruzate com a director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.¹⁰

Amb els nomenaments i la constitució del Consell de Govern de la CCMA i de la seva directora general únicament resta per completar l'estructura organitzativa dissenyada per la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA, nomenar les vint-i-una persones membres que conformen el Consell Assessor de Continguts i Programació de la CCMA.

2.3. Noves instruccions generals del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre els projectes de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual, sobre el Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya i sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents

Mitjançant els acords 60/2008, de 29 d'abril; 62/2008, de 7 de maig, i 103/2008, de 18 de juny, s'aproven les instruccions generals del CAC sobre els projectes de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual, sobre el Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya i sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents.

Pel que fa a la Instrucció general sobre els projectes de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual, aprovada per l'Acord del Ple del CAC 60/2008, de 29 de maig,¹¹ aquest text té el fonament en el capítol II del títol IV de la LCA, en preveure l'obligació del CAC de garantir el pluralisme del conjunt de la comunicació audiovisual i de controlar les concentracions en l'àmbit de la comunicació audiovisual. Les decisions que prengui en aquesta matèria han de tenir per objectiu evitar les concentracions en la prestació dels serveis de comunicació audiovisual i s'han de basar en l'anàlisi de la posició dels prestadors en els àmbits de cobertura i en el conjunt del sector de la comunicació.

La garantia del pluralisme del conjunt de la comunicació audiovisual requereix la diversitat en l'oferta dels serveis de comunicació audiovisual i, per tant, l'existència d'una pluralitat de mitjans de comunicació autònoms que posin a disposició del públic una oferta de continguts audiovisuals diversa. Per aquest motiu, el CAC ha d'anàlitzar la incidència en el pluralisme de la comunicació audiovisual de totes les concentracions de mitjans de comunicació de què tingui coneixement d'ofici, a instància de les autoritats de defensa de la competència, a instància de part o per raó de la notificació prèvia del projecte o l'operació de concentració.

D'aquesta manera, l'article 41 de la LCA sotmet qualsevol projecte de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual a l'autorització prèvia del CAC, que n'ha d'emetre una decisió en un termini màxim de tres mesos. En aquest sentit,

7 <<https://www.gencat.cat/eadop/imatges/5056/08023054.pdf>>

8 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5056/08023059.pdf>>

9 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5070/08038124.pdf>>

10 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5113/08100061.pdf>>

11 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5136/08135246.pdf>>

l'apartat 2 de l'article esmentat disposa que s'ha de determinar, per mitjà d'una instrucció general, la forma i el contingut de la sol·licitud d'autorització prèvia, en què han de constar les dades necessàries per poder apreciar la naturalesa i els efectes de l'operació de concentració o de transmissió.

La Instrucció general, aprovada per l'Acord 60/2008, de 29 d'abril, és fruit d'aquest mandat i té per objecte regular el procediment que cal seguir per tal d'obtenir l'autorització prèvia del CAC pel que fa a qualsevol projecte de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual sota l'àmbit competencial del Consell. La nova Instrucció general consta de vint-i-cinc articles, estructurats en tres títols, una disposició transitòria, una disposició derogatòria i una disposició final.

El títol I disposa l'objecte i l'àmbit d'aplicació de la Instrucció general, així com la definició d'una sèrie de conceptes (entre d'altres, control d'un mitjà de comunicació i mercats connexos a la prestació de serveis de comunicació audiovisual), la interpretació dels quals resulta necessària per aplicar-los correctament d'acord amb les previsions de la LCA. El títol II conté tres capítols. D'una banda, el primer capítol tracta de l'obligació de sol·licitud d'autorització prèvia, i determina els subjectes obligats a sol·licitar-la, el moment en què neix l'obligació de presentar la sol·licitud, la forma i el contingut, els supòsits de presentació de sol·licituds incompletes i de requeriments d'informació pel CAC, així com els supòsits d'incompliment del deure de sol·licitud d'autorització prèvia. El termini general en què el CAC ha d'adoptar una resolució expressa és de tres mesos des de l'entrada de la sol·licitud d'autorització prèvia a aquest organisme.

Les persones sol·licitants de l'autorització es poden acollir a un procediment abreujat de dos mesos en aquells projectes de modificació d'estructura accionarial o empresarial que no suposin un canvi de control d'un mitjà de comunicació o, en aquells en què la quota individual o conjunta dels participants en el projecte de modificació d'estructura accionarial sigui igual o inferior a un 15% de l'oferta en l'àrea de difusió en què els seus serveis de comunicació audiovisual són accessibles al públic o en un dels mercats connexos.

El capítol II regula la instrucció i la resolució del procediment preveient, entre d'altres, els possibles continguts de la resolució que pot adoptar el CAC. En aquest sentit, l'autorització pot ser estimatòria de l'operació, amb l'adopció de mesures correctores, si el CAC considera que de l'execució del projecte se'n poden derivar obstacles al pluralisme fàcilment esmenables, o bé desestimària de la modificació accionarial, no autoritzant l'operació sol·licitada. En aquest supòsit, el CAC té la facultat d'ordenar que no s'executi el projecte de modificació d'estructura accionarial i/o ordenar les mesures apropiades, dins del seu àmbit competencial, per fer efectiu el restabliment del pluralisme del conjunt de la comunicació audiovisual. Finalment,

el capítol III preveu una sèrie de disposicions generals aplicables al procediment de sol·licitud d'autorització prèvia (mesures cautelars [article 18]; taxa d'inspecció i control del CAC [article 19]; confidencialitat [art. 20]; deure de secret [art. 21], etc.).

Pel que fa al règim d'infraccions i sancions aplicable per la manca de compliment de les obligacions que estableix la Instrucció general, el títol III remet directament al procediment i règim sancionador previst per la LCA.

La segona Instrucció general aprovada pel CAC —Acord 62/2008, de 7 de maig¹²— ha estat la que crea i regula el Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya. En aquest sentit, cal fer notar que la LCA configura el CAC com la instància principal d'exercici de les funcions administratives sobre el sector audiovisual, atribuïnt-li, d'acord amb l'article 119, la funció d'esdevenir l'organisme responsable del Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya. A més del contingut mínim que estableix la LCA, (nom dels prestadors de serveis, les incidències o els canvis que afectin el contingut dels títols habilitants, el règim de la prestació dels serveis de comunicació audiovisual sotmesos a comunicació prèvia, i les decisions adoptades pel CAC en relació amb el compliment del títol habilitant i dels drets i deures establerts legalment), l'article 119 de la mateixa LCA permet que puguin constar en el Registre altres dades i informacions que determini la mateixa Instrucció general.

El Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya té com a finalitat posar a disposició del CAC la informació descriptiva i nominal referida als prestadors de serveis de comunicació audiovisual, les incidències i els canvis que n'afectin el contingut del títol habilitant, així com les decisions administratives del Consell en relació amb el compliment de la llicència i dels drets i dels deures que legalment n'afecten el compliment i les altres dades i informacions que determina aquesta Instrucció general. Aquest Registre també ha de servir per mantenir actualitzada i ordenada la informació global sobre el sector audiovisual que conté i garantir-ne la difusió activa i sistematitzada al conjunt de la societat.

Pel que fa a l'estructura, el Registre ha d'estar constituït per les inscripcions registrals referides als prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya. Cada prestador té vinculades les inscripcions registrals que fan referència a cadascun dels títols habilitants dels quals sigui titular, diferenciats individualment, així com als serveis que desenvolupa d'acord amb la comunicació prèvia corresponent. Al Registre hi han de constar tant les inscripcions relatives al prestador i als serveis que desenvolupa, com les dades circumstancials relatives a les inscripcions esmentades.

D'acord amb l'article 7 de la nova Instrucció general, s'inscriuen al Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya els documents rebuts per mitjans

12 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5146/08140143.pdf>>

telemàtics, quan l'estat d'informatització del registre i del tipus de document ho permetin, i els documents presentats en suport paper, que es digitalitzen de forma segura per generar el document electrònic corresponent.

En relació amb la primera inscripció al Registre, el CAC ha de practicar d'ofici la inscripció d'alta abans que transcorri un mes des que es va formalitzar l'adjudicació del títol habilitant per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual. A la inscripció d'alta s'han de consignar les dades i la documentació següents, relatives als prestadors de serveis de comunicació audiovisual: a) Quan es tracti d'una persona física: el nom i els cognoms o la raó social de la persona titular, el sexe, el número o codi d'identificació fiscal, la nacionalitat i el domicili professional o social; b) Quan es tracti d'una persona jurídica: les dades relatives a la inscripció al registre mercantil o al registre administratiu que correspongui, el número d'identificació fiscal, els estatuts socials, el domicili social i la composició dels òrgans de govern i d'administració; c) Quan es tracti d'una administració pública: les dades d'identificació fiscal, la seu i la composició dels seus òrgans de govern.

Així mateix, i amb independència de la naturalesa jurídica dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual, s'hi ha d'inscriure la denominació comercial del prestador de serveis de comunicació audiovisual; el domicili designat a efectes de notificacions i el nom i altres dades personals del/de la representant legal, si escau.

El Registre també conté camps relatius a les dades de la xarxa o del servei de comunicació que es pretengui explotar. En aquest sentit, els prestadors de serveis de comunicació han d'aportar al CAC la descripció de la tipologia de la programació; el tipus de títol que té adjudicat, amb expressió de la zona de servei, del programa i del canal múltiple assignat, així com de les característiques tècniques d'emissió associades, fent-hi constar, com a mínim, la ubicació de l'emplaçament o emplaçaments autoritzats per als centres emissors amb indicació de les coordenades i la denominació habitual d'aquests llocs, la potència radiada aparent màxima autoritzada, l'alçada efectiva de l'antena o antenes i els seus diagrames de radiació, la ubicació dels centres de producció o estudis i les característiques tècniques dels mètodes de transmissió entre aquests centres i els centres emissors o entre centres emissors; els paràmetres que se li adjudiquin per facilitar, entre d'altres, la identificació del programa; la data d'adjudicació, la data de signatura del contracte i la data d'inici i de finalització del còmput del període de vigència del títol; i, en el cas que el servei portador-difusor l'hagi de prestar una entitat altra que la persona concessionària, cal presentar la justificació que aquesta entitat disposa de la llicència individual oportuna d'acord amb el que preveu la Llei de l'Estat 32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions.

A l'efecte de la primera inscripció al Registre, cal aportar

també la documentació justificativa de les concessions de domini públic radioelèctric inherents a la prestació del servei, la resolució d'aprovació del projecte tècnic corresponent del prestador de serveis i la data de l'autorització d'inici de les emissions i, si escau, l'autorització per emetre amb tecnologia analògica, amb expressió de la resolució o l'acord i la seva data, de la durada autoritzada i de les característiques tècniques d'aquesta emissió.

Totes les dades que s'expressen en la Instrucció general han d'estar degudament justificades per mitjà de còpies autèntiques dels documents originals. Aquesta documentació queda dipositada al Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya.

La primera inscripció de les dades i les informacions dels prestadors que tinguin el títol vigent a què es refereix aquesta Instrucció general s'ha de formalitzar en el termini de sis mesos comptadors des que la Instrucció entri en vigor. Aquesta primera inscripció cal fer-la en dues fases: en la primera, el CAC ha de formalitzar les inscripcions d'alta incorporant-hi les dades obtingudes com a conseqüència de la seva activitat administrativa i les que consten en els expedients administratius tramessos pel Govern de la Generalitat de Catalunya; en la segona, el CAC notifica als prestadors de serveis de comunicació audiovisual el contingut de la inscripció practicada a la primera fase per tal que, en el termini que es fixi, puguin esmenar les dades inscrites, amb la presentació prèvia de la documentació que n'acrediti la modificació.

A banda de l'anterior, la nova Instrucció també estableix previsions relatives a les declaracions d'inscripció al Registre, a la modificació de les dades inscrites, al procediment d'inscripció a instància de part, a l'expedició de certificacions, a la baixa de les declaracions registrals, així com les garanties pertinents per conservar i accedir als documents aportats a l'efecte de la seva inscripció al Registre.

Finalment, cal observar que, com amb la resta d'instruccions aprovades pel CAC, la sol·licitud per formalitzar inscripcions, comunicar modificacions de dades i la resta de comunicacions previstes per aquesta Instrucció general, s'ha de realitzar d'acord amb els formularis normalitzats disponibles al web del CAC, i s'ha d'acompanyar amb els documents acreditatius que corresponguin segons el que preveu aquesta Instrucció general.

La tercera Instrucció, aprovada pel Ple del Consell mitjançant l'Acord 103/2008, de 18 de juny,¹³ és la relativa a les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents.

Igual que les instruccions generals aprovades el 2007 sobre la presència de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès en els mitjans de comunicació audiovisual, i sobre protecció de la infància i l'adolescència, senyalització orientativa i dret a la informació de les persones usuàries dels serveis de televisió,¹⁴ que derogaven els acords 117 i 118, de 17 de novembre de

13 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5136/08135246.pdf>>

2004, la nova Instrucció general deroga l'aprovada pel Ple del CAC el 31 d'octubre de 2001, mitjançant l'Acord 5/2001. La introducció de les noves previsions i obligacions relatives a la difusió i el finançament d'obres audiovisuals europees, si bé no modifica substancialment les obligacions existents en aquesta matèria, va implicar que, per raons de sistematització i seguretat jurídica, el Consell adoptés un nou text legal que substituís l'Acord adoptat el 31 d'octubre de 2001, pel qual s'aprovava la Instrucció general del Consell adreçada als operadors de televisió per tal de definir un procediment que permeti verificar el compliment de les obligacions que estableixen els articles 5, 6 i 7 de la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol, per la qual es transposa a l'ordenament jurídic estatal la Directiva de televisió sense fronteres.

Aquesta nova Instrucció general recull, d'una banda, les obligacions en matèria de difusió d'obres audiovisuals europees que ja preveu la Directiva del Consell 89/552/CEE, de 3 d'octubre de 1989, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva, també coneguda com a Directiva de televisió sense fronteres, així com les previsions relatives al finançament anticipat d'aquestes obres que conté la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol, i, més recentment, la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Pel que fa a les previsions de la LCA en matèria de difusió d'obres audiovisuals europees, s'han recollit els canvis que introdueix l'apartat 3 de l'article 67 i els articles 87 i 121 d'aquesta Llei, pel que fa a les obligacions de percentatges d'emissió d'obres audiovisuals europees, amb l'objectiu de promoure les produccions audiovisuals nacionals i europees, seguint les darreres tendències en aquesta matèria del dret comparat europeu.

La Instrucció preveu dos grans tipus d'obligacions per als prestadors de serveis de televisió, les relatives als percentatges d'emissió d'obres audiovisuals europees i les que fan referència als percentatges d'inversió anticipada en aquestes obres.

Les obligacions en matèria de difusió d'obres audiovisuals europees, previstes en l'apartat 2 de l'article 87 de la LCA, estableixen que els prestadors de serveis de televisió han de: a) reservar, com a mínim, el 51% del seu temps total d'emissió anual a la difusió d'obres audiovisuals europees.¹⁵ D'aquest 51%, com a mínim el 51% s'ha de dedicar a la difusió d'obres audiovisuals europees l'expressió originària de les quals sigui en qualsevol llengua oficial a Catalunya, d'acord amb l'Estatut d'autonomia de Catalunya, i d'aquest 51% del temps de reser-

va, el 50% han de ser en llengua catalana; i b) reservar, com a mínim, el 10% del seu temps total d'emissió anual a la difusió d'obres audiovisuals europees subministrades per productors independents i produïdes en els darrers cinc anys a comptar de la data en què en finalitza la producció.

Quant a les obligacions de finançament anticipat d'obres audiovisuals europees, si bé la LCA no preveu l'obligació de destinar el 5% de la xifra total d'ingressos obtinguts en l'exercici anterior al finançament de les obres esmentades, aquesta obligació continua estant regulada per als prestadors de serveis de televisió de gestió privada, amb caràcter bàsic, en els paràgrafs segon a quart de l'apartat 1 de l'article 5 de la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol, motiu pel qual l'obligació es manté en aquesta Instrucció general.

No obstant això, cal tenir present que, arran de l'entrada en vigor de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA, els prestadors de serveis de televisió de gestió pública d'àmbit nacional han incrementat aquest percentatge, com a mínim, fins al 6% de la xifra total dels seus ingressos obtinguts a l'exercici anterior. Així, els prestadors de serveis de televisió de gestió pública d'àmbit nacional cada any han de destinar, com a mínim, un 6% de la xifra total dels ingressos obtinguts en l'exercici anterior, d'acord amb el seu compte d'explotació, al finançament avançat de la producció de llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics, pel·lícules per a televisió, pel·lícules de nous realitzadors, pel·lícules experimentals, pilots de sèries d'animació o de caràcter cultural manifest i de programes pilot i de sèries d'animació. El 60% d'aquest finançament s'ha de destinar a obres audiovisuals europees, la llengua originària de les quals sigui qualsevol de les oficials a l'Estat espanyol. L'obligació per als prestadors privats és la mateixa, a excepció del percentatge d'inversió anticipada requerit: el 5%, en comptes del 6%, i l'exclusió dels programes pilot i de les sèries d'animació, que ha introduït la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA.

2.4. Processos concessional: el CAC adjudica 83 concessions de serveis de ràdio en freqüència modulada

Com s'explicava en l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*,¹⁶ el Ple del CAC va aprovar, mitjançant l'Acord 297/2007, de 19 de desembre, els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques per al concurs, mitjançant procediment obert, de 83 concessions de ràdio en freqüència modulada (FM). Aquest procés d'adjudicació és el primer a tot l'Estat espanyol tramitat per part d'una autoritat reguladora de l'audiovisual, seguint el model europeu

14 Vegeu l'apartat 2.3 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_sobre_l_audiovisual_a_Catalunya_2007.pdf>

15 Cal tenir en compte que, pel que fa al compliment dels temps de reserva reproduïts esmentats, s'exclou del còmput de temps anual de difusió el dedicat a continguts informatius, transmissions esportives, jocs, publicitat, serveis de teletext i televenda.

16 Vegeu l'apartat 2.6 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_sobre_l_audiovisual_a_Catalunya_2007.pdf>

de licitació de títols habilitants per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual. D'acord amb l'anterior, el CAC va publicar al DOGC núm. 5034, de 21 de desembre de 2007, l'anunci de licitació preceptiu del concurs públic per a l'adjudicació de les diverses concessions de ràdio en freqüència modulada per a particulars.¹⁷

Les persones físiques o jurídiques que volguessin optar l'explotació d'aquestes freqüències podien presentar les seves sol·licituds davant del CAC a partir del 21 de desembre de 2007 i fins al 14 de febrer de 2008. Juntament amb les sol·licituds, les persones interessades a concursar havien de presentar la documentació relativa al denominat "sobre núm. 1", que havia d'incloure la documentació administrativa i empresarial requerida al plec de clàusules administratives; així com la memòria descriptiva, la proposta tecnològica i la proposta econòmica, per a cadascuna de les freqüències en què s'estigués interessat, d'acord amb els termes indicats al plec de clàusules administratives i al de prescripcions tècniques, i que conformen el denominat "sobre núm. 2".

El CAC va rebre 1.288 sol·licituds per participar al concurs, presentades per 74 persones licitadores que optaven a un nombre variable de concessions.

A la primera fase del procediment s'havia d'analitzar la documentació mercantil presentada i s'havia de fer pública, abans de l'obertura del "sobre núm. 2", la llista de persones licitadores excloses del procediment. Una vegada publicada aquesta llista, es va procedir a l'obertura del "sobre núm. 2" i a l'anàlisi de les propostes tècniques. En aquest sentit, el plec de clàusules administratives particulars rector del concurs establí un barem màxim de 200 punts per a la proposta tecnològica, 250 punts per a la proposta econòmica, i 550 punts per a la proposta descriptiva (450 punts per a la proposta de la programació i 100 punts per a l'interès específic de l'oferta per a la zona de servei).

Atès que el 25 de gener de 2008, la fins aleshores consellera Núria Llorach va renunciar a la condició de membre del CAC, es va haver d'adaptar la composició nominal de la Mesa de contractació del CAC de la qual la consellera formava part, nomenant un altre vocal per substituir-la. En aquest sentit, mitjançant l'Acord del Ple del Consell 43/2008, de 26 de març,¹⁸ es va designar el conseller del CAC Josep Micaló i Aliu nou vocal de la Mesa de contractació per al concurs d'adjudicació de les 83 concessions de serveis de ràdio amb freqüència modulada.

Finalitzat el termini de presentació de sol·licituds, es va procedir a analitzar la documentació mercantil i les declaracions responsables requerides a l'anunci de licitació i al plec de clàusules administratives (sobre núm. 1), atorgant un termini de

deu dies per tal que es poguessin esmenar els defectes observats durant l'estudi de la documentació tramesa al CAC.

Posteriorment, el 7 d'abril de 2008, es realitza l'acte públic d'obertura dels sobres núm. 2 amb la documentació relativa a les propostes tecnològiques, econòmiques i de programació. L'acte el va iniciar el president del CAC, Josep Maria Carbonell, com a president de la Mesa de contractació, acompanyat de la resta de membres de la Mesa. La sessió, de caràcter públic, també es va poder seguir en directe mitjançant el web del Consell <<http://www.cac.cat>>.

L'obertura de les proposicions la va iniciar el president del CAC informant de la decisió de la Mesa de contractació en relació amb les propostes que en la fase del sobre núm. 1 havien quedat excloses per manca d'acreditació o per defectes insalvables. Del concurs n'havien quedar excloses tres empreses licitadores perquè les seves sol·licituds respectives estaven afectades totalment o parcialment.

Dues de les tres empreses inicialment excloses van presentar el 16 d'abril i el 7 de maig de 2008, respectivament, recursos d'alçada contra la decisió de la Mesa de contractació del CAC d'excloure-les del procés d'adjudicació.

Posteriorment, el Ple del CAC, en la sessió de 2 de juliol de 2008, mitjançant els acords 112/2008 i 114/2008, va aprovar estimar els recursos d'alçada presentats per les entitats esmentades i, per tant, admetre les dues entitats pel que fa a les freqüències sol·licitades; una, dels codis 2 a 83 de l'Annex I del Plec de clàusules i, l'altra, en relació amb la totalitat de les freqüències sol·licitades. En la mateixa sessió, el Ple del CAC també va aprovar, d'una banda, convocar l'acte públic d'obertura dels sobres núm. 2 de les proposicions presentades per ambdues entitats i, de l'altra, nomenar la consellera Elisenda Malaret Garcia membre de la Mesa de contractació, en substitució de Jaume Serrats i Ollé, que va finalitzar el seu mandat com a membre del Consell el 30 de juny.¹⁹ El 23 de juliol de 2008, la Mesa de contractació va realitzar l'acte públic d'obertura de les propostes tecnològiques, econòmiques i de programació presentades per dues licitadores que inicialment n'havien estat excloses. En conseqüència, i arran de l'estimació dels recursos d'alçada, el nombre de persones licitadores que participaven al concurs va ser de 73, amb un total de 1.279 sol·licituds presentades per a l'explotació de 83 freqüències de ràdio en FM.

Feta la valoració de les ofertes (memòria descriptiva, proposta econòmica i proposta tecnològica), la Mesa de contractació del CAC es va reunir, el 6 de novembre de 2008, i va acordar efectuar la proposta d'adjudicació a l'òrgan de contractació. Finalment, el 7 de novembre de 2008, es va aprovar l'Acord del Ple del CAC 174/2008, segons el qual es va adjudicar

17 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5034/07353167.pdf>>

18 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5105/08088028.pdf>>

19 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5175/08190136.pdf>>

Taula 1. Relació de les entitats adjudicatàries de les 83 freqüències atorgades pel CAC en virtut de l'Acord 174/2008, de 7 de novembre

Codi ^A	Localitat ^B	F-MHz ^C	Entitat adjudicatària
1	Cabrils-Montcabrer	90.200	RM RADIO, SA
2	Calella	94.200	RM RADIO, SA
3	Calella	96.200	RADIO MARINA, SA
4	Calella	102.400	UNIPREX, SAU
5	Manresa-Buflavent	95.200	SISTEMA CATALÀ RADIODIFUSIÓ, SL
6	Manresa-Buflavent	100.600	LA SEVA LLAR EL SEU MON, SL
7	Manresa-Buflavent	106.800	EDICIONS INTERCOMARCALS, SA
8	Manresa-Montserrat	88.500	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
9	Manresa-Montserrat	99.800	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
10	Manresa-Montserrat	104.800	RADIOCAT XXI, SLU
11	Sant Pere de Ribes-Montgròs	89.000	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
12	Sant Pere de Ribes-Montgròs	90.600	RKOR RADIO, SL
13	Sant Pere de Ribes-Montgròs	91.200	RADIOCAT XXI, SLU
14	Sant Pere de Ribes-Montgròs	96.800	FUNDACIÓ MISSATGE HUMÀ I CRISTIÀ
15	Sant Pere de Ribes-Montgròs	98.800	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
16	Sant Pere de Ribes-Montgròs	100.900	PUBLICACIONS PENEDÈS, SA
17	Sant Pere de Ribes-Montgròs	101.900	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
18	Terrassa-Martines	89.400	METROPOLITANA AUDIOVISUALS, SL
19	Vic-Colluspina	89.600	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
20	Vic-Colluspina	91.800	RADIOCAT XXI, SLU
21	Vic-Colluspina	93.200	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
22	Vic-Colluspina	98.400	FUNDACIÓ MISSATGE HUMÀ I CRISTIÀ
23	Vic-Colluspina	101.200	RADIOCAT XXI, SLU
24	Vic-Colluspina	105.900	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
25	Vic-Tavèrnoles	92.800	PREMSA D'OSONA, SA
26	Vic-Tavèrnoles	105.300	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
27	Castell d'Aro	89.600	RM RADIO, SA
28	Castell d'Aro	95.600	D-9 COMUNICACIO, SL
29	Castell d'Aro	99.900	RADIOCAT XXI, SLU
30	Castell d'Aro	101.900	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
31	Girona-Rocacorba	97.400	EMISSORES CATALANES AUDIOVISUALS DE PROXIMITAT, SL
32	Girona-Rocacorba	98.900	UNIPREX, SAU
33	Girona-Rocacorba	100.700	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
34	Girona-Rocacorba	105.100	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
35	Girona-Rocacorba	106.800	RKOR RÀDIO, SLU
36	Lloret de Mar	87.600	RADIOCAT XXI, SLU
37	Olot	92.100	RADIOCAT XXI, SLU
38	Olot	94.200	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
39	Olot	95.500	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
40	Olot	100.300	RADIOCAT XXI, SLU
41	Puigcerdà-Grèixer	87.700	RADIOCAT XXI, SLU
42	Puigcerdà-Grèixer	91.400	RADIOCAT XXI, SLU
43	Puigcerdà-Grèixer	106.600	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
44	Puigcerdà-Tossa d'Alp	89.100	CADENA PIRENAICA DE RADIO I TELEVISIÓ, SL
45	Puigcerdà-Tossa d'Alp	90.300	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
46	Puigcerdà-Tossa d'Alp	93.300	MOLA TV, SL
47	Puigcerdà-Tossa d'Alp	96.100	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
48	Puigcerdà-Tossa d'Alp	99.100	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
49	Puigcerdà-Tossa d'Alp	104.400	ENS DE COMUNICACIONS, SL
50	Ripoll	87.700	RADIOCAT XXI, SLU
51	Ripoll	94.900	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
52	Ripoll	97.600	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
53	Ripoll	105.000	RADIOCAT XXI, SLU
54	Bossòst	88.200	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
55	Bossòst	106.000	ENS DE COMUNICACIONS, SL

Taula 1 (continuació). Relació de les entitats adjudicatàries de les 83 freqüències atorgades pel CAC en virtut de l'Acord 174/2008, de 7 de novembre

Codi ^A	Localitat ^B	F-MHz ^C	Entitat adjudicatària
56	Lleida-Alpicat	91.500	ENS DE COMUNICACIONS, SL
57	Lleida-Alpicat	99.700	UNIPREX, SAU
58	Lleida-Alpicat	102.200	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SA
59	Lleida-Alpicat	102.700	RKOR RÀDIO, SLU
60	Lleida-Alpicat	103.600	RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, SA
61	Lleida-Alpicat	104.100	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
62	Lleida-Alpicat	104.500	GRUPO SIMALRO, SL
63	Lleida-Alpicat	105.200	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
64	La Seu d'Urgell	92.900	RADIOCAT XXI, SLU
65	Sort-Escobedo	94.500	LLEGEIX, ESCRIU I ESCOLTA, SL
66	Sort-Tornafort	89.600	RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, SA
67	Sort-Tornafort	90.100	RADIOCAT XXI, SLU
68	Tremp	89.800	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
69	Tremp	98.800	RADIOCAT XXI, SLU
70	Vall de Boí	93.900	LLEGEIX, ESCRIU I ESCOLTA, SL
71	Vielha-Baqueira	99.300	RKOR RÀDIO, SLU
72	Vielha-Eth Aro	97.200	RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, SA
73	Vielha-Eth Aro	103.000	LLEGEIX, ESCRIU I ESCOLTA, SL
74	Tarragona-La Mussara	89.300	RADIOCAT XXI, SLU
75	Tarragona-La Mussara	90.400	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
76	Tarragona-La Mussara	92.900	RADIO TELETAXI FM DE RADIODIFUSIÓN, SA
77	Tarragona-La Mussara	100.600	FUNDACIÓ MISSATGE HUMÀ I CRISTIÀ
78	Tarragona-La Mussara	102.700	RKOR RÀDIO, SLU
79	Tortosa-Coll Redó	89.100	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
80	Tortosa-Coll Redó	90.100	FUNDACIÓ MISSATGE HUMÀ I CRISTIÀ
81	Tortosa-Coll Redó	94.200	RADIOCAT XXI, SLU
82	Tortosa-Coll Redó	102.900	SISTEMA CATALÀ DE RADIODIFUSIÓ, SL
83	Tortosa-Coll Redó	103.900	LA VEU DE L'EBRE, SL

A Codi administratiu.

B Localitat=zona de servei.

C F-MHz=freqüència d'emissió en megahertz.

Font: Annex de l'Acord del Ple del CAC 174/2008, de 7 de novembre (DOGC núm. 5259, de 17.11.2008).

l'explotació comercial de 83 concessions de ràdio amb freqüència modulada (26 a Barcelona, 27 a Girona, 20 a Lleida i 10 a Tarragona) a les persones licitadores que es relacionen a la taula 1.²⁰

Arran de la repercussió pública de l'Acord del Ple del CAC, al cap de tres dies d'haver-se adoptat, el president del CAC va sol·licitar al president del Parlament de Catalunya comparèixer davant la Comissió corresponent per informar sobre el contingut de l'Acord de 7 de novembre, en relació amb l'adjudicació del contracte de gestió indirecta del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència.

El 19 de novembre de 2008, el president del CAC va explicar a la Comissió de Política Cultural del Parlament el contingut de l'Acord d'adjudicació, reiterant que en el procés s'havien observat tots els tràmits necessaris per a les adjudicacions contractuals, de conformitat amb el Text refós de la Llei de contractes de les administracions públiques, aprovat pel Reial decret legislatiu 2/2000, de 16 de juny, (en endavant, TRLCAP), així com amb el Reglament general de la Llei de contractes de les administracions públiques, aprovat pel Reial decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i que l'adjudicació efectuada mitjançant l'Acord 174/2008 requeria sobre les propostions presentades que, després d'una anàlisi tècnica exhaustiva, havien resultat les més avantatjoses en aplicació dels criteris establerts per la clàusula 18 del Plec de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques que ha regit la contractació, de conformitat amb allò que prescriu l'article 88 del TRLCAP.²¹

El mateix dia de la compareixença de Josep Maria Carbonell al Parlament, es va fer públic al lloc web del CAC la valoració

20 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5259/08315121.pdf>>

21 <<http://www.parlament.cat/activitat/dspcc/08c432.pdf>>

tècnica del concurs,²² en què es desglossen les puntuacions obtingudes per les persones adjudicatàries, amb els resultats de les valoracions tècniques de cada codi (freqüència). En la fitxa de desglossament de les puntuacions obtingudes per la persona adjudicatària es recullen els ítems de valoració de les ofertes tècniques i la ponderació atribuïda, d'acord amb el que estableix el Plec de clàusules administratives particulars per a l'explotació del contracte de gestió indirecta del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència amb caràcter comercial.

2.5. Consell de l'Audiovisual de Catalunya

2.5.1. Nomenaments

El 22 de febrer de 2008, Josep Pont i Sans va prendre possessió com a nou membre del CAC, en un acte que va tenir lloc al Parlament. El nou membre del Consell va ser elegit pel Parlament de Catalunya en el Ple de 20 de febrer.²³ Amb aquest nomenament, es cobria la vacant que va deixar la consellera Núria Llorach i Boladeras en ser designada membre del Consell de Govern de la CCMA.

Posteriorment, el 18 de juny, el Parlament de Catalunya va aprovar la Resolució 228/VIII²⁴ en la qual va elegir com a consellers del CAC Elisenda Malaret i Garcia, Esteve Orriols i Sendra, en substitució de la consellera Victòria Camps i Cervera i del conseller Jaume Serrats i Ollé, que finalitzaven el mandat, i Josep Pont i Sans, el qual va renovar el càrrec que ja ocupava des del 22 de febrer, quan va substituir la consellera Núria Llorach, i que acabava ara el mandat. El conseller Pont podia optar a la reelecció perquè va ocupar el lloc quan a Llorach li quedava menys de la meitat del mandat.²⁵

Reordenació interna del Consell

El 16 de juliol de 2008, el Ple del CAC va nomenar Domènec Sesmilo i Rius vicepresident d'aquest organisme.²⁶ El conseller Sesmilo, membre del CAC des de l'any 2004, substituïa en la vicepresidència Jaume Serrats i Ollé, que el 30 de juny va finalitzar el mandat com a conseller del CAC.

Al mateix Ple es va nomenar el conseller Santiago Ramentol i Massana conseller secretari,²⁷ en substitució de la consellera Dolors Comas d'Argemir i Cendra, i el conseller Josep Pont i

Sans portaveu del Consell, en substitució del conseller Rafael Jorba i Castellví.

2.5.2. El CAC aprova tres documents de criteris interpretatius en relació amb determinades previsions de la LCA

Durant el 2008, el CAC ha aprovat tres documents de criteris interpretatius de determinades previsions de la LCA. El primer, d'interpretació de la lletra c de l'apartat 1 de l'article 93 de la LCA, en relació amb la publicitat política en televisió i la seva consideració com a publicitat prohibida, aprovat amb caràcter definitiu mitjançant l'Acord 28/2008 del Ple del Consell, de 27 de febrer.²⁸ Els criteris s'han elaborat amb l'objectiu de donar seguretat jurídica als prestadors de serveis de televisió davant de la prohibició d'emetre publicitat política que estableix l'article 93 de LCA. L'aprovació definitiva es produeix després de sotmetre el text a consulta pública, en què les persones interessades van fer les aportacions que van considerar oportunes.²⁹

Els altres dos documents del CAC, *Criteris d'interpretació de les obligacions que integren el règim dels prestadors del servei de televisió digital terrestre d'àmbit local en matèria de programació original, producció pròpia, emissió en cadena i sindicació de continguts* i *Criteris d'interpretació dels límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local*, són aprovats amb caràcter definitiu el 18 de març, mitjançant els acords 34 i 35/2008.³⁰ Prèviament, tots dos documents havien estat aprovats inicialment i sotmesos a consulta pública.³¹

Concretament, el document *Criteris d'interpretació de les obligacions que integren el règim dels prestadors del servei de televisió digital terrestre d'àmbit local en matèria de programació original, producció pròpia, emissió en cadena i sindicació de continguts* va ser aprovat inicialment el 14 de març de 2007, mitjançant l'Acord 83/2007. Així mateix, el Ple del Consell va aprovar sotmetre la proposta de criteris a consulta pública durant un període de dos mesos (DOGC núm. 4849, de 26 de març de 2007) per tal que les persones interessades hi poguessin realitzar les aportacions i els comentaris que consideressin oportuns. Posteriorment, se'n va ampliar el període de consulta pública fins al 26 de juny de 2007.³²

Pel que fa al document *Criteris d'interpretació dels límits de*

22 <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Sintesi_de_resultats.pdf>

23 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5076/08042083.pdf>>

24 <<http://www.parlament.cat/activitat/bopc/08b288.pdf>>

25 Apartat 3 de l'article 5 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

26 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5186/08199160.pdf>>

27 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5186/08199161.pdf>>

28 <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac._28-2008_Criteris_publica_OK_.doc>

29 Vegeu l'apartat 2.7.2 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_sobre_l_audiovisual_a_Catalunya_2007.pdf>

30 <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac._34-2008_Criteris_interpretaci_programaci_TDT.doc>

i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac._35-2008_document_gesti_directa_OK.doc>

31 Vegeu apartat 2.7.2 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_sobre_l_audiovisual_a_Catalunya_2007.pdf>

32 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/4878/07122023.pdf>>

la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local, ja havia estat aprovat inicialment el 18 de juliol de 2007, mitjançant l'Acord 229/2007. En aquest mateix Acord, també es va aprovar sotmetre la proposta de criteris a consulta pública durant un període de tres mesos (DOGC núm. 4936, de 30 de juliol de 2007).³³

Concloso ambdós períodes de consulta, els serveis tècnics del Consell van analitzar les al·legacions presentades. Posteriorment, el 18 de març, el Ple del CAC va aprovar, amb caràcter definitiu, mitjançant els acords 34 i 35/2008, els criteris, que incorporen i acullen part dels suggeriments i de les aportacions realitzades durant la consulta pública.

Document de criteris d'interpretació de la definició de publicitat política

La lletra c de l'apartat 1 de l'article 93 de la LCA estableix que resta prohibida "la publicitat de contingut essencialment polític dirigida a la consecució d'objectius d'aquesta naturalesa, sens perjudici de les normes aplicables establertes per la legislació sobre règim electoral". Aquest article és una reproducció de la lletra c de l'apartat 1 de l'article 9 de la Llei de l'Estat 25/1994, modificada per la Llei 22/1999, que incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE (Directiva de televisió sense fronteres), segons la qual queda prohibida a la televisió: "La publicitat de contingut essencialment o primordialment polític, o dirigida a la consecució d'objectius d'aquesta naturalesa, sens perjudici del que estableix la Llei orgànica del règim electoral general."

Les dues expressions que qualifiquen la publicitat com "de contingut essencialment (o primordialment) polític" i "dirigida a la consecució d'objectius d'aquesta naturalesa" demanen una interpretació més precisa en funció de la qual el CAC pugui determinar quan un anunci se circumscriu dins de la categoria de publicitat prohibida pel caràcter polític del seu contingut. Per fixar aquesta interpretació, el document *Criteris* delimita l'expressió "contingut essencialment polític" en el context del missatge publicitari.

S'entén que l'apartat 1 de l'article 93 de la LCA, sobre publicitat prohibida, fa referència exclusivament a continguts publicitaris televisius en els diferents suports o formats en què es representi i en cap cas no es refereix als continguts dels programes. D'acord amb el document *Criteris*, a l'hora de considerar el significat d'un missatge publicitari cal tenir en compte, com a mínim, els tres elements següents:

a. Qui patrocina l'anunci. El document considera que el caràcter polític d'una publicitat ve determinat per la intervenció dels agents següents: els partits polítics i els governs; les organitzacions amb objectius polítics; els organismes, les plataformes i els col·lectius que volen promoure un canvi legislatiu,

encara que sigui puntual; i qualsevol persona o grup que promogui un projecte o un programa polític determinat.

b. Què diu l'anunci. La finalitat política d'un anunci es fa palesa si s'hi exhibeix algun dels propòsits establerts en una relació de vuit punts, entre els quals, la promoció dels interessos d'un partit polític o d'un grup amb finalitats polítiques, així com els d'un líder d'un partit polític o d'un grup amb finalitats polítiques; la influència en el resultat d'unes eleccions o referèndum; el menysteniment de les conviccions polítiques, filosòfiques o religioses de les persones telespectadores; i la interferència en els processos electorals amb l'anomenada publicitat pretext. La publicitat pretext és una tècnica publicitària que consisteix a crear segones marques o bé a utilitzar grafismes o elements identificatius d'un producte del qual es prohibeix la publicitat.

c. En quin context. El CAC considera que el context en què s'emet un anunci en condiciona el resultat, de manera que caldria tenir-ne una cura especial en les èpoques en què es produeix un debat polític específic (com a conseqüència d'un tràmit legislatiu) i també durant els processos electorals.

En el document s'assenyala que els tres elements esmentats han de ser considerats conjuntament per tal de determinar el significat de qualsevol comunicació comercial, ja que el significat literal d'una expressió pot quedar modificat pel context en el qual s'emet, és a dir, per la condició de la persona o de les persones que l'emeten, pel moment en què s'emet i per la finalitat que es busca.

L'element de la contextualització està clarament previst en la definició de publicitat que contenen les lleis esmentades més amunt, segons la qual la publicitat és "qualsevol forma de missatge emès [...] per promoure actituds o comportaments entre els usuaris" (article 90 de la LCA). És per això que el document *Criteris* considera que, més que en qualsevol altre missatge, el significat d'un anunci no es desprèn del que diu literalment, sinó del que suggereix o de les associacions que vol evocar en un context determinat. En aquest sentit, d'acord amb el document, caldria ser curosos sobretot en èpoques en què es produeixen debats polítics específics i també en els processos electorals. En tots dos casos, un anunci que pogués incidir en una presa de partit de caràcter polític tindria més significat polític que el mateix anunci en un altre moment en què el debat polític fos inexistent.

D'acord amb aquests plantejaments, el CAC considera que, per tal de determinar el significat polític d'un anunci, cal tenir en compte: a) qui és l'emissor de l'anunci, i b) el significat o la finalitat política del missatge.

Pel que fa al primer punt, la publicitat de caràcter polític pot estar determinada per la intervenció de:

a.1. els partits polítics i els governs;

33 Vegeu apartat 2.7.2 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_sobre_l_audiovisual_a_Catalunya_2007.pdf>

a.2. les organitzacions que, en els seus estatuts, defineixen els objectius o les activitats que es proposen realitzar com a objectius o activitats polítiques;

a.3. els organismes, les plataformes i els col·lectius que volen promoure un canvi legislatiu, encara que sigui puntual, en defensa i promoció dels seus interessos corporatius;

a.4. qualsevol persona o grup que promogui un projecte o programa polític determinat.

Amb relació al segon punt, es pot establir que la finalitat política d'un anunci es fa palesa si exhibeix el propòsit de:

b.1. promocionar els interessos d'un partit polític o d'un grup amb finalitats polítiques i d'un líder d'un partit polític o d'un grup amb finalitats polítiques;

b.2. influir en el resultat d'unes eleccions o referèndum;

b.3. influir en un canvi legislatiu o la promoció d'una llei;

b.4. influir en les polítiques o decisions dels governs o les administracions públiques;

b.5. influir de manera partidista en l'opinió pública en una qüestió que forma part del debat polític;

b.6. promoure els interessos d'un partit polític o d'un grup organitzat amb finalitats polítiques i d'un líder d'un partit polític o d'un líder d'un grup amb finalitats polítiques;

b.7. menystenir les conviccions polítiques, filosòfiques o religioses de les persones teleespectadores;

b.8. interferir en els processos electorals amb l'anomenada publicitat pretext.

El CAC interpreta en el document *Criteris* que en la base de la prohibició d'emetre publicitat política hi ha dos objectius fonamentals: no influir directament en els processos legislatius o d'execució política, i evitar el conflicte amb les conviccions religioses, polítiques o filosòfiques dels ciutadans. És per això que el fet de restringir el significat de "contingut essencialment polític" a allò que fan o diuen els partits polítics deixa fora moltes altres manifestacions que, en determinades circumstàncies, poden adquirir una dimensió política indiscutible. Tanmateix, estima que cal distingir el que és pròpiament propaganda i el que, fora de la controvèrsia política i partidària, es proposa difondre, promoure i divulgar línies de pensament i de filosofia política.

Criteris d'interpretació de les obligacions sobre producció i emissió de les televisions locals

En els *Criteris d'interpretació de les obligacions que integren el règim dels prestadors del servei de televisió digital terrestre d'àmbit local en matèria de programació original, producció pròpia, emissió en cadena i sindicació de continguts*, es recullen les definicions que els diferents textos normatius, tant estatals com catalans, han anat incorporant en relació amb la "producció pròpia", la "programació original", l'"emissió en cadena" i la "sindicació de continguts".

Pel que fa a la definició de producció pròpia, el document aprovat pel CAC reproduceix la definició que conté la lletra c de l'article 1 de la LCA. Com indica el document *Criteris d'interpretació*, es tracta d'una definició àmplia, que abasta conceptes diversos. Literalment, el precepte defineix com a producció pròpia "tots els continguts audiovisuals en què la iniciativa i la responsabilitat de l'enregistrament, o bé la propietat o els drets d'explotació corresponen al prestador de serveis de comunicació audiovisual que els difon". D'acord amb aquesta definició, s'inclourien dins del concepte de "producció pròpia" dos supòsits molt diferents: d'una banda, els continguts audiovisuals originàriament produïts per part del prestador de serveis audiovisuals corresponent i, de l'altra, els continguts dels quals, sense que es donin aquestes condicions esmentades, el prestador en deté de forma directa la propietat o els drets d'explotació.

Quant a la "programació original", es tracta d'un concepte que apareix de forma reiterada en els diferents instruments ordenadors de la prestació del servei de televisió local. Això no obstant, en el document *Criteris d'interpretació* es manifesta que no s'ha trobat explicitada una definició expressa d'allò que constitueix la programació original de continguts. En aquest sentit, l'única al·lusió, en termes de definició, que en fa l'ordenament jurídic es formula en negatiu: concretament, la lletra b de la disposició addicional trentena de la Llei de l'Estat 62/2003, de 30 de desembre, de mesures fiscals, administratives i d'ordre social, quan assenyala que "no es consideraran programes originals aquells que consisteixin en la mera remissió de programes televisius la difusió dels quals s'hagi realitzat o s'estigui realitzant per un altre mitjà".

El concepte d'"emissió en cadena" apareix també de forma freqüent, tant en la diversa legislació aplicable com en les bases reguladores corresponents de la prestació del servei, ja sigui per part dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual de gestió pública com privada. Això no obstant, la identificació correcta d'allò que constitueix l'emissió en cadena passa, d'entrada, per una lectura i una comprensió adequades de les previsions de la Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres (en endavant, LTL). L'article 7 (apartats 1, 2 i 3) conté les prohibicions relatives a emetre o formar part d'una cadena de televisió per part dels corresponents prestadors del servei de televisió local —d'àmbit públic o privat— i estableix un seguit de criteris per tal d'entendre la concurrència de supòsits d'integració en una cadena o d'emissió en cadena, i n'articula una doble prohibició: d'una banda, la relativa a integrar-se, en termes organitzatius, en una estructura superior en què existeixi unitat de decisió, així com, de l'altra, la de l'emissió en cadena pròpiament dita.³⁴ D'acord amb el que s'ha exposat anteriorment, el document *Criteris d'interpretació* manifesta la necessitat d'interpretar la normativa catalana de forma no contradictòria respecte de la normati-

³⁴ Aquesta darrera previsió la reiteren la lletra e de l'apartat 3 de l'article 32 (pel que fa als prestadors públics) i la lletra e de l'apartat 2 de l'article 53 (pel que fa als prestadors privats) de la LCA.

va estatal, així com de forma coherent amb allò que preveu la mateixa LCA.³⁵

En darrer lloc, pel que fa al concepte de “sindicació de continguts”, el document *Criteris d'interpretació* constata que no apareix en la legislació estatal, sinó exclusivament referit en instruments diversos d'ordenació de la matèria en l'àmbit de Catalunya. Sens perjudici de les referències a aquesta matèria que conté la LCA, per trobar una definició mínimament precisa del concepte “sindicació de continguts” cal recórrer, pel que fa als prestadors públics del servei de televisió local, a la Resolució PRE/2804/2005, de 27 de desembre, per la qual es dóna publicitat a l'Acord del 20 de setembre de 2005, el qual preveu, al seu torn, el procediment de concessió de programes de televisió digital local als municipis de Catalunya inclosos en les demarcacions que estableix el Pla tècnic nacional vigent de la televisió digital local i el règim jurídic d'aquestes transmissions.³⁶

Concretament, l'apartat 9 de les bases generals aprovades per la Resolució esmentada, i pel que fa a les obligacions referents al contingut de la programació, assenyalen que s'entén per “sindicació de continguts”: “l'emissió de programes (especialment de servei públic) produïts o coproduïts per televisions locals. Les televisions locals autoritzades podran decidir el nombre de programes que els subministra l'estructura de serveis i l'horari d'emissió d'aquests, sens perjudici del que disposa la disposició addicional trentena de la Llei 62/2003, de 30 de desembre [...]”.

D'altra banda, pel que fa als prestadors privats corresponents, el document *Criteris d'interpretació* aprovat pel CAC remet a allò que preveu el Plec de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques que han de regir el procediment d'adjudicació de la prestació, en règim de gestió indirecta per particulars, del servei públic de televisió digital local, aprovat pel Govern de la Generalitat en data 8 de novembre de 2005. Concretament, l'apartat 26.2.9 defineix la sindicació de continguts en termes pràcticament idèntics als esmentats més amunt, amb l'omissió de l'al·lusió a la naturalesa de servei públic dels continguts corresponents.

No obstant l'anterior, el document de criteris destaca un element rellevant en aquest context, i que afecta indistintament els prestadors públics i privats del servei de televisió; és el relatiu al fet que, d'acord amb els instruments d'ordenació corresponents, si bé el concepte de sindicació de continguts faria referència a quelcom diferent de l'emissió en cadena en els termes que n'apunten la caracterització, la rigidesa de les definicions fetes per part del legislador estatal obligarien a incloure dins del concepte d'emissió en cadena totes les emissions coincidents en més d'un 25%, encara que fossin fruit d'un esforç de sindicació.

El document *Criteris d'interpretació* ressalta que cal no oblidar la competència del CAC per autoritzar el fet d'ultrapassar aquest límit sempre que les emissions corresponents responguin, precisament, a una activitat sindicada en matèria de continguts. Aquesta és la conclusió a què s'arriba de la interpretació conjunta de l'apartat 5 de l'article 7 de la Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres, juntament amb les bases reguladores de la prestació del servei, tant pel que fa a prestadors públics com a prestadors privats, quan assenyalen que el Consell “podrà autoritzar, a sol·licitud dels gestors del servei, la sindicació de continguts, en més del 25% de les seves emissions, en atenció a característiques de proximitat territorial i d'identitats socials i culturals d'aquestes demarcacions”. D'altra banda, el legislador ha reafirmat aquesta potestat del Consell mitjançant la lletra f de l'apartat 3 de l'article 33 i de la lletra f de l'apartat 2 de l'article 53 LCA.

En el document es considera que correspon al CAC no només autoritzar els supòsits que formalment s'haurien d'incloure dins del concepte legal d'emissió en cadena, sinó precisar l'abast específic de l'activitat de sindicació de continguts, atès que només en aquests darrers casos es podrà atorgar l'autorització esmentada. Si bé en el marc ordenador de la prestació del servei de televisió digital terrestre d'àmbit local s'ha fet un primer esforç de definició, a aquest darrer efecte, del concepte de sindicació de continguts, aquesta definició genèrica presenta encara un marge d'indeterminació important que el CAC completa en aquest document de *Criteris d'interpretació*.

Un cop apuntats els trets definidors dels conceptes que en el document s'han qualificat com a bàsics, s'assenyalen quines són les obligacions concretes que, en el marc de la prestació del servei de referència, vinculen la prestació del servei de televisió digital local tant pel que fa als subjectes públics com als privats.

A efectes sistemàtics, aquestes obligacions es divideixen en el document de criteris en tres grans àmbits: Obligacions derivades de l'ordenament jurídic vigent: a) programació mínima/producció pròpia/programació original, i b) emissió en cadena; Obligacions derivades dels compromisos adquirits, si escauen, en l'oferta presentada en el marc del procediment d'adjudicació: a) Percentatges de sindicació de continguts, i b) Programació mínima/producció pròpia/programació original; i, finalment, les obligacions derivades de les decisions adoptades pel Consell com a autoritat de regulació en relació amb la producció pròpia/sindicació de continguts/programació original.

Fruit d'aquesta sistematització obligacional, el document *Criteris* conclou que els prestadors del servei de televisió digital local tenen l'obligació d'emetre una programació mínima de quatre hores diàries i de trenta-dues setmanals, amb la condició afegida que aquesta programació ha de tenir, a més, carac-

35 En concret, la lletra f de l'apartat 3 de l'article 32 de la LCA, quan atribueix al CAC la potestat d'establir el percentatge de programació en cadena amb la forma de programació sindicada.

36 <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/4482/05270136.pdf>>

ter original, sens perjudici dels compromisos adquirits en el marc del procediment d'adjudicació. Així mateix, aquests prestadors tenen l'obligació de respectar el límit legal del 25% pel que fa a la programació en cadena, sens perjudici dels compromisos adquirits en el marc del procediment d'adjudicació.

Això significa que poden ultrapassar el límit legal del 25% esmentat en aquells casos en què la programació corresponent respongui al concepte i a les característiques de la sindicació de continguts i hagi estat objecte d'autorització implícita (en el marc de l'informe vinculant corresponent) o explícita per part del CAC. En aquest darrer cas, el document *Criteris* recull la competència del CAC per emetre l'autorització, d'acord, entre d'altres, amb els criteris fixats en el marc de cadascuna de les demarcacions, i a partir de factors com ara el nombre de prestadors, la població a servir o les estructures de sindicació pre-existents al territori.

L'emissió, per part d'un prestador de serveis de televisió, de determinats continguts com a conseqüència d'haver-se integrat en una estructura de sindicació no ha d'impedir considerar el còmput íntegre d'aquests continguts dins del percentatge d'hores de programació original que estableix la normativa vigent. Igualment, el CAC podrà imputar, en aquest còmput, un percentatge del temps de redifusió d'un determinat contingut sempre que es respectin un seguit de límits tant des del punt de vista del període de redifusió (en un temps màxim d'una setmana) com pel que fa al nombre de repeticions de l'emissió del contingut en qüestió (un màxim de tres).

Així mateix, la contribució dels prestadors del servei de televisió digital local tant pel que fa a estructures o plataformes de sindicació com fins i tot, en alguns casos, a cadenes pròpiament dites, podrà ser objecte de còmput proporcional en relació amb hipotètics compromisos adquirits sobre percentatges de producció pròpia dins de la programació.

Criteris d'interpretació dels límits de la gestió directa en les televisions locals

Aquest document aprovat pel Ple del CAC pretén, d'una banda, determinar els paràmetres mínims indispensables que han de permetre mantenir la gestió directa en la prestació del servei

públic de televisió digital terrestre d'àmbit local i, de l'altra, efectuar, amb caràcter general, recomanacions als ens públics gestors dels serveis de televisió respectius, respectant, en tot cas, el principi d'autonomia local inherent a aquests ens públics.

El document s'estructura en quatre apartats: a) el servei públic de televisió digital d'àmbit local i les missions de servei públic de la seva programació; b) l'abast de l'externalització en els serveis de televisió d'àmbit local, entès com l'encàrrec a tercers d'alguna o diverses prestacions que integren la gestió del servei; c) la difusió de continguts per part dels prestadors de serveis de televisió de gestió privada per encàrrec de les administracions públiques, i d) les conclusions.

En síntesi, el CAC considera que la gestió directa de la televisió pública d'àmbit local —materialitzada a la pràctica amb la constitució progressiva dels consorcis— ha de donar compliment en la transmissió d'informació als principis d'objectivitat, de veracitat i d'equilibri, i, alhora, ha de fer possible la incorporació a la programació —en aquest cas, d'àmbit local— de les missions de servei públic previstes per l'apartat 3 de l'article 26 LCA; l'organització i el funcionament d'aquest servei públic que, en definitiva, caldrà concretar en el reglament d'organització i de funcionament del servei i en el contracte programa.

El contracte programa, signat entre l'Administració titular del servei de televisió i l'ens gestor, respon a un doble objectiu. En primer lloc, és l'instrument a través del qual es fixen i es determinen els objectius concrets de servei públic recollits en el reglament de prestació d'organització i de funcionament del servei i que han de ser assumits tant per part de l'Administració competent com de l'entitat a la qual s'encarrega de forma directa la prestació del servei.

La segona funció del contracte programa és esdevenir l'instrument, de naturalesa pluriennal, a través del qual es garanteix un finançament estable i degudament sanejat en vista de les accions concretes descrites i assumides en seu d'aquest contracte programa, de forma proporcionada i transparent. En definitiva, el contracte programa constitueix el marc en què les missions de servei públic genèricament enunciades per part del reglament d'organització i de funcionament es concreten en

Taula 2. Límits a l'externalització del servei públic de televisió digital local

Vessant organitzatiu	No és externalitzable	- Màxims responsables de la gestió del servei. - Mínima estructura organitzativa. - Recomanació: adjunts a direcció.
Vessant d'elaboració de continguts i serveis audiovisuals	No és externalitzable	- Definició dels continguts i dels serveis audiovisuals que s'ofereixin. - Configuració de la graella diària. - Elaboració de l'escaleta i del desenvolupament dels continguts dels programes informatius. - Selecció de les persones convidades a tertúlies, debats i a d'altres formats de participació de grups polítics i socials significatius.

Font: Annex del document *Criteris d'interpretació dels límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local*.

accions i objectius molt més específics. Aquesta concreció no només té sentit en termes operatius, sinó que és la base a partir de la qual es podran quantificar, precisament, els costos de la prestació del servei públic i es podrà dissenyar, a aquest efecte, un sistema de finançament específic dins dels marges generals que preveu la llei.

Pel que fa a l'abast de l'externalització en els serveis de televisió d'àmbit local, el document *Criteris* considera que la capacitat de decisió sobre els elements definidors de la programació ha de mantenir-se en seu pública, és a dir, sota el control de l'ens o la societat gestora del servei. En aquest sentit, per tal d'establir quins són els límits d'una possible externalització de la gestió de la prestació del servei públic de televisió digital d'àmbit local, el document analitza els dos vessants que incideixen en aquesta capacitat de decisió: l'organitzatiu i el d'elaboració dels continguts i dels serveis audiovisuals (vegeu la taula 2).

El document *Criteris d'interpretació* considera que el recurs a la participació privada, entesa com l'encàrrec a tercers d'alguna o d'algunes de les prestacions que integren el servei de televisió local, pot anar des de l'edició i la producció d'un programa o programes fins a la cessió d'un plató, o fins a la contractació de professionals, sempre que aquesta externalització no comporti la pèrdua, per part del gestor públic, de la capacitat de definir els continguts de la programació i dels serveis audiovisuals que s'ofereixin.

Un cop establerts els límits a l'externalització, el document analitza els supòsits en què els prestadors de serveis de televisió de gestió privada podran emetre continguts per encàrrec de les administracions públiques. D'acord amb el tenor literal de l'apartat 4 de l'article 36 de la LCA,³⁷ malgrat que es prohibeix amb caràcter general que l'ens o l'organisme públic responsable de la gestió directa del servei audiovisual d'àmbit local pugui contractar la prestació del servei públic, s'estableix, no obstant això i de manera excepcional que, per motius tècnics, econòmics, demogràfics o altres de naturalesa anàloga, les administracions públiques puguin encarregar als prestadors privats que difonguin continguts de servei públic. Aquests motius, s'apunta en el document *Criteris*, han de ser excepcionals i puntuals. En cap cas no pot constituir un recurs habitual per prestar el servei públic de televisió d'àmbit local. Atesa aquesta excepcionalitat, cal que la concurrència d'aquests motius sigui degudament justificada per l'ens públic corresponent davant del CAC.

D'acord amb això, el document enuncia els criteris bàsics sobre els quals el CAC s'haurà de pronunciar, prèvia petició dels consorcis o ajuntaments responsables de la prestació del servei públic:

- a. que els ens o organismes responsables de la gestió no puguin prestar directament el servei públic establert a l'article 32 de la LCA, per motius tècnics, econòmics, demogràfics o de naturalesa anàloga;
- b. que els continguts difosos pel prestador privat compleixin amb les missions de servei públic audiovisual previstes a la LCA i al contracte programa;
- c. que la responsabilitat editorial dels continguts difosos correspongui sempre a l'ens o a l'organisme públic contractant, i
- d. que no hi hagi cap prestador de servei de televisió de titularitat pública que emeti en la mateixa demarcació.

2.5.3. Actuacions del CAC en relació amb l'ús dels telèfons 905 en els concursos televisius

El 8 d'octubre de 2008, el Ple del CAC va aprovar iniciar un seguit d'actuacions amb l'objectiu de fer palesa la seva preocupació en relació amb l'ús dels telèfons 905 en els concursos televisius.

Cal tenir en compte que, d'acord amb el Pla estatal de numeració telefònica, aprovat pel Reial decret 2296/2004, de 10 de desembre,³⁸ els telèfons amb prefix 905 s'inclouen, juntament amb els 803, 806, 807 i 907, dins de les numeracions per a la prestació de serveis de tarifació especial, i tenen assignats, d'acord amb aquest Pla nacional, uns usos i serveis determinats (vegeu la taula 3).

Al seu dia, la incertesa jurídica generalitzada i els incompliments reiterats de la classificació dels prefixos 903 i 906 (entre d'altres, la inexistència d'informació sobre els preus i d'identificació de l'empresa prestadora del servei de tarifació addicional, ús del prefix 906 per a serveis d'adults) van comportar la implementació d'un pla d'acció governamental que va consistir, fonamentalment, en la migració de la prestació dels serveis de tarifació addicional als rangs de numeració 803, 806, 807 i 907, i en l'adopció, per part de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació (en endavant, SETSI), d'un codi de conducta que regulés la prestació d'aquests serveis.³⁹

Per contra, aquest no era el cas de la numeració 905, que no està subjecta a cap regulació específica. No existeixen ni un codi de conducta ni una comissió de supervisió específics que

37 L'apartat 4 de l'article 36 de la LCA estableix que "[...] Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual regulats per aquest títol no poden difondre continguts per encàrrec de les administracions públiques, llevat dels publicitaris i dels casos d'ens locals que no puguin prestar directament el servei públic establert pels articles 32 i següents, per motius tècnics, econòmics, demogràfics o altres de naturalesa anàloga, l'existència dels quals sigui apreciada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Els continguts objecte de contracte s'han d'orientar en tots els casos al compliment dels principis del servei públic audiovisual que determina aquesta llei. Sens perjudici de l'aplicació de la legislació sobre contractes de les administracions públiques, la responsabilitat editorial d'aquests continguts també correspon a l'ens públic contractant."

38 <<http://www.boe.es/boe/dias/2004/12/30/pdfs/A42372-42396.pdf>>

39 <<http://www.boe.es/boe/dias/2004/09/30/pdfs/A32735-32741.pdf>>

deri oportunes davant de la possibilitat que aquests concursos de televisió que utilitzen els prefixos 905 es poguessin incloure en la categoria *jocs d'atzar* i, per tant, requerir l'autorització administrativa prèvia i preceptiva.

En l'Acord del Ple del Consell núm. 151/2008⁴⁵ adreçat a la SETSI, se li sol·licita que valori la conveniència de considerar els telèfons amb prefix 905 en la categoria de *serveis de tarificació addicional* (com els 803, 806 i altres) per tal que se'ls pugui aplicar el codi de conducta per a la prestació de serveis de tarificació addicional,⁴⁶ aprovat el 2004, i, per tant, les persones usuàries d'aquests serveis puguin disposar de més protecció davant de possibles abusos.

Finalment, el CAC va donar trasllat de l'Acord 152/2008⁴⁷ a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (en endavant, CMT), que és l'organisme competent per, entre d'altres, assignar els recursos públics de numeració i que, en conseqüència, ha de vetllar perquè aquesta assignació es realitzi en les condicions establertes al Pla estatal de numeració i en les seves disposicions de desenvolupament, i els recursos assignats s'utilitzin per la finalitat especificada en la sol·licitud de la persona titular de l'assignació, llevat que la CMT n'autoritzi expressament la modificació.

3. Estat

3.1. Aprovada la normativa que regula els serveis SMS i MMS premium

L'Ordre del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç ITC/308/2008, de 31 de gener,⁴⁸ reguladora dels serveis de missatges curts de text (SMS) i dels missatges multimèdia (MMS), inclou de forma destacada la modalitat que permet descarregar logos, melodies i altres continguts. Aquests últims serveis, coneguts com a premium, comporten a la persona usuària una tarificació addicional a la del servei suport de telecomunicacions, i utilitzen habitualment números curts per a la seva prestació. Aquesta nova disposició està especialment dirigida a la protecció dels drets de les persones usuàries en haver-se detectat inconvenients semblants als plantejats fa uns anys pels serveis de tarificació addicional vocals, que es van superar amb la normativa específica aprovada pel Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç l'any 2004, que incloïa l'atribució dels codis de numeració telefònica 803, 806, 807 i 907.

Els principals aspectes introduïts per la nova regulació són els relatius al dret de desconnexió de la persona usuària, a la prohibició d'encadenament de missatges, a la informació

sobre els preus i continguts, a la nova numeració i al desglossament de les factures.

Pel que fa al dret de desconnexió, l'Ordre ITC/308/2008, de 31 de gener, imposa als prestadors del servei telefònic l'obligació de garantir a les persones abonades el dret a la desconnexió dels serveis de tarificació addicional basats en l'enviament de missatges curts. La implantació d'aquest mecanisme ha de permetre a la persona abonada, prèvia sol·licitud al seu operador de telefonia, que des del seu telèfon s'impedeixi enviar missatges de cost superior a un SMS ordinari, o amb determinats continguts per a persones adultes.

Quant a l'encadenament de missatges i serveis de subscripció, amb la nova regulació no està permès que s'exigeixi a les persones consumidores enviar dos o més missatges consecutius, subjectes a tarificació addicional, per tal de sol·licitar un servei. Amb això s'impedeixen tot tipus de pràctiques, amb les quals es desvirtuaven els nivells màxims de preus fixats per a cada modalitat de servei. Així mateix, es presta una atenció especial als serveis de subscripció. En particular, es garanteix l'existència de procediments harmonitzats d'alta i de baixa en aquests serveis, fet que redueix el risc d'altres inadvertides i facilita a les persones usuàries la tasca de donar-se de baixa. L'incompliment per part dels prestadors de serveis d'aquestes disposicions contingudes en aquesta regulació comportarà la cancel·lació en l'assignació del número per part de la Comissió de supervisió corresponent.

En relació amb la informació sobre els preus i els continguts, l'Ordre ITC/308/2008, de 31 de gener, millora les obligacions d'informació que s'ha de subministrar a les persones abonades sobre els preus i continguts dels serveis. Per aquest motiu, a banda d'elaborar un pla de publicitat adequat, s'exigeix a les persones titulars dels nous números curts que enviïn a les persones usuàries un o diversos missatges informatius sobre la seva identitat, el tipus de continguts i el preu del servei subministrat. En el supòsit que el missatge serveixi per participar en un concurs, votació, etc., la persona usuària haurà de rebre un missatge de confirmació de la seva participació en l'esdeveniment.

Quant a la nova numeració, l'Ordre habilita uns nous rangs de numeració curta que cal utilitzar obligatòriament per a prestar els serveis de tarificació addicional basats en l'enviament de missatges. Així, com indica la taula 4, els números passaran de les quatre xifres actuals a cinc o sis, de manera que els primers dígitos indiquin el rang de preus i el tipus de servei. Està previst que els números curts de preu inferior a 1,2 euros comencin per 2; els que superin aquest preu i estiguin per sota de 6 euros, per 3; els serveis de subscripció, per 79, i els serveis

45 <https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/altres/Ac._151-2008_Utilitzaci__tel_fons_905_concursos_Secretaria_d_Estat_de_Telecomunicacions_.doc>

46 <<http://www.boe.es/boe/dias/2004/09/30/pdfs/A32735-32741.pdf>>

47 <https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/altres/Ac._152-2008_Utilitzaci__tel_fons_905_concursos_Comissi__del_Mercat_de_Telecomunicacions_.doc>

48 <<http://www.usuariosteleco.es/NR/rdonlyres/6A157716-A174-4FFC-A782-D08CAA365677/24754/OrdenSMS2008.pdf>>

Taula. 4. Quadre resum de les mesures incloses a l'Ordre ITC/308/2008, de 31 de gener, reguladora dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges

	Situació actual	Situació amb la nova Ordre
Longitud dels números	4 xifres	5 i 6 xifres
Segmentació de la numeració per preus i tipus de servei	No existeix segmentació	Existeix segmentació per preus i continguts.
Rangs de numeració utilitzats	5XYZ 7XYZ (i d'altres números aïllats: 343, etc.)	2XYAB → Preu de missatges enviats ≤ 1,2 euros → Missatge informatiu posterior 3XYAB → 1,2 euros < Preu de missatges enviats ≤ 6 euros → Missatge informatiu previ i confirmació 79YABM → Subscripció (Preu de missatges rebuts ≤ 1,2 euros) → Missatge informatiu previ i confirmació 99YABM → Persones adultes (Preu de missatges enviats ≤ 6 euros) → Missatge informatiu previ i confirmació
Gestió i control de la numeració	Per part dels operadors mòbils	Per part de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions
Tipologia dels números	Interns dels operadors mòbils	Recursos públics de numeració
Titularitat dels números	Operadors mòbils	Operadors d'emmagatzemament i reenviament de missatges (proveïdors de serveis <i>premium</i>)
Mesures específiques de protecció a les persones usuàries	Sense normativa legal (autoregulació)	Amb normativa: - Dret de desconnexió - Facturació desglossada - Sense tall del servei telefònic per impagament davant d'un desacord en la facturació - Missatges informatius sobre preus, tipus de servei i nom del proveïdor - Missatges informatius sobre el resultat d'actuacions sol·licitades (votacions, etc.) - Prohibit l'encadenament de missatges

Font: Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç <<http://www.mityc.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/documents/nordenspremium070208.pdf>>

amb continguts per a persones adultes, per 99. La nova numeració s'assignarà als operadors que subministrin aquests serveis *premium* des de les seves plataformes, principalment mitjançant els operadors del servei telefònic mòbil.

En virtut de l'anterior, la CMT ha aprovat, mitjançant la Resolució de 31 de juliol de 2008,⁴⁹ l'assignació de nous números curts a una cinquantena d'empreses que han sol·licitat la nova numeració per tal de prestar serveis basats en l'enviament d'SMS i MMS *premium*, d'acord amb els termes establerts per l'Ordre ITC/308/2008, de 31 de gener. La Resolució de la CMT especifica en els annexos la relació d'empreses que han rebut aquesta nova numeració.

Finalment, l'Ordre obliga els operadors telefònics a presentar a les factures de les persones abonades, sempre que no hagin manifestat que no volen rebre la seva facturació desglossada, la distinció entre el servei telefònic i el de missatges, com també que dins d'aquesta darrera categoria es desglossin i se separin, quan sigui possible, els missatges de tarifació addicional dels de la resta. Així, si la persona abonada no paga la part corresponent a la tarifació addicional per discrepàncies en la facturació, no se li podrà suspendre ni el servei telefònic ni el servei bàsic de missatgeria, únicament el de tarifació addicional.

Totes aquestes mesures han de ser aplicables en el termini de nou mesos des que l'Ordre entri en vigor, termini que ha de servir per elaborar el codi de conducta de la prestació d'aquests serveis mitjançant els SMS i MMS *premium*.

Amb posterioritat, ha estat aprovada l'Ordre ITC/3237/2008, d'11 de novembre,⁵⁰ de modificació de l'Ordre dictada el 31 de gener de 2008, la qual elimina els terminis establerts al gener i condiona la implementació de les obligacions relatives als SMS i MMS *premium* a la publicació del codi de conducta d'aquests serveis. Així doncs, tots els terminis d'aplicació indicats per l'Ordre ITC/3237/2008, d'11 de novembre, per la qual es modifica l'Ordre ITC/308/2008, comencen a comptar una vegada s'hagi publicat al BOE el codi de conducta esmentat, i no, com abans es preveia, dintre dels nou mesos des de la publicació de l'Ordre.

3.2. Nou reglament del domini públic radioelèctric

El Consell de Ministres va aprovar, el 23 de maig, el Reial decret 863/2008, pel qual s'aprova el Reglament de desenvolupament de la Llei de l'Estat 32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions, en relació amb l'ús del domini públic radioelèctric.⁵¹

La Llei general de telecomunicacions de 2003 va instaurar un

nou marc regulador pel que fa a la planificació i la gestió de l'espectre radioelèctric, introduint la regulació comunitària a l'ordenament jurídic estatal, previsions relatives a la garantia de l'ús eficaç i eficient de l'espectre radioelèctric com a principi rector que ha de guiar la planificació i l'assignació de freqüències per part de l'Administració i el seu ús per part dels operadors de comunicacions electròniques. Així mateix, aquesta Llei obre la possibilitat de la transferència dels títols habilitants i de la cessió de drets d'ús de l'espectre radioelèctric en les condicions que es determinin reglamentàriament. A més, l'article 44 estableix que el Govern de l'Estat ha de desenvolupar de manera reglamentària les condicions de gestió del domini públic radioelèctric, l'elaboració dels plans per a la seva utilització i els procediments d'atorgament dels drets d'ús del domini esmentat.

El Reglament aprovat el 2008 desenvolupa aquestes previsions i constitueix el document regulador bàsic per al desenvolupament i l'aplicació de criteris i procediments innovadors en matèria de planificació i de gestió de xarxes i serveis de comunicacions sense fils. La nova disposició general també inclou els plantejaments del marc regulador de les comunicacions electròniques a la Unió Europea i, en particular, els que s'estableixen a la Directiva 2002/21/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a un marc regulador comú de les xarxes i els serveis de comunicacions electròniques⁵² (coneguda com a Directiva marc), a la Directiva 2002/20/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a l'autorització de xarxes i de serveis de comunicacions electròniques⁵³ (coneguda com a Directiva autorització) i a la Decisió 676/2002/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, sobre un marc regulador de la política de l'espectre radioelèctric a la Comunitat Europea⁵⁴ (Decisió espectre radioelèctric). A l'hora d'elaborar el nou Reglament, s'han tingut en compte les tendències marcades en la proposta de la Comissió Europea d'un nou marc regulador de les comunicacions electròniques a la Unió Europea, feta pública el 13 de novembre de 2007.⁵⁵

Com a aspectes fonamentals del nou Reglament, cal destacar la consideració relativa a la utilització del domini públic radioelèctric, que es farà d'acord amb una planificació prèvia que delimiti les bandes i els canals atribuïts a cadascun dels serveis i que s'adreça a garantir la prestació dels serveis i l'absència d'interferències. Aquesta planificació s'ha de dur a terme fonamentalment mitjançant el quadre estatal d'atribució de freqüències i els plans tècnics estatals de radiodifusió sonora i televisiva.

Quant als plans tècnics estatals de radiodifusió sonora i tele-

49 <http://www.cmt.es/es/registros_publicos/numeracion/anexos/RE-2008-7-31-15-1.pdf>

50 <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/11/13/pdfs/A44954-44956.pdf>>

51 <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/07/pdfs/A26305-26320.pdf>>

52 <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:108:0033:0033:ES:PDF>>

53 <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:108:0021:0032:ES:PDF>>

54 <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:108:0001:0006:ES:PDF>>

55 Vegeu l'apartat 4.2 del capítol 1 de l'*Informe sobre l'audiovisual de Catalunya 2007* i l'enllaç <http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/library/proposals/index_en.htm>

visió, el Reglament preveu que correspon a l'Agència Estatal de Radiocomunicacions, organisme que encara no s'ha creat, l'elaboració dels projectes dels plans tècnics estatals de radiodifusió sonora i de televisió. Els projectes d'aquests plans tècnics s'han d'elaborar tenint en compte les necessitats de freqüències plantejades per les entitats i els organismes prèviament consultats, amb l'objectiu d'assolir una utilització racional, òptima i eficaç del domini públic radioelèctric.

El nou Reglament també fa referència al contingut mínim dels plans tècnics estatals de radiodifusió sonora i de televisió, que han d'establir, com a mínim, les freqüències d'emissió, els blocs de freqüències o, si escau, els canals radioelèctrics per tal de proporcionar serveis de qualitat tècnica satisfactòria a les zones de servei expressament definides, així com qualssevol altres paràmetres tècnics de referència o qualssevol altres disposicions administratives que siguin necessàries.

Així mateix, es regula l'ús del domini públic radioelèctric, que podrà ser de tres tipus: a) comú; b) especial; o c) privatiu. Pel que fa a aquest últim, d'acord amb l'article 45 de la Llei general de telecomunicacions, l'atorgament del dret d'ús privatiu del domini públic radioelèctric ha de revestir o bé la forma d'autorització administrativa, o la d'afectació demanial, o la de con-

cessió administrativa. En aquest sentit, s'estableix l'ús eficaç i eficient com a condicions permanentment exigibles a les persones titulars dels drets d'ús.

El nou Reglament també detalla els procediments d'obtenció i el règim jurídic dels títols habilitants per als diferents usos del domini públic radioelèctric i, en especial, els relatius a la utilització dels recursos òrbita-espectre, la prestació de serveis de radiodifusió sonora i televisiva, i el seu ús per a finalitats experimentals i esdeveniments de curta durada.

Pel que fa a la transferència de títols habilitants, se'n pot traspassar la titularitat, total o parcial, mentre que en la cessió a tercers dels drets d'ús privatiu del domini públic radioelèctric, es pot transmetre el dret a utilitzar determinades freqüències vinculades al títol. Aquesta cessió de drets d'ús del domini públic radioelèctric pot adoptar dues modalitats: a) per períodes superiors a sis mesos i b) per períodes de fins a sis mesos. Així mateix, aquesta cessió pot ser per una part de l'àmbit geogràfic del títol o per una part de les freqüències o bandes de freqüències atorgades. D'aquesta forma, s'estableixen les condicions necessàries per crear un mercat secundari de l'espectre (mercat que s'origina amb la possibilitat de comercialitzar l'espectre radioelèctric i convertir-lo en un dret negociable entre els

Taula 5. Serveis amb freqüències reservades en les bandes indicades susceptibles de transferència parcial de títol o de cessió a tercers dels drets d'ús del domini públic radioelèctric

Serveis	Bandes de freqüències
Serveis disponibles al públic de radiocerca i de radiomissatgeria (<i>Paging</i>)	68 - 87,5 MHz 146 - 174 MHz 406,1 - 430 MHz 440 - 470 MHz
Comunicacions mòbils en un grup tancat de persones usuàries	68 - 87,5 MHz 146 - 174 MHz 223 - 235 MHz 410 - 430 MHz 440 - 470 MHz 870 - 876 / 915 - 921 MHz
Serveis d'accés ràdio disponibles al públic	24,5 - 26,5 GHz
Servei fix punt a punt	1.427 - 1.452 / 1.492 - 1.518 MHz 1.525 - 1.530 MHz 2.025 - 2.110 / 2.200 - 2.290 MHz 2.290 - 2.300 MHz 3.600 - 4.200 MHz 4.500 - 5.000 MHz 5,9 - 6,4 / 6,4 - 7,1 GHz 7,725 - 7,795 GHz / 8,025 - 8,275 GHz 10,449 - 10,680 GHz 12,75 - 13,25 GHz 14,47 - 14,753 / 14,865 - 15,173 GHz 15,285 - 15,350 GHz 17,7 - 19,7 GHz 21,2 - 21,4 GHz 22,0 - 22,6 / 23,0-23,6 GHz 27,9405 - 28,4445 / 28,9485 - 29,4525 GHz 27,8285 - 27,9405 GHz 31,0 - 31,3 GHz 37,0 - 29,5 GHz

Font: Annex del Reial decret 863/2008, de 23 de maig.

operadors de telecomunicacions). En qualsevol cas, la transferència parcial de títols habilitants o la cessió de drets d'ús privatiu del domini públic radioelèctric només podrà ser autoritzada en les freqüències reservades en les bandes incloses en l'annex del Reglament (vegeu la taula 5). En canvi, la transferència total podrà ser autoritzada amb independència de la banda de freqüències afectada.

Les freqüències incloses en l'annex del Reglament (taula 5) ocupen la major part de l'espectre radioelèctric i són d'ús habitual per part dels diferents operadors i agents. Mitjançant aquestes freqüències es poden establir radioenllaços o canals entre dos punts concrets per transmetre via ràdio una multiplicitat de serveis de comunicacions (servei fix punt a punt), prestar serveis de radiocerca o serveis de telefonia mòbil corporativa (comunicacions mòbils en un grup tancat de persones usuàries), així com prestar serveis de telefonia, accés a internet i, fins i tot, canals de televisió a través d'un accés sense fils en la part final de la xarxa i sense haver de cablar individualment els domicilis particulars.

A banda, el Reglament també preveu que es creï un registre públic de concessionaris de drets d'ús privatiu de l'espectre radioelèctric, accessible per internet, pel qual es donarà publicitat de les característiques tècniques i dels noms de les persones titulars dels drets d'ús, per reforçar la informació i la transparència en la gestió de l'espectre. Aquest registre s'ha de posar en funcionament en el termini màxim de sis mesos a comptar des que entri en vigor del reglament.

D'altra banda, el nou Reglament introdueix modificacions importants d'alguns procediments, com els actualment establerts per obtenir recursos òrbita-espectre, mitjançant les quals es busca més agilitat i flexibilitat en la gestió d'aquest recurs escàs, reduint-ne la càrrega i la intervenció administrativa.

Finalment, l'Ordre estableix un procediment flexible que permet que, mitjançant una ordre del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, es pugui modificar la relació de freqüències en les quals hi ha limitació del nombre de títols habilitants, així com la de les freqüències susceptibles de transferència parcial o cessió de drets d'ús, en funció del mercat, de les necessitats dels operadors de fer un ús més intensiu de determinades bandes de freqüències i de les directrius de la Unió Europea.

3.3. Mandat marc a la CRTVE

S'ha publicat al BOE de 30 de juny de 2008 el Mandat marc a la Corporación RTVE,⁵⁶ previst als articles 4 i 25 de la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal. Aquest document va ser aprovat pels plens del Congrés dels Diputats i del Senat, en les sessions d'11 i 12 de desembre de 2007, respectivament,⁵⁷ i va entrar en vigor l'1 de gener de 2008.

Per tal de possibilitar a la Corporación RTVE el compliment de la funció de servei públic de la ràdio i la televisió estatal mitjançant les seves societats filials —la Sociedad Mercantil Estatal RNE i la Sociedad Mercantil Estatal TVE— la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, encarrega a les Corts Generals fixar els objectius de servei públic que ha de desenvolupar la Corporación RTVE, per períodes de nou anys, i denomina mandat marc l'instrument normatiu en què s'han de plasmar. El mandat marc emanat de les Corts Generals esdevé l'eina bàsica per a la concreció del model de radiotelevisió estatal i el compliment dels objectius generals de la funció de servei públic de la Corporación RTVE. D'aquí que els contractes programa que s'acordin per períodes de tres anys entre el Govern de l'Estat i la Corporación RTVE en tot cas hagin de respectar les línies estratègiques que s'hi contenen.

El document publicat al BOE de 30 de juny s'estructura en set capítols, amb 57 articles, dues disposicions transitòries i dues de finals. En aquests set capítols s'estableixen la definició, l'objecte, la vigència i la revisió del mandat marc (capítol I); els objectius generals de la funció de servei públic de la Corporación RTVE (capítol II); els objectius programàtics de la funció de servei públic (capítol III); les línies estratègiques de continguts, emissió i producció (capítol IV); les obligacions financeres (capítol V); la innovació, la recerca i el desenvolupament del servei públic de la Corporación RTVE (capítol VI); i les relacions institucionals (capítol VII).

Com s'ha esmentat, la vigència del mandat marc és de nou anys, comptadors des de l'1 de gener de 2008. Transcorregut aquest termini, es considerarà prorrogat fins que se n'aprovi un de nou. Durant el període de vigència, el mandat marc només pot ser revisat si així ho decideixen les Corts Generals, amb els informes previs de la denominada autoritat audiovisual i del Consell d'Administració de la Corporación RTVE. La comissió mixta de control parlamentari de la Corporación RTVE i les seves societats i l'autoritat audiovisual són els òrgans encarregats de controlar el compliment de les funcions de servei públic.

El capítol II (articles 7 a 20) inclou previsions relatives a objectius generals de servei públic, defensa i difusió dels valors constitucionals, contribució a la vertebració i la cohesió territorial; independència, pluralisme, neutralitat, imparcialitat i rigor; defensa de la pluralitat social espanyola, respecte als principis ètics; promoció dels interessos espanyols al panorama internacional; respecte a la intimitat, l'honor i la pròpia imatge; compromís i igualtat entre homes i dones; protecció de la infància i la joventut; defensa dels drets de les persones discapacitades; difusió de la llengua castellana i les altres llengües oficials a l'Estat; promoció de la societat de la informació; defensor de l'espectador, oient i usuari de mitjans interactius. Entre d'altres, cal remarcar els objectius generals de servei públic de la

56 <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/30/pdfs/A28833-28843.pdf>>

57 <http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CONG/DS/PL/PL_306.PDF> i
<<http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/senado/ds/PS0142.PDF>>

Corporación RTVE, que inclouen la producció, l'edició i la difusió d'un conjunt de canals de ràdio, televisió i mitjans interactius i internet amb continguts de qualitat diversos i equilibrats per a tot tipus de públic, cobrint tots els gèneres i destinats a satisfer necessitats d'informació, de cultura, d'educació i d'entreteniment de la societat espanyola, reflectint-ne la identitat i la diversitat cultural i lingüística, i promovent-ne el pluralisme i la participació.

Així mateix, la Corporación RTVE ha de contribuir a desenvolupar la societat de la informació, ha de fomentar el pluralisme, el debat democràtic, l'esperit crític i la participació de la ciutadania en el desenvolupament polític, social, econòmic i cultural de l'Estat, així com la resta de valors constitucionals, garantint-hi l'accés dels grups socials i polítics significatius. Per al compliment efectiu d'aquesta funció de servei públic és imprescindible que la Corporación RTVE aconsegueixi en el sector audiovisual una posició destacada que en garanteixi prou presència a la societat.

D'altra banda, el mandat marc defineix la Corporación RTVE com a subjecte actiu en la defensa dels drets previstos per l'article 20 de la Constitució espanyola. L'activitat de la Corporación s'ha de regir pels principis d'independència, neutralitat, pluralisme, imparcialitat i rigor.

Pel que fa al primer principi, la Corporación RTVE ha d'actuar amb absoluta independència, sense que pugui rebre instruccions, directrius o qualsevol classe d'indicació imperativa del Govern ni de l'Administració general de l'Estat, grups polítics, econòmics, socials o d'altres institucions o entitats. Quant al de neutralitat, la Corporación RTVE, en el desenvolupament de la seva activitat, no ha d'adoptar cap posicionament ideològic més enllà de la defensa dels valors constitucionals. La programació de la Corporación RTVE ha de donar cabuda a totes les opcions i opinions presents a la societat espanyola per a la correcta valoració i interpretació dels fets duts a terme per part de la ciutadania. Els punts de vista que s'han d'incloure vindran delimitats per la representació institucional, social o econòmica dels testimonis i per l'interès informatiu.

En relació amb el principi d'imparcialitat, la Corporación RTVE ha de mostrar els fets amb equanimitat, ha de clarificar-ne les causes i ha d'explicar els possibles efectes dels esdeveniments. L'opinió ha d'estar clarament identificada i diferenciada del relat que es faci dels fets. Quant al rigor en els continguts, la Corporación RTVE ha de ser extremament precisa amb la realitat dels fets, que han de ser suficientment contrastats mitjançant diverses fonts, i permanentment actualitzats. En aquest sentit, els errors que es poguessin detectar han de ser admesos i corregits, i s'ha d'assenyalar amb nitidesa tant l'omissió o l'error com la seva correcció.

En el capítol III (articles 21 a 28) s'estableixen els objectius programàtics de servei públic; l'adequació d'horaris respecte de l'audiència potencial; la programació informativa, a la qual la Corporación RTVE donarà prioritat; la programació d'entreteniment; la cobertura institucional i les comunicacions oficials; els processos electorals; el dret d'accés; i el dret de rectificació.

El capítol IV (articles 29 a 41) comprèn previsions relatives a l'oferta radiofònica, de televisió i de serveis d'informació en línia; a l'activitat cultural de l'orquestra i del cor de la Corporación RTVE; les línies estratègiques d'emissió, de producció i els seus objectius; els criteris de medició de la producció i de l'emissió; la contractació de produccions estatals, europees i iberoamericanes; les produccions cinematogràfiques; l'adquisició de drets d'emissió de cinema internacional; els esdeveniments esportius; i l'estructura i la dimensió de la Corporación RTVE.

Pel que fa a l'oferta dels serveis de ràdio, la Sociedad Mercantil Estatal Radio Nacional de España, a través de la seva marca RNE, ha d'oferir a la ciutadania mitjançant els mitjans i suports tecnològicament adequats: a) Un nombre suficient de canals que diferenciïn i identifiquin els continguts, el públic objectiu al qual s'adreça i els països i territoris que en rebran les emissions. b) Una programació que s'adeqüi a l'evolució social i a les expectatives i demandes de la societat espanyola. La programació i els continguts de proximitat s'oferiran mitjançant desconexions territorials. c) L'accés a aquesta oferta ha de tenir caràcter universal i gratuït, i ha d'estar present en els mitjans o suports tecnològics derivats del desenvolupament de la societat de la informació. S'utilitzaran les fórmules tecnològiques més adequades per una presència internacional en llengua castellana i les que estratègicament es considerin de més interès per a l'Estat. Els contractes programa han d'establir els objectius i les obligacions específiques que han de complir els diferents canals de ràdio, així com les seves programacions.

En relació amb l'oferta de serveis de televisió, la Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española, amb la seva marca d'identitat TVE, ha d'oferir a través dels diferents mitjans de difusió i dels suports tecnològicament adequats un nombre suficient de canals i una oferta de programació en cada un d'aquests que diferenciï, fins a l'apagada analògica: a) Una oferta generalista amb cobertura estatal amb continguts destinats a la informació, la formació i l'entreteniment. Aquesta programació s'ha de regir pels principis de qualitat i de rendibilitat social i ha de comptar amb programes informatius, els gèneres de ficció estatal i internacional, esports, pel·lícules per a televisió, infantil i juvenil, documentals, concursos i varietats, musicals i religiosos tal com es cataloguen i registren per la Unió Europea de Radiodifusió (en endavant, UER). Els canals generalistes han d'oferir la possibilitat de desconexions per als circuits territorials que garanteixin l'accés als continguts de proximitat. b) Una oferta temàtica amb cobertura estatal. c) Una oferta internacional que reflecteixi la realitat informativa estatal i internacional.

Amb vista a l'apagada analògica, la Corporación RTVE ha d'elaborar un projecte de l'oferta de TVE per a la TDT amb l'objectiu d'aprofitar l'espectre de canals al seu càrrec i establir-ne un model clar de diversificació de l'oferta. La Corporación RTVE ha de mantenir una oferta generalista i una altra de temàtica que ha de tenir com a continguts bàsics la informació, l'esport i la joventut i la infància. Aquesta oferta temàtica pot completar-se amb canals dedicats a l'emissió de programes

culturals, documentals, musicals i/o programes amb formats de durada i continguts especials, experimentals i alternatius.

La Corporación RTVE ha de garantir la possibilitat de difondre continguts en alta definició produïts d'acord amb els estàndards tècnics que desenvolupi la UER.

L'oferta internacional ha de reflectir la realitat estatal i internacional en l'idioma castellà i en els idiomes que estratègicament es considerin de més interès per al compliment del servei públic. Aquesta oferta cobrirà, en emissió via satèl·lit, les àrees poblades d'Amèrica, Europa, Àfrica, Àsia i Oceania, amb especial preferència per Iberoamèrica i l'àrea mediterrània. L'accés tindrà caràcter universal i estarà present en els mitjans o suports tecnològics derivats del desenvolupament de la societat de la informació.

Finalment, tant pel que fa als serveis de ràdio com de televisió, es preveu que durant la vigència d'aquest primer mandat marc es faci un esforç organitzatiu i empresarial per modernitzar i millorar la qualitat dels continguts i augmentar-ne l'audiència, especialment mitjançant la captació de públic entre catorze i quaranta-cinc anys.

En relació amb l'oferta de serveis d'informació en línia, la Corporación RTVE posarà en marxa una plataforma que doni servei a l'audiència, oferint progressivament continguts interactius, amb especial interès en els protocols de les xarxes IP, internet i l'ús a través de dispositius de mobilitat. Aquesta plataforma ha d'actuar com a punt de trobada per a l'intercanvi, la distribució i la difusió de continguts. La Corporación RTVE, a través del seu Consell d'Administració, elaborarà un pla estratègic que prevegi les noves realitats tecnològiques, sociopolítiques, econòmiques o empresarials, i que, en qualsevol cas, ha de ser previst i acordat específicament al contracte programa.

Al capítol V del mandat marc es recullen les obligacions financeres (articles 42 a 49), amb previsions relatives al contracte programa; al model de gestió; a les obligacions pressupostàries; al finançament mixt; a la compensació de l'Estat per prestació del servei públic; a la comercialització i la publicitat (límits legals); a les inversions; a la responsabilitat social corporativa i deontològica; incorporant-hi, també, una guia de bones pràctiques.

El contracte programa que ha de subscriure el Govern de l'Estat i la Corporación RTVE té una durada prevista de tres anys i hi han de constar de forma detallada els compromisos adquirits per la Corporación RTVE. Així, ha d'especificar els objectius, les revisions pressupostàries i el nombre de llocs de treball per l'estructura territorial de la Corporación, d'acord amb les seves obligacions específiques de servei públic. Cada contracte programa ha de ser subscrit abans del 30 de juny del darrer any de vigència de l'anterior. Per complir amb aquesta previsió, la Corporación RTVE ha de presentar prèviament al Govern una proposta de contracte programa, abans de l'1 de

febrer. L'autoritat audiovisual ha d'emetre un informe al govern sobre el projecte de contracte programa, en relació amb totes aquelles qüestions relatives al seu àmbit de competència.

El capítol VI (articles 50 a 53) estableix totes aquelles previsions relatives a recerca, desenvolupament i innovació del servei públic (R+D+I i noves tecnologies; nous suports; patrimoni audiovisual; estudis, propostes i capacitació). Finalment, el capítol VII (articles 54 a 57) preceptua les relacions institucionals i inclou articles relatius als informes anuals de compliment del servei públic; als convenis amb institucions de l'Estat; les relacions amb empreses públiques de comunicació i les relacions amb associacions i entitats privades.

3.4. Desenvolupament de la Llei de l'Estat 55/2007, de 28 de desembre, del cinema

El Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre,⁵⁸ desenvolupa, sens perjudici de les competències de les comunitats autònomes, la Llei del cinema estatal⁵⁹ en les qüestions relatives a la qualificació de les obres cinematogràfiques i audiovisuals, a la seva nacionalitat, al Registre administratiu d'empreses cinematogràfiques i audiovisuals, a les normes per a les sales d'exhibició, a la regulació de les coproduccions amb empreses estrangeres, a les mesures de foment i als òrgans col·legiats amb competències consultives en aquestes matèries.

L'àmbit d'aplicació d'aquest Reial decret se circumscriu a les activitats de creació, producció, distribució i exhibició cinematogràfica i audiovisual que es duguin a terme per persones físiques residents a l'Estat i per persones jurídiques espanyoles i nacionals d'altres estats membres de la Unió Europea i de l'Espai Econòmic Europeu establerts a l'Estat d'acord amb l'ordenament jurídic.

Cal assenyalar que, entre els articles del Reial decret, s'han qualificat com a bàsics l'apartat 3 de l'article 9, en relació amb el Registre administratiu d'empreses cinematogràfiques i audiovisuals, i els articles 28 a 33, relatius a les previsions per a la realització de pel·lícules cinematogràfiques en coproducció amb empreses estrangeres.

Finalment, s'ha d'esmentar que la disposició addicional cinquena del Reial decret disposa la possibilitat que mitjançant l'acord entre un o diversos prestadors de serveis de televisió d'àmbit estatal i una o diverses associacions que agrupin la majoria dels productors cinematogràfics es podrà pactar la forma d'aplicar el percentatge del 5 per cent d'inversió obligatòria dels prestadors de serveis de televisió prevista a la disposició addicional segona de la Llei de l'Estat 15/2001, de 9 de juliol, de foment i promoció de la cinematografia i el sector audiovisual, respectant les proporcions que s'hi estableixen. El règim previst en aquest acord regirà respecte de les relacions que s'estableixin entre el prestador o els prestadors signants i tots els productors que actuïn en el seu àmbit d'aplicació, sen-

⁵⁸ <<http://www.boe.es/boe/dias/2009/01/12/pdfs/BOE-A-2009-503.pdf>>

⁵⁹ Vegeu l'apartat 3.2 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

Taula 6. Classificació dels serveis prestats mitjançant els prefixos 905

Xifra	Modalitats de servei	Forma de tarifació	Preu màxim a la persona que truca
0		Reservat	
1	Entretenment, usos professionals i televot		0,30 euros (xarxes fixes) 0,75 euros (xarxes mòbils)
2	Entretenment i usos professionals		0,60 euros (xarxes fixes) 1,05 euros (xarxes mòbils)
3		Reservat	
4	Entretenment i usos professionals		1,20 euros (xarxes fixes)
5			1,65 euros (xarxes mòbils)
6		Reservat	
7	Televot		0,60 euros (xarxes fixes) 1,05 euros (xarxes mòbils)
8	Televot		1,20 euros (xarxes fixes) 1,65 euros (xarxes mòbils)
9		Reservat	

Font: Resolució, de 4 de desembre de 2008, de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, per la qual s'atribueix el codi telefònic 905 a la prestació de serveis de tarifació addicional.

se que se'n pugui limitar el compliment als productors membres de l'associació o associacions que l'haguessin subscrit.

Prèviament a signar l'acord, les parts hauran de sol·licitar a la Comissió interministerial de seguiment creada per l'article 10 del Reial decret 1652/2004, de 9 de juliol, pel qual s'aprova el Reglament que regula la inversió obligatòria per al finançament anticipat de llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics i pel·lícules per a televisió, europees i espanyoles,⁶⁰ que n'informi sobre la conformitat, d'acord amb el que preveu aquesta disposició addicional del Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre.

3.5. Nova regulació de l'ús dels telèfons 905

La SETSI ha aprovat el 4 de desembre de 2008, una Resolució mitjançant la qual es regula l'ús del prefix 905,⁶¹ al qual s'atribueix la consideració de servei de tarifació addicional. Aquesta actuació normativa actualitza la regulació dels diferents serveis de tarifació addicional, atès que, amb anterioritat, ja s'havien regulat els números 803, 806 i 807.

Entre altres instàncies,⁶² la SETSI havia detectat que el prefix telefònic 905 s'utilitzava per a serveis de tarifació addicional. Aquest prefix estava atribuït a destinacions amb trucades massives, sobretot per sondeigs i concursos en serveis de comunicació audiovisual. La protecció de les persones usuàries d'aquest tipus de serveis va fer que aquest prefix fos declarat com de tarifació addicional (en comptes d'especial, com ho era fins aleshores), consideració que permet a les persones usuàries d'aquests serveis gaudir de les garanties que ja s'aplicaven als telèfons 803, 806 i 807.

A conseqüència de la declaració del prefix 905 com de tarifació addicional, els telèfons 905 estan obligats a respectar el Codi de conducta que regeix per la prestació de serveis de tarifació addicional.⁶³ En aquest Codi, s'inclouen obligacions relacionades amb la publicitat dels serveis, on haurà d'aparèixer, entre d'altres, la persona responsable i el preu; amb la necessitat que, cada vegada que es marquen aquests números, s'informi, mitjançant una locució, del preu de la trucada; les obligacions especials per a la protecció dels menors, tant en la publicitat com en el contingut dels serveis.

L'incompliment del Codi de conducta, pel qual vetlla la Comissió per la Supervisió dels Serveis de Tarifació Addicional, comporta la cancel·lació del telèfon 905 assignat. En cas que la mateixa entitat prestadora de serveis mitjançant aquest prefix l'incompleixi reiteradament, el Codi obliga l'operador telefònic a rescindir-ne el contracte amb l'operador de telefonia, fet que implica la retirada de tots els seus números 905.

A les factures que rebin les persones usuàries s'ha de desglossar la part que es paga a l'operador per la trucada i la part que es paga al prestador del servei. D'aquesta manera, si la persona usuària no està d'acord amb aquesta última i només paga la part del servei telefònic, no pot ser suspesa per l'operador de tots els serveis telefònics que rep. En aquest sentit, les persones usuàries disposen de l'anomenat "dret de desconnexió", és a dir, poden adreçar-se al seu operador perquè inhabiliti la possibilitat d'accedir a aquests números, per tant, aquella persona usuària que exerceixi aquest dret no podrà accedir a aquests números des de la seva línia telefònica.

A més, la Resolució conté una classificació dels serveis pres-

60 <<http://www.boe.es/boe/dias/2004/07/20/pdfs/A26264-26281.pdf>>

61 <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/12/12/pdfs/A50048-50049.pdf>>

62 Vegeu l'apartat 2.5.3. d'aquest mateix capítol.

63 <<http://www.boe.es/boe/dias/2004/09/30/pdfs/A32735-32741.pdf>>

tats mitjançant el número 905. Com s'observa a la taula 6, en funció de la quarta xifra, les persones usuàries podran obtenir informació en relació amb el servei prestat i el preu. S'estableixen tres nivells de preus, que van des dels 30 cèntims fins a l'1,2 euros per trucada des de les xarxes fixes, i es prohibeix la facturació per temps. Aquestes obligacions tenen per objecte proporcionar més transparència en la prestació d'aquests serveis, i garantir la protecció de la persona usuària, que tindrà més informació (a través de la publicitat de les factures).

La Resolució de la SETSI estableix un seguit d'obligacions i terminis en relació amb l'aplicació als telèfons 905 del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional; a la inserció de la locució en les modalitats d'entreteniment i usos professionals i en la modalitat denominada "televot"; a l'exercici del dret de desconnexió previst per l'article 113 del Reglament aprovat pel Reial decret 424/2005, de 15 d'abril, i al desglossament de les factures previst a l'apartat 3 de l'article 8 de l'Ordre PRE/361/2002.

Pel que fa a l'aplicació del Codi de conducta als telèfons 905 i a la inserció de la locució, estableix un termini de tres mesos des que la CMT faci públiques les noves assignacions de telèfons 905 necessàries per tal d'adequar aquesta numeració a les previsions establertes a la Resolució de la SETSI. En canvi, tenen una data concreta d'entrada en vigor l'exercici del dret de desconnexió (el gener de 2009)⁶⁴ i el desglossament de les factures (el març de 2009).⁶⁵

Finalment, i en relació amb els concursos televisius que utilitzen el codi telefònic 905 per vehicular-ne la participació, l'apartat 1.3 de la Resolució de 4 de desembre estableix l'obtenció preceptiva d'una autorització administrativa "quan els serveis prestats impliquin la pràctica de combinacions aleatòries amb finalitats publicitàries o promocionals, així com rifes o concursos [...]"; d'acord amb la Resolució esmentada "[...] necessitaran, de conformitat amb la normativa vigent, l'autorització prèvia del Ministeri d'Economia i Hisenda, atorgada per l'entitat pública empresarial Loterías y Apuestas del Estado".

3.6. Ordre ITC/3808/2008, de 23 de desembre, per la qual es designa Telefónica de España, SAU com l'operador obligat a prestar el servei universal de telecomunicacions

El Reglament sobre les condicions per prestar serveis de comunicacions electròniques, el servei universal i la protecció de les persones usuàries, aprovat pel Reial decret 424/2005, de 15 de abril,⁶⁶ estableix el procediment de designació d'operadors obligats a prestar el servei universal, i amb això la possibilitat que s'efectuï mitjançant una Ordre del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. Aquest procediment preveu la realització d'una consulta pública prèvia per determinar si existeixen operadors interessats, i en quines condicions, a prestar algun dels elements que conformen el servei universal de telecomunicacions en alguna zona geogràfica.⁶⁷ D'acord amb els comentaris aportats en la consulta pública, el Ministeri d'Indústria va prendre la decisió de convocar el procediment de licitació pública per a la designació, mitjançant el procediment obert, de l'operador encarregat de prestar l'element del servei universal relatiu al servei de consulta telefònica sobre números d'abonat, convocatòria que s'ha efectuat mitjançant l'Ordre ITC/2833/2008, de 8 d'octubre.⁶⁸

Per a la resta de serveis que integren el servei universal de telecomunicacions, cap operador no va manifestar estar-hi interessat, tret de Telefónica de España, SAU. En virtut d'això, i d'acord amb l'apartat 1 de l'article 37 del Reglament sobre les condicions per a la prestació de serveis de comunicacions electròniques, el servei universal i la protecció de les persones usuàries, en el supòsit que només l'operador designat en el moment de la consulta pública (Telefónica de España, SAU) manifesti interès a prestar el servei universal, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç pot optar entre la convocatòria del procediment de licitació i la designació de l'operador esmentat.⁶⁹

Tal com estableix l'Ordre ITC/3808/2008, de 23 de desembre,⁷⁰ Telefónica de España, SAU compleix els requisits de l'article 38 per ser designat com l'operador obligat a realitzar la prestació del servei universal de telecomunicacions en haver estat declarat per la CMT com l'operador amb poder signi-

⁶⁴ Concretament, un mes després que entri en vigor la Resolució de 4 de desembre (punt núm. 5.2 de la Resolució).

⁶⁵ Aquesta previsió ha entrat en vigor tres mesos després que ho fes la Resolució de 4 de desembre (punt núm. 5.3 de la Resolució).

⁶⁶ <<http://www.boe.es/boe/dias/2005/04/29/pdfs/A14545-14588.pdf>>

⁶⁷ La consulta es va publicar mitjançant la Resolució de la SETSI, de 21 de desembre de 2005, al BOE núm. 310, de 28 de desembre. S'hi resumien les condicions de prestació del servei universal i contenia una exposició detallada del procés de designació d'operadors. També es convidava les empreses i organitzacions del sector de telecomunicacions, les organitzacions de consumidors i usuaris, i qualsevol persona física o jurídica interessada en el procediment de designació d'empreses encarregades de la prestació del servei universal a realitzar les contribucions que estimessin oportunes sobre l'aplicació del mecanisme de designació recollit en la consulta pública.

⁶⁸ Vegeu l'apartat 3.6. d'aquest mateix capítol.

⁶⁹ L'article 38 del Reglament sobre les condicions per a la prestació de serveis de comunicacions electròniques, el servei universal i la protecció de les persones usuàries disposa que qualsevol operador que tingui poder significatiu de mercat en el subministrament de la connexió a la xarxa telefònica pública i en la seva utilització des d'una ubicació fixa en una zona determinada o que estigui prestant el servei universal podrà ser designat, mitjançant una ordre del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, per prestar, dins d'aquesta zona, qualsevol dels elements inclosos en el servei universal.

⁷⁰ <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/12/31/pdfs/A52870-52871.pdf>>

ficatiu de mercat en els mercats d'accés a la xarxa telefònica pública en una ubicació fixa, per a clients residencials i no residencials.⁷¹

La designació de Telefónica de España, SAU com l'operador obligat a prestar el servei universal de telecomunicacions es concreta pels elements i els serveis que integren el concepte de servei universal de telecomunicacions, relatius a la connexió a la xarxa telefònica pública des d'una ubicació fixa i a l'accés al servei telefònic disponible al públic, a l'existència d'una oferta suficient de telèfons públics de pagament i l'elaboració i entrega a les persones abonades al servei telefònic disponible al públic de les guies corresponents.

Aquesta designació es realitza per al període comprès entre l'1 de gener de 2009, data en què finalitza la designació en vigor fixada en la disposició transitòria segona del Reglament aprovat pel Reial decret 424/2005, de 15 de abril,⁷² i el 31 de desembre de 2010. L'Ordre justifica aquest període, perquè es considera l'adequat per realitzar una anàlisi de les condicions de prestació en règim de competència dels diferents elements i serveis que conformen el servei universal de telecomunicacions, i per, en conseqüència, revisar amb la mateixa periodicitat les decisions sobre la designació de l'operador o operadors obligats a prestar aquest servei i, si escau, procedir a convocar els procediments de licitació per als diferents elements que conformen el servei universal de telecomunicacions.

3.7. Ordre ITC/3809/2008, de 23 de desembre, per la qual s'efectua l'adjudicació definitiva de la licitació convocada per a la designació de l'operador encarregat de la prestació de l'element de servei universal relatiu al servei de consulta telefònica sobre números d'abonat

Mitjançant l'Ordre ITC/2833/2008, de 8 d'octubre, es va convocar el procediment de licitació pública per a la designació, mitjançant procediment obert, de l'operador encarregat de prestar l'element del servei universal relatiu al servei de consulta telefònica sobre números d'abonat al qual es refereix la lletra b de l'apartat 2 de l'article 27 i l'article 31 del Reglament sobre les condicions per a la prestació de serveis de comunicacions electròniques, el servei universal i la protecció de les persones usuàries, aprovat pel Reial decret 424/2005, de 15 d'abril.⁷³

S'han presentat a aquesta licitació Telefónica de España, SAU, 11888 Servicio Consulta Telefónica, SA, i 11811 Nueva Información Telefónica, SAU. Les ofertes s'han valorat conforme als criteris establerts per la clàusula 12 del Plec de clàusules administratives i de prescripcions tècniques: a) forma de

prestació del servei i garanties de continuïtat; b) oferta tarifària; c) relacions amb les persones usuàries del servei; d) qualitat del servei; e) mesures especials per a persones usuàries amb discapacitat; i f) garanties addicionals (avals).

D'acord amb l'apartat 2 de l'article 134 de la Llei de l'Estat 30/2007, de 30 d'octubre, de contractes del sector públic,⁷⁴ s'ha constituït un comitè d'experts no integrat en l'òrgan proponent del contracte, que ha avaluat les ofertes en funció dels criteris de la clàusula 12 del Plec de clàusules administratives i de prescripcions tècniques i ha tramès el seu informe a la Mesa de contractació, que ha tingut en compte les puntuacions establertes en aquest informe i ha elevat la proposta de designar la societat Telefónica de España, SAU com l'operador encarregat de prestar l'element de servei universal relatiu al servei de consulta telefònica sobre números d'abonat.

Així, mitjançant l'Ordre del Ministre d'Indústria, Turisme i Comerç, de 27 de novembre de 2008, s'adjudica, de manera provisional, el procediment de licitació a favor de Telefónica de España, SAU. El Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç va elevar a definitiva aquesta adjudicació mitjançant l'Ordre ITC/3809/2008, de 23 de desembre.⁷⁵

3.8. Proposta de carta dels drets de les persones usuàries de les telecomunicacions

El 18 de juliol de 2008, el Ministeri d'Indústria i Comerç va fer pública⁷⁶ la intenció de preparar i aprovar, mitjançant un reial decret, una carta de drets de l'usuari de les telecomunicacions, per reforçar el nivell de protecció de les persones usuàries de les telecomunicacions. La proposta de carta conté un catàleg de drets de les persones usuàries i inclou mecanismes per protegir-les. Entre d'altres, recull aspectes com ara la velocitat d'accés a internet; els canvis d'operador; el contingut dels contractes i les seves modificacions; la factura telefònica; els mitjans de pagament, i els serveis d'atenció al client.

Pel que fa a la velocitat d'accés, es preveu que, amb caràcter previ a contractar internet, l'operador hagi d'informar la persona usuària de la velocitat màxima teòrica a què arribarà la seva línia. Davant de la proliferació d'ofertes d'altres velocitats que després poden no ser satisfetes, es prohibeix a l'operador que apliqui ofertes si la línia en qüestió no suporta una velocitat màxima teòrica que suposi el 80% de la velocitat anunciada a l'oferta. En cas contrari, s'haurà de realitzar una oferta amb una menor velocitat d'accés.

Els processos de portabilitat (canvi d'operador amb conservació del número) s'hauran de fer en un termini màxim de dos

⁷¹ Resolució de 28 de març de 2006, de la Presidència de la CMT, <<http://www.boe.es/boe/dias/2006/04/12/pdfs/A14264-14264.pdf>>.

⁷² La darrera modificació d'aquesta disposició transitòria l'ha efectuat el Reial decret 1768/2007, de 28 de desembre, en què es prorroga l'obligació de Telefónica de España, SAU de prestar el servei universal de telecomunicacions fins al 31 de desembre de 2008. <<http://www.boe.es/boe/dias/2007/12/29/pdfs/A53780-53781.pdf>>

⁷³ <<http://www.boe.es/boe/dias/2005/04/29/pdfs/A14545-14588.pdf>>

⁷⁴ <<http://www.boe.es/boe/dias/2007/10/31/pdfs/A44336-44436.pdf>>

⁷⁵ <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/12/31/pdfs/A52871-52872.pdf>>

⁷⁶ <<http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/NormasUsuariostelecomunicaciones.aspx>>

dies. Quan un operador detecti que la persona usuària s'ha donat d'alta amb un altre operador, haurà de considerar que se n'ha donat de baixa i no podrà seguir facturant-li. D'aquesta manera, es vol evitar que la persona usuària rebi factures amb posterioritat per no haver-se donat de baixa amb l'operador d'origen durant els processos de canvi.

Quant al contingut dels contractes, en la proposta de carta es recullen quinze aspectes que obligatòriament han de figurar-hi sempre. D'aquests, en destaquen les indemnitzacions per interrupció de servei, les formes de donar-se de baixa, la possible existència de períodes mínims o les dades de l'operador per presentar reclamacions. També es preveu que els operadors de comunicacions electròniques no puguin modificar les condicions que apliquen a les persones usuàries si aquest canvi no està expressament previst al contracte. A més, hauran d'avisar amb un mes d'antelació les persones usuàries, que se'n podran donar de baixa si no estan d'acord amb la modificació contractual.

En la proposta de document s'estableix el desglossament que obligatòriament hauran d'incloure totes les factures del servei telefònic fix i mòbil. A més, en cas que a la factura telefònica s'inclouguin càrrecs per altres serveis, s'hauran de separar, de manera que no es talli l'accés al servei telefònic per l'impagament de serveis diferents, per exemple, dels serveis de tarificació addicional (803, 806, 807 o SMS).

Pel que fa a l'atenció al client, l'operador estarà obligat a donar a les persones usuàries el número de referència de totes les gestions i reclamacions que efectui. Això facilitarà l'acreditació d'haver registrat les gestions si la persona usuària ha de reclamar. Atès que una gran part de les contractacions es realitza mitjançant el telèfon, l'operador estarà obligat a enviar a la persona usuària un document que contingui les ofertes a què s'acull, de manera que també pugui disposar d'una acreditació de les condicions que se li aplicaran.

3.9. Nou Registre públic de concessionaris de drets d'ús de l'espectre radioelèctric

L'11 de desembre de 2008, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç va posar en funcionament el Registre públic de concessionaris de drets d'ús de l'espectre radioelèctric, desenvolupant, d'aquesta manera, l'article 8 del Reglament sobre l'ús del domini públic radioelèctric, aprovat el mes de maig pel Consell de Ministres.⁷⁷

El Registre pretén augmentar la transparència dels processos d'atorgament de drets d'ús de l'espectre radioelèctric per a la prestació de serveis públics, mitjançant la publicitat de les característiques tècniques i els noms dels titulars dels drets esmentats, donant compliment a les exigències de la Unió Europea en aquestes matèries. A més de la identificació de les persones titulars i les característiques dels drets d'ús de l'espectre radioelèctric, el Registre aporta informació sobre si els drets esmentats són susceptibles de mercat secundari i si han estat obtinguts mitjançant una assignació directa de l'Administració o bé per un procediment de transferència o cessió.

El Registre és accessible al públic en general a l'adreça d'internet <http://oficinavirtual.mityc.es/SETSI_RegConcesiones/>.

3.10. Extensió de la cobertura de TDT en els processos de transició que finalitzen durant el primer semestre de 2009

En la sessió de 29 de juliol de 2008, la Conferència Sectorial de Telecomunicacions i Societat de la Informació (en endavant, CATSI)⁷⁸ va acordar el model de col·laboració entre el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, i les comunitats i ciutats autònomes per a les actuacions d'extensió de la cobertura de la TDT en els 32 projectes tècnics inclosos en la Fase I del Pla estatal de transició a la TDT⁷⁹ que, complementant les obligacions assumides pels prestadors de serveis de televisió, han de permetre igualar en tecnologia digital la cobertura preexistent en analògic.

⁷⁷ <<http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/npregistropublicodeconcesionarios.aspx>>
Vegeu també l'apartat 3.2. d'aquest mateix capítol.

⁷⁸ Les conferències sectorials estan previstes per la Llei de l'Estat 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les administracions públiques, per a la cooperació entre l'Administració general de l'Estat i la de les comunitats autònomes sobre un sector concret de l'activitat pública. Estan integrades per la persona titular del Ministeri competent i per tots els consellers dels governs autonòmics responsables de la matèria. La Conferència Sectorial de Telecomunicacions i Societat de la Informació es va constituir el 26 d'octubre de 2005 i la presideix el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.
<<http://www.mityc.es/telecomunicaciones/es-ES/SecretariaDeEstado/Consejos/Paginas/ConsejoTeleco.aspx>>

⁷⁹ El Pla estatal de transició a la televisió digital terrestre, aprovat pel Consell de Ministres el 7 de setembre de 2007, estableix 90 projectes de transició que, en conjunt, abasten tot el territori de l'Estat. El calendari de cessament d'emissions analògiques diferencia tres grups: primer: projectes de transició que, amb una població inferior als 500.000 habitants, compten amb un elevat percentatge de cobertura en TDT i necessiten un nombre reduït de centres per abastar una cobertura similar a l'analògica; segon: projectes de transició amb una població intermèdia (entre 500.000 i 700.000 habitants); tercer: projectes amb una població molt elevada (més de 700.000 habitants) i/o que necessiten la instal·lació d'un nombre important de centres per abastar una cobertura similar a l'analògica.
Les fases del cessament d'emissions amb tecnologia analògica, després de la fase 0 corresponent als projectes pilot, són les següents:
Fase I - 32 projectes. 30 de juny de 2009: 5.628.000; 12,6% de la població (nombre d'habitants, segons el cens de 2006, que en finalitzar cada fase tindria exclusivament recepció en TDT).
Fase II - 25 projectes. 31 de desembre de 2009: 14.475.000; 32,4% de la població.
Fase III - 33 projectes. 3 d'abril de 2010: 44.705.000; 100% de la població.

En virtut de l'acordat,⁸⁰ el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç ha de destinar un total de 8,72 milions d'euros a diferents actuacions adreçades a ampliar la cobertura de la TDT en els projectes de la Fase I esmentada i ha de transferir les quantitats corresponents a les comunitats i ciutats autònomes respectives mitjançant la signatura de convenis de col·laboració, en els quals es detallaran les actuacions de digitalització que executarà cada una d'aquestes. Aquestes actuacions comporten l'avançament de l'encesa digital de centres contractats pels radiodifusors respecte de les dates establertes per al compliment de les obligacions de cobertura determinades al Pla tècnic estatal de la TDT, amb la finalitat de poder dur a terme el Pla de transició.

Amb l'aportació d'aquests 8,72 milions d'euros per part del Ministeri s'han de finançar centres d'extensió de cobertura existents en la xarxa analògica dels radiodifusors privats d'àmbit estatal, que no s'havien planificat en el desplegament d'estacions per a la TDT. El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme ha de suportar el 100% dels costos de la digitalització corresponents als radiodifusors privats d'àmbit estatal, amb una aportació de 2,3 milions d'euros, i cada comunitat autònoma ha d'assumir els costos recurrents.

També es financen centres analògics desplegats mitjançant convenis d'extensió de cobertura amb les comunitats autònomes o les diputacions provincials. En aquest cas, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç finança el 50% dels costos de digitalització corresponents a la CRTVE i als radiodifusors de gestió privada d'àmbit estatal, amb una aportació d'1,96 milions d'euros, mentre que cada comunitat autònoma assumeix el 50% restant dels costos de digitalització, així com els costos recurrents.

Pel que fa als centres analògics desplegats directament per unes altres entitats, públiques o privades, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç finança el 50% dels costos de digitalització corresponents a la CRTVE i als radiodifusors privats d'àmbit estatal, únicament als centres de titularitat pública, amb una aportació de 4,44 milions d'euros; cada comunitat autònoma ha d'assumir el 50% restant dels costos de digitalització, així com els costos recurrents corresponents.

Cal esmentar, en darrer lloc, que la Corporación RTVE i l'operador de comunicacions electròniques Abertis Telecom van signar el 2 de desembre de 2008 un acord mitjançant el qual es garantirà que el 100% dels ciutadans de l'Estat puguin rebre

els programes de TDT de TVE reutilitzant els senyals de TVE ja existents al satèl·lit per a la distribució del senyal als centres d'emissió terrestre. Aquesta solució està disponible perquè pugui ser utilitzada per la resta de prestadors estatals i autonòmics de serveis de TDT. D'altra banda, aquest Acord entre la CRTVE i l'operador de comunicacions electròniques suposa la presència d'aquest mateix operador tant en el procés de transmissió del senyal digital mitjançant infraestructures terrestres com les existents via satèl·lit.

3.11 Pla estatal de transició a la televisió digital terrestre

El Consell de Ministres va aprovar el 7 de setembre de 2007 el Pla estatal de transició a la televisió digital terrestre.⁸¹ L'adopció d'aquest pla estava prevista al Pla tècnic de la televisió digital terrestre, aprovat pel Reial decret 944/2005, de 29 de juliol.⁸²

L'objectiu bàsic d'aquest Pla és assegurar la substitució total de les emissions analògiques per les digitals abans del 3 d'abril de 2010. Amb aquesta finalitat, i per establir una ordenació temporal del conjunt de projectes de transició, entre d'altres, s'ha elaborat un pla de desplegament i de posada en servei de les estacions de televisió amb tecnologia digital i s'han identificat les actuacions per difondre, seguir i controlar la implantació i el desenvolupament del Pla de transició, incloent-hi la identificació de plans pilot, la definició d'indicadors, la difusió de resultats, etc.

El Pla estatal de transició a la TDT estableix tres fases d'apagada: a) fase 1, 30 de juny; b) fase 2, 31 de desembre de 2009, i fase 3, 3 d'abril de 2010. Així mateix, aquest Pla inclou noranta projectes de transició,⁸³ onze dels quals a Catalunya: Alpicat, Collserola, Collsuspina, Girona, Lleida nord, Manresa, Mataró, la Mussara, Ripoll, Sant Pere de Ribes i Tortosa.

Un dels projectes pilot més destacats del Pla estatal de transició a la TDT ha estat el realitzat a l'àrea de Sòria, que inclou 162 localitats, entre les quals la capital. L'objectiu principal és l'avançament a l'any 2008 del cessament d'emissions analògiques en aquesta àrea geogràfica, impulsant-ne l'adaptació de les instal·lacions de recepció, tant als edificis com a les llars.⁸⁴ El 23 de juliol de 2008 es va oficialitzar l'apagada analògica a l'àrea coberta pel pla pilot, i va esdevenir la primera àrea geogràficament important a l'Estat que compta únicament amb emissions digitals.⁸⁵

⁸⁰ <<http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/npconsejoministrostransiciontdt.aspx>> i

<<http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/npconferensectotelecos290708.aspx>>

⁸¹ <<http://www.televisiondigital.es/NR/rdonlyres/D84EE7D8-24B6-499C-994E-A54616C48C9E/0/1PlanNacionaldeTransici%C3%B3nalaTDT.pdf>>

⁸² <<http://www.boe.es/boe/dias/2005/07/30/pdfs/A27006-27014.pdf>>

⁸³ Els projectes de transició neixen de les agrupacions de les denominades unitats d'apagada i encesa i es relacionen directament amb les àrees tècniques. En general, cada projecte de transició va associat a una àrea tècnica, incloent-hi el centre emissor principal que l'identifica. Tanmateix, en alguns casos i atesa la complexitat de l'àrea tècnica en qüestió, s'ha dividit en diversos projectes de transició.

⁸⁴ Aquest projecte pilot està integrat, mitjançant l'Acord del Consell de Ministres de 7 de setembre de 2007, al Pla estatal de transició a la TDT.

⁸⁵ <<http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/Soria+estrena+la+TDT.htm>>

3.12. Principals activitats reguladores en l'audiovisual de comunitats autònomes

3.12.1. Modificació de la Llei reguladora de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales

La Llei 3/2008, de 16 de juny, reguladora de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales,⁸⁶ té per objecte substituir la regulació prevista per la Llei 4/2000, de 16 de novembre,⁸⁷ de creació de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales, per tal d'adequar aquest ens públic als nous reptes tecnològics i socioculturals. En concret, segons es desprèn de l'exposició de motius d'aquesta llei, la nova dimensió del sector audiovisual a Extremadura exigeix que es revisi i s'actualitzi la Llei de creació de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales, amb la finalitat d'adequar-la al nou context del sector i a les noves exigències dels canvis tecnològics, així com a les demandes emergents de la societat, tot això amb l'objectiu que el servei de la ràdio i la televisió pública d'Extremadura pugui vetllar eficaçment per la vertebració territorial d'Extremadura i per la potenciació dels senyals d'identitat de tota la comunitat i promovent el desenvolupament del talent i la imaginació mitjançant la producció de continguts propis.

La Llei s'estructura en set capítols, cinc disposicions addicionals, una disposició derogatòria i dues de finals. El capítol I determina l'objecte, els principis generals i la definició del servei públic. El capítol II estableix la naturalesa, el règim jurídic i els òrgans en què s'estructura la Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales; això és, el Consell d'Administració, el Consell Assessor i la direcció general; i, malgrat que es manté bàsicament la mateixa estructura de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales, es dota de noves funcions el Consell d'Administració i la seva presidència.

El tercer capítol de la Llei es refereix a les normes de gestió del servei públic, que s'haurà de dur a terme mitjançant empreses públiques que han d'adoptar la forma de societat anònima, i el capital de les quals ha de ser subscrit, íntegrament, per la Junta d'Extremadura mitjançant l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales. Per la seva banda, el capítol IV es refereix a la programació i està dividit en seccions dedicades als principis que han d'inspirar la pro-

gramació dels mitjans, al règim de la programació durant els períodes de campanyes electorals, al pluralisme democràtic i l'accés als serveis prestats per l'empresa pública, al dret de rectificació i el control parlamentari de l'actuació de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales.

Els capítols V, VI i VII regulen les matèries referides al pressupost i al finançament, al patrimoni de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales, així com el règim del personal que hi presta els seus serveis.

3.12.2. Tercera modificació de la Llei del Principat d'Astúries 2/2003, de 17 de març, de mitjans de comunicació social

La Llei 1/2008, aprovada l'11 d'abril,⁸⁸ modifica la lletra p de l'apartat 1 de l'article 7, l'apartat 1 de l'article 10 i l'article 12 de la Llei 2/2003, de 17 de març, de mitjans de comunicació social,⁸⁹ en el sentit d'introduir previsions relatives al càrrec de la Direcció General de l'ens públic de Comunicació del Principat d'Astúries; principalment, la que atribueix la competència a la Junta General del Principat d'elecció del càrrec de director general per una majoria de dos terços de la Cambra.

4. Unió Europea

4.1. Aprovació per part del Consell de Ministres de Telecomunicacions de la Unió Europea del "paquet telecomunicacions"

El 27 de novembre de 2008, el Consell de Ministres de Telecomunicacions de la Unió Europea va adoptar un acord per al nou marc regulador del sector de les telecomunicacions.⁹⁰ Aquest Consell va debatre el conjunt de mesures proposades per la Comissió Europea per a la reforma del sector, conegudes com "el paquet telecomunicacions",⁹¹ que té com a objectiu adaptar el marc jurídic de les telecomunicacions, aprovat majoritàriament el 2002,⁹² al procés de convergència tecnològica, a la implementació de les xarxes de banda molt ampla de fibra òptica i mòbils, i a la protecció reforçada de la persona consumidora, entre d'altres.⁹³

Pel que fa a la regulació dels mercats, es preveu adoptar diverses disposicions que han d'ajudar a desplegar xarxes de

⁸⁶ <<http://doe.juntaex.es/pdfs/doe/2008/11600/08010003.pdf>>

⁸⁷ <<http://www.boe.es/boe/dias/2001/01/19/pdfs/A02311-02316.pdf#>>

⁸⁸ <<http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/20/pdfs/A27930-27931.pdf>>

⁸⁹ <<http://www.boe.es/boe/dias/2003/04/30/pdfs/A16639-16644.pdf>>

⁹⁰ <<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/08/739&format=PDF&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>>

⁹¹ <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0724:FIN:ES:PDF>> ,

<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0723:FIN:ES:PDF>> ,

<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0720:FIN:ES:PDF>>

⁹² Directiva 2002/21/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a un marc regulador comú de les xarxes i els serveis de comunicacions electròniques; Directiva 2002/20/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a l'autorització de xarxes i serveis de comunicacions electròniques; Directiva 2002/22/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a l'accés a les xarxes i serveis de comunicacions electròniques; i Directiva 2002/19/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març de 2002, relativa a l'accés a les xarxes de comunicacions electròniques i recursos associats, i a la seva interconnexió.

⁹³ Vegeu l'apartat 4.2 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

nova generació. També es reforçaran els mecanismes destinats a garantir més coherència en l'aplicació de la regulació. El grup de reguladors europeus serà institucionalitzat i el seu sistema de govern, modificat, amb l'objectiu de garantir més transparència i eficàcia en la presa de decisions.

Quant a l'evolució pragmàtica de la gestió de freqüències ("gestió de l'espectre"), s'han assentat les bases de diversos nous principis, supeditats al principi de subsidiarietat, entre els quals el de neutralitat de servei, que serà harmonitzat amb la presa en consideració d'objectius d'interès general.

Finalment, es vol reforçar la protecció de la persona consumidora amb la millora de la transparència i de la informació contractual, les mesures a favor de les persones usuàries discapacitades, la reducció dels terminis tècnics de portabilitat del número a un dia amb la finalitat d'afavorir el canvi d'operador per fer front al fenomen *spam*, en particular mitjançant els SMS, amb una proposta de sanció als proveïdors de serveis responsables d'enviaments il·lícits.

La tramitació del "paquet telecomunicacions" ha de continuar al Parlament Europeu amb vista a aconseguir-ne l'adopció definitiva prevista abans que finalitzi el 2009, per ser plenament aplicable el 2010.

4.2. Limitació de les tarifes d'enviament SMS (*roaming*) entre països europeus

En la mateixa sessió del Consell de Ministres de Telecomunicacions de la Unió Europea,⁹⁴ també es va aprovar la limitació de les tarifes d'enviament d'SMS, conegudes com a *roaming*, entre països europeus a 11 cèntims d'euro (IVA no inclòs).⁹⁵ Aquesta decisió representa una disminució a quasi la meitat del nivell de l'anomenada *eurotarifa*, tarifa màxima de les trucades enviades o rebudes des d'un país europeu a un altre. En aquest sentit, els ministres proposen que aquestes trucades es comencin a facturar per segons en comptes de per minut.

Per a l'enviament i la recepció de correus electrònics i la consulta d'internet per mitjà del mòbil, s'ha plantejat que els operadors proporcionin als clients, de forma sistemàtica i de franc, un mecanisme que permeti interrompre la connexió un cop la factura s'apropi al llindar dels 50 euros/mes. Aquest mecanisme pretén ser una eina eficaç davant del fenomen creixent de les *bill shock*, aquelles factures que en ocasions arriben a milers d'euros i de les quals la persona usuària no té coneixement fins que les rep.

Com en l'apartat anterior, aquestes disposicions han de ser

debatudes amb el Parlament Europeu, amb vista a l'adopció definitiva prevista per a mitjan 2009.

5. Àmbit internacional

5.1. Activitat reguladora de la Unió Internacional de Telecomunicacions

Durant l'any 2008, la UIT, agència de Nacions Unides per a les tecnologies de la informació i la comunicació, ha focalitzat les actuacions en les set metes estratègiques següents:⁹⁶ ampliar la cooperació internacional; reduir l'esquerda digital; augmentar-ne el nombre de membres; salvaguardar les xarxes; millorar-ne l'eficàcia i l'eficiència; divulgar la informació i els coneixements tècnics, i promoure la creació d'un entorn propici.

En matèria de cooperació internacional, un dels esdeveniments principals de 2008 ha estat la celebració de l'Assemblea Mundial de Normalització de les Telecomunicacions (AMNT-08)⁹⁷ a la ciutat de Johannesburg, del 21 al 30 d'octubre. Ha estat la primera assemblea celebrada al continent africà. A l'AMNT-08, s'han adoptat 21 noves resolucions i 27 resolucions revisades, a més d'adoptar dues noves recomanacions i set recomanacions revisades.

L'AMNT-08 va ser precedida per un simposi de normes mundials,⁹⁸ dissenyat per crear consens entre els ministres estatals, els principals executius del sector privat i els alts funcionaris dels organismes de normalització. En aquest sentit, les persones delegades van convenir que cal una millor coordinació a escala internacional entre el sector industrial i les organitzacions normatives per assegurar que s'atenen amb rapidesa i eficàcia les necessitats en matèria de normalització de les regulacions de telecomunicacions.

Pel que fa a l'objectiu estratègic relatiu a la reducció de l'esquerda digital, la UIT afirma que les telecomunicacions i les TIC segueixen creixent ràpidament en tot el món. Segons estadístiques de la mateixa UIT, el desembre de 2008 es va superar la xifra simbòlica de 4.000 milions de persones abonades a telèfons mòbils arreu del món, 1.000 milions de les quals s'havien abonat els darrers divuit mesos. Al final de 2008, també segons dades de la UIT, el nombre de línies fixes s'estimava en 1.270 milions; les persones usuàries d'internet, en 1.540 milions, d'entre les quals quasi 800 milions de persones abonades a internet de banda ampla, 430 milions de les quals ho són de la banda ampla mòbil.

94 <<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/08/739&format=PDF&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>>

95 Vegeu la pàgina web de la Comissió Europea dedicada en exclusiva a la regulació del *roaming*, tarifes dels operadors, etc. <http://ec.europa.eu/information_society/activities/roaming/index_en.htm>

96 Vegeu UIT (2009) [en línia]: *Informe anual de la Unió 2008*. Ginebra: UIT. <http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/conf/S-CONF-AREP-2008-E06-PDF-E.pdf>

97 <http://www.itu.int/wsis/c2/docs/2008-May-19/meeting_documents.html>, <<http://www.itu.int/wtisid/2008/call-for-action.html>>, <www.itu.int/ITU-T/wtsa-08/> i <http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2008/31.html>

98 <http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2008/30.html>

99 Vegeu l'apartat 5.2 del Capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual de Catalunya 2007*.

Un altre aspecte que cal destacar és el nombre de membres de la UIT: al final de 2008, aquest organisme comptava amb el suport de 191 estats membres, 580 membres del sector i 158 associats, fet que comporta un augment de 59 membres i de 49 nous associats en relació amb el 2007.

5.2 Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals

Durant el 2008, 16 països han esdevingut part de la Convenció sobre la protecció de la diversitat de les expressions culturals,

aprovada per la UNESCO.⁹⁹ Dotze estats l'han ratificada: Nigèria, Guinea, Argentina, Hongria, Zimbabwe, el Txad, Sudan, Montenegro, Suïssa, Etiòpia, Burundi i el Congo. Per la seva banda, Síria, les Seychelles i les Barbados s'hi han adherit, mentre que Geòrgia ha optat per la fórmula de l'aprovació.

En la taula 7 es relacionen els 93 estats i 1 organització d'integració econòmica regional —la Comunitat Europea— que en data 31 de desembre de 2008 han dipositat l'instrument de ratificació de la Convenció davant de la UNESCO.

Taula 7. Ratificacions de la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals en data 31 de desembre de 2008 (per ordre cronològic)

Estat	Data de dipòsit de l'instrument	Tipus d'instrument
Canadà	28/11/2005	Acceptació
Maurici	29/03/2006	Ratificació
Mèxic	05/07/2006	Ratificació
Romania	20/07/2006	Adhesió
Mònaco	31/07/2006	Ratificació
Bolívia	04/08/2006	Ratificació
Djibouti	09/08/2006	Ratificació
Croàcia	31/08/2006	Aprovació
Togo	05/09/2006	Ratificació
Bielorússia	06/09/2006	Aprovació
Madagascar	11/09/2006	Ratificació
Burkina Faso	15/09/2006	Ratificació
República de Moldàvia	05/10/2006	Ratificació
Perú	16/10/2006	Adhesió
Guatemala	25/10/2006	Ratificació
Senegal	07/11/2006	Ratificació
Equador	08/11/2006	Adhesió
Mali	09/11/2006	Ratificació
Albània	17/11/2006	Adhesió
Camerun	22/11/2006	Adhesió
Namíbia	29/11/2006	Ratificació
Índia	15/12/2006	Ratificació
Finlàndia	18/12/2006	Acceptació
Àustria	18/12/2006	Ratificació
França	18/12/2006	Adhesió
Espanya	18/12/2006	Ratificació
Suècia	18/12/2006	Ratificació
Dinamarca	18/12/2006	Ratificació
Eslovènia	18/12/2006	Ratificació
Estònia	18/12/2006	Aprovació
Eslovàquia	18/12/2006	Ratificació
Luxemburg	18/12/2006	Ratificació
Lituània	18/12/2006	Adhesió
Malta	18/12/2006	Adhesió
Bulgària	18/12/2006	Ratificació
Xipre	19/12/2006	Ratificació
República de Sud-àfrica	21/12/2006	Ratificació
Irlanda	22/12/2006	Ratificació
Grècia	03/01/2007	Ratificació
Brasil	16/01/2007	Ratificació
Noruega	17/01/2007	Ratificació

⁹⁹ Vegeu l'apartat 5.2 del Capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual de Catalunya 2007*.

Taula 7 (continuació). Ratificacions de la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals en data 31 de desembre de 2008 (per ordre cronològic)

Estat	Data de dipòsit de l'instrument	Tipus d'instrument
Uruguai	18/01/2007	Ratificació
Panamà	22/01/2007	Ratificació
Xina	30/01/2007	Ratificació
Islàndia	01/02/2007	Acceptació
Santa Lucia	01/02/2007	Ratificació
Andorra	06/02/2007	Adhesió
Tunísia	15/02/2007	Ratificació
Jordània	16/02/2007	Ratificació
Itàlia	19/02/2007	Ratificació
Armènia	27/02/2007	Adhesió
Alemanya	12/03/2007	Ratificació
Xile	13/03/2007	Ratificació
Níger	14/03/2007	Ratificació
Portugal	16/03/2007	Ratificació
Oman	16/03/2007	Ratificació
Costa d'Ivori	16/04/2007	Ratificació
Jamaica	04/05/2007	Ratificació
Gabon	15/05/2007	Ratificació
Ex República Iugoslava de Macedònia	22/05/2007	Ratificació
Cuba	29/05/2007	Ratificació
Bangla Desh	31/05/2007	Ratificació
Letònia	06/07/2007	Adhesió
Kuwait	03/08/2007	Adhesió
Vietnam	07/08/2007	Ratificació
Polònia	17/08/2007	Adhesió
Egipte	23/08/2007	Ratificació
Cambodja	19/09/2007	Adhesió
Nova Zelanda	05/10/2007	Adhesió
Mongòlia	15/10/2007	Adhesió
Moçambic	18/10/2007	Ratificació
Kenya	24/10/2007	Ratificació
Tadjikistan	24/10/2007	Ratificació
Paraguai	30/10/2007	Ratificació
República Democràtica Popular de Laos	05/11/2007	Adhesió
Regne Unit de la Gran Bretanya i Irlanda del Nord	07/12/2007	Ratificació
Benín	20/12/2007	Ratificació
Nigèria	21/01/2008	Ratificació
República Àrab Síria	05/02/2008	Adhesió
Guinea	20/02/2008	Ratificació
Argentina	07/05/2008	Ratificació
Hongria	09/05/2008	Ratificació
Zimbabue	15/05/2008	Ratificació
Txad	17/06/2008	Ratificació
Sudan	19/06/2008	Ratificació
Seychelles	20/06/2008	Adhesió
Montenegro	24/06/2008	Ratificació
Geòrgia	01/07/2008	Aprovació
Suïssa	16/07/2008	Ratificació
Etiòpia	02/09/2008	Ratificació
Barbados	02/10/2008	Adhesió
Burundi	14/10/2008	Ratificació
Congo	22/10/2008	Ratificació
Organitzacions d'integració econòmica regional	Data de dipòsit de l'instrument	Tipus d'instrument
Comunitat Europea	18/12/2006	Adhesió

Font: UNESCO.

Taula 8. Relació de les principals intervencions públiques al sector audiovisual. Any 2008

Àmbit	Normativa	Referència
Catalunya	Llei 5/2008, de 24 d'abril, del dret de les dones a eradicar la violència masculista	DOGC núm. 5123, de 2 de maig < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5123/08115106.pdf >
		Acord del Ple del CAC 4/2008, de 16 de gener < http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Acord_informe_CCMA_04_2008.doc >
		Compareixença davant de la Comissió d'Afers Institucionals del Parlament de les persones candidates < http://www.parlament.cat/activitat/dspcc/08c225.pdf >
		Resolució del Parlament de Catalunya 111/VIII, per la qual es designen els 12 membres de la CCMA < https://www.gencat.cat/eadop/imatges/5056/08023054.pdf >
		Resolució del Parlament de Catalunya 112/VIII, per la qual es designa el Sr. Albert Sáez com a president del Consell de Govern de la CCMA < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5056/08023059.pdf >
	Llei 11/2007, d'11 d'octubre: nomenaments dels membres de la CCMA	Anunci de la renúncia de la consellera del CAC Sra. Núria Llorach com a membre del Consell < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5070/08038124.pdf >
		Cessament del Sr. Joan Majó i Cruzate com a director general de la CCRTV < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5113/08100061.pdf >
	Acord del Ple del CAC 60/2008, de 29 de maig, pel qual s'aprova la Instrucció general del Consell sobre els projectes de modificació de l'estructura accionarial o empresarial dels prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual.	< http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5136/08135246.pdf >
	Acord del Ple del CAC 62/2008, de 7 de maig, pel qual s'aprova la Instrucció general del Consell sobre el Registre de prestadors privats de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya.	< http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5146/08140143.pdf >
	Acord del Ple del CAC 103/2008, de 18 de juny, pel qual s'aprova la Instrucció general del Consell sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents.	< http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5146/08140143.pdf >
	Acord del Ple del CAC 174/2008, de 7 de novembre, pel qual s'adjudica l'explotació comercial de 83 concessions de ràdio amb freqüència modulada.	< http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5175/08190136.pdf > Compareixença del president del CAC davant del Parlament < http://www.parlament.cat/activitat/dspcc/08c432.pdf > Valoració tècnica del concurs < http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Sintesi_de_resultats.pdf >

Taula 8 (continuació). Relació de les principals intervencions públiques al sector audiovisual. Any 2008

Àmbit	Normativa	Referència
Catalunya	Nomenaments al CAC	Resolució 142/VIII del Parlament de Catalunya, de nomenament del Sr. Josep Pont i Sans, nou conseller del CAC < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5076/08042083.pdf > Resolució 228/VIII del Parlament de Catalunya, de nomenament de la Sra. Elisenda Malaret i Garcia, del Sr. Esteve Oriols i Sendra, i de renovació del càrrec del Sr. Josep Pont i Sans < http://www.parlament.cat/activitat/bopc/08b288.pdf >
	Reordenació interna del CAC	Nomenament del conseller Domènec Sesmilo i Rius com a vicepresident del CAC < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5186/08199160.pdf > Nomenament del conseller Santiago Ramentol i Massana com a conseller secretari del CAC < http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5186/08199161.pdf >
	Acord del Ple del Consell 28/2008, de 27 de febrer, pel qual s'aprova el document <i>Criteris d'interpretació de la lletra c de l'apartat 1 de l'article 93 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, en relació amb la publicitat política en televisió i a la seva consideració com a publicitat prohibida</i>	< http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac_28-2008_Criteris_publica_pol_tica_OK_.doc >
	Acord del Ple del Consell 34/2008, de 18 de març, pel qual s'aprova el document <i>Criteris d'interpretació en relació amb les obligacions que integren el règim dels prestadors del servei de televisió digital terrestre d'àmbit local en matèria de programació original, producció pròpia, emissió en cadena i sindicació de continguts</i>	< http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac_34-2008_Criteris_interpretaci_programaci_TDT.doc >
	Acord del Ple del Consell 35/2008, de 18 de març, pel qual s'aprova el document <i>Criteris d'interpretació dels límits de la gestió directa en la prestació del servei públic de televisió digital terrestre d'àmbit local</i>	< http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac_35-2008_document_gesti_directa_OK.doc >
	Actuacions del CAC en relació amb l'ús dels telèfons 905 en els concursos televisius	Recomanacions del Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual, sobre els SMS premium i/o telèfons de tarificació especial (905) anunciats a través de programes dels mitjans de comunicació audiovisual < ">http://www.cac.cat/web/forum/documents/llistat.jsp?NJE=&MQ=> Acords del Ple del Consell 149, 150, 151 i 152/2008 < http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/altres/Ac_149-2008_Utilitzaci_tel_fons_905_concursos_Agncia_Catalana_del_Consum_.doc > < http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/altres/Ac_150-2008_Utilitzaci_tel_fons_905_concursos_Direcci_general_del_Joc_.doc > < https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/altres/Ac_151-2008_Utilitzaci_tel_fons_905_concursos_Secretaria_d_Estat_de_Telecomunicacions_.doc > < http://www.boe.es/boe/dias/2004/09/30/pdfs/A32735-32741.pdf > < https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/altres/Ac_152-2008_Utilitzaci_tel_fons_905_concursos_Comissi_del_Mercat_de_Telecomunicacions_.doc >

Taula 8 (continuació). Relació de les principals intervencions públiques al sector audiovisual. Any 2008

Àmbit	Normativa	Referència
Estat	Ordre del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç ITC/308/2008, de 31 de gener	< http://www.usuarioteleco.es/NR/rdonlyres/6A157716-A174-4FFC-A782-D08CAA365677/24754/OrdenSMS2008.pdf > Ordre ITC/3237/2008, d'11 de novembre, de modificació de la de 31 de gener. < http://www.boe.es/boe/dias/2008/11/13/pdfs/A44954-44956.pdf >
	Reial decret 863/2008, de 23 de maig, pel qual s'aprova el Reglament de desenvolupament de la llei de l'Estat 32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions, en relació amb l'ús del domini públic radioelèctric.	< http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/07/pdfs/A26305-26320.pdf >
	Mandat marc de la Corporación RTVE	< http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/30/pdfs/A28833-28843.pdf >
	Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desenvolupa la Llei 55/2007, de 28 de desembre, del cinema	< http://www.boe.es/boe/dias/2009/01/12/pdfs/BOE-A-2009-503.pdf >
	Resolució de la SETSI, de 4 de desembre, per la qual s'atribueix el codi telefònic 905 a la prestació de serveis de tarifació addicional.	< http://www.boe.es/boe/dias/2008/12/12/pdfs/A50048-50049.pdf >
	Ordre ITC/3808/2008, de 23 de desembre, per la qual es designa <i>Telefónica de España, SAU</i> com l'operador obligat a prestar el servei universal de telecomunicacions.	< http://www.boe.es/boe/dias/2005/04/29/pdfs/A14545-14588.pdf >
	Ordre ITC/3809/2008, de 23 de desembre, per la qual s'efectua l'adjudicació definitiva de la licitació convocada per a la designació de l'operador encarregat de la prestació de l'element de servei universal relatiu al servei de consulta telefònica sobre números d'abonat.	< http://www.boe.es/boe/dias/2008/12/31/pdfs/A52871-52872.pdf >
	Proposta de carta de drets de l'usuari de les telecomunicacions	< http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/NormasUsuarios telecomunicaciones.aspx >
	Nou Registre públic de concessionaris de drets d'ús de l'espectre radioelèctric	< http://oficinavirtual.mityc.es/SETSI_RegConcesiones/ >
	Extensió de la cobertura de TDT en els processos de transició que finalitzen durant el primer semestre de 2009	< http://www.mityc.es/telecomunicaciones/es-ES/SecretariaDeEstado/Consejos/Paginas/ConsejoTeleco.aspx >
	Pla estatal de transició a la televisió digital terrestre: Soria TDT	< http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/El+ministro+de+Industria+anuncia+la+fecha+del+cese+de+emisiones+anal%C3%B3gicas+en+el+proyecto+piloto+Sor.htm >, < http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/Soria+estrena+la+TDT.htm > i < http://www.soriatdt.es/archivos/np_soriatdt_250808.pdf >

Taula 8 (continuació). Relació de les principals intervencions públiques al sector audiovisual. Any 2008

Àmbit	Normativa	Referència
Comunitats autònomes	Llei 3/2008, de 16 de juny, reguladora de l'empresa pública Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales	< http://doe.juntaex.es/pdfs/doe/2008/11600/08010003.pdf >
	Llei 1/2008, d'11 d'abril, de tercera modificació de la llei del Principat d'Astúries 2/2003, de 17 de març, de comunicació social	< http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/20/pdfs/A27930-27931.pdf >
Àmbit internacional	Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, adoptada a la conferència general de la UNESCO celebrada a París el 20 d'octubre de 2005.	< http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=11281&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html > (Acta de ratificació de l'Estat espanyol de la Convenció BOE núm. 37, de 12 de febrer, pàg. 6069.)
	Recomanacions i reglamentacions de la UIT en matèria de radiocomunicacions	< www.itu.int >

Font: Elaboració pròpia.

Capítol II. Estructura economicoempresarial del sector audiovisual

1. Presentació

En aquest capítol, s'examina i es descriu el sector de l'audiovisual a Catalunya des del punt de vista de mercat. El sector audiovisual català es caracteritza per la mescla dels diferents mercats i/o models de negoci que hi cohabitaven, ja sigui per l'activitat que ofereixen —prestadors de serveis de televisió, de serveis de ràdio i empreses de producció, entre d'altres— o bé per la dimensió geogràfica de la seva activitat estatal, nacional, supracomarcal, comarcal i/o local— o per les fonts de finançament —diner públic, ingressos comercials.

Durant el 2008, l'estructura i el comportament del mercat audiovisual s'ha vist afectat per la forta davallada dels ingressos provinents de la publicitat, efecte directe de l'escenari de crisi econòmica multisectorial i internacional que es va iniciar l'any 2007. Tot i aquest context de crisi, l'oferta audiovisual ha mantingut de manera general una estructura molt similar a la de 2007, mentre que des del punt de vista del comportament de la demanda per part de la població (audiències), ha augmentat lleugerament el temps destinat al consum de televisió.

El primer apartat presenta l'evolució de l'oferta i la demanda del mercat de la televisió i la ràdio a Catalunya i a l'Estat Espanyol l'any 2008 per tal de descriure'n, posteriorment, el perfil dels principals agents de gestió pública i privada. Concretament, el 2008, en la TDT privada d'abast nacional s'ha posat en marxa el programa 105tv, amb uns continguts molt similars als de la cadena radiofònica del grup, RAC105, i ha començat les emissions, en proves, d'un altre, Barça TV; mentre que en TDT-L s'ha continuat avançant en la implantació al territori català, si bé amb endarreriment respecte de les previsions.

Pel que fa als serveis de televisió de pagament, i específicament a la televisió per ADSL i per cable, cal fer esment d'un nou segment de mercat iniciat per la televisió per mòbil, que combina serveis audiovisuals amb serveis de telefonia fixa o mòbil, i de banda ampla.

D'altra banda, el 2008, l'estructura del mercat de la ràdio a Catalunya ha canviat respecte del 2007 amb l'entrada de 83 noves concessions de freqüències modulades de gestió privada al mapa radiofònic català, com a resultat del procés d'adjudicació per part del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) per a l'explotació del servei públic de radiodifusió sonora.

Quant als prestadors públics, tant de ràdio com de televisió, la tònica de l'any ha estat l'estabilitat.

El segon bloc descriu el comportament econòmic del sector audiovisual des d'un punt de vista general, partint de la lectura de les principals dades macroeconòmiques, i també de la informació econòmica disponible de diferents prestadors de

serveis de comunicació audiovisual i empreses vinculades, amb dades corresponents al període 2006-2008. En aquest sentit, el sector audiovisual a Catalunya s'ha mantingut força estable, seguint la tendència dels anys anteriors: la xifra de valor afegit disminueix i, mentre augmenta el nombre d'empreses en l'àmbit de les activitats de cinema i vídeo, decreixen les empreses de ràdio i televisió. Si bé en tancar l'informe no es disposa de les dades de 2008, el diagnòstic general de l'audiovisual a Catalunya des de la perspectiva macroeconòmica constata una caiguda de la productivitat (relació entre el valor afegit brut i el personal ocupat) de 43,3 a 39,9 milers d'euros de 2006 a 2007.

En la secció titulada "La producció audiovisual a Catalunya", en primer lloc es perfilen les principals magnituds econòmiques del grup d'activitats cinematogràfiques i de vídeo, distingint-ne en la mesura que es pugui, les tres classes que l'integren (la producció, la distribució i l'exhibició). Tot seguit es fa una aproximació a la situació del mercat cinematogràfic a Catalunya l'any 2008. Es constata un trencament de la tònica d'anys anteriors, ja que les coproduccions (54) superen les produccions (20), i una tendència a la baixa en el consum (persones espectadores) (un 5,8% menys que el 2007). S'inclou també la descripció de la indústria de l'animació audiovisual amb l'aparició, com a novetat, d'un microsector amb símptomes de consolidar-se a Catalunya: la producció de continguts per a videojocs.

Amb relació a les fonts principals que s'han utilitzat en l'elaboració d'aquest capítol, cal assenyalar que, pel que fa a les dades macroeconòmiques, s'ha partit bàsicament de l'*Encuesta Anual de Servicios 2008* que anualment elabora l'Institut Nacional de Estadística (INE) amb el seu homòleg a escala autonòmica a Catalunya, l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), mentre que la informació en detall de les empreses s'ha obtingut dels seus propis comptes anuals.

Sobre el període temporal de referència, s'ha de tenir en compte que, en la major part dels casos, les dades econòmiques disponibles en elaborar el capítol són dels anys 2006 i 2007; en són excepcions la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i les seves societats; Antena 3 de Televisión, SA; Gestevisión Telecinco, SA; i Emissions Digitals de Catalunya, SAU, que es refereixen a l'any 2008.

Aquest capítol també dedica un epígraf a l'estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya (empreses, agències de publicitat i agències de mitjans). El 2008 ha augmentat en 426 el nombre d'empreses amb seu social a Catalunya amb activitats en el sector publicitari, segons les dades del Directori Central d'Empreses (DIRCE) de l'INE. Com a novetat

respecte de l'any anterior, en aquest apartat de l'estudi del comportament del sector publicitari català s'afegeix un indicador elaborat per l'Idescat —el valor afegit brut al cost dels factors—, que ajuda a descriure de manera més acurada la situació econòmica de les agències de publicitat i de mitjans.

I, per acabar, seguint l'estructura dels anys anteriors, l'últim apartat dóna a conèixer el conjunt d'ajuts financers i de subvencions de caràcter públic destinats al sector audiovisual català durant el 2008 que provenen de la Generalitat de Catalunya, del Govern de l'Estat espanyol i de la Unió Europea.

2. Oferta i demanda en els mercats de la televisió i la ràdio a Catalunya

2.1. Els mercats de la televisió i la ràdio l'any 2008

Durant l'any 2008, els canvis més rellevants que s'han produït en el mercat audiovisual han estat a conseqüència de la greu situació de crisi econòmica d'abast internacional iniciada el 2007. Aquest nou entorn econòmic ha comportat, entre d'altres, una forta davallada de la inversió publicitària que, ja l'any 2008, ha incidit de manera directa en l'activitat dels diversos sectors de l'audiovisual. En aquest apartat es descriu l'evolució de l'oferta de televisió i de ràdio a Catalunya i a l'Estat espanyol, i s'analitza el desenvolupament d'aquests mercats l'any 2008.

2.1.1. Evolució i estructura del mercat de la televisió¹

El 2008, l'oferta de televisió a Catalunya i a l'Estat espanyol manté, de manera general, una estructura molt similar a la de l'any 2007, organitzada en diferents segments —la televisió analògica en obert, la televisió digital terrestre i les diverses modalitats de televisió de pagament (via satèl·lit, per cable, per ADSL, mòbil)— d'abast territorial distint —estatal, nacional i local. A continuació s'analitza l'oferta del mercat televisiu a Catalunya el 2008 per aquests tres segments, tot classificant-los segons l'abast territorial (estatal, nacional i local).

• Serveis de televisió analògica en obert

La televisió analògica en obert ha conservat, a grans trets, la mateixa estructura de l'oferta configurada el 2006, quan es va redefinir el sistema de televisió en obert vigent el 2008.

A escala estatal, no hi ha canvis i es mantenen els mateixos prestadors: d'una banda, la Societat Mercantil Estatal Televisió Espanyola (a partir d'ara, SME TVE), de titularitat pública, que emet La 1 i La 2; i, de l'altra, les societats privades Antena 3 de Televisión, SA, amb el canal Antena 3 TV; Gestevisión Telecinco, SA, que emet Telecinco; Sogecable, SA, amb Cuatro, i Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, amb laSexta.

De la mateixa manera, en l'àmbit nacional, també hi ha continuïtat en els prestadors de serveis de televisió analògica en

obert: dos de titularitat pública i un de privada. D'una banda, Televisió de Catalunya, amb els seus tres canals —TV3 (generalista), K3/33 (adreçat al públic infantil/juvenil i, en el cas del 33, a segments especialitzats d'audiència), 3/24 (informatiu)—, i la SME TVE, amb una franja de la programació específica per a Catalunya. De l'altra, en el sector privat, Emissions Digitals de Catalunya, SAU (del Grupo Godó), amb el canal 8tv (de programació generalista), que simultanieja el senyal analògic amb el digital.

Finalment, cal fer referència a la televisió analògica en obert d'abast local a Catalunya. Igual com el 2007, l'activitat d'aquest segment de l'oferta televisiva ha estat fortament condicionada pel procés d'introducció progressiu de la televisió digital terrestre (TDT).

L'any 2008, hi ha un conjunt de televisions d'àmbit local i en emissió analògica que continuen funcionant al Principat. D'acord amb la disposició transitòria quarta de la Llei 22/2005 de la comunicació audiovisual de Catalunya, els prestadors de serveis de televisió d'àmbit local poden utilitzar de forma simultània la tecnologia analògica i la digital durant el procés de transició a la TDT. En aquest escenari, la major part dels canals de televisió local analògica i en obert que operaven el 2007 en difusió simultània (difusió simultània) han continuat les seves emissions durant el 2008. En concret, 71 televisions locals analògiques que emeten a Catalunya, 37 de les quals són públiques i 34 de gestió privada.²

• Serveis de televisió digital terrestre (TDT)

Durant el 2008, l'oferta de televisió digital terrestre ha continuat avançant vers la plena implantació prevista per a l'any 2010. El desenvolupament d'aquest nou segment de serveis de televisió constitueix un pas fonamental amb vista a adaptar-se a les noves oportunitats de transmissió del senyal que ofereix la tecnologia digital. El procés d'implantació de la TDT segueix essent objecte de debat per part de les diferents parts implicades. La controvèrsia fa referència a qüestions de caràcter més o menys conjuntural (com, per exemple, el ritme d'introducció de les infraestructures tècniques necessàries) o, també, a d'altres de relatives al model organitzatiu (com, per exemple, la possibilitat d'oferir serveis de TDT de pagament, o el mode de gestió de la TDT pública).

En la TDT d'abast estatal no hi ha hagut canvis en l'estructura de programes ni en l'assignació per prestadors de servei; tan sols s'han posat en marxa nous programes, o se n'ha modificat el contingut a conseqüència de reorientacions de l'estratègia de programació.

La SME TVE, únic prestador de titularitat pública d'abast estatal, continua oferint els canals analògics La 1 i La 2 en difusió simultània, i els programes especialitzats (Canal 24 Horas —notícies—, Clan TVE —infantil— i Teledeporte —esports—).

¹ Vegeu també l'apartat 2 del capítol IV d'aquest informe dedicat als prestadors de serveis de televisió.

² Vegeu també l'apartat 2.3.3 del capítol IV d'aquest informe.

Quant als prestadors de serveis de TDT de gestió privada, cal diferenciar-ne dos grans blocs. D'una banda, els prestadors amb serveis de televisió analògica en obert que difonen els canals respectius per la TDT (en difusió simultània), juntament amb altres programes de caràcter temàtic o específic: Antena 3 de Televisión, SA; Gestevisión Telecinco, SA; Sogecable, SA, i Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA. De l'altra, els dos prestadors que emeten exclusivament en TDT: Veo Televisión, SA, i Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA.

L'oferta de TDT a escala estatal d'aquests prestadors l'any 2008 ha estat la següent:

- Antena 3 de Televisión, SA, ha mantingut els seus canals sense canvis respecte del 2007: Antena 3 TV (en difusió simultània), Antena.neox (infantil i juvenil) i Antena.nova (lleure i estil de vida).
- Gestevisión Telecinco, SA. El febrer de 2008 modifica part de la programació. Manté Telecinco (en difusió simultània, com l'any 2007). En TDT incorpora Telecinco 2 (generalista, en substitució de l'anterior programa Telecinco Sport) i FDF Telecinco (de sèries i cinema, ocupant l'espai de l'anterior programa Telecinco Estrellas). També ofereix l'espai de televenta continuada CincoShop.
- Sogecable, SA. Amplia la programació de 2007, integrada per Cuatro (en difusió simultània), CNN + (notícies) i 40 Latino (música). I també introdueix un espai de televenta continuada anomenat Canal Promo.
- Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA. Sense canvis respecte del 2007, amb laSexta (en difusió simultània) i Hogar 10 (entreteniment).
- Veo Televisión, SA. També sense modificacions a destacar per comparació a l'any anterior. Emet els programes Veo TV (generalista), SETenVeo (per mitjà del qual Sony Entertainment Television proveeix continguts d'interès familiar) i l'espai de televenta continuada (La Tienda en Veo).
- Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA. El primer semestre de 2008 introdueix importants transformacions en l'oferta: Intereconomía TV (generalista, en comptes de Net TV) i Disney Channel (infantil, a canvi de Fly Music).

La TDT d'abast nacional ha experimentat certs canvis respecte del 2007 en l'àmbit dels prestadors privats, que, com en el cas dels prestadors d'abast estatal, han consistit en la posada en marxa de nous programes o bé en la modificació dels continguts. Així, el prestador públic Televisió de Catalunya, SA, ha mantingut, en la mateixa línia que el 2007, les emissions en difusió simultània dels canals analògics TV3 i 3/24, a més dels dos programes en digital K3/300 i el 33; mentre que el prestador de titularitat privada Emissions Digitals de Catalunya, SAU, del Grupo Godó, ha variat part de l'oferta programà-

tica: ha mantingut l'emissió del canal analògic 8tv (en difusió simultània); el febrer de 2008 ha posat en marxa el programa 105tv, i el mes de desembre va iniciar l'emissió provisional de Barça TV.³ Finalment, en l'àmbit de la TDT local, el 2008, dels 33 concessionaris públics plurimunicipals previstos al PTNTDTL, n'hi ha 22 que han constituït el consorci corresponent.⁴ A més, cal tenir en compte els quatre programes municipals gestionats de manera individual pels ajuntaments de Barcelona (Barcelona TV), Badalona (Televisió de Badalona), l'Hospitalet de Llobregat (TV L'Hospitalet) i Reus. L'any 2008, hi ha cinc prestadors de TDT-L en emissió: tres programes unimunicipals i dos consorcis. Per un altre costat, cal assenyalar que el mes de maig de 2008, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar els informes preceptius sobre les propostes de contracte programa entre el Consorci Digital Mataró-Maresme i la societat gestora Mataró Audiovisual per a la prestació del servei públic de televisió en la demarcació de Mataró⁵ i entre el Consorci Teledigital Garraf i la societat gestora Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú, Societat Anònima Municipal (ICVSAM) en la demarcació de Vilanova i la Geltrú.⁶ Des d'una altra perspectiva, s'ha de tenir en compte que, també el 2008, el Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta anuncia una aturada temporal en el desenvolupament del seu projecte de televisió (Delta TV).⁷

Quant als 56 programes de gestió privada adjudicats, l'any 2008 han iniciat les emissions en TDT diversos prestadors ubicats a la demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat, Girona, Mataró, Olot, Reus, Tarragona i Vic. El nombre de programes privats de TDT-L amb emissió l'any 2008 és de 22. Tot i això, s'ha d'assenyalar, en relació amb el prestador Collserola Audiovisual, SL, que el novembre de 2008, la societat PRETE-SA, encarregada de gestionar diverses concessions de la TDT-L a l'Estat espanyol, anuncia el cessament de l'activitat dels programes agrupats sota la marca Localia. Això afecta de manera directa els programes que Collserola Audiovisual, SL, té adjudicats a les demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat i Granollers.

• Serveis de televisió de pagament

La televisió de pagament a l'Estat espanyol ha mantingut la línia de desenvolupament iniciada els anys precedents. En general, aquest mercat té un abast territorial estatal o, fins i tot, internacional, i no hi ha cap prestador que actuï a la demarcació geogràfica de Catalunya de forma exclusiva.

L'any 2008, el desenvolupament de les modalitats de televisió digital de pagament ha seguit estretament relacionat amb l'empaquetament de serveis televisius amb serveis de telecomunicacions. És a dir, amb la combinació de serveis audiovisuals amb

3 Vegeu l'apartat 2.1 del capítol IV d'aquest mateix informe.

4 Vegeu l'apartat 2.3.1 del capítol IV d'aquest mateix informe.

5 Acord 63/2008, de 7 de maig, del Ple del Consell.

6 Acord 64/2008, de 7 de maig, del Ple del Consell.

7 Vegeu l'apartat 2.3.1 del capítol IV d'aquest mateix informe.

Taula 1. Abonats a la televisió de pagament per tipus d'empaquetament i sistema de transmissió a l'Estat espanyol. Període 2006-2008 (en percentatge)

	Televisió + telefonía fixa	Televisió + internet	Televisió + internet + telefonía fixa	Només televisió	Televisió + telefonía fixa + telefonía mòbil
TV ADSL					
2006	19,0	2,2	77,9	0,8	-
2007	15,0	1,4	83,4	0,2	-
2008	9,5	0,8	89,7	0,1	-
Cable					
2006	27,4	4,3	51,5	16,8	-
2007	24,7	8,2	56,4	10,5	0,2
2008	23,8	10,8	60,1	5,0	0,3
Satèl·lit					
2006	-	-	-	100	-
2007	-	-	-	100	-
2008	-	-	-	100	-

Font: CMT (2009).

serveis de telefonia (fixa o mòbil) i de banda ampla contractats a un únic operador i en una única factura. Aquest fet s'ha donat específicament en la televisió per ADSL i per cable, en què tan sols una petita part dels usuaris (amb tendència a decreixer de 2006 a 2008) han estat abonats només a serveis de televisió. En ambdós casos, la fórmula dominant ha estat la combinació de la televisió amb internet i la telefonia fixa (vegeu la taula 1).

El lideratge d'aquest segment del mercat televisiu que tenien en anys anteriors dues plataformes de difusió, Digital +, en la televisió via satèl·lit, i ONO, en la televisió per cable, s'ha mantingut el 2008, mentre que la resta de sistemes digitals de difusió del senyal han seguit avançant: la televisió digital per ADSL (amb Imagenio, Orange TV i Jazztel TV al capdavant) i per mòbil (amb Vodafone live!, Orange TV i Movistar TV).⁸

Sogecable, SA, ha seguit prestant els serveis de televisió digital via satèl·lit a l'Estat espanyol, principalment a través de la seva filial Canal Satélite Digital, SL (participada íntegrament per Sogecable, SA), i de la també filial DTS-Distribuidora de Televisión Digital, SA. Com es veurà, aquesta societat participada majoritàriament pel grup Prisa ha experimentat notables canvis en la composició de l'accionariat. No obstant això, l'oferta de Digital + ha continuat realitzant en diversos paquets comercialitzats genèricament o de forma personalitzada: canals de televisió, pagament per visió (PPV) —videoclub, subscripcions, etc.—, i canals interactius.

Cableuropa, SAU, del Grupo Corporativo ONO, SA, és el pres-tador líder en l'àmbit de la televisió per cable a l'Estat espan-

yol i ha continuat com a segona plataforma en importància del mercat espanyol de televisió de pagament durant el 2008. ONO ha ofert un servei de televisió digital multicanal amb diverses combinacions d'empaquetament de continguts audiovisuals, a més de serveis de videoclub per cable i d'internet d'alta velocitat. La resta de prestadors de serveis de difusió de televisió per cable es manté en una posició de mercat (i territorial) sensiblement més reduïda que la d'ONO. D'entre aquests prestadors, en destaquen Telecable de Asturias, SAU (Astúries); R Cable y Telecomunicaciones Galicia, SA (Galícia), Euskaltel, SA (País Basc) i Procono, SA (a València, Madrid, Màlaga, Sevilla i Còrdova).

Les principals plataformes de televisió en l'àmbit de la televisió per ADSL durant el 2008 —i igual que el 2007— han estat Imagenio (del Grupo Telefónica), Orange TV (de Groupe France Télécom) i Jazztel TV (de Jazztel PLC), totes amb una oferta diversificada de continguts televisius.

Finalment, tot i estar en una fase inicial de desenvolupament, també cal fer esment de la televisió per mòbil, un segment de mercat amb les ofertes canalitzades per mitjà de Vodafone Live! (de Vodafone España, SA), Orange TV (Groupe France Télécom) i Movistar TV (Grupo Telefónica).

Finalment, s'ha d'assenyalar que el 21 de setembre de 2008 els operadors de televisió digital de pagament Orange, Euskaltel i Telecable de Asturias van posar en marxa el canal Gol TV, de l'empresa Mediapro, que ofereix les 24 hores de programació dedicada al futbol.⁹

⁸ Vegeu, dins d'aquest mateix informe, el capítol IV, apartat 3, dedicat a l'audiència de televisió.

⁹ *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 31.

La convergència digital en el mercat televisiu

La digitalització ha desencadenat un procés intens de transformació dels mercats de la comunicació en general, fet que planteja múltiples reptes de cara al futur. En el cas específic de la televisió, s'observen diverses tendències: l'aprofitament progressiu de les creixents finestres de comercialització dels continguts audiovisuals per part dels prestadors de serveis de televisió, l'entrada d'altres mitjans de comunicació *tradicionals* (premsa i ràdio) en el seu mercat, així com les perspectives successivament renovades de millora de les tecnologies digitals de producció i transmissió dels senyals.

El 2008, la situació del mercat televisiu a l'Estat espanyol s'ha caracteritzat —com s'esdevenia el 2007— per la presència majoritària de l'oferta dels prestadors de serveis de televisió analògica en obert, d'abast territorial estatal, en la major part dels segments de mercat de la televisió digital. Tots els canals públics i privats de televisió analògica en obert espanyols que han emès a escala estatal han estat presents a les ofertes de televisió digital per satèl·lit (Digital +),¹⁰ per cable (ONO), per ADSL (Imagenio, Orange TV i Jazztel TV) i, de manera més limitada i mitjançant l'adaptació específica dels continguts, per mòbil (Vodafone Live!, Orange TV i Movistar TV).

A Catalunya, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (a partir d'ara, CCMA) té presència en l'oferta programàtica de la televisió digital per cable¹¹ i també en les altres plataformes digitals per mitjà dels canals de Televisió de Catalunya.¹² Durant el 2008, i de la mateixa manera que en anys anteriors, tant la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola (a partir d'ara, Corporació RTVE) com la CCMA han proveït programes únicament destinats a ser oferts per mitjà d'aquests sistemes de difusió digital i que no s'han emès en analògic ni per TDT. Aquest és el cas de Docu TVE (canal temàtic de documentals), Canal Clásico (música) i TVE Internacional per part de la Corporación RTVE i de TVCi (canal internacional de TVC) i Canal Méteo (d'informació meteorològica) per part de la CCMA.

Comparativament amb els anys anteriors, el 2008 s'ha consolidat l'oferta de continguts televisius a internet per mitjà dels portals interactius creats pels mateixos prestadors de serveis de televisió, així com la difusió de canals propis en llocs web

com, per exemple, YouTube.¹³ Els portals dels prestadors de televisió a internet, que tendeixen a consolidar-se, proporcionen informació detallada de la programació pròpia i notícies de la seva actualitat diària i, paral·lelament, compten amb una creixent i variada oferta de vídeos a la carta (extrets de la pròpia programació i d'altres portals propis), espais per donar a conèixer la seva activitat i altra informació complementària. El consum d'aquests nous serveis audiovisuals és cada cop més positiu, tal com es posa de manifest en els increments de difusió que assoleixen. Aquesta presència creixent de la televisió a internet es dona igualment en els altres mitjans de comunicació (premsa i ràdio), que incorporen, de forma progressiva, continguts audiovisuals (vídeos i enregistraments sonors) a les seves pàgines web. Aquesta tendència configura un probable escenari de futur en què el conjunt dels mitjans de comunicació tradicionals convergeixen en un únic mercat audiovisual a internet, on pugui ser difícil delimitar-ne les fronteres entre ells.

Al llarg de l'any 2008, s'han dut a terme emissions regulars de televisió d'alta definició via satèl·lit a l'Estat espanyol, i experiències pilot en televisió digital terrestre. D'una banda, Sogecable, SA, ha estrenat el febrer de 2008 Canal + HD, la versió en alta definició del canal *premium* de Digital +.¹⁴ De l'altra, la CCMA ha continuat emetent en proves en TDT continguts en alta definició durant l'any (experiència que havia iniciat el 2007) i ha col·laborat amb la televisió autonòmica de la comunitat autònoma d'Aragó (ATV) al voltant de l'Exposició Universal de Saragossa en la construcció de models d'emissió en alta definició.¹⁵

A l'Estat espanyol, el seguiment d'aquesta nova fita de desenvolupament de la tecnologia digital per a la televisió correspon, en bona part, al Foro de la Televisión de Alta Definición, constituït per iniciativa del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç el febrer de 2007.¹⁶

Evolució del mercat de la televisió: la davallada de la inversió publicitària

Al llarg dels darrers tres anys, s'ha produït una diversificació creixent dels canals de difusió televisiva a l'Estat espanyol, principalment per l'atorgament de noves concessions de canals

10 El desembre de 2008, Digital + va tornar a comptar en la seva oferta amb totes les cadenes estatals generalistes que emeten en analògic, a conseqüència de la reincorporació de Telecinco, Antena 3 TV i laSexta. Font: *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 35.

11 Vegeu, dins de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2006*, l'apartat 3.3 (Reial decret 920/2006, de 28 de juliol, pel qual s'aprova el Reglament general de prestació del servei de difusió de ràdio i televisió per cable) del capítol I i l'apartat 2.2 (Televisió per cable) del capítol IV.

12 Vegeu la taula 1 del capítol IV d'aquest mateix informe.

13 La difusió de continguts audiovisuals mitjançant YouTube no està exempta de conflictes. Així, el juny de 2008, Telecinco ha demandat YouTube per atemptar contra els drets de part dels seus continguts audiovisuals per haver-los difós sense autorització. Font: *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 29.

14 *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 27.

15 IMPULSA TDT, *Anuario TDT 2008* [En línia]. Madrid: Impulsa TDT, 2009. [Pàg. 53]. <<http://www.impulsatdt.es/pdf/impulsa-tdt-anuario-08.pdf>> [Consulta: juliol de 2009]

16 <http://www.mityc.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/documents/npreunionforoaltadefinicion250209.pdf> [Consulta: juliol de 2009] Les actes dels grups de treball del Foro de la Televisión de Alta Definición es poden consultar a: <<http://www.televisiondigital.es/TecnologiasRelacionadas/>> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 2. Evolució del consum televisiu anual i de la penetració dels serveis de televisió a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Variació 04-08	Variació 07-08
Minuts de visionament							
Catalunya	217	219	227	231	236	+8,05%	+2,2%
Estat espanyol	218	217	217	223	227	+3,96%	+1,8%
Percentatge de penetració de la televisió^A							
Catalunya	88,0	88,8	87,7	86,4	87,1	-1,03%	+0,8%
Estat espanyol	89,6	88,9	88,6	88,7	88,5	-1,24%	-0,2%

A Percentatge de la població de 14 anys o més; audiència acumulada diària.

Font: Elaboració pròpia amb dades de TNS per a minuts de visionament i d'EGM per a penetració de la televisió.

i per l'avenç de la televisió digital. Aquesta fragmentació de l'oferta de serveis de televisió ha comportat una reestructuració del mercat aquests anys, procés que el 2008 s'ha mantingut obert.

En aquest escenari, l'eclosió de la crisi econòmica ha provocat una davallada de la inversió publicitària en els mitjans de comunicació audiovisual de l'Estat espanyol, que ha agreujat els efectes negatius derivats del procés d'atomització de l'oferta televisiva en curs.

L'anàlisi de l'evolució del mercat televisiu des del punt de vista del comportament de la demanda per part de la població (és a dir, de les audiències) constata que el 2008 mostra que s'ha incrementat el temps mitjà que les persones espectadores han destinat al consum televisiu. Segons dades de TNS (Taylor Nelson Sofres),¹⁷ la mitjana de minuts de visionament de televisió a Catalunya ha passat de 231 el 2007 a 236 el 2008, i al conjunt de l'Estat espanyol, de 223 minuts a 227, respectivament. Això representa, en tots dos casos, un increment interanual d'aproximadament el 2% (vegeu la taula 2).

Si es considera el grau de penetració del mitjà televisiu els anys 2007 i 2008, d'acord amb les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM), a Catalunya s'observa un creixement molt baix del percentatge de població de 14 anys o més que consumeix televisió: del 86,4% el 2007 al 87,1% el 2008; i, a l'Estat espanyol, una disminució molt petita, del 88,7% al 88,5%, respectivament. Tanmateix, cal assenyalar que aquests percentatges són lleugerament inferiors als de l'any 2004 (88% a Catalunya i 89,6% a l'Estat espanyol). Paral·lelament, les persones que consumeixen televisió hi destinen cada cop més quantitat de temps (vegeu la taula 2). D'acord amb això, la introducció dels nous mitjans digitals (sobretot internet) no ha afectat de manera significativa els hàbits de consum televisiu de la població catalana i espanyola.

L'any 2008, la quota de pantalla dels canals de televisió segons la seva tipologia ha experimentat certs canvis respecte del 2007 (vegeu la taula 3).

En coherència amb la tendència d'anys anteriors, la quota de pantalla de les televisions temàtiques ha experimentat un fort increment interanual tant a escala estatal (5,9% el 2004; 11,0% el 2007 i 13,0% el 2008) com, sobretot, nacional (a Catalunya passa del 9,9% el 2007 al 14,3% el 2008).

Les televisions privades autonòmiques també han guanyat quota de pantalla el 2008, de forma especialment rellevant a Catalunya, on aquest segment del mercat televisiu ha passat, d'un any a l'altre, de l'1,5% de la quota al 3,0%. A l'Estat espanyol, aquest percentatge ha estat del 0,3% i del 0,6% el 2007 i el 2008, respectivament.¹⁸

La resta de tipologies de canals de televisió han experimentat una davallada interanual de les quotes de pantalla, tant a escala nacional com estatal. Així, les televisions privades d'abast estatal (Telecinco, Antena 3 TV, Cuatro i laSexta) han tingut l'any 2008 el 48,3% de la quota de pantalla al conjunt del mercat espanyol (45,6% a Catalunya); TVE, el 21,4% (17,2% a Catalunya); les autonòmiques públiques, 14,5% (18,0% a Catalunya), i les locals, el 2,2% (1,9% a Catalunya).

Des d'una perspectiva temporal més àmplia, analitzant el període 2004-2008, en dues tipologies de televisió s'observa una forta davallada de la quota de pantalla: TVE (-24,1% a escala de l'Estat) i les autonòmiques públiques (-18,1% també per al conjunt de l'Estat espanyol). Per contra, les televisions privades d'abast estatal han augmentat la quota en el mercat durant el mateix període (+7,3%). S'ha de tenir en compe, però, que el 2006 s'incrementa el nombre de canals privats amb la incorporació de Cuatro i laSexta, fet que ha comportat una notable fragmentació de les quotes de cada canal considerat individualment.

¹⁷ Vegeu també, en aquest mateix informe, el capítol IV, apartat 3 dedicat a l'audiència de televisió a Catalunya.

¹⁸ Per interpretar correctament la xifra de la quota de pantalla de les televisions autonòmiques l'any 2007, cal tenir en compte que, des del mes de juny d'aquest any, TNS deixa d'incloure 8tv i Onda 6 dins de les locals, comptabilitzant-ne l'audiència per separat a les privades autonòmiques.

Taula 3. Evolució de la quota de pantalla dels serveis de televisió segons el tipus de canal a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2004-2008 (en percentatge)

	Estat espanyol							Catalunya		
	2004	2005	2006	2007	2008	Variació 04-08	Variació 07-08	2007	2008	Variació 07-08
TV privades	45,0	45,9	48,8	49,4	48,3	+7,33%	-2,2%	46,3	45,6	-1,5%
TVE	28,2	25,3	23,1	21,8	21,4	-24,11%	-1,8%	18,3	17,2	-6,0%
TV pública autonòmica	17,7	17,6	15,4	14,7	14,5	-18,08%	-1,4%	20,7	18,0	-13,0%
TV temàtica	5,9	7,4	8,9	11,0	13,0	+120,34%	+18,2%	9,9	14,3	+44,4%
TV local	3,0	3,5	3,4	2,6 ^A	2,2	-26,67%	-15,4%	3,3	1,9	-42,4%
TV privada autonòmica	-	-	-	0,3	0,6	-	+100,0%	1,5	3,0	+100,0%
Altres	0,2	0,2	0,4	0,1	0,0	-100,00%	-100,0%	0,0	0,0	0,0%

A El juny de 2007, TNS deixa d'incloure 8tv i Onda 6 dins del grup de les televisions locals i les agrupa com a privades autonòmiques.

Font: TNS.

El canvi principal esdevingut l'any 2008 ha estat la forta caiguda de la inversió publicitària en els serveis de comunicació audiovisual (televisió, ràdio i internet) a l'Estat espanyol. Segons dades d'InfoAdex, ha disminuït en un 6,4%, i ha passat de 4.629,1 milions d'euros el 2007 a 4.334,0 milions el 2008.¹⁹ El decreixement s'ha donat en tots els mitjans de comunicació audiovisual excepte internet, que ha mantingut una evolució positiva. En concret, la inversió publicitària a internet ha augmentat en un 26,5% del 2007 al 2008, i s'ha situat en 610,0 milions d'euros aquest darrer any, una xifra molt similar a la del mitjà ràdio, en el qual s'han invertit 641,9 milions d'euros el 2008 (vegeu la taula 4).

El conjunt del mercat televisiu ha percebut una inversió publicitària de 3.082,1 milions d'euros el 2008, un 11,1% menys respecte de l'any anterior, distribuïda de la manera següent: 2.988,1 milions d'euros les televisions estatals i autonòmiques (-11,0% en relació amb 2007); 56,1 milions d'euros les televisions temàtiques (-6,7%) i 37,9 milions d'euros les locals (-25,5%) (vegeu la taula 4). Es constata que, en termes d'evolució relativa, aquesta situació de crisi ha afectat més negativament les televisions estatals, autonòmiques i locals, comparativament amb les televisions temàtiques.

Aquesta reducció de la inversió publicitària ha coincidit amb la reestructuració del mercat televisiu espanyol (a conseqüència de la incorporació de Cuatro i laSexta al mercat, i del procés de desplegament de la TDT), que ja havia comportat, l'any 2007, una reducció del cost de la publicitat per minut. La conjunció d'aquests dos fets ha tingut efectes molt negatius sobre

els ingressos de les empreses de televisió i sobre l'evolució del mercat televisiu del conjunt de l'Estat. Concretament, el 2008 hi ha hagut una reducció del 5,1% dels minuts totals de publicitat emesos per televisió respecte del 2007 (964.891 minuts de publicitat emesos davant dels 1.016.435 de l'any anterior). A més, tot indica que també s'ha rebaixat el cost per minut de publicitat, ja que la reducció interanual de la inversió publicitària en el mateix període ha estat de l'11,1%, una quantitat sis punts superior a la variació del percentatge de decreixement dels minuts de publicitat.

Paral·lelament, s'observa que el GRP (nombre d'impactes publicitaris) s'ha situat al nivell més baix de tot el període 2004-2008. Això ha comportat una reducció molt important dels impactes publicitaris resultants al mitjà televisiu (vegeu la taula 5).

Durant el 2008, els prestadors de televisió ja han començat a desplegar accions per contrarestar aquesta difícil situació del mercat. En aquest sentit, cal destacar, segons la CMT,²⁰ "una menor inversió, retallada de les despeses, rebaixes en les tarifes publicitàries, sanejament dels comptes, replantejament de les estratègies d'integració i cerca de noves fórmules, com ampliació de la programació per internet (per mitjà de les seves pàgines web)".

Pel que fa al mercat de la televisió de pagament, ha evolucionat sense grans canvis respecte de la situació existent el 2007. El nombre d'abonats a la televisió via satèl·lit s'ha reduït lleugerament (-1,5%), tot i que es manté clarament al capdavant d'aquest segment del mercat televisiu amb poc més de 2

¹⁹ Vegeu també, en aquest mateix informe, el capítol VI, apartat 2 dedicat a la inversió publicitària en televisió.

²⁰ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: CMT, 2009 [p. 124]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 4. Evolució de la inversió publicitària en serveis de comunicació audiovisual a l'Estat espanyol. Període 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Variació 04-08	Variació 07-08
En milions d'euros							
Televisions estatals i autonòmiques	2.610,6	2.877,8	3.096,5	3.357,6	2.988,1	+14,46%	-11,0%
Televisions temàtiques	26,0	31,4	44,5	60,1	56,1	+115,77%	-6,7%
Televisions locals	33,3	42,2	47,3	50,9	37,9	+13,81%	-25,5%
Total televisió	2.669,9	2.951,4	3.188,4	3.468,6	3.082,1	+15,44%	-11,1%
Ràdio	540,2	609,9	636,7	678,1	641,9	+18,83%	-5,3%
Internet	94,6	162,4	310,4	482,4	610,0	+544,82%	+26,5%
Total	3.304,7	3.723,7	4.135,4	4.629,1	4.334,0	+31,15%	-6,4%
En percentatges							
Televisions estatals i autonòmiques	79,0	77,3	74,9	72,5	68,9		
Televisions temàtiques	0,8	0,8	1,1	1,3	1,3		
Televisions locals	1,0	1,1	1,1	1,1	0,9		
Total televisió	80,8	79,2	77,1	74,9	71,1		
Ràdio	16,3	16,4	15,4	14,7	14,8		
Internet	2,9	4,4	7,5	10,4	14,1		
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		

Font: InfoAdex (2009).

Taula 5. Evolució de la publicitat als serveis de televisió a l'Estat espanyol. Període 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Variació 04-08	Variació 07-08
Minuts publicitat	768.765	755.479	827.869	1.016.435	964.891	+25,51%	-5,1%
Espots publicitat	2.214.095	2.264.813	2.561.769	3.068.865	2.874.926	+29,85%	-6,3%
Mitjana de segons per spot	21	20	19	20	20	-4,76%	0,0%
GRP	2.925.140	2.902.797	2.905.969	3.105.773	2.888.457	-1,25%	-7,0%

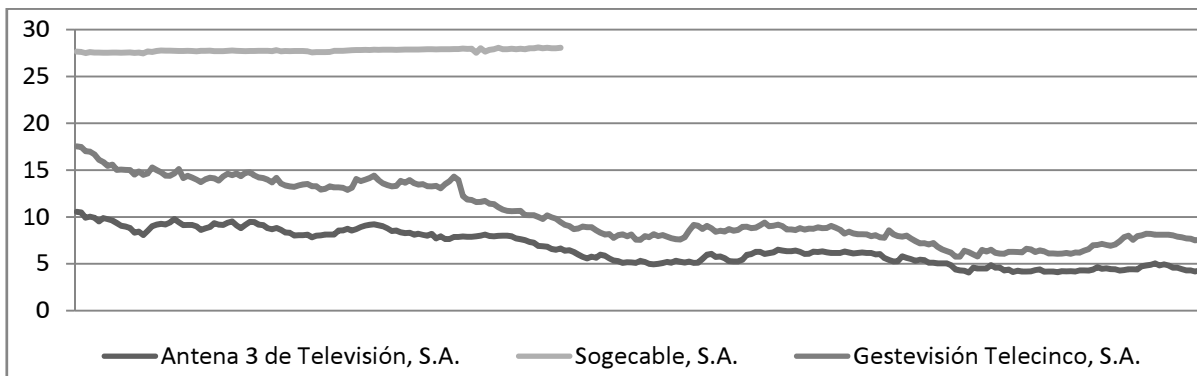
Font: TNS.

Taula 6. Evolució del nombre d'abonats als serveis de televisió de pagament per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol. Període 2004-2008 (en milers)

	2004	2005	2006	2007	2008	Variació 04-08	Variació 07-08
Satèl·lit	1.652,6	1.960,7	2.044,0	2.065,1	2.034,9	+24,96%	-1,5%
Cable	1.107,4	1.201,9	1.304,4	1.345,9	1.459,0	+21,54%	+8,4%
Televisió per ADSL	-	206,6	396,7	569,2	702,8	-	+23,47%
Televisió mòbil	-	-	-	295,2	269,9	-	-8,5%

Font: CMT (2009).

Gràfic 1. Evolució de la cotització de les empreses que ofereixen serveis de televisió al mercat continu. Cotització diària (preu al tancament). Any 2008 (en euros)^A



A El Grup Prisa va presentar al final de 2007 una oferta pública d'adquisició (OPA) sobre Sogecable, SA, per la totalitat del capital social i, una vegada completat aquest procés, la societat deixa de cotitzar en borsa el mes de juny de 2008.

Font: Elaboració pròpia amb dades de <<http://www.labolsa.com/mercado/SGC/historico/2008/>> per cotitzacions de Sogecable SA, <<http://www.labolsa.com/mercado/A3TV/historico/2008/>> per cotitzacions d'Antena 3 de Televisión, SA, i <<http://www.labolsa.com/mercado/TL5/historico/2008/>> per cotitzacions de Gestevisión Telecinco, SA [Consulta: juliol de 2009]

milions de persones. Per contra, a la televisió per cable s'han comptabilitzat prop d'1,5 milions d'abonats, fet que ha representat un increment interanual del 8,4%. No obstant això, la televisió de pagament per ADSL és la que ha tingut un ascens més accentuat en termes relatius de l'any 2007 al 2008 (23,5%), i s'ha situat en, aproximadament, 0,7 milions d'abonats a l'Estat espanyol. Finalment, la televisió per mòbil no ha avançat en els termes inicialment previstos, ja que el nombre de persones abonades a aquests serveis s'ha reduït en un 8,5% d'un any a l'altre, i tan sols compta amb 0,3 milions d'usuaris (vegeu la taula 6).²¹

L'alta concentració empresarial continua marcant el mercat de televisió de pagament: tres grups o societats (Sogecable, SA, amb Digital +, Cableuropa amb ONO i Telefónica amb Imagenio) capten, en conjunt, el 93,6% dels ingressos del mercat el 2008 i, aproximadament, el 87,7% del total d'abonats.²²

En aquest entorn, el comportament del valor de les accions dels prestadors de serveis de televisió que han cotitzat en borsa durant el 2008 (Antena 3 de Televisión, SA, i Gestevisión Telecinco, SA) ha estat en general força negatiu. Així, les cotitzacions diàries (preu al tancament) de les accions d'aquestes societats s'han reduït a poc menys de la meitat durant l'any. En el cas d'Antena 3 de Televisión, SA, la pèrdua ha estat del 59,3% i ha passat de 10,55 euros (el 3 de gener de 2008) a 4,29 euros (el 28 de desembre de 2008). Quant a Gestevisión Telecinco, SA, la disminució ha estat menys accentuada: de 17,53 euros a 7,55 euros durant l'any, que suposa una baixa-

da del 56,9% (vegeu el gràfic 1). Com a dada de context, s'ha de tenir en compte que la cotització de l'IBEX 35 ha caigut un 34,9% durant el 2008, i ha assolit el valor mínim el dia 28 d'octubre. La major devaluació dels títols de les empreses de televisió comparativament amb l'evolució de l'IBEX 35 reflecteix clarament l'impacte que ha tingut sobre aquest sector la forta contracció del mercat publicitari televisiu en el context de fragmentació de l'oferta. No sembla que la cotització en borsa d'aquestes societats s'hagi de revaloritzar mentre el mercat de la publicitat no presenti signes de millora. Finalment, la tercera empresa de serveis de televisió que fins al juny de 2008 ha cotitzat en borsa és Sogecable, SA. Al final de 2007, Prisa va presentar una oferta pública d'adquisició (OPA) sobre Sogecable, SA, per la totalitat del seu capital social, operació autoritzada formalment el mes de març de 2008. El maig del mateix any, Prisa sol·licita a la Comissió Nacional del Mercat de Valors l'exclusió de borsa de Sogecable, SA, que es fa efectiva el 6 de juny de 2008, amb un valor de les seves accions de 28,05 euros per títol (vegeu el gràfic 1).

Com a resum de l'evolució l'any 2008 dels diferents segments del mercat televisiu de l'Estat espanyol, l'anàlisi dels ingressos dels serveis de televisió (sense subvencions) permet constatar com, en conjunt, han decrescut un 4,5% de 2007 a 2008. Aquesta disminució s'ha donat, principalment, per la notable davallada dels ingressos en la televisió terrestre (-9,6%). Les televisions digitals per satèl·lit i per cable han mantingut la xifra d'ingressos en uns termes molt similars als de l'any 2007.

21 Vegeu també, en aquest mateix informe, el capítol IV, apartats 2 i 3, dedicats als prestadors de serveis de televisió i a l'audiència de televisió a Catalunya, respectivament.

22 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: CMT, 2009 [p. 139]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 7. Evolució dels ingressos dels serveis de televisió per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol (sense subvencions). Període 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	Variació 04-08	Variació 07-08
En milions d'euros							
Televisió terrestre	2.684,0	2.928,9	3.035,2	3.312,3	2.993,9	+11,5%	-9,6%
Televisió per satèl·lit	1.236,8	1.387,4	1.487,3	1.522,4	1.542,3	+24,7%	+1,3%
Televisió per cable	274,9	318,8	339,4	348,9	346,7	+26,1%	-0,6%
Televisió per ADSL	-	17,6	79,8	130,5	185,1	-	+41,8%
Televisió mòbil	-	-	-	8,7	16,2	-	+86,4%
Total	4.195,7	4.652,7	4.941,7	5.322,9	5.084,1	21,2%	-4,5%
En percentatges							
Televisió terrestre	64,0	63,0	61,4	62,2	58,9		
Televisió per satèl·lit	29,5	29,8	30,1	28,6	30,3		
Televisió per cable	6,6	6,9	6,9	6,6	6,8		
Televisió per ADSL	-	0,4	1,6	2,5	3,6		
Televisió mòbil	-	-	-	0,2	0,3		
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		

Font: CMT (2009).

Per contra, tan sols experimenten una evolució positiva durant l'exercici la televisió per ADSL i la televisió per mòbil (vegeu la taula 7).

2.1.2. Evolució i estructura del mercat de la ràdio²³

L'any 2008, el mercat radiofònic de Catalunya ha experimentat una profunda transformació com a conseqüència de l'aplicació del Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora amb modulació de freqüència (RD 964/2006, d'1 de setembre). A Catalunya, el mes de novembre de 2008, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha adjudicat 83 concessions en règim de gestió indirecta per particulars, per a l'explotació del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència (FM). Es tracta de la primera adjudicació de freqüències per a la prestació de serveis audiovisuals que es fa a Catalunya, i també en el conjunt de l'Estat espanyol, en què una autoritat independent de regulació audiovisual convoca i resol el procés concessional. El CAC adquireix aquesta competència amb la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.²⁴

La descripció de l'oferta de ràdio a Catalunya en l'àmbit dels agents privats l'any 2008 inclou dues situacions clarament diferenciades: l'existent abans i després de la resolució del procés concessional. La descripció de l'oferta de ràdio a Catalunya en l'àmbit dels agents privats l'any 2008 inclou dues situacions clarament diferenciades: l'existent abans i després de la resolució del procés concessional.

Abans de l'adjudicació de les noves freqüències en FM, a Catalunya hi havia 95 concessions de freqüència modulada de gestió privada i 12 en OM. Resolt el concurs, el territori català passa a tenir un total de 178 emissores en FM. L'atorgament de les 83 freqüències noves incideix significativament en l'estructura del sector i es manifesta bàsicament en dos nivells. D'una banda, augmenta l'abast territorial de difusió de certes cadenes ja consolidades que incrementen el nombre de freqüències en zones en què anteriorment no tenien cobertura; de l'altra, apareixen nous prestadors radiofònics que ja tenien presència abans al mercat de la comunicació local a través d'altres mitjans com diaris o televisions, alguns dels quals conformen o estan en procés de conformar grups multimèdia d'àmbit local, comarcal i supracomarcal.²⁵

De manera més concreta, la distribució de les freqüències segons l'abast territorial de les empreses o grups empresarials titulars de les concessions s'ha modificat en els termes següents:

- les cadenes d'abast estatal han passat de tenir 63 freqüències (que representaven el 66,3% del total de les concessions abans del concurs —95 freqüències—) a tenir-ne 80 (ocupant el 44,9% del total del nombre de freqüències del territori català —178 freqüències—),
- les cadenes d'abast nacional han passat de representar el 26,3% (25 freqüències) del total de les concessions al 41% (73 freqüències),
- i les locals també han guanyat en presència i han augmentat de 7 a 25 freqüències (del 7,4% al 14%, respectivament).

²³ Vegeu també, en aquest mateix informe, el capítol III, apartat 2, dedicat als prestadors de serveis de radiodifusió sonora.

²⁴ Vegeu l'apartat 2.4 sobre el procés concessional de freqüències de ràdio en FM a Catalunya, del capítol I d'aquest mateix informe.

²⁵ Vegeu també el capítol III, apartat 2 d'aquest mateix informe.

En aquest sentit, cal remarcar que, segons la CMT, el mercat radiofònic a l'Estat espanyol "es caracteritza per una important concentració d'audiències i d'ingressos publicitaris. Així, dels 442 milions d'euros percebuts per la ràdio el 2008, el grup conformat per les tres cadenes principals, la Cadena SER, la COPE i Onda Cero, va obtenir 407,5 milions d'euros, cosa que va significar el 92,2% del total de la recaptació comercial del sector radiofònic".²⁶ A Catalunya, considerant les cadenes de ràdio amb més audiència,²⁷ la situació l'any 2008 s'ha mantingut en uns termes molt similars a 2007 i el mercat s'ha estructurat al voltant de 23 cadenes privades: 6 de generalistes, 17 d'especialitzades (15 de les quals són musicals i 2 són temàtiques) i 10 cadenes de titularitat pública: 4 de generalistes i 6 d'especialitzades (4 de musicals i 2 de temàtiques).

D'altra banda, la posada en marxa de la ràdio digital continua avançant amb més lentitud que la televisió. Tot i que en la primera versió del Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora digital terrestre aprovat l'any 2000 es preveia donar cobertura al 80% de la població a mitjan 2006 mitjançant el DAB (de l'estàndard *Digital Audio Broadcasting*), cal recordar que aquest mateix any es va posposar al 31 de desembre de 2011. En aquest context, i atès que ja hi ha un bon nombre d'emissores que empren aquesta tecnologia, d'acord amb la CMT,²⁸ sembla que el desconeixement d'aquesta opció tecnològica per part de l'audiència i la necessitat de renovar completament el parc de receptors són les principals causes que n'expliquen l'endarreriment.

• Serveis de ràdio de gestió pública

Sense canvis rellevants respecte de l'any 2007, els prestadors públics que han realitzat emissions de ràdio a Catalunya han estat els següents: la Sociedad Mercantil Radio Nacional de España (a partir d'ara, SME RNE) (amb cinc cadenes), Catalunya Ràdio SRG, SA (amb quatre) i COMRàdio.

La SME RNE ha mantingut les dues cadenes generalistes (Radio Nacional i Ràdio 4), les dues de caràcter musical (Radio 3 i Radio Clásica), i una d'informativa (Radio 5 Todo Noticias). Per la seva banda, Catalunya Ràdio SRG, SA, continua amb una cadena generalista (Catalunya Ràdio), dues especialitzades en música i cultura (Catalunya Música i iCat fm), i una informativa (Catalunya Informació). Finalment, el producte de COMRàdio es distribueix des d'una xarxa d'aproximadament 158 freqüències i ajuntaments consorciats.²⁹ A banda, Catalunya disposa d'un total de 253 emissores municipals amb concessió.³⁰

• Serveis de ràdio de gestió privada d'abast estatal

En relació amb els prestadors de ràdio de gestió privada d'abast estatal, hi ha vuit grups de comunicació, els quals durant el 2008 han ofert un total de 16 cadenes: cinc de generalistes i 11 d'especialitzades (nou de musicals i dues de temàtiques). Aquests grups configuren conjunts complexos d'empreses unides per vincles de diversa naturalesa, la presència dels quals a Catalunya —en tant que titulars d'emissores de ràdio— és la següent:

- Grup Prisa: en formen part societats com ara Sociedad Española de Radiodifusión, SA; Antena 3 de Radio, SA; Radio España de Barcelona, SA; Ondas, SA; Avante Radio, SA, i Sociedad de Estudios de Radio y Televisión. Durant el 2008, la Sociedad Española de Radiodifusión, SA, va absorbir la societat Ona Catalana, SA, i altres societats abans absorbides per Ona. Aquest grup disposa de dues cadenes generalistes (Cadena SER i Ona FM), i cinc d'especialitzades en música (Los 40 Principales, Cadena Dial, M80 Radio, Máxima FM i Radiolé). Amb l'adjudicació de freqüències de 2008, el grup Prisa n'ha rebut nou de noves (tant de programació generalista com musical de productes que ja emetia).

- Grupo Planeta: aplega les societats Uniprex, SAU; Unión Ibérica de Radio, SA, i Rkor Ràdio, SLU, a través de les quals ofereix una cadena generalista (Onda Cero) i una d'especialitzada en música (Europa FM). L'any 2008 s'han adjudicat a aquest grup vuit freqüències noves, tant de programació generalista (Onda Cero) com musical (Europa FM i Onda Melodía —un nou producte a Catalunya).

- Grupo Cope: en formen part Radio Popular, SA; Ràdio 13 de Catalunya, SAU, i Editorial Catalana de Televisión y Radio, SA. Disposava d'una cadena generalista (COPE) i d'una d'especialitzada en música (Cadena 100). Aquest grup no ha rebut cap nova freqüència en el concurs de l'any 2008.

- Grup Vocento: l'activitat radiofònica d'aquest grup estatal es caracteritza, pel que fa a l'àmbit territorial de Catalunya, per estar participada pel conjunt d'empreses propietat de Luis del Olmo Marote, entre les quals s'ha d'esmentar la matriu, Onda Ramblas, SA. El grup, que ofereix a Catalunya una cadena generalista (Onda Rambla Punto Radio), no ha estat adjudicatari de cap freqüència nova en el concurs de 2008.

- Grup Radio Blanca: des de 2006, té una participació majoritària en la societat Club de Ràdio Terrassa, SA, concessionària d'una emissora a Catalunya. En conseqüència, aquesta societat està integrada a la cadena del grup, especialitzada en música (Kiss FM). Aquest grup no ha rebut cap nova freqüència en el concurs de 2008.

26 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: CMT, 2009 [p. 142]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

27 Aquelles que, segons l'EGM (febrer-novembre de 2008), han assolit almenys 9.000 oients d'audiència acumulada els dies laborables.

28 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: CMT, 2009 [p. 144]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

29 Font: COMRàdio. Dades actualitzades l'octubre de 2009.

30 Vegeu també, en aquest mateix informe, el capítol III, apartat 2.1.1, dedicat als prestadors de radiodifusió sonora de titularitat pública de cobertura estatal, nacional i local.

– Grup Unidad Editorial: integrat des de 2007 al grup italià RCS MediaGroup, té una cadena especialitzada en informació esportiva (Radio Marca). Aquest grup no ha rebut cap nova freqüència en el concurs de 2008.

– Grupo Zeta: aquest grup tampoc no ha rebut cap nova freqüència en el concurs de 2008.

– Grup Intereconomía: emet el producte especialitzat en informació econòmica Radio Intereconomía.

• Serveis de ràdio de gestió privada d'abast nacional

Quant als prestadors nacionals de titularitat privada, l'any 2008 hi ha quatre grups amb set cadenes: una de generalista i sis de musicals. Aquests grups, que també poden estar formats per diverses persones, físiques o jurídiques, unides per diferents vincles entre elles, són els següents:

– Grupo Godó: aquest grup sembla que es consolida com el principal grup d'abast català amb una àmplia diversificació d'activitats relacionades amb els mitjans de comunicació. En el camp de la prestació de serveis de radiodifusió sonora, té una cadena generalista (RAC1), i una d'especialitzada en música (RAC105). Entre les societats que s'hi vinculen destaca Radiocat XXI, SLU. Aquest grup ha rebut 17 noves freqüències en el concurs de 2008, tant de programació generalista com musical, dels productes que ja emet.

– Grup Tele Taxi: disposa de dues cadenes musicals (Ràdio Tele Taxi i Ràdio RM). Aquest grup ha rebut 12 freqüències noves en el concurs de 2008, en les quals havia proposat productes que ja emet.

– Grup Flaix: constituït per diverses persones físiques i jurídiques, en el camp de la ràdio compta amb dues cadenes especialitzades en música (Flaix FM i Ràdio Flaixbac). S'han adjudicat al grup Flaix 12 noves freqüències en el concurs de 2008.

– Cadena Estel, que ofereix una cadena musical. Aquest grup ha rebut set noves freqüències en el concurs de 2008.

• Serveis de ràdio de gestió privada d'abast local

En l'àmbit local, com a conseqüència de la resolució del concurs, han aparegut nous prestadors de ràdio que ja tenien relació amb altres mercats de la comunicació local per mitjà d'altres mitjans com ara diaris o televisions. També hi ha hagut prestadors ja existents abans del concurs que han sumat freqüències.

El Grup Segre ha obtingut 3 concessions en el concurs de 2008 per mitjà de la seva societat Radio Terraferma de Lleida, SA, que se sumen a la que ja tenia amb anterioritat a Lleida. D'aquesta manera, es posiciona com un dels principals agents locals de la comunicació de Catalunya, ja que també edita diversos mitjans de premsa escrita locals, i és titular mitjançant una societat del grup (Prensa Leridana, SA) de diverses televisions locals.

El grup La Manyana, que també edita un diari local, ha obtingut 3 concessions (i no en tenia cap anteriorment).

Altres grups de comunicació local adjudicatari d'una freqüència cadascun i que tampoc no en tenien cap anteriorment

són: Mola, Cadena Pirenaica, La Veu de l'Ebre, Regió 7, el 9Nou, Simalro, D-9 Comunicació, ECAP (Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat) i El 3 de vuit.

D'entre els que han rebut noves concessions, també s'ha d'assenyalar el cas de Ràdio Marina, el perfil del qual és diferent dels grups esmentats, ja que la seva activitat està circumscribida a la prestació de serveis de ràdio (amb una concessió que ja tenia anteriorment, a la qual s'afegeix la de 2008). També hi ha La Seva Llar El Seu Món, SAU, amb una concessió el 2008.

Finalment, hi ha els prestadors d'àmbit local que són titulars d'emissores concedides amb anterioritat al 2008, sense que la seva situació s'hagi modificat: Catalana i Aranese de Telecomunicacions, SLU (Gum), Aranese de Ràdio i Televisió, SAU, Osonenca de Ràdio i Televisió, SAU, i una altra concessió propietat de diverses persones físiques.

Segons l'Estudi General de Mitjans (EGM), l'audiència de les emissores generalistes a Catalunya ha assolit 1.745.000 radiooients el 2008 (de dilluns a divendres), xifra lleugerament inferior a la que s'ha obtingut d'audiència de les emissores musicals (1.750.000 persones). Les emissores temàtiques han tingut 211.000 persones oients el mateix any. A l'Estat espanyol, en el mateix període la ràdio generalista ha estat la més escoltada, amb 11.429.000 oients; davant dels 10.728.000 les musicals i 1.312.000 les temàtiques.

D'acord amb les dades, a Catalunya s'han mantingut els lideratges de Catalunya Ràdio i de la Cadena SER (amb 529.000 i 470.000 oients, respectivament, de dilluns a divendres) en el grup de ràdios generalistes. RAC1 ha mantingut la tercera posició al rànquing amb 367.000 oients. La resta de cadenes generalistes de cobertura estatal (amb la COPE, Onda Cero, Onda Rambla Punto Radio i Radio Nacional) han assolit xifres d'audiència d'entre els 90.000 i els 160.000 oients. Les tres cadenes restants d'abast autonòmic o local (COMRàdio, Ona FM i Ràdio 4), han estat escoltades per menys de 30.000 oients.

En l'àmbit de la ràdio musical, Los 40 Principales ha seguit ocupant una posició clarament destacada, amb 408.000 oients. La segona emissora musical més escoltada a Catalunya és Cadena Dial, amb 181.000 oients. A continuació es troben vuit cadenes: Flaix FM (175.000), Ràdio Tele Taxi (161.000), Ràdio Flaixbac (145.000), RAC105 (142.000), Kiss FM (132.000), Europa FM (132.000), Cadena 100 (114.000) i M80 Radio (106.000). Les vuit cadenes musicals restants —entre les quals hi ha les quatre de titularitat pública— (Màxima FM, Radiolé, Ràdio RM, Radio 3, iCat fm, Catalunya Música, Radio Clásica i Ràdio Estel) han obtingut una audiència a Catalunya inferior als 100.000 oients.

Catalunya Informació ha encapçalat, un any més, el rànquing d'audiència de la ràdio temàtica, amb 114.000 oients els dies feiners. Per la seva banda, Radio Marca referma la segona posició amb 51.000 persones.

En termes d'inversió publicitària en ràdio, l'any 2008 a l'Estat espanyol hi ha hagut una davallada del 5,3% respecte del

2007³¹ i s'ha situat en 641,9 milions d'euros. Com s'ha assenyalat, aquesta disminució s'ha produït en la majoria dels mitjans de comunicació audiovisual (televisions estatals i autonòmiques, televisions temàtiques i televisions locals), excepte en el cas d'internet, que ha obtingut 610,0 milions d'euros (vegeu la taula 4). D'aquesta manera, la inversió en publicitat destinada a la ràdio i a internet han tingut, per primera vegada a l'Estat espanyol, uns valors molt similars.

2.2. Prestadors de serveis del mercat de televisió i ràdio de Catalunya

En aquest apartat es descriuen els principals agents que han prestat serveis als mercats de la televisió i la ràdio l'any 2008. S'analitza l'estructura de la propietat de les societats titulars dels diversos serveis, amb una atenció especial en els principals canvis esdevinguts durant l'any (participacions en el capital social, fusions o absorcions entre empreses, etc.) que en poden afectar la posició en el mercat audiovisual.

2.2.1. Prestadors de serveis de televisió i ràdio de gestió pública

• Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)

Les societats participades íntegrament per la CCMA són les següents³² (entre parèntesis, l'any de creació de la societat): Televisió de Catalunya, SA (1983), Catalunya Ràdio SRG, SA (1983), CCRTV Serveis Generals, SA (1987), TVC Edicions i Publicacions, SA (1987), CCRTV Interactiva, SA (1987/2000), TVC Multimèdia, SL (1998), Activa Multimèdia Digital, SL (1998), Activa 3 i IT Solutions and Technologies, SL (2002).

Durant el primer trimestre de 2008 la societat CCRTV Serveis Generals, SA ha traspassat els seus actius i personal a l'ens públic i ha passat a ser inactiva. El 17 de novembre de 2008, s'ha proposat a la Generalitat de Catalunya la liquidació de la societat. Així mateix, Activa 3 i IT Solutions and Technologies, SL, s'ha mantingut inactiva el 2008.

Com el 2007, la CCMA també participa, de forma directa o a través d'alguna de les seves filials, en el capital de les societats següents:

- Intracatalònia, SA (1999), amb una participació del 30% (essent la resta del capital social de la Generalitat de Catalunya des del 2007).
- Audiovisual Sport, SL (1997) (AVS), amb una participació del 20%.
- MesFilms Inversions, SL (2006), amb una participació del 33,33%. Aquesta societat es va crear segons el conveni de

col·laboració signat per Televisió de Catalunya amb l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) i l'Institut Català de Finances (ICF).

- VANG-3 Publicacions, SL (1998) amb una participació del 50%.

Finalment, i en l'apartat d'inversions financeres a llarg termini, la CCMA manté una participació del 14,45% en el capital de la Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms (FORTA). Durant el 2008, la CCMA ha venut la seva participació del 0,05282% del capital social de Sogecable al grup Prisa, en el marc de l'OPA realitzada per aquest grup sobre aquesta societat.³³

• Corporación de Radio Televisión Española (Corporación RTVE)

El 2008 s'ha avançat en l'execució del procés de refundació de Radio Televisión Española, que es va iniciar el 2007 d'acord amb la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal, amb la creació de la societat mercantil Corporación RTVE, i la constitució de les dues noves societats operadores dels serveis públics de ràdio i televisió: la SME RNE i la SME TVE.

Durant l'any, el desplegament del procés ha comportat, d'una banda, la posada en marxa del nou ens Corporación RTVE i de les noves societats prestadores dels serveis públics de ràdio i televisió: la SME RNE i la SME TVE; i, de l'altra, la dissolució-liquidació de l'anterior ens públic Radio Televisión Española [RTVE] i de les societats Televisión Española, SA [TVE] i Radio Nacional de España, SA [RNE].

Els fets més destacats esdevinguts el 2008 amb relació a la CRTVE han estat els següents:³⁴

- Al tancament de l'exercici del 2008, la Societat Estatal de Participacions Industrials (a partir d'ara, SEPI) ja controlava un 35,9% de la Corporación RTVE. Durant l'any ha adquirit 52 milions d'accions (el 17,2% del capital total) per un import de 206 milions d'euros. Cal recordar que en el procés de reconversió de RTVE es va determinar que la compra de les accions per part de la SEPI s'efectuaria en diverses operacions, d'acord amb les necessitats financeres de l'ens i els recursos disponibles de la SEPI (el 2007 havia adquirit el 18,79% del capital social de la Corporació per 225 milions d'euros).
- L'octubre de 2008, el Govern espanyol va modificar el pressupost d'explotació anual de l'ens públic RTVE en procés de liquidació per atendre els sous dels empleats que, tot i haver-se acollit a l'expedient de regulació d'ocupació posat en marxa, seguien desenvolupant la seva feina a la Corporación RTVE.

31 Vegeu també, en aquest mateix informe, l'apartat 3 del capítol VI, dedicat a la inversió publicitària en ràdio.

32 CCMA. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (ens públic) i societats dependents. Comptes anuals consolidats i informe de gestió. 31 de desembre de 2008* [En línia]. Barcelona: CCMA, 2009.

<http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2007.pdf> [Consulta: octubre de 2008]

33 CCMA. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (ens públic) i societats dependents. Comptes anuals consolidats i informe de gestió. 31 de desembre de 2008* [En línia]. Barcelona: CCMA, 2009.

<http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2007.pdf> [Consulta: octubre de 2008]

34 SEPI. SOCIEDAD ESTATAL DE PARTICIPACIONES INDUSTRIALES. *Informe Anual 2008* [En línia]. Madrid: SEPI, 2009.

<<http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/InformeAnual08.pdf>> [Consulta: juliol de 2009]

Això indica que la sortida dels treballadors de RTVE no s'ha produït amb la celeritat prevista.³⁵ A final de 2008, la Corporación RTVE ha disposat d'una plantilla integrada per un total de 6.359 empleats, dels quals 5.669 eren fixos i 690 tenien contracte temporal. Per la seva banda, l'ens públic RTVE en liquidació ha finalitzat l'exercici de 2008 amb 492 treballadors.³⁶

– Finalment, cal tenir en compte que l'any acaba sense que s'aprovi, en contra del que estava previst, el contracte programa de la nova RTVE amb el govern espanyol per al període 2008-2010. Aquest contracte programa, que hauria de derivar del mandat marc aprovat el 2007, té per objecte fixar els compromisos del Govern amb RTVE en matèria de finançament, així com les obligacions relatives a la prestació dels serveis públics de ràdio i televisió.

• Serveis de televisió local de gestió pública³⁷

Com ja s'ha apuntat, el desplegament de la TDT local a Catalunya es realitza a un ritme més lent del que s'havia previst. Quant als programes públics, l'any 2008 s'han constituït dos consorcis públics del total de 33 previstos, de manera que ja n'hi ha 22 de creats, i 11 que encara no han completat aquest tràmit. A més, hi ha quatre programes de gestió unimunicipal: Barcelona, Badalona, l'Hospitalet de Llobregat i Reus.

• Altres canals públics de televisió

A més d'aquests prestadors públics de televisió, els canals televisius que proveeixen les assemblees legislatives de Catalunya (el Parlament, amb Canal Parlament, <<http://www.canalparlament.cat>>) i de l'Estat espanyol (el Congrés dels Diputats, amb Canal Parlamento <<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/CongresoTV/CanPar>>, i el Senat, amb Canal Senado <<http://www.senado.es/cgi-bin/cgicanalsenado>>) han seguit les seves activitats l'any 2008.

• Serveis de ràdio local de gestió pública

L'Agència de Comunicació Local, SA, participada íntegrament pel Consorci de Comunicació Local (CCL) —del qual formen part la Diputació de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, l'associació Emissores Municipals de Catalunya (EMUC), i un centenar llarg d'ajuntaments, entre els quals el de Barcelona— aplega més d'un centenar d'emissores municipals consorciades, i dóna servei a bona part de la població de Catalunya. El Consorci promou la programació radiofònica de COMRàdio que produeix per mitjà de l'Agència de Comunicació Local, SA.

També cal tenir en compte les més de 200 emissores de ràdio municipal gestionades pels diversos ajuntaments de Catalunya.

2.2.2. Prestadors de serveis de televisió de gestió privada

• Cobertura estatal

El 2008, **Antena 3 de Televisión, SA** (<<http://www.grupoantena3.com/> GrupoAntena3>) ha mantingut la mateixa oferta que l'any anterior: el canal analògic en obert (Antena 3 TV) i els tres programes en TDT (Antena 3 TV, que simultanieja les emissions analògiques en tecnologia digital, Antena.neox i Antena.nova).

Tot i que els accionistes de referència majoritaris d'aquesta societat han estat els mateixos que el 2007, s'hi han produït alguns canvis. En primer lloc, Grupo PlanetaDeAgostini, SL (<<http://www.planetadeagostini.es/>>) és propietari del 44,6% del total de les accions, la mateixa quota de participació que el 2007. Per la seva banda, RTL Group Communications, SLU (<<http://www.rtlgroup.com/>>) ha incrementat lleugerament la presència en l'accionariat de la societat: del 19,8% del capital l'any 2007, al 20,5% el 2008. Aquesta empresa és líder en el sector de l'entreteniment a Europa, i pertany al grup alemany Bertelsmann.

L'agost de 2008, el Banc Sabadell (<<https://www.bancsabadell.com/CA-es/>>) va fer pública l'adquisició del 4,9% de les participacions d'Antena 3 de Televisión, SA, i els mesos següents en va adquirir la part restant fins a arribar a disposar del 5,87% del capital de la societat. Aquesta participació es va canalitzar mitjançant BanSabadell Inversió Desenvolupament, SA (BIDSA).³⁸ La resta de participacions corresponen al mercat (la borsa) i l'autocartera de la societat (vegeu el gràfic 2).

Durant l'any, Antena 3 de Televisión, SA, ha seguit sotmesa a la tendència de desgast de la seva cotització a la borsa, que ja s'havia iniciat el 2007. De fet, a l'inici de 2008 la societat va sortir del selectiu IBEX 35, i durant l'exercici les seves accions societat han experimentat una caiguda del 59,3% (vegeu el gràfic 1). No obstant això, la cadena ha fet un gran esforç de contenció de la despesa (assolint fins a una reducció del 2% de les despeses d'explotació), i ha tancat l'exercici amb beneficis.

També **Gestevisión Telecinco, SA** (<<http://www.telecinco.es/inversores/es/>>) ha mantingut l'any 2008 l'oferta, amb un canal analògic en obert (Telecinco) i tres programes en TDT (la programació analògica de Telecinco en difusió simultània o *simulcast*, Telecinco 2, FDF). A més, ha ofert un espai de venda continuada (CincoShop).

Les participacions en el capital de l'empresa també s'han mantingut en unes proporcions molt similars a les de 2006 i

35 *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 34.

36 Els treballadors de l'ens RTVE van ser donats de baixa el gener de 2009. Font: SEPI. SOCIEDAD ESTATAL DE PARTICIPACIONES INDUSTRIALES. *Informe Anual 2008* [En línia]. Madrid: SEPI, 2009. p. 36 <<http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/Informeannual08.pdf>> [Consulta: juliol de 2009]

37 Vegeu l'apartat 2.3 del capítol IV d'aquest informe, dedicat als prestadors de serveis de televisió local.

38 BANC DE SABADELL. *Informe Anual 2008* [En línia]. Sabadell: Banc Sabadell, 2009. p. 58-59. <https://www.bancsabadell.com/CA-es/XTD/INDEX/?url=/CA-es/INFORMACION_ACCIONISTAS_E_INVERSOIRES/INFORMACION_FINANCIERA/INFORMES_ANUALES/?menuid=39324&language=CA-es> [Consulta: juliol de 2009]

2007 respecte del seu accionista principal que és Mediaset (<<http://www.mediaset.it/>>), empresa italiana que cotitza a la borsa italiana i que està controlada pel grup de comunicació italià Fininvest (propietat de Silvio Berlusconi). En concret, aquesta societat ha passat d'ostentar el 50,1% del capital a tenir-ne el 50,5%. El grup de comunicació Vocento (<<http://www.vocento.com/>>) és el segon accionista de referència de Gestevisión Telecinco, SA. En aquest cas, ha reduït la participació del 13,0% l'any 2007 al 5,1% el 31 de desembre de 2008. Aquesta disminució de la presència de Vocento s'explica, fonamentalment, per la necessitat de compatibilitzar la participació simultània en dos operadors de televisió espanyols (Gestevisión Telecinco, SA, d'una banda, i Sociedad Gestora de Television Net TV, SA, de l'altra). Així, Vocento ha acordat el juny de 2008 distribuir entre els seus accionistes el 6% del capital de Gestevisión Telecinco, SA, com a dividend en espècie (vegeu el gràfic 3).³⁹

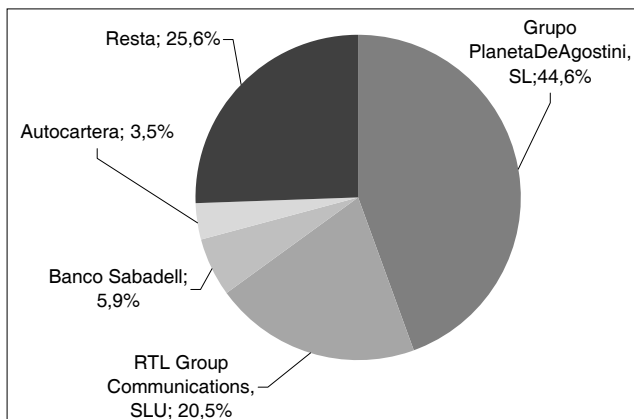
Telecinco ha mantingut la posició de lideratge de l'audiència de la televisió a l'Estat espanyol, tot i que amb una tendència a la baixa i l'any 2008 ja s'ha situat lleugerament per sota del 20% de quota (*share*) (amb un 18,1%). En l'escenari de crisi del mercat televisiu que s'ha descrit, hi ha hagut una davallada del 56,9% valor de les seves accions en borsa (vegeu el gràfic 1).

Finalment, cal assenyalar que Telecinco ha seguit el procés d'expansió internacional iniciat el 2007 (amb l'adquisició de la productora audiovisual Endemol), mitjançant l'entrada en el capital de la companyia nord-americana de televisió CaribeVisión.⁴⁰ Aquesta cadena va néixer el 2007, i té per objecte oferir una programació específicament adreçada al públic castellanoparlant dels Estats Units.

Sogecable, SA (<<http://www.sogecable.es>>) ha estat al llarg d'aquests darrers anys l'empresa espanyola del sector de la televisió amb activitat més diversificada. I així s'ha mantingut el 2008: un canal analògic en obert (Cuatro), tres programes en TDT (Cuatro en difusió simultània, CNN +, 40 Latino), un espai de televenda continuada (Canal Promo) també en TDT i la plataforma de televisió digital via satèl·lit de pagament (Digital +).

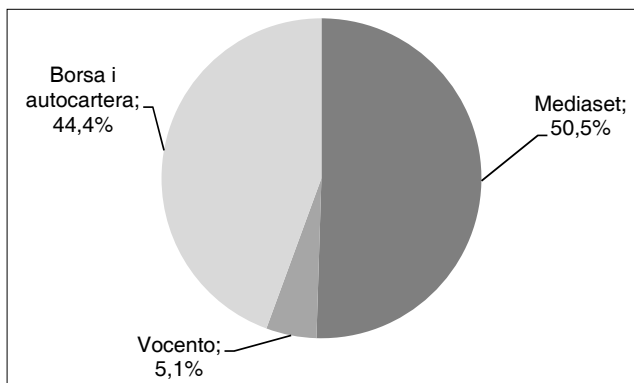
L'evolució de la societat el 2008 ha estat fortament marcada per l'oferta pública d'adquisició (OPA) presentada per Prisa (el soci dominant) sobre Sogecable, SA a final de 2007 per la totalitat del seu capital social. Aquesta operació, que va ser autoritzada formalment el mes de març de 2008, ha culminat amb la plena adquisició del capital social de Sogecable per part de Prisa [incloent-hi les participacions que hi tenien Telefónica (16,7%) i Vivendi (5,5%)].⁴¹

Gràfic 2. Accionistes d'Antena 3 de Televisión, SA. Desembre de 2008



Font: GRUPO ANTENA 3. *Grupo Antena 3. Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: Grupo Antena 3, 2009, [p. 21].
<[http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/INFORME ANUAL%202008_marzo.pdf](http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/INFORME%20ANUAL%202008_marzo.pdf)> [Consulta: juliol de 2009]

Gràfic 3. Accionistes de Gestevisión Telecinco, SA. Desembre de 2008



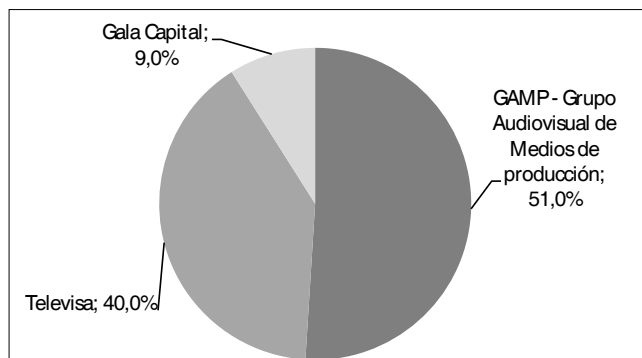
Font: GESTEVISIÓN TELECINCO, SA 2008. *Informe anual de actividades, gobierno y responsabilidad corporativa* [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco SA, 2009 [p. 13].
<http://www.telecinco.es/inversores/es/download/informe_anual_2008.shtml> [Consulta: juliol de 2009]

³⁹ *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 28.

⁴⁰ GESTEVISIÓN TELECINCO, SA 2008. *Informe anual de actividades, gobierno y responsabilidad corporativa* [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco SA, 2009 [p. 16].
<http://www.telecinco.es/inversores/es/download/informe_anual_2008.shtml> [Consulta: juliol de 2009]

⁴¹ PROMOTORA DE INFORMACIONES, SA (Prisa), *Promotora de Informaciones, SA (Prisa) y Sociedades Dependientes. Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados del ejercicio 2008, junto con el Informe de Auditoría*. [En línia]. Madrid: Prisa, 2009 [Anexo 1].
<http://www.prisa.com/upload/ficheros/cuentas-anuales/20090208prsprsacc_3_Pes_PDF.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

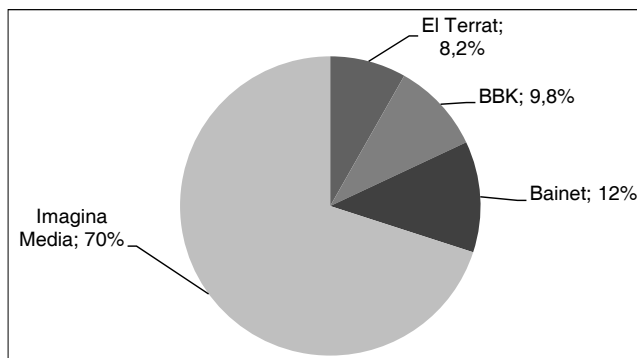
Gràfic 4. Accionistes de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA. Desembre de 2008



Font: Mediapro

<http://www.mediapro.es/cat/090831Presentacio_%20IMA_GINA_CAT.pdf> [p. 33]

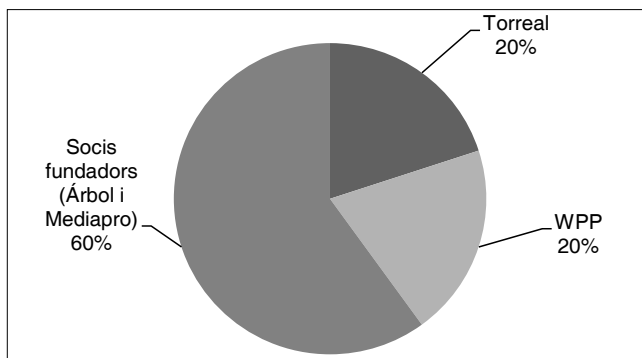
Gràfic 5. Accionistes de GAMP-Grupo Audiovisual de Medios de Producción. Desembre de 2008



Font: Mediapro

<http://www.mediapro.es/cat/090831Presentacio_%20IMA_GINA_CAT.pdf> [p. 33]

Gràfic 6. Accionistes d'Imagina Media. Desembre de 2008



Font: Mediapro

<http://www.mediapro.es/cat/090831Presentacio_%20IMA_GINA_CAT.pdf> [p. 2]

Per tant, en data 31 de desembre de 2008, l'únic accionista de la societat és Promotora de Informaciones, SA (a partir d'ara, Prisa) (<<http://www.prisa.es>>), grup capdavanter del sector dels mitjans de comunicació en els mercats de llengua castellana i portuguesa. Així ho va aprovar la seva junta general extraordinària de 5 de desembre, en què també es va anunciar l'adopció de mesures d'austeritat en la gestió de l'empresa per fer front a la crisi econòmica i a la pròpia situació financera del grup.⁴²

Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA (<<http://www.lasexta.com>>) ha prestat —com al 2007— serveis de televisió a través d'un canal analògic en obert (laSexta)

i dos programes de TDT (laSexta i Hogar 10). Les participacions socials en el capital de la societat també s'han mantingut com l'any anterior, amb el Grupo Audiovisual de Medios de Producción (GAMP) (51%) com a principal soci de referència, seguit pel grup multinacional mexicà Televisa (40%) i per Gala Capital, companyia espanyola de capital de risc amb el 9% de les accions (vegeu el gràfic 4).

Tampoc no s'han produït canvis en l'accionariat (directe o indirecte) del seu soci principal, GAMP, on Imagina Media s'ha mantingut com a soci de referència (70%), seguit de Baint (12%), BBK (9,8%) i El Terrat (8,2%) (vegeu el gràfic 5). Cal assenyalar que el setembre de 2008, les accions d'El Terrat van passar a ser propietat de Banijay Entertainment, productora audiovisual fundada per Stéphane Courbit, exsoci d'Endemol. No obstant això, els antics accionistes d'El Terrat van conservar el patrimoni immobiliari de la societat i la seva participació a GAMP.⁴³

Finalment, s'ha d'assenyalar que, el 2008, les participacions d'Imagina Media han estat distribuïdes de la manera següent: socis fundadors —Globomedia i Mediapro— (60,0%), Torreal (20,0%) i la multinacional de la comunicació WPP (20,0%) (vegeu el gràfic 6).

Veo Televisión, SA (<<http://www.veo.es>>) ha disposat de dos programes en TDT (Veo TV, SETenVeo) i ofereix també un espai de televenda continuada (La Tienda en Veo). El mes de març de 2008, Unidad Editorial, SA (<<http://www.unidadeditorial.com>>) de la multinacional RCS Media Group (grup Rizzoli Corriere della Sera, RCS), des de la seva posició d'accionista dominant de la societat (amb el 55,4% de participacions del capital social), adquireix la totalitat de les accions de

⁴² *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 35.

⁴³ *Noticias de la comunicación* [Madrid] (desembre 2008), núm. 286, p. 32.

Veo Televisión, SA.⁴⁴ Aquest fet ha suposat la sortida d'Iberdrola, SA, del sector de l'energia elèctrica i derivats amb seu al País Basc, de l'accionariat de Veo Televisión SA, on disposa del 20% de la societat.

Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA (<<http://www.nettv.es/>>) presta el servei de televisió a través de dos programes de TDT (Intereconomía TV i Disney Channel).

El març de 2008, es va materialitzar l'entrada de Walt Disney Company Iberia, SL, en l'accionariat de la societat amb una participació del 20%. La presència de Disney Channel ha constituït un factor de dinamització de l'oferta de TDT a l'Estat espanyol. A més, ha comportat una redistribució de les quotes corresponents a la resta d'accionistes de l'empresa, que han quedat en els termes següents: el grup Vocento (que al tancament de 2007 tenia el 69,9% del capital) ha passat a ser titular del 55% de les accions; el grup Intereconomía (<<http://www.grupointereconomia.com/>>), que disposava del 27% del total el 2007, s'ha quedat amb el 25% restant (vegeu el gràfic 8).

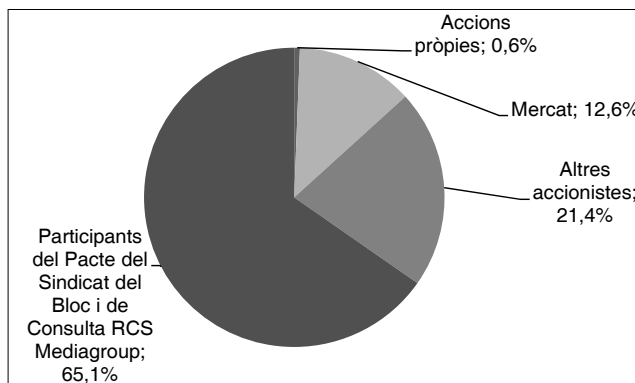
Cableuropa, SAU (<<http://www.ono.es/>>) ha proveït serveis de difusió de televisió per cable a l'Estat espanyol el 2008. El capital social de Cableuropa, SAU, està íntegrament en mans del Grupo Corporativo ONO, SA, la societat matriu.

Les participacions del Grupo Corporativo ONO, SA, s'han mantingut sense cap canvi rellevant el 2008 respecte de l'any anterior, i han estat distribuïdes entre nou societats. D'una banda, el Grupo Multitel (21,4%), grup d'empreses creat el 1992 per Eugenio Galdón, president d'ONO i, de l'altra, diverses entitats de capital de risc, inversors i entitats financeres (conjuntament, representen el 77% del total del capital i són CCMP Capital, LLCM; Providence Equity Partners Inc.; Thomas H. Lee Partners, LP; Quadrangle Capital Partners, GE Structured Finance, Inc., Caisse de Dépôt et Placement du Québec; Grupo Santander i, finalment, Sodinteleco, SL, grup d'empreses que agrupa els antics accionistes de Retecal (inclosos Caja España, Grupo Begar, Caja Segovia i Caja Ávila) (vegeu el gràfic 9).

Grupo Telefónica (<<http://www.telefonica.es/>>) ha centrat l'actuació al mercat de la televisió espanyol l'any 2008 en el desenvolupament de les noves formes de difusió de televisió digital per mitjà d'ADSL (Imagenio TV) i per telefonia mòbil (Movistar TV), un cop que, amb la seva sortida de l'accionariat de Sogecable, SA, ha abandonat aquest segment de mercat.

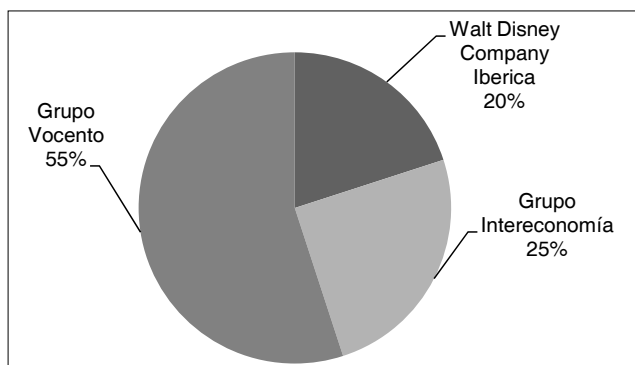
En l'àmplia base d'accionistes de Grupo Telefónica (prop d'un milió i mig) destaquen, per la seva quota de participacions l'any 2008, dues entitats financeres espanyoles: el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, SA (amb el 5,2% de les accions, davant del 6,3% de l'any 2007) i la Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona "la Caixa" (amb el 5,0% de les participacions, mig punt per sota de l'any anterior).

Gràfic 7. Accionistes de RCS MediaGroup. Desembre de 2008



Font: RCS MEDIAGROUP. RCS MediaGroup. *Bilancio & Relazione (al 31 Dicembre 2008)* [En línia]. Milà, 2009. <http://www.rcsmediagroup.it/wps/wcm/connect/f3acbb804836a3568629b7a23ba62913/BILANCIO_RCS-Web_ultimook+.pdf?MOD=AJPERES> [p. 21] [Consulta: juny de 2009]

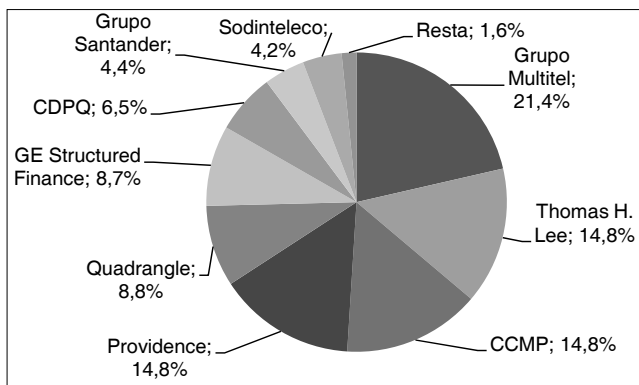
Gràfic 8. Accionistes de Sociedad Gestora de Television Net TV, SA. Desembre de 2008



Fonts: VOCENTO, SA, *Memoria Económica 2008* [En línia]. Madrid: Vocento, 2009. <http://www.vocento.com/info_anual.php> [Consulta: juliol de 2009]
VOCENTO, SA, *Comunicación de hecho relevante a la Comisión del Mercado de valores de 25 de abril de 2008*. Madrid: Vocento, 2008. <http://www.vocento.com/pdf/hechos_relevantes/2008/080425HechoRelevanteNETDisneyConfirmacion.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

44 Font: RCS MEDIAGROUP. RCS MediaGroup. *Bilancio & Relazione* (al 31 dicembre de 2008). [En línia]. Milà, 2009. <http://www.rcsmediagroup.it/wps/wcm/connect/f3acbb804836a3568629b7a23ba62913/BILANCIO_RCS-Web_ultimook+.pdf?MOD=AJPERES> [p. 91] [Consulta: juny de 2009]

Gràfic 9. Accionistes de Grupo Corporativo ONO, SA. Desembre de 2008



Font: GRUPO CORPORATIVO ONO, SA *Report on ONOMidco, SAU and its subsidiaries as of December 31, 2008*. [En línia]. Madrid, 2009 [pàg. 70].

<<http://www.ono.es/pdfs/pdfsinvestor/2008%20ONOMidco%20AR.pdf>> [Consulta: juliol de 2009]

Groupe France Télécom (<<http://www.francetelecom.com>>) ha estat present al mercat de la televisió de l'Estat espanyol mitjançant serveis de televisió per ADSL i per mòbil, a través de la marca Orange TV.

L'Estat francès ha disminuït lleugerament durant l'any 2008 la participació en l'accionariat i ha passat del 27,3% el 2007, al 26,65% l'any següent. La presència del sector públic francès en aquest grup es canalitza en part directament a través de l'Estat, i en part de forma indirecta a través d'Entreprise de Recherches et d'Activités Pétrolières (ERAP).

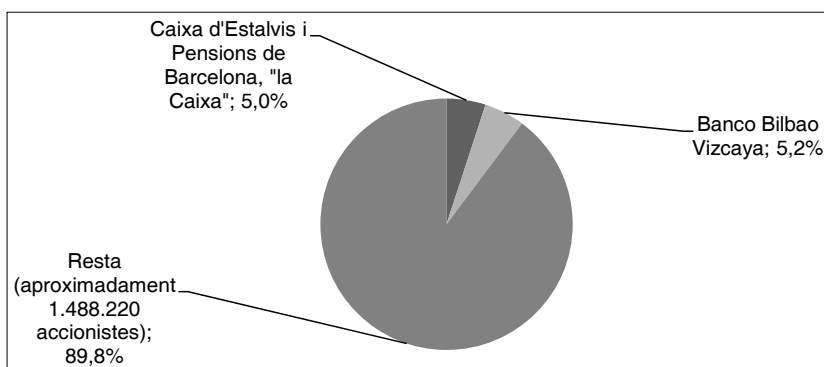
La composició del capital social en data 31 de desembre de 2008 es completava amb la participació de treballadors de Groupe France Télécom amb el 3,68% del capital total (el 2,9% l'any anterior), i el 69,97% restant en borsa i autocartera.

Jazztel PLC (<<http://www.jazztel.com>>) ha proveït serveis de difusió televisiva per ADSL a través de Jazztelia TV. La companyia té seu social al Regne Unit i, per tant, està subjecta a la llei de societats britànica. El 2008, i igual com l'any anterior, l'accionista principal de Jazztel, PLC, ha estat Sociedad de Prepsa Traders, SA, de l'empresari Leopoldo Fernández Pujals, que és l'únic accionista majoritari. En data 31 de desembre de 2008, la participació d'aquest accionista significatiu ha estat del 10,499% (amb dret de vot), i, a més a més, ha comptat amb la titularitat d'un 10,242% del capital social com a prestamista (accions de les quals el titular no té els drets de vot). Aquestes accions es van atorgar com a garantia en l'emissió de bons convertibles al Dresdner Kleinwort Wasserstein Securities Limited (que l'any 2005 va informar que les accions havien estat prestades als tenidors de bons, tots amb una participació inferior al 3%) (vegeu el gràfic 12).

Comparativament amb la d'anys anteriors, cal remarcar la no aparició a l'informe en la descripció de la composició del capital social de la companyia,⁴⁵ d'una banda, de la participació indirecta derivada de l'acord de préstec de valors de Prepsa Traders, SA, amb Dresdner Kleinwort Wasserstein, que se situava en el 15,042% l'any 2007 i, de l'altra, de la participació indirecta d'Espirito Santo Gestión, SA, SGIIC i canalitzada per mitjà de diversos fons d'inversió que aquesta societat gestiona sense tenir cap relació de control a Jazztel. L'any 2007, la seva participació va ser d'un 6,247%.

El 2008 encara ha estat un any de resultats negatius per a la societat. No obstant això, en el decurs de l'any, Jazztel, PLC,

Gràfic 10. Accionistes de Grupo Telefónica. Desembre de 2008



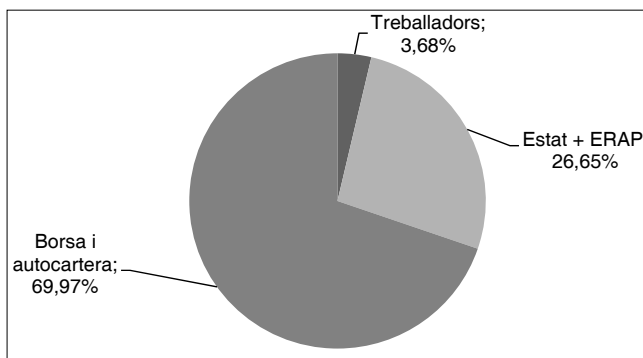
Font: TELEFÓNICA, SA. *Informe anual 2008* [En línia].

<http://www.telefonica.com/es/annual_report/html/home/home.html> [p. 25] [Consulta: juliol de 2009]

45 Font: JAZZTEL PLC. *Jazztel PLC y sociedades dependientes. Informe de Gestión y Estados financieros del ejercicio 2008*. [En línia]. Madrid, 2009 [p. 12].

<http://www.jazztel.com/archivos/documentos/ficheros/20032009140539JAZZTEL_CCAA_2008.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

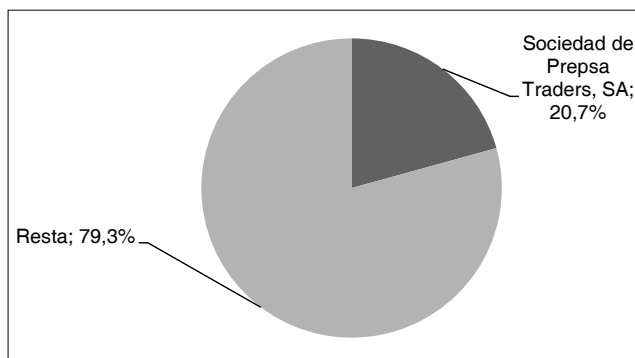
Gràfic 11. Accionistes de Groupe France Télécom. Desembre de 2008



Font: FRANCE TÉLÉCOM, SA *Shareholder's memento* [En línia]. París, 2009 [p. 2].

<http://www.francetelecom.com/en_EN/finance/documentation/annual-reports/att00009707/FTEL_0902184_memento_GB_mel.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Gràfic 12. Accionistes de Jazztel, PLC. Desembre de 2008



Font: JAZZTEL PLC. *Jazztel, PLC, y sociedades dependientes. Informe de gestión y estados financieros del ejercicio 2008* [En línia]. Madrid, 2009 [p. 12].

<http://www.jazztel.com/archivos/documentos/ficheros/20032009140539JAZZTEL_CCAA_2008.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

ha elaborat i publicat un Pla de negoci per al 2008-2010, que fixa els objectius i el camí a seguir per assolir la viabilitat i la rendibilitat de la companyia.⁴⁶

L'any 2008, la multinacional **Vodafone Group, PLC** (<<http://www.vodafone.com>>) ha continuat oferint difusió de continguts per mitjà de la telefonia mòbil (Vodafone Live!). Vodafone configura una de les comunitats de mòbils més grans del món, amb presència i/o acords en 40 països i, segons dades de la CMT, 133.874 abonats durant l'any 2008 en el servei de televisió mòbil per davant de Movistar (123.096) i Orange (12.949).⁴⁷ Vodafone Group PLC cotitza a les borses de Londres i de Nova York.

• Cobertura nacional

La societat Emissions Digitals de Catalunya, SAU (EDC), propietat de Grupo Godó (<<http://www.grupogodo.com>>), és l'únic prestador de servei de televisió de gestió privada amb cobertura a tot el territori de Catalunya i és titular d'un múltiplex. La societat TV CAT, SL, és l'únic accionista del prestador i també és la que gestiona aquest canal, tant pel que fa als aspectes de producció com als relacionats amb les vendes. Emissions Digitals de Catalunya ha prestat serveis de televisió durant el 2008 a través de quatre programes en TDT: 8tv (que simultanieja les emissions analògiques en tecnologia digital), 105tv, Barça TV i EDC.

• Cobertura local

Durant el 2008, la descripció dels prestadors privats de serveis de televisió local de Catalunya durant l'any 2008 és similar a la de l'any anterior, tant pel que fa al nombre de grups com a la distribució de tipologies (vegeu les taules 8 i 9).

– Grups amb activitat al mercat espanyol

El 2008, el perfil i les característiques dels grups de comunicació amb activitat al mercat espanyol amb presència a Catalunya mitjançant vincles amb prestadors de TDT local no han experimentat canvis i s'han mantingut els mateixos sis que el 2007: Vocento, Prisa, Planeta, Radio Blanca, Mediapro i Prensa Ibérica. Tot i això, s'han produït alguns moviments, les conseqüències dels quals es preveu que es concretin a mitjà termini. En aquest sentit, destaca l'anunci de **Prisa**, al final de l'any, de cessar les emissions de Localia al conjunt de l'Estat espanyol. A Catalunya, Prisa hi és present mitjançant Collserola Audiovisual, SL, amb tres programes a les demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat i Granollers, que, amb aquest anunci, queden en situació d'incertesa.

Vocento compta amb un programa a la demarcació de Barcelona, a través d'Avista Televisió de Barcelona, SL (propietat de Corporación de Nuevos Medios Digitales, SLU) i intervé al mercat televisiu local amb la marca comercial urBe TV.

⁴⁶ <http://www.jazztel.com/archivos/documentos/ficheros/16042008084324BP_final_esp.pdf>

⁴⁷ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: CMT, 2009 [p. 298]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 8. Adjudicatari de TDT local privada a Catalunya. Nombre de programes i cobertura de població. Any 2008

Grup/empresa	Nombre de programes	Demarcacions	Nom comercial TV / Marca	Població coberta (en habitants 2008) ^A	Percentatge de població s/ total Catalunya (2008)	Cobertura territorial (comarques) ^A
Grup amb activitat per al mercat espanyol						
Vocento	1	Barcelona	urBeTV	2.235.578	30,4	El Barcelonès
Prisa	3	Barcelona, Cornellà de Llobregat i Granollers	Localia TV	3.403.792	46,2	El Barcelonès, el Baix Llobregat i el Vallès Oriental
Planeta	1	Cornellà de Llobregat	Uniprex TV	781.749	10,6	El Baix Llobregat
Radio Blanca	1	Sabadell	TV20	862.369	11,7	El Vallès Occidental
Mediapro	1	Girona	Televisió de Girona	204.793	2,8	El Gironès i el Pla de l'Estant
Prensa Ibérica	2	Manresa i Palafrugell	EPI TV	367.257	5,0	El Bages, el Berguedà, el Solsonès i el Baix Empordà
Grups de projecció al mercat català						
Grup Canal Català (Vallès Serveis de Televisió, SL, Editorial 100X100 Comunicació i altres)	14	Barcelona, Blanes, Girona, Granollers, Igualada, Lleida, Manresa, Mataró, Reus, Sabadell, Tarragona, Tortosa, Vic, i Vilanova i la Geltrú	Canal Català	6.004.296	81,5	L'Anoia, el Maresme, el Vallès Occidental, la Selva, el Gironès, el Pla de l'Estant, el Segrià, el Barcelonès, el Vallès Oriental, Osona, el Baix Camp, el Priorat, l'Alt Camp, la Conca de Barberà, el Tarragonès, el Baix Ebre, el Montsià, la Ribera d'Ebre, la Terra Alta, el Bages, el Berguedà, el Solsonès, l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf
Tele Taxi	3	Cornellà de Llobregat, Sabadell i Tarragona	Teletaxi TV	1.951.006	26,5	El Baix Llobregat, el Vallès Occidental, l'Alt Camp, la Conca de Barberà i el Tarragonès
Onda Ramblas ^B	2	Barcelona i Igualada	25 TV i TV Igualada	2.350.388	31,9	El Barcelonès i l'Anoia
Grups comarcals i locals multimèdia						
Prensa Lleidana (Segre)	4	Balaguer, Lleida, la Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran	Lleida TV Digital	428.005	5,8	L'Alt Urgell, l'Alta Ribagorça, la Cerdanya, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, les Garrigues, la Noguera, el Pla d'Urgell, la Segarra, l'Urgell, la Val d'Aran i el Segrià
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió	2	Lleida i la Seu d'Urgell	Canal 35 i Pirineus TV	263.484	3,6	L'Alt Urgell, l'Alta Ribagorça, la Cerdanya, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà i el Segrià
Prensa d'Osona	1	Vic	El 9 TV	150.139	2,0	Osona
EBE Imatge i comunicació	1	Tortosa	S/D	189.091	2,6	El Baix Ebre, el Montsià, la Ribera d'Ebre i la Terra Alta
Lauren Films	2	Tarragona i Vilanova i la Geltrú	CAT 4 TV	644.702	8,8	L'Alt Penedès, el Baix Penedès, el Garraf, l'Alt Camp, la Conca de Barberà i el Tarragonès

Taula 8 (continuació). Adjudicatariis de TDT local privada a Catalunya. Nombre de programes i cobertura de població. Any 2008

Grup/empresa	Nombre de programes	Demarcacions	Nom comercial TV / Marca	Població coberta (en habitants 2008) ^A	Percentatge de població s/ total Catalunya (2008)	Cobertura territorial (comarques) ^A
Grups comarcals i locals multimèdia						
Empresari individual	3	Figueres, La Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran	S/D, Televisió de Puigcerdà i la Cerdanya, Aran Televisió.	211.700	2,9	L'Alt Urgell, l'Alta Ribagorça, la Cerdanya, el Pallars Jussà, el Pallars Sobirà, la Val d'Aran i l'Alt Empordà
Empresaris individuals - El Terrat	1	Reus	Canal Reus TV	197.272	2,7	El Baix Camp i el Priorat
Canal Taronja - Empresari individual	3	Igualada, Manresa i Vic	Canal Taronja	501.468	6,8	L'Anoia, el Bages, el Berguedà, el Solsonès i Osona
Empreses de televisió locals						
Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró	1	Mataró	Televisió de Mataró	420.521	5,7	El Maresme
Mola TV, SL	1	Sabadell	Mola TV	862.369	11,7	El Vallès Occidental
Televisió Sant Cugat, SL	1	Sabadell	Televisió Sant Cugat	862.369	11,7	El Vallès Occidental
Produccions Alt Empordà TV, SLU	2	Figueres i Palafrugell	Canal Nord	266.151	3,6	L'Alt Empordà i el Baix Empordà
Televisió de Roses, SL	1	Figueres	Televisió de Roses	135.413	1,8	L'Alt Empordà
Televisió del Ripollès, SL	1	Olot	S/D	81.268	1,1	La Garrotxa i el Ripollès
Olot Televisió, SL	1	Olot	Olot Televisió	81.268	1,1	La Garrotxa i el Ripollès
D-9 Comunicació, SL	1	Palafrugell	Televisió Costa Brava	130.738	1,8	El Baix Empordà
ETV-Llobregat TV, SL	1	Cornellà de Llobregat	eTV	781.749	10,6	El Baix Llobregat
Tortosa Televisió, SL	1	Tortosa	Canal T.E.	189.091	2,6	El Baix Ebre, el Montsià, la Ribera d'Ebre i la Terra Alta

A Segons les dades de la cobertura territorial per comarques de la TDT del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya <http://www10.gencat.net/gov_cbar/AppJava/cercadortdt.jsp> ; població segons l'Institut d'Estadística de Catalunya, Padró Municipal d'Habitants 2008.

B Empresa que en la seva activitat radiofònica té una aliança al mercat espanyol amb Vocento.

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, i de l'Institut d'Estadística de Catalunya.

Taula 9. Nombre de programes i d'empreses/grups adjudicatariis de la TDT local de Catalunya. Segons cobertura de població. Any 2008

	Nombre de programes	Nombre de grups/ empreses	Nombre de grups/empreses segons el percentatge de cobertura de la població total de Catalunya ^A						Total
			Més del 75% ^B	Del 50 al 75% ^C	Del 25 al 50% ^D	Del 10 al 25% ^E	Del 5 al 10% ^F	Menys del 5% ^G	
Grup amb activitat per al mercat espanyol	9	6			2	2	1	1	6
Grups de projecció al mercat català	19	3	1		2				3
Grups comarcals i locals multimèdia	17	8					3	5	8
Empreses de televisió locals	11	10				3	1	6	10
Total	56	27	1	0	4	5	5	12	27

A Segons les dades de cobertura territorial per comarques de la TDT del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya

<http://www10.gencat.net/gov_cbar/AppJava/cercadortdt.jsp>;

Població segons l'Institut d'Estadística de Catalunya, Padró Municipal d'Habitants 2008.

B Entre 7.364.078 i 5.523.059 habitants.

C Entre 5.523.059 i 3.682.039 habitants.

D Entre 3.682.039 i 1.841.020 habitants.

E Entre 1.841.020 i 736.408 habitants.

F Entre 736.408 i 368.204 habitants.

G Menys de 368.204 habitants.

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, i de l'Institut d'Estadística de Catalunya.

Pel que fa al grup **Planeta**, la seva filial Uniprex Televisió Digital Terrestre Catalana, SLU (propietat d'Uniprex, SAU, societat integrada al grup d'empreses d'Antena 3 Televisión, SLU) és concessionària d'un programa a la demarcació de Cornellà de Llobregat.⁴⁸

Des de l'any 2007, el grup **Radio Blanca**, a través de la seva filial Eurobroadcasting, SL, té una posició de domini a les societats Radio Club 25, SA, i Club de Ràdio Terrassa, SA, empreses que configuren el capital de Publi 20, SL, adjudicatària d'un programa de TDT local a la demarcació de Sabadell.

Mediapro manté la presència al mercat de la TDT local de Catalunya per mitjà de la societat Televisió de Girona, SL, mitjançant un programa en aquesta demarcació.

El grup **Prensa Ibérica** també manté la seva posició, amb dos programes, un a la demarcació de Manresa i l'altre a Palafrugell.

En termes de població, el grup amb més cobertura és Prisa (46%), seguida de Vocento (30%). A continuació, els grups Ràdio Blanca i Planeta i (11,7 i 10, respectivament) i, finalment, Mediapro i Prensa Ibérica, amb un percentatge de cobertura inferior al 10% del total de la població.

– Grups de projecció al mercat català

Tampoc no s'ha experimentat cap canvi rellevant respecte de l'any anterior en els grups amb projecció al mercat català.

El grup privat **Canal Català** manté el lideratge pel que fa a projecció en la TDT local a Catalunya, amb 14 programes, i dona cobertura a un 81,5% de la població. Les dues societats principals que integren aquest grup són Vallès Serveis de Televisió, SL, i Grupo Editorial 100 x 100, SL. El 2008 s'ha modificat lleugerament la composició de l'accionariat de Canal Català, SL (una altra de les societats que formen part del grup), com a conseqüència d'una ampliació de capital. Així, Vallès Serveis de Televisió, SL, ha passat a tenir el 84,94% del capital social (quan abans la seva participació era del 70%), i Grupo Editorial 100 x 100, SL, el 15,06% (el 30% anteriorment).

El grup **Tele Taxi** —amb tres programes a les demarcacions de Cornellà de Llobregat, Sabadell i Tarragona— i **Onda Ramblas**, adjudicatari a través de Gibson Time, SL, i IG Media Produccions, SL, a les demarcacions de Barcelona i Igualada, tenen una cobertura que se situa entre el 25% i el 35% de la població total de Catalunya.

48 Ja el 2009, mitjançant l'Acord 101/2009, de 20 de maig, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, s'accepta la renúncia efectuada per Uniprex Televisió Digital Terrestre Catalana, SLU, i, en conseqüència, es resol el contracte per a l'explotació del servei de TDT-L del qual era titular.

– **Grups comarcals i locals multimèdia**

Durant el 2008, tampoc no ha variat l'estructura de grups de comunicació comarcal i local, ni les empreses que els conformen. En aquest tercer grup hi ha **Prensa Leridana** (quatre programes a les comarques de Lleida), **Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió** (dos programes a Lleida i la Seu d'Urgell), **Prensa d'Osona** (un programa a la demarcació de Vic), **EBE Imatge i Comunicació** (un programa a la demarcació de Tortosa), **Lauren Films** (dos programes a les demarcacions de Tarragona i Vilanova i la Geltrú), uns **empresaris individuals juntament amb El Terrat** (un programa a Reus), i **Canal Taronja juntament amb un empresari individual** (tres programes a les demarcacions d'Igualada, Manresa i Vic).

– **Empreses de televisió**

Per acabar, hi ha les empreses de televisió local adjudicatàries d'un programa: Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró; Mola TV, SL; Televisió Sant Cugat, SL; Produccions Alt Empordà TV —l'única d'aquest grup amb dos programes—; SLU; Televisió de Roses, SL; Televisió del Ripollès, SL; Olot Televisió, SL; D-9 Comunicació, SL; ETV-Llobregat TV, SL, i Tortosa Televisió, SL. El percentatge de cobertura d'aquestes empreses se situa entre el 10% i el 12% en tres casos, i per sota del 6-7% en els restants.

2.2.3. Prestadors de serveis de ràdio de gestió privada

En aquest apartat es descriuen, sense ànim d'exhaustivitat, i a banda dels canvis que impliquen l'adjudicació de les 83 freqüències noves a què ja s'ha fet referència, les principals modificacions esdevingudes l'any 2008 quant a les estructures accionaries i empresarials d'alguns dels prestadors de serveis de ràdio de gestió privada i/o les empreses vinculades del sector radiofònic.⁴⁹

En primer lloc, cal tenir en compte les modificacions que s'han produït en l'esfera del grup Prisa i de l'empresa Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio, SL (propietària del prestador de serveis de ràdio de gestió privada Sociedad Española de Radiodifusión, SA, que està participada en un 80% pel grup Prisa i el 20% restant per Grupo Godó). Concretament, durant l'any 2008, la Sociedad Española de Radiodifusión, SA, ha procedit a simplificar en l'àmbit de Catalunya l'estructura de grup (complexa arran de la compra del capital d'Ona Catalana, SA, per part de la primera). Així, ha absorbit la societat Ona Catalana, SA, i diverses societats prèviament absor-

bides, per la seva banda, per Ona. D'aquesta manera, totes aquestes societats han perdut la seva condició de concessionàries, atesa la seva extinció a conseqüència de les operacions d'absorció.

En segon lloc, cal fer esment de l'absorció de les societats Ràdio El Masnou-Maresme, SAU, i Ràdio i Televisió de Sant Celoni, SLU, per part de Radiocat XXI, SLU, que igual com ha succeït amb les societats absorbides per Sociedad Española de Radiodifusión, SA, s'extingeixen i, com a conseqüència, deixen de ser concessionàries.

Durant el 2008, també s'han produït altres modificacions en les estructures accionaries de les concessionàries Catalana i Aranasa de Telecomunicacions, SL, Ràdio Marina, SA, i Club de Ràdio Terrassa, SA.

Finalment, cal destacar la transmissió de la concessió corresponent a la localitat de la Seu d'Urgell (98.1 MHz), per part de l'antiga titular, la societat Urgellesa de Ràdio i Televisió, SA (que, per tant, desapareix com a titular) en favor d'Onda Ramblas, SA.

Aquests canvis no han implicat en cap dels supòsits expressats una incidència significativa ni pel que fa al producte finalment ofert per les emissores implicades, ni pel que fa al pluralisme extern dels mitjans, i totes han estat aprovades pel Ple del Consell durant l'any 2008.

2.3. Evolució de l'activitat econòmica en el sector audiovisual

Aquest apartat té per objecte descriure el desenvolupament del sector de l'audiovisual a Catalunya des del punt de vista econòmic durant el període 2006-2008. L'anàlisi es basa, d'una banda, en les principals dades macroeconòmiques del sector (vegeu la taula 10) i, de l'altra, en la informació econòmica en detall de la comptabilitat empresarial dels prestadors de serveis de ràdio i televisió de gestió pública i privada.⁵⁰

Les dades i els indicadors de la comptabilitat de les empreses que són objecte de l'anàlisi són el balanç de resultats⁵¹ i el compte d'explotació.⁵² Sobre aquesta informació, s'elaboren alguns indicadors relatius a l'eficiència de les empreses en la gestió dels actius (és a dir, la relació entre les vendes i el total de l'actiu expressada mitjançant la rotació dels actius) i a la productivitat del personal (ingressos d'explotació/empleats, i percentatge de despesa de personal/ingressos d'explotació) (vegeu les taules 10 i 11).

⁴⁹ Vegeu també, en el capítol III d'aquest mateix informe, l'apartat 2.1.2 Els prestadors privats.

⁵⁰ La informació econòmica correspon als exercicis 2007 i 2008, ja que tan sols una part de les empreses objecte d'anàlisi havien fet públics els seus comptes econòmics abans de la data de tancament de redacció d'aquest informe (juliol de 2009).

⁵¹ Informa sobre la situació del patrimoni de les societats analitzades i comprèn, d'una banda, el valor i la composició de l'actiu (és a dir, les inversions que han realitzat les empreses) i, de l'altra, el passiu (els fons propis o l'endeutament, segons la procedència dels recursos que han finançat aquestes inversions).

⁵² El compte d'explotació integra els ingressos d'explotació (que reflecteixen el volum d'activitat anual de les societats en termes de xifra de negocis), les despeses de personal (per conèixer amb precisió el cost d'aquest factor clau de producció) i el resultat (és a dir, l'existència de pèrdues o guanys).

Taula 10. Definicions de les macromagnituds econòmiques

Empreses: unitats econòmiques que organitzen la producció de béns i serveis.
Volum de negoci: inclou les vendes de productes i mercaderies (sense IVA i netes de ràpels i devolucions), i la prestació de serveis corresponents a les activitats ordinàries de les empreses.
Valor afegit brut (al cost dels factors): equival a la renda bruta de les activitats d'explotació que es destina a la remuneració dels factors productius (treball [les despeses de personal] i capital [excedent brut d'explotació]).
Excedent brut d'explotació: és l'excedent generat per les activitats de producció després de retribuir el factor treball (el valor afegit brut al cost dels factors menys les despeses de personal).
Ocupats: s'hi comptabilitza el total de persones que el 30 de setembre de cada exercici contribueixen a realitzar les activitats de les empreses mitjançant el seu treball.

Font: Institut d'Estadística de Catalunya.

Taula 11. Definicions de les dades i els indicadors comptables de les empreses

Empleats: nombre de treballadors de l'empresa.
Actiu: conjunt de béns i drets propietat de l'empresa, que es desglossen en actiu fix i actiu circulant (existències, realitzable i disponible).
Passiu: conjunt d'obligacions de l'empresa no exigibles (fons propis) i exigibles (deutes a curt i a llarg termini). El valor del total del passiu equival al de l'actiu.
Ingressos d'explotació: import net de la xifra de vendes més altres ingressos d'explotació.
Despeses de personal: despesa de l'empresa destinada a la remuneració del treball.
Percentatge de fons propis/passiu: indica la proporció que representa el capital social de l'empresa (més les reserves i els resultats d'altres exercicis) sobre el passiu total. Reflecteix el grau de capitalització de l'empresa, és a dir, d'aportació de fons per part dels accionistes o generats per la mateixa empresa per finançar-ne les inversions. Indicativament, aquesta proporció s'ha de situar entre el 40% i el 50%, per tal que l'empresa estigui suficientment capitalitzada. Si el valor és inferior, hi ha un endeutament excessiu; si és superior, possiblement l'empresa té un excés de capital. Per a l'any 2008, i d'acord amb el nou Pla General de Comptabilitat aprovat el 2007, aquesta ràtio es calcula a partir del valor total del patrimoni net comptabilitzat.
Endeutament (deutes/passiu): permet avaluar si la quantitat del deute de l'empresa és correcta. Habitualment es considera que el valor "adequat" d'aquesta ràtio se situa entre 0,5 i 0,6. Si és molt superior, significa que el volum de deutes és excessiu i que l'empresa està perdent autonomia financera; en cas contrari, pot indicar que hi ha un excés de capitals propis. Segons el nou Pla General de Comptabilitat, per a l'any 2008 aquest indicador s'ha elaborat a partir del valor total de les partides "passiu no corrent" i "passiu corrent".
Liquiditat (Actiu circulant / exigible a curt termini): permet mesurar la facilitat amb què l'empresa pot fer front als pagaments a curt termini. En general, es considera que, per tal que l'empresa no tingui problemes de liquiditat, el valor d'aquesta ràtio ha de ser proper a 2 (o entre 1,5 i 2,0). Si el valor és inferior a 1,5, pot haver-hi problemes greus de liquiditat i risc d'incórrer en suspensió de pagaments. Si és superior a 2,0, podria indicar que l'empresa té una part de l'actiu circulant "ociós" i que, per tant, pot haver-hi una rendibilitat inferior a la que es podria obtenir.
Ingressos d'explotació / empleats: és un indicador de la productivitat i de l'eficiència de l'empresa, que relaciona els resultats obtinguts en termes de vendes amb la quantitat de recursos humans emprats. Com més elevat sigui el valor d'aquesta ràtio, més productivitat i eficiència tindrà l'empresa.
Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació: com en la ràtio ingressos d'explotació/empleats, aquest és un indicador de la productivitat i de l'eficiència de l'empresa. En aquest cas, però, com més baix en sigui el valor, millor.
Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació / actiu): és indicatiu del rendiment que s'obté dels actius. Com més elevat en sigui el valor, millor per a l'empresa.
Beneficis sobre la xifra de negoci: mostra la relació entre el resultat de l'empresa (benefici brut abans d'impostos) com a proporció dels seus ingressos d'explotació.

Font: Elaboració pròpia.

2.3.1. Dades macroeconòmiques

La informació bàsica per conèixer la situació i l'evolució del sector audiovisual de Catalunya i de l'Estat espanyol des d'una perspectiva macroeconòmica s'ha obtingut de l'Enquesta anual de serveis que elaboren l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) i l'Institut Nacional de Estadística (INE). Les variables més rellevants del sector analitzades per als anys 2006 i 2007 són: nombre d'empreses, volum de negoci,⁵³ valor afegit al cost dels factors, excedent brut d'explotació i personal ocupat (vegeu la taula 12).⁵⁴

De l'any 2006 al 2007, el sector audiovisual de Catalunya en el conjunt s'ha mantingut força estable en termes de dimensió econòmica, en la mateixa tendència d'aquests últims anys. En concret, les principals dades de l'any 2007 de l'audiovisual a Catalunya han estat les següents: un volum de negoci de 1.698,9 milions d'euros (1.623,9 el 2006), un valor afegit brut de 576,5 milions d'euros (598,3 el 2006), un total de 1.759 empreses (1.550 el 2006), i una xifra de 14.433 persones ocupades (13.908 el 2006). A diferència de l'any 2006, s'ha de remarcar que al conjunt de l'Estat hi ha hagut un decreixement del valor d'algunes d'aquestes variables clau relatives al total dels serveis audiovisuals: el valor afegit brut ha passat de 4.117,1 a 4.023,4 milions d'euros de 2006 a 2007, i el nombre de persones ocupades ha disminuït lleugerament de 77.167 a 76.393).

La diferenciació entre els dos subsectors d'activitat que preveu l'estadística oficial (activitats cinematogràfiques i de vídeo-CCAE 921, i de ràdio i televisió-CCAE 922) permet una anàlisi més detallada. En primer lloc, des d'aquesta perspectiva, s'observa que a Catalunya en ambdós grups d'activitat la xifra del valor afegit brut disminueix de 2006 a 2007, mentre que la de personal ocupat s'incrementa. Així mateix, es constata que l'augment del total d'empreses del conjunt del sector audiovisual de Catalunya es produeix específicament en l'àmbit de les activitats de cinema i vídeo, ja que en les de ràdio i de televisió aquesta xifra decreix lleugerament.

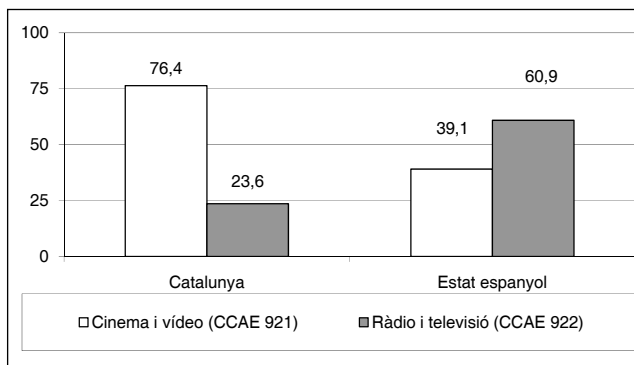
La comparació del pes relatiu dels diferents subsectors de l'audiovisual de Catalunya en relació amb el conjunt de l'Estat espanyol continua reflectint un dels dèficits estructurals més rellevants d'aquestes activitats al país. A l'Estat, el cinema i el vídeo representen al voltant d'una tercera part del valor afegit brut total de l'audiovisual (el 39,1% el 2007, amb 1.574.851

milers d'euros), mentre que a Catalunya ho fan en tres quarts parts (76,4% el 2007, amb 440.629 milers d'euros) (vegeu el gràfic 13). Per contra, la importància relativa de les activitats de ràdio i de televisió de Catalunya és molt més feble en termes de valor afegit brut, i se situa en el 23,6% l'any 2007 (proporció molt similar a la de l'any anterior), essent del 60,9% a l'Estat espanyol. Com en anys anteriors, aquestes dades reflecteixen la feblesa del sector de la ràdio i de la televisió de Catalunya a l'Estat espanyol, fet que condiciona en gran manera la posició de l'audiovisual català al mercat estatal (vegeu el gràfic 13).

La inexistència de prestadors de televisió d'abast estatal localitzats al territori català, i les polítiques públiques de suport a la indústria del cinema desplegades pel Govern de la Generalitat de Catalunya són algunes de les causes principals que expliquen aquesta situació.

Aquest diagnòstic general de l'audiovisual de Catalunya des de la perspectiva macroeconòmica es completa amb l'anàlisi de la productivitat del sector (és a dir, la relació entre el valor afegit brut i el personal ocupat). Segons les dades de l'estadística oficial, es constata una caiguda de la productivitat del sector tant a l'Estat espanyol com, en un grau sensiblement superior, a Catalunya. Paral·lelament, la productivitat de l'audiovisual de

Gràfic 13. Percentatge del valor afegit brut del sector audiovisual distribuït per subsectors. Catalunya i Estat espanyol. Any 2007



Font: INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Enquesta anual de serveis* [En línia]. Barcelona: Idescat, 2009.
<<http://www.idescat.cat/serveis/>>

53 Cal tenir remarcar una qüestió metodològica a l'efecte de lectura de les dades. Les xifres oficials estan agrupades, entre altres variables, segons el nombre d'empreses en un territori determinat (Catalunya, per exemple) i segons el volum de negoci en un territori. Amb tot, aquestes variables no estan directament relacionades. "Nombre d'empreses" fa referència a les empreses amb seu social a un territori concret. "Volum de negoci" comptabilitza la facturació de l'activitat econòmica en un territori concret, amb independència de la seu social de l'empresa que realitza aquesta activitat. Així, una empresa amb seu social a Catalunya que facturi el 90% de l'activitat fora del Principat, només aportarà el 10% del volum de negoci a Catalunya. De forma simètrica, succeeix el mateix amb empreses estrangeres que facturen a Catalunya: el volum de negoci d'aquesta activitat econòmica no es comptabilitzarà, a efectes estadístics, al país d'origen.

54 Vegeu: INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Estadística de l'audiovisual a Catalunya 2008*. Barcelona: Idescat, 2009.
<<http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/catalog/pdfdocs/eac2008.pdf>> [Consulta: octubre de 2009]

Taula 12. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2006-2007

	Activitats cinematogràfiques i de vídeo (CCAIE 921)		Activitats de ràdio i televisió (CCAIE 922)		Total serveis audiovisuals (CCAIE 921,922)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Catalunya						
Nombre d'empreses	1.236	1.450	315	309	1.550	1.759
Volum de negoci (milers d'euros)	1.183.662	1.174.455	440.212	521.399	1.623.874	1.695.854
Valor afegit al cost dels factors (milers d'euros)	446.773	440.629	151.494	135.903	598.267	576.532
Excedent brut d'explotació (milers d'euros)	253.012	244.594	-154.849	-170.007	98.163	74.587
Personal ocupat	7.300	7.593	6.608	6.840	13.908	14.433
Estat espanyol						
Nombre d'empreses	5.841	6.128	2.011	2.282	7.852	8.410
Volum de negoci (milers d'euros)	4.268.712	4.693.038	7.408.712	7.295.309	11.677.425	11.988.347
Valor afegit al cost dels factors (milers d'euros)	1.452.305	1.574.851	2.664.782	2.448.503	4.117.087	4.023.354
Excedent brut d'explotació (milers d'euros)	739.038	783.737	858.971	721.794	1.598.009	1.505.531
Personal ocupat	32.224	33.106	44.943	43.287	77.167	76.393
Percentatge Catalunya / Estat espanyol						
Nombre d'empreses	21,2	23,7	15,7	13,5	19,7	20,9
Volum de negoci	27,7	25,0	5,9	7,1	13,9	14,1
Valor afegit al cost dels factors	30,8	28,0	5,7	5,6	14,5	14,3
Excedent brut d'explotació	34,2	31,2	-18	-23,6	6,1	5,0
Personal ocupat	22,7	22,9	14,7	15,8	18	18,9

Font: INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Enquesta anual de serveis* [En línia]. Barcelona: Idescat, 2009.

<<http://www.idescat.cat/serveis/>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta anual de servicios 2007* [En línia] Madrid: INE, 2009.

<<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t37/e01/a2007&file=pcaxis>> [Consultes: juliol de 2009].

Catalunya manté, en general, uns valors inferiors als del conjunt de l'Estat espanyol. Concretament, la productivitat del conjunt del sector audiovisual de Catalunya ha baixat de 43,3 a 39,9 milers d'euros de 2006 a 2007, mentre que a l'Estat espanyol, de 53,4 a 52,7 milers d'euros (vegeu el gràfic 14).

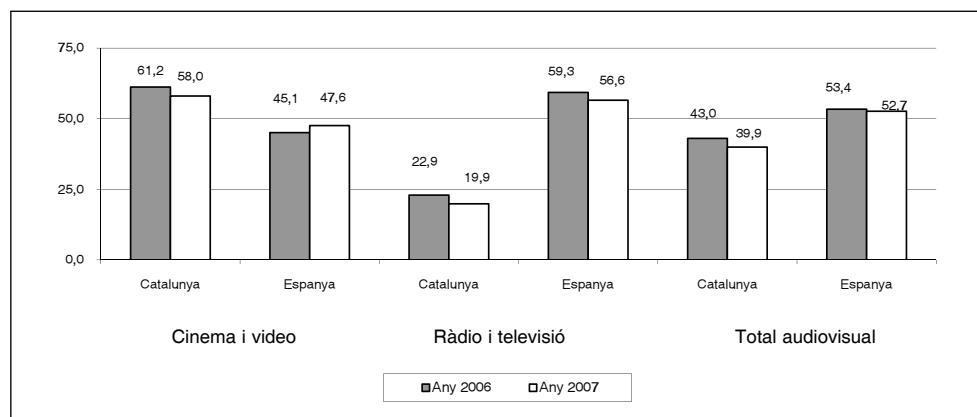
2.3.2. Prestadors de serveis de ràdio i televisió de gestió pública

L'anàlisi de la situació econòmica i financera dels prestadors públics de ràdio i televisió s'ha centrat en l'estudi de la Corporació RTVE (del conjunt del grup, de la SME TVE i del seu cen-

tre a Catalunya, i del total de la SME RNE); la CCMA (el grup i les societats dependents, entre les quals es tracten de forma més detallada Televisió de Catalunya, SA, i Catalunya Ràdio SRG, SA) i l'Agència de Comunicació Local, SA.

Es tenen en compte les dades disponibles en data 31 de juliol de 2009, que fan referència a l'any 2007 en els casos de la Corporación RTVE i ens dependents (excepte el Centre de la SME TVE a Catalunya, amb informació de 2008) i de l'Agència de Comunicació Local, SA, i a l'any 2008 en la CCMA i les societats del grup.

Gràfic 14. Productivitat^A del sector audiovisual per subsectors. Catalunya i Estat espanyol. Període 2006-2007 (en milers d'euros)



A Quocient entre el valor afegit brut (al cost dels factors) i la mitjana anual d'ocupació. Per tant, és l'aportació de cada ocupat al valor afegit brut total.

Font: INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Enquesta anual de serveis*. [En línia]. Barcelona: Idescat, 2009.

<<http://www.idescat.cat/serveis/>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta anual de servicios 2007* [En línia]. Madrid: INE, 2009.

<<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t37/e01/a2007&file=pcaxis>> [Consulta: juliol de 2009]

• Corporación de Radio i Televisión Española (Corporación RTVE)

Durant el seu primer any de funcionament (2007), la Corporación RTVE va assolir un total de 1.148,9 milions d'euros en concepte d'ingressos ordinaris. Aquesta xifra es desglossa en 746,2 milions d'euros en ingressos comercials (principalment, publicitat), 433,6 milions d'euros relatius a la compensació per servei públic (la transferència de l'Estat), 9,2 milions d'euros d'altres ingressos, i —40,1 milions d'euros comptabilitzats en concepte de cost de les vendes. Per tant, els ingressos de caràcter comercial van representar poc menys de dues terceres parts del total d'ingressos del grup (el 62,2%) i la subvenció estatal per la prestació de serveis públics de ràdio i televisió poc més d'un terç (el 37,7%).

Les despeses ordinàries totals van ascendir a 1.142,2 milions d'euros, per la qual cosa la Corporación va obtenir un resultat ordinari positiu de 6,7 milions d'euros (18,4 milions d'euros, si es consideren els ingressos i les despeses financers i extraordinaris) (vegeu la taula 13).

Aquestes dades indiquen que el procés de reconversió de la Corporación RTVE iniciat el 2007 va permetre durant aquest primer any l'equilibri del compte d'explotació entre ingressos i

despeses. Aquesta dada pot ser d'una importància econòmica cabdal, ja que si es manté en el futur, permetria evitar la necessitat d'un endeutament excessiu per part de la Corporación RTVE (situació que s'havia donat els anys anteriors, amb el deteriorament consegüent del patrimoni del grup).

Així mateix, s'ha de tenir en compte la fragmentació creixent de les audiències del mercat televisiu l'any 2007, fet que incideix en la capacitat de generar ingressos comercials per part de la Corporación RTVE. Igualment, també cal recordar que, el mateix any, la Corporación RTVE posa en marxa la nova estructura societària del grup, i es comença a aplicar un expedient de regulació d'ocupació.

A partir de les dades disponibles, es pot fer una anàlisi comparativa de la situació econòmica de la Corporación RTVE i la dels grups privats d'empreses de ràdio i televisió d'abast estatal espanyols⁵⁵ (vegeu la taula 27).

En aquest sentit, la Corporación RTVE va tenir uns ingressos comercials (746,2 milions d'euros) molt inferiors als obtinguts pels grups empresarials de prestadors de serveis de televisió de gestió privada esmentats (entre 1.000 i 2.000 milions d'euros anuals el 2007, i ja per sota dels 1.000 l'any 2008 en els casos de què es disposa d'informació). Gràcies a la compensació

⁵⁵ Cal subratllar el valor únicament indicatiu d'aquesta comparativa, atès que l'objecte d'activitat d'aquestes corporacions empresarials no és del tot homogeni. La prestació de serveis de televisió constitueix l'activitat principal d'aquests grups empresarials i les societats que en són titulars actuen com a societats dominants dels grups respectius. Ara bé, aquests grups estan integrats per una diversitat notable d'empreses amb objectes d'activitat diferenciats (tot i que majoritàriament relacionats amb la comunicació audiovisual), per exemple, el cinema, la publicitat, etc. En aquest sentit, cal remarcar que tan sols en el grup al qual està vinculat la societat Antena 3 de Televisión, SA, hi ha empreses proveïdores de serveis de ràdio. D'altra banda, les dades econòmiques analitzades provenen d'anys diferents.

Taula 13. Compte de resultats consolidats de la Corporación RTVE.^A Any 2007 (en milions d'euros)

Concepte	Milions d'euros
Despeses operatives/consums	777,7
Despeses de personal	295,9
Amortitzacions	64,5
Altres despeses	4,1
Despeses ordinàries	1.142,2
Vendes	746,2
Compensació per servei públic	433,6
Altres ingressos	9,2
Cost de les vendes	-40,1
Ingressos ordinaris	1.148,9
Resultat ordinari	6,7
Despeses financeres	0,7
Ingressos financers	15,3
Resultat financer	14,6
Resultat d'explotació	21,3
Despeses extraordinàries	5,9
Ingressos extraordinaris	3,0
Resultat extraordinari	-2,9
Resultat de la Corporació	18,4

A Segons l'execució en termes comptables.

Font: CORPORACIÓN RTVE. *Balance económico 2007*. Nota de prensa [En línia]. Corporación RTVE, 2008.

<http://www.rtve.es/archivos/70-9121-FICHERO/Balance_2007.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

transferida en concepte del servei públic de ràdio i televisió (433,6 milions d'euros), la Corporación RTVE va poder proveir aquests serveis públics amb una quantitat similar a la dels prestadors privats (pel que fa a despesa d'explotació).

Com es va assenyalar a l'*Informe 2007*,⁵⁶ la despesa en personal de la Corporación RTVE (295,9 milions d'euros el 2007) va ser més del doble de la realitzada pels grups Antena 3 de Televisión, SA, i Sogecable, SA, i va triplicar amb escreix la del grup Gestevisión Telecinco, SA. Consegüentment, el pes de les despeses de personal sobre el total dels ingressos comercials va ser molt superior a la Corporación RTVE (el 39,7%) comparativament amb els grups empresarials de prestadors privats (amb un percentatge entre el 7,5% i el 16,2% (vegeu la taula 27).

Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española, SA (SME TVE)

La situació econòmica d'aquesta societat de titularitat pública durant l'any 2007, d'acord amb les dades del balanç i el compte de resultats va ser la següent (vegeu la taula 14):

Pel que fa a la situació patrimonial (balanç) en data 31 de desembre de 2007, el valor de l'actiu de SME TVE és de 692.409.000 euros, xifra sensiblement inferior a la de la

Taula 14. Dades i indicadors comptables bàsics de Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española, SA. Any 2007

Dades i indicadors de SME TVE 2007	
Empleats	3.596
Actiu ^A	692.409.000
Ingressos d'explotació	979.725.000
Xifra de vendes netes ^A	702.499.000
Altres ingressos d'explotació ^A	277.226.000
Despeses de personal ^A	188.585.000
Percentatge de fons propis/passiu	61,0
Endeutament (deutes/passiu)	0,37
Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)	2,21
Ingressos d'explotació/empleats ^A	272.449
Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació	19,2
Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)	1,41
Percentatge de beneficis sobre xifra de negoci	1,9

A Import en euros.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

majoria dels grans prestadors privats de televisió en obert d'abast estatal (que, aproximadament i amb l'excepció de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, el 2007 va ser de 1.000 milions d'euros segons es recull a la taula 26).

Els fons propis de SME TVE van representar-ne un 61% del passiu. La societat va tenir un baix nivell d'endeutament (0,37) i la ràtio de liquiditat (2,21) va estar lleugerament per sobre dels valors de referència (1,5-2,0).

Finalment, la SME TVE va obtenir uns ingressos d'explotació de 979,7 milions d'euros l'any 2007: 702,5 milions d'euros en vendes (71,7% del total) i 277,2 milions d'euros en concepte d'altres vendes d'explotació (inclouen les subvencions, i representen el 28,3% restant dels ingressos). Segons aquestes dades, el volum total d'ingressos de la SME TVE l'any 2007 va ser d'un nivell molt similar al dels grans prestadors privats de televisió estatal en obert el mateix exercici.

TVE Catalunya

D'acord amb les dades econòmiques de TVE Catalunya, les despeses totals d'explotació el 2008 han estat de 67,9 milions d'euros (xifra molt similar a la de 2007). Cal remarcar, no obs-

⁵⁶ Vegeu l'apartat 2.3.2 del capítol II de l'*Informe de 2007*.

Taula 15. Ingressos i despeses d'explotació de TVE Catalunya. Període 2007-2008 (en euros)

	2007	2008	Variació interanual (2007-2008)
Despeses de producció	36.228.993,00	33.922.359,08	-6,4%
Despeses generals de funcionament i manteniment	4.427.350,00	7.040.056,87	59,0%
Despeses de personal	27.244.402,00	26.928.026,02	-1,2%
Total despeses d'explotació	67.900.745,00	67.890.441,97	0,0%
Ingressos comercials	179.898.093,00	111.547.922,00	-38,0%

Font: TVE Catalunya.

Taula 16. Treballadors de TVE Catalunya. Any 2008

	2007	2008
Personal fix	580	n. d. ^A
Personal temporal	74	n. d.
Total	654	612^B

^A n.d.: no disponible^B Inclou 16 treballadors de l'àrea comercial.

Font: TVE Catalunya.

tant això, l'increment en la partida de despeses generals de funcionament i de manteniment (+59,0%), mentre que en la resta hi ha una tendència de decreixement: despeses de producció (-6,4%) i de personal (-1,2%) (vegeu la taula 15). Els ingressos comercials comptabilitzats per TVE Catalunya han experimentat una notable davallada, en passar de 179,9 milions d'euros el 2007, a 111,5 el 2008 (-38,0%).

Tanmateix, s'observa que el resultat d'explotació de TVE Catalunya es manté altament positiu en termes econòmics, ja que els seus ingressos comercials (111,5 milions d'euros) han assolit un valor molt superior al de les despeses d'explotació (67,9 milions d'euros).

Pel que fa a les despeses directes de producció de TVE Catalunya durant el 2008 per a programes en català, han estat de

4,6 milions d'euros, fet que suposa una reducció d'una cinquena part respecte de l'any anterior (-20,6%). També hi ha una davallada —encara que proporcionalment molt menys intensa— en la despesa corresponent a la producció de programes en castellà, ja que s'ha passat de 30,3 milions d'euros el 2007 a 29,3 el 2008 (-3,6%) (vegeu la taula 17).

Sociedad Mercantil Estatal Radio Nacional de España (SME RNE)

La informació comptable sobre la SME RNE correspon a 2007 (vegeu la taula 18) i les característiques principals de la situació econòmica d'aquesta societat van ser les següents:

Pel que fa la situació patrimonial (balanç): els fons propis de la SME RNE van representar-ne un 84% del passiu (proporció molt alta en comparació amb la mitjana dels prestadors de ràdio de gestió privada estatals), i, en conseqüència, la societat va tenir un nivell baix. La ràtio de liquiditat (2,76), per la seva banda, va ser força superior als valors de referència (entre 1,5 i 2,0) i també a la que, de mitjana, van tenir els prestadors de serveis de ràdio de gestió privada estatals.

D'acord amb les dades del compte d'explotació, la SME RNE va generar uns ingressos totals d'explotació de 154,4 milions d'euros el 2007. La major part d'aquesta xifra (el 99,4%) va ser en concepte d'altres ingressos d'explotació (que, com s'ha dit, inclouen les subvencions).

Aquests ingressos totals van representar 176.481 euros/empleat, xifra molt semblant a la corresponent a les empreses de ràdio espanyoles de cobertura estatal el mateix any (198.955

Taula 17. Despeses directes de producció de TVE Catalunya. Període 2007-2008 (en euros)

	2007	2008	Variació interanual (2007-2008)
Programes en català	5.840.623	4.639.282	-20,6%
Programes en castellà	30.388.370	29.283.077	-3,6%
Total despeses de producció	36.228.993	33.922.359	-6,4%

Font: TVE Catalunya.

Taula 18. Dades i indicadors comptables bàsics de Sociedad Mercantil Estatal Radio Nacional de España. Any 2007

Dades i indicadors de SME RNE 2007	
Empleats	875
Actiu ^A	184.452.230
Ingressos d'explotació ^A	154.420.853
Despeses de personal ^A	46.169.218
Percentatge de fons propis/passiu	84,8
Endeutament (deutes/passiu)	0,14
Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)	2,76
Ingressos d'explotació/empleats ^A	176.481
Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació	29,9
Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)	0,84
Percentatge de beneficis sobre xifra de negocis	-2,8

A Import en euros.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibéricos.

euros/empleat el mateix any). Amb tot, cal assenyalar que el resultat (abans d'impostos) negatiu de la SME RNE el 2007 (-2,8% respecte de la xifra de negoci).

• Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)

El grup Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals està integrat pel conjunt de societats dependents que tenen per missió dur a terme activitats de radiodifusió i de televisió. Els recursos de la CCMA provenen dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya, que fixen les aportacions que la Generalitat transfeix a l'ens. Per la seva banda, les empreses filials tenen un finançament mixt, amb ingressos per publicitat i/o vendes de productes/serveis, i transferències procedents dels pressupostos de la Generalitat (canalitzades principalment per mitjà de la CCMA).

En el decurs de l'exercici 2007, la Generalitat va assumir pràcticament tot l'endeutament acumulat a llarg termini per la CCMA fins aleshores (1.046.717.502 d'euros). Com a conseqüència d'aquesta operació, la situació de la CCMA al tancar

ment de 2007 des de la perspectiva del balanç va ser molt més equilibrada que la d'exercicis anteriors. No obstant això, en l'apartat del compte d'explotació, la CCMA mantenia una situació de pèrdues en el resultat dels comptes consolidats l'any 2007. Aquesta situació era hereditària de la decisió adoptada al final de la dècada dels noranta, segons la qual les subvencions que tradicionalment es transferien de la Generalitat de Catalunya a l'ens i a les societats dependents van ser substituïdes parcialment o totalment per avals prestats per la Generalitat de Catalunya (per facilitar la capacitat de la Corporació i de les empreses filials per concertar crèdits bancaris directament).⁵⁷

L'any 2008, aquesta situació ha canviat substancialment. La Generalitat de Catalunya ha fet aportacions a l'ens públic a través dels seus pressupostos per finançar la realització d'activitats d'interès públic o general, que es reconeixen en els comptes de la CCMA i societats dependents d'acord amb els criteris següents:

- Les aportacions establertes mitjançant el contracte-programa destinades a finançar activitats que hagin estat declarades d'interès general mitjançant una norma jurídica, d'acord amb la Llei 11/2007 de creació de la CCMA, i la finalitat de les quals sigui la realització d'una determinada activitat o la prestació d'un servei d'interès públic s'han imputat a l'exercici en què es realitza la despesa.

- Les aportacions rebudes per finançar l'immobilitzat relacionat amb una activitat específica d'interès general s'han imputat a patrimoni net i es comptabilitzen com a ingressos en el compte de pèrdues i guanys en la proporció corresponent.

L'any 2008, els comptes del balanç de la CCMA mostren una situació sensiblement millorada respecte de la d'anys anteriors (sobretot el 2006) en certs aspectes clau (vegeu la taula 19). La ràtio d'endeutament ha estat de 0,38 (0,53 el 2007 i d'1,35 el 2006), fet que reflecteix la reducció notable del deute de la CCMA. Pel que fa als fons propis, representen el 61,7% del total del passiu, davant del 46,5% i -35,5%, el 2007 i el 2006, respectivament. Això indica que la descapitalització d'anys anteriors s'ha superat el 2008. Cal remarcar que els fons propis de la CCMA i de les societats dependents han passat d'un valor negatiu el 2006 (-290,5 milions d'euros) a signe positiu en els exercicis posteriors: 204,1 milions d'euros el 2007, i 183,7 milions d'euros el 2008.⁵⁸

En l'apartat de la liquiditat de l'empresa, el 2008 es manté la tendència de millora iniciada l'any anterior. En concret, el valor d'aquesta ràtio ha passat d'1,24 el 2007 a 1,30 el 2008 (considerant com a referència que una xifra inferior a 1,5 indica que hi pot haver problemes de liquiditat).

⁵⁷ Tenint en compte la dependència de l'aleshores CCRTV i dels ens dependents respecte de la Generalitat de Catalunya, i el fet que aquesta hauria de fer front al venciment final dels préstecs, es va considerar adient comptabilitzar com a ingrés en l'epígraf "Subvencions" els avals concedits per la Generalitat i, com a contrapartida a l'actiu dins "Situacions transitòries de finançament", el reconeixement de les obligacions futures de pagament dels avals per part de la Generalitat. Font: comptes anuals de la CCMA. 2007.

⁵⁸ Cal assenyalar que, fins al 31 de desembre de 2007, en la partida fons propis es comptabilitzaven les aportacions de la Generalitat de Catalunya, aprovades en els pressupostos anuals per compensar les pèrdues. A partir de l'1 de gener de 2008, el tractament comptable donat a les aportacions rebudes de la Generalitat és l'especificat anteriorment.

Taula 19. Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Empleats ^A			Actiu		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Televisió de Catalunya, SA	1.982	1.961	1.966	318.287.200	298.068.697	291.380.136
Catalunya Ràdio SRG, SA	424	419	419	34.747.709	22.530.034	17.361.626
Activa Multimèdia Digital, SL	46	52	51	6.873.792	6.073.069	5.645.224
CCRTV Interactiva, SA	64	68	69	5.721.481	6.109.632	6.127.946
CCRTV Serveis Generals, SA ^A	72	73	0	17.261.198	16.492.397	12.167.777
TVC Edicions i Publicacions, SA	2	2	2	919.423	377.682	353.952
TVC Multimèdia, SL	0	0	0	8.607.591	5.995.930	6.431.490
CCMA ens públic	40	144	229	793.317.199	408.164.993	265.682.613
CCMA (consolidat)	2.683	2.719	2.736	817.376.473	439.318.558	297.742.588

Nom empresa	Ingressos d'explotació			Despeses de personal ^B		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Televisió de Catalunya, SA	165.732.473	156.620.328	392.660.746	117.852.166	123.856.487	127.210.661
Catalunya Ràdio SRG, SA	14.496.791	16.066.734	49.181.516	21.982.209	23.141.304	24.582.102
Activa Multimèdia Digital, SL	5.770.428	6.705.014	7.424.623	1.984.022	2.197.038	2.448.716
CCRTV Interactiva, SA	3.893.940	4.027.752	10.606.743	2.893.275	3.488.821	3.595.324
CCRTV Serveis Generals, SA ^A	12.019.393	11.833.452	534.763	4.128.295	4.241.745	332.542
TVC Edicions i Publicacions, SA	1.195.310	707.218	752.910	85.645	95.341	101.320
TVC Multimèdia, SL	0	0	811.436	0	0	0
CCMA ens públic	49.003.907	48.738.657	321.680.777	2.940.300	7.384.196	15.750.540
CCMA (consolidat)	239.094.170	220.360.652	450.681.506	153.282.968	164.182.587	173.859.704

Taula 19 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Percentatge de fons propis / passiu			Endeutament (deutes/passiu)			Liquïdat (actiu circulant / exigible a curt termini)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Televisió de Catalunya, SA	54,4	60,7	61,3	0,45	0,39	0,39	1,42	1,48	1,43
Catalunya Ràdio SRG, SA	30,0	45,3	35,1	0,70	0,55	0,65	1,23	1,21	0,84
Activa Multimèdia Digital, SL	28,6	26,1	23,3	0,69	0,72	0,77	1,03	0,95	0,84
CCRTV Interactiva, SA	70,9	46,5	3,7	0,29	0,54	0,96	2,46	1,37	0,75
CCRTV Serveis Generals, SA ^A	75,9	72,9	100,0	0,24	0,26	0,00	2,06	1,64	- (1)
TVC Edicions i Publicacions, SA	-23,9	-48,5	-46,8	1,24	1,48	1,47	0,78	0,62	0,62
TVC Multimèdia, SL	88,7	99,8	96,5	0,11	0,00	0,04	3,99	281,50	44,28
CCMA ens públic	-37,0	50,0	70,1	1,37	0,50	0,30	0,30	0,97	0,68
CCMA (consolidat)	-35,5	46,5	61,7	1,35	0,53	0,38	0,68	1,24	1,30

Nom empresa	Ingressos d'explotació / empleats ^A			Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació ^B		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Televisió de Catalunya, SA	83.619	79.868	199.726	71,1	79,1	32,4
Catalunya Ràdio SRG, SA	34.191	38.345	117.378	151,6	144,0	50,0
Activa Multimèdia Digital, SL	125.444	128.943	145.581	34,4	32,8	33,0
CCRTV Interactiva, SA	60.843	59.232	153.721	74,3	86,6	33,9
CCRTV Serveis Generals, SA ^A	166.936	162.102	-	34,3	35,8	62,2
TVC Edicions i Publicacions, SA	597.655	353.609	376.455	7,2	13,5	13,5
TVC Multimèdia, SL	-	-	-	-	-	0,0
CCMA ens públic	1.225.098	338.463	1.404.720	6,0	15,2	4,9
CCMA (consolidat)	89.114	81.045	164.723	64,1	74,5	38,6

Taula 19 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Rotació de l'actiu total (Ingressos d'explotació / actiu)			Percentatge de beneficis sobre xifra de negoci ^c		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Televisió de Catalunya, SA	0,52	0,53	1,35	-120,0	-143,7	0,2
Catalunya Ràdio SRG, SA	0,42	0,71	2,83	-184,3	-175,3	-4,2
Activa Multimèdia Digital, SL	0,84	1,10	1,32	4,5	-5,6	-0,9
CCRTV Interactiva, SA	0,68	0,66	1,73	-56,6	-105,6	-11,5
CCRTV Serveis Generals, SA	0,70	0,72	0,04	-0,4	-9,2	-6,1
TVC Edicions i Publicacions, SA	1,30	1,87	2,13	36,8	8,5	4,4
TVC Multimèdia, SL	-	-	0,13	-	-	-5,5
CCMA ens públic	0,06	0,12	1,21	26,8	19,0	-0,1
CCMA (consolidat)	0,29	0,50	1,51	-90,6	-113,8	-0,7

- A** Per la situació comptable de la CCRTV Serveis Generals, no es recull la ràtio de liquiditat d'aquesta societat l'any 2008.
- B** Durant el 2007, els empleats de CCRTV Serveis Generals, SA, van passar a formar part de l'ens públic CCMA.
- C** Beneficis abans d'impostos, excepte en el cas de la CCMA (ens públic), en què es consideren els beneficis de les activitats ordinàries.

Font: Comptes anuals de la CCMA, 2007 i 2008.

La millora en els valors d'aquests indicadors bàsics del balanç de la CCMA és conseqüència de l'assumpció del seu deute per part de la Generalitat de Catalunya i de l'assignació de transferències per finançar la realització d'activitats d'interès públic o general en els seus pressupostos. Això contrasta amb l'evolució negativa d'aquestes mateixes ràtios el 2008 en alguns dels principals prestadors de serveis de televisió d'abast estatal, reflectint la situació de crisi econòmica en què el sector ha entrat aquest exercici.⁵⁹

Per completar aquesta anàlisi del balanç de situació de la CCMA, cal remarcar que el valor del seu actiu s'ha situat el 2008 en 297,7 milions d'euros (respecte dels 439,3 de l'any 2007, i dels 817,4 del 2006), en bona part com a conseqüència dels canvis assenyalats anteriorment. Aquesta xifra representa aproximadament poc més d'un terç de la d'Antena 3 de Televisión, SA, i de Gestevisión Telecinco, SA (dades consolidades) al tancament de 2008, i reflecteix que les inversions realitzades al llarg del temps per la CCMA han estat força inferiors a les fetes per aquests grans grups empresarials espanyols de la comunicació, que estan entre els seus principals competidors.

En el compte d'explotació de la CCMA, de 2007 a 2008 s'ha corregit la situació d'elevades pèrdues en els resultats anuals dels comptes consolidats d'anys anteriors (vegeu la taula 20). Concretament, tot i que el resultat el 2008 ha continuat negatiu, respecte del 2007, les pèrdues han disminuït un 98,8% (de 250,8 milions d'euros el 2007 a 3,1 el 2008). D'aquesta

manera, i a diferència d'anys anteriors, no ha calgut recórrer a l'endeutament excessiu.

L'any 2008, els ingressos d'explotació de la CCMA han estat de 450,7 milions d'euros, gairebé el doble que els de l'any 2007 (220,4 milions d'euros). Aquest canvi respon a l'important augment de les subvencions de la Generalitat de Catalunya, que, a més, han compensat la caiguda dels ingressos comercials (en venda de serveis de publicitat i altres productes).

En aquest nou escenari, els ingressos totals (en valors absoluts) de la CCMA el 2008 han representat al voltant d'un 40% dels ingressos obtinguts per la Corporació RTVE el 2007 (vegeu la taula 13), i aproximadament entre el 20% i el 50% dels grups empresarials dels prestadors privats de televisió d'abast estatal, que principalment són ingressos de caràcter comercial. La menor dimensió del mercat de la comunicació en què intervé la CCMA constitueix la causa principal de la diferència existent respecte dels prestadors d'abast estatal (vegeu la taula 27).

En l'apartat de les despeses, la dotació de personal de la CCMA el 2008 s'ha mantingut sense canvis rellevants respecte de l'any 2007. En concret, s'han comptabilitzat un total de 2.736 empleats (17 més que l'any anterior). Aquesta xifra és força superior a la dels grans grups privats de televisió d'abast estatal (2.300 empleats d'Antena 3 de Televisión, SA, i 1.184 Gestevisión Telecinco, SA, el 2008; i 1.867 Sogecable, SA, el 2007).

59 Vegeu la taula 27 d'aquest mateix capítol. Les dades dels grups Antena 3 de Televisión, SA, i Gestevisión Telecinco, SA, corresponen a l'any 2008.

Taula 20. Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Aportació als resultats consolidats^A de les societats dependents i associades. Període 2006-2008 (en euros)

	2006	2007	2008	Variació interanual 2007-2008
Televisió de Catalunya, SA	-198.845.462	-225.067.339	-609.761	-99,7%
Catalunya Ràdio SRG, SA	-26.721.705	-28.166.904	-2.724.610	-90,3%
Activa Multimèdia Digital, SL	258.099	-379.731	-64.858	-82,9%
CCRTV Interactiva, SA	-2.202.948	-4.255.263	-1.635.280	-61,6%
CCRTV Serveis Generals, SA	-52.189	-1.086.503	-32.489	-97,0%
TVC Edicions i Publicacions, SA	381.020	36.605	19.280	-47,3%
TVC Multimèdia, SL	18.158	-24.774	38.835	256,8%
Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (inclou ajustaments de consolidació)	13.305.496	9.390.684	1.884.830	-79,9%
Activa 3, IT Solutions and Technologies, SL	-107	-397	-	-
Intracatalònia, SA	-2.567.848	-105.106	-3.923	-96,3%
Audiovisual Sport, SL (AVS)	-97.642	-1.142.860	-	-
Total	-216.525.128	-250.801.588	-3.127.976	-98,8%

A Beneficis nets (després d'impostos).

Font: Comptes anuals consolidats de la CCMA, 2007 i 2008.

No obstant això, l'increment dels ingressos totals d'explotació ha comportat la reducció del pes relatiu dels costos de personal sobre aquests. Aquestes despeses han passat de representar prop del 75% dels ingressos d'explotació el 2007, al 38,6% el 2008 (vegeu la taula 19). Com a referència, s'ha de recordar que aquest percentatge va ser del 25,8% en la Corporación RTVE l'any 2007 (vegeu la taula 13), i d'entre el 9,1% i el 16,2% en el cas dels grups empresarials Gestevisión Telecinco, SA, i Antena 3 de Televisión, SA, respectivament, l'any 2008 (vegeu la taula 27).

Els indicadors d'eficiència i de productivitat de la CCMA també han variat considerablement de 2007 a 2008, tot i que en general encara s'han situat en uns valors més baixos que els dels grans prestadors de serveis de ràdio i televisió d'abast estatal. D'una banda, l'any 2008 la CCMA ha generat uns ingressos de 164.723 euros/empleat (81.045 euros/empleat el 2007) (vegeu la taula 19), relació que en els tres grans grups privats espanyols de ràdio i televisió va ser de 726.487 euros/empleat de mitjana el 2007. La ràtio de rotació de l'actiu ha estat d'1,51 en la CCMA el 2008 (0,50 el 2007), clarament per sobre de la mitjana d'aquest indicador que els grups empresarials esmentats anteriorment obtenien el 2007 (al voltant d'1,0) (vegeu la taula 27).

Per conèixer de manera més detallada els canvis esdevinguts l'any 2008 en la situació econòmica i financera de la CCMA, cal analitzar la informació comptable de les societats Televisió de Catalunya, SA, i Catalunya Ràdio SRG, SA, les dues societats que han aportat la major part dels ingressos de la corpo-

ració catalana i també concentren el 87,2% del personal de l'entitat (vegeu les taules 21, 22, 23 i 24).

En el cas de Televisió de Catalunya, SA, hi ha hagut una disminució del 12,5% dels ingressos comercials de 2007 a 2008. Aquest fet s'explica tant per la fragmentació progressiva del mercat televisiu espanyol, com per la davallada de la inversió publicitària esdevinguda el 2008.

Catalunya Ràdio SRG, SA, també ha experimentat un decreixement dels ingressos comercials de 2007 a 2008, tot i que en unes proporcions menys accentuades que la televisió del grup (un -3,3% de variació interanual).

Les despeses de personal de les dues societats augmenten, de forma relativament moderada, a Televisió de Catalunya, SA (un 2,7% de 2007 a 2008), i lleugerament més accentuada a Catalunya Ràdio SRG, SA (6,2%).

Les altres despeses d'explotació són l'apartat en què s'ha produït un increment interanual superior (8,5% en l'empresa de televisió, i 15,9% en la de ràdio).

El 2008, Televisió de Catalunya, SA, ha tingut 1.966 empleats (vegeu la taula 19), xifra que supera amb escreix el nombre d'ocupats de les principals empreses prestadores de serveis de televisió d'abast estatal i de titularitat privada (considerant de manera estricta les societats l'activitat principal de les quals és la prestació dels serveis televisius): 1.204 a Antena 3 de Televisión, SA, i 744 a Gestevisión Telecinco, SA (l'any 2008), i 842 a Sogecable, SA, i 564 a Canal Satélite Digital, SL, el 2007 (vegeu la taula 26).

Taula 21. Ingressos d'explotació de Televisió de Catalunya, SA. Període 2006-2008 (en euros)

	2006	2007	2008	Variació interanual 2007-2008
Import net de la xifra de negoci	146.081.422	135.910.200	118.876.132	-12,5%
Vendes netes	144.384.274	134.063.829	117.149.150	-12,6%
Prestacions de serveis	1.697.148	1.846.371	1.726.982	-6,5%
Altres ingressos d'explotació	19.651.051	20.710.128	274.091.516	1.223,5%
Variació d'existències	1.856.728	1.658.382	-501.087	-130,2%
Treballs efectuats per l'empresa per a l'immobilitzat	12.177.693	12.149.084	10.848.276	-10,7%
Altres ingressos d'explotació ^A	5.616.630	6.902.662	263.744.327	3.720,9%
- Ingressos accessoris i altres	-	-	7.602.277	-
- Subvencions	-	-	256.142.050	-
Total	165.732.473	156.620.328	392.967.648	150,9%

Font: Comptes anuals de la CCMA, 2007 i 2008.

Taula 22. Despeses d'explotació de Televisió de Catalunya, SA. Període 2006-2008 (en euros)

	2006	2007	2008	Variació interanual 2007-2008
Aprovisionaments	75.435.193	84.558.357	86.016.735	1,7%
Despeses de personal	117.852.166	123.856.487	127.210.661	2,7%
Amortització de l'immobilitzat	88.392.401	80.054.761	80.519.343	0,6%
Altres despeses d'explotació	77.424.811	91.203.182	98.931.018	8,5%
Total	359.104.571	379.672.787	392.677.757	3,4%

Font: Comptes anuals de la CCMA, 2007 i 2008.

Taula 23. Ingressos d'explotació de Catalunya Ràdio SRG, SA. Període 2006-2008 (en euros)

	2006	2007	2008	Variació interanual 2007-2008
Import net de la xifra de negoci	14.347.409	15.821.888	15.298.684	-3,3%
Vendes netes	14.335.940	15.806.829	15.289.979	-3,3%
Prestacions de serveis	11.469	15.059	8.705	-42,2%
Altres ingressos d'explotació	149.382	244.846	33.882.832	13.738,4%
Variació d'existències	0	0	0	0,0%
Treballs efectuats per l'empresa per a l'immobilitzat	17.097	46.658	25.040	-46,3%
Altres ingressos d'explotació ^A	132.285	198.188	33.857.792	16.983,7%
- Ingressos accessoris	-	-	213.911	-
- Subvencions	-	-	33.643.881	-
Total	14.496.791	16.066.734	49.181.516	206,1%

A Desagregació de la informació no disponible.

Font: Comptes anuals de la CCMA, 2007 i 2008.

Taula 24. Despeses d'explotació de Catalunya Ràdio SRG, SA. Període 2006-2008 (en euros)

	2006	2007	2008	Variació interanual 2007-2008
Aprovisionaments	533.295	704.178	772.017	9,6%
Despeses de personal	21.982.209	23.141.304	24.582.102	6,2%
Amortització de l'immobilitzat	1.006.620	1.036.530	1.144.727	10,4%
Altres despeses d'explotació	16.961.922	21.337.343	24.737.798	15,9%
Total	40.484.046	46.219.355	51.236.644	10,9%

Font: Comptes anuals de la CCMA. 2007 i 2008.

• Agència de Comunicació Local, SA

La informació econòmica disponible en relació amb l'Agència de Comunicació Local, SA, fa referència a l'any 2007. Els ingressos d'explotació (10.699.466) d'aquest any (10.699.466) superen els de 2006 (6.929.930) i, en menor mesura, els de 2005 (10.212.135). La societat té un nivell relativament baix d'endeutament (entre el 0,30 i 0,45) i una ràtio de liquiditat inferior a l'1,5.

2.3.3. Prestadors de serveis de televisió de gestió privada

La informació econòmica i financera dels prestadors privats de televisió s'ha analitzat tot considerant les tres agrupacions següents:

- Prestadors de serveis de televisió de gestió privada analògica en obert i/o en TDT d'abast estatal. En aquest punt també es consideren les dades comptables consolidades dels tres principals grups empresarials de televisió⁶⁰ existents a l'Estat espanyol (Antena 3 de Televisión, SA; Gestevisión Telecinco, SA, i Sogecable, SA).
- Prestadors de serveis de televisió de gestió privada de cobertura catalana, bloc que inclou les activitats de les empreses filials de Grupo Godó.
- Prestadors de serveis de TDT local de gestió privada a Catalunya.

S'ha de remarcar que la informació disponible ha permès fer un estudi de la situació d'aquest segment del mercat de l'audiovisual per als anys 2006 i 2007, i, atesa la disponibilitat de dades en tancar l'edició, tan sols es procedeix a l'anàlisi de l'activitat de 2008 en els tres prestadors següents: Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA (en ambdós casos,

els comptes de les societats individuals i els consolidats de cada grup), i Emissions Digitals de Catalunya, SAU.

• Prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'abast estatal

De la informació del compte d'explotació de l'any 2007,⁶¹ en destaquen les dades següents (vegeu la taula 26):

Les societats adjudicatàries de les tres primeres concessions per a la prestació de serveis de televisió de gestió privada a l'Estat espanyol (Antena 3 de Televisión, SA; Gestevisión Telecinco, SA, i Sogecable, SA/Canal Satélite Digital, SL)⁶² són les que assoleixen un major volum d'activitat en termes econòmics. L'any 2007, obtenen uns ingressos d'explotació d'entre 850 i 1.550 milions d'euros (vegeu la taula 26). En canvi, Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, té uns ingressos d'explotació molt inferiors (139,4 milions d'euros el 2007).

En el cas dels prestadors de serveis de televisió que van iniciar l'activitat operant exclusivament a través de concessions de TDT en obert (Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA, i Veo Televisión, SA), la xifra d'ingressos d'explotació disponible de 2006 va ser per un valor encara més baix, 3,7 milions d'euros i 0,3 milions d'euros, respectivament.

La informació de què es disposa de l'any 2008, relativa a les societats Antena 3 de Televisión, SA, i Gestevisión Telecinco, SA, en reflecteix una disminució dels ingressos respecte del 2007 en totes dues: de 878,0 a 722,3 milions d'euros a Antena 3 de Televisión, SA, i de 879,7 a 869,6 a Gestevisión Telecinco, SA (vegeu la taula 26). Aquesta evolució és indicativa de la contracció que el 2008 ha experimentat el mercat de la inversió publicitària a l'Estat espanyol.

⁶⁰ No s'inclouen altres societats que proveeixen serveis de difusió de televisió per ADSL o mòbil. Aquestes empreses tenen per objecte principal de les seves activitats la prestació de serveis de difusió i no és possible identificar-ne específicament la informació econòmica relativa a la provisió dels serveis de televisió que difonen.

⁶¹ Excepte les empreses Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA, i Veo Televisión, SA, de les quals no es disposa de la informació comptable corresponent a 2007.

⁶² El 31 de juliol de 2006, el grup Sogecable concentra tota l'activitat relativa a la televisió de pagament a la filial Canal Satélite Digital, SL, de manera que l'activitat de la societat dominant en el grup (Sogecable, SA) se circumscriu des d'aleshores a la gestió de la cadena generalista en obert Cuatro.

Taula 25. Dades i indicadors comptables bàsics de l'Agència de Comunicació Local, SA. Període 2006-2007 (en euros)

	2006	2007
Empleats	112	113
Actiu ^A	5.906.435	6.475.635
Ingressos d'explotació ^B	6.929.930	10.699.466
Xifra de vendes netes ^A	1.569.390	1.241.285
Altres ingressos d'explotació ^A	5.360.540	9.458.181
Despeses de personal ^A	4.549.456	4.852.019
Percentatge de fons propis/passiu	49,3	44,1
Endeutament (deutes/passiu)	0,33	0,41
Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)	0,66	0,74
Ingressos d'explotació/empleats ^A	61.874	94.686
Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació	65,6	45,3
Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)	1,17	1,65
Percentatge de beneficis sobre la xifra de negoci	0,1	-0,6

A Import en euros.

B L'any 2005, els ingressos d'explotació de l'Agència de Comunicació Local van ascendir a 10.212.135 euros.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

Si es fixa l'atenció en la dotació de personal de les empreses i en la productivitat dels empleats, s'observen diferents models organitzatius en els prestadors privats de televisió d'abast estatal.

D'una banda, les societats adjudicatàries de les tres primeres concessions per a la prestació de serveis de televisió de gestió privada a l'Estat espanyol han comptat amb una major quantitat de recursos humans, tot i que amb una lleugera tendència a la disminució en certs casos: Antena 3 de Televisión, SA (amb 1.252 empleats el 2007 i 1.204 el 2008); Gestevisión Telecinco, SA (743 i 744, respectivament), i Sogecable, SA/ Canal Satélite Digital, SL (amb un total de 1.406 treballadors el 2007). Per tant, el 2008 es confirma l'estratègia de la societat Antena 3 de Televisión, SA, per reduir la plantilla, que ja s'havia constatat en exercicis anteriors (el 2006 tenia 1.322 empleats).

D'altra banda, a l'altre extrem, els 146 empleats (2007) de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, reflecteixen un model d'empresa televisiva molt diferent al de les anteriors.

En aquest escenari, la productivitat dels treballadors d'aquestes empreses és molt desigual: Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, tot i els baixos ingressos el 2007, va generar 954.589 euros/empleat en concepte d'ingressos d'explotació anuals. Aquesta xifra és propera a la de Gestevisión Telecinco, SA (1.182.407 euros/empleat el 2007, i 1.168.753 el 2008), i supera la d'Antena 3 de Televisión, SA (amb 701.314 i 599.927 euros/empleat, respectivament) (vegeu la taula 26).

Si es consideren les dades econòmiques i financeres consoli-

dades dels tres grans grups empresarials de televisió espanyols (això és, amb empreses vinculades), es constaten les següents qüestions (vegeu la taula 27):

El grup Antena 3 de Televisión, SA, és qui té més empleats, tot i que amb una tendència gradual a la reducció (de 2.421 el 2006, a 2.300 el 2008). La seva despesa de personal ha baixat igualment aquests anys de 149,2 a 135,4 milions d'euros. No obstant això, aquest decreixement ha estat en unes proporcions menors al que s'ha produït per la banda dels ingressos (que han passat de 1.001,7 milions d'euros el 2006 a 833,5 el 2008), de manera que el percentatge de la despesa en personal respecte de la xifra de negoci ha ascendit fins al 16,2% (14,9% el 2006, i 13,5% el 2007). Així, els ingressos d'explotació per empleat han passat de 413.754 euros el 2006 a 362.377 el 2008, i, en conseqüència, s'ha reduït la productivitat del grup.

Aquest escenari ha comportat, finalment, una disminució notable dels beneficis del grup, que han passat de representar el 39,4% dels ingressos totals el 2006 al 12,4% el 2008.

El balanç mostra un nivell d'endeutament lleugerament per sobre dels valors de referència (0,7 davant del 0,6 considerat com a valor màxim recomanable), i una ràtio de liquiditat baixa (0,78 l'any 2008, essent 1,5 el mínim de referència). De 2006 a 2008, es constata una tendència negativa en l'evolució d'aquests indicadors patrimonials, que reflecteixen un increment de la necessitat d'endeutament del grup i una pèrdua de liquiditat.

El grup de societats de Gestevisión Telecinco, SA, ha tingut de l'any 2006 a 2008 un actiu i uns ingressos d'explotació con-

solidats similars als d'Antena 3 de Televisión, SA, però amb aproximadament la meitat d'empleats (1.184 el 2006 i el 2008). La despesa de personal respecte de la xifra de negoci ha estat, durant aquests tres anys, d'entre el 7% i el 10%, xifres molt inferiors a les d'Antena 3 de Televisión, SA, i que comparativament indiquen una major productivitat del personal en aquest grup.

Amb les dades disponibles, es pot afirmar que Gestevisión Telecinco, SA, és el grup d'empreses amb una proporció més gran de beneficis sobre la xifra de negocis, si bé també ha disminuït de manera significativa el 2008. Així, mentre que el 2006 i el 2007 estava al voltant del 45%, el 2008 ha passat al 21,1%. Aquest fet indica, igualment, que aquest darrer exercici ha estat força menys favorable per a aquesta corporació.

Com en el cas d'Antena 3 de Televisión, SA, de 2006 a 2008 es constata una tendència negativa en l'evolució dels comptes del balanç del grup, fet que en comporta un increment progressiu de la necessitat d'endeutament i una pèrdua de liquiditat.

Del grup Sogecable, SA, no es disposa dels comptes consolidats corresponents a l'any 2008. Cal recordar que aquesta societat ha experimentat transformacions importants al llarg d'aquest exercici, conseqüència de la culminació de l'oferta pública d'adquisició (OPA) presentada per Prisa (el soci dominant).⁶³

Segons les dades consolidades de Sogecable, SA, de l'any 2007, la productivitat del personal va ser molt similar a la de Gestevisión Telecinco, SA, el mateix exercici (969.214 euros en concepte d'ingressos d'explotació per empleat). Així mateix, les despeses de personal van representar el 7,5% dels ingressos d'explotació. Per contra, la ràtio de rotació de l'actiu els anys 2006 i 2007 va estar al voltant del 0,75, xifra molt inferior a la d'Antena 3 de Televisión, SA, i Gestevisión Telecinco, SA, els mateixos anys. També va ser sensiblement més baixa la relació entre els beneficis i la xifra de negoci (-3,7% el 2006 i 5,5% el 2007).

L'estructura del balanç consolidat els anys 2006 i 2007 posa de manifest que els fons propis són una proporció baixa del passiu (9,0 i 12,2%, respectivament) i que hi ha hagut un nivell molt alt d'endeutament (proper a 0,9, mentre que el valor màxim de referència és 0,6).

• Prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'abast nacional

Emissions Digitals de Catalunya, SAU, és titular d'un múltiple d'abast nacional de la gestió del qual, fins el 2008, se n'ha encarregat TV CAT, SL, tant pel que fa als aspectes de producció com de vendes. Es disposa d'informació de l'any 2008 de la primera societat, i de 2007 de la segona. Sobre aquesta base, es poden destacar les següents qüestions de major interès de la situació econòmica i financera d'aquestes societats (vegeu la taula 28).

En termes d'empleats (i de despeses de personal) de la societat Emissions Digitals de Catalunya, SAU, durant els anys 2006 i 2007, s'han comptabilitzat en la seva integritat a la filial TV CAT, SL: 13 treballadors el 2006, i 52 el 2007.

Es constata una tendència de creixement interanual en relació amb els ingressos d'explotació. En el cas de TV CAT, SL, es passa de 5.654.477 euros el 2006, a 7.851.881 euros el 2007. Respecte d'Emissions Digitals de Catalunya, SAU, s'observa un augment important del 2007 al 2008, ja que ha passat d'ingressar 456.971 i 1.649.437 euros, respectivament.

Tot i aquesta evolució positiva en termes de dimensió de la televisió privada d'abast nacional, la seva grandària ha estat molt inferior a la de les principals televisions d'abast estatal, i sembla que mostra un cert paral·lelisme amb la de les "noves" televisions emergents d'abast estatal aquests darrers anys.

No obstant això, els indicadors relatius a la productivitat posen de manifest un dels principals efectes derivats d'operar estrictament en el mercat català, d'unes dimensions menors a les del conjunt del mercat espanyol. Per exemple, TV CAT, SL, va obtenir el 2007 uns ingressos d'explotació per empleat de 150.998 euros, una quantitat força més baixa que la corresponent a les privades d'abast estatal que operen en obert i en analògic (superior a 400.000 euros/empleat el 2007, segons s'observa a la taula 26).

Finalment, s'ha d'indicar que el resultat d'explotació de TV CAT, SL, els anys 2006 i 2007 ha estat de -107,7% i -130,9% del total de la xifra de negoci, respectivament. Per contra, Emissions Digitals de Catalunya, SAU, ha mantingut una línia de resultats positius el 2007 i el 2008, que han arribat a representar el 7,3% dels ingressos d'explotació.

• Prestadors de serveis de TDT local de gestió privada

La situació econòmica i financera dels prestadors de serveis de TDT local de gestió privada de Catalunya s'ha analitzat a partir de les dades comptables disponibles de 29 societats. Aquesta informació s'ha agregat segons les tipologies d'empreses següents: empreses de grups amb activitat per al mercat espanyol (4 societats), empreses de grups de projecció al mercat català (11 societats), empreses de grups comarcals i locals multimèdia (7 societats) i empreses de televisió locals (7 societats).

D'aquesta informació, se'n poden destacar les qüestions següents (vegeu les taules 29 i 30):

– Nombre de treballadors. La majoria de les empreses tenen una dimensió mitjana o petita: només s'han identificat 6 empreses de 20 o més treballadors (sense que cap se situï per sobre de les 50 persones). Aquestes empreses són Avista Televisió de Barcelona, SL, Gibson Time, SL, Smile Advertising, SL, Justo Molinero i Calero (a través de la societat Teletaxi Televisió, SL que s'encarrega dels aspectes de producció de continguts), Iniciatives de Televisió, SL, i Productora Lleidatana de TV, SL (Prensa Leridana, SA).

⁶³ Vegeu l'apartat 2.2.2 d'aquest mateix capítol.

**Taula 26. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals).
Període 2006-2008 (en euros)**

Nom empresa	Empleats			Actiu		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	1.322	1.252	1.204	1.023.474.000	1.009.816.000	877.148.000
Canal Satélite Digital, SL ^A	226	564	n. d.	714.462.000	835.727.000	n. d.
Gestevisión Telecinco, SA	748	743	744	1.046.485.000	1.078.932.000	999.860.000
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	90	146	n. d.	208.222.792	255.202.731	n. d.
Sogecable, SA ^A	1.126	842	n. d.	1.871.561.000	1.874.974.000	n. d.
Total TV en obert (analògic/TDT) i satèl·lit	3.512	3.548	n. d.	4.864.204.792	5.054.651.731	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	1	n. d.	n. d.	2.449.605	n. d.	n. d.
Veo Televisión, SA	43	n. d.	n. d.	21.480.859	n. d.	n. d.
Total altres TDT	44	n. d.	n. d.	23.930.464	n. d.	n. d.

Nom empresa	Ingressos d'explotació			Despeses de personal		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	869.754.000	878.045.000	722.312.000	101.562.000	83.597.000	84.743.000
Canal Satélite Digital, SL ^A	976.258.000	1.188.313.000	n. d.	13.716.000	36.037.000	n. d.
Gestevisión Telecinco, SA	805.306.000	879.711.000	869.552.000	51.686.000	53.136.000	57.913.000
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	84.580.458	139.369.931	n. d.	8.819.583	12.797.779	n. d.
Sogecable, SA ^A	752.912.000	372.154.000	n. d.	70.921.000	56.052.000	n. d.
Total TV en obert (analògic/TDT) i satèl·lit	3.488.810.458	3.457.592.931	n. d.	246.704.583	241.619.779	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	290.133	n. d.	n. d.	25.284	n. d.	n. d.
Veo Televisión, SA	3.695.480	n. d.	n. d.	2.223.090	n. d.	n. d.
Total altres TDT	3.985.613	n. d.	n. d.	2.248.374	n. d.	n. d.

Taula 26 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals). Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Percentatge de fons propis / passiu			Endeutament (deutes/passiu)			Liquidesitat (Actiu circulant / exigible a curt termini)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	22,0	29,4	27,9	0,67	0,61	0,72	0,46	0,48	0,68
Canal Satélite Digital, SL ^A	36,9	38,0	n. d. ^B	0,60	0,60	n. d.	1,01	1,18	n. d.
Gestvisión Telecinco, SA	58,0	56,7	51,6	0,36	0,36	0,48	1,94	1,02	0,91
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	60,4	69,6	n. d.	0,39	0,30	n. d.	1,58	1,68	n. d.
Sogetecable, SA ^A	14,2	16,8	n. d.	0,75	0,73	n. d.	0,37	0,36	n. d.
Total TV en obert (analògic/TDT) i satèl·lit	30,6	34,0	n. d.	0,61	0,58	n. d.	0,85	0,73	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	-138,6	n. d.	n. d.	2,39	n. d.	n. d.	0,28	n. d.	n. d.
Vevo Televisión, SA	81,9	n. d.	n. d.	0,17	n. d.	n. d.	2,66	n. d.	n. d.
Total altres TDT	59,3	n. d.	n. d.	0,39	n. d.	n. d.	1,12	n. d.	n. d.

Nom empresa	Ingressos d'explotació/ Empleats			Percentatge de despesa de personal/ ingressos d'explotació		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	657.908	701.314	599.927	11,7	9,5	11,7
Canal Satélite Digital, SL ^A	4.319.726	2.106.938	n. d.	1,4	3,0	n. d.
Gestvisión Telecinco, SA	1.076.612	1.182.407	1.168.753	6,4	6,0	6,7
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	939.783	954.589	n. d.	10,4	9,2	n. d.
Sogetecable, SA ^A	668.661	441.988	n. d.	9,4	15,1	n. d.
Total TV en obert (analògic/TDT) i satèl·lit	993.397	974.519	n. d.	7,1	7,0	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	290.133	n. d.	n. d.	8,7	n. d.	n. d.
Vevo Televisión, SA	85.941	n. d.	n. d.	60,2	n. d.	n. d.
Total altres TDT	90.582	n. d.	n. d.	56,4	n. d.	n. d.

Taula 26 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals). Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/ actiu)			Percentatge de beneficis sobre xifra de negoci		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	0,85	0,87	0,82	48,8	29,1	13,5
Canal Satélite Digital, SL ^A	1,37	1,42	n. d.	7,7	6,9	n. d.
Gestevisión Telecinco, SA	0,77	0,82	0,87	52,8	48,1	34,2
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	0,41	0,55	n. d.	-234,0	-110,3	n. d.
Sogecable, SA ^A	0,40	0,20	n. d.	-34,5	12,1	n. d.
Total TV en obert (analògic/TDT) i satèl·lit	0,72	0,68	n. d.	13,4	18,9	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	0,12	n. d.	n. d.	-3.141,9	n. d.	n. d.
Veo Televisión, SA	0,17	n. d.	n. d.	-343,0	n. d.	n. d.
Total altres TDT	0,17	n. d.	n. d.	-546,8	n. d.	n. d.

A El 31 de juliol de 2006, el grup Sogecable va concentrar tota la seva activitat relativa a la televisió de pagament a la filial Canal Satélite Digital, SL, de manera que la societat dominant al grup (Sogecable, SA) ha circumscrit les seves activitats a la gestió de la cadena generalista en obert Cuatro.

B n.d.: no disponible

Font: Elaboració pròpia a partir de:

GRUPO ANTENA 3. *Cuentas Anuales 2008 individuales y consolidadas* [En línia]. Madrid, 2009.

<<http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/historico/es/memoria/2008>>

TELECINCO. *Informe anual de actividades, gobierno y responsabilidad corporativa 2008* [En línia]. Madrid, 2009.

<http://www.telecincio.es/inversores/es/download/informe_anual_2008.shtml>

SOGECABLE. *Memoria anual 2007* [En línia]. Madrid, 2008.

<<http://www.sogecable.es/noticias.html?id=532585&formato=310&item=I109&lang=ES>>

Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. [Consultes: juliol de 2009].

– Ingressos d'explotació. Només Canal Català, SL, arriba als 2,0 milions d'euros en concepte d'ingressos d'explotació el 2007 (concretament, 2.012.904 euros). D'altra banda, unes altres quatre empreses tenen una xifra de negoci superior a 1 milió d'euros el 2006 o el 2007: Gibson Time, SL, Iniciatives de Televisió, SL, Smile Advertising, SL, i Teletaxi Televisió, SL.

L'actiu es fixa en valors inferiors als 3,1 milions d'euros en tots els casos, amb només set empreses en què aquesta variable és superior al milió d'euros: Avista Televisió de Barcelona, SL, Televisió de Girona, SL, Canal Català, SL, Ràdio i Televisió de Manresa, SL, Teletaxi Televisió, SL, Olot Televisió, SL, i Produccions Alt Empordà TV, SLU.

Els ingressos d'explotació per empleat són, de mitjana, inferiors als 65.000 euros/empleat, xifra molt més baixa que la corresponent als prestadors d'abast nacional i estatal.

El 2007, el percentatge de despeses de personal sobre el total d'ingressos d'explotació va ser del 81,2% en el grup d'em-

preses amb activitat per al mercat espanyol, al voltant del 30% a les empreses de grups de projecció al mercat català, i entre el 50% i el 55% en les restants (empreses de grups comarcals i locals multimèdia, i empreses de televisió locals).

Pel que fa al resultat d'explotació, considerant de forma agregada el conjunt de societats, s'obtenen pèrdues d'explotació els anys 2006 i 2007 en tots els grups. Tanmateix, la informació detallada indica que hi ha 16 societats que assoleixen beneficis el darrer exercici considerat, i 13 pèrdues (vegeu la taula 30).

– Balanç de situació: per les quatre tipologies reflecteix una situació d'elevat endeutament i de baixa liquiditat.

2.3.4. Prestadors de serveis de ràdio de gestió privada

L'anàlisi de la situació econòmica i financera de les empreses de ràdio de Catalunya s'ha realitzat a partir de la informació comptable de 28 societats.⁶⁴ Aquestes empreses són titulars

⁶⁴ Comparativament amb l'*Informe 2007*, s'han actualitzat les dades de les societats quan aquestes eren de 2006 o anteriors, i s'han exclòs de l'anàlisi les societats que durant el 2008 s'han extingit. En general, aquestes empreses estaven en una situació econòmica i financera excepcional prèvia al procés de liquidació, fet que en justifica l'exclusió per tal que les dades agregades reflecteixin de forma més ajustada la realitat del sector.

Taula 27. Dades i indicadors comptables bàsics dels principals grups empresarials de prestadors de serveis de televisió de gestió privada amb cobertura estatal (dades consolidades amb empreses filials). Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Empleats			Actiu		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	2.421	2.316	2.300	905.817.000	923.645.000	827.977.000
Gestevisión Telecinco, SA	1.184	1.195	1.184	931.552.000	1.082.458.000	827.557.000
Sogecable, SA	1.885	1.867	n. d.	2.283.816.000	2.343.613.000	n. d.
Total	5.490	5.378	n. d.	4.121.185.000	4.349.716.000	n. d.

Nom empresa	Ingressos d'explotació			Despeses de personal		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	1.001.699.000	1.015.876.000	833.466.000	149.156.000	137.650.000	135.371.000
Gestevisión Telecinco, SA	997.548.000	1.081.646.000	981.853.000	79.478.000	84.853.000	89.218.000
Sogecable, SA	1.659.037.000	1.809.523.000	n. d.	131.615.000	135.828.000	n. d.
Total	3.658.284.000	3.907.045.000	n. d.	360.249.000	358.331.000	n. d.

Nom empresa	Percentatge de fons propis/passiu			Endeutament (deutes/passiu)			Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión, SA	28,2	35,3	30,2	0,72	0,65	0,70	0,96	1,08	0,78
Gestevisión Telecinco, SA	64,3	61,2	55,8	0,36	0,39	0,44	2,55	1,28	1,09
Sogecable, SA	9,0	12,2	n. d.	0,91	0,88	n. d.	1,79	1,40	n. d.
Total	25,7	29,3	n. d.	0,74	0,71	n. d.	1,62	1,30	n. d.

Nom empresa	Ingressos d'explotació / empleats			Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión SA	413.754	438.634	362.377	14,9	13,5	16,2
Gestevisión Telecinco, SA	842.524	905.143	829.268	7,9	7,8	9,1
Sogecable, SA	880.126	969.214	n. d.	7,9	7,5	n. d.
Total	666.354	726.487	n. d.	9,9	9,2	n. d.

Taula 27 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels principals grups empresarials de prestadors de serveis de televisió de gestió privada amb cobertura estatal (dades consolidades amb empreses filials). Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)			Percentatge de beneficis sobre xifra de negoci		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Antena 3 de Televisión SA	1,11	1,10	1,01	39,4	27,0	12,4
Gestevisión Telecinco, SA	1,07	1,00	1,19	45,2	45,1	21,1
Sogecable, SA	0,73	0,77	n. d.	-3,7	5,5	n. d.
Total	0,89	0,90	n. d.	21,4	22,0	n. d.

Font: Elaboració pròpia a partir de:

GRUPO ANTENA 3. *Cuentas anuales 2008 individuales y consolidadas* [En línia]. Madrid, 2009.

<<http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/historico/es/memoria/2008>>

TELECINCO. *Informe anual de actividades, gobierno y responsabilidad corporativa 2008* [En línia]. Madrid, 2009.

<http://www.telecinco.es/inversores/es/download/informe_anual_2008.shtml>

SOGECABLE. *Memoria anual 2007* [En línia]. Madrid, 2008. <

<http://www.sogecable.es/noticias.html?id=532585&formato=310&item=1109&lang=ES>>

Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. [Consultes: juliol de 2009].

d'una freqüència o més a Catalunya, i en molts casos formen grups de comunicació mitjançant vincles de diversa tipologia. Es consideren aquelles societats de les quals es disposa de la informació comptable corresponent a l'any 2006 o 2007. No s'inclouen els prestadors de ràdio digital (DAB), ni les noves adjudicatàries del concurs de freqüències resolt al final de 2008 (atesa la inactivitat en el sector durant l'exercici). Les societats analitzades s'han agrupat en quatre categories:

- Empreses de ràdio amb cobertura nacional, és a dir, que emeten (només) per al conjunt del territori de Catalunya. Segons la informació disponible, la relació d'empreses emprada per aquest segment de la ràdio de Catalunya és força completa.
- Empreses que formen part de cadenes de ràdio estatals i que tenen la seu a Madrid, i que són titulars d'una freqüència d'FM o més a Catalunya. Les dades d'aquesta mostra proporcionen informació de referència.
- Empreses que formen part de cadenes de ràdio estatals i que tenen la seu a Catalunya. En aquest cas, també es considera que la mostra d'empreses és força completa.
- Empreses de ràdio amb cobertura local, comarcal-supramarcal al territori de Catalunya. Aquest segment del mercat radiofònic és molt divers i està molt atomitzat. Atesa la reduïda dimensió de la mostra de societats, cal interpretar amb precaució la informació presentada.

Una primera qüestió que cal abordar a partir d'aquesta informació és la dimensió econòmica de les empreses que operen en el mercat radiofònic de Catalunya. Aquesta magnitud permet constatar en quina mesura la grandària dels mercats de la comunicació té efectes sobre la dimensió de les societats, conseqüència d'una capacitat desigual de generar economies d'escala. Des d'aquesta perspectiva, es poden fer les observacions següents (vegeu la taula 32).

Les empreses radiofòniques amb una major dimensió econòmica corresponen a les societats que formen part d'una cadena d'abast estatal i, a més, tenen la seu social a Madrid. Formen part d'aquest grup Sociedad Española de Radiodifusión, SA (SER, del grup Prisa) i, en un segon nivell, Radio Popular, SA (del grup COPE) i Uniprex, SAU (del grup Planeta). El 2007, la primera societat té uns ingressos d'explotació superiors a la resta, mentre que pel que fa al nombre d'ocupats, la diferència entre les tres societats no és tan accentuada.

A la resta de grups considerats, no s'ha identificat cap societat amb una xifra d'ingressos d'explotació anuals el 2007 (o el 2006) superiors als 10 milions d'euros, com tampoc cap que arribi a 100 empleats. En sobresurt Radiocat XXI, SLU (del grup Godó), del grup d'empreses de ràdio amb cobertura nacional, amb 8,9 milions d'euros d'ingressos d'explotació i 90 persones treballadores el 2007. Onda Ramblas, SA, encapçala el grup d'empreses que formen part de cadenes de ràdio estatals i tenen la seu a Catalunya, amb uns ingressos anuals d'explotació el 2007 de 6,1 milions d'euros i 51 empleats. S'ha d'assenyalar, finalment, que cap de les quatre empreses de ràdio de cobertura local, comarcal-supramarcal identificades no ha arribat al milió d'euros d'ingressos d'explotació, ni a 20 empleats.

Ateses les dades i els indicadors comptables bàsics disponibles (vegeu la taula 31), es poden fer les observacions següents.

Les dades relatives a la productivitat i a la rendibilitat de les empreses reflecteixen igualment la importància de la dimensió econòmica dels mercats en què presten els serveis. Així, les empreses vinculades a cadenes estatals amb seu a Madrid són aquelles que obtenen més ingressos per empleat (198.955 euros/empleat el 2007), i una major rotació de l'actiu (1,04 el mateix any). A l'altre extrem, els valors més baixos per aquests indicadors es donen en el grup d'empreses de cobertura local,

comarcal-supracomarcal: 45.691 euros d'ingressos per empleat i una rotació de 0,79 (en aquest cas, amb valors similars a la resta de grups considerats). Les empreses de cobertura nacional i les que formen part de cadenes estatals i tenen la seu a Catalunya obtenen, en general, uns resultats similars en aquests indicadors, i s'han situat en valors intermedis entre els dos extrems assenyalats.

Quant a la informació que proporciona el balanç, es constaten dues situacions. Per un costat, hi ha dos grups d'empreses

amb un nivell baix d'endeutament, un percentatge elevat de fons propis sobre el total del passiu, i una liquiditat elevada: les empreses que formen part de cadenes estatals i tenen la seu a Catalunya, i les empreses de ràdio amb cobertura local, comarcal-supracomarcal. La situació és la contrària en els dos grups restants, és a dir, en les empreses de cobertura nacional i en les que formen part de cadenes estatals i tenen la seu a Madrid: alt nivell d'endeutament, baix percentatge de fons propis sobre el total del passiu, i baixa liquiditat.

Taula 28. Dades i indicadors comptables bàsics d'Emissions Digitals de Catalunya, SAU, i TV CAT, SL. Període 2006-2008 (en euros)

Nom empresa	Empleats			Actiu		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Emissions Digitals de Catalunya, SAU	0	0	0	3.443.646	3.308.669	3.528.106
TV CAT, SL	13	52	n. d.	5.645.709	9.106.938	n. d.
Total	13	52	n. d.	9.089.355	12.415.607	n. d.

Nom empresa	Ingressos d'explotació			Despeses de personal		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Emissions Digitals de Catalunya, SAU	556.585	456.971	1.649.437	0	0	0
TV CAT, SL	5.654.477	7.851.881	n. d.	1.061.030	2.384.233	n. d.
Total	6.211.062	8.308.852	n. d.	1.061.030	2.384.233	n. d.

Nom empresa	Percentatge de fons propis/passiu			Endeutament (deutes/passiu)			Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Emissions Digitals de Catalunya, SAU	88,4	92,4	89,1	0,12	0,08	0,09	8,02	12,55	8,95
TV CAT, SL	-64,8	-72,9	n. d.	1,64	1,73	n. d.	0,34	0,34	n. d.
Total	-6,8	-28,9	n. d.	1,06	1,29	n. d.	0,66	0,53	n. d.

Nom empresa	Ingressos d'explotació/empleats			Percentatge de despesa de personal / Ingressos d'explotació		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Emissions Digitals de Catalunya, SAU	-	-	-	0,0	0,0	0,0
TV CAT, SL	434.960	150.998	n. d.	18,8	30,4	n. d.
Total	477.774	159.786	n. d.	17,1	28,7	n. d.

Nom empresa	Rotació de l'actiu total (Ingressos d'explotació/actiu)			Percentatge de beneficis sobre xifra de negocis		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Emissions Digitals de Catalunya, SAU	0,16	0,14	0,47	-0,2	4,4	7,3
TV CAT, SL	1,00	0,86	n. d.	-107,7	-130,9	n. d.
Total	0,68	0,67	n. d.	-98,1	-123,4	n. d.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

Taula 29. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local de gestió privada i empreses vinculades. Per tipus d'empresa. Període 2006-2007^A (en euros)

Tipologia d'empresa	Percentatge de fons propis/passiu		Endeutament (deutes/passiu)		Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Empreses de grups amb activitat al mercat espanyol	0,2	-26,6	0,99	1,26	1,5	1,7
Empreses de grups de projecció al mercat català	-14,5	10,0	1,14	0,89	0,64	1,1
Empreses de grups comarcals i locals multimèdia	13,5	6,9	0,87	0,92	1	0,84
Empreses de televisió locals	-13,7	-27,6	1,13	1,26	1,62	1,25

Tipologia d'empresa	Ingressos d'explotació/empleats		Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació		Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)		Percentatge de beneficis sobre xifra de negoci	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Empreses de grups amb activitat al mercat espanyol	36.507	29.966	67,5	81,2	0,45	0,33	-67,1	-146,3
Empreses de grups de projecció al mercat català	59.440	64.076	31,2	28,5	1,38	1,26	-10,9	-5,2
Empreses de grups comarcals i locals multimèdia	40.068	44.047	52,9	52,9	1,34	1,39	-10,8	-13,4
Empreses de televisió locals	34.952	41.402	59,6	55,5	0,58	0,57	-47,1	-43,1

A Majoritàriament, dades dels anys 2006-2007, o bé dels dos darrers anys disponibles.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

Taula 30. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local de gestió privada i empreses vinculades. Període 2006-2007 (en euros)

	Any	Ingressos d'explotació	Resultat abans d'impostos	Actiu	Fons propis	Ocupats	Despeses de personal
Empreses de grups amb activitat al mercat espanyol							
Avista Televisió de Barcelona, SL	2007	623.691	-2.289.904	3.094.695	-1.831.060	25	757.261
Publi 20, SL	2006	23.338	-57.926	139.599	61.015	1	14.541
Televisió de Girona, SL	2007	645.644	21.688	1.078.591	452.152	19	291.618
Televisió de Manresa, SL	2007	355.435	-84.204	626.414	4.991	10	275.358
Empreses de grups de projecció al mercat català							
Canal Català, SL	2007	2.012.904	-680.237	1.712.039	579.183	3	82.267
Dracvisió, SL	2007	325.177	23.476	176.209	69.947	6	147.610
Gibson Time, SL	2007	1.792.223	77.796	713.522	327.956	34	851.571
Masquefa Televisió, SL	2007	21.263	2.612	9.979	3.204	1	8.867
Promocions Audiovisuais 3 Acció, SL	2007	217.980	-5.708	155.114	55.190	8	103.177
Ràdio i Televisió de Manresa, SL	2007	869.382	16.360	1.105.293	244.385	4	113.444
Smile Advertising, SL	2006	1.456.495	2.018	884.751	26.125	43	343.576
Tarraco Visió, SL	2007	633.910	17.080	615.628	175.012	14	244.922
Teletaxi Televisió, SL	2007	1.696.100	42.842	1.564.442	-778.271	30	723.198
Televisió de Lloret, SL	2007	80.642	-10.950	74.176	-26.543	0	0
Wai Entertainment, SL	2007	569.412	13.711	665.213	94.604	8	136.766
Empreses de grups comarcals i locals multimèdia							
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	2006	197.719	-90.947	206.887	-62.916	3	44.702
CAT 4 TV, SL	2007	19.209	-167.008	272.808	107.790	0	0
EBE Imatge i Comunicació, SL	2006	71.370	4.078	77.142	6.854	0	0
Iniciatives de Televisió, SL	2007	1.061.945	131.019	555.011	355.981	20	532.386
Mitjans Audiovisuais d'Osona, SL	2007	482.538	-90.442	527.862	371.625	13	321.825
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	2007	821.680	9.512	590.661	-132.386	n. d.	335.335
Productora Lleidatana de TV, SL (Prensa Leridana, SA)	2006	942.208	-277.465	365.488	-469.118	27	669.549
Empreses de televisió locals							
D-9 Comunicació, SL	2007	166.536	6.730	223.449	31.975	4	82.520
ETV - Llobregat TV, SL	2007	284.240	5.279	266.285	21.666	8	89.030
Mola TV, SL	2007	429.736	2.546	412.927	30.204	2	97.183
Olot Televisió, SL	2007	764.809	2.513	1.321.188	234.515	16	388.535
Produccions Alt Empordà TV, SLU	2007	107.718	-939.984	1.151.142	-1.433.977	13	347.363
Televisió de Roses, SL	2006	148.869	-21.114	181.727	24.079	4	64.848
Televisió del Ripollès, SL	2007	292.423	-1.778	288.682	32.182	6	147.747

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics.

Taula 31. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio de gestió privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Per tipus d'empresa. Període 2006-2007 (en euros)

Nom empresa	Percentatge de fons propis / passiu		Endeutament (deutes/passiu)		Liquiditat (actiu circulant / exigible a curt termini)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Cobertura nacional	24,7	29,7	0,75	0,70	1,4	1,4
Cadena estatal (empreses amb seu a Madrid)	35,9	45,6	0,62	0,53	1,1	1,1
Cadena estatal (empreses amb seu a Catalunya)	67,9	71,7	0,32	0,28	2,5	2,8
Cobertura local comarcal-supracomarcal	74,1	69,4	0,26	0,31	3,8	3,0

Nom empresa	Ingressos d'explotació / empleats		Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació		Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació / actiu)		Percentatge de beneficis sobre xifra de negoci	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Cobertura nacional	100.687	110.453	33,3	32,3	0,72	0,82	-11,0	-4,9
Cadena estatal (empreses amb seu a Madrid)	184.559	198.955	24,4	24,1	1,01	1,04	19,4	19,7
Cadena estatal (empreses amb seu a Catalunya)	106.090	117.496	35,4	34,0	0,70	0,74	6,2	11,3
Cobertura local comarcal-supracomarcal	43.241	45.691	48,9	59,4	0,93	0,79	13,8	-0,6

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

Taula 32. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio de gestió privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Període 2006-2007 (en euros)

	Grup (al qual pertany o està vinculada)	Any	Ingressos d'exploració	Resultat abans d'impostos	Actiu	Fons propis	Ocupats	Despeses de personal
Cobertura nacional								
Ens De Comunicacions, SL	Cadena Estel	2007	64.413	7.712	73.703	66.066	n. d.	15.920
Flaix FM, SA	Flaix	2006	657.520	-121.932	386.989	9.358	11	171.056
Grup Flaix	Flaix	2007	2.459.782	437.211	12.985.002	3.330.990	27	1.080.103
Ràdio Flaixbac, SA	Flaix	2006	495.938	-261.269	466.412	42.931	11	325.838
Ràdio Tele Taxi FM Radiodifusión, SA	Tele Taxi	2007	3.804.150	-144.139	3.400.306	1.858.123	21	1.049.144
Radiocat XXI, SLU	Godó	2007	8.924.455	-878.320	3.448.881	-307.672	90	2.969.431
RM Radio, SA	Tele Taxi	2007	2.545.605	38.720	2.274.461	1.849.826	11	517.787
Cadena estatal (empreses amb seu a Madrid)								
Antena 3 de Radio, SA	Prisa	2006	30.619.000	20.386.000	46.644.000	25.799.000	106	3.625.000
Avante Radio, SA	Prisa	2007	22.000	38.000	1.113.000	951.000	0	0
Radio Popular, SA, Cadena de Ondas Populares Españolas	Cope	2007	106.798.058	5.234.649	93.802.580	63.538.757	857	39.944.210
Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SAU	Prisa	2007	11.720	9.967	155.603	152.588	0	0
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Prisa	2007	249.624.000	51.718.000	205.017.000	58.691.000	891	51.309.000
Uniprex, SAU	Planeta	2007	102.275.000	18.521.000	121.701.000	62.793.000	612	23.483.000
Zeta Rock And Gol, SL	Zeta	2007	1.274.441	597.000	3.085.612	2.846.003	0	0
Cadena estatal (empreses amb seu a Catalunya)								
Club de Ràdio Terrassa, SA	Radio Blanca	2007	776.071	-33.771	1.993.403	1.722.875	8	505.330
Editorial Catalana de Televisión y Radio, SAU	Cope	2007	54.091	48.658	454.715	357.239	0	0
Onda Rambla Radio, SL	Vocento	2007	91.956	30.742	1.719.922	1.665.863	0	0
Onda Ramblas, SA	Vocento	2007	6.068.841	-31.083	6.698.420	4.984.105	51	1.883.466
Ondas, SAU	Prisa	2007	27.000	82.000	348.000	211.000	0	0
Ràdio 13 de Catalunya, SAU	Cope	2007	1.811.791	200.674	3.754.524	2.699.939	22	849.724
Radio Club 25, SA	Radio Blanca	2007	1.938.263	-204.069	1.829.119	675.078	22	714.778
Radio España de Barcelona, SA	Prisa	2007	3.754.000	1.011.000	2.927.000	1.804.000	25	1.320.000
Radio Salud, SA	Unidad Editorial	2006	1.601.929	224.883	1.015.516	745.007	17	525.168
RKOR Ràdio, SLU	Planeta	2007	913.000	638.000	2.307.000	1.666.000	0	0
Cobertura local comarcal-supracomarcal								
Aranesa de Radio i Televisió, SA	Independent	2007	44.200	-159	84.449	84.449	0	0
Ràdio Ciutat de Manresa, SL	Ràdio i Televisió de Manresa	2007	129.089	14.809	539.399	258.322	n. d.	267
Ràdio Marina, SA	Independent	2007	567.683	35.682	536.304	480.252	9	269.873
Ràdio Terra Ferma de Lleida, SA	Segre	2007	484.712	-57.372	390.742	252.875	15	457.736

Font: Elaboració pròpia a partir d'Informa D&B, SA, SABI-Sistema de Anàlisis de Balances Ibèrics.

3. La producció audiovisual a Catalunya

3.1. La indústria audiovisual

D'acord amb les dades del Directorio Central de Empresas (DIRCE) de l'Instituto Nacional de Estadística (INE),⁶⁵ el 2008 a Catalunya hi ha 1.862 empreses l'activitat principal de les quals està directament relacionada amb el sector audiovisual i representen el 18,9% del total d'empreses de l'Estat espanyol (9.851). Totes elles corresponen als grups 921 (activitats cinematogràfiques i de vídeo) i 922 (activitats de ràdio i televisió) de la CNAE93 (Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques). El codi 921 inclou, entre d'altres, les empreses que produeixen continguts audiovisuals. Igualment, però, cal tenir en compte que hi ha la possibilitat que algunes de les empreses que formen part del grup d'activitats de ràdio i televisió (codi 922) també realitzin tasques de producció o altres que s'inclouen al codi 921. Aquest seria el cas d'aquells prestadors de serveis de comunicació audiovisual que, com per exemple Televisió de Catalunya, a més de l'activitat principal en la prestació de serveis de comunicació televisiva també participen, en major o menor mesura, en la producció d'obres audiovisuals.

Per grups d'activitat, el 2008 es manté exactament la mateixa proporció que l'any anterior: del conjunt d'empreses audiovisuals (1.862), un 83,7% (1.559) estan classificades sota el grup activitats cinematogràfiques i de vídeo, i el 16,3% restant (303) estan incloses en l'epígraf activitats de ràdio i televisió. Les societats que formen part del grup majoritari (incloses sota

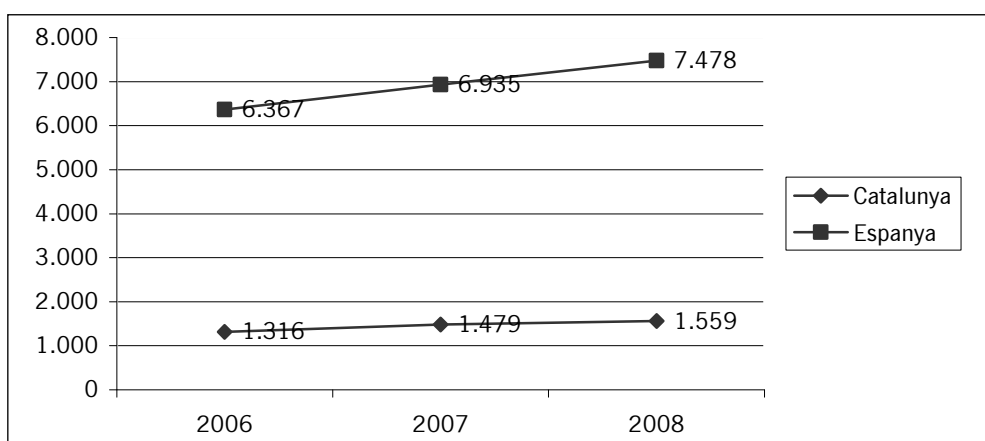
l'epígraf 921) representen el 20,8% del total d'empreses que realitzen la mateixa activitat a l'Estat espanyol (7.478).

Tal com indica el mateix DIRCE, el 2008 ha continuat la tendència dels darrers anys a augmentar el nombre d'empreses audiovisuals tant a Catalunya com a l'Estat espanyol. Respecte del 2007, a Catalunya hi ha 95 empreses més. Si ens centrem en les 1.559 empreses que realitzen activitats cinematogràfiques i de vídeo, de 2006 a 2008 n'hi ha 243 més (80 de les quals, de 2007 a 2008). A escala estatal, el 2008 hi ha 7.478 empreses d'aquest tipus. L'augment ha estat de 543 respecte de l'any 2007, cosa que ha situat el diferencial en relació amb 2006 en 1.111 empreses (vegeu el gràfic 15).

D'altra banda, l'augment del nombre d'empreses audiovisuals també s'ha reflectit al Registre d'empreses audiovisuals de Catalunya (REAC), que al final de 2008 comptava amb 1.154 empreses registrades, 183 més que l'any 2007.⁶⁶ El REAC, el registre oficial del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya adscrit a l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC), inclou les empreses domiciliades a Catalunya que dediquen la seva activitat al negoci audiovisual en el sentit més ampli de la paraula: des de productors, exhibidores, distribuïdors, fins a empreses de doblatge d'obres audiovisuals, empreses d'exportació i de serveis tècnics auxiliars.⁶⁷

A diferència del que indiquen les dades del DIRCE i del REAC, el nombre d'empreses integrades a les tres principals associacions d'empreses productores audiovisuals de Catalunya

Gràfic 15. Nombre d'empreses del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo. Catalunya i Espanya. Període 2006-2008



Font: INE (a través de DIRCE).

⁶⁵ Font: INE [En línia] (2009): Directorio central de empresas (DIRCE). Madrid: INE, 2009.

<<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?divi=DIR&his=0&type=db&L=0>> [Consulta: maig de 2009]

⁶⁶ INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS. *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2008* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, juliol de 2009 [p. 19].

<<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/MEMORIA%20ICIC%202008.pdf>>

[Consulta: juliol de 2009]

⁶⁷ Decret 267/1999, de 28 de setembre, sobre règim administratiu de la cinematografia i l'audiovisual (DOGC, 14.10.1999)

<<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/070221DOGC2994.pdf>>

—Barcelona Audiovisual (BA), Productors Audiovisuals de Catalunya (PAC) i Associació de Productors Independents de Catalunya (APIC)— ha disminuït, si bé cal tenir en compte que no apleguen la totalitat de les productores amb seu social a Catalunya. Segons les xifres facilitades per les mateixes organitzacions, el 2008, entre totes tres han comptat amb 153 empreses productores associades, 2 i 13 menys que el 2007 i el 2006, respectivament. Cal destacar que, el mes de setembre de 2008, les tres associacions s'han unit per fundar PROA, una nova federació que representa els interessos de les productores audiovisuals d'àmbit català, que s'han desvinculat així de la Federació d'Associacions de Productors Audiovisuals d'Espanya (FAPAE).⁶⁸ L'objectiu de PROA és participar d'una manera més directa en totes les decisions estatals i europees que afectin el sector audiovisual.

Per mitjà de les dades de l'enquesta anual de serveis que elabora l'INE amb la col·laboració de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) sobre el territori català, es pot obtenir informació sobre la dimensió i la dinàmica econòmica del sector audiovisual⁶⁹ i, més concretament, del sector de la producció a Catalunya, fent-la comparable amb la de l'Estat espanyol.⁷⁰ En aquesta línia, es presenten, a continuació, les principals magnituds econòmiques corresponents als anys 2005 i 2006 del conjunt d'empreses que s'inclouen al codi 921 activitats cinematogràfiques i de vídeo de la CNAE, distingint en la mesura que es pot, les tres classes que integren aquest grup: la producció, la distribució i l'exhibició. Les variables analitzades són el volum de negoci, el valor afegit al cost dels factors i el personal ocupat.⁷¹

Si analitzem el sector audiovisual català des de la variable del volum de negoci, el dels serveis audiovisuals en conjunt l'any 2006 va ser d'1.623.874 milers d'euros (quasi 130.000 milers d'euros més que el 2005), xifra que representa un 13,9% del volum de negoci total del sector audiovisual de l'Estat espanyol (11.677.424 milers d'euros). Les dades del volum de negoci per codis constaten la importància relativa del sector del cinema i del vídeo davant del de la ràdio i la televisió a Catalunya, a diferència del que passa a l'Estat espanyol. El mateix 2006, les empreses incloses al codi d'activitats cinematogràfiques i de vídeo van aportar un 72,9% del total del volum de negoci del sector, davant d'un 36,6% a l'Estat espanyol.

En desglossar per classes el grup d'activitats cinematogràfiques i de vídeo (codi 921), el 2006, les empreses incloses sota la producció van assolir el volum de negoci més elevat (666.602 milers d'euros), superant la xifra aconseguida l'any

anterior, amb 218.074 milers d'euros més (vegeu el gràfic 16).

El volum de negoci del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo va generar a Catalunya, el 2006, un valor afegit brut (al cost dels factors) de 446.773 milers d'euros, i a l'Estat espanyol, 1.452.305 milers d'euros. Per classes, el 2006, el valor afegit brut al cost dels factors va augmentar en un 49% en la producció, i un 11% en l'exhibició respecte del 2005, mentre que en la distribució va baixar (-25%) (vegeu el gràfic 17).

Quant al nombre d'ocupats a Catalunya a les empreses classificades al codi activitats cinematogràfiques i de vídeo, en termes generals se n'observa una estabilitat relativa durant el període 2004-2006. Per classes, en la producció i l'exhibició, les persones ocupades l'any 2006 eren 4.072 i 2.178, respectivament, amb un decreixement de 58 i 55 treballadors respecte del 2005; i 2.178 en la distribució, amb 101 ocupats més que el 2005. El que baixa en les classes de producció i exhibició pràcticament es compensa —es queda 12 punts per sota— en la distribució, que creix per tercer any consecutiu.

Pel que fa a la distribució de l'ocupació en la producció audiovisual en el context espanyol, Catalunya, segons dades de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE),⁷² el 2007 i igual que l'any anterior, era la segona comunitat autònoma en termes d'ocupats: 3.064 treballadors (el 23% del total), per darrere de Madrid, que n'acollia la meitat (6.661). Les altres comunitats autònomes que més treballadors tenien en el sector de la producció són Galícia i Andalusia (un 7%), el País Valencià (6%) i el País Basc (4%). Les altres comunitats autònomes es repartien el 3% restant.

3.2. El mercat cinematogràfic a Catalunya

3.2.1. La producció cinematogràfica

El nombre de llargmetratges produïts o coproduïts a Catalunya el 2008 ha estat de 74 (20 produccions i 54 coproduccions), d'acord amb les dades del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. Trencant la tendència dels anys anteriors, enguany el nombre de coproduccions supera el de les produccions (vegeu el gràfic 19).

El documental i el drama són els gèneres predominants de les produccions catalanes i de les coproduccions realitzades al llarg del 2008, 22 en cadascuna de les tipologies. El tercer gènere és la comèdia (amb 8 llargmetratges), seguit del *thriller* (7 produccions) i aventures-acció, ficció i tragicomèdia (amb 3 llargmetratges cadascun). El terror i l'animació (amb 2) i l'infantil i l'eròtic (1 producció en cada cas) ocupen les darreres posicions.

68 Font: Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya (2008).

<http://www.cpac.cat/index.php?option=com_content&task=view&id=132&Itemid=13> [Consulta: juny de 2009]

69 INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Estadística de l'Audiovisual a Catalunya 2008*. Barcelona: Idescat, 2009.

<<http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/catalog/pdfdocs/eac2008.pdf>>

70 Vegeu l'apartat 2.3.1 d'aquest mateix capítol.

71 Vegeu la taula 10 d'aquest mateix capítol.

72 FAPAE. *Memoria 2008*. [En línia]. Madrid: FAPAE, 2009. [p. 24]

<<http://www.fapae.es/archivos/AF%2003%20Memoria%20Fapae%202008%20indexada.pdf>> [Consulta: octubre de 2009]

Taula 33. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual per grups a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2005-2006

Catalunya	Activitats cinematogràfiques i de vídeo		Activitats de ràdio i televisió		Total serveis audiovisuals	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Volum de negoci (milers d'euros)	1.071.607	1.183.662	422.900	440.212	1.494.507	1.623.874
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	416.136	446.773	144.665	151.494	560.801	598.267
Personal ocupat	7.312	7.300	8.063	6.608	15.375	13.908

Estat espanyol	Activitats cinematogràfiques i de vídeo		Activitats de ràdio i televisió		Total serveis audiovisuals	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Volum de negoci (milers d'euros)	4.031.977	4.268.712	7.036.960	7.408.712	11.068.937	11.677.424
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	1.309.887	1.452.305	2.660.336	2.664.782	3.970.223	4.117.087
Personal ocupat	30.645	32.224	42.464	44.943	73.109	77.167

Font: Idescat.

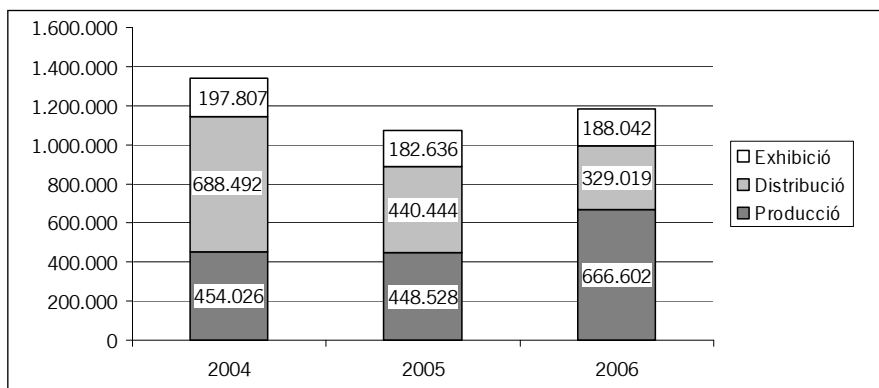
Taula 34. Principals magnituds econòmiques del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo per classes a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2005-2006

	Producció cinematogràfica i de vídeo		Distribució de pel·lícules		Exhibició de pel·lícules	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Volum de negoci (milers d'euros)	448.528	666.602	440.444	329.019	182.636	188.042
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	155.057	231.265	204.767	152.726	56.312	62.782
Personal ocupat	4.130	4.072	949	1.050	2.233	2.178

Estat espanyol	Producció cinematogràfica i de vídeo		Distribució de pel·lícules		Exhibició de pel·lícules	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Volum de negoci (milers d'euros)	1.578.908	1.866.998	1.663.897	1.535.434	789.172	866.280
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	691.337	833.338	388.184	366.694	230.367	252.273
Personal ocupat	17.786	15.771	3.154	2.537	9.705	9.892

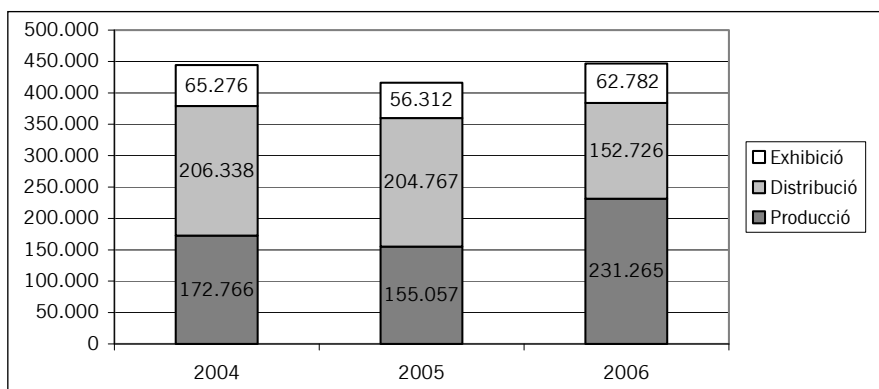
Font: Idescat.

Gràfic 16. Volum de negoci del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo per classes a Catalunya. Període 2004-2006 (en milers d'euros)



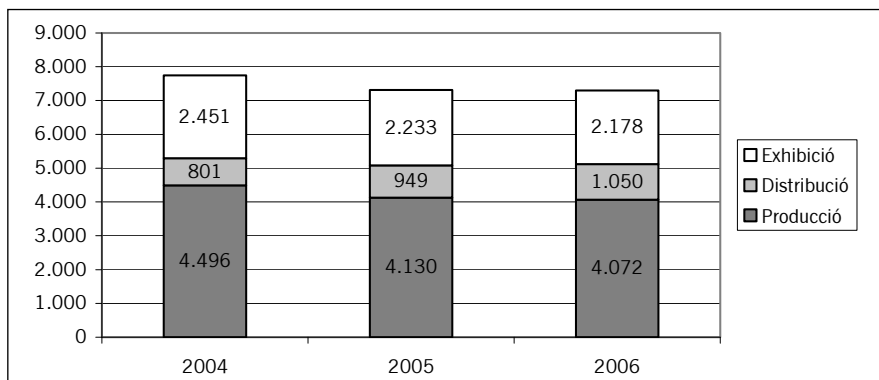
Font: Idescat.

Gràfic 17. Valor afegit brut al cost dels factors del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo a Catalunya. Període 2004-2006 (en milers d'euros)

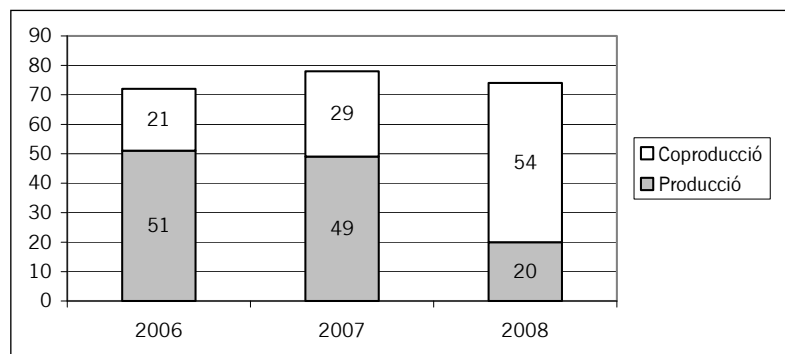


Font: Idescat.

Gràfic 18. Evolució de l'ocupació del grup activitats cinematogràfiques i de vídeo per classes a Catalunya. Període 2004-2006



Font: Idescat.

Gràfic 19. Llargmetratges produïts i coproduïts per productores catalanes. Període 2006-2008


Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

3.2.2. Exhibició cinematogràfica

Les sales de cinema de Catalunya l'any 2008 han rebut un total de 22.540.912 persones espectadores,⁷³ un 5,8% menys que el 2007 (1.386.553 menys), continuant la tendència a la baixa iniciada l'any 2004. Aquesta disminució s'observa també al territori espanyol: hi ha 9.120.000 persones espectadores en sala menys, cosa que representa una davallada del 7,8%.⁷⁴

D'acord amb les dades del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat,⁷⁵ l'any 2008, Catalunya ocupa el segon lloc del rànquing de freqüència al cinema en sales comercials per habitant, per davant d'altres països europeus com França (3,03) i el Regne Unit (2,74). Els catalans, durant el 2008, han anat una mitjana de 3,23 vegades a l'any al cinema. El territori europeu capdavanter és Irlanda, amb una mitjana de 4,44 persona/any. A l'Estat espanyol, exceptuant el territori català, la mitjana és de 2,33, just darrere del Regne Unit i davant de Dinamarca (2,30), Itàlia (1,87) i Alemanya (1,57).

Pel que fa a l'oferta cinematogràfica a Catalunya, el 2008, els cinemes han exhibit un total de 917 títols (901 llargmetratges i 16 curtmetratges), 496 dels quals han estat estrenes (54% dels títols). El nombre de títols exhibits ha disminuït en

un 11,3% (117 títols) respecte de l'any anterior. Aquesta reducció també s'ha donat a les sales de cinema de l'Estat espanyol: l'any 2008 han exhibit 1.652 títols, 124 menys que el 2007.

El nombre de títols de producció catalana exhibits a les sales de cinema del territori català ha estat de 132 (131 llargmetratges i 1 curtmetratge), 61 dels quals han estat estrenes de l'any 2008.

D'acord amb les dades de l'ICIC, el cinema produït als Estats Units és, com en anys anteriors, el més vist, amb 15.885.162 persones espectadores (el 70,5%). Així queda palès a la llista de les deu pel·lícules més vistes a Catalunya l'any 2008 (vegeu la taula 35), en què set són de nacionalitat nord-americana. Els llargmetratges produïts a la Unió Europea ocupen el segon lloc de preferència de les persones espectadores de cinema: l'any 2008, el cinema europeu (excloent-hi Catalunya i l'Estat Espanyol) ha estat vist per 3.074.076 persones espectadores (13,6% del total); les pel·lícules de producció catalana,⁷⁶ per un 8,2%; en valors absoluts, per 1.842.210 persones espectadores (231.479 menys que el 2007). Finalment, el cinema produït per productores de la resta d'Espanya i de la resta del món ha estat vist pel 5,4% (1.213.347) i el 2,3% (526.117) de persones espectadores, respectivament.

73 INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS. *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2008* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, juliol de 2008 [p. 20].

<<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/MEMORIA%20ICIC%202008.pdf>>

[Consulta: juliol de 2009]

74 MINISTERIO DE CULTURA. *El cine y el vídeo en datos y cifras*. [En línia]. Madrid: Gobierno de España, 2009.

<<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Evolucion.html>> [Consulta: juny de 2009]

75 DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ. *Resultats de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya. Any 2008*. [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

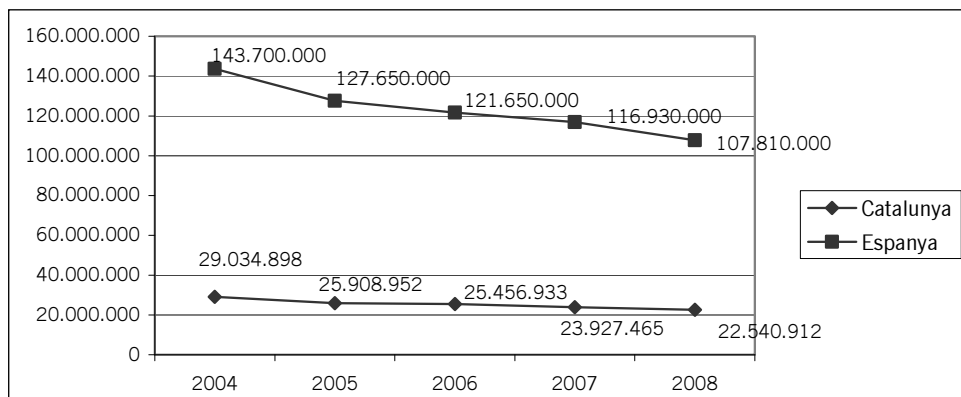
<<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/Dades%20exhibici%C3%B3%202008.pdf>>

[Consulta: juny de 2009]

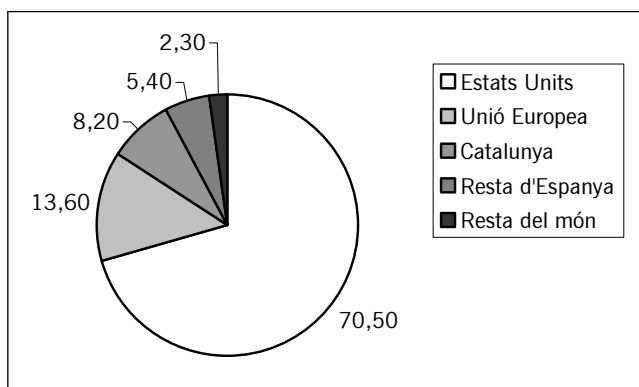
76 Producció catalana: Pel·lícules produïdes o coproduïdes per empreses inscrites al Registre d'Empreses Audiovisuals de Catalunya. Font: INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS. *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2008* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, juliol de 2008 [p. 19].

<<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/MEMORIA%20ICIC%202008.pdf>>

[Consulta: juliol de 2009]

Gràfic 20. Nombre de persones espectadores de cinema a Catalunya i Espanya. Període 2004-2008


Font: ICIC – Departament de Cultura i Mitjans Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 21. Persones espectadores de cinema exhibit a Catalunya segons la nacionalitat de la producció. Any 2008


Font: ICIC – Departament de Cultura i Mitjans Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya.

Dels deu llargmetratges amb més recaptació i més vistos pel catalans, n'hi ha set que són produccions nord-americanes, dues de britàniques i una de catalana. El film d'aventures *Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal*, dirigida per Steven Spielberg, és el que ha aconseguit la major recaptació, i ha superat els 5 milions d'euros. Aquesta pel·lícula ha estat exhibida també en llengua catalana.

Vicky Cristina Barcelona, de la productora Mediapro, encapçala el rànquing de les deu pel·lícules de producció catalana més vistes el 2008, amb 387.604 persones espectadores i una recaptació de 2.468.604 euros. Aquesta producció, juntament amb les pel·lícules que ocupen el segon, el tercer i el quart llocs (*Mortadelo y Filemón misión: salvar la tierra*; *Fuera de carta* i *Transiberian*), apleguen el 44,6% del total de les persones espectadores del cinema autòcton (1.842.210) i l'any 2008 han recaptat un total de 2.697.650 euros a taquilla (vegeu la taula 36).

3.2.3. El cinema en català

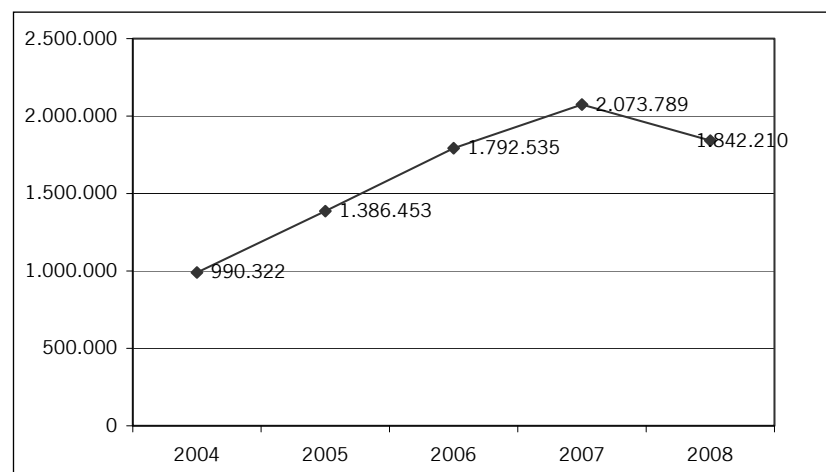
Segons dades del Departament de Cultura i Mitjans Audiovisuals, l'assistència a sales de cinema en català a Catalunya durant l'any 2008 ha estat de 775.449 persones espectadores, xifra que representa un descens d'un 2,3% respecte de l'any 2007 (793.266 persones espectadores). S'ha exhibit el mateix nombre de títols que l'any anterior: 146, 25 dels quals s'han projectat en versió original catalana, 98 en versió doblada i 23 en versió subtitulada. Els títols més vistos en català han estat *Vicky Cristina Barcelona* (146.015 espectadors, prop del 40% de les persones espectadores de la pel·lícula a Catalunya); *Indiana Jones i el regne de la calavera de cristall* (42.546 persones espectadores) i la pel·lícula animada de ciència ficció *Wall-E, batalló de neteja*, de la productora Pixar (39.074 persones espectadores), totes dues dels Estats Units (vegeu la taula 37).

Taula 35. Llargmetratges més vistos a Catalunya. Any 2008

	Títol	Nacionalitat	Persones espectadores	Recaptació
1	<i>Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal</i>	Estats Units	811.726	5.104.517,86
2	<i>Mamma mia!</i>	Estats Units	627.764	3.794.520,87
3	<i>Hancock</i>	Estats Units	543.483	3.359.516,78
4	<i>Kung Fu Panda</i>	Estats Units	487.586	2.923.290,53
5	<i>Madagascar 2</i>	Estats Units	415.078	2.650.314,73
6	<i>Momia, la tumba del emperador Dragón</i>	Estats Units	409.338	2.495.294,23
7	<i>Vicky Cristina Barcelona</i>	Catalunya	387.604	2.468.604,43
8	<i>Wall-E, batallón de limpieza</i>	Estats Units	410.022	2.447.988,27
9	<i>El caballero oscuro</i>	Regne Unit	396.605	2.421.897,23
10	<i>007: Quantum of Solace</i>	Regne Unit	351.862	2.272.436,55

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 22. Nombre de persones espectadores en pel·lícules de cinema de producció catalana a Catalunya. Període 2004-2008



Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Taula 36. Llargmetratges de producció catalana més vistos a Catalunya. Any 2008

	Títol	Persones espectadores	Recaptació
1	<i>Vicky Cristina Barcelona</i>	387.604	2.468.604,43
2	<i>Mortadelo y Filemón misión: salvar la tierra</i>	214.199	1.323.712,58
3	<i>Fuera de carta</i>	119.378	742.248,72
4	<i>Transiberian</i>	100.397	631.688,71
5	<i>Cobardes</i>	77.177	470.700,69
6	<i>Diario de una ninfómana</i>	72.572	451.741,65
7	<i>Carlitos y el campo de los sueños</i>	45.510	268.888,75
8	<i>Camino</i>	36.824	230.335,02
9	<i>Carl Gustav Jung</i>	35.778	223.538,00
10	<i>Inhumano</i>	34.927	214.926,70

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Taula 37. Llargmetratges més vistos en llengua catalana. Any 2008

	Títol	Nacionalitat	Persones espectadores	Recaptació
1	<i>Vicky Cristina Barcelona</i>	Catalunya	146.015	881.667,57
2	<i>Indiana Jones i el regne de la calavera de cristall</i>	Estats Units	42.546	256.913,50
3	<i>Wall-E, batalló de neteja</i>	Estats Units	39.074	217.309,18
4	<i>Kung Fu Panda</i>	Estats Units	35.889	199.628,75
5	<i>Madagascar 2</i>	Estats Units	28.764	178.453,85
6	<i>Myway</i>	Catalunya	24.492	123.397,44
7	<i>L'ànec lleig i jo</i>	Dinamarca	21.946	117.209,21
8	<i>Barcelona Kapital</i>	Catalunya	21.414	134.536,40
9	<i>Elegy</i>	Estats Units	21.278	124.720,40
10	<i>Die Stille vor Bach</i>	Catalunya	20.912	129.720,25

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

3.3. La indústria de l'animació audiovisual a Catalunya

3.3.1. El sector de l'animació audiovisual

El 2008, continua el cicle ascendent iniciat els darrers anys en la producció d'animació audiovisual a Catalunya. La vitalitat i la remuntada econòmica en el pas de 2006 a 2007, amb un increment del 45% de la facturació, són dos indicis positius de l'evolució del sector, més enllà de les oscil·lacions persistents de les xifres econòmiques de les empreses, d'altra banda, característiques habituals.

Aquest increment del 45% en el volum de facturació no s'explica per l'augment del nombre de produccions o del total de minuts produïts —ans al contrari, aquests indicadors baixen—, sinó que es deu, principalment, a l'augment del marge de benefici i a l'aplicació de noves estratègies de concepció de producte, com ara reduir la durada dels episodis de les sèries i incrementar-ne el nombre de capítols. Això provoca que hi hagi una oferta més gran de títols al mercat i, consegüentment, planteja més possibilitats de rotació i de venda. Hi ha més demanda d'hores de contingut televisiu arran de l'eclosió de nous canals que demanden producció, ja sigui nova o, si més no, produccions de magatzem de productores i distribuïdores.

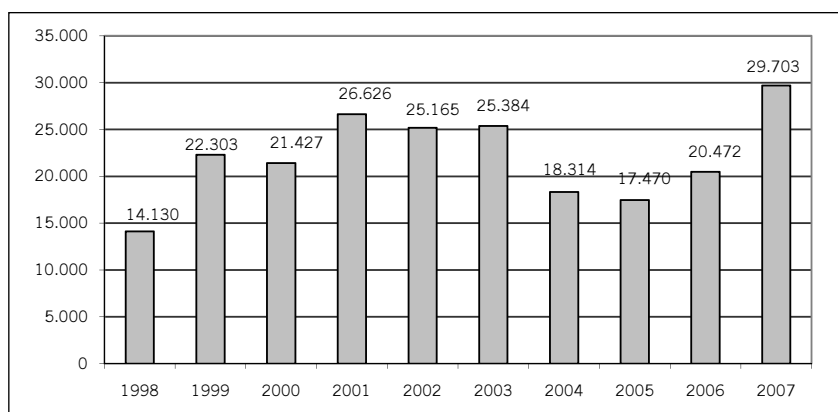
Fixant-nos en l'activitat atenent als professionals del sector, s'observa que el nombre de treballadors dedicats a la producció d'animació també augmenta, igual com ho fa la circulació dels professionals entre diversos projectes.

En termes d'empreses, el 2007 s'ha modificat el rànquing i s'ha detectat una atomització creixent.

Entre els fets i els agents que intervenen en la solidesa del sector de l'animació i l'enforteixen, cal destacar l'ajustament de les polítiques econòmiques, tant globals com territorials de proximitat; l'adaptació a noves propostes de contribució per part de les institucions que donen suport al desenvolupament audiovisual; les línies editorials de les cadenes de televisió coproductores i difusores; les tendències programàtiques i la modificació d'hàbits d'ús i de consum.

Volum de facturació

El 2007, el volum de facturació de les empreses productores d'animació amb seu social a Catalunya va ser de 29.703.000 euros. Amb 9.231.000 euros més que l'exercici anterior, aquesta xifra equival a un increment del 45%. El 2006 ja s'havia trencat una dinàmica decreixent que havia marcat el bien-

Gràfic 23. Facturació del sector d'animació a Catalunya. Període 1998-2007 (en milers d'euros)

Font: Elaboració pròpia.

ni 2004-2005, i s'havia iniciat una recuperació que va continuar al llarg de l'exercici 2007, any en què es va assolir l'índex de facturació més alt del sector en la darrera dècada.

El 2007, s'han detectat 20 estudis de producció d'animació a Catalunya, el mateix nombre que els anys anteriors. Respecte del pes relatiu de cadascuna d'aquestes empreses en el global, en línia amb la tendència dels darrers anys, es manté l'estructura d'ordre piramidal que ha estat determinant del sector. Val a dir, però, que cada cop hi ha un nombre major d'empreses que comparteixen la cúpula de lideratge. Les raons que ho expliquen són la reducció de pressupostos de les històriques majors, l'augment de xifres de les mitjanes i de les petites empreses, així com l'entrada d'algunes empreses noves al sector.

El 2007, set empreses s'han repartit el 79,7% del total del volum de facturació del sector. Així, mentre que al bienni 2004-2005, un 83% de la producció estava copat per només quatre productores, el 2006, accedien a l'estrat de lideratge tres empreses més, de manera que entre set productores tenien conjuntament una quota de mercat del 82,1%. Tot i que el nombre és el mateix el 2006 i el 2007, les empreses que ocupen les primeres posicions del rànquing han variat.

Tretze empreses mitjanes i petites es van repartir el 20,2% restant del volum de facturació de 2007, una participació relativa similar a la d'anys anteriors: el 2006 era del 19,4% entre 12 empreses, i el període 2004-2005, el 20% entre 13 empreses.

Volum de negoci

L'any 2007, els beneficis empresarials abans d'impostos van arribar al marge del 5,2%, i van duplicar la xifra de 2006, la més baixa que ha conegut el sector. Per tant, el 2007 s'observa una lleugera revifalla a tenir en compte a l'hora d'encarar la viabilitat de la producció d'animació a Catalunya.

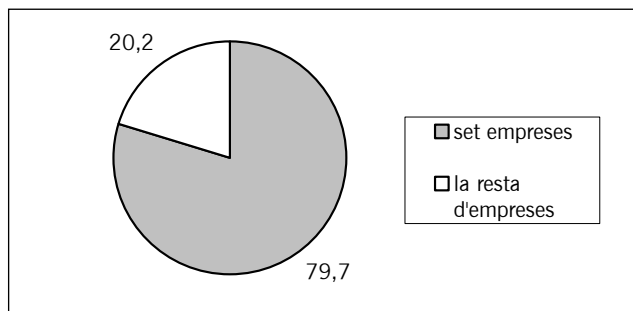
L'import global de benefici de 2007 és d'1.553.000 euros, quantitat que representa un augment en beneficis empresarials del 197,6% respecte de 2006 (522.000 euros).

Des del punt de vista industrial, el marge d'un 5,2% sobre el volum de facturació obliga el sector de l'animació a redefinir estratègies. Els marges reduïts fan insostenibles els períodes en què s'aposta per la creació de pilots, provoquen que els temps de preproducció s'hagin d'escurçar forçosament i disminueix, o deixa a zero, el pressupost dedicat a l'imprescindible R+D+I a gairebé tots els estudis de producció d'animació, fet que repercutirà de manera directa en la viabilitat de la producció dels continguts, ja que es tracta d'un sector vinculat cada cop més a les més noves tecnologies i requereix la R+D+I a fi de garantir el desenvolupament i la millora del maquinari, les aplicacions usades, els plantejaments de producció, etc.

Nombre de treballadors

L'any 2007, respecte del 2006, va augmentar considerablement el nombre de treballadors, que va passar de 194 a 256. Malgrat aquesta tendència a l'alça, cal apuntar que les empreses de producció solen ajustar el volum del personal en funció

Gràfic 24. Participació de les empreses sobre el total del sector d'animació. Any 2007 (en percentatge)



Font: ICIC – Departament de Cultura i Mitjans Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya.

de les produccions que realitzen, quantitat marcada per la inestabilitat.

La tendència general de les empreses de producció d'animació audiovisual apunta a la contractació de *freelance*, treballadors per serveis concrets, i a la contractació de serveis d'altres empreses del sector. L'any 2007, el desplaçament de producció al continent asiàtic i als països de l'est d'Europa fou notable.

Infraestructura de producció

A Catalunya, el 2008, gairebé tots els estudis de producció d'animació (el 95%) tenen infraestructura de producció pròpia, característica vinculada a la tendència de les productores catalanes de no externalitzar el gruix dels processos de producció.

Això no obstant, el mateix any, el 70% d'aquestes empreses (75% el 2007) han externalitzat algun servei concret de producció i/o de postproducció a d'altres empreses.

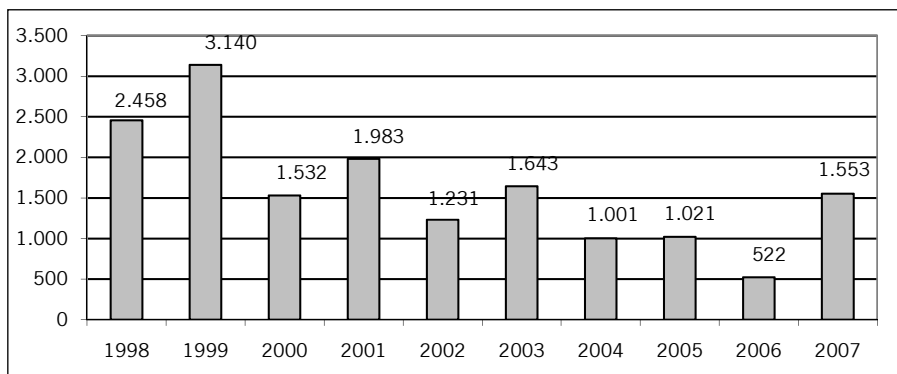
El sector tendeix a buscar el control més proper possible dels processos, des de la preproducció fins a la postproducció, cosa que fa que necessiti estructures pròpies de producció. En aquest sentit, el 95% de les productores d'animació catalanes disposa d'instal·lacions pròpies de producció i postproducció bàsiques, i només s'està de tenir certs tipus de maquinari i de programari molt específic o especialitzat —com ara sistemes de captura de moviment o similars— que comporten despeses molt altes i equips dedicats.

El 40% de les productores d'animació catalanes ha deslocalitzat territorialment els serveis de producció i/o postproducció a d'altres països l'any 2008, un 5% menys que l'any 2007. Els països europeus on es deslocalitza part del procés productiu són Itàlia, França, Gran Bretanya (Illa de Man), Hongria i Estònia i, fora del continent europeu, el 2008, han estat Corea, l'Índia, la Xina, els Estats Units i l'Argentina.

3.3.2. La producció d'animació a Catalunya

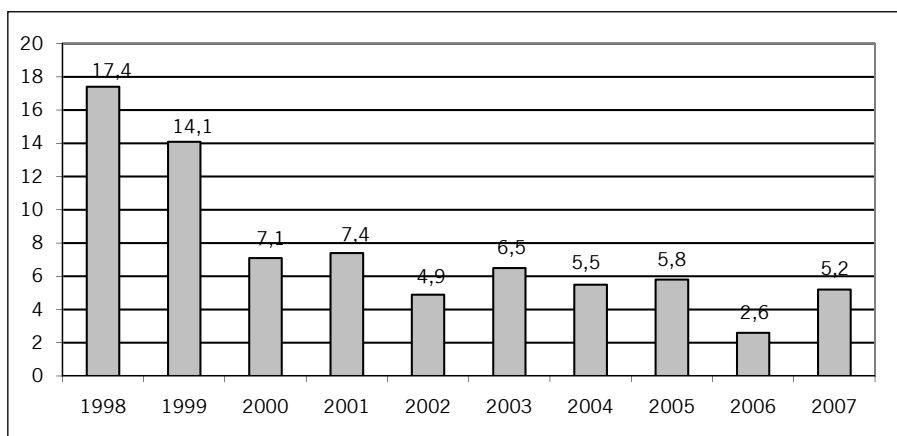
L'any 2008, a Catalunya, s'han finalitzat un total de 17 produccions d'animació que corresponen a 15 sèries d'animació, 1 llargmetratge, 1 *animovie*. A banda, cal apuntar la producció de 9 programes pilot.

Gràfic 25. Evolució dels beneficis empresarials del sector d'animació. Període 1998-2007 (en milers d'euros)



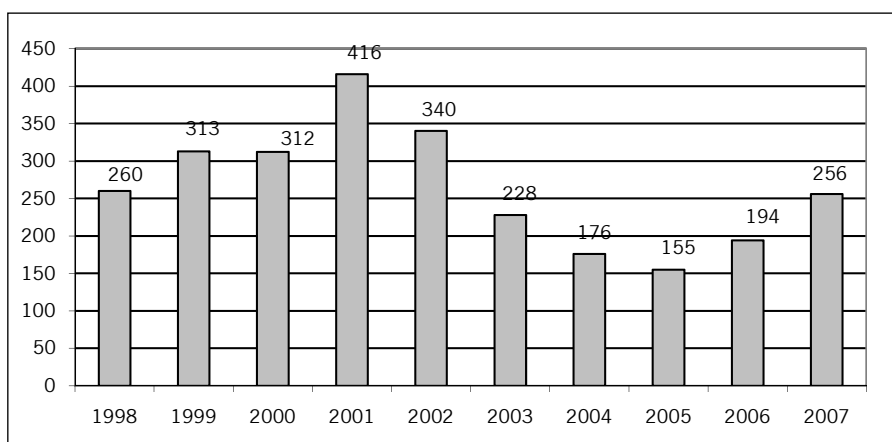
Font: Elaboració pròpia.

Gràfic 26. Beneficis empresarials amb relació al volum de facturació. Període 1998-2007 (en percentatge)

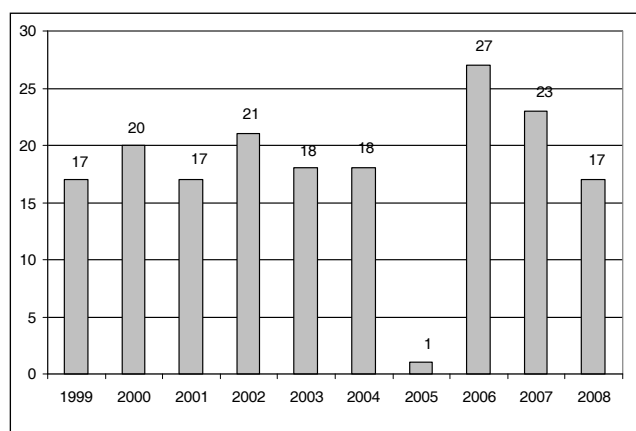


Font: Elaboració pròpia.

Gràfic 27. Mitjana per any del nombre de treballadors del sector de l'animació a Catalunya. Període 1998-2007



Font: Elaboració pròpia segons dades del Registre Mercantil.

Gràfic 28. Nombre de produccions^A d'animació a Catalunya. Període 1998-2008

A En la xifra global de producció no es comptabilitzen els programes pilot.

Font: Elaboració pròpia.

Quant a característiques formals de producció, el 3D és la tècnica dominant, i l'alta definició (HDTV 1080) en format panoràmic 16:9, el sistema més usat. La difusió per televisió continua sent la via d'exhibició prioritària, i això incideix en les produccions, que es comprimeixen. Però les produccions també es comprimeixen per ser emeses via web per mitjà de les mateixes televisions que en tenen els drets d'antena. L'augment de la qualitat dels màsters (en alta definició) ha conduït també a una millor qualitat de les peces que s'emeten via web.

Les sèries

El total de sèries d'animació produïdes a Catalunya el 2008 és de 15, dues menys que l'any anterior. D'entre aquestes produccions acabades, n'hi ha algunes que són nous episodis de sèries produïdes i comercialitzades altres temporades. Pel que fa als pilots produïts durant l'any 2008, se'n comptabilitzen 9, quatre més que l'any 2007.

El 2008, la durada total de la producció de sèries d'animació a Catalunya ha estat de 2.721 minuts, 317 menys que l'any 2007 (3.038 minuts). La reducció del nombre de minuts és una tendència que s'ha manifestat en els darrers anys i que es deu, bàsicament, al format. Cada vegada les sèries contenen episodis de durada més curta i, tot i que augmentin el nombre de capítols respecte de les que consten d'episodis llargs, no s'arriba als mateixos totals de minutatge. Així, el 2006 es van produir 6.671 minuts; el 2007, amb el mateix nombre de sèries, 3.038, i el 2008, amb dues sèries menys, han estat 2.721 minuts.

L'any 2008, es multiplica el nombre de produccions d'animació amb episodis d'una durada inferior als cinc minuts i desapareixen les mitges hores televisives, els 26 minuts. Durant l'any no s'ha produït cap sèrie d'aquest temps. Una de les raons que abonen els formats de curta durada són els pressupostos i la formulació de noves estratègies mercantils per part de bona part de les empreses d'animació durant el 2008. Menys durada implica una producció més ràpida, menys costosa i una viabilitat més imminent. Aquesta tendència reconfigura les graelles de televisió en les franges infantils i marca un ritme i una cadència programàtica que habitua els més menuts, sobretot, al consum de les peces curtes.

En xifres, i tenint en compte el nombre d'episodis i la durada, el 2008, un 73% del temps produït correspon a peces de

Taula 38. Producció de sèries d'animació. Catalunya. Any 2008

Empresa productora	Títol	Total episodis per minuts
Cromosoma	<i>Asha</i>	26 x 13'
Dream Team	<i>I per què?</i>	56 x 30"
Dream Team	<i>The Jamesons Comedy Party</i>	30 x 90"
Edda Design	<i>Sweetsters: Virtual Room</i>	52 x 2'
Muf	<i>Barça Toons</i>	18 x 3'
Muf	<i>Athletic Toons</i>	2 x 3'
Neptuno i Digital&Cual	<i>Zoomix</i>	104 x 3'
Neptuno	<i>Megaminimals</i>	104 x 5'
Nikodemo	<i>Cálico Electrónico (3a temp)</i>	6 x 15'
Screen21	<i>Angus & Cheryl</i>	104 x 90"
Screen21	<i>Berni Olímpico</i>	20 x 3'
Screen21	<i>The Imp</i>	65 x 2'
Tomavistas	<i>Estrena!</i>	13 x 7,5'
Tons of Toons	<i>Lmn's</i>	52 x 13'
Yankeepay	<i>240</i>	30 x 3,5'

Font: Elaboració pròpia.

Taula 39. Producció de pilots de sèries d'animació a Catalunya. Any 2008

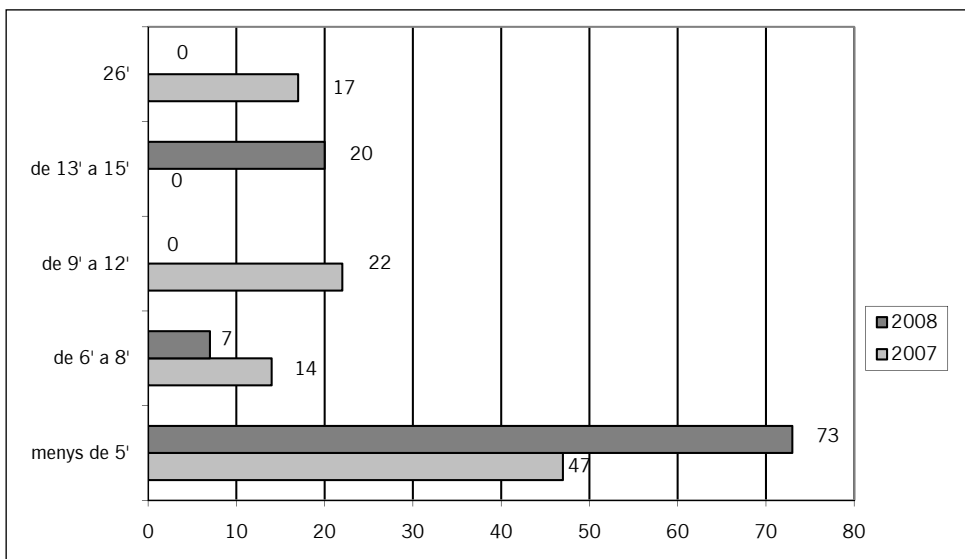
Empresa productora	Títol
Anera Films	<i>Playing Guess</i>
Cromosoma	<i>Lila</i>
Imira Entertainment	<i>Sandra, the fairytale detective</i>
Mago Production	<i>Dr. W</i>
Screen21	<i>Papawa</i>
Screen21	<i>Khuda-Yana</i>
Screen21	<i>Suckers</i>
Stor Fisk	<i>Saari</i>
Tomavistas	<i>Sincopats</i>

Font: Elaboració pròpia.

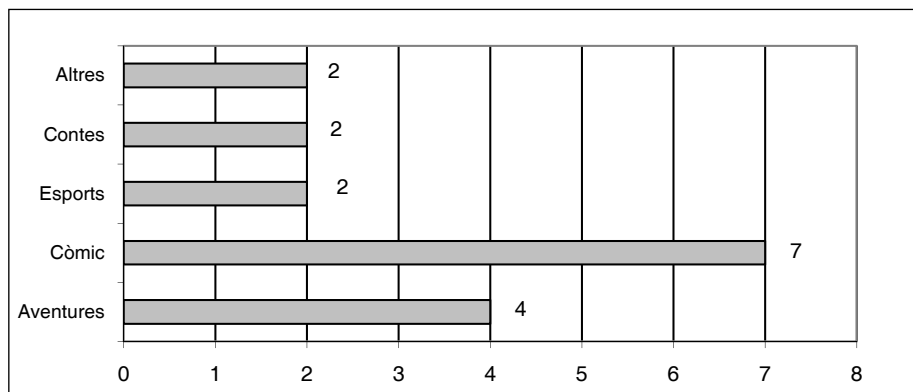
Taula 40. Producció de curts, migmetratges, animovies i llargmetratges d'animació a Catalunya. Any 2008

Empresa productora	Títol	Tipus de producció	Durada (minuts)
Infinit Animacions	<i>Cher Ami</i>	Llargmetratge	85
SweatBox	<i>Talma i el mite d'Agharta</i>	Animovie	72

Font: Elaboració pròpia.

Gràfic 29. Durades dels episodis de les sèries d'animació produïdes a Catalunya. Període 2007-2008


Font: Elaboració pròpia.

Gràfic 30. Microgènere de la producció del sector d'animació a Catalunya. Any 2008


Font: Elaboració pròpia.

menys de 5 minuts, mentre que el 2007 aquest mateix tipus de produccions representava el 47% dels minuts produïts: la tendència a la peça de durada inferior als 5 minuts augmenta en 26 punts percentuals respecte de la temporada anterior. Pel que fa a altres durades, el 2008, un 20% del temps és de peces de 13 a 15 minuts, i un 7%, de 6 a 8 minuts.

El macrogènere únic de les sèries produïdes a Catalunya al 2008 és la ficció i els microgèneres —aquells temes sobre els quals versen— majoritaris, còmic, amb 7 produccions, i aventures, amb quatre.

Els curts, migmetratges, animovies i llargmetratges d'animació

L'any 2008 es produeix un únic llargmetratge d'animació a Catalunya, igual com el 2007. Es tracta de *Cher Ami*, d'Infinit Animacions. Ha estat presentat al Festival de Sant Sebastià 2008 i se'n va programar la distribució en sales de cinema per al 2009.

D'altra banda, l'empresa Sweatbox (anteriorment, Locomotion Pictures) produeix l'única animovie finalitzada el 2008: *Talma i el mite d'Agharta*, de 72 minuts de durada.

Durant l'any, no s'ha produït cap curt ni tampoc cap curtmetratge.

Coproduccions

L'any 2008, un 82% de les sèries d'animació produïdes a Catalunya ha estat coproduït. En xifres absolutes, això vol dir que de les 17 produccions, 14 s'han fet en règim de coproducció i 3 han estat realitzades per un sol estudi d'animació. Aquesta proporció de coproduccions és dotze punts superior a

la del període 2006-2007, en què es van coproduir un 70% de les produccions d'animació.

Canals de distribució de les produccions d'animació

Durant el 2008, s'observa un increment de la diversificació dels canals de distribució de les produccions, tot i que el canal per excel·lència continua sent la televisió.

3.3.3. El microsector del videojoc i les sinergies industrials

El microsector de la producció de continguts per a videojocs va estretament lligat al de l'animació audiovisual i és un sector de nou ordre amb símptomes de consolidació clara a Catalunya. Les productores de videojocs amplien el ventall d'oferta d'ocupació en l'animació. L'augment de la xifra de negoci de les productores de videojocs permet l'absorció de treballadors que s'ubicaven en la producció d'animació de narrativa tradicional, i n'amplia les possibilitats laborals.

A Catalunya, es localitzen 11 productores de videojocs en què es combinen diverses tipologies de producció, segons el format en el que es difonen els seus continguts: disc (PC i videoconsols), xarxa i telefonia.

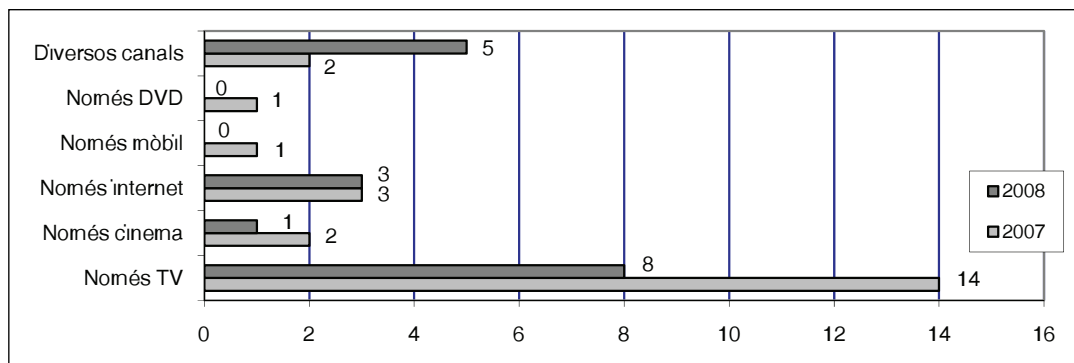
La producció de videojocs vinculada a la producció d'animació implica noves narratives i una nova conjunció de perfils professionals a la cadena de producció de continguts d'animació. Les diferents tècniques d'animació han representat sempre esquemes de guió diferenciats. Les raons són variades, però rau en, bàsicament, en les necessitats de rendibilitat i/o qualitat. Així, cadascun dels plans reflectits en un *storyboard* obeeix a uns criteris prèviament establerts en els quals intervenen també les possibilitats i els requeriments del programari emprat.

Taula 41. Canals de distribució de les produccions d'animació a Catalunya. Any 2008

Productora	Títol	TV	Cinema	Internet	Mòbil	DVD	Marxandatge
Cromosoma	<i>Asha</i>	X		X			
Dream Team	<i>I per què?</i>			X			
Dream Team	<i>The Jamesons Comedy Party</i>			X			
Infinit Animacions	<i>Cher Ami</i>		X				
Edda Design	<i>Sweesters: Virtual Room</i>	X		X			X
Muf	<i>Barça Toons</i>	X		X	X		X
Muf	<i>Athletic Toons</i>	X		X	X		X
Neptuno i Digital&Cual	<i>Zoomix</i>	X					
Neptuno	<i>Megaminimals</i>	X					
Nikodemo	<i>Cállico electrónico</i>			X			
Screen veintiuno	<i>Angus & Cheryl</i>	X					
Screen veintiuno	<i>The Imp</i>	X					
Screen veintiuno	<i>Berni Olímpico</i>	X					
SweatBox	<i>Talma i el mite d'Agharta</i>	X					
Tomavistas	<i>Estrena!</i>	X					
Tons of toons	<i>Lmn's</i>	X					
Yankeepay	<i>240</i>	X		X	X		

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 31. Comparativa dels canals de distribució de les produccions d'animació a Catalunya. Període 2007-2008



Font: Elaboració pròpia.

En la producció de videojocs s'afegeix el programador, un perfil professional imprescindiblement integrat a la cadena de producció, que intervé de forma decisiva en la narració final. En aquest sentit, els professionals de l'animació passen a ser components d'una cadena productiva de nou ordre, amb noves lògiques i nous criteris imperants; la programació se cenyeix, forçosament, el marge creatiu de perfils professionals com el de l'animador.

Durant l'any 2008, s'evidencia una aposta inversionista creixent cap al sector del videojoc, amb inversors públics i privats. La producció d'animació per ordinador va estretament unida a la R+D+I, bàsicament pel que fa al programari de creació i de producció; la producció de videojocs hi afegeix la necessitat de recerca en suports de distribució, ja siguin en línia o fora de línia. La competència empresarial en aquest sector es vincula, a més, a la creació de continguts i d'estratègies de narració de joc, i a adequar-los a formes de distribució. L'objectiu de les empreses és aconseguir produccions cada cop més versàtils i ser de les primeres a implementar-les. Es busca, fonamentalment, la innovació constant. La possibilitat d'anar-la assolint representa una oportunitat de negoci que cada cop atreu més inversors públics i privats.

D'aquesta manera, el sector de producció d'animació vinculat a la producció de videojocs incrementa la base inversionista que, alhora, n'estimula el desenvolupament.

4. Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya

L'Institut Nacional de Estadística (INE) fa servir el codi 744 de la Classificació Nacional d'Activitats Empresarials (CNAE 93 Rev.1) per agrupar les societats que es dediquen a la branca

publicitària. En aquesta classificació, s'estableixen dues subcategories: la primera, agències i consultors de publicitat, inclou les empreses que es dediquen a la creació i realització de campanyes publicitàries, amb independència del mitjà de difusió; la segona, gestió de suports publicitaris, agrupa les societats relacionades amb la col·locació de publicitat exterior, la venda i l'obtenció de temps i d'espais publicitaris, la publicitat aèria i la promoció de vendes i productes al lloc de venda.

D'acord amb les dades del Directori Central d'Empreses (DIRCE) de l'Institut Nacional de Estadística (INE),⁷⁷ el 2008, 6.774 empreses amb seu social a Catalunya han desenvolupat les seves activitats en el sector publicitari a Catalunya, 426 més que el 2007. Aquest increment també es produeix a escala estatal: es passa de les 28.649 de 2007, a les 30.715 societats amb activitats publicitàries el 2008. Contrasta el fet que, en una època de crisi econòmica en què la inversió en publicitat ha patit una davallada notable, el nombre d'empreses que es dediquen a aquesta indústria hagi augmentat.

L'*Enquesta anual de serveis 2007* que elabora l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat)⁷⁸ facilita informació estructural sobre el sector publicitari a Catalunya. L'estudi parteix d'una mostra facilitada per l'INE i, tot i que els resultats presenten una cobertura menor perquè no s'inclouen les empreses sense assalariats ni tots els sectors de serveis, l'*Enquesta anual de serveis* permet fer creuaments amb variables econòmiques diverses. D'aquesta manera, es configura una aproximació més completa de la situació de la indústria publicitària a Catalunya.

Segons les dades de l'Idescat, el volum de negoci a Catalunya de les empreses amb activitats publicitàries evoluciona de manera ascendent, i el 2007 es va incrementar fins a arribar als 4.414 milions d'euros. Aquesta xifra representa 383 milions d'ingressos més que el 2006 (vegeu la taula 42). De manera paral·lela, un major volum de negoci es tradueix en un

⁷⁷ INE: Directorio Central de Empresas (DIRCE) [En línia].

<<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37/p201&file=inebase&L=0>> [Consulta: octubre de 2009]

⁷⁸ INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA [En línia]. *Enquesta anual de serveis 2007*.

<<http://www.idescat.cat/serveis/?tc=1&se=69>> [Consulta: octubre de 2009]

augment del paràmetre d'ingressos per empresa, que passa dels 0,584 milions d'euros/empresa el 2006, als 0,616 milions el 2007, tot i que aquest mateix any hi havia 260 empreses de publicitat més que l'anterior.

Una altra magnitud analitzada per l'Idescat quant al sector publicitari català és el valor afegit brut al cost dels factors que el volum de negoci genera a Catalunya i que equival a la renda bruta de les activitats d'explotació de les empreses de publicitat que es destina a la remuneració dels factors productius (les despeses de personal i capital o excedent brut d'explotació). Segons l'*Enquesta anual de serveis*, el valor afegit brut ha augmentat de manera progressiva en els darrers anys: amb 1.061 milions d'euros, el valor afegit corresponent a 2007 va créixer un 15,2% respecte del 2006 i un 34,8% acumulat pel que fa a 2005 (vegeu la taula 42).

Establir quina dimensió tenen els recursos humans a les empreses de publicitat a Catalunya perfila encara més l'anàlisi de l'estructura del sector. Idescat xifra en 26.474 el nombre de persones que el 2007 treballaven en aquest sector, 36 més que el 2006. Si es té en compte la variable sexe, es tendeix a la paritat, atès que hi van treballar 13.723 homes (1.260 menys que el 2006) i 12.752 dones (1.297 més que el 2006). El sector mostra senyals d'una certa estabilitat quant a la contractació, ja que al llarg de 2007 es va incrementar en 1.907 el nombre d'assalariats fixos (15.811) i en van disminuir tant els professionals assalariats eventuais (5.394) com els no assalariats (5.269).

5. Ajuts financers de caràcter públic al sector audiovisual

5.1. Ajuts de la Generalitat de Catalunya

A Catalunya, durant l'any 2008, la Generalitat de Catalunya ha atorgat ajuts financers al sector audiovisual mitjançant l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC); la Secretaria

de Mitjans de Comunicació, del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, i l'Institut Català de Finances (ICF) del Departament d'Economia i Finances. Aquests ajuts públics s'han concretat per mitjà de diversos mecanismes, ja sigui mitjançant subvencions i convenis de col·laboració amb el sector audiovisual; crèdits i/o finançament a projectes audiovisuals concrets; o amb l'atorgament d'ajuts i subvencions a projectes de mitjans de comunicació de gestió privada que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació.

5.1.1. Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC)

L'any 2008, l'Àrea de l'Audiovisual de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) ha concedit subvencions i ajuts al sector audiovisual en concepte de suport a la formació, a la producció, a la difusió i a la promoció, així com a la millora de les infraestructures per un import de 18.451.643 euros, xifra que supera en un 6,1% la quantitat que s'hi va destinar l'any 2007⁷⁹ (vegeu la taula 43).

La línia de suport a la formació audiovisual s'ha materialitzat a través de tres ajuts singulars per un import global de 673.000 euros, la mateixa xifra concedida el 2007 i també els mateixos destinataris (vegeu la taula 44).

Pel que fa al suport a la producció audiovisual, s'ha concedit durant l'any 2008 un total de 15.233.166 euros, un 10,9% més que el 2007. Aquesta quantitat ha estat distribuïda en diverses línies de subvenció de concurrència pública i ajuts singulars fruit del conveni signat el 2007 entre l'ICIC i Televisió de Catalunya (TVC),⁸⁰ per projectes audiovisuals en versió original catalana, per sèries, llargmetratges o càpsules d'animació destinats a ser emesos per televisió i per al desenvolupament de guions de projectes audiovisuals en català.

Com a novetat, cal afegir que, durant l'any 2008, l'ICIC ha instaurat una sèrie de canvis significatius en les normatives referents a les línies de suport automàtic a la producció i a la difusió de llargmetratges cinematogràfics. En aquest sentit, l'ICIC ha posat en funcionament dues noves bases de subven-

Taula 42. Dimensió del sector empresarial de publicitat de Catalunya. Període 2005-2008

Any	Nombre d'empreses de publicitat	Treballadors ocupats	Volum de negoci (milions d'euros)	Valor afegit brut (al cost dels factors) (milions d'euros)
2005	5.742	21.812	3.067	787
2006	6.904	26.438	4.031	921
2007	7.164	26.474	4.414	1.061

Font: Idescat. *Enquesta anual de serveis 2007*.

⁷⁹ INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (ICIC). *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2008* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2009. [p. 13]

<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/memoria_2008_ICIC.pdf> [Consulta: juliol 2009]

⁸⁰ INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (ICIC). *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2008* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2009. [p. 16]

<http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/memoria_2008_ICIC.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 43. Subvencions i ajuts concedits al sector audiovisual per part de l'Àrea de l'Audiovisual de l'ICIC. Any 2008 (en euros)

Subvenció	2008		2007		Percentatge de variació 2008/2007
	Import concedit	Percentatge sobre el total	Import concedit	Percentatge sobre el total	
Suport a la formació	673.000	3,6	673.000	3,9	0,0
Suport a la producció	15.233.166	82,6	13.728.622	78,9	10,9
Suport a la difusió i a la promoció	2.378.811	12,9	2.732.500	15,7	-12,9
Suport a la millora de les infraestructures	166.666	0,9	256.666	1,5	-35,0
TOTAL Subvencions	18.451.643	100,0	17.390.788	100,0	6,1

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2009).

Taula 44. Ajuts de l'ICIC a la formació audiovisual. Any 2008 (en euros)

Destinatari	2008
	Import concedit
Centre Calassanç de Formació Professional (ESCAC)	600.000
Fundació Taller de Guionistes : Mòduls temàtics en guió de cinema i televisió	25.000
IDEC-Universitat Pompeu i Fabra: Màster en Documental de Creació	48.000
TOTAL	673.000

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2009).

cions: la primera, dirigida a la producció de llargmetratges cinematogràfics i produccions de gran format, i la segona, a afavorir l'explotació i la difusió de llargmetratges cinematogràfics i produccions de gran format. Aquestes dues noves línies han de substituir l'any 2009 les bases de les subvencions que fins al 2008 cobreixen els mateixos objectius (vegeu la taula 45).

Els projectes de difusió i de promoció del sector audiovisual han rebut subvencions i ajuts de l'ICIC el 2008 per un import de 2.378.811 euros, cosa que representa 353.689 euros menys que el 2007. Tot i això, ha augmentat en 41 el nombre de projectes subvencionats en aquest període (vegeu la taula 46).

Per acabar, durant l'any 2008, la línia de suport de l'ICIC per a la millora de les infraestructures es materialitza mitjançant un ajut singular al Parc Audiovisual de Catalunya per un import total de 166.666 euros, el mateix que l'any 2007.

5.1.2. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació

La Secretaria de Mitjans de Comunicació del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació ha concedit, l'any 2008, 11.420.733 euros en concepte de subvencions a projectes de mitjans de comunicació que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació, ja siguin emissores de ràdio privades, canals de televisió de gestió privada o bé empreses periodísti-

ques editores de premsa impresa i digital. Aquesta xifra representa un decreixement d'un 10,6% respecte del 2007, que ha trencat la tendència a l'alça dels últims tres anys.

El 2008, els sectors de la ràdio i de la televisió han rebut el 36,2% del total de les subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació (33,7% el 2007). En termes absoluts, s'han destinat a aquests dos sectors 4.138.877 euros, un 3,8% menys que l'any 2007 (4.303.035 euros). Tot i això, si es compara amb la quantitat obtinguda l'any 2006, s'observa un increment de 3.116.434 euros el 2008, mentre que la proporció ha passat del 12,3% en el total d'aquestes subvencions el 2006 al 36,2% esmentat de 2008. Això mostra la forta penetració d'aquests mitjans en la distribució d'aquestes subvencions (vegeu la taula 47).

Aquests projectes que fomenten i consoliden l'espai català de comunicació presenten o bé una millora substancial des del punt de vista d'aplicació i ús de les tecnologies, d'innovació i de remodelació tecnològica de les emissores, o bé consoliden la ràdio o la televisió per mitjà de projectes de compra i d'actualització d'equipament digital de producció, emissió i arxius i digitalització dels estudis envers la TDT i millora de les xarxes estructurals.

En el sector de la ràdio, cal destacar que, el 2008, quatre societats han obtingut més del 80% (87,4%) del total de sub-

Taula 45. Subvencions de l'ICIC a la producció (en euros). Any 2008

Concepte	Projectes	Import concedit
Per a l'explotació i la difusió de llargmetratges cinematogràfics i de produccions de gran format i per a la producció en versió original catalana. Règim transitori (1a i 2a convocatòria) ^A	51	6.558.708
Per a la producció de llargmetratges cinematogràfics i de produccions de gran format ^B	-	-
Per afavorir l'explotació i la difusió de llargmetratges cinematogràfics i produccions de gran format ^B	-	-
Per a la producció de llargmetratges cinematogràfics que tinguin mèrits artístics i culturals (plurianual)	8	1.000.000
Per a la producció de curtmetratges cinematogràfics	18	120.860
Per a empreses de producció independent per a la realització de llargmetratges televisius de ficció destinats a ser emesos per televisió (plurianual)	30	3.595.798
Per a empreses de producció independents per a la realització de documentals destinats a ser emesos per televisió (plurianual)	16	300.000
Per a la realització de sèries i llargmetratges d'animació destinats a ser emesos per televisió (plurianual)	9	1.484.800
Per tal de promoure la reescriptura i la millora de guions audiovisuals	13	173.000
Per a projectes en versió original catalana fruit del Conveni de col·laboració amb TVC	4	2.000.000
TOTAL	149	15.233.166

A Aquesta línia recull les bases de l'antic sistema de subvencions amb l'objectiu de donar un marge d'adaptació a aquells llargmetratges que s'hagin finançat de manera prèvia comptant amb els ajuts establerts abans de la reforma.

B L'any 2008 no es va concedir cap subvenció per aquestes dues línies, de nova creació.

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2009).

Taula 46. Subvencions i ajuts de l'ICIC a la difusió i la promoció del sector audiovisual. Any 2008 (en euros)

Concepte	Projectes	Import concedit
Per a la difusió del cinema d'autor contemporani en sales d'exhibició	20	200.000
Festivals i mostres de cinema i vídeo	16	1.076.000
Per a la participació i promoció de pel·lícules catalanes seleccionades en festivals i premis. Règim transitori	28	157.045
Per a l'organització, la promoció i la difusió a Catalunya d'esdeveniments audiovisuals	34	683.800
Projectes audiovisuals d'especial interès	5	261.966
TOTAL	103	2.378.811

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2009).

Taula 47. Subvencions a projectes de mitjans de comunicació que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació. Període 2006-2008 (en euros)

	2006		2007		2008	
	Import	Percentatge sobre total	Import	Percentatge sobre total	Import	Percentatge sobre total
Prensa escrita	6.111.574	76,4	6.363.382	49,8	5.772.056	50,5
Prensa digital	865.950	10,8	2.116.337	16,6	1.509.800	13,2
Televisió	560.000	7,0	3.003.475	23,5	2.923.877	25,6
Ràdio	462.476	5,8	1.299.560	10,2	1.215.000	10,6
TOTAL subvencions	8.000.000	100,0	12.782.754	100,0	11.420.733	100,0

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Resolució CMC/1847/2009, de 5 de juny – DOGC núm. 5414 – 06/07/09.

Taula 48. Subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per emissores de ràdio de gestió privada. Any 2008 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Radiocat XXI, SL	Projecte d'expansió i d'implantació territorial de Radiocat (RAC1/RAC 105).	430.775
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Projecte d'innovació tecnològica i digital de la xarxa d'Ona FM, que inclou la construcció d'un estudi de realització i emissions, a més de la implementació de millores en sistemes d'informació.	420.000
Grup Flaix, SL	Creació del portal de l'internauta català, "Flaix.cat", del Grup Flaix.	140.530
Flaix FM, SL	Estudi de mercat sobre els gustos musicals dels catalans de l'emissora Flaix FM.	71.125
Osonenca de Ràdio i Televisió, SA	Adquisició d'una unitat mòbil per l'emissora Ràdio Vic.	38.175
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Projecte de digitalització de tota la infraestructura operativa de l'emissora Segre Ràdio.	37.200
Ràdio Olot, SA	Remodelació de les infraestructures tècniques dels estudis de Ràdio Olot (emissió i gravació) i del centre emissor de Batet de la Serra (centre emissor alternatiu) de l'emissora Ràdio Olot.	24.100
Ràdio Marina, SA	Projecte d'adequació i manteniment de les instal·lacions pel major aprofitament de les tecnologies digitals de què disposa Ràdio Marina.	24.000
Catalana i Aranese de Telecomunicacions, SL	Projecte de remodelació i adaptació tecnològica dels estudis de l'emissora Gum FM a Vielha. El projecte inclou la instal·lació d'un estudi de gravació amb locutor, un estudi de producció i gravació i un estudi de directe.	15.000
Imagina Ràdio, SL	Projecte d'adaptació de les infraestructures a l'ús de la tecnologia digital i multimèdia i l'adquisició d'una unitat mòbil de l'emissora Imagina Ràdio.	14.095
TOTAL AJUTS 2008 A PROJECTES DE RÀDIO		1.215.000

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Resolució CMC/1847/2009, de 5 de juny – DOGC núm. 5414 – 06/07/09.

Taula 49. Subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per emissores de televisió de gestió privada. Any 2008 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Emissions Digitals de Catalunya, SA	Projecte de desenvolupament tècnic de 8tv.	623.068
Collserola Audiovisual, SL	Millora i adaptació de les infraestructures a la tecnologia digital i multimèdia.	520.555
Emissions Digitals de Catalunya, SA	Projecte de desenvolupament tècnic de 105tv.	377.488
Televisions Digitals Independents, AIE	Compra d'una unitat mòbil de realització per a les televisions de proximitat de Televisions Digitals Independents.	280.555
Televisions Locals Catalanes de Proximitat, SL	Projecte d'agrupació de televisions locals de proximitat en la xarxa de TvLocal.Cat.	102.600
Justo Molinero Calero	Sistema d'edició de notícies en xarxa a l'emissora Tele Taxi Televisió.	80.000
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Compra d'equipament digital de producció, emissió i arxivament de l'emissora Pirineus TV.	65.555
Productora Lleidatana de Televisió SL	Digitalització dels estudis envers la TDT i la millora de la xarxa estructural de Lleida Televisió.	58.555
Televisió de Manresa, SL	Actualització d'equipaments de l'emissora de televisió Televisió de Manresa.	58.555
Taelus, SL	Nou plató adaptat a la tecnologia digital de l'emissora Canal Taronja.	49.942
ETV-Llobregat TV, SL	Projecte de millora substancial en la digitalització i adaptació d'infraestructures a la tecnologia digital i multimèdia.	48.880
D-9 Comunicació, SL	Segona fase del projecte de digitalització i automatització de la plataforma de realització de l'emissora TV Costa Brava.	45.563
Smile Advertising, SL	Compra d'una unitat mòbil per a la realització i emissió en exteriors de l'emissora Canal Català Barcelona.	42.420
Televisió Sant Cugat, SL	Digitalització de la redacció d'informatius de Televisió de Sant Cugat.	39.396
Gibson Time, SL	Projecte de digitalització de l'equipament de l'emissora 25tv.	37.342
Olot Televisió, SL	Digitalització de l'emissora de televisió Olot Televisió.	36.840
Televisió de Girona, SL	Interconnexió de les dues seus de l'emissora Televisió de Girona.	36.555
Mola TV, SL	Segona fase del projecte de digitalització de l'emissora de televisió Mola TV.	35.308
Televisió Comtal, SL	Digitalització del centre de producció de l'emissora TSF Puigcerdà.	33.382
UTE Canal Català Maresme	Digitalització de l'equipament de l'emissora de televisió Canal Català Maresme.	32.055
Canal Català, SL	Digitalització en SDI de l'emissora Canal Català Lleida.	32.055
Televisió del Ripollès, SL	Renovació del sistema d'edició i emissió d'imatges per a l'emissora Televisió del Ripollès.	30.873
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Projecte d'enllaços per emissions en directe des de Vic per l'emissora Canal Taronja Osona.	30.555
CAT 4 TV, SL	Projecte per a l'emissió en TDT.	28.637
Avista Televisió de Barcelona, SL	Digitalització de l'equipament de l'emissora de televisió urBe TV.	27.566
Televisió Comtal, SL	Digitalització del centre de producció de l'emissora TSF Vielha.	27.565
Televisió Sense Fronteres, SL	Digitalització del centre de producció de TSF Figueres.	27.565
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	Compra de càmeres d'alta definició per als platós de l'emissora EI 9 TV.	27.000
Dracvisió, SL	Projecte de condicionament tecnològic i d'espais per a l'emissió en TDT de l'emissora Canal Català Girona Pla.	26.025
Promocions Audiovisuals 3 i Acció, SL	Projecte d'il·luminació per als sets de plató de l'emissora Canal Català Vallès Oriental.	23.300
Comunicacions dels Ports, SA	Digitalització d'equipaments de Nord TV.	20.555
Televisió Sant Cugat, SL	Digitalització de la continuïtat de l'emissora Televisió de Sant Cugat.	9.148
Mola TV, SL	Projecte de consolidació digital European Youth per a l'emissora de televisió Mola TV.	8.419
TOTAL AJUTS 2008 A PROJECTES DE TELEVISIÓ		2.923.877

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Resolució CMC/1847/2009, de 5 de juny – DOGC núm. 5414 – 06/07/09.

vencions a projectes que fomenten i consoliden l'espai català de comunicació presentats: Radiocat XXI, SL; Sociedad Española de Radiodifusión, SA; Grup Flaix, SL, i Flaix FM, SL (vegeu la taula 48).

La mateixa tendència s'observa en l'àmbit televisiu, en què més de la meitat de l'import de les subvencions (un 65,1%) s'ha concentrat en projectes presentats per quatre empreses: Emissions Digitals de Catalunya, SA; Collserola Audiovisual, SL; Televisions Digitals Independents, AIE, i Televisions Locals Catalanes de Proximitat, SL (vegeu la taula 49).

Quant al suport genèric per l'ús del català i de l'aranès, l'any

2008 s'ha mantingut una línia de subvencions, si bé amb un canvi de denominació. Així, el que en anys anteriors es coneixia com a "ajuts automàtics" a emissores privades de ràdio i de televisió i a empreses editores de premsa digital esdevé, el 2008, "subvencions estructurals". Enguany, la Secretaria de Mitjans de Comunicació —que els ha continuat gestionant— hi ha destinat un import total de 2.038.329 euros.

L'any 2008, la premsa digital continua augmentant el pes específic: amb un 32,9% del total dels ajuts, en detriment de la televisió i la ràdio, que disminueixen, encara que sigui lleugerament, la seva participació (vegeu la taula 50).

Taula 50. Subvencions estructurals en català i aranès a televisió, ràdio i premsa digital. Període 2006-2008 (en euros)

	2006		2007		2008	
	Import	Percentatge sobre total	Import	Percentatge sobre total	Import	Percentatge sobre total
Televisió	828.948	48,8	802.735	39,9	783.329	38,4
Premsa digital	384.275	22,6	624.018	31,0	670.000	32,9
Ràdio	486.777	28,6	584.793	29,1	585.000	28,7
TOTAL	1.700.000	100,0	2.011.546	100,0	2.038.329	100,0

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Televisió i Premsa: Resolució CMC/1847/2009, de 5 de juny – DOGC núm. 5414 – 06/07/09.

Ràdio: Resolució CMC/4082/2008 – DOGC núm. 5301 – 21/01/09.

Taula 51. Subvencions estructurals en català o en aranès a projectes de ràdio atorgades pel Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Any 2008 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import 2008
Radiocat XXI, SL	RAC 1	98.651
Ràdio Ripoll, SL	Ràdio Ripoll	54.121
Flaix FM, SL	Flaix FM	52.480
Ràdio Olot, SA	Ràdio Olot	48.626
Radiocat XXI, SL	RAC105	48.232
Osonenca de Ràdio i Televisió, SA	Ràdio Vic	44.794
Ràdio Ciutat de Manresa, SL	Ràdio Ciutat de Manresa	40.075
Radio Flaixbac, SA	Ràdio Flaixbac	36.102
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Segre Ràdio	35.711
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Ona FM	22.461
Ràdio Marina, SA	Ràdio Marina	20.735
Imagina Ràdio, SL	Imagina Ràdio	19.089
Fundació Missatge Humà i Cristià	Ràdio Estel	17.215
Catalana i Aranese de Telecomunicacions SL	Gum FM Aran	17.063
Catalana i Aranese de Telecomunicacions SL	Gum FM Pirineu	17.063
Comunicacions dels Ports, SA	Els Ports Ràdio	12.581
TOTAL		585.000

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Resolució CMC/4082/2008 – DOGC núm. 5301 – 21/01/09.

En els darrers tres anys, com es pot veure a la taula 50, la proporció dels ajuts per a la premsa digital i la ràdio ha crescut un 74,3% i un 20%, respectivament, mentre que, en televisió, la tendència ha estat a la baixa, amb una pèrdua del 5,5% en el mateix període. Tot i això, cal tenir en compte que entre 2006 i 2008, el total d'ajuts per aquest concepte ha pujat un 20%.

Per sectors, en ràdio, s'han subvencionat projectes en català i aranès el 2008 per un import total de 585.000 euros, xifra molt similar a la de 2007. N'han estat els quatre destinataris més beneficiats el 2008: Radiocat XXI, SL (amb dos projectes); Ràdio Ripoll, SL; Flaix FM, SL, i Ràdio Olot, SA, amb un total de subvencions de 302.110 euros, un 51,6% del total concedit el 2008 (vegeu la taula 51).

Pel que fa a la televisió, el 2008 s'han atorgat subvencions estructurals a 18 projectes amb una quantitat total de 783.329 euros, davant dels 24 projectes i la xifra de 802.735 euros del 2007. Els destinataris dels cinc projectes que han obtingut un import més alt el 2008 han estat Televisió de Girona, SL; Dracvisió, SL; ETV-Llobregat TV, SL; Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL, i Mola TV, SL, amb més d'un terç del total (38,2%) (vegeu la taula 52).

5.1.3. Institut Català de Finances (ICF)

L'escenari de crisi financera global afecta la concessió, en general, de línies de finançament i, en particular, els crèdits a empreses de producció cinematogràfica i audiovisual. En

aquest context, l'any 2008 s'observa una caiguda, ja iniciada en el període 2006-2007, en la concessió de crèdits per part de l'Institut Català de Finances (ICF).

L'ICF ha dedicat al finançament del sector audiovisual mitjançant crèdits a empreses de producció cinematogràfica i audiovisual una xifra total de 19.682.000 euros l'any 2008, quasi un 24% menys que el 2007. Tot i això, han augmentat en 8 el nombre de projectes objecte de crèdit en aquest període. Ampliant l'anàlisi al període 2006-2008, s'hi observa una davallada del 83,2%, ja que, en nombres absoluts, es passa d'unes línies de crèdit per valor de 43.325.220 a 19.682.000 euros, respectivament (vegeu les taules 53 i 54).

5.2. Ajuts de l'Estat espanyol

L'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) ha concedit subvencions durant l'any 2008 a les empreses espanyoles del sector cinematogràfic i audiovisual en general en concepte de suport a la producció, a la distribució i a l'exhibició. L'import total ha estat de 67.794.378 euros, xifra que creix un 10,7% respecte de la del 2007 (61.218.417 euros).

En termes percentuals, les línies de finançament més afavorides durant l'any 2008 respecte del 2007 han estat el desenvolupament de guions per a llargmetratges (se n'ha duplicat l'import) i la distribució de pel·lícules comunitàries (un 69,9% més). Atenent als valors absoluts i continuant amb la tendència dels darrers anys, la partida més alta s'ha destinat als ajuts

Taula 52. Subvencions estructurals en català o en aranès a projectes de televisió atorgades pel Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Any 2008 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import 2008
Televisió de Girona, SL	Televisió de Girona	70.530
Dracvisió, SL	CC Girona Pla	60.240
ETV- Llobregat TV, SL	ETV-Llobregat TV	59.324
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	El 9 TV	54.995
Mola TV, SL	Mola TV	54.115
D-9 Comunicació, SL	TV Costa Brava	51.730
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Pirineus Televisió	51.330
Televisió Sant Cugat, SL	Televisió Sant Cugat	50.419
Productora Lleidatana de Televisió, SL	Lleida Televisió	49.720
Televisió del Ripollès, SL	Televisió del Ripollès	44.202
Televisió de Manresa, SL	TVM Televisió de Manresa	41.695
Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró	Televisió de Mataró	40.193
Olot Televisió, SL	Olot Televisió	38.288
Tortosa Televisió, SL	Canal TE	36.880
Productora d'emissions de ràdio, SL	Canal Taronja Osona	29.800
Produccions Alt Empordà, SLU	Canal Nord TV	23.544
Comunicacions dels Ports, SA	Nord Televisió Morella	18.324
CAT 4 TV Catalunya, SL	Canal Taronja Bages	8.000
TOTAL		783.329

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Resolució CMC/1847/2009, de 5 de juny – DOGC núm. 5414 – 06/07/09.

Taula 53. ICF. Crèdits al sector audiovisual. Període 2006-2008 (en euros)

	2006		2007		2008	
	Nombre de projectes	Import	Nombre de projectes	Import	Nombre de projectes	Import
Producció	40	30.074.159	30	11.541.115	33	9.332.000
Altres inversions	7	13.251.061	2	14.250.000	7	10.350.000
Total finançament	47	43.325.220	32	25.791.115	40	19.682.000

Font: Institut Català de Finances (ICF).

Taula 54. ICF. Crèdits per partides de producció audiovisual catalana. Període 2006-2008 (en euros)

	2006		2007		2008	
	Nombre de projectes	Import	Nombre de projectes	Import	Nombre de projectes	Import
Llargmetratges	30	18.944.496	23	6.221.561	23	7.500.000
Telefilms	2	9.086.442	4	1.305.000	5	494.000
Documentals	4	1.500.000	2	214.554	1	67.000
Sèries per a televisió	4	454.3221	1	3.800.000	3	571.000
Animació	-	-	-	-	1	600.000
Total producció	40	34.074.159	30	11.541.115	33	9.232.000

Font: Institut Català de Finances (ICF).

Taula 55. Ajuts de l'ICAA al sector audiovisual espanyol. Període 2007-2008 (en euros)

Tipus d'ajuts	2007	Percentatge sobre el total	2008	Percentatge sobre el total	Percentatge de variació 2008 / 2007
Desenvolupament de guions per a llargmetratges	300.000	0,5	600.000	0,9	100,0
Minoració d'interessos bancaris per exhibició, adquisició i equipaments de producció cinematogràfica	62.000	0,1	49.071	0,1	-20,9
Minoració d'interessos bancaris per producció cinematogràfica	1.955.288	3,2	1.332.800	2,0	-31,8
Producció de llargmetratges	8.000.000	13,1	10.000.000	14,8	25,0
Amortització de llargmetratges	46.475.661	75,9	50.258.264	74,1	8,1
Conservació de negatius i suports digitals	713.263	1,2	779.807	1,2	9,3
Distribució de pel·lícules comunitàries	1.466.408	2,4	2.492.000	3,7	69,9
Organització, desenvolupament, participació i promoció de pel·lícules a festivals de cinema internacionals	935.249	1,5	750.614	1,1	-19,7
Producció de curtmetratges	1.310.548	2,1	1.531.822	2,3	16,9
TOTAL	61.218.417	100,0	67.794.378	100,0	10,7

Font: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2009).

Taula 56. Total d'ajuts de l'ICAA a empreses amb domicili fiscal a Catalunya i a la resta de l'Estat espanyol. Any 2008 (en euros)

	Empreses	Percentatge	Import	Percentatge
Empreses catalanes	48	15,0	16.804.367	25,0
Empreses de la resta de l'Estat espanyol	271	85,0	50.340.940	75,0
Total d'empreses	319	100,0	67.145.307	100,0

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2009).

a l'amortització de llargmetratges, amb 50.258.264 euros, un 8,1% més que l'any anterior. D'altra banda, els ajuts a la minoració d'interessos bancaris i les subvencions a festivals de cinema internacional s'han reduït (vegeu la taula 55).

D'acord amb les dades de l'ICAA,⁸¹ el 2008 les empreses beneficiades pels ajuts de l'ICAA —sense comptar-hi els ajuts destinats al desenvolupament de guions per a llargmetratges i la minoració per a l'exhibició— han estat 319, set menys que l'any anterior, 48 de les quals (un 15% del total) són productores audiovisuals catalanes —que tenen el domicili fiscal a Catalunya (vegeu la taula 57). Les empreses catalanes, en termes econòmics, reben el 25% (16.804.367 euros) del total d'ajuts atorgats al conjunt del sector audiovisual espanyol (67.145.307 euros) —també excoent-ne les partides destinades al desenvolupament de guions per a llargmetratges a la minoració per a l'exhibició (vegeu la taula 56).

Classificant les empreses per imports rebuts de l'ICAA, s'observa que entre les 10 primeres hi ha tres societats catalanes, Castelao Productions, SL; Mediaproduccion, SL, i Messidor Films, SA. Aquestes empreses reben un total de 7.964.463 euros (11,9% del total de les subvencions). Si n'ampliem la mostra a les 30 primeres, s'hi identifiquen cinc empreses catalanes més: Ovideo TV, SA; Media Films, SL; Els Films de la Rambla, SA; ABS Production Barcelona, SL, i Eddie Saeta, SA (vegeu la taula 57).

Tres empreses —Castelao Productions, SA; Mediaproduccion, SL, i Messidor Films, SA— concentren pràcticament la meitat (47,4%) dels ajuts que reben les 48 productores amb domicili fiscal a Catalunya, mentre que les altres 45 es reparteixen el 52,6% restant. Cal assenyalar que Castelao Productions, SA, és la primera empresa del rànking estatal, amb 4.418.070 euros l'any 2008, s'enduu el 6,6% de les subvencions atorgades per l'ICAA al sector de l'Estat espanyol, i un 26,3% el total concedit a les productores catalanes (vegeu la taula 58).

5.3. Ajuts de la Unió Europea

5.3.1. Programa MEDIA

El propòsit del Programa MEDIA de la Unió Europea és participar en el desenvolupament de la indústria audiovisual europea en diversos àmbits com el desenvolupament de projectes; la distribució d'obres; la formació; la promoció via mercats i festivals; o l'ajut per fer front a les despeses bancàries. El programa MEDIA 2007, vigent des de l'1 de gener d'aquell any, està dotat amb un pressupost de 755 milions d'euros per un període d'activitat de set anys (2007-2013).⁸²

L'any 2008 s'ha posat en marxa l'ajut MEDIA Internacional, que, posteriorment, ha d'esdevenir el Programa MEDIA Mundus 2011-2013,⁸³ amb un pressupost aprovat de 15 milions d'euros, fent que els ajuts MEDIA adquireixin una dimensió mundial, amb l'objectiu de potenciar les activitats de cooperació entre els professionals europeus de l'audiovisual i els seus homòlegs a països fora de la Unió Europea.

5.3.2. Balanç de resultats de MEDIA 2007. Any 2008

Segons MEDIA Antena Catalunya, durant l'any 2008, el total d'ajuts del programa MEDIA a la Unió Europea ha assolit 98.487.329 euros, que representa un augment del 9% respecte del 2007.

Pel que fa a Catalunya, el 2008 el sector audiovisual català ha rebut ajuts per un import de 2.479.131 euros, tot experimentant un augment de més de 400.000 euros respecte de l'any anterior. D'acord amb les dades facilitades per Media Antena Catalunya,⁸⁴ el sector ha sabut defensar-se davant de l'augment de la competència i ha mantingut una quota del 31,7% del total dels ajuts concedits al conjunt de l'Estat espanyol (7.829.741 euros). Les empreses catalanes del sector han rebut un 2,5% del còmput general d'ajuts concedits a tota la Unió Europea (vegeu la taula 59).

Les línies d'ajut a les empreses catalanes amb més pes específic sobre el total d'ajuts, com en anys anteriors, corresponen

⁸¹ ICAA. *Ayudas a la cinematografía 2008*. [En línia]. Madrid: ICAA, 2009.

<http://www.mcu.es/cine/docs/MC/MAC/2008/AyudasCineWeb_2008.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

⁸² MEDIA. EUROPEAN COMMISSION. *Media 2007* [En línia]. Brussel·les: Comissió Europea, 2007.

<http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/2007/index_en.htm> [Consulta: juliol de 2009]

⁸³ MEDIA. EUROPEAN COMMISSION. *Media Mundus* [En línia]. Brussel·les: Comissió Europea.

<http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/media_mundus/index_fr.htm> [Consulta: juliol de 2009]

⁸⁴ MEDIA ANTENA CATALUNYA. *Medià. Revista de informació del programa MEDIA de la UE*. Setembre de 2009 [En línia]. [Pàgines 10 - 11]

<<http://www.antenamediacat.eu/media/docs/12880576.pdf>> [Consulta: setembre de 2009]

Taula 57. Llista de les 30 primeres empreses subvencionades per l'ICAA. Any 2008

Empreses	Rànquing	Import atorgat
Castelao Productions, SA ^A	1	4.418.070
Telecinco Cinema, SA	2	2.847.013
Tornasol Films, SA	3	2.602.756
Antena 3 Films, SL	4	2.361.934
Tesela Producciones Cinemas	5	1.913.855
Mediaproducción, SL ^A	6	1.787.553
Messidor Films, SL ^A	7	1.758.840
Sociedad General de Cine, SA	8	1.214.263
Morena Films, SL	9	1.147.606
El Deseo, D. A., SL	10	1.100.862
Total 10 primeres empreses		21.152.752
Continental Producciones, SL	11	1.094.780
Maestranza Films, SL	12	986.086
Canal Mundo Ficción, SA	13	940.563
Wanda Vision, SA	14	929.862
Xuxa Producciones, SL	15	902.830
DeA Planeta Producciones Cinema, SL	16	847.299
Alta Produccion, SL	17	805.430
Gona Cine y Televisión, SL	18	765.332
E.Cerezo Producciones Cinemas	19	761.640
Lola 2002, SL	20	758.815
Drive Cine, SL	21	758.549
Cre-Accion Films, SL	22	704.721
Green Moon España, SL	23	678.749
Ovideo Tv, SA ^A	24	674.105
Media Films, SL ^A	25	667.299
Els Films de la Rambla, SA ^A	26	664.288
ABS Production-Barcelona, SL ^A	27	658.992
Carolina Films, SL	28	653.487
Eddie Saeta, SA ^A	29	640.115
Livestrong Films, SL	30	626.622
Total 30 primeres empreses		36.672.316
Resta d'empreses	289	33.472.991
TOTAL empreses que reben ajuts de l'ICAA	319	67.145.307

A Empreses catalanes que tenen el domicili fiscal a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2009).

Taula 58. Llista de les 48 empreses catalanes subvencionades per l'ICAA. Any 2008 (en euros)

Empreses	Import	Percentatge sobre total ajuts a l'Estat espanyol	Percentatge sobre total ajuts a empreses seu a Catalunya
Castelao Productions, SA	4.418.070	6,52	26,3
Mediaproducción, SL	1.787.553	2,64	10,6
Messidor Films, SL	1.758.840	2,59	10,5
Ovideo TV, SA	674.105	0,99	4,0
Media Films, SL	667.299	0,98	4,0
Els Films de la Rambla, SA	664.288	0,98	4,0
ABS Production-Barcelona, SL	658.992	0,97	3,9
Eddie Saeta, SA	640.115	0,94	3,8
Escándalo Films, SL	544.494	0,80	3,2
El Virgili Films, SL	500.000	0,74	3,0
Films De L' Orient, SL	451.234	0,67	2,7
Operons Cinematográfica, SA	341.007	0,50	2,0
Diagonal Televisió, SL	333.400	0,49	2,0
Fenix P.C., SL	329.830	0,49	2,0
Imposible Films, SL	322.832	0,48	1,9
Public Special Events, SL	282.214	0,42	1,7
Utopia Global, SL	262.667	0,39	1,6
Sagrera TV, SA	257.672	0,38	1,5
Producciones Kaplan, SL	256.862	0,38	1,5
Diafragma Produc. Cinematograficas	237.695	0,35	1,4
Masart Films, SL	233.593	0,34	1,4
Canónigo Films, SA	218.029	0,32	1,3
Estrategia Audiovisual, SL	166.675	0,25	1,0
Notro Films, SL	126.472	0,19	0,8
Andergraum Films, SL	109.916	0,16	0,7
DeA Planeta, SL	86.000	0,13	0,5
Els Quatre Gats Audiovisuals, SL	79.134	0,12	0,5
Cinema i Television, SA	53.086	0,08	0,3
Benecé Produccions, SL	36.950	0,05	0,2
Steinweg Emotion Pictures, SL	35.000	0,05	0,2
Quimelca, SL	33.786	0,05	0,2
Rodar y Rodar Publicidad, SL	31.863	0,05	0,2
Fresdeval Films, SL	30.855	0,05	0,2
Rodar y Rodar Cine y Television, SL	27.478	0,04	0,2
Alta Realitat, SL	23.400	0,03	0,1
Polar Star Films, SL	23.348	0,03	0,1
Luna Films Producciones Cinematograficas	19.044	0,03	0,1
Zeppelins Integrals Produccions, SL	15.000	0,02	0,1
Fausto Producciones, SL	10.000	0,01	0,1
Valenti Films, SL	10.000	0,01	0,1
Ikiru Films, SL	9.189	0,01	0,1
Lavínia Productora, SL	7.491	0,01	0,0
Evohe Films, SA	7.154	0,01	0,0
Area De Televisión, SL	6.625	0,01	0,0
Salto de Eje Producciones Cinematográficas, SL	6.480	0,01	0,0
Bausan Films, SL	3.216	0,00	0,0
Mallerich Films Paco Poch, SL	3.137	0,00	0,0
Discóbolo Films, SL	2.274	0,00	0,0
Subvencions 2008 de l'ICCA atorgades a productores catalanes	16.804.367	25,0%	
Subvencions 2008 de l'ICCA atorgades a la resta productores	50.340.940	75,0%	
Total subvencions 2008 de l'ICAA a productores de l'Estat espanyol	67.145.307	100,0%	

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) (2009).

Taula 59. Programa MEDIA a la Unió Europea a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2007-2008 (en euros)

Països de la Unió Europea	2007	2008
Total ajuts a l'Estat espanyol	6.445.314	7.829.741
Percentatge d'ajuts a l'Estat espanyol vs. UE	7,1%	7,9%
Ajuts a Catalunya inclosos als d'Espanya	2.071.944	2.479.131
Percentatge d'ajuts a Catalunya/Estat espanyol	32,1%	31,7%
Percentatge d'ajuts a Catalunya vs. UE	2,3%	2,5%
Total ajuts a França	19.593.093	21.335.473
Total ajuts a Alemanya	15.790.516	15.038.206
Total ajuts a Itàlia	7.010.048	8.963.185
Total ajuts a Regne Unit	6.982.924	5.779.069
Total ajuts resta UE	35.162.326	39.711.874
Total Ajuts Programa MEDIA a la UE	90.984.221	98.487.329

Font: Elaboració pròpia amb dades de Media Antena Catalunya.

Taula 60. Ajuts del Programa MEDIA a Catalunya. Període 2007-2008 (en euros)

Línia d'ajut	2006	Percentatge	2007	Percentatge	2008	Percentatge	Variació 2007/2008
Desenvolupament	260.000	7,5	505.000	24,4	649.000	26,7	28,5%
Distribució i difusió televisiva	2.660.468	77,2	1.020.087	49,2	1.153.631	47,5	13,1%
Promoció + festivals	194.000	5,6	140.000	6,8	200.000	8,2	42,9%
Formació	0	0,0	123.127	5,9	175.000	7,2	42,1%
i2i Audiovisual	145.288	4,2	78.730	3,8	50.000	2,1	-36,5%
Exhibició - Europa cinemes	187.500	5,4	205.000	9,9	201.500	8,3	-1,7%
MEDIA Internacional	-		-		50.000	2,1	
Total ajuts MEDIA a Catalunya	3.447.256	100,0	2.071.944	100,0	2.479.131	100,0	19,6%

Font: Elaboració pròpia amb dades estadístiques de Media Antena Catalunya.

a la distribució i la difusió televisiva i a desenvolupament amb un 74,2% entre totes dues. Per la seva banda, els ajuts dedicats a la promoció i a festivals, i a formació han obtingut un major creixement percentual respecte del 2007, amb un 42,9% i 42,1%, respectivament (vegeu la taula 60).

Quant als ajuts al desenvolupament, Castela Productions, SA, ha estat una de les empreses adjudicatàries per desenvolupar el seu projecte de *ficció/animació SF* amb un import de 190.000 euros, que representa quasi un 30% del total d'ajuts d'aquesta línia. Altres empreses catalanes beneficiades per aquests ajuts han estat Tomavistas, SL, amb el projecte d'animació *The Manairons*, amb un import de 80.000 euros, i Sagrera TV, Luna Films, Producciones cinematográficas, SL, i Lavínia Productora, SL, amb 60.000 euros cadascuna.

En la categoria d'ajuts a la formació, cal destacar els

175.000 euros atorgats a l'ESCAC el 2008 (51.873 euros més que l'any 2007).

En el capítol de distribució i difusió televisiva, nou empreses catalanes DeAplaneta, SL, Eurocine Films, SL, Manga Films, SL, Notro Films, SL, Sagrera TV, SA i la Sociedad General de Derechos Audiovisuales, Baditri, Sherlock i Sogedasa han rebut ajuts per un total d'1.153.631 euros.

En la línia d'ajuts a l'exhibició cinematogràfica, les sales de cinema catalanes que han rebut subvenció per part d'Europa Cinemes —la xarxa europea de sales d'exhibició— han estat les següents: Cinema Mèliès, Renoir, Icaria, Verdi i el Casablanca/Kaplan de Barcelona i el Cinema Truffaut de Girona. La quantitat atorgada durant l'any 2008 ha estat de 201.500 euros (3.500 euros menys que l'any passat).

Capítol III. La ràdio a Catalunya

1. Presentació

En aquest capítol s'analitza el sector radiofònic català des de diferents punts de vista prestant especial atenció als trets que l'han caracteritzat durant el 2008.

En el primer apartat es fa una radiografia del sector, tenint en compte els prestadors que hi ha a Catalunya. Un dels fets més rellevants de 2008 en aquest àmbit ha estat la resolució del procés concessional d'adjudicació de 83 noves freqüències de gestió privada, previstes en el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora d'FM aprovat el setembre de 2006 (Reial decret 964/2006). A partir de l'acord d'adjudicació 174/2008, de 7 de novembre, del Ple del Consell, es dobla pràcticament l'oferta radiofònica privada a Catalunya: de 95 concessions en FM es passa a 178.

En el sector públic ha predominat l'estabilitat durant tot el 2008 i no ha variat de manera substantiva el nombre de concessions en relació amb l'any anterior ni tampoc la seva oferta programàtica. Cal ressaltar que Catalunya Ràdio ha celebrat el 25è aniversari amb diversos actes i una programació especial de l'emissora, entre d'altres iniciatives.

En l'apartat dedicat a l'estudi de l'audiència radiofònica, es posa de manifest que l'any 2008 ha augmentat especialment la de les emissores generalistes i, en menor grau, la de les especialitzades, d'acord amb les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM) i el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Així, les generalistes han guanyat 53.000 persones oients i han arribat a la xifra d'1.586.000, d'acord amb l'EGM. Per la seva banda, les musicals es mantenen com les més escoltades, amb 1.624.000 seguidors, si bé només han crescut en 17.000 persones respecte al 2007. Finalment, les temàtiques han guanyat 2.000 oients i, en total, n'han assolit 197.000.

Pel que fa al rànquing dels prestadors en relació amb l'audiència, com en el 2007, Catalunya Ràdio s'ha situat líder amb 473.000 oients, seguida per la Cadena SER i RAC 1. De fet, aquesta darrera ha estat l'emissora generalista que més oients ha augmentat (41.000).

En el tercer apartat del capítol, que se centra en la programació radiofònica, es constata que la informació, l'entreteniment i l'esport han estat els gèneres majoritaris en les emissores generalistes, tal com passava l'any 2007.

El 2008 hi ha un augment de la presència de programació local (en desconexió) d'alguns grups estatals (SER FM i Onda Cero), tot i que no es pot considerar una tendència general, ja

que en emissores com ara COPE FM i Onda Rambla Punto Radio s'ha produït just el contrari.

Finalment, l'últim apartat aborda internet com a mitjà de difusió de continguts radiofònics. Durant aquest 2008 s'han consolidat molts dels webs de les emissores que emeten en analògic, que han fet que també es puguin sentir a través de la xarxa, tant en directe com a la carta.

També han aparegut ràdios exclusives per internet, com és el cas de dues de Catalunya Ràdio, CatMúsica, especialitzada en música clàssica, de Catalunya Música, i, des d'iCat fm, Xahrazad, dedicada a la difusió musical de veus femenines del món. Aquestes se sumen a les ja existents a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: iCatjazz, TotCat, MusiCatles i Mediterràdio, totes d'iCat fm.

2. L'oferta de ràdio a Catalunya

A Catalunya hi ha ràdios analògiques hertzianes tant en la freqüència modulada (FM) com en l'ona mitjana (OM); digitals per ones, com ara el DAB (*Digital Audio Broadcasting*), i per internet, una altra plataforma cada cop més important en la difusió de la ràdio. Aquest és un mitjà en creixement, ja sigui com una repetició del mateix que s'emet per via hertziana, o com a lloc d'emissió de continguts creats exclusivament per a internet. També es difonen continguts radiofònics en altres suports com ara el mòbil o el satèl·lit.

2.1. Les emissores en FM i OM

Les concessions de ràdio en FM i OM estan distribuïdes entre prestadors públics i privats amb àmbits de cobertura diversos.

El fet més remarcable de l'oferta de la ràdio de Catalunya l'any 2008 és la resolució per part del Consell de l'Audiovisual de Catalunya del concurs, convocat el desembre de 2007, per a l'adjudicació de 83 freqüències de ràdio de gestió privada, previstes en el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora d'FM aprovat el setembre de 2006.¹ A partir de l'acord d'adjudicació 174/2008, de 7 de novembre, del Ple del Consell, a Catalunya hi ha 83 noves concessions d'emissores privades, que s'afegeixen a les 95 ja existents. En total, doncs, de 2007 a 2008 el nombre de concessions passa de 95 a 178. En termes exclusivament quantitius, això és un increment substancial: les 83 concessions noves representen un creixement del 87,4% de les freqüències d'FM adjudicades al sector privat.

1 Reial decret 964/2006, d'1 de setembre.

Taula 1. Distribució geogràfica de les freqüències locals d'FM a Catalunya. Any 2008

Comarca	Població	Freqüències municipals	Freqüències privades			Total ^A
			Abans del concurs	Acord d'adjudicació	Total privades	
Barcelonès	2.235.578	5	12	0	12	17
Vallès Occidental	862.369	15	4	1	5	20
Baix Llobregat	781.749	21	2	0	2	23
Maresme	420.521	23	2	4	6	29
Vallès Oriental	386.465	14	2	0	2	16
Bages	181.346	15	3	6	9	24
Osona	150.139	7	2	8	10	17
Garraf	140.412	4	2	7	9	13
Anoia	114.810	9	2	0	2	11
Alt Penedès	101.758	8	2	0	2	10
Berguedà	41.488	2	1	0	1	3
Total Barcelona	5.416.635	123	34	26	60	183
Tarragonès	241.549	7	5	5	10	17
Baix Camp	187.403	7	5	0	5	12
Baix Penedès	95.644	6	1	0	1	7
Baix Ebre	81.304	6	3	5	8	14
Montsià	71.058	6	3	0	3	9
Alt Camp	44.178	4	1	0	1	5
Ribera d'Ebre	23.844	2	1	0	1	3
Conca de Barberà	21.161	3	1	0	1	4
Terra Alta	12.885	3	1	0	1	4
Priorat	9.869	2	0	0	0	2
Total Tarragona	788.895	46	21	10	31	77
Gironès	175.148	10	7	5	12	22
Selva	164.646	10	3	1	4	14
Alt Empordà	135.413	11	4	0	4	15
Baix Empordà	130.738	8	4	4	8	16
Garrotxa	54.437	5	1	4	5	10
Pla de l'Estany	29.645	1	1	0	1	2
Ripollès	26.831	3	1	4	5	8
Cerdanya	18.658	3	2	9	11	14
Total Girona	735.516	51	23	27	50	101
Segrià	197.391	10	6	8	14	24
Noguera	39.507	7	1	0	1	8
Pla d'Urgell	36.069	3	1	0	1	4
Urgell	36.064	3	1	0	1	4
Segarra	22.337	0	1	0	1	1
Alt Urgell	21.942	1	2	1	3	4
Garrigues	20.350	3	0	0	0	3
Pallars Jussà	13.715	2	1	2	3	5
Solsonès	13.685	2	1	0	1	3
Vall d'Aran	10.194	1	2	5	7	8
Pallars Sobirà	7.446	0	0	3	3	3
Alta Ribagorça	4.332	1	1	1	2	3
Total Lleida	423.032	33	17	20	37	70
Catalunya	7.364.078	253	95	83	178	431

A Suma de freqüències municipals més el total de privades.

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per a la població, de la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals, del RD 964/2006, d'1 de setembre, i del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En canvi, pel que fa a les freqüències municipals i a les d'ona mitjana, la tònica de 2008 ha estat l'estabilitat.

D'acord amb les previsions del Pla tècnic de l'FM de 2006, les noves 83 adjudicacions per a la gestió privada no han afectat igual totes les demarcacions ni totes les comarques (vegeu la taula 1). Les més beneficiades han estat Girona (amb 27 concessions més) i Barcelona (amb 26 més), seguides de Lleida (20) i Tarragona (10).

Des del punt de vista del conjunt d'emissores existents, d'acord amb la taula 1, Barcelona és la demarcació on el nombre de freqüències municipals i concessions privades està més desproporcionat, a favor de les primeres: 123 i 60, respectivament. En les altres demarcacions, el nombre de municipals i privades està més compensat: 46 i 31 a Tarragona; 33 i 37 a Lleida (únic lloc amb predomini de privades) i, a Girona, és quasi el mateix, 51 i 50.

En termes relatius, a Barcelona hi ha el 42,5% de l'oferta radiofònica de municipals i privades de Catalunya, a Girona el 23,4%, a Tarragona el 17,9 % i a Lleida el 16,2%.

Quant a l'ona mitjana (OM), des de 1978 no ha variat el nombre d'emissores a Catalunya: 22, deu de públiques i dotze de privades (vegeu la taula 2). Barcelona en té nou, Tarragona en té cinc, i Girona i Lleida, quatre. Les OM corresponen, quasi exclusivament, a cadenes estatals tant del sector públic com del privat.

En el sector públic, la Corporació RTVE, que gestiona els serveis públics de ràdio i televisió de titularitat estatal, en ràdio presta aquests serveis a través de la Societat Mercantil Estatal Radio Nacional de España, SA i disposa de nou concessions

d'OM. La CRTVE té presència a totes les demarcacions amb dues programacions en les seves freqüències. En cinc emet la seva programació generalista, Radio Nacional, i, en quatre, l'especialitzada, Radio 5 Todo Noticias. A escala nacional, COMRàdio en té una, i és l'únic prestador d'abast català que disposa d'una concessió en OM.

Pel que fa a les concessions de titularitat privada, les programacions d'OM pertanyen a grups d'àmbit estatal com, per exemple, Prisa o Cope.

2.1.1. Els prestadors públics

El 2008, el sector públic ha estat marcat per l'estabilitat en el nombre de prestadors i en els programes que ofereixen. Així, els prestadors públics a Catalunya són la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), COMRàdio, la Corporación de Radio Televisión Española (CRTVE) i 253 ràdios municipals de cobertura local.

Prestadors públics nacionals

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) disposa de 216 freqüències a Catalunya, que gestiona a través del prestador Catalunya Ràdio SRG, SA i mitjançant les quals difon quatre emissores: la generalista Catalunya Ràdio, que l'any 2008 ha celebrat el vint-i-cinquè aniversari, i les especialitzades Catalunya Música, Catalunya Informació i iCat fm.

En termes organitzatius, l'any 2008 s'han concretat els canvis introduïts per la Llei 11/2007, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Així, en la línia de les previsions de la Llei, a l'abril el Consell de Govern de la CCMA

Taula 2. Distribució geogràfica de les freqüències d'OM a Catalunya. Any 2008

Comarca	Població	Freqüències públiques	Freqüències privades	Total
Barcelonès	2.235.578	2	3	5
Vallès Occidental	862.369	1	1	2
Bages	181.346	0	1	1
Garraf	140.412	0	1	1
Total Barcelona	5.416.635	3	6	9
Tarragonès	241.549	2	0	2
Baix Camp	187.403	0	2	2
Baix Ebre	81.304	1	0	3
Total Tarragona	788.895	3	2	5
Gironès	175.148	2	1	3
Alt Empordà	135.413	0	1	1
Total Girona	735.516	2	2	4
Segrià	197.391	2	2	4
Total Lleida	423.032	2	2	4
Total Catalunya	7.364.078	10	12	22

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya per a la població i del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç [En línia]

<<http://www.mityc.es/telecomunicaciones/Espectro/RadioTV/OM/Paginas/ondasmediasOM.aspx>> [Consulta: juny de 2009].

Taula 3. Nombre de freqüències del sector radiofònic públic d'àmbits nacional i estatal. Any 2008

Emissora	FM	OM	Total
Catalunya Ràdio SRG, SA	216	0	216
Catalunya Ràdio	54	0	54
Catalunya Informació	54	0	54
Catalunya Música	54	0	54
iCat fm	54	0	54
COMRàdio (xarxa local)	158	1	159
COMRàdio	22 + 136 ^A consorciats	1	159
RTVE	76	9	85
Radio Nacional	18	5	23
Radio Clásica	17	0	17
Radio 3	13	0	13
Ràdio 4	18	0	18
Radio 5 Todo Noticias	10	4	14
TOTAL	450	10	460

A Dades actualitzades l'octubre de 2009.

Font: Elaboració pròpia a partir de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (<<http://www.ccma.cat>>), Radio Nacional de España (<<http://www.rtve.es>>) [Consultes: juliol de 2009] i COMRàdio.

—el president i la resta de membres del qual van ser nomenats pel Parlament el mes de gener— va escollir Rosa Cullerell com a directora general de la Corporació i, el mes de maig, a proposta de la directora general, va nomenar Mònica Terribas directora de TV3 i Oleguer Sarsanedas director de Catalunya Ràdio. Mentre que Terribas substituïa Francesc Escribano en la direcció de TVC, Sarsanedas ja era director de Catalunya Ràdio des de l'any 2005.

A final de 2008, el Consell de la CCMA va aprovar, a proposta del mateix Sarsanedas, una reorganització de l'equip directiu del grup d'emissores de Catalunya Ràdio. Entre d'altres, el nou organigrama incloïa la creació d'una nova àrea d'Estratègia, juntament amb responsables nous a les àrees de Programes i d'Informatius.

Amb motiu de la commemoració del 25è aniversari de Catalunya Ràdio, durant tot l'any es van realitzar diversos actes, que van culminar el 20 de juny amb una programació especial commemorativa i dues representacions al Teatre Nacional de Catalunya de Barcelona de l'espectacle "Catalunya Ràdio, 25 anys", que també va retransmetre en directe.

També es va fer un web especial per commemorar els anys d'emissió de la cadena: <<http://lanostrahistoria.catràdio.cat/>>. Amb una estructura cronològica, el web arrenca el 1983 amb l'inici de la ràdio i incorpora una selecció de 1.800 fotografies i 800 àudios que han sonat per antena durant aquest període, a més de vídeos d'espots i informacions que TV3 ha dedicat a l'emissora. Es poden trobar cròniques de moments històrics

com ara la caiguda del mur de Berlín, entrevistes amb personatges rellevants com ara Salvador Dalí, Pere Calders o Montserrat Roig.

D'altra banda, COMRàdio, a més de ser la ràdio municipal de l'Ajuntament de Barcelona, és la marca que identifica els continguts radiofònics produïts pel Consorci de Comunicació Local. El Consorci associa consistoris que, a les seves emissores municipals, difonen els programes de la marca COMRàdio. El producte COMRàdio s'emet en FM des de 158² freqüències i ajuntaments consorciats. D'altra banda, pel que fa a l'OM, COMRàdio, a través de Compañía de Emisiones y Publicidad, SA (CEPSA), és l'únic prestador públic d'àmbit nacional amb una freqüència d'aquesta tipologia que, des de 2007, ofereix un nou producte (Sintonia COM) que té com a objectiu contribuir a la integració dels nous catalans. La seva programació es basa en música llatina i catalana i en continguts que afavoreixin la integració (<<http://www.latincomradio.com>>).

Prestadors públics estatals

La societat operadora del servei públic estatal de ràdio, SME RNE, té 85 freqüències (76 en FM i 9 en OM) a Catalunya, que emeten cinc productes diferents: Radio Nacional (abans Radio 1), Radio Clásica, Radio 3, Ràdio 4 i Radio 5 Todo Noticias. El 2008 el nombre de freqüències de RNE s'ha mantingut. D'altra banda, hi hagut canvis en la CRTVE que han afectat tant la ràdio com la televisió.

Ràdio 4, l'emissora en català del grup públic estatal, es va

2 Dades actualitzades l'octubre de 2009.

traslladar al districte del 22@ de Barcelona l'any 2008 i el 23 d'abril va inaugurar el local oficialment. Les noves instal·lacions disposen de sis estudis radiofònics, un dels quals preparat per a l'emissió d'espais en directe amb públic i amb una capacitat per a més d'una trentena de persones. La direcció de l'emissora també va canviar el mateix any. A partir de l'1 de maig, Montserrat Melià Roset, fins llavors cap d'informatius de RNE a Catalunya, va substituir en el càrrec Antoni Vidal.

Un altre fet de 2008 és l'aprovació a l'abril del primer Estatut d'Informació de la Corporación Radio Televisión Española (CRTVE) a través d'un referèndum entre els seus treballadors. Aquest estatut el van elaborar el Consell d'Administració i la Comissió Redactora escollida entre els professionals, d'acord amb la Llei de l'estat 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal. Els primers Consells d'Informatius de RTVE, formats per 22 professionals (13 vocals del Consell de TVE i 9 del de RNE), es van constituir oficialment³ el 15 de juliol de 2008 amb quatre objectius bàsics: vetllar per la independència dels professionals i de la CRTVE, informar sobre la línia editorial, elaborar un llibre d'estil i informar, amb caràcter no vinculant, dels nomenaments dels directors dels serveis informatius.

Finalment, i continuant amb les modificacions motivades per la nova Llei 17/2006, el Consell d'Administració de la CRTVE⁴ va aprovar el contracte-programa el 2007, una necessitat plantejada des del Mandat marc a la CRTVE. En l'annex 1 del contracte-programa s'inclou l'oferta de Radio Nacional de España, que roman igual amb sis emissores (Radio Nacional, Radio Clásica, Radio 3, Ràdio 4, Radio 5 Todo Noticias y Radio Exterior de España).

Prestadors públics locals

A Catalunya, el 2008 hi ha 253 emissores municipals amb concessió, ja sigui provisional o definitiva. D'acord amb la distribució geogràfica (vegeu la taula 1), Barcelona en concentra quasi la meitat (48,6%), seguida de Girona (20,2%), Tarra-

gona (18,2%) i Lleida (13,0%). D'aquestes 253, el 2008 n'hi ha 19 d'inactives, xifra que representa el 7,5% del total.

Durant l'any, el Govern de la Generalitat⁵ va atorgar la concessió definitiva per a la prestació del servei de radiodifusió sonora a nou ajuntaments: Sant Cugat del Vallès (Vallès Occidental), Malgrat de Mar (Maresme), Montesquiu (Osona), Sant Feliu de Guíxols (Baix Empordà), Cadaqués (Alt Empordà), Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant (Baix Camp), Constantí (Tarragonès), Roda de Barà (Tarragonès) i Tossa de Mar (Selva).

També ha estat un any d'aniversaris en l'àmbit local. Olesa Ràdio⁶ i Ràdio Taradell⁷ van celebrar els 25 anys d'emissió el 2008. Ràdio L'Hospitalet de l'Infant commemorava els vint anys des que va començar a emetre en període de proves (<http://www.radiohospitalet.cat>) i, Ona Valls, 10 anys d'emissió.

D'altra banda, el 20 de maig de 2008 es va presentar el *Llibre blanc de la ràdio local pública*,⁸ un encàrrec del III Congrés de la Ràdio Municipal (10 i 11 de novembre de 2006) a la Federació de Ràdios Locals de Catalunya. El *Llibre blanc* és una radiografia del sector radiofònic que pretén ser una guia sobre els mínims imprescindibles per a la ràdio local pública.⁹

2.1.2. Els prestadors privats

A final de 2008 el panorama radiofònic català canvia amb l'augment de 83 concessions d'FM privades (de 95 passa a 178).¹⁰ Tot i així, aquesta modificació no ve de nou el 2008, sinó que es tracta de la concreció d'un procés que ja havia començat abans. El 2006, amb el Reial decret 964/2006, d'1 de setembre, es va aprovar el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora d'FM, que preveia 200 freqüències a Catalunya, 95 de les quals ja estaven adjudicades, 22 es van reservar per a la gestió pública¹¹ i les 83 restants van ser objecte de concessió el 2008. Aquestes últimes corresponen, en la majoria dels casos, a les freqüències contingudes en l'anomenat Pla pilot.¹²

Pel que fa a la distribució geogràfica, tenint en compte les noves adjudicacions, el rànquing de demarcacions quant a nombre de concessions privades es modifica en part: les dues

3 "RTVE 'alumbró' sus Consejos de Informativos para velar por el rigor y la independencia" [En línia] <<http://www.rtve.es/noticias/20080715/rtve-alumbra-sus-consejos-informativos-para-velar-por-rigor-independencia/115786.shtml>> [Consulta: agost de 2009].

4 Vegeu l'apartat 2.2. del capítol IV d'aquest mateix informe.

5 Acords de Govern 60/2008, de 26 de febrer (DOGC núm. 5107, 9 d'abril de 2008); 217/2008, de 16 de desembre (DOGC núm. 5295, 13 de gener de 2009); 216/2008, de 16 de desembre (DOGC núm. 5295, 13 de gener de 2009); 215/2008, de 16 de desembre (DOGC núm. 5295, 13 de gener de 2009); 214/2008, de 16 de desembre (DOGC núm. 5295, 13 de gener de 2009); 213/2008, de 16 de desembre (DOGC núm. 5295, 13 de gener de 2009); 126/2008, d'1 de juliol (DOGC núm. 5175, 17 de juliol de 2008); 164/2008, de 14 d'octubre (DOGC núm. 5244, 27 d'octubre de 2008) i 125/2008, d'1 de juliol (DOGC núm. 5175, 17 de juliol de 2008).

6 "Olesa Ràdio celebra els seus 25 anys", *Regió 7* (5 de gener de 2008).

7 [En línia] <<http://www.radiotaradell.net/index2.php?p=historia>> [Consulta: juny de 2009].

8 GENERALITAT DE CATALUNYA [et al.] *Llibre blanc de la ràdio local pública*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2008.

9 Vegeu l'apartat 4.3 d'aquest mateix capítol.

10 Vegeu el capítol I d'aquest informe.

11 Vegeu el capítol III de l'*Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2006*.

12 Vegeu dins del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007* l'apartat 2.6. Processos concessional: el Consell de l'Audiovisual de Catalunya aprova el plec de clàusules per al concurs de 83 concessions de ràdio en freqüència modulada per a particulars, i el capítol III del mateix informe.

Taula 4. Nombre de freqüències d'FM del sector radiofònic privat a Catalunya. Per grup i tipus de vinculació.^A Desembre de 2008

Àmbit	Grup	Empresarial i Programació			Programació						Total		
		Generalista		Especialitzada		Generalista		Especialitzada		Altres	Abans concurs	Acord adjudicació	TOTAL
		Abans concurs	Acord adjudicació	Abans concurs	Acord adjudicació	Abans concurs	Acord adjudicació	Abans concurs	Acord adjudicació				
Estatel	Prisa	15 ^B	4	13	5	6 ^C	0	3	0	0	37	9	46
	Planeta	5	2	1	6	0	0	0	0	0	6	8	14
	Cope	5 (+1)	0	3	0	0	0	0	0	0	8 (+1)		8 (+1)
	Vocento	0	0	0	0	8	0	0	0	0	8		8
	Radio Blanca	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1		1
	Zeta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 ^D (+1)		1 ^D (+1)
	Unidad Editorial	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1		1
	Intereconomía	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1		1
	Total estatal	25	6	18	11	14	0	3	0	2	63	17	80
	Godó	8	7	1	10	0	0	5 ^E	0	0	14	17	31
Nacional	Flaix	0	0	3	12	0	0	1	0	0	4	12	16
	Tele Taxi	0	0	2	12	0	0	1	0	0	3	12	15
	Estel	0	0	0	0	0	0	4	7	0	4	7	11
	Total nacional	8	7	6	34	0	0	11	7	0	25	48	73
	Segre	0	0	1	3	0	0	0	0	0	1	3	4
Local, comarcal i supracomarcal	La Manyana	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	3	3
	Gum	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2		2
	Ràdio Marina	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2
	Mola TV	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	2
	Altres ^F	0	6 ^G	3 ^H	3 ^I	0	0	0	0	0	3	9	12
	Total local, comarcal i supracomarcal	0	7	7	10	0	1	0	0	0	7	18	25
	TOTAL	33	20	31	55	14	1	14	7	2	95	83	178

- A** La vinculació entre les freqüències pot ser empresarial o per programació. L'empresarial correspon a la suma de freqüències de més d'un prestador radiofònic amb vincles empresarials entre ells, a les quals s'afegeix la matriu del grup. La vinculació per programació és la suma de les freqüències de diferents prestadors que emeten una mateixa oferta programàtica.
- B** Inclou una concessió que va ser adjudicada a la societat Zeta Rock and Gol, SL. No obstant això, l'anterior titular (Avante Radio, SA) va impugnar l'adjudicació, que encara no ha estat resolta. Actualment es continua emetent Ràdio Girona 2 (SER).
- C** Inclou Ràdio Lleida Pallars de Ràdio 13 de Catalunya, vinculada empresarialment a Cope.
- D** Es tracta de la concessió de la societat de Zeta Rock and Gol SL que no emet (91.8 MHz de la Bisbal d'Empordà), raó per la qual està ubicada en aquesta columna.
- E** Inclou tres emissores de Ràdio Associació de Catalunya, SCCL.
- F** Són aquells prestadors que tenen una única concessió. En alguns casos, tenen altres mitjans a part de la concessió i, en altres, no.
- G** Inclou Montserrat Ràdio, Edicions Intercomarcals, Costa Brava TV Ràdio, ECAP, El 3 de vuit ràdio, El 9 nou ràdio.
- H** Inclou Imagina Ràdio, Ràdio Aran, Ràdio Vic.
- I** Inclou Bon dia Ràdio, FM La Veu de l'Ebre i Pròxima FM.

Font: Elaboració pròpia.

primeres posicions es mantenen amb Barcelona (60) i Girona (50). En la tercera i la quarta posicions hi ha un intercanvi: Lleida (37) avança Tarragona (31). A diferència del que passava amb la distribució de les 95 concessions, en la distribució de les 178 la demarcació de Barcelona té 29 freqüències més que Tarragona, mentre que abans de les noves adjudicacions, les que més distaven en nombre de freqüències eren Barcelona i Lleida amb 17.

Les Garrigues i el Priorat es mantenen com les úniques comarques sense cap concessió privada. Abans del procés concessional, el Pallars Sobirà es trobava en una situació similar, amb l'afegit que, a més, tampoc no en tenia cap de municipal. Amb el Pla tècnic aquesta realitat canvia i passa a tenir-ne tres de privades.

A part de les Garrigues i el Priorat, hi ha 20 comarques catalanes més —entre les quals el Barcelonès— en què el Pla tècnic no planificava cap concessió nova. Per tant, les 83 freqüències s'han distribuït entre 19 comarques (vegeu la taula 1) i, d'aquestes, els augments superiors s'han donat a la Cerdanya (9), el Segrià i Osona (8 en cada cas), el Garraf (7) i el Bages (6). Aquestes cinc comarques concentren prop de la meitat de les 83 concessions (45,8%).

Des d'una altra perspectiva, en termes de l'oferta programàtica existent a Catalunya, el desembre de 2008 (vegeu la taula 4) i sense distingir entre els diversos grups, a Catalunya hi ha 68 concessions amb una programació generalista i 109 amb una d'especialitzada (107 de les quals són musicals).

Del total de concessions d'FM privada a Catalunya el desembre de 2008 (vegeu la taula 4), 174 tenen vinculació amb grups de comunicació i quatre són independents. Amb les noves adjudicacions s'ha produït un doble efecte: d'una banda, una major concentració en cadenes, i de l'altra, una diversificació multimèdia. De les 174 vinculades a grups, 80 concessions pertanyen a grups de comunicació o cadenes estatals, 73 a grups o cadenes nacionals i 21 formen part de grups o cadenes locals, comarcals i supracomarcals. Les quatre emissores independents, és a dir, aquelles no vinculades a cap grup de comunicació o cadena de ràdio, representen un 2,2% de l'oferta radiofònica. Abans de la resolució del procés concessional de 2008, també eren quatre les emissores d'aquest tipus, i representaven un 4,2% de les 95 privades existents aleshores.

Grups privats catalans

L'adjudicació de les 83 concessions noves ha comportat canvis quantitatius pel que fa a les freqüències vinculades als quatre grups autòctons de cobertura nacional —Godó, Flaix, Tele Taxi i Estel—, que conjuntament han estat adjudicataris de més de la meitat, 48. D'aquesta manera, han passat de 25 (26,3% de les 95 concessions privades existents el 2007) a 73 (41% de les 178 concessions privades de 2008). Pel que fa a la tipologia de programació, destaca l'augment de les emissores especialitzades musicals; de les 48 adjudicades a grups d'àmbit nacional, el 85% correspon a musicals.

Grupo Godó és el que el 2008 ha augmentat més el nombre de freqüències, amb 17 de noves, de manera que passa de 14 a 31. D'aquest total, 15 són de tipologia generalista (RAC1) i 16 són de tipologia musical (RAC105).

Al Grupo Godó el segueixen en augment de freqüències (12 més) dos grups catalans: Flaix i Tele Taxi, que ofereixen productes únicament de tipologia musical. Flaix continua amb la diversificació entre Flaix FM i Ràdio Flaixbac. De la mateixa manera, Tele Taxi emet Ràdio Tele Taxi i Ràdio RM.

Abans del procés concessional, Flaix disposava de quatre freqüències. Tot i que n'ha augmentat menys que Grupo Godó, proporcionalment representa un gran canvi (16 freqüències en total).

Tele Taxi disposa a final de 2008 de 15 freqüències a Catalunya. De la mateixa manera que passa amb Flaix, les 12 concessions de nova adjudicació afecten substancialment el grup amb un augment de la seva cobertura.

Finalment, Estel, a través de Fundació Missatge Humà i Cristià (vinculada a l'Arquebisbat de Barcelona) i Ens de Comunicacions (vinculada amb el Bisbat de la Seu d'Urgell), augmenta el nombre de freqüències en 7 i passa a tenir-ne 11. Aquestes fan una programació majoritàriament musical.

Grups privats amb implantació estatal

El conjunt de prestadors vinculats a grups de cobertura estatal s'ha vist reforçat amb 17 concessions més per l'adjudicació de novembre de 2008. Tot i així, l'efecte conjunt del procés concessional ha fet que, en termes relatius, els prestadors d'implantació estatal hagin perdut pes en el panorama radiofònic català. En concret, la seva presència ha disminuït un 20% i ha passat de concentrar les dues terceres parts de les concessions existents el 2007 amb un 66% (63 de 95) a un 45% (80 de 178).

Les 17 freqüències noves s'han distribuït entre dos grups: Prisa i Planeta. Prisa ha obtingut nou concessions després de l'adjudicació de freqüències i continua sent, amb diferència, el grup amb més concessions del panorama radiofònic català. Planeta, amb 8 concessions més, se situa darrera de Prisa pel que fa al nombre de concessions.

Prisa agrupa en total 46 freqüències (vegeu la taula 4), que representen el 25,8% de les 178. D'aquestes, 25 són generalistes (Cadena SER) i, les 21 restants, de diferents tipus de programació musical.

Planeta té 14 concessions: set de programació generalista (Onda Cero) i set de musical amb dos productes, Europa FM i Onda Melodía. Aquesta darrera és un producte nou a Catalunya que, pel tipus de música, es caracteritza per voler arribar a un públic a partir dels 45 anys.

Pel que fa a la resta de grups, el nombre de freqüències no s'ha modificat: COPE continua amb vuit, cinc de tipologia generalista (COPE) i tres de musical (Cadena 100). Vocento també es manté amb vuit, en aquest cas generalistes (Onda Rambla Punto Radio). Aquestes concessions pertanyen a Luis del Olmo i tenen una vinculació per programació amb Punto Radio.

Radio Blanca té una concessió que en l'FM emet la programació de tipus musical pròpia del grup (Kiss FM).

Grupo Zeta és titular de dues concessions per a la prestació del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència: les corresponents a la freqüència 91.8 MHz de la Bisbal d'Empordà i a la freqüència 94.4 MHz de Roses. Amb relació a aquesta darrera, s'ha de recordar que l'anterior titular (Avante Radio, SA) en va impugnar en via jurisdiccional l'adjudicació i aquesta controvèrsia encara no ha estat resolta.

Les dues programacions especialitzades no musicals corresponen a Radio Marca (producte d'Unidad Editorial), de temàtica esportiva, i a Intereconomía (del grup amb el mateix nom), de temàtica econòmica.

Grups privats d'abast local, comarcal i supracomarcal i emissores independents

L'adjudicació de novembre de 2008 ha canviat la quantitat de grups i prestadors locals, que ha crescut amb 18 concessions més. Així, aquest conjunt ha passat de representar el 7% d'un total de 95, al 14% d'un total de 178.

Hi ha cinc grups que acumulen més de la meitat de les concessions vinculades a grups d'àmbit local, comarcal o supracomarcal (13): Segre, La Manyana, Mola TV, Ràdio Marina i Gum. Les 12 concessions restants estan repartides entre prestadors vinculats a grups de comunicació amb una sola concessió, o bé emissores independents (vegeu la taula 4).

Segre i La Manyana són els grups de caràcter local, comarcal o supracomarcal que més concessions han rebut en el procés concessional de 2008. D'aquesta manera, Segre Ràdio, que ja tenia una concessió, s'ha situat com el grup d'aquest tipus amb més concessions (4). Segre és un grup multimèdia que, a part de ràdio, també disposa de concessions de TDT, així com premsa escrita. L'altre adjudicatari de tres concessions ha estat La Manyana,¹³ vinculat a les comarques lleidatanes, que també es concep com a grup multimèdia ja que ofereix, a més, premsa escrita.

Mola TV ha estat adjudicatària de dues concessions en el procés concessional de 2008. Aquest grup és concessionari d'un programa de TDT a la demarcació de Sabadell i amb aquestes freqüències completa la seva oferta audiovisual.

Després de l'acord d'adjudicació, Ràdio Marina ha sumat una concessió més d'FM (al Maresme) a la que ja tenia a la Selva.

Pel que fa a Gum, continua amb les dues concessions que tenia a les comarques lleidatanes i no ha estat adjudicatari de cap més el 2008.

Com s'ha dit, els 12 prestadors restants situats a la categoria "Altres" (vegeu la taula 4) es caracteritzen per tenir una sola

concessió; vuit estan vinculats a grups de comunicació local i quatre són independents.

Els vuit primers han aparegut al panorama radiofònic català de l'FM a partir de l'Acord d'Adjudicació de 2008. Es tracta d'Edicions Intercomarcals, SA, editora del diari *Regió 7* i concessionària de TDT; D9 Comunicació, SL (Costa Brava TV Ràdio), concessionària de TDT i editora d'un setmanari digital; ECAP, concessionària de TDT; Publicacions Penedès, SA (3 de vuit ràdio), concessionària de TDT i editora d'un setmanari; Premsa d'Osona, SA (el 9 nou ràdio), propietària del diari *El 9 nou*; Grupo Simalro, SL (Bon dia Ràdio), propietari del diari gratuït *Bon dia Lleida*; Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL (Pròxima FM), titular d'un DAB supracomarcal i de dos programes de TDT; FM la Veu de l'Ebre, que forma part del mateix grup que el setmanari *La Veu de l'Ebre* i que és propietària del 90% d'EBE Imatge i Comunicació, SL, titular d'un programa de TDT.

Finalment, Ràdio Vic, Ràdio Aran, Imagina Ràdio i Montserrat Ràdio són els quatre prestadors independents, i només el darrer ha sorgit a partir del concurs.

Modificacions empresarials

En l'àmbit empresarial, el 2008 s'han produït alguns canvis que han comportat l'extinció d'algunes societats concessionàries. Així, Radiocat XXI, SLU, del Grupo Godó, ha absorbit les societats Ràdio El Masnou-Maresme, SAU (titular de l'explotació de la freqüència 87.7 MHz del Masnou) i Ràdio i Televisió de Sant Celoni, SLU (titular de l'explotació de la freqüència 102.5 MHz de Sant Celoni),¹⁴ que s'extingeixen i, com a conseqüència, deixen de ser concessionàries, atès que els contractes continuen amb l'entitat absorbent.

En la mateixa línia, Sociedad Española de Radiodifusión, SA ha absorbit la societat Ona Catalana, SA i diverses societats prèviament absorbides, per la seva banda, per Ona. Concretament, aquestes societats són Gironina de Ràdio, SAU (95.1 MHz de Girona), Bergadana de Ràdio i Televisió, SLU (95.7 MHz de Berga), Ràdio Costa Brava, SAU (96.3 MHz de Palamós) i Ràdio La Cerdanya, SAU (89.8 MHz de Puigcerdà). Totes aquestes han perdut la seva condició de concessionàries, atesa la seva extinció com a conseqüència de les operacions d'absorció.¹⁵

A més, durant el 2008 el Consell de l'Audiovisual va autoritzar la transmissió de la concessió per a l'explotació del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència corresponent a la localitat de la Seu d'Urgell (98.1 MHz), propietat d'Urgellesa de Ràdio i Televisió, SA, a Onda Ramblas, SA,¹⁶ tot i que aquesta transmissió no suposa un canvi en el control d'aquesta darrera societat ja que totes dues societats estaven controlades pel mateix soci final.

¹³ La Manyana havia estat concessionària durant deu anys de la 94.1 MHz de Lleida, que el 2007 va vendre a Uniprex, SAU, que en aquest període ja havia emès la seva programació (vegeu *l'Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2007*, pàgina 232).

¹⁴ Acord 106/2008, de 25 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

¹⁵ Acord 85/2008, de 4 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

¹⁶ Acord 168/2008, de 29 d'octubre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'any 2008, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya també autoritza la transmissió de la concessió corresponent a la freqüència 88.0 MHz de la Jonquera per part de la seva anterior titular, la societat Ràdio 13 de Catalunya, SAU, en favor d'On-da Ramblas, SA.¹⁷

Pel que fa a altres aspectes relatius als títols habilitants, cal afegir que el Govern ha atorgat definitivament els contractes per al servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència de gestió per particulars a les emissores següents: freqüència 101.8 MHz¹⁸ de Montblanc, propietat d'Emissions Miramar, SA, i freqüència 97.7 MHz¹⁹ de Rubí, propietat de Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA.

Així mateix, el Consell ha autoritzat la renovació de la concessió per a l'explotació del servei de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència, propietat de Ràdio Ciutat de Manresa, SL (titular de la concessió corresponent a la freqüència 101.7 MHz de Manresa).²⁰ En el mateix acord, el Consell també va aprovar una modificació d'estructura de capital de l'esmentada societat Ràdio i Ciutat de Manresa, SL.

D'altra banda, el Consell també ha autoritzat una modificació de l'estructura de capital de la societat Catalana i Aranese de Telecomunicacions, SLU, titular de dues concessions per a l'explotació dels serveis de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència (concretament Pont de Suert, 99.3 MHz i Vielha e Mijaran, 93.3 MHz). Com a conseqüència d'aquesta operació, el soci que va adquirir les participacions va esdevenir soci únic de la societat prestadora esmentada.²¹

Finalment, s'han produït algunes modificacions de participacions minoritàries en l'estructura accionarial de les societats Ràdio Marina, SA i Club de Ràdio Terrassa, SA, que no han suposat cap incidència en el control del capital.

Malgrat tots aquests canvis s'ha de recalcar que la nova situació no ha implicat en cap dels supòsits expressats una incidència significativa ni pel que fa al producte finalment ofert per les emissores implicades ni pel que fa al pluralisme extern dels mitjans.

2.1.3. Altres ràdios en FM

A Catalunya hi ha una sèrie d'emissores que emeten tot i no tenir títol habilitant. N'hi ha de diversos tipus, des de comercials amb afany de lucre fins a les que formarien part del tercer sector²² (ràdios de districte o barri, d'escoles, lliures, de caràcter religiós, juvenils, d'associacions, etc.). L'any 2008, el Consell de l'Audiovisual va instar el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació a adoptar les mesures oportunes en relació amb les emissions sense títol habilitant,²³ atès que aquesta ocupació de l'espectre radioelèctric podia suposar-ne un ús indegut.

2.2. La ràdio digital

DAB

Hi ha 66 programes de DAB a Catalunya, nombre que no ha variat el 2008, com tampoc ho ha fet la distribució entre públics (6) i privats (60).²⁴ El DAB públic pertany a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Pel que fa a les 60 concessions privades, 12 són nacionals (sis amb desconexions nacionals i sis provincials), 24 són supracomarçals i 24 són comarçals (vegeu la taula 5). A diferència de la televisió, en ràdio no hi ha cap data d'apagada analògica. De fet, els prestadors de DAB tenen de marge fins al 31 de desembre de 2011 per acomplir l'obligació d'assolir com a mínim una cobertura del 80% de la població del seu àmbit territorial.

El 2008 el CAC va autoritzar canvis accionaris a Comit Audiovisual, SL, adjudicatària de sis concessions de DAB (tres d'àmbit comarcal i tres de supracomarcal),²⁵ que no han tingut cap incidència en el control del capital de la societat.

En la línia d'experimentar amb el DAB, el maig de 2008 Abertis va realitzar proves de la nova versió DAB+ (una millora del DAB) amb la intenció de conèixer la qualitat de la codificació AAC+ en diferents graus de compressió,²⁶ provar les emissions en so envoltant (*so surround*) i de serveis avançats així com la recepció de diferents àmbits (rural, urbà, mòbil) amb diferents receptors. Les proves es van realitzar utilitzant un transmissor ubicat a Collserola, a Barcelona.

17 Acord 86/2008, de 4 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

18 Acord de govern 165/2008, de 14 d'octubre. (DOGC de 27 d'octubre de 2008).

19 Acord de govern 73/2008, de 22 d'abril (DOGC de 9 de maig de 2008).

20 Acord 104/2008, de 18 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

21 Acord 90/2008, d'11 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pel qual s'aprova la modificació de l'estructura accionarial de la societat Catalana i Aranese de Telecomunicacions, SL.

22 La Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, preveu la reserva d'espai públic de comunicació per a les "empreses privades sense ànim de lucre", "atenent a la contribució que facin a la realització de finalitats d'interès general i de manera proporcionada a aquesta contribució" (art. 70) i estableix que els poders públics competents en matèria audiovisual han de fomentar les iniciatives orientades al desenvolupament de l'activitat audiovisual sense ànim de lucre (art 71). La llei també inclou explícitament, entre les competències del Govern, "establir i aplicar mesures de foment, protecció i promoció de l'activitat audiovisual sense ànim de lucre" (art. 111.f). Les previsions de la llei encara no s'han desenvolupat.

23 Acord 107/2008, de 25 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

24 Vegeu l'apartat 2.2. del capítol III de l'*Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2007*.

25 Acord 78/2008, de 21 de maig, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

26 "Abertis realiza pruebas del nuevo estándar DAB+", *Intermedios* (8 de juny de 2008).

Taula 5. Programes de DAB nacional, supracomarcal i comarcal a Catalunya. Any 2008

Zona de servei		DAB públics	DAB privats	Total
Nacional	Sense desconexió	6	0	6
	Desconnexions provincials	0	6	6
	Desconnexions regionals	0	6	6
Total nacional		6	12	18
Supracomarcal		0	24	24
Comarcal		0	24	24
Total supracomarcal i comarcal		0	48	48
TOTAL		6	60	66

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3. L'audiència de ràdio a Catalunya

El 2008 l'audiència radiofònica a Catalunya presenta trets diferencials respecte a l'any 2007 i es caracteritza pel creixement d'oients en els tres tipus d'emissores —generalistes, musicals i temàtiques—, d'acord amb les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM). Les cadenes de programació generalista, que són les que experimenten un increment més acusat, tenen 1.586.000 oients, 53.000 més que l'any anterior. Les musicals també milloren els resultats i continuen sent les més escoltades, amb 1.624.000 seguidors (17.000 més que el 2007). I, pel que fa a les temàtiques, guanyen 2.000 oients i arriben als 197.000.

Per demarcacions, a Barcelona, si bé l'audiència continua preferint la ràdio musical (1.209.000 oients) davant de la generalista (1.177.000 oients), la distància entre un tipus i l'altre s'escurça a causa del notable creixement de 25.000 seguidors que experimenten les generalistes i de la petita davallada que pateixen les musicals (perden 3.000 oients). És destacable l'evolució de les ràdios temàtiques a Barcelona, que passen de 150.000 oients el 2007 a 158.000 el 2008.

A Girona creixen tant les musicals (162.000), preferides pel públic gironí, com les generalistes (155.000); en canvi, les temàtiques perden 6.000 oïdors respecte a l'any anterior. Lleida és l'única demarcació catalana on l'audiència acumulada del conjunt de les generalistes (90.000 oients) supera —tot i que lleugerament— la de les de temàtica musical (86.000); els dos tipus de cadenes milloren les dades de 2007. I, pel que fa a Tarragona, la diferència entre musicals (167.000) —que perden 1.000 seguidors— i generalistes (164.000) —en guanyen 5.000— és de només 3.000 persones (vegeu la taula 6).

Atenent a l'audiència acumulada de les emissores generalistes en territori nacional, Catalunya Ràdio manté el 2008 el lideratge amb 473.000 oients, si bé amb 9.000 menys que el 2007. A continuació, la Cadena SER en capta 439.000, tot i que en perd 5.000. Per la seva banda, és destacable l'augment de 41.000 oients —el més alt de les generalistes— que experimenta RAC1, que es referma en la tercera posició amb

319.000 persones. També creix l'audiència d'Ona FM (15.000, +3.000), malgrat que cal puntualitzar que la dada de 2007 feia referència a la segona i tercera onades, i la de Ràdio 4 (10.000, +1.000).

La classificació de ràdios generalistes té especificitats a cada demarcació, tal com mostren les taules 7, 8, 9 i 10. De la mateixa manera que el 2007, la cadena amb més audiència a Barcelona és la Cadena SER (350.000), seguida de Catalunya Ràdio (313.000) —és on les dues emissores pateixen la pèrdua més notable d'audiència, amb 11.000 i 12.000 oients menys que el 2007, respectivament— i de RAC1 (237.000), que en guanya 26.000. Posteriorment se situen la COPE (108.000, -6.000), Onda Cero (106.000, -9.000) i Onda Rambla Punto Radio (77.000, -3.000). En el setè i el vuitè llocs del rànquing barceloní, Radio Nacional (69.000) (abans Radio 1) millora els resultats en 2.000 oients, mentre que COMRàdio (22.000) en perd 3.000. Finalment, en les darreres posicions hi ha la catalana Ràdio 4 (8.000, +1.000) i Ona FM (6.000, -2.000) (vegeu la taula 7).

Igual que el 2007, el pòdium de les generalistes a Girona l'ocupen Catalunya Ràdio (69.000, +1.000), RAC1 (39.000) —que augmenta 9.000 oients i es desmarca de la tercera posició— i la Cadena SER (25.000, -1.000). En quart lloc puja la COPE (10.000) i passa davant de Radio Nacional (6.000), que, al seu torn, perd 6.000 seguidors a Girona i baixa fins al setè lloc. També són rellevants en aquesta demarcació Onda Cero i Ona FM, totes dues amb 9.000 radiooients i 6.000 oients més que el 2007 (vegeu la taula 8).

Les tres emissores més escoltades a Lleida continuen sent Catalunya Ràdio (40.000, +6.000), Cadena SER (21.000, +4.000) i RAC 1 (12.000, +2.000), amb guanys significatius respecte a l'any anterior. Les posicions següents estan ocupades per la COPE (7.000, -1.000), Onda Cero (6.000, -1.000) i Onda Rambla Punto Radio (6.000, -2.000). En setè lloc, Radio Nacional manté els 6.000 oients assolits el 2007, a poca distància de COMRàdio, que, per la seva banda, capta 3.000 persones més i arriba als 5.000 oients. Ràdio 4 (1.000) conserva els mateixos seguidors que el 2007 (vegeu la taula 9).

**Taula 6. Audiència acumulada^A de ràdio a Catalunya. Distribució per demarcacions.
Febrer a novembre de 2008 (en milers d'oients) (total setmana)**

	TOTAL	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Entrevistes	23.192	17.396	2.140	1.281	2.375
Univers (000)	6.038	4.489	579	344	624
Emissores generalistes					
Catalunya Ràdio	473	313	69	40	51
Cadena SER	439	350	25	21	43
RAC1	319	237	39	12	31
COPE	138	108	10	7	13
Onda Cero	132	106	9	6	11
Onda Rambla Punto Radio	99	77	4	6	13
Radio Nacional	89	69	6	6	8
COMRàdio	29	22	2	5	1
Ona FM	15	6	9	0	0
Ràdio 4	10	8	1	1	0
TOTAL	1.586	1.177	155	90	164
Emissores musicals					
Los 40 Principales	363	250	51	22	41
Cadena Dial	171	127	9	15	20
Flaix FM	166	113	16	9	28
Ràdio Tele Taxi	147	102	19	8	18
RAC105	137	101	20	4	13
Ràdio Flaixbac	129	103	13	4	10
Europa FM	118	86	7	4	21
Cadena 100	118	95	7	5	10
Kiss FM	117	113	2	0	2
M80 Radio	102	79	6	3	14
Máxima FM	77	75	1	0	0
Ràdio RM	39	28	10	0	1
Radiolé	35	34	0	0	2
Radio 3	31	23	2	3	2
iCat fm	23	15	3	3	1
Catalunya Música	19	17	1	1	1
Ràdio Estel	12	10	0	2	0
Radio Clásica	9	6	1	0	1
GUM FM	4	0	0	4	0
Segre Ràdio	3	0	0	3	0
TOTAL	1.624	1.209	162	86	167
Emissores temàtiques					
Catalunya Informació	108	77	9	7	15
Radio Marca	46	45	0	0	0
Radio 5 Todo Noticias	17	14	1	1	1
Radio Intereconomía	14	14	0	0	0
Rock and Gol	1	0	0	1	0
TOTAL	197	158	10	9	19

A Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

**Taules 7, 8, 9 i 10. Rànquing de les cadenes generalistes per demarcacions. Audiència acumulada.^A
Febrer a novembre de 2008 (en milers d'oients) (total setmana)**

Barcelona		
	Cadena	Oients
1	Cadena SER	350
2	Catalunya Ràdio	313
3	RAC1	237
4	COPE	108
5	Onda Cero	106
6	Onda Rambla Punto Radio	77
7	Radio Nacional	69
8	COMRàdio	22
9	Ràdio 4	8
10	Ona FM	6

Girona		
	Cadena	Oients
1	Catalunya Ràdio	69
2	RAC1	39
3	Cadena SER	25
4	COPE	10
5	Onda Cero	9
6	Ona FM	9
7	Radio Nacional	6
8	Onda Rambla Punto Radio	4
9	COMRàdio	2
10	Ràdio 4	1

Lleida		
	Cadena	Oients
1	Catalunya Ràdio	40
2	Cadena SER	21
3	RAC1	12
4	COPE	7
5	Onda Cero	6
6	Onda Rambla Punto Radio	6
7	Radio Nacional	6
8	COMRàdio	5
9	Ràdio 4	1
10	Ona FM	0

Tarragona		
	Cadena	Oients
1	Catalunya Ràdio	51
2	Cadena SER	43
3	RAC1	31
4	COPE	13
5	Onda Rambla Punto Radio	13
6	Onda Cero	11
7	Radio Nacional	8
8	COMRàdio	1
9	Ona FM	0
10	Ràdio 4	0

A Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Taula 11. Audiència acumulada^A de les emissores generalistes a Catalunya. Any 2008 (en milers d'oients)

	Mitjana dies feiners			Mitjana setmanal		
	Febr.-març	Abril-maig	Oct.-nov.	Febr.-març	Abril-maig	Oct.-nov.
Catalunya Ràdio	516	568	503	455	503	460
Cadena SER	465	482	464	440	435	442
RAC1	328	348	425	298	288	371
Onda Cero	188	132	157	154	112	131
COPE	159	147	161	137	139	138
Onda Rambla Punto Radio	112	124	121	99	99	99
Radio Nacional	82	94	99	83	90	93
COMRàdio	24	25	36	28	24	36
Ona FM	-	23	18	-	17	20

A Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.

Font: EGM/Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

La ràdio amb més públic el 2008 a Tarragona és Catalunya Ràdio (51.000), si bé minven en 5.000 les persones que declaren que l'escolten. En segon i en tercer llocs hi ha la SER (43.000) i RAC1 (31.000), amb augments de 3.000 i 4.000 oients, respectivament. En quarta posició, la COPE (13.000) en perd 1.000 i obté el mateix resultat que Onda Rambla Punto Radio, que, al seu torn, guanya 4.000 seguidors a Tarragona i supera Onda Cero (11.000, +1.000). En els darrers llocs, Radio Nacional (8.000) i COMRàdio (1.000) perden 2.000 oients, els mateixos que Ona FM en aquesta demarcació (vegeu la taula 10).

Majoritàriament, i tal com passava en anys anteriors, el 2008 s'escolta més la ràdio els dies feiners que els caps de setmana. Aquesta tendència en els hàbits de consum explica la superioritat d'audiència acumulada de les emissores generalistes en la mitjana dels dies laborables (de dilluns a divendres) davant de la mitjana setmanal. La diferència és notòria, per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio: en la segona onada (abril-maig) obté una audiència mitjana setmanal de 503.000 oients, mentre que la dels dies feiners per al mateix període ascendeix als 568.000, és a dir, 65.000 persones més que declaren que l'escolten (vegeu la taula 11).

En la quota que obté cada cadena generalista per segments horaris, l'augment progressiu en l'audiència acumulada que mostra RAC1 des de fa anys s'ha acabat traduint, el 2008, en el fet que l'emissora privada lidera dues de les quatre franges horàries en les quals l'EGM divideix la jornada: la de la tarda (16.00-20.00 h), amb el 32,0% de *share* i a força distància de la competència, i la del migdia (12.00-16.00 h), amb el 25,6%. Al matí (17,4%) augmenta 6,3 punts respecte a l'any 2007 i s'apropa a la segona amb més audiència (Cadena SER). I a la nit (14,1%) la privada del Grupo Godó disminueix el percentatge i també resulta com a tercera opció.

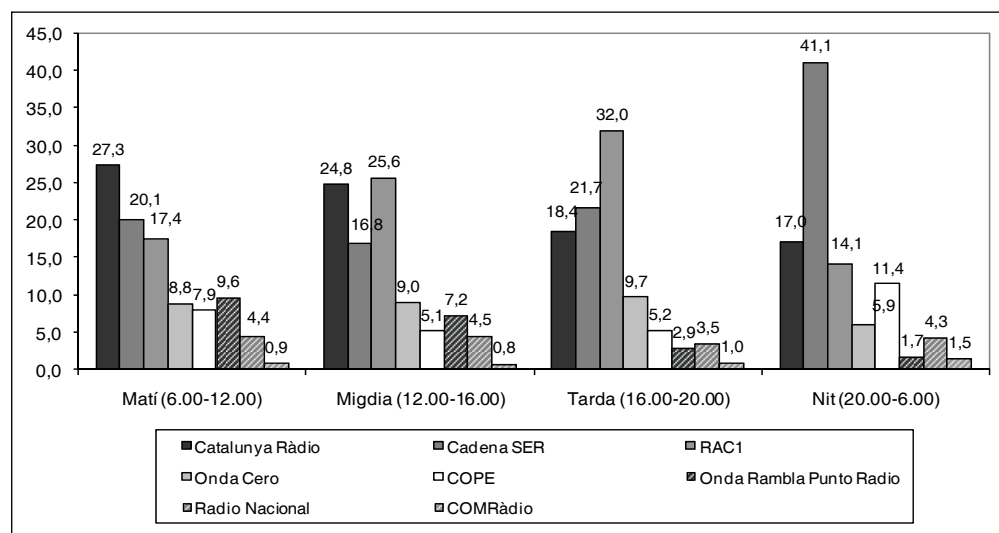
Catalunya Ràdio continua sent la més escoltada al matí (27,3%) (06.00-12.00 h) i perd el lideratge en la franja del migdia (24,8%), si bé queda a 0,8 punts percentuals de la més escoltada en aquest segment. En la resta de blocs la generalista de la CCMA millora les quotes de 2007: un 18,4% a la tarda (17,7% el 2007) i un 17,0% a la nit (14,1% l'any anterior).

La Cadena SER és líder absoluta a la nit (20.00-06.00 h) amb un *share* del 41,1%, sense cap altra emissora que li faci ombra i a més de 24 punts percentuals de la competència. La SER és la segona emissora amb més audiència al matí (20,1%) i la tarda (21,7%), mentre que el moment del dia que obté menys quota és el migdia, amb un 16,8%.

Quant a Onda Cero, durant la jornada es mou entre el 8,8-9,7% de quota i a partir de les 20.00 h cau fins al 5,9%. Per contra, la COPE té més audiència en el bloc nocturn (11,4%), mentre que obté un 7,9% al matí i al voltant del 5,1% al migdia i la tarda. Per la seva banda, Onda Rambla Punto Radio assoleix un 9,6% en la franja matinal, al migdia disminueix a 7,2% i cau en els segments de la tarda (2,9%) i la nit (1,7%). Radio Nacional no presenta daltabaixos al llarg del dia i oscil·la al voltant del 3,5-4,5%. I, finalment, COMRàdio obté una quota propera a l'1,0% en els blocs del matí, migdia i tarda i millora el resultat a la nit (1,5%) (vegeu el gràfic 1).

Des del punt de vista d'un radiooient tipus català, en la franja del matí d'un dia entre setmana escolta majoritàriament Catalunya Ràdio i es manté fidel a *El matí de Catalunya Ràdio*, magazín informatiu dirigit i presentat des del setembre de 2008 per Neus Bonet, després que Antoni Bassas, responsable de l'espai les darreres catorze temporades, fes efectiva la seva marxa el 18 de juliol de 2008. Amb el canvi de temporada, el programa també canvia d'horari i avança l'inici a les sis del matí i el final a les 11 h. El bloc matinal, que va de les 06.00 a les 12.00 h, també inclou una hora de *Problemes*

Gràfic 1. Quota de les ràdios generalistes per segments horaris en dies feiners (dilluns-divendres) a Catalunya. Febrer a novembre de 2008 (en percentatge)



Font: EGM/Catalunya Ràdio.

domèstics (d'11.00 a 13.00 h), amb Manel Fuentes. En aquest horari, però, també existeix un segon perfil d'oient que prefereix la Cadena SER, que en aquestes hores continua apostant per Carles Francino a *Hoy por hoy* (06.00-12.30 h).

A partir de les 12.00 h l'oient tipus canvia d'emissora, sintonitza majoritàriament la programació de RAC1 i ja s'hi queda fins a les vuit del vespre. En la franja del migdia (12.00-16.00 h) escolta *Minoria absoluta* (12.00-14.00 h), espai de sàtira política capitanejat per Toni Soler, Queco Novell i Manel Lucas —de la segona part, titulada *Minoria absoluta—La segona hora* (13.00-14.00 h), se n'encarrega Quim Morales. El públic també és fidel a *14/15* (14.00-14.15 h), *100 metres* (14.15-14.30 h) i a *Tot és possible*, d'Elisenda Camps (14.30-16.00 h).

Els migdies dels dies feiners destaca també el radiooient que continua escoltant Catalunya Ràdio, franja en què la pública ofereix *Suc de coco* (13.00-14.00 h), dirigit i presentat per Xavier Solà, *L'informatiu del migdia* (14.00-14.40 h), *L'esport al punt (migdia)* (14.40-15.00 h) i *L'oracle* (15.00-16.00 h), amb Xavier Graset.

A la tarda, el perfil de seguidor que prefereix RAC1 connecta amb *Versió RAC1*, de Toni Clapés (16.00-19.00 h), i continua amb la primera part del programa *Primer toc* (19.00-21.00 h), el responsable del qual és Raül Llimós.

Finalment, el radiooient tipus català acaba el dia clarament amb l'oferta de la Cadena SER. La graella de la privada en aquesta franja, que va de les 20.00 a les 06.00 h, es configura amb espais com ara *Hora 25* (20.00-00.00 h), dirigit, des del gener de 2008, per Àngels Barceló, *El larguero* (00.00-01.30 h), *Hablar por hablar* (01.30-4.00 h) i *Si amanece nos vamos* (04.00-06.00 h).

Pel que fa a les emissores musicals, Los 40 Principales continua líder d'audiència el 2008 amb 363.000 oients a Catalunya, si bé en perd 16.000 respecte a l'any anterior. A força distància, la segona és Cadena Dial amb 171.000 seguidors, 6.000 menys que el 2007. En el tercer lloc es produeix un canvi: Flaix FM guanya 21.000 radiooients, arriba als 66.000 i desbanca Ràdio Tele Taxi (147.000), que, al seu torn, en perd 15.000 i baixa a la quarta posició. RAC105 es manté cinquena amb 137.000 oients (-5.000).

Ràdio Flaixbac (129.000) augmenta l'audiència en 14.000 persones i puja al sisè lloc (setè el 2007). En les posicions setena i vuitena, Europa FM (118.000) i Cadena 100 (118.000) també escalen una posició en la llista i capten l'atenció de 10.000 i 18.000 oients més que l'any anterior, respectivament.

L'augment més significatiu d'audiència —de tots els tipus d'emissores: generalistes, musicals i temàtiques— el protagonitza Kiss FM: de 25.000 oients el 2007, quan va arribar a Catalunya en les freqüències que ocupava Ràdio Club 25,²⁷ passa a 117.000 el 2008 (+92.000) i puja del catorzè al

novè lloc. En canvi, M80 Radio (102.000) redueix considerablement els oients (-36.000) i descendeix de la sisena a la desena posició.

Máxima FM (77.000) millora els resultats de 2007 en 12.000 oients i se situa en el número 11 del rànquing de musicals. I, a més distància, hi ha Ràdio RM (39.000, +4.000), Radiolé (35.000, -6.000) i Radio 3 (31.000, -2.000). Les dues cadenes musicals de la CCMA, iCat fm (23.000) i Catalunya Música (19.000), guanyen 2.000 oients cada una i consoliden la mateixa posició de 2007 en la llista.

En les darreres posicions de la classificació s'inclouen Ràdio Estel (12.000, creix 3.000 seguidors), Radio Clásica (9.000, -2.000), GUM FM (4.000, +1.000) i Segre Ràdio (3.000, -3.000) (vegeu la taula 6).

Atenent al rànquing de les cadenes musicals a cada demarcació (vegeu les taules 12, 13, 14 i 15), Los 40 Principales és la més escoltada en tots els territoris. A Barcelona, Los 40 Principales (250.000) i Cadena Dial (127.000) es mantenen en primera i segona posicions, si bé amb 17.000 i 6.000 oients menys que l'any anterior. A partir d'aquí, la llista barcelonina varia respecte a 2007: el tercer lloc és compartit, amb el mateix nombre d'oients (113.000), entre Flaix FM —guanya 16.000 seguidors i escala des de la sisena posició— i Kiss FM —n'augmenta 89.000 i aconsegueix entrar en el rànquing. A continuació, Ràdio Flaixbac (103.000, +13.000) puja del setè al cinquè lloc i Ràdio Tele Taxi (102.000) perd 11.000 oients a Barcelona i descendeix fins al sisè lloc (era quarta el 2007). Tot seguit, RAC105 (101.000) conserva els mateixos oients i Cadena 100 (95.000) n'incorpora 12.000. Finalment, hi ha Europa FM (86.000, +4.000) i M80 Radio (79.000), que pateix una pèrdua notable de 31.000 oients (110.000 el 2007) i baixa del quart al desè lloc (vegeu la taula 12).

En el rànquing de Girona les tres més escoltades són Los 40 Principales (51.000, +5.000), RAC105 (20.000, -3.000) i Ràdio Tele Taxi (19.000), amb els mateixos seguidors que l'any anterior. Les dues emissores del grup Flaix, Flaix FM (16.000, +1.000) i Ràdio Flaixbac (13.000, +3.000), continuen en els números quatre i cinc, respectivament. Per la seva banda, Ràdio RM (10.000) guanya 3.000 oients, puja del vuitè al sisè lloc i passa davant de Cadena Dial (9.000 tots dos anys). Finalment, hi ha Europa FM i Cadena 100 (7.000) i M80 Radio (6.000) (vegeu la taula 13).

Com mostra la taula 14, la classificació de les musicals a Lleida no difereix de la nacional en les quatre primeres posicions: Los 40 Principales (22.000, igual que el 2007), Cadena Dial (15.000, +5.000), Flaix FM (9.000, -2.000) i Ràdio Tele Taxi (8.000, com l'any anterior). A diferència del rànquing català, Cadena 100 (5.000) puja dos esglaons respecte a 2007 i se situa en el número cinc, si bé perd 1.000 oients. A continuació, amb 4.000 seguidors es col·loquen RAC105,

27 Vegeu l'apartat 2.1.2 del capítol III de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

**Taules 12, 13, 14 i 15. Rànquing^A de les cadenes musicals per demarcacions. Audiència acumulada.^B
Febrer a novembre de 2008 (en milers d'oients) (total setmana)**

Barcelona		
Cadena		Oients
1	Los 40 Principales	250
2	Cadena Dial	127
3	Flaix FM	113
4	Kiss FM	113
5	Ràdio Flaixbac	103
6	Ràdio Tele Taxi	102
7	RAC105	101
8	Cadena 100	95
9	Europa FM	86
10	M80 Radio	79

Girona		
Cadena		Oients
1	Los 40 Principales	51
2	RAC105	20
3	Ràdio Tele Taxi	19
4	Flaix FM	16
5	Ràdio Flaixbac	13
6	Ràdio RM	10
7	Cadena Dial	9
8	Europa FM	7
9	Cadena 100	7
10	M80 Radio	6

Lleida		
Cadena		Oients
1	Los 40 Principales	22
2	Cadena Dial	15
3	Flaix FM	9
4	Ràdio Tele Taxi	8
5	Cadena 100	5
6	RAC105	4
7	Ràdio Flaixbac	4
8	Europa FM	4
9	GUM FM	4
10	M80 Radio	3

Tarragona		
Cadena		Oients
1	Los 40 Principales	41
2	Flaix FM	28
3	Europa FM	21
4	Cadena Dial	20
5	Ràdio Tele Taxi	18
6	M80 Radio	14
7	RAC105	13
8	Ràdio Flaixbac	10
9	Cadena 100	10
10	Kiss FM	2

A Només les deu primeres posicions.

B Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Ràdio Flaixbac, Europa FM i, com a novetat, GUM FM. La llista de les deu més escoltades en aquesta demarcació es completa amb M80 Radio, que acumula 3.000 oients.

A Tarragona es produeixen canvis en l'ordre respecte al rànquing nacional. Després de la líder Los 40 Principales (41.000, -3.000), Flaix FM ascendeix del quart al segon lloc amb una audiència acumulada de 28.000 oients (7.000 més que el 2007) i supera Cadena Dial (20.000, -5.000) i Ràdio Tele Taxi (18.000, -4.000), que baixen del segon i el tercer llocs el 2007 al quart i al cinquè, respectivament, el 2008. El tercer lloc és per a Europa FM (21.000), que, amb un augment de 4.000 oients escala tres posicions (era sisena el 2007). M80 Radio (14.000) perd presència en territori tarragoní i retrocedeix un lloc, amb 6.000 seguidors menys. RAC105 es queda igual (13.000, setena posició) i Ràdio Flaixbac i Cadena 100 (totes dues amb 10.000 seguidors) incrementen l'audiència en 2.000 i 6.000 oients, respectivament. Finalment i a diferència de 2007, Kiss FM entra en el rànquing amb 2.000 persones que l'escolten (vegeu la taula 15).

De la mateixa manera que les emissores generalistes, les musicals acumulen majoritàriament més audiència de dilluns a divendres que en la mitjana de tota la setmana (de dilluns a diumenge). Així, per exemple, en la segona onada (abril-maig) Los 40 Principales té una mitjana setmanal de 374.000 oients, mentre que en la dels dies feiners la xifra arriba fins als 425.000 (vegeu la taula 16).

En l'àmbit de les temàtiques, destaca el notable increment d'11.000 oients de Catalunya Informació (108.000), molt per sobre de la resta d'emissores quant a audiència acumulada. Radio Marca (46.000) obté el mateix resultat que l'any anterior, Radio 5 Todo Noticias (17.000) perd 6.000 seguidors, Radio Intereconomía (14.000) en guanya 4.000 i Rock and Gol (1.000) en perd 1.000 (vegeu la taula 6).

Cada demarcació presenta particularitats respecte a la classificació nacional de les temàtiques, si bé la més escoltada a tots els territoris és Catalunya Informació. A Barcelona, la pública informativa de la CCMA acumula 77.000 oients (11.000 més que l'any anterior). En segon lloc, Radio Marca capta 45.000

Taula 16. Audiència acumulada^A de les emissores musicals a Catalunya. Any 2008 (en milers d'oients)

	Mitjana dies feiners			Mitjana setmanal		
	Febr.-març	Abril-maig	Oct.-nov.	Febr.-març	Abril-maig	Oct.-nov.
Los 40 Principales	405	425	394	366	374	350
Cadena Dial	215	181	146	189	176	147
Flaix FM	141	218	166	133	197	167
Ràdio Tele Taxi	167	165	153	146	152	143
RAC105	137	124	165	133	121	156
Ràdio Flaixbac	121	165	149	113	142	134
Europa FM	107	150	139	99	132	123
Cadena 100	133	108	127	127	105	122
Kiss FM	118	143	137	105	124	122
M80 Radio	119	85	113	113	89	103
Máxima FM	94	73	84	90	65	77
Ràdio RM	45	49	39	39	46	33
Radiolé	45	33	29	45	33	28
Radio 3	34	38	34	30	33	30
iCat fm	-	20	29	-	19	34
Catalunya Música	19	20	18	20	20	17

A Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.

Font: EGM/Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

persones i, a continuació, Radio 5 Todo Noticias i Radio Inter-economía empaten amb 14.000.

En la resta de demarcacions (Girona, Lleida i Tarragona) l'audiència global de les temàtiques es divideix, en línies generals, entre Catalunya Informació i, amb resultats molt inferiors, Radio 5 Todo Noticias. A Lleida, a més, també cal comptar Rock and Gol (vegeu la taula 6).

Des d'una altra òptica, el 2008 és el segon any complet en què es disposa de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, impulsat per la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC), obtingudes a partir de 39.395 entrevistes personals en profunditat a la població a partir dels 14 anys dins els "territoris Baròmetre" (Catalunya, Illes Balears i País Valencià); la mostra per a Catalunya és de 29.985 persones.

Segons el Baròmetre, el 2008 creixen de manera significativa els oients dels tres tipus d'emissores a Catalunya: generalistes, musicals i temàtiques. Les ràdios musicals són les que tenen més audiència: amb 82.000 persones més, s'acosten als dos milions d'oients (1.945.000). Les generalistes augmenten en 99.000 individus i arriben als 1.591.000. També és positiva l'evolució de les temàtiques, que passen de 146.000 oients el 2007 a 194.000 el 2008 (+48.000) (vegeu la taula 17).

En el detall de cada cadena, totes les ràdios generalistes tret d'una milloren el resultat respecte a l'any 2007. Així, Catalunya Ràdio continua líder el 2008 amb 547.000 persones (+13.000), seguida per la Cadena SER (440.000, +18.000) i RAC1 (275.000), que es consolida amb 47.000 oients més.

En quart lloc, la COPE (130.000, +6.000) supera Onda Cero (128.000, -5.000), única generalista que perd audiència el 2008. En el número sis, Radio Nacional aconseguix 11.000 seguidors més i arriba als 114.000.

Per sota dels 100.000 oients, Onda Rambla Punto Radio (83.000, +8.000), COMRàdio (45.000, +13.000) i Ràdio 4 (11.000, +3.000) creixen i es mantenen en el setè, vuitè i novè llocs, respectivament. A continuació, Segre Ràdio (10.000) experimenta un increment de 7.000 oients, escala tres posicions i passa davant d'Ona FM (6.000, +2.000). A diferència de 2007, apareixen Ràdio Olot (5.000), Ràdio El Vendrell (4.000) i Ràdio Igualada (4.000). Tarragona Ràdio tanca la llista amb el mateix resultat que l'any anterior (3.000).

En les musicals, Los 40 Principales augmenta l'audiència en 9.000 oients i arriba als 536.000. En segon lloc, Flaix FM és escoltada per 266.000 persones (cal notar que el 2007, per una incidència tècnica, el Baròmetre va publicar les dades de Flaix FM i Ràdio Flaixbac conjuntament). Per la seva banda, Cadena Dial (217.000, -23.000) conserva la tercera posició, tot i que perd audiència. En canvi, la quarta i la cinquena ràdios musicals amb més audiència, Ràdio Tele Taxi (205.000) i RAC105 (191.000), milloren resultats, amb 21.000 i 25.000 seguidors més, respectivament.

Ràdio Flaixbac acumula 176.000 oients al dia el 2008 i queda sisena en el rànquing de musicals. A continuació, Europa FM (169.000) creix en 32.000 persones i, si bé de forma més moderada, també és positiva l'evolució d'M80 Radio (164.000, +3.000) i de Cadena 100 (156.000, +2.000).

Taula 17. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Catalunya.^A Gener a desembre de 2008 (en milers d'oients) (total setmana)

	TOTAL
Entrevistes	29.985
Univers (000)	6.229
Emissores generalistes	
Catalunya Ràdio	547
Cadena SER	440
RAC1	275
COPE	130
Onda Cero	128
Radio Nacional	114
Onda Rambla Punto Radio	83
COMRàdio	45
Ràdio 4	11
Segre Ràdio	10
Ona FM	6
Ràdio Olot	5
Ràdio El Vendrell	4
Ràdio Igualada	4
Tarragona Ràdio	3
TOTAL	1.591

Emissores musicals	
Los 40 Principales	536
Flaix FM	266
Cadena Dial	217
Ràdio Tele Taxi	205
RAC105	191
Ràdio Flaixbac	176
Europa FM	169
M80 Radio	164
Cadena 100	156
Máxima FM	129
Kiss FM	127
Radiolé	63
Radio 3	53
Catalunya Música	53
iCat fm	45
Ràdio RM	28
Radio Clásica	17
Ràdio Estel	16
GUM FM	7
Èxits FM	6
Ràdio Marina	6
Grama Ràdio	6
TOTAL	1.945
Emissores temàtiques	
Catalunya Informació	109
Ràdio Marca	51
Radio 5 Todo Noticias	24
Radio Intereconomía	10
TOTAL	194

A Segons la nota metodològica del Baròmetre, no es publiquen dades d'Imagina Ràdio, Mola FM, Ona Mar FM, Ona Valls, R7P Ràdio, Radio 93.1 València, Ràdio Arrels, Ràdio Gandesa, Ràdio La Mina, Ràdio Uc, Ràdio Ulldecona, SiS Ràdio, Styl Clàssics i Xtra FM per no haver acumulat 12 mesos de treball de camp

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

Els increments més significatius i destacables quant a nombre d'oients en tots els tipus d'emissores són protagonitzats per Máxima FM (129.000, +52.000) i, de forma encara més acusada, Kiss FM (127.000), que capta 80.000 persones més que l'any anterior.

En les posicions següents de la llista hi ha Radiolé (63.000), Radio 3 (53.000, +5.000), Catalunya Música (53.000, -3.000), iCat fm (45.000, +8.000), Ràdio RM (28.000, -28.000), Radio Clásica (17.000, +7.000), Ràdio Estel (16.000, +4.000) i GUM FM (7.000). En les posicions finals

i amb 6.000 oients cadascuna hi ha Èxits FM, Ràdio Marina i Grama Ràdio.²⁸

Pel que fa a les cadenes temàtiques, totes sumen radiooients el 2008: Catalunya Informació és, amb diferència, la que té més audiència (109.000 oients) i creix en 19.000 persones. En segon lloc, a força distància, Radio Marca n'assoleix 51.000 (+11.000). I en els números tres i quatre se situen Radio 5 Todo Noticias (24.000, +14.000) i Radio Intereconomía (10.000, +2.000) (vegeu la taula 17).

L'audiència radiofònica per variables sociodemogràfiques, d'a-

28 Segons la nota metodològica del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura corresponent a 2007, per incidències tècniques no es van publicar dades de Grama Ràdio, GUM FM, Onda Melodía, Ràdio Olot, Radiolé, Rock and Gol i Sí Radio.

Taula 18. Audiència de la ràdio per variables sociodemogràfiques. Perfil. Gener a desembre de 2008 (en %)

	Total ràdio	Generalista	Musical	Temàtica
Entrevistes	16.204	7.841	9.519	967
Població (000)	3.338	1.591	1.945	194
Home	53,1	57,2	50,5	75,7
Dona	46,9	42,8	49,5	24,3
14-19 anys	6,0	2,0	9,1	1,4
20-24 anys	7,5	3,3	10,8	3,2
25-34 anys	21,8	13,5	29,0	19,0
35-44 anys	20,3	18,9	22,6	21,8
45-54 anys	15,8	18,3	14,3	18,6
55-64 anys	12,5	17,8	7,9	15,2
65 anys i +	16,1	26,2	6,2	20,8
Alta i mitjana-alta	28,1	32,3	26,0	35,6
Mitjana	49,7	47,0	52,9	45,2
Mitjana-baixa i baixa	22,2	20,7	21,1	19,2

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (2009).

cord amb el Baròmetre, no presenta grans variacions respecte a 2007. Així, i com mostra la taula 18, el 53,1% de persones que escolten la ràdio són homes, sensiblement per sobre del 46,9% de dones. En les generalistes, s'aprecia un lleuger decreixement de dos punts amb relació a l'any anterior en el percentatge d'homes (57,2%) a favor del de dones (42,8%). El repartiment entre homes i dones pel que fa a les musicals és gairebé a parts iguals, mentre que en les temàtiques la desproporció és més acusada: el 75,7% dels individus que declaren que escolten la ràdio temàtica són homes, molt per sobre del 24,3% de dones.

Igual com l'any 2007, la població jove escolta molt poc la ràdio. El grup d'edat de 14 a 19 anys representa el 6,0% de l'audiència radiofònica, i el que va dels 20 als 24 anys, el 7,5%. Això no obstant, les persones entre 25 i 34 anys constitueixen el grup majoritari d'oients d'aquest mitjà (21,8%), a poca distància del de 35 a 44 anys (20,3%). Quant a tipus d'emissora, la generalista té més oients de més de 65 anys, la musical té més oients de 25 a 34 anys i la temàtica, de 35 a 44 anys.

En els grups socials, la classe mitjana representa gairebé la meitat de l'audiència (49,7%), mentre que el 50,3% restant correspon a l'alta i mitjana-alta (28,1%) i a la mitjana-baixa i baixa (22,2%) (vegeu la taula 18).

Consum radiofònic i penetració de la ràdio a Catalunya

L'any 2008 el consum radiofònic per capita (referit al total de la població), expressat en minuts i d'acord amb la font de l'EGM, decreix sensiblement tant en la mitjana setmanal com en la dels dies feiners. Així, de dilluns a diumenge es dediquen

101 minuts de mitjana a escoltar la ràdio (tres menys que el 2007) i 113 de dilluns a divendres —1 hora i 53 minuts— (quatre menys).

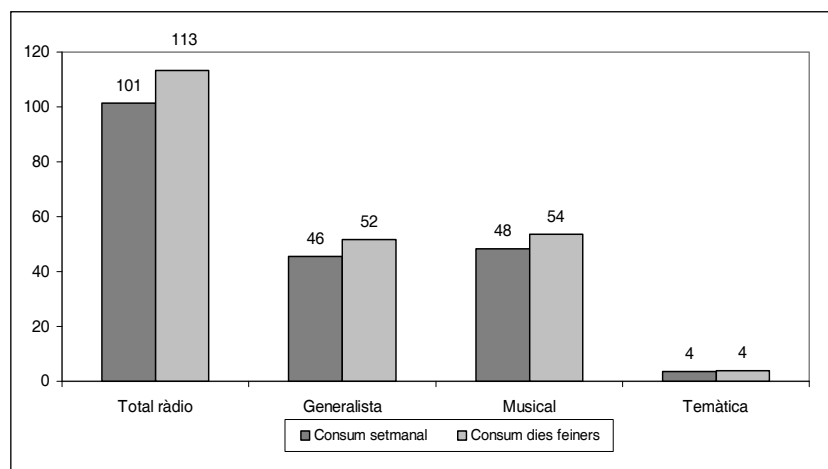
Atenent al tipus de programació, la ràdio musical acapara més minuts d'escolta que la generalista, malgrat que en perd en comparació amb l'any anterior: el consum setmanal és de 48 minuts (50 el 2007) i, el dels laborables, de 54 (57 el 2007). Alhora, i també en relació amb 2007, el 2008 la ràdio generalista manté exactament el mateix consum de dilluns a diumenge (46) i n'augmenta el dels dies feiners en un minut (52). El consum per capita de les emissores temàtiques tampoc no presenta gairebé canvis respecte a 2007 i és de quatre minuts tant en la mitjana setmanal com en la dels dies feiners (vegeu el gràfic 2).

La penetració de la ràdio a Catalunya el 2008, és a dir, la proporció d'oients sobre l'univers (individus de 14 anys i més), creix lleugerament respecte a 2007 i és del 52,5% (52,3% el 2007). Segons l'EGM, la dada catalana se situa tan sols sis dècimes per sota de la de l'Estat espanyol, que és del 53,1% i, al seu torn, decreix 1,6 punts (el 2007 la diferència entre la penetració radiofònica nacional i estatal era de 2,4 punts).

En línies generals, la ràdio té menys presència que l'any anterior en la majoria de comunitats autònomes. Són especialment significatives les pèrdues de la Rioja (53,7%, -7,1 punts percentuals), les Illes Balears (50,1%, -5,5), Madrid (56,5%, -4,8) i la Regió de Múrcia (47,4%, -4,7), que és on menys s'escolta la ràdio.

Tanmateix, en algunes comunitats autònomes la penetració radiofònica creix respecte a 2007. És el cas, per exemple, de la Comunitat Foral de Navarra, que, amb un augment de 7,7

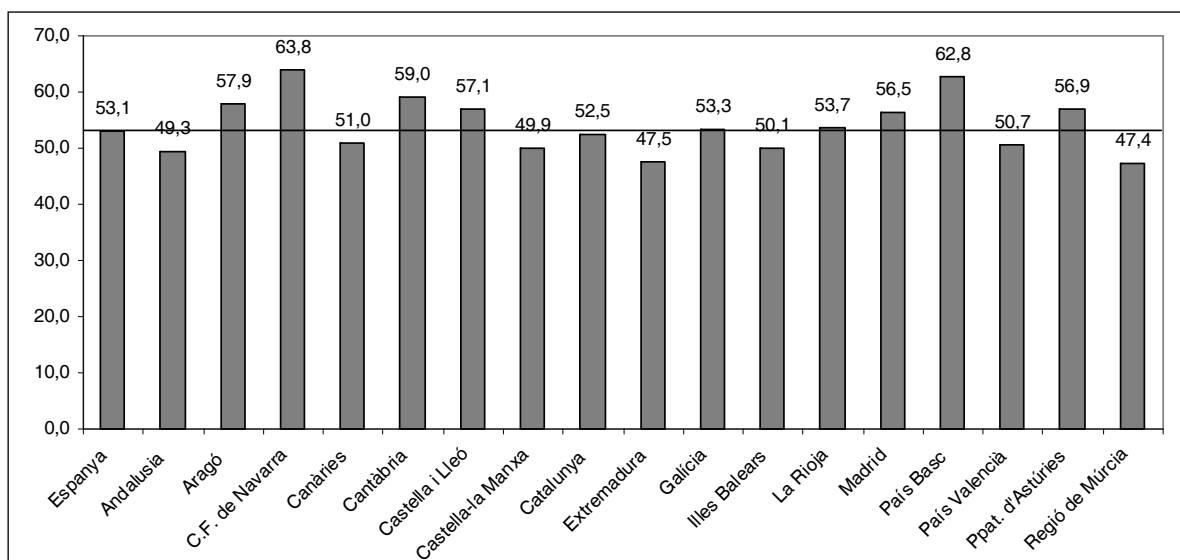
Gràfic 2. Consum radiofònic^A a Catalunya. Febrer a novembre de 2008 (en minuts)



A Consum per capita, referit al total de la població.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Gràfic 3. Penetració de la ràdio per comunitats autònomes. Any 2008 (en percentatge)



Font: EGM/Catalunya Ràdio.

punts i el 63,8% d'oients en relació amb l'univers, es converteix en el territori amb més penetració d'aquest mitjà a l'Estat espanyol. També milloren els resultats Cantàbria (59,0%, +2,5) i, de forma més moderada, el País Basc (62,8%, +1,1) i Extremadura (47,5%, +0,7) (vegeu el gràfic 3).

Per variables sociodemogràfiques i segons dades de l'EGM, el 2008 a Catalunya la ràdio té una penetració superior entre els homes que entre les dones, si bé en comparació de 2007 la diferència s'escurça perquè el percentatge masculí minva 1,2 punts i el femení n'augmenta 1,5.

Per grups d'edat, és destacable l'increment de 6,1 punts de la penetració de la ràdio entre el col·lectiu més jove (de 14 a 19 anys), que, amb un 45,4%, recupera els sis punts que havia perdut el 2007. A diferència d'anys anteriors, quan la franja que més declarava escoltar la ràdio era la de 25 a 34 anys, el 2008 ho és la immediatament posterior, és a dir, la dels 35 als 44 anys (59,2%). En la població madura i vella augmenta sensiblement el tant per cent: en la franja de 45 a 54 anys és del 57,3%; en la de 55 a 64 anys, del 52,3%, i en la de 65 anys i més, del 38,5%.

Pel que fa als grups socials, la classe alta (60,3%) és la que declara fer més ús del mitjà radiofònic i, a mesura que disminueix l'estrat socioeconòmic, ho fa també la penetració. Per tant, en la classe mitjana-alta la presència de la ràdio és del 57,7% (perd 1,2 punts respecte a 2007) i en la classe mitjana és del 53,9% (creix sis dècimes). A continuació, el resultat de la classe mitjana-baixa (45,8%) minva lleugerament i, en darrer lloc, hi ha la classe baixa (33,2%), si bé experimenta un augment significatiu de quatre punts (vegeu el gràfic 4).

Llengua parlada

L'agrupació de les dades d'audiència de les cadenes radiofòniques en funció del seu àmbit de cobertura, segons si són nacionals o estatals, permet una anàlisi aproximada de la llengua parlada a la ràdio. D'una banda, es disposa dels resultats d'audiència de l'Estudi General de Mitjans (EGM) i, de l'altra, dels del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. A més, cal tenir també en compte les ràdios municipals, que emeten essencialment en llengua catalana.

Sumant les dades d'audiència de l'EGM de les cadenes d'àmbit nacional —emeten de forma molt majoritària en català— i de les estatals —ho fan fonamentalment en castellà—, l'audiència acumulada de les emissores de ràdio de programació generalista només o majoritàriament en català (846.000 oients) el 2008 s'aproxima molt a la de les emissores que són

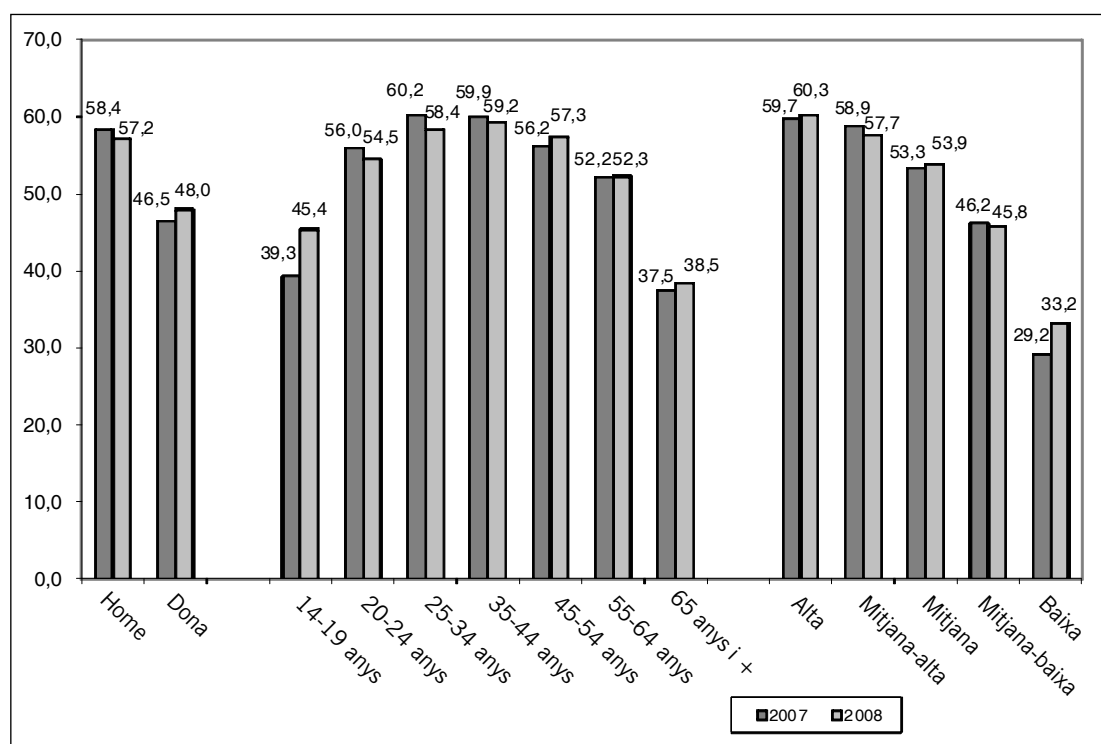
principalment en llengua castellana (897.000). Això no obstant, quant a les musicals, les que emeten sobretot en castellà (1.327.000) se situen molt per sobre de les musicals catalanes (486.000). Finalment, l'emissora informativa en català Catalunya Informació, amb 108.000 radiooients, supera en audiència acumulada el conjunt de les temàtiques informatives en castellà (77.000) (vegeu el gràfic 5).

D'altra banda, a partir de les dades d'audiència de ràdio del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, i seguint el mateix criteri d'agrupació en cadenes nacionals i estatals, l'audiència acumulada de les emissores exclusivament o en part en català (910.000) és superior en 15.000 oients a la de les que són sobretot en castellà (895.000). En canvi, la superioritat de les temàtiques musicals principalment en castellà (1.870.000) respecte a les catalanes (766.000) és força més acusada. Les temàtiques informatives que emeten en català (109.000) acumulen més seguidors que les que ho fan de forma majoritària en castellà (85.000) (vegeu el gràfic 6).

L'audiència de ràdio a l'Estat espanyol

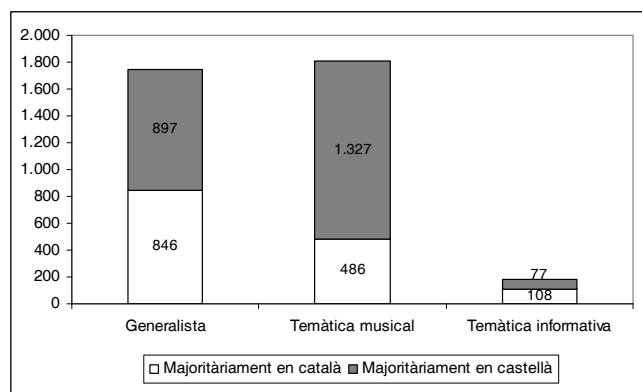
El panorama radiofònic estatal el 2008 és substancialment diferent al de Catalunya pel que fa a l'audiència, d'acord amb les dades de l'EGM. A diferència del que succeeix en àmbit nacional, baixen els oients tant en les emissores generalistes —que continuen sent les més escoltades— com en les musicals;

Gràfic 4. Penetració de la ràdio per variables sociodemogràfiques a Catalunya. Febrer a novembre de 2007 i 2008 (en percentatge)



Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Gràfic 5. Audiència acumulada^A de ràdio a Catalunya. Febrer a novembre de 2008 (en milers d'oients) (total setmana)



A Consum per capita, referit al total de la població.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

per la seva banda, les temàtiques milloren el resultat respecte a 2007. Així, el conjunt de les generalistes acumula 10.665.000 persones (en perden 102.000), davant de les de programació musical, que en reuneixen 9.900.000 (89.000 menys). A força distància, les cadenes temàtiques augmenten 37.000 oients i arriben als 1.312.000 (vegeu la taula 19).

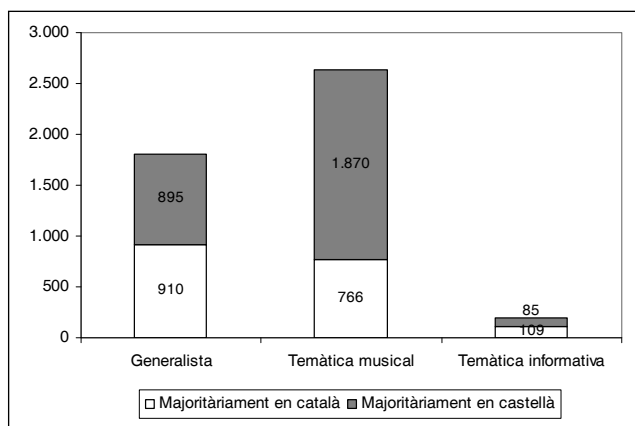
Quant al detall de les cadenes generalistes, la Cadena SER és la més escoltada a l'Estat espanyol amb més de quatre milions i mig de seguidors (4.566.000, -46.000) i multiplica per 2,5 l'audiència de la segona en el rànquing, Cadena COPE (1.848.000), que, al seu torn, perd 194.000 oients respecte a l'any anterior. Per contra, i a molt poca distància, Onda Cero (1.844.000) se situa en tercer lloc amb 118.000 persones més que declaren que l'escolten.

En quarta posició, la pública Radio Nacional (abans Radio 1) es queda en 1.029.000 oients (-68.000). Per sota dels 500.000, es troben Catalunya Ràdio (493.000), Punto Radio (440.000), Canal Sur Radio (337.000) i RAC1 (320.000), sense grans variacions respecte al 2007, per bé que Canal Sur Radio i RAC1 incrementen 20.000 i 39.000 oients, respectivament. I en els últims llocs de la llista de generalistes hi ha Radio Euskadi (216.000, -32.000), Radio Galega (137.000, -13.000) i Euskadi Irratia (75.000, +18.000).

En l'àmbit de les musicals, Los 40 Principales marca la diferència amb 3.154.000 seguidors (és la segona més escoltada tenint en compte tots els tipus d'emissores), si bé en perd 65.000 en relació amb el 2007. A molta distància, Cadena Dial (1.491.000) i Kiss FM (1.129.000) completen el podi, tot i que amb menys audiència que l'any anterior (-49.000 i -45.000 oients, respectivament).

El creixement més espectacular a la ràdio és protagonitzat el 2008 per Cadena 100, que incrementa l'audiència en

Gràfic 6. Audiència acumulada de ràdio a Catalunya. Any 2008 (en milers d'oients) (total setmana)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (gener - desembre de 2008).

252.000 persones i se situa en quart lloc amb 973.000. També és significatiu l'augment d'Europa FM (770.000), en cinquena posició i amb 134.000 oients més que el 2007.

En canvi, M80 Radio (508.000, -275.000) pateix la reducció d'audiència més acusada de tots els tipus d'emissores i cau del quart al sisè lloc. A continuació es col·loquen Radiolé (411.000, -63.000), Máxima FM (366.000, +86.000), Canal Fiesta Radio (317.000, +7.000) i Radio 3 (284.000, -9.000). Tot seguit, apareixen les privades catalanes Ràdio Tele Taxi (210.000, -10.000), Flaix FM (191.000, +31.000), RAC105 (137.000, -6.000) i Ràdio Flaixbac (136.000, +10.000). I, finalment, els dos darrers llocs són per a Radio Clásica (110.000, -1.000) i Radio Nervión (107.000, -6.000).

En les cadenes temàtiques es produeix un canvi important respecte a l'any 2007: el 2008, la ràdio temàtica amb més audiència acumulada a l'Estat espanyol és Radio Marca (365.000) que creix en 41.000 persones i desbanca la fins llavors líder Radio 5 Todo Noticias (347.000) que, alhora, en perd 131.000 i baixa al segon lloc del rànquing. La resta d'emissores d'aquest tipus, si bé no varien en l'ordre —continuen en tercer, quart i cinquè llocs—, millora els resultats de 2007: Radio Intereconomía (154.000, +33.000), Rock and Gol (118.000, +7.000) i Catalunya Informació (108.000, +11.000) (vegeu la taula 19).

Consum radiofònic i penetració de la ràdio a l'Estat espanyol

El 2008, el consum de ràdio per capita a l'Estat espanyol és inferior respecte al 2007, com a Catalunya. Així, d'acord amb l'EGM, de mitjana setmanal (de dilluns a diumenge) s'hi dediquen 104 minuts, quatre menys que l'any anterior. Segons la programació, es dedica més temps a la ràdio generalista (50) que a la musical (47), a l'inrevés del que passa a escala nacional; a la temàtica se n'hi destinen quatre.

Taula 19. Audiència acumulada^A de ràdio a l'Estat espanyol. Febrer a novembre de 2008 (en milers d'oients) (total setmana)

	TOTAL
Entrevistes	80.499
Univers (000)	38.261
Emissores generalistes	
Cadena SER	4.566
COPE	1.848
Onda Cero	1.844
Radio Nacional	1.029
Catalunya Ràdio	493
Punto Radio	440
Canal Sur Radio	337
RAC1	320
Radio Euskadi	216
Radio Galega	137
Euskadi Irratia	75
TOTAL	10.665
Emissores musicals	
Los 40 Principales	3.154
Cadena Dial	1.491
Kiss FM	1.129
Cadena 100	973
Europa FM	770
M80 Radio	508
Radiolé	411
Máxima FM	366
Canal Fiesta Radio	317
Radio 3	284
Ràdio Tele Taxi	210
Flaix FM	191
RAC105	137
Ràdio Flaixbac	136
Radio Clásica	110
Radio Nervión	107
TOTAL	9.900
Emissores temàtiques	
Radio Marca	365
Radio 5 Todo Noticias	347
Radio Intereconomía	154
Rock and Gol	118
Catalunya Informació	108
TOTAL	1.312

A Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Taula 20. Consum radiofònic^A a l'Estat espanyol i a Catalunya. Febrer a novembre de 2008 (en minuts)

	Espanya	Catalunya
Consum setmanal	104	101
Generalista	50	46
Musical	47	48
Temàtica	4	4
Consum dies feiners	115	113
Generalista	54	52
Musical	52	54
Temàtica	5	4

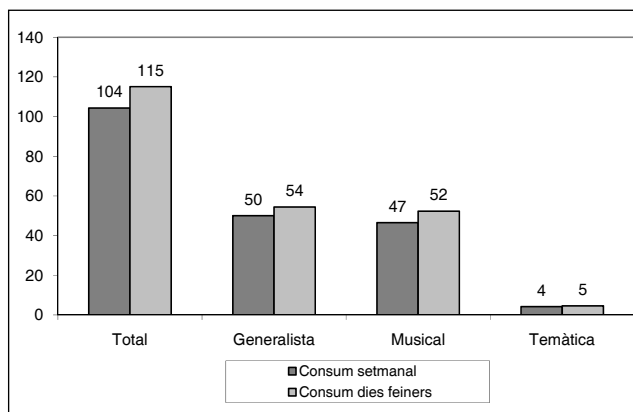
A Consum per capita, referit al total de la població.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Pel que fa al consum en dies feiners, és a dir, de dilluns a divendres, és de 115 minuts en l'àmbit estatal, quatre menys que l'any 2007. En funció del tipus de ràdio, és superior en el cas de la generalista: 54 minuts, davant dels 52 de les emissores musicals. En les temàtiques, es manté un consum de cinc minuts (vegeu la taula 20 i el gràfic 7).

La penetració radiofònica a l'Estat espanyol, entesa com la proporció d'oients sobre l'univers (persones a partir dels 14 anys), és de 53,1%, 1,6 punts menys que 2007. Atenent a l'evolució d'aquest paràmetre en els darrers deu anys, s'observa un progrés irregular. Així, la xifra de l'any 2008 s'aproxima molt a la de 1998 (53,5%) (vegeu el gràfic 8).

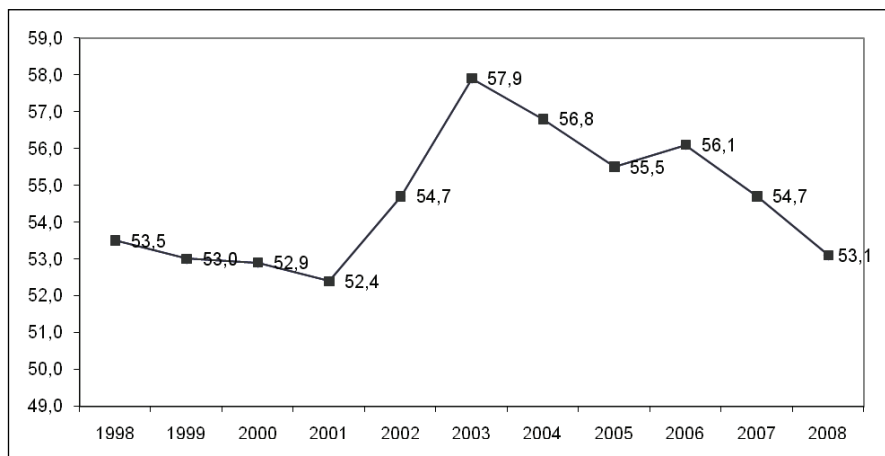
Gràfic 7. Consum radiofònic^A a l'Estat espanyol. Febrer a novembre de 2008 (en minuts)



A Consum per capita, referit al total de la població.

Font: EGM/Catalunya Ràdio.

Gràfic 8. Evolució de la penetració de la ràdio a l'Estat espanyol. Període 1998-2008 (en percentatge)



Font: EGM/Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació i EGM/Catalunya Ràdio.

4. La programació radiofònica

4.1. L'oferta generalista

La temporada 2008, la informació, l'infoentreteniment i l'esport continuen sent els principals gèneres a la majoria de les emissores generalistes. Tot i això, s'han detectat alguns canvis tendents a reforçar altres gèneres, encara que de forma molt lleugera. També s'han observat algunes novetats relacionades amb els continguts, tant en l'exploració de noves formes de gestió com en la temàtica proposada.

Enguany, les emissores d'àmbit català són les que més han reestructurat la programació, situació que també s'ha constatat en l'àmbit de la programació en desconnexió a Catalunya de les generalistes que emeten arreu de l'Estat espanyol. Sembla, per tant, que es confirma una preocupació del sector a Catalunya pel futur del mitjà.

En relació amb els gèneres i seguint amb les mateixes categories²⁹ utilitzades els anys anteriors a l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya*, cal ressaltar la desaparició d'Infantil i la irrupció de Juvenil (JU) a través d'una proposta, de moment, d'escassa incidència en el conjunt de l'oferta generalista. Es manté la vigència de les categories informació (IN), infoentre-

teniment (IN/EN), esport (ES), entreteniment (EN), música (MU), participació (PA), humor (HU), cultura (CU), concurs (CO) i religió (RE).

4.1.1. Emissores d'àmbit català

Durant el 2008, la ràdio d'àmbit català ha remodelat l'oferta aplicant estratègies diverses:

- Ràdio 4, després de la crisi de 2007, ha endegat el projecte *La Ràdio dels sentits*, que ocupa la major part de la jornada radiofònica. La principal conseqüència ha estat la desaparició de programes amb una certa trajectòria a l'emissora que han acabat convertits en seccions destacades. Entre els títols que ha conservat destaquen *El matí a 4 bandes* i *La taverna del Llop*.

- Catalunya Ràdio ha recuperat l'infoentreniment la tarda dels dies feiners i, a més, ha modificat la matinada, que ara articula també des de l'infoentreniment juntament amb la participació. Continua presentant l'oferta més heterogènia des de la perspectiva dels gèneres programàtics. Una de les novetats més destacades, que si bé no afecta els índexs percentuals sí que modifica d'alguna forma el *prime time*, és la marxa d'Antoni Bassas després d'haver liderat durant 14 anys *El matí a*

29 Informació: inclou tots els programes que tracten l'actualitat amb formats periodístics (butlletí, servei principal de notícies, debats, etc.) i també els d'informació especialitzada en alguna temàtica concreta (bàsicament magazins que versen, per exemple, sobre gastronomia, història o noves tecnologies).

- Infoentreteniment: híbrid que normalment apareix als magazins de durada llarga i barreja informació (sobretot actualitat) i entreteniment (humor, participació, música, etc.).
- Esport: tracta sobre l'actualitat esportiva i inclou les retransmissions.
- Entreteniment: espais l'únic objectiu dels quals és entretenir l'oient.
- Humor: propostes construïdes des d'una visió divertida de l'entorn, que dediquen una atenció especial a l'actualitat puntual, però també tracten la vida quotidiana.
- Música: emissions on la música és el contingut principal, independentment de la forma com sigui presentada.
- Participació: s'articula exclusivament entorn de la col·laboració activa del públic.
- Cultura: el contingut (literatura, art, cinema...) defineix aquests programes.
- Religió: inclou programes de caràcter religiós, ja siguin oficis religiosos o programes de temàtica relacionada.

Taula 21. Ràdios d'àmbit català: classificació per gèneres. Any 2008 (percentatge sobre la programació total setmanal de cada emissora)

Emissora	IN	IN/EN	ES	EN	HU	MU	PA	CU	CO	RE
Catalunya Ràdio	37,7	26,2	15,9	2,2	2,7	3,0	5,5	3,9	2,7	0,2
COMRàdio	40,6	22,4	7,0	-	-	7,6	15,8	6,6	-	-
RAC1	25,2	29,3	27,1	5,7	5,5	-	7,2	-	-	-
Ràdio 4	19,2	29,9	-	-	-	49,2	-	1,7	-	-

Font: Elaboració pròpia.

Taula 22. Ràdios d'àmbit català: classificació per gèneres de la programació en els dies feiners. Any 2008 (percentatge sobre la programació de dilluns a divendres de cada emissora)

Emissora	IN	IN/EN	ES	EN	HU	MU	PA	CU	CO	RE
Catalunya Ràdio	43,8	28,3	10,3	1,5	3,8	-	6,1	2,4	3,8	-
COMRàdio	42,7	26,7	3,8	-	-	0,8	22,2	3,8	-	-
RAC1	31,5	20,0	25,3	7,2	6,8	-	9,2	-	-	-
Ràdio 4	21,7	38,7	-	-	-	39,6	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia.

Catalunya Ràdio. Aquesta responsabilitat ha recaigut sobre la periodista Neus Bonet, fins aquell moment cap de programes de l'emissora.

- COMRàdio deixa d'emetre infantil i concurs arran de la readaptació d'ambdues propostes a les directrius del gènere informació. El *prime time* també presenta una novetat significativa: l'estrena del magazín matinal *El dia a la COM*, dirigit i presentat per Jordi Duran, que substitueix *Com t'ho diré*, una novetat de la passada temporada.

- RAC1 és l'emissora que gaudeix d'un major grau d'estabilitat. L'única novetat rau en l'estrena del gènere entreteniment.

A Catalunya Ràdio, l'impuls que ha rebut l'infoentreteniment com a conseqüència de la davallada de l'entreteniment (6 punts percentuals) i de la participació (8,2 punts) ha determinat una oferta sustentada en la informació, l'infoentreteniment i els esports, seguint la tendència general de RAC1, de Radio Nacional (abans Radio 1 de RNE) i també de les privades d'àmbit estatal. Enguany, aquests tres gèneres assoleixen el 79,8% de la programació, amb un increment del 14,6 punts percentuals respecte a la temporada passada.

COMRàdio i Ràdio 4 opten per polítiques diferents. En el cas de la primera, els gèneres informació, infoentreteniment i participació aglutinen el 78,2% de la programació total. La desaparició de concurs i d'infantil, principalment, ha afavorit l'enfortiment de participació. A Ràdio 4, música, infoentreteniment i informació, en aquest ordre, són els gèneres que gestionen la quasi totalitat dels continguts oferts, el 98,3%, tot deixant l'1,7% restant a la cultura. En essència, tot i el canvi de programació, els gèneres bàsics que constitueixen aquesta nova oferta són els mateixos de la temporada passada, encara que n'ha variat la incidència.

Pel que fa al capítol de redifusió, a Catalunya Ràdio ha pujat i s'ha situat en un 9,8% arran de l'estrena d'*El visitant*, un programa que selecciona els millors moments de l'emissió diària, com ara entrevistes, seccions i comentaris, entre d'altres, per oferir-los en forma de muntatge resum, encara que també reserva un espai per a l'autopromoció de la programació. L'estratègia de la resta d'emissores ha continuat sent la mateixa de la passada temporada. Així, RAC1 ha tornat a presentar l'índex més alt, amb un 23,9% de la seva programació dedicada a aquest tipus d'emissió. En el cas de Ràdio 4, l'articulació dels continguts en un únic títol, *La Ràdio dels sentits*, li permet redifondre algunes de les seves càpsules durant la matinal. Això no obstant, tenint en compte que aquestes no tenen entitat com a programa, no s'han comptabilitzat com a tal.

a) Informació

A Catalunya Ràdio i COMRàdio el gènere informació presenta valors similars als de la temporada anterior, fet que evidencia l'interès de la ràdio generalista pública catalana per la producció de continguts informatius. En el pol oposat es troba Ràdio 4, també pública, que amb *La Ràdio dels sentits* ha provocat una davallada del gènere (7,6 punts percentuals en el total setmanal de la programació) i el situa darrere de música i infoentreteniment. Pel que fa a l'emissora privada RAC1, la informació continua precedida per l'infoentreteniment i l'esport, tot i haver-ne incrementat la presència en 2,3 punts (vegeu la taula 21).

La majoria d'emissores ha modificat la presència del gènere en el conjunt de la setmana, encara que es manté la tònica general d'oferir un volum superior de continguts informatius els dies feiners que no pas durant el cap de setmana.

Taula 23. Ràdios d'àmbit català: Classificació per gèneres en cap de setmana. Any 2008 (percentatge sobre la programació de dissabte i diumenge de cada emissora)

Emissora	IN	IN/EN	ES	EN	HU	MU	PA	CU	CO	RE
Catalunya Ràdio	22,4	21,0	29,9	3,8	-	10,6	3,9	7,6	-	0,9
COMRàdio	35,4	11,4	15,1	-	-	24,7	-	13,4	-	-
RAC1	9,5	52,8	31,6	2,1	1,9	-	2,1	-	-	-
Ràdio 4	13,0	7,9	-	-	-	73,2	-	5,9	-	-

Font: Elaboració pròpia.

Taula 24. Ràdios d'àmbit català: la informació per segments horaris en els dies feiners. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de cada segment horari per emissora)

Emissora	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
Catalunya Ràdio	10,0	60,7	58,4	22,9	75,0
COMRàdio	20,5	50,2	39,0	31,2	77,0
RAC1	7,8	60,7	13,9	8,3	52,1
Ràdio 4	6,7	45,0	39,2	8,5	3,7

Font: Elaboració pròpia.

Els dies feiners, Catalunya Ràdio continua sent l'emissora que assoleix l'índex més alt, mentre que el cap de setmana ocupa la segona posició, tot i haver-hi incrementat la presència d'informació en 2,4 punts percentuals. L'augment ha estat conseqüència de l'estrena de *Solidaris* (Rita Marzoa), un programa que cada dissabte aborda qüestions de caràcter social, i de la incorporació a la graella habitual, també dissabte, de *Generació digital* (Jordi Sellas), que fins aquesta temporada pertanyia a la programació de festius intersetmanals i estiu.

COMRàdio presenta una davallada d'1,6 punts el cap de setmana, com a conseqüència de la desaparició de *Geografies* (viatges), encara que es consolida com la ràdio que més continguts informatius ofereix en aquest període de la setmana (vegeu la taula 23).

A RAC1, el canvi de gènere de *Misteris* (amb Sebastià d'Arbó), abans infoentreteniment, ha enfortit la presència d'informació el cap de setmana (4,1 punts més), però també els dies feiners (1,6 punts), ja que una de les seves edicions s'emet dilluns de matinada.

A Ràdio 4, la causa principal de la davallada del gènere els dies feiners (8,9 punts) i el cap de setmana (4,2 punts) ha estat la reconversió d'alguns títols en seccions destacades de la fórmula *La Ràdio dels sentits*, com ara *Efectes Positius* i *L'Observatori*.

En el conjunt de l'oferta dels dies feiners, la franja de la jornada que concentra més informació continua sent el segment horari comprès entre les 06.00 i les 13.00 hores, encara que a Catalunya Ràdio i COMRàdio els índexs més alts s'assoleixin entre les 20.00 i les 00.00 hores. Això és conseqüència de l'aplicació, en ambdues emissores, d'una estratègia basada en la combinació de programes informatius d'actualitat i especialit-

zats (vegeu la taula 24). Pel que fa al cap de setmana, la màxima presència es produeix al migdia, de 13.00 a 16.00 hores (vegeu la taula 25). Tot i aquestes tendències, la majoria d'emissores ha introduït certes variacions que no han modificat l'estratègia principal del gènere, amb l'excepció de COMRàdio, que ha reestructurat en general la seva oferta informativa.

En el cas de Catalunya Ràdio, les novetats s'han situat bàsicament durant el cap de setmana. D'una banda, l'estrena de *Solidaris* ha enfortit la presència del gènere a la franja del migdia (20,7 punts percentuals) i la redifusió de *Generació digital* ho ha fet a la matinada (7,7 punts percentuals). De l'altra, el canvi de gènere d'*Eduqueu les criatures*, ara infoentreteniment, ha minvat la presència d'informació (7,1 punts percentuals) en el segment matí. Pel que fa a Ràdio 4, tot i la davallada patida pel gènere (del 17,2% de la programació en cap de setmana l'any 2007 al 13,0% la temporada 2008), l'anàlisi mostra una major concentració d'oferta informativa en el migdia. De fet, ha reforçat aquest segment horari en el conjunt de la setmana amb l'estrena d'*Edició Migdia*, que s'emet en simultaneïtat amb Radio Nacional i que els dies feiners té una durada d'una hora, mentre que queda reduïda a mitja el cap de setmana. Enguany, la integració en forma de seccions a *La Ràdio dels sentits* d'algunes propostes informatives especialitzades ha minvat la presència del gènere programàtic informació, fonamentalment a les franges de matí (27,2 punts) i tarda (20,2 punts) dels dies feiners. Tot i que aquesta tendència també s'ha detectat el cap de setmana, la novetat més significativa ha estat la desaparició dels butlletins horaris de matinada.

COMRàdio ha modificat en bona part la distribució del gènere en el conjunt de la setmana. Els dies feiners, la informació ha augmentat als segments horaris de matinada (12,1 punts)

Taula 25. Ràdios d'àmbit català: la informació per segments horaris en el cap de setmana. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de cada segment horari per emissora)

Emissora	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
Catalunya Ràdio	22,9	14,9	73,6	5,2	13,5
COMRàdio	20,0	41,1	83,3	31,2	16,7
RAC1	17,4	7,2	13,9	5,2	3,1
Ràdio 4	-	10,4	67,5	5,0	3,7

Font: Elaboració pròpia.

Taula 26. Ràdios d'àmbit català: la informació especialitzada en els dies feiners. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de dilluns a divendres de cada emissora)

Emissora	Actualitat	Comunicació audiovisual	Història	Altres
Catalunya Ràdio	35,4	-	0,8	Variat: 3,8 Autoajuda: 3,8
COMRàdio	38,9	-	-	Humanitari: 2 Escola: 1,7
RAC1	29,9	-	-	Ciències ocultes: 1,5
Ràdio 4	20,0	0,8	-	Universitat: 0,8

Font: Elaboració pròpia.

i tarda (10,4 punts) i, per contra, ha baixat al migdia per l'aplicació de diferents tipus d'estratègies. En el primer cas, s'ha estrenat *L'entrevista*, al mateix temps que s'ha incorporat el servei principal *Notícies nit*, que ha abandonat el seu horari tradicional de 22.00 a 23.00 hores i ha passat al de 00.00-00.30. Ara bé, aquest desplaçament no ha incidit sobre l'índex percentual de presència del gènere al segment nit, ja que s'hi ha incorporat *Tal COM som*, un programa que la temporada passada s'emetia al migdia. Aquesta operació ha produït un descens significatiu (44,4 punts) de la presència de continguts informatius entre les 13.00 i les 16.00 hores. Pel que fa al segment tarda, s'ha estrenat una edició vespre de *Notícies xarxa vespre*, que s'emet per les freqüències de Barcelona i Girona, amb la qual cosa reproduceix el mateix sistema d'emissió de l'edició migdia, *Notícies migdia*.

El cap de setmana, el canvi d'horari de *Digitals* (de 15.00 a 18.00 hores) i l'ampliació de la durada a tres hores ha estat la causa de l'augment de la presència del gènere als segments de migdia (31,9 punts) i tarda (22,9 punts). Aquesta modificació horària ha produït significatives davallades als segments nit (16,6 punts) i matinada (26,5 punts), en aquest darrer període a conseqüència de la desaparició de la redifusió del programa.

Des de la perspectiva de l'especialització informativa, COMRàdio ha esdevingut també l'emissora que ha presentat més novetats aquesta temporada. Al llarg del cap de setmana s'han localitzat la majoria de títols, com ara *Fes natura* (sobre el medi ambient), *El millor de cada casa* (la promoció dels municipis de Catalunya a través de l'entrevista al seu alcalde), *COM viure en un galliner?* (educació i família) i *Digues COM!*

(sobre l'escola i la ràdio), que en l'edició de diumenge elabora un resum del més important de la setmana. Aquest últim programa, que el 2007 només s'emetia els dies feiners i posava més èmfasi en l'àmbit del concurs entre les escoles, aborda ara temes d'índole escolar i familiar des d'una òptica més informativa. Paral·lelament, han desaparegut *Geografies* (viatges) i *La bona lluna* (variat). De fet, aquest últim títol va ser substituït a meitat de temporada pel programa musical *L'altra cara de la lluna*. De dilluns a divendres, a banda de *Digues COM!*, es continua emetent *Tots x tots* (assumptes socials). El 2008, COMRàdio esdevé l'emissora catalana que produeix el major nombre d'especialitzacions temàtiques informatives (vegeu les taules 26 i 27).

Per contra, Ràdio 4 ha suprimit ciència i tecnologia, ciències ocultes, medi ambient, educació i salut, entre d'altres, encara que algunes d'aquestes especialitzacions han estat absorbides com a seccions destacades a *La Ràdio dels sentits*. Tot i això, s'ha estrenat *Gent gran* (amb Rosa Gil), l'únic programa de la radiodifusió catalana i espanyola pensat per a la tercera edat. A més, continua emetent *L'Altra Ràdio* (comunicació audiovisual), *Parlament* (política) i *Fora d'hores* (universitat).

Catalunya Ràdio, per la seva banda, ha reforçat amb *Generació digital* i *L'internauta* la presència de les noves tecnologies. Alhora, ha estrenat *Solidaris* (assumptes socials) i ha traslladat a la programació de festius i intersetmanals *L'hora de Plutó*, per la qual cosa la categoria variat ha desaparegut com a especialització temàtica. Pel que fa a RAC1, ha incorporat a l'especialització informativa les ciències ocultes gràcies al canvi de gènere de *Misteris*.

Taula 27. Ràdios d'àmbit català: la informació especialitzada al llarg del cap de setmana. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de dissabte i diumenge de cada emissora)

Emissora	Actualitat	Comunicació audiovisual	Història	Altres
Catalunya Ràdio	10,7	-	1,9	Personal: 2,0 Solidaritat: 1,9 Noves tecnologies: 5,7
COMRàdio	15,1	-	1,9	Gastronomia: 3,8 Medi ambient: 1,9 Ciència i tecnologia: 5,7 Educació: 3,9 Personal: 1,0 Municipi: 1,9
RAC1	5,5	-	-	Ciències ocultes: 4
Ràdio 4	5,9	3,9	-	Política: 1,0 Gent gran: 1,9

Font: Elaboració pròpia.

Tot i aquest ventall de propostes temàtiques, l'actualitat es manté com la principal especialització informativa a totes les emissores. Cal destacar que únicament se n'ha incrementat la presència a Ràdio 4 (2 punts els dies feiners) i a COMRàdio (1,1 el cap de setmana), mentre que a la resta els índex percentuals no han presentat alteracions destacables.

b) Infoentreteniment

En termes generals, la incidència del gènere infoentreteniment en l'oferta radiofònica catalana ha gaudit d'un augment de 9,3 punts percentuals en el conjunt de les graells, fonamentalment com a conseqüència de l'impuls detectat a Catalunya Ràdio, on ha ampliat la presència en 14,7 punts percentuals, i a Ràdio 4, que l'ha incrementada en 22 punts. Si bé també s'han observat variacions percentuals a COMRàdio i a RAC1, aquestes han estat menys significatives.

L'empenta del gènere a Ràdio 4 està estretament relacionada amb *La Ràdio dels sentits*, que es desenvolupa en una edició de matí i tarda com a infoentreteniment els dies feiners, encara que també en té una de musical, que s'emet a la matinal i la tarda dels cap de setmana. En el marc de l'estructura d'aquest macroprograma, s'han posat en marxa microespais especialitzats, és a dir, espais que tenen entitat com a seccions destacades i que alhora són redifosos a l'emissió de matinal. A més, ha estrenat *Cel obert* (Joan Bosch), una proposta que, de dilluns a divendres de 19.00 a 21.00 hores, fomenta la convivència en un món globalitzat on els fluxos migratoris són múltiples i variats. Compta amb la presència de tertulians d'origen estranger però també amb col·laboradors voluntaris catalans repartits pel món.

Pel que fa a Catalunya Ràdio, l'infoentreteniment s'ha revitalitzat amb el nou magazín de tarda *Hem de parlar* (amb Marta Alonso i Flora Saura), arran de la desaparició d'*On vols anar a parar?* També ha estrenat *El visitant* (amb Enric Lucena), estratègia que ha transformat les matinals, fins ara gestionades exclusivament des de la participació. Aquest nou programa re-

construeix la jornada radiofònica de Catalunya Ràdio a partir d'un muntatge radiofònic que en recull els moments més destacats.

Una altra novetat de la remodelació d'*El matí de Catalunya Ràdio* (amb Neus Bonet) ha estat la reducció de la durada en una hora, circumstància que ha permès l'ampliació de *Problemes domèstics* (amb Manel Fuentes). El programa, ara de dues hores, s'ha estructurat de manera diferenciada, encara que mantenint el seu característic fil conductor. Així, a la primera hora s'han incorporat seccions fixes amb col·laboradors, seguint el patró de l'infoentreteniment, mentre que a la segona s'han conservat les claus que la defineixen com a humor. Per finalitzar, *Eduqueu les criatures* ha passat a ser considerat com a infoentreteniment, ja que l'escurçament de l'entrevista a l'especialista ha donat pas a noves seccions presentades amb un to més distès. Aquest programa de cap de setmana juntament amb *Tàpies variades* són les úniques propostes d'infoentreteniment que aborden especialitzacions temàtiques. La primera s'acosta al món de la relació entre pares i fills, i la segona, a la gastronomia.

L'emissora pública COMRàdio ha aplicat un increment de 2,7 punts com a conseqüència de l'estrena d'*El dia a la COM*, que finalitza a les 14.00 hores. Una de les característiques d'aquest nou magazín, a banda de les set hores de durada, és que s'articula en dues parts liderades per diferents editors i presentadors. La primera, més informativa i de les set del matí a les dotze del migdia, està dirigida i presentada per Jordi Duran. Aquestes funcions, en la segona, que té una durada de dues hores, les realitza Albert Vico.

Pel que fa a RAC1, la davallada xifrada en 2,3 punts és conseqüència de la desaparició de *Misteris* com a programa d'infoentreteniment. Això ha provocat també la pèrdua del magazín de matinal com a modalitat d'explotació del gènere a la seva graella.

Lògicament, els canvis que cada emissora ha introduït a la programació han afectat la presència del format magazín en

Taula 28. Ràdios d'àmbit català: l'infoentreteniment per formats en els dies feiners. Any 2008 (percentatge sobre el total d'infoentreteniment de dilluns a divendres per emissora)

Emissora	Magazín	Despertador	Matí	Tarda	Matinada	Redifusió	TOTAL
Catalunya Ràdio	10,4	-	10,4	31,2	-	25,0	77,0
COMRàdio	24,3	-	24,3	36,6	-	-	85,2
RAC1	-	-	18,6	27,9	-	2,0	48,5
Ràdio 4	18,7	-	36,7	37,0	-	-	92,4

Font: Elaboració pròpia.

Taula 29. Ràdios d'àmbit català: l'infoentreteniment per formats al llarg del cap de setmana. Any 2008 (percentatge sobre el total d'infoentreteniment del cap de setmana per emissora)

Emissora	Magazín	Despertador	Matí	Tarda	Matinada	Redifusió	TOTAL
Catalunya Ràdio	4,2	-	12,5	-	-	6,3	23,0
COMRàdio	-	-	14,8	-	-	-	14,8
RAC1	-	15,3	14,9	-	-	21,3	51,5
Ràdio 4	-	-	7,6	-	-	-	7,6

Font: Elaboració pròpia.

qualsevol de les seves modalitats. Enguany, els dies feiners el magazín de tarda assoleix l'índex percentual més alt sobre el total del gènere a totes les emissores. L'aparició dels programes *Hem de parlar* (Catalunya Ràdio) i *La Ràdio dels sentits* (Ràdio 4) n'és la responsable.

Durant el cap de setmana, Catalunya Ràdio és l'emissora que presenta més variacions. D'una banda, l'edició de dissabte de matinada d'*El visitant* ha incrementat la tipologia en redifusió (6,3 punts) i, de l'altra, el canvi de gènere de *Geografia humana*, ara entreteniment, ha incidit en la davallada del magazín (10,1 punts) el cap de setmana.

c) Esport

La temporada 2008 no presenta variacions destacades des de la perspectiva dels índexs percentuals de presència de l'esport, atès que les emissores han optat per mantenir les seves estratègies. Així, RAC1 continua sent la que presenta l'oferta de continguts esportius més alta, seguida a distància per Catalunya Ràdio i COMRàdio. Pel que fa a Ràdio 4, sembla que n'hagi desestimat definitivament la programació, ja que el nou projecte no ha inclòs el gènere. També en l'àmbit del gènere esport, COMRàdio és l'única ràdio catalana que ha estrenat propostes programàtiques, com ara *Què has dinat?* (amb Sergi Mas) els dies feiners i *COM Esports* el cap de setmana, que té edicions de migdia i vespre (Marta Casas) centrades en l'actualitat, i *COM Esports Competició* (Joan Batllori) diumenge a la tarda. Totes són fruit de la desaparició d'*Ara esport*, que emetia diverses edicions de dilluns a diumenge.

Des de l'òptica de la incidència del gènere sobre els diferents segments horaris que estructuren l'oferta radiofònica, les dades més significatives corresponen a Catalunya Ràdio i COMRàdio. La primera, en reduir deu minuts l'edició migdia del cap de set-

mana de *Tot gira*, ha rebaixat (5,6 punts) la presència d'esport en aquest segment horari. A més, la davallada a la matinada dels dies feiners (3,3 punts) ha estat conseqüència de la desaparició de l'emissió del dilluns d'*Els millors anys de la nostra vida*. A COMRàdio se n'ha reforçat la presència al migdia dels dies feiners (13,9 punts) amb *Què has dinat?* (amb Sergi Mas), mentre que amb la desaparició d'*Ara esports* el gènere s'ha deixat d'emetre el vespre dels dies feiners. El cap de setmana, el nou *COM Esports Competició*, de més durada que el seu antecessor *Ara esports*, ha implicat l'ascens de l'esport a la franja nit (11,4 punts percentuals més que el 2007).

Per la seva banda, RAC1 ha optat per conservar la mateixa proposta programàtica tant en termes de presència com de títols. A més, continua oferint *El motor a la Lliga*, l'únic programa esportiu especialitzat a les ràdios catalanes.

Altres constants que s'hi han observat són una alta concentració de continguts esportius el cap de setmana, la interrupció de la programació habitual per transmetre una competició protagonitzada per algun equip català i el monopoli del futbol sobre la resta de modalitats esportives. Tenint en compte la diferència d'incidència del gènere a cadascuna de les graelles, el grau de competitivitat directa no és destacable, i és lògicament el cap de setmana el període que aglutina un volum més gran de propostes.

d) Cultura

Encara que per raons diferents, la presència del gènere cultura ha minvat a COMRàdio (4,3 punts menys que el 2007) i a Ràdio 4 (2,8 punts). Pel que fa a la primera, les causes han estat en primer lloc un canvi d'orientació d'*Extraradi*, la temporada passada cultura, que ha abandonat la programació de cap de setmana per esdevenir magazín de tarda els dies feiners. En

Taula 30. Ràdios d'àmbit català: l'esport per segments horaris en els dies feiners. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de cada segment horari per emissora)

Emissora	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
Catalunya Ràdio	13,3	-	11	8,3	25
COMRàdio	-	-	30,5	-	-
RAC1	50	-	8,3	22,9	47,9
Ràdio 4	-	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia.

Taula 31. Ràdios d'àmbit català: l'esport per segments horaris al llarg del cap de setmana. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de cada segment horari per emissora)

Emissora	24.00/06.00	06.00/13.00	13.00/16.00	16.00/20.00	20.00/24.00
Catalunya Ràdio	8,3	-	11,1	71,8	86,5
COMRàdio	-	-	16,7	57,3	20,8
RAC1	50	-	23,6	49	47,9
Ràdio 4	-	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia.

segon lloc es troba la desaparició del cap de setmana de *La casa de les cultures* i la reducció de la durada d'*Icult.COM*. Tot i això, es continua mantenint en antena *Més enllà de la vinyeta*, l'únic programa cultural especialitzat en còmic de la radiodifusió catalana i també espanyola.

La reducció de la presència de cultura a Ràdio 4 s'ha produït en convertir l'emblemàtic *Nautilus* en secció destacada de l'edició tarda de *La Ràdio dels sentits*. Amb aquesta estratègia el gènere ha desaparegut dels dies feiners, mentre que el cap de setmana manté dos títols també clàssics de la programació de l'emissora: *Fes ta festa* i *Va de cine*.

Per contra, Catalunya Ràdio ha augmentat l'oferta cultural, fruit de l'ampliació de *La finestra indiscreta*, que ara inicia les seves edicions en el punt horari de la matinada. A més, *TR3SC* ha duplicat la durada, ara de dues hores, al mateix temps que ha eliminat la seva pròpia redifusió. Aquesta permuta no ha alterat l'índex de presència del programa a la graella, però sí el seu tractament.

L'agenda cultural (*Icult.COM* a COM Ràdio i *TR3SC* a Catalunya Ràdio) i el cinema (*Va de cine* a Ràdio 4 i *La finestra indiscreta* a Catalunya Ràdio) continuen essent, per descomptat, les temàtiques culturals per excel·lència a la programació radiofònica catalana. Cal destacar, però, la permanència d'algunes temàtiques amb trets d'exclusivitat com ara còmic (*Més enllà de la vinyeta* a COMRàdio) i cultura tradicional (*Fes ta festa* a Ràdio 4). Finalment, cal destacar l'absència d'aquest gènere a la ràdio privada catalana.

e) Música

Ràdio 4 continua sent l'emissora en la qual el gènere assoleix l'índex de presència més alt, encara que s'ha detectat una davallada d'11,6 punts, que és resultat d'una reducció signifi-

cativa els dies feiners (17,9 punts), contrarestada només en part per un lleuger ascens el cap de setmana (4,3 punts). El 2008, l'oferta musical de Ràdio 4 es vehicula a través de:

- La continuïtat d'alguns programes emblemàtics, com ara *La taverna del Llop* (rock), *Pachamama* (música fusió), *Material sensible* (Jazz), *Catalunya Express* (cançó catalana actual), *Radiofreqüències* (electrònica) i *Gran gala* (especialitzat en òpera i amb una trajectòria de 40 anys d'emissió), que han hagut de reajustar els seus horaris i les freqüències d'emissió per adaptar-se a la nova situació.
- L'aparició de programes nous amb noves especialitzacions temàtiques com ara *Tradicionàrius* (música popular), la *Cobla* (sardana) i *Oberts a la música*, que a cada edició aborda un estil ètnic diferent, des de la música africana el dilluns fins a la llatina el divendres. Aquesta proposta ha afavorit la incorporació de col·laboradors provinents d'arreu del món que resideixen a Catalunya.
- L'edició musical *La Ràdio dels sentits* que, presentada mitjançant una fórmula que mescla música comercial i no comercial, també potencia la presència de melodies ètniques.

A COMRàdio també s'ha detectat una davallada de la música els dies feiners (3 punts), en paral·lel a un increment el cap de setmana (7,3 punts). Des d'un vessant qualitatiu, la reestructuració d'aquesta oferta ha enfortit la presència i la promoció de la música catalana actual. Això ha estat possible gràcies a l'ampliació horària de *L'altra cara de la lluna* i l'estrena de *Catsons* (amb Gisela Puntí) i també de *Música.cat* (una producció de Ràdio Manlleu a càrrec d'Agustí Sansalvador). Aquesta operació ha fet desaparèixer *Milongueando* (tango), *Tutto Demestres* (clàssica), *Setze jutges després* (sobre el naixement del moviment de la cançó catalana) i *Bon dia lluna*

(variada). Malgrat els canvis, s'han mantingut en antena *Jazz FM*, *Boulevard* (cançó francesa) i *Calidoscopi* (música i poesia).

A Catalunya Ràdio, la presència de la música es redueix a dues propostes programàtiques: *Memòria selectiva* (variada) i *Mans* (sardana), que ha ampliat la durada de l'edició del diumenge. Naturalment, aquesta acció ha enfortit el gènere durant el cap de setmana (2,1 punts). Ara bé, ni pels seus índexs ni tampoc pels estils representats, la música no sembla fonamental per a aquesta emissora pública. Cal tenir present que presenta una oferta especialitzada que desenvolupa, en el marc de les emissores de la Generalitat, a través de canals d'antena convencional i en línia.

Tret de Ràdio 4 i COMRàdio, l'emissió de música ha quedat concentrada en el cap de setmana. Aquesta situació no s'ha de interpretar en termes de competitivitat directa, atesa la diversitat de l'oferta. Pel que fa a l'emissora privada RAC1, la música ha deixat de ser un gènere d'interès per a la conformació de la seva oferta des de fa un parell de temporades.

f) Humor

Catalunya Ràdio i RAC1 tornen a ser, un any més, les úniques emissores catalanes que produeixen el gènere humor. La temporada 2008 la seva presència s'ha vist reduïda en ambdues graelles, on aquest gènere continua representat per un sol programa: *Problemes domèstics* (Catalunya Ràdio, amb Manel Fuentes) i *Minoria absoluta* (RAC1, amb Toni Soler).

La causa de la davallada del gènere a Catalunya Ràdio (3,3 punts) ha estat, d'una banda, el canvi d'orientació cap a l'entreteniment de la primera hora de *Problemes domèstics*, que ha avançat l'horari d'emissió a les onze el matí dels dies feiners, i, de l'altra, el fet que n'hagi eliminat la redifusió en forma de muntatge del dissabte a la tarda. Aquesta estratègia ha permès la remodelació d'aquest segment horari, que ara ofereix informació (*Generació digital*) i cultura (la primera hora de *TR3SC*).

A RAC1, *Minoria absoluta* ha reconvertit la segona hora en entreteniment, per la qual cosa la presència del gènere humor ha minvat (5,7 punts). Aquesta evolució s'ha anat fent evident a les darreres temporades en les quals, generalment el divendres, variava l'estructura del programa i, fins i tot, l'equip de producció i de realització. Enguany, aquesta tendència s'ha consolidat amb un títol diferenciat, *La segona hora*, i un responsable propi, Quim Morales. Aquesta estratègia ha representat també una davallada (13,3 punts) en la representació d'humor a les matinades, segment que l'emissora privada dedica a la redifusió.

g) Participació

Amb l'excepció de Ràdio 4, el gènere participació continua present a les emissores catalanes, i és a COMRàdio on assoleix l'índex més alt. Enguany la seva estratègia ha convertit la matinada dels dies feiners en participació, ja que aproximadament el 76,4% dels seus continguts es gestionen mitjançant aquest gènere programàtic. Això ha estat possible gràcies a la conti-

nuïtat de *COM Llevar-se* i a l'estrena de *Buda club* (amb Jaume Escala), un programa de quatre hores que substitueix *Comunica't* (dues hores).

Catalunya Ràdio ha tornat a incorporar a la graella de matinada *La nit dels ignorants* (amb Mireia Mallol), un programa emblemàtic de la radiodifusió catalana. Aquesta estratègia ha provocat la desaparició de *Fet a posta*, que ha passat a convertir-se en una secció destacada d'*El matí de Catalunya Ràdio*. A més, s'ha deixat d'emetre *Què... de què?*, una proposta de participació que ha estat substituïda per infoentreteniment (*El visitant*), per la qual cosa el gènere ha presentat una davallada de 8,2 punts.

RAC1 ha optat per la continuïtat de *Tot és possible* (amb Elisenda Camps), per la qual cosa l'índex percentual no varia. Aquest programa, que s'emete al migdia de dilluns a divendres, continua pertanyent a l'àmbit de la redifusió de matinada, encara que en forma reduïda de muntatge radiofònic.

Tot i que comparativament amb altres gèneres la incidència de la participació en termes quantitatius es pot qualificar de menor, es detecta un grau significatiu de competitivitat entre les emissores públiques, que, des de la una fins a les tres de la matinada, inciten la seva audiència a participar. A més, la redifusió de l'emissora privada coincideix també amb aquest punt horari.

h) Entreteniment, concurs i religió

Pel que fa a l'entreteniment, Catalunya Ràdio presenta una davallada de 6 punts percentuals com a efecte de la desaparició del magazín de tarda *On vols anar a parar?*, circumstància que ha contrarestat, en part, l'estratègia de canvi de gènere aplicada a *Geografia humana*. Així, aquesta temporada l'entreteniment deixa de gestionar els continguts de la tarda dels dies feiners. A RAC1, el gènere ha entrat a formar part de l'oferta, fruit de l'estrena de *La segona hora*, un magazín vinculat a *Minoria absoluta*.

El concurs ha desaparegut a COMRàdio, mentre que s'ha reforçat a Catalunya Ràdio (1,5 punts). A la primera, *Digues COM!* (amb Miquel Giménez) ha variat l'estructura i ha abandonat el caràcter competitiu, almenys en antena, ja que l'esperit amb què es va endegar el projecte continua. Cal recordar que aquesta iniciativa té el suport del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya. L'ascens del gènere a Catalunya Ràdio és conseqüència de l'estrena de *Suc de coco*, un concurs on els oients proposen idees per millorar la vida quotidiana, que són valorades i votades per l'audiència. Des d'aquesta perspectiva, la temàtica resulta innovadora. El programa està dirigit per Xavier Solà, que, després de 20 anys liderant el magazín de cap de setmana *El suplement*, s'ha incorporat a la programació diària. Com és lògic s'ha deixat d'emetre Els 25, creat especialment la temporada 2007 per commemorar l'aniversari de l'emissora.

En referència a religió, Catalunya Ràdio emet *Paraules de vida*, que des d'una perspectiva cristiana aborda la tasca social, educativa i solidària de diferents entitats.

4.1.2. Emissores d'àmbit estatal amb desconexions

a) Descripció general de l'oferta

La tendència de mantenir la informació, l'infoentreteniment i l'esport com els gèneres principals continua pervivint la temporada 2008 en aquest tipus d'emissores generalistes, encara que, de nou, la seva presència global (86,7%) representa una davallada de 0,9 punts respecte a la temporada passada. COPE OM continua sent l'emissora amb l'índex global més baix (81,7%, exactament igual que el 2007) mentre que, en el pol oposat, Onda Rambla Punto Radio ha destinat el 96% de la graella a la producció d'aquests tres gèneres, seguida de prop per Onda Cero OM amb un 90,3%.

En relació amb els altres gèneres, cal destacar les actuacions de Radio Nacional (antiga Radio 1 de RNE) i Onda Cero FM, que han incidit sobre el gènere programàtic entreteniment a partir de modificacions d'índole diferent. A la cadena pública, l'estrena d'aquest gènere ha estat conseqüència, en part, de la reducció aplicada a infoentreteniment (7 punts). A Onda Cero FM, la desaparició de participació i la davallada d'informació (5,3 punts) ha enfortit entreteniment i ha facilitat l'estrena de cultura.

Tot i que l'homogeneïtat es manté com a característica més destacada, s'han observat algunes novetats que, a mitjà termini, poden significar un canvi de directrius en aquest tipus d'oferta. A COPE FM, l'esport ha deixat de ser el tercer gènere, posició que ara ocupa participació, després d'una reestructuració de la graella que ha provocat la desaparició d'entreteniment. De forma inversa, però amb resultats similars, la situació s'ha reproduït a Onda Cero FM, on s'ha deixat d'emetre participació i s'ha incrementat (14,1 punts) entreteniment, que s'ha col·locat, així, al mateix nivell percentual que esport. A més, cal destacar com a novetat la irrupció del gènere juvenil en el marc d'aquesta oferta a Onda Rambla Punto Radio, encara que amb un índex presencial significativament baix sobre el total de l'oferta de l'emissora.

Com és habitual, la majoria de les novetats se situen al cap de setmana i afecten els gèneres que gaudeixen d'una presència minoritària. Aquest és el cas de juvenil a Onda Rambla Punto Radio, cultura a Onda Cero FM i participació a SER OM

i SER FM, com a resultat de l'ampliació en els temps dels programes que ambdues emeten de dilluns a divendres.

Pel que fa a la redifusió, modalitat d'emissió a la qual no se sumen ni COPE OM ni Onda Rambla Punto Radio, la seva incidència es manté baixa en el conjunt de l'oferta. Si bé el muntatge resum continua sent el format per excel·lència, no es pot parlar d'una tendència generalitzada en la gestió d'aquests continguts. Les directrius observades en l'anàlisi són les següents:

- repetició parcial o total d'un programa (SER OM);
- elaboració d'un muntatge radiofònic dels millors moments, sota el mateix títol de programa (Onda Cero FM i SER FM), i
- creació d'un programa amb títol i equip de producció propi que ressalta moments puntuals de la programació de la setmana (Radio Nacional i Onda Cero FM).

a) Descripció general de l'oferta

La novetat més destacada és l'increment significatiu de la programació local (en desconexió) detectat a SER FM (13,9 punts) i a Onda Cero FM (7,6 punts), mentre que les seves homònimes a l'ona mitjana han mantingut els índexs de la temporada passada. Pel que fa a les emissores restants, han rebaixat lleugerament la presència dels continguts locals, com ara COPE OM (0,8 punts), COPE FM i Onda Rambla Punto Radio (ambdues 0,7 punts) i Radio Nacional (0,1 punt). De nou, i amb independència del període setmanal, el segment horari comprès entre les 13.00 i les 16.00 hores és el que aglutina el volum més gran d'oferta local (vegeu la taula 33).

Les variacions percentuals esmentades revelen, a més, que cada emissora ha optat per aplicar les seves pròpies estratègies en l'àmbit de la programació local:

- Amb el seu rellevant ascens percentual, SER FM ha remunat la davallada patida la temporada 2007. Enguany ha recuperat *Parlar per parlar* (Raquel Aturia), que competeix de forma directa amb el programa en cadena, també de participació, *Hablar por hablar*, que s'emet per l'ona mitjana. També ha estrenat *Qualsevol nit pot sortir el sol* (Ricky Romero) les matines del cap de setmana. De fet, aquest segment és el que més s'ha beneficiat de l'augment de la presència de la programació local. La informació especialitzada també ha estat refor-

Taula 32. Ràdios d'àmbit estatal: classificació per gèneres de la programació. Any 2008
(percentatge sobre la programació total setmanal de cada emissora)

Emissora		IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	EN	RE	JU
COPE	OM	33,7	20,7	27,3	-	13,3	-	1,3	-	3,7	-
	FM	45,0	21,2	15,4	-	-	15,7	-	-	2,7	-
Onda Cero	OM	42,2	31,5	16,6	-	-	9,7	-	-	-	-
	FM	35,7	29,8	16,8	-	-	-	1,1	16,8	-	-
Onda Rambla Punto Radio		41,1	40,0	14,9	-	0,5	0,5	0,5	2,2	-	0,3
Radio Nacional		46,7	27,0	11	-	4,8	-	4,5	4,7	1,3	-
SER	OM	40,8	32,1	16,1	1,5	-	6,7	2,5	-	-	-
	FM	36,9	36,5	14,6	1,5	-	8,6	1,9	-	-	-

Font: Elaboració pròpia.

Taula 33. Ràdios d'àmbit estatal: classificació per gèneres de la programació en desconexió autonòmica/local. Any 2008 (percentatge sobre la programació total de cada emissora)

Emissora		IN	IN/EN	ES	HU	MU	PA	CU	EN	RE	JU	TOTAL
COPE	OM	2,4	3,8	12,3	-	-	-	-	-	0,6	-	19,1
	FM	8,4	7,6	1,7	-	-	15,7	-	-	0,6	-	34,0
Onda Cero	OM	1,5	4,2	2,7	-	-	2,7	-	-	-	-	11,1
	FM	7,0	9,1	2,7	-	-	-	1,1	16,8	-	-	36,7
Onda Rambla Punto Radio		10,4	12,5	0,4	-	0,5	0,5	0,5	2,2	-	0,3	27,3
Radio Nacional		4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3
SER	OM	7	6,9	1,2	1,5	-	-	-	-	-	-	16,6
	FM	8,5	11,8	1,2	1,5	-	8,6	0,6	-	-	-	32,2

Font: Elaboració pròpia.

çada gràcies al nou *Hora 25 de l'economia*, dirigit i presentat per Humberto Salerno, responsable la passada temporada a Onda Cero FM d'*Impuls econòmic* i *Pont Barcelona-Madrid*.

- Onda Cero FM ha enfortit l'oferta local dels caps de setmana, gràcies a l'estrena d'*El millor de la setmana* i *L'agenda* (tots dos presentats per Carles Lamelo) i *Freqüència single* (Lluís Sardà), i a l'ampliació a diumenge de *No són hores*. Aquest últim programa, abans participació, ha tornat a canviar de gènere i potencia l'entreteniment com a eix principal. En realitat, la llarga durada i la permuta de gèneres entre participació i entreteniment detectada les darreres temporades provoquen un replantejament entorn de la hibridació de gèneres, és a dir, la combinació de dos patrons de gestió de continguts que conviuen sota un mateix títol. Al marge d'aquesta qüestió de caire més teòric, les novetats d'aquesta temporada han tingut altres repercussions. La primera, la inclusió de continguts culturals al matí dels caps de setmana amb *L'agenda*, i la temàtica *single* fruit de *Freqüència single*. L'emissió d'aquest últim ha desbancat el clàssic *La rosa de los vientos*, que ara únicament s'emet per l'ona mitjana.

A més, l'emissora ha reestructurat l'oferta de dies feiners compresa entre les 21.00 i les 22.00 hores incorporant, de dilluns a divendres, *La Plaça*, informatiu especialitzat econòmic, que la temporada passada emetia Onda Rambla Punto Radio i que ha substituït *Impuls econòmic*, *L'hora dels sibarites* i *Cuina*. En canvi, ha mantingut el títol *Pont Barcelona-Madrid*, però n'ha variat la freqüència d'emissió, ara bisetmanal, la durada, que ha minvat trenta minuts, i la direcció, actualment a càrrec d'Esther Sardans.

- L'única emissora que no ha variat en relació amb l'oferta de la passada temporada és SER OM. Així, continua mantenint els mateixos gèneres, encara que no els mateixos títols, ja que ha deixat d'emetre *La paradeta del Ricky* (Ricky Romero), que ha estat substituït per *L'hora L* (Crisol Túa). Amb aquesta estratègia ha homogeneïtzat l'oferta local del migdia dels dies feiners.

- Pel que fa a Onda Cero OM, encara que ha conservat el mateix índex percentual global, ha enfortit infoentreteniment (1,2 punts), fruit del canvi de gènere de *La ciutat*.

- Enguany Onda Rambla Punto Radio apareix com l'emissora que més diversitat de gèneres produeix en l'àmbit de la programació local. Aquesta temporada n'ha incorporat dos: esport amb *Futbol Catalunya* i juvenil amb *Criteri Jove*. Paral·lelament ha rebaixat la presència d'entreteniment (4,7 punts) arran de la desaparició de *Poeta Pelegrí* de la matinada dels dies feiners, al mateix temps que ha augmentat infoentreteniment (2,5 punts) gràcies a la reconversió de *La ciutat de tots*. Encara que no ha tingut un efecte directe sobre l'índex percentual de presència d'informació, cal destacar que l'emissora ha rebaixat la durada dels informatius d'actualitat local compresos entre les 06.00 i les 08.30 hores. Una altra novetat ha estat l'estrena de la proposta informativa Àrea els vespres de dilluns a dijous.

- La reducció a COPE OM (0,8 punts) ha afectat la programació del cap de setmana i ha estat conseqüència de la desaparició de l'edició de diumenge del programa informatiu especialitzat *L'hora 13* i del religiós *El mirall de l'Església*. Cal assenyalar que, en l'àmbit de l'emissió de Rock and Gol, es continua oferint *Hablemos del Espanyol*.

- Dues són les novetats més destacades a COPE FM. D'una banda, s'ha reforçat participació (1,8 punts), representada per *Momentos*, en detriment d'informació (2,1 punts). Això ha estat resultat de la reducció aplicada al programa diari de matinada *El gabinet*. De l'altra, ha desaparegut *La hora de Odette* i, consegüentment, el gènere entreteniment. La resta de l'oferta ha conservat les directrius i els títols de les edicions anteriors.

- Radio Nacional ha deixat d'emetre esport, estratègia que ha afavorit l'increment (0,6 punts) d'informació. L'emissora pública continua presentant l'índex més baix de programació local.

Des de la perspectiva dels gèneres, la programació local assegura un cert grau d'heterogeneïtat a la majoria de les emissores. Així, per exemple, Onda Rambla Punto Radio i Onda Cero FM trenquen la dinàmica de la programació en cadena basada exclusivament en els tres gèneres pilars: informació, infoentreteniment i esport. En altres casos, com ara la Cadena SER (OM i FM), facilita l'explotació de l'humor com a gènere propi. Ara bé, també des de l'àmbit dels continguts especialitzats, so-

bretot els de caire informatiu, la programació local incideix encara més en la diversificació i arriba, fins i tot, a produir temàtiques que podrien ser qualificades de pròpies com, per exemple, màrqueting (COPE FM).

c) Informació

Pel que fa a la presència d'informació, el 2008 la mitjana global setmanal ha assolit un 40,3% amb una lleugera davallada (0,5 punts) respecte a la temporada passada. Tot i això, es manté com a gènere principal a les graelles de totes les emissores. A Onda Cero FM s'ha detectat el descens més significatiu (5,3 punts), que ha afectat principalment l'oferta del cap de setmana, on el gènere ha minvat 17 punts percentuals. En el pol oposat, apareix Radio Nacional, que, amb una pujada general de 2,7 punts, ha incrementat de forma significativa (8 punts) la presència d'informació el cap de setmana.

El gènere manté el lideratge els dies feiners, en què COPE FM (50,3%) i Onda Cero OM (50,3%) presenten els índexs més alts. Per contra, COPE OM presenta el més baix (36,5%) tot i haver-ne incrementat la presència (3,3 punts més). El cap de setmana, informació perd la primera posició a favor d'esport a la majoria d'emissores, llevat de Radio Nacional (40,6%), que ha aplicat una pujada de 8 punts, i d'Onda Cero OM (37,7%), que manté el mateix índex de la temporada passada. En aquest període, l'emissora que menys atenció dedica al gènere (18,6%) és SER FM. De fet, la temporada 2008 la informació ha perdut rellevància en el conjunt de l'oferta, amb una reducció de la mitjana global (29,6%) de 2,9 punts respecte a l'any 2007.

Els dies feiners, la informació torna a dominar en el segment horari comprès entre les 20.00 i les 00.00 hores. La incidència hi és tan significativa que la majoria d'emissores plantegen una clara simbiosi entre el gènere i aquesta franja horària i s'arriba, fins i tot, a la casuística d'estar representada per un únic títol. Aquest és el cas de COPE FM amb *La linterna* i Onda Cero OM amb *La brújula*. Pel que fa a la resta, o bé combinen programació en cadena i local, com ara Onda Cero FM, Onda Rambla Punto Ràdio i SER FM, o bé diferents gèneres, com ara Radio Nacional i SER OM. D'una manera o d'una altra, el grau de competitivitat directa és alt. L'excepció es troba a COPE OM, que, en aquest moment del dia, actua d'altaveu de Rock and Gol.

El 2008, la novetat més significativa s'ha detectat a la Cadena SER, que ha eliminat Hora 20 al mateix temps que ha ampliat la durada d'*Hora 25* (Àngels Barceló). Aquesta estratègia, a més, ha estat acompanyada de la creació d'*Hora 25 global*, programa en el qual participen entorn de 500 emissores d'Unión Radio distribuïdes per l'Estat espanyol, els Estats Units i l'Amèrica Llatina. Radio Nacional també ha suprimit *Diario de la tarde*, acció que li ha permès ampliar la durada de *24 Horas*, que ara s'inicia a les 20.00 hores i finalitza a la una de la matinada. Amb aquesta prolongació, Radio Nacional ha enfortit la presència del gènere a la franja de matinada (13,1%). Tot i això, COPE OM continua sent l'emissora que

ofereix més informació entre el punt de la mitjanit i les 06.00 hores fruit de la reconversió a informació de *La Estrella Polar* (José Javier Esparza), abans infoentreteniment.

A diferència de la temporada passada, les novetats del cap de setmana se situen en els segments horaris de matinada i matí. A Onda Cero FM i a SER FM l'abandonament de l'emissió en cadena ha comportat la reducció de la informació i la inclusió d'altres gèneres. A la matinada, la primera ha deixat d'emetre els programes informatius especialitzats *La Rosa de los vientos* i *Partiendo de cero* i els ha substituït per edicions de *No són hores* (entreteniment), mentre que la segona ha estrenat *Qualsevol nit pot sortir el sol*, que dissabte comparteix la matinada amb *Parlar per parlar* i diumenge l'ocupa des de la una fins a les set del matí. De 06.00 a 08.00 hores, Onda Cero FM ha estrenat dos títols d'àmbit local, *El millor de la setmana* i *L'agenda*.

En canvi, Radio Nacional ha incrementat significativament la presència del gènere (27,3 punts) durant el matí del cap de setmana, amb l'estrena de quatre programes especialitzats en temàtiques diverses: *Juntos paso a paso* (solidaritat), *Nómadas* (viatges), *Futuro abierto* (medi ambient) i *En Primera Persona* (variat). Aquesta política ha convertit l'oferta informativa de l'emissora pública en una de les més heterogènies amb un total de deu especialitzacions temàtiques —inclosa l'actualitat—, algunes de les quals exclusives de Radio Nacional, com ara història, entrevista personal, autopromoció i medi ambient. La precedeix SER OM, que continua mantenint les onze temàtiques de la temporada passada, fonamentalment concentrades en el cap de setmana. De fet, aquesta és la tendència general, només trencada per COPE FM i Onda Rambla Punto Radio, que presenten una distribució més equilibrada al llarg de la setmana.

Enguany, l'actualitat no ha variat substancialment la incidència. A més, la salut continua sent el contingut preferent en el conjunt d'aquest tipus d'oferta: és present a la majoria d'emissores, amb les excepcions de COPE OM i Radio Nacional.

Una altra dada significativa és la incidència de l'especialització temàtica en l'àmbit de la programació autonòmica/local en desconnexió, ja que cada emissora ha continuat aplicant estratègies diferents. Les privades Onda Cero OM i SER OM, juntament amb la pública Radio Nacional, continuen concentrant la seva producció únicament en l'actualitat informativa. Per contra, COPE FM es manté com la proposta més variada amb economia, màrqueting, política, salut, viatges i variat, a més d'actualitat, present a totes les emissores. La segueix Onda Rambla Punto Radio, que aborda de forma monogràfica noves qüestions com ara l'assessorament legal i l'educació dels fills, a més del món del taxi, l'economia i la salut, totes tres ja en emissió la temporada 2007. Cal assenyalar que el patrocini i la promoció publicitària són fonamentals per a la producció d'algunes d'aquestes temàtiques. Per la seva banda, a Onda Cero FM el nombre d'especialitzacions continua sent superior en l'àmbit de la programació local que en el de la cadena, mentre que a COPE OM i a SER FM, malgrat la incorporació de l'economia, succeeix tot el contrari.

d) Infoentreteniment

Un any més, el 2008 l'infoentreteniment és el segon gènere en el conjunt de l'oferta generalista, posició que manté els dies feiners. Durant el cap de setmana ocupa majoritàriament el tercer lloc darrere d'esport i informació, amb l'excepció de SER FM, en què és el predominant (36,6%), d'Onda Rambla Punto Radio, on ha passat a ser el segon (29,9%), i de COPE FM, que el manté en quarta posició (11,6%) darrere de participació (16,1%). De nou, COPE OM trenca la tendència general i l'infoentreteniment és precedit per esport i informació al llarg de la setmana.

La mitjana global d'infoentreteniment els dies feiners ha descendit 2 punts percentuals, i s'ha quedat en el 31,3%, mentre que el cap de setmana ha incrementat lleugerament la presència (0,3 punts) i s'ha situat en el 23,3%. Amb independència de l'estratègia que cada emissora ha aplicat en la línia de reforçar o minvar la incidència del gènere, les modificacions relatives a la seva presència s'han estès al llarg de la setmana. En aquest sentit, les més destacades són:

- A COPE OM l'ampliació en diumenge d'una hora del magazín de matí *Al Sur de la Semana* s'ha traduït en un ascens de l'infoentreteniment (3,9 punts) en el cap de setmana. En canvi, els dies feiners n'ha minvat la presència (3,3 punts) pel canvi de gènere de *La Estrella Polar*, ara informació.
- Onda Rambla Punto Radio ha enfortit l'infoentreteniment els dies feiners (12,3 punts) amb l'estrena a la matinada de *La Nit en Blanc* (Javier Silvestre), mentre que el cap de setmana s'ha observat una davallada de 4,1 punts que ha acabat reforçant el gènere informació.
- Radio Nacional ha rebaixat la presència del gènere en tots dos períodes de la setmana, encara que menys els dies feiners (5,3 punts) que el cap de setmana (11,4 punts). El descens d'infoentreteniment ha afavorit, de dilluns a divendres, el gènere entreteniment, nou a la graella de l'emissora pública, mentre que el cap de setmana ha servit perquè creixés la incidència d'informació i de música.
- A Onda Cero FM l'infoentreteniment ha augmentat 5,8 punts percentuals el cap de setmana com a resultat de l'estrena d'*El millor de la setmana* i *Freqüència single*, mentre que ha seguit la política inversa els dies feiners, amb una davallada de 2,3 punts, efecte de la desaparició de *Cuina*.
- SER FM també ha incrementat l'infoentreteniment el cap de setmana (9,5 punts) com a conseqüència del nou programa *Qualsevol nit pot sortir el sol* i s'ha convertit així en l'emissora que més espai dedica al gènere en aquest període. De dilluns a divendres, l'oferta s'ha mantingut en els mateixos paràmetres que la temporada 2007.

Pel que fa al format, els magazins matinal i de tarda continuen tenint més incidència en el conjunt de l'oferta. Una novetat destacada que afecta el magazín matinal és la reestructuració de *Protagonistas* a Onda Rambla Punto Radio. Arran de la marxa de María Teresa Campos, Luis del Olmo s'hi ha reincorporat com a director i presentador, de 08.00 a 12.00 hores. La

primera part del programa, més informativa, és responsabilitat de José Antonio Piñero.

El 2008, i com a conseqüència de les estrenes de *La Nit en Blanc* (Onda Rambla Punto Radio) i *Qualsevol nit pot sortir el sol* (SER FM), el magazín de matinada ha incrementat presència, format que Radio Nacional manté els dies feiners amb *Afectos en la noche* i *La transversal*. A més, l'infoentreteniment ha aparegut també a l'emissió de matinada d'Onda Cero FM amb l'estrena de *Freqüència single*.

Sobre els continguts, la diversitat continua sent l'eix central de la majoria de propostes programàtiques. Mentre la passada temporada es ressaltava el magazín de dissabte de la cadena Onda Cero (OM i FM) *Como el perro y el gato* (animals de companyia) com l'única especialització temàtica, enguany s'hi ha d'afegir *singles* fruit del nou *Freqüència single* que emet Onda Cero FM.

e) Esport

De tots els gèneres, l'esport és el que presenta un major grau d'estabilitat en el conjunt de l'oferta, amb l'excepció d'Onda Rambla Punto Radio, Radio Nacional i la Cadena SER (OM i FM). A Onda Rambla Punto Radio, se n'ha incrementat la presència els dies feiners (0,5 punts) com a efecte de l'estrena del setmanal Futbol Catalunya. El cap de setmana l'augment ha estat superior (2,1 punts) i obeeix a l'ampliació, ara a dues edicions, de *Juego limpio*, un servei d'actualitat esportiva. La resta de l'oferta manté els trets característics d'altres temporades.

L'emissora pública ha modificat la programació esportiva dels dies feiners. D'una banda, ha eliminat de la franja del migdia *Notícies esportives*, que versava sobre l'actualitat esportiva catalana i, de l'altra, ha ampliat la durada de *Radiogaceta de los deportes*. Aquesta estratègia ha comportat, de dilluns a divendres, un increment del gènere en 0,7 punts.

A la Cadena SER (OM i FM), *Carrusel Deportivo* s'ha escurçat el diumenge a la nit, la qual cosa permet l'emissió d'una edició d'*Hora 25*. D'aquesta manera, el gènere s'ha reduït en 2,1 punts. Ara bé, al marge d'aquest canvi, l'oferta de continguts esportius roman estable. Pel que fa als dies feiners, SER OM no ha modificat la programació d'esport, mentre que SER FM ha deixat d'emetre el programa en cadena *Hora 25* de los deportes, amb la qual cosa la presència del gènere minva 2,1 punts.

A COPE OM, en tant que altaveu de Rock and Gol, l'esport assoleix els dies feiners un 24,3% de presència, seguida d'Onda Cero FM amb un 9,7% i SER FM amb un 9,3%. La mitjana global del cap de setmana és significativament més alta (33,5%), circumstància lògica atès que la majoria d'esdeveniments esportius té lloc en aquest període de la setmana. Onda Rambla Punto Radio, amb un 35,6%, lidera el rànquing, seguida de COPE OM (34,7%) i COPE FM (34,4%).

El 2008 es manté la tendència a l'homogeneïtzació de l'oferta de continguts esportius en aquelles cadenes que produeixen programacions diferenciades per a l'ona mitjana i la freqüència modulada, com ara COPE, Onda Cero i SER. De fet, aquesta

situació es fa més evident a la tarda, al vespre i a la nit del cap de setmana. Pel que fa a les modalitats esportives tractades, el futbol continua dominant a totes les emissores. Només la Cadena SER (OM i FM) ofereix un programa especialitzat en el món del motor, *Fórmula SER*, que emet el diumenge a primera hora de la tarda.

f) Participació

El gènere participació continua augmentant la presència en el conjunt de l'oferta generalista. SER FM ha recuperat la matinal de dilluns a dissabte *Parlar per parlar* en el marc de la programació local. Aquesta estratègia ha reforçat la participació el cap de setmana, que la temporada passada estava únicament representada per *Momentos* (COPE FM). Aquest últim ha ampliat en trenta minuts la durada.

Per la seva banda, Onda Cero OM ha estrenat *La Parroquia de El Monaguillo* (amb Sergio Fernández), que ha substituït *A ver si te atreves*, també de participació. Aquesta emissora i SER OM (*Hablar por hablar*) són les úniques que ofereixen participació en l'àmbit de la programació estatal. De fet, la majoria de propostes tenen caràcter local.

Pel que fa a les temàtiques, són els assumptes de caire personal i íntim els que reben més atenció (*Momentos* a COPE FM, *Hablar por hablar* a SER OM i *Parlar per parlar* a SER FM). Ara bé, també se n'han detectat d'altres com esoterisme i tarot a Onda Cero OM i *singles* a Onda Rambla Punto Radio. Sobre les formes de participació, la trucada telefònica continua dominant, tot i que el correu electrònic és utilitzat cada vegada més per interactuar en temps real amb el programa. Una altra via —el xat— de moment és exclusiva d'*Hablar por hablar* (SER OM).

De vegades, la participació dels oients forma part de programes gestionats des d'altres gèneres, on constitueixen seccions destacades. Aquest és el cas de *La Fosforera* a *Herrera en la onda* i *El gabinete a Julia en la onda*, ambdós a la cadena Onda Cero (OM i FM). A més, a la majoria d'emissores es detecta una proliferació de blocs que busquen, entre d'altres, una relació directa amb l'oient que no cal que concordi amb l'hora d'emissió del programa.

g) Cultura

El gènere cultura s'ha estrenat a Onda Cero FM amb *L'agenda* (actualitat cultural) i ha augmentat la incidència a Radio Nacional amb *La estación azul* (Ignacio Elguero), que s'emet la matinal de dilluns. El més significatiu d'aquesta última novetat és la irrupció de la poesia i l'ampliació de la presència de la literatura en l'oferta radiofònica cultural, fins ara únicament representada per *Punt de llibre* (SER FM).

Cultura continua tenint més incidència el cap de setmana, període en què l'actualitat cultural i el cinema es mantenen

com a temàtiques principals. A banda d'aquestes novetats, el gènere cultura mostra signes d'estabilitat tant en relació amb els títols com amb les temàtiques i els horaris.

h) Música, religió, entreteniment, humor i juvenil

Sembla que els continguts musicals no acaben de trobar un espai propi a les graelles de les emissores generalistes, a excepció de COPE OM, Onda Rambla Punto Radio i Radio Nacional. Lògicament, el percentatge més alt es troba a COPE OM, ja que el fet d'actuar com a altaveu d'una emissora temàtica musico-esportiva (Rock and Gol) li permet desmarcar-se de les directrius que regeixen els models de programació de les generalistes. Tot i això, durant el cap de setmana perd el lideratge: Radio Nacional la supera després d'haver enfortit música amb 3,8 punts percentuals i assolir un 7,3%, mentre que COPE OM arriba al 5,7%. Això ha estat conseqüència de l'estrena a l'emissora pública a la matinal de diumenge d'*Abierto hasta las dos* (Paloma Arranz). Els dies feiners els canvis han estat de diferent ordre. D'una banda, s'ha deixat d'emetre *Clásicos populares*, substituït per *Música sobre la marcha* (Fernando Palacios), que aborda també la música clàssica amb emissió conjunta amb Radio Clásica. De l'altra, ha desaparegut *La madriguera*, cosa que ha generat una davallada (3,4 punts) en l'indicador percentual d'aquest període setmanal. Onda Rambla Punto Radio ha eliminat dels matins del cap de setmana *Punto Música Radio* i ha endarrerit l'emissió de *Cocodrilo Club* a les 15.00 hores de dissabte. Lògicament aquesta estratègia també ha rebaixat la presència del gènere a la seva graella.

En canvi, l'entreteniment sembla que es referma en el conjunt de l'oferta generalista, ja que Radio Nacional s'ha apuntat a aquesta tendència estrenant *Afectos matinales* i *Treinta y tantos*. Onda Rambla Punto Radio ha reestructurat La ciutat de tots per incorporar el gènere a *Som com vulguis*. A més, a Onda Cero FM No són hores ha esdevingut de nou entreteniment.

Humor i juvenil són patrimoni exclusiu de la Cadena SER (OM i FM), el primer, i d'Onda Rambla Punto Radio, el segon. Pel que fa a religió, la cadena COPE lògicament presenta els índexs més alts, seguida de Radio Nacional, que, tot i la lleugera davallada (0,2 punts), continua programant continguts religiosos.

4.2. Emissores temàtiques

a) Emissores musicals

En general, l'estabilitat és un dels trets característics que defineix la temporada 2008, que continua apostant pels magazins despertadors, de nit i també de matinal, aquests últims reclamant la participació de l'audiència com a motor pel desenvolupament del programa. Preval, per tant, la tendència a l'explo-tació d'estratègies programàtiques imitatives que potencien la competitivitat directa i que han influït en la rellevància que ha adquirit el format *Adult Contemporary* (AC)³⁰ en emissores co-

30 Adult Contemporary, també anomenat música contemporània per a adults, és un format musical que programa bàsicament èxits de rock i pop de les dècades de 1980 i 1990.

merciats com ara Cadena 100, Europa FM, Ràdio Flaixbac, GUM FM, Kiss FM, M80 Radio, Pròxima FM, RAC105, Styl FM i, fins i tot, amb una significativa presència, a Los 40 Principales, que ha optat per combinar-lo amb la ja clàssica llista musical.³¹

Aquest tipus d'oferta fa inevitable la pèrdua de joves com a potencials oients, que difícilment poden trobar els estils que busquen. De fet, Flaix FM i Màxima FM —emissora que només se sintonitza a Barcelona— són les úniques que emeten dance, potser el format musical que més s'aproxima als seus gustos. Davant d'aquesta situació, les emissores musicals exploren noves vies de distribució dels seus continguts i noves formes de contactar amb el públic. Sens dubte, els webs corporatius esdevenen una eina fonamental, perquè, a banda de poder oferir els continguts principals en temps real (*streaming*) i a la carta, ofereixen serveis complementaris i fomenten la participació.

La temporada 2008, l'emissora pública iCat fm ha estrenat un nou servei que permet escoltar des de qualsevol lloc tota la programació del grup d'emissores de Catalunya Ràdio a través de l'iPhone. L'aplicació està disponible al lloc web i permet obtenir continguts complementaris com ara textos i imatges. A més, des de la perspectiva de la fusió de ràdio i internet, base del projecte iCat fm, cal destacar la retransmissió en directe realitzada a través de <<http://www.icatfm.cat>>, amb imatges i so, del lliurament a Premià de Mar dels Premis Butaca a final de 2008.

Sota el paraigües d'iCat fm s'han desenvolupat un total de cinc canals temàtics musicals especialitzats en línia: TotCat (música catalana), iCatjazz (jazz clàssic i actual), MusiCatles (músiques del món), Mediterràdio (música dels països mediterranis) i Xahrazad (veus femenines). Per la seva banda, el centre temàtic d'iCat fm continua sent el consum cultural i musical. Tot i que amb una estructura de programació diferent, aquest és també l'objectiu de Radio 3, el canal especialitzat de RNE que presenta una graella on combina programes musicals i culturals.

El folklore continua representat per les emissores privades Ràdio Tele Taxi, Ràdio RM, que programa bàsicament flamenc, i Radiolé, que ofereix música espanyola. Pel que fa a Cadena Estel, continua combinant la música tranquil·la, adjectiu que defineix el format *Beautiful Music*, amb programes informatius, religiosos i de servei. Per la seva banda, Segre Ràdio, que també ha adoptat l'*Adult Contemporary* com a format musical diürn, ja que durant la nit i la matinada emet dance i house, reserva un espai important per a la informació de proximitat. La música clàssica és la base de Radio Clásica, de RNE, Catalunya Música i el canal en línia CatClàssica.

b) Emissores no musicals

Aquesta modalitat d'emissores gira entorn de quatre centres d'interès temàtic, els mateixos que l'any 2007:

- Informació. Monopoli de les públiques Catalunya Informació i Radio 5 Todo Noticias, encara que amb propostes estructurades de forma diferent. Continuen gestionant els continguts a partir d'una fórmula que combina actualitat puntual i programes especialitzats.
- Economia. Radio Intereconomía es manté com l'única emissora que aborda aquesta temàtica.
- Interculturalitat. A hores d'ara, LatinCOM (freqüència OM de COMRàdio a Sabadell) és l'única emissora pública que presenta una programació especialitzada en música llatina, però també catalana, tot buscant la convivència a les ones d'oients autòctons i immigrants. La pluralitat de veus i accents és una de les seves característiques.
- Esport. Tres emissores pertanyen a aquesta categoria i, encara que totes comparteixen especialització, l'organització de les seves graelles és força diferent. Radio Marca se centra de forma exclusiva en els continguts esportius i reserva part de la graella per a la programació local. Ona FM, a banda de l'esport, incorpora l'entreteniment i l'humor. Rock and Gol, que comparteix antena amb COPE OM, resol la major part de la jornada radiofònica mitjançant una radiofórmula musical especialitzada en rock combinada amb butlletins d'actualitat esportiva.

4.3. Emissores municipals

Finalment, la ràdio local pública disposa d'una radiografia exhaustiva del sector gràcies a la iniciativa de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya que, recollint les propostes de III Congrés de la Ràdio Municipal, celebrat el novembre de 2006, ha elaborat *El Llibre Blanc de la Ràdio Local Pública*. El document va ser presentat el maig de 2008 i en la seva elaboració hi van participar la Universitat Autònoma de Barcelona i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que van tenir el suport del Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació (CTTI) de la Generalitat de Catalunya. Entre les conclusions cal destacar l'aposta per la professionalització del sector i l'adequació del model de gestió a la Llei de la comunicació audiovisual. En aquest sentit, el Consorci de Comunicació Local ha ofert el seu suport als més de 120 ajuntaments amb emissora radiofònica que el conformen, inclosa COMRàdio.

La Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC), amb la col·laboració del Consorci Local i Comarcal de Comunicació (CLCC) i Comunicàlia i amb el suport de la Generalitat de Catalunya, ha organitzat el IV Congrés de la Radio Local Pública sota el lema "Més local, més pròxima" l'octubre de 2008.

31 MARTÍ, J. M.; MONCLÚS, B. (2008) [En línia]: "Music radio 2.0 Construction within the web society framework. The way youth are transforming the conventional musical radio format". A: *Papers of the ECREA's 2nd Communication Conference*. Barcelona: European Communication Research and Education Association (ECREA).
<http://www.griss.org/curriculum/marti/publicaciones/marti_monclus_ECREA.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Entre les conclusions, atès el caràcter qualitatiu i d'homologació a la situació que viuen altres tipus d'emissores, cal destacar la referent a la necessitat d'elaborar estratègies destinades a rejoiner l'audiència. També s'ha ressaltat la capacitat de la ràdio local en l'àmbit de la integració de ciutadans nous. De fet, ja són algunes les propostes programàtiques gestades per i per a aquest sector de la població.

5. Ràdio per internet

El 2008 es detecta un increment de les ràdios que es poden escoltar per internet a Catalunya, tot i que les mateixes característiques de la xarxa fan que sigui difícil quantificar-les. Hi ha emissores que difonen exclusivament per aquesta via i altres que ho fan juntament amb altres suports. En aquest sentit, gran part dels prestadors públics i privats de serveis de ràdio per ones també són presents a la xarxa, amb la difusió en directe, l'accés a la carta i, en alguns casos, canals exclusius.

Entre els mitjans públics de radiodifusió que difonen els seus programes per mitjà d'internet, ja sigui com un suport més o bé com a canal exclusiu, cal esmentar Catalunya Ràdio, que té accessible a la xarxa tant la programació d'FM de les seves quatre emissores —Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música i iCat fm— com la de les ràdios exclusives per internet que aquest any s'han incrementat en dues més: CatClàssica, vinculada a Catalunya Música (18 de febrer de 2008), i Xahrazad, d'iCat fm (14 de juliol de 2008), que s'han afegit a les quatre ràdios exclusives d'internet existents a la Corporació: iCatjazz, TotCat, MusiCatles i Mediterràdio, totes dins d'iCat fm.

Catalunya Música, l'emissora dedicada a la música clàssica de Catalunya Ràdio, ha estrenat CatClàssica (<<http://www.catclassica.cat>>), especialitzada en música clàssica d'autors i intèrprets catalans de diferents estils, èpoques i llenguatges. A part d'escoltar la ràdio, des del web la persona usuària pot llegir les referències del que sona en aquell moment, consultar un arxiu de programes temàtics i de músics, l'agenda de concerts, etc.

D'altra banda, iCat fm, l'emissora de Catalunya Ràdio dedicada a la promoció cultural, va estrenar el 2008 la seva cinquena ràdio per internet. Es tracta de Xahrazad, que s'ha especialitzat en la difusió musical de veus femenines del món i que combina tots els gèneres i totes les procedències. Com en els altres webs d'iCat fm, cada tema s'acompanya d'imatges de les intèrprets i dels principals enllaços. Les altres ràdios d'iCat fm que només difonen a la xarxa són iCatjazz (especialitzada

en jazz), TotCat (música en català), MusiCatles (exclusiu de músiques del món) i Mediterràdio (dedicada als intèrprets i als temes de la Mediterrània). Les tres primeres existeixen des de la creació d'iCat fm l'any 2006 i Mediterràdio va començar a final de 2007. Des del lloc web d'iCat fm (<<http://www.icatfm.cat>>) es pot accedir a les cinc ràdios per internet.

Aquest interès de Catalunya Ràdio per apropar la ràdio a l'oient d'internet s'ha reflectit en l'augment de les hores d'àudio servides: un 122% més que el 2007, d'acord amb dades de CCRTV Interactiva.

Una altra novetat de 2008 ha estat el nou portal que iCat fm va estrenar adaptat a l'iPhone, coincidint amb el llançament a l'Estat espanyol d'aquest producte que combina telèfon mòbil, iPod i accés a internet. D'aquesta manera, l'iPhone se suma a les plataformes ja existents que amplien el nombre de llocs des d'on es pot seguir aquesta emissora.

També el prestador públic estatal Radio Televisión Española ha fet canvis en el web (<<http://www.rtve.es>>) durant el 2008 que han afectat la ràdio i l'han ajudat a augmentar el nombre de persones usuàries que l'escoltaven des de la xarxa. Des del 20 de maig fins al 30 de setembre de 2008 es va multiplicar per nou el nombre de pàgines vistes de RNE i es va assolir una xifra de 1.790.411 visites.³² En el nou lloc web, l'usuari pot accedir a tots els podcasts³³ i descarregues dels programes complets i als millors talls del dia, perquè es puguin baixar a dispositius mòbils.

Similars funcionalitats es poden trobar en els webs de moltes de les emissores locals públiques que disposen d'un enllaç per ser escoltades en directe des de la xarxa, així com també programes ja emesos a la carta. Aquest lloc web de la ràdio local té una funció semblant a la del web de l'ajuntament, ja que inclou notícies del municipi, agenda d'activitats, etc. En aquest sentit, COMRàdio ofereix el seu web com a plataforma per a les emissores consorciades que vulguin tenir el seu lloc a la xarxa.

D'altra banda, també hi ha emissores municipals que el 2008 han modificat el lloc web amb l'objectiu de millorar-lo i facilitar l'accés als continguts. Un exemple és el de Ràdio Montblanc (<<http://www.radiomontblanc.org>>).³⁴

En l'àmbit privat, els productes dels diferents grups que tenen concessions d'FM a Catalunya també es poden escoltar des de la xarxa en directe o a la carta, o de totes dues maneres. Onda Rambla Punto Radio, RAC105, Ràdio Tele Taxi, Ràdio RM, Flaix FM i Segre Ràdio, entre d'altres, només es poden escoltar en directe. D'altres, com ara la Cadena SER, Onda Cero, RAC 1, Ràdio Estel, GUM FM, Imagina Ràdio o Ràdio Marina es poden escoltar en línia, i alguns dels seus programes també a la carta.

32 "Radio Nacional multiplica por nueve sus visitas en Internet gracias a la nueva RTVE.ES", *RTVE.es* (4 d'octubre de 2008) [En línia] <<http://www.rtve.es/noticias/20081004/radio-nacional-multiplica-por-nueve-sus-visitas-internet-gracias-nueva-rtvees/171348.shtml>> [Consulta: juliol de 2009]

33 Es refereix a la tecnologia per crear i difondre arxius radiofònics per internet que després es poden descarregar o escoltar en qualsevol moment, des de l'ordinador o des d'un reproductor portàtil.

34 "Ràdio Montblanc es marca nous reptes", *Nova Conca* (22 de febrer de 2008).

Entre els prestadors privats que el 2008 han canviat els seus webs hi ha Cadena Dial, del grup Prisa, que va redissenyar el seu portal (<<http://www.cadenadial.com>>). Ara inclou actualitat musical en espanyol, a més d'informació sobre els programes de la cadena, els locutors, la graella de programació, àudio i vídeo de les principals notícies musicals i novetats discogràfiques. Al web també es recullen les accions més importants organitzades per la cadena: festivals, festes i concerts, així com els premis Dial.³⁵ El 7 de gener de 2008, la cadena de ràdio Ona FM, també pertanyent al grup Prisa, va posar en funcionament el seu web (<<http://www.onafm.cat>>).

Cada any hi ha més ràdios que difonen exclusivament per internet i, de fet, aquest mitjà s'ha convertit en una opció, entre d'altres, per a les ràdios sense afany de lucre. Per exemple, el districte de Sarrià-Sant Gervasi de Barcelona va crear una emissora veïnal que des del 29 de març de 2008 es pot escoltar per internet: Ràdio Sarrià (<<http://www.radiosarria.cat>>), una iniciativa de l'Associació Cultural d'Assessorament i Formació en Audiovisuals i Informàtica (ACAFAI) ubicada al centre cívic Casa Orlandai. Un altre exemple és Ràdio Martorelles (<<http://martorelles.wordpress.com/podcasts/>>), que es basa en podcasts que l'Associació Jove de Martorelles realitza periòdicament.

35 "Nueva página web de Cadena Dial", *Intermedios* (9 de gener de 2008).

Capítol IV. La televisió a Catalunya

1. Presentació

En aquest capítol s'analitzen els àmbits més rellevants que configuren el conjunt de la televisió a Catalunya. Inicialment, es dibuixa un mapa de la situació del sector, i s'identifiquen els prestadors que emeten per ones i en obert a escala nacional, estatal i local, de gestió pública i privada, amb el detall de canals i programes en funcionament, tant en tecnologia analògica com en digital; tots dos sistemes d'emissió conviuen fins que culmini el 2010 la substitució tecnològica engegada anys enrere. Amb referència a aquest procés, en aquesta primera secció també s'estudien les actuacions principals que tant el Govern de la Generalitat com l'estatal han dut a terme al llarg de l'any per conduir aquest canvi.

Quant a l'oferta, en TDT cal destacar la posada en marxa de dos programes per a l'àrea de cobertura del Principat, 105tv i Barça TV; tots dos pertanyen a la societat Emissions Digitals de Catalunya, SAU. En l'àmbit estatal, també es produeixen algunes variacions: Gestevisión Telecinco, SA, modifica el contingut i el nom comercial de dos dels tres programes que té assignats, i el mateix fa Net TV, SA, amb el parell que gestiona. La situació de la resta es manté estable en totes dues tecnologies de difusió, tant numèricament com pel que fa a la identitat. A escala local, al llarg de 2008 s'engega la programació en TDT de diversos prestadors a vuit demarcacions.

El mapa es completa amb les altres formes de distribució televisiva, que són el satèl·lit, el cable i l'ADSL, tres sistemes que en la majoria de casos requereixen subscripció per part de l'usuari, —tot i que via satèl·lit també es difonen canals en obert—. El 2008, a l'Estat espanyol la xifra d'abonats a les diferents plataformes que comercialitzen televisió de pagament s'ha incrementat en més de dos-cents mil usuaris, i ha superat la xifra de quatre milions (4.196.766). Per tercer any consecutiu, l'ADSL ha portat la capdavantera del creixement en aquest àmbit, i un cop més Imagenio de Telefónica ha estat el servei que més usuaris nous ha aconseguit, concretament 98.437.

A més de la recepció *convencional* de televisió, el capítol recull algunes mostres de noves formes de consum audiovisual; per exemple, a través d'internet, les possibilitats d'accedir a un mateix contingut es multipliquen atès que la major part de prestadors ofereixen aquesta opció tant en els seus respectius webs com en portals d'agregació de vídeos. També cal assenyalar la tendència dintre del sector a crear o adaptar formats de ficció o informatius per a dispositius mòbils i el desenvolupament d'experiències convergents, com ara la preestrena del primer episodi d'una sèrie a través de la xarxa i del mòbil de forma simultània.

El servei públic de comunicació audiovisual competència de la Generalitat el presta per a tot l'àmbit de Catalunya la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), ens públic constituït l'any 2007 en substitució de l'antiga Corporació Catalana de Ràdio i Televisió com a resposta a la necessitat d'adaptació a la nova situació del sector. Durant el 2008 la CCMA ha renovat els òrgans d'administració i de direcció: al llarg del primer semestre s'escullen i es nomenen els membres del Consell de Govern, així com els càrrecs de la direcció general de l'ens i les direccions de Televisió de Catalunya (TVC) i Catalunya Ràdio.

Amb relació a TVC, es manté la configuració de tres canals analògics i quatre programes digitals amb cinc emissions assolida el 2006, i es manté l'aposta per la innovació tecnològica i per les noves finestres de consum audiovisual. En són algunes mostres la gravació i emissió de formats en alta definició (AD), la gratuïtat del 3alacarta —el servei per internet de vídeos a la carta que fins a l'octubre combinava continguts en obert i de pagament—, les emissions multiplataforma o la producció de formats per a telèfons mòbils. En aquesta línia, l'any 2008 cal remarcar dues estrenes: d'una banda *Els diaris de Pascal*, docuficció rodada en AD l'estrena de la qual es va poder seguir a través de la televisió i de la xarxa, i de l'altra, *A Pera picada*, la primera sèrie de TV3 creada especialment per al mòbil.

D'altra banda, el 2008 les emissions de TV3 compleixen vint-i-cinc anys; per commemorar-ho, al llarg de l'any s'estrenen diversos programes com ara l'informatiu *Toc de llum*, el concurs *Els 25* o l'especial *Nit vint-i-cinc*, dedicat a recordar els millors moments de la cadena. Pel que fa a la resta de la programació de TVC, l'estabilitat respecte de la temporada anterior n'és la característica predominant, tant pel que fa a gèneres com a formats; el matí i la tarda mantenen espais veterans com ara *Els matins* o *El Club*, i el *prime time* nocturn s'articula al voltant de ficció domèstica, de noves propostes d'humor com ara *Crackòvia* o *Herois quotidians*, i de futbol.

Quant a l'origen de les produccions emeses per TVC l'any 2008, tant TV3 com el K3/33 dediquen gairebé un 70% del total del temps d'emissió a la difusió d'obres europees, complint a bastament l'obligació legal de reservar-ne el 51%. En el cas de TV3, els programes d'entreteniment, informació i ficció concentren el gruix d'hores emeses, mentre que els culturals, musicals i esportius predominen en el K3/33.

Amb relació a l'audiència de la televisió a Catalunya, el tercer apartat del capítol en presenta l'estat de la qüestió amb les dades que proporcionen, d'una banda, l'empresa Taylor Nelson Sofres (TNS) per a l'àmbit de cobertura de Catalunya i l'Estat

espanyol i, de l'altra, l'estudi impulsat per la Fundació Audiències de la Comunicació (FUNDACC) dels territoris de parla catalana, el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura; és el segon any que es compta amb aquesta eina d'anàlisi d'audiències que, a diferència dels audímetres utilitzats per TNS, recull les dades a partir d'entrevistes personals.

Globalment, és destacable el creixement de les cadenes temàtiques en detriment de les generalistes d'àmbits nacional i estatal, menys en el cas de Cuatro i laSexta, aparegudes el 2005 i 2006, respectivament; tot i això, la quota per dies del Baròmetre la lidera TV3 de dilluns a dissabte. També cal assenyalar l'evolució positiva de l'audiència de la TDT al Principat, que comença l'any amb un 11,8% de quota de pantalla i el finalitza amb gairebé un 28%.

En referència al consum televisiu, la xifra de minuts dedicats per persona i dia a Catalunya segueix la tendència a l'alça iniciada l'any 2003, s'incrementa en cinc respecte el 2008, i se situa en gairebé quatre hores; les retransmissions esportives i alguns formats humorístics encapçalen el rànquing de programes més vistos.

Per finalitzar, s'incorpora una síntesi de les dades més rellevants quant a l'observança del pluralisme informatiu dels prestadors de serveis audiovisuals d'àmbit nacional i local públics i privats elaborada a partir dels informes que en realitza el CAC; aquest seguiment s'efectua en compliment del que estableix la Llei de creació del Consell així com la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya i l'any 2008 es concreta en informes mensuals de pluralisme polític, un de trimestral sectorial sobre la presència de les dones en la informació i un d'anyal sobre la distribució geogràfica i temàtica de la informació.

Quant als prestadors analitzats, a escala nacional, a més de TV3, TVE Catalunya i 8tv, a partir de l'abril s'incorpora de for-

ma constant a la mostra el temàtic d'informació 3/24; en l'àrea local, s'inclou també permanentment Barcelona TV i cada trimestre una televisió de proximitat diferent, combinant titularitat pública i privada i partint de criteris d'audiència potencial, amb la finalitat d'obtenir els resultats més representatius possibles.

2. Prestadors de serveis de televisió a Catalunya

2.1. Televisió d'abast nacional

Televisió de gestió pública

L'any 2007, mitjançant la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, es va crear la nova Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA); el nou text legal representa canvis rellevants quant a la seva missió, funcions i obligacions de servei públic,¹ però també n'implica d'altres de caire organitzatiu que es concreten al llarg de 2008. Tot i que la nova CCMA manté l'estructura ja establerta per la Llei 10/1983, de creació de l'antiga Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV), s'introdueixen diverses modificacions rellevants quant al procés d'elecció dels membres que integren el Consell de Govern, el president o presidenta i el director o directora general.

Així, d'acord amb el que disposa l'article 7, el Consell de Govern (abans anomenat Consell d'Administració) està integrat per dotze membres amb mèrits professionals rellevants, que han de ser escollits per majoria de dos terços del Parlament; la novetat introduïda amb la nova Llei és que l'elecció en el Parlament s'ha de produir després que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya n'hagi verificat la idoneïtat per ocupar el càrrec, mitjançant un informe sobre cadascun dels candidats.

Seguint el procediment establert a l'apartat 3 de l'article 7, la Presidència del Parlament de Catalunya va trametre a l'organis-

Taula 1. Canals/programes d'abast nacional en emissió i formes d'accés. Any 2008

Societat	Gestió	Oferta en emissió	Accés obert			Accés condicional		
			Terrestre analògic	Terrestre digital	Satèl·lit	Cable	ADSL	Satèl·lit
Televisió de Catalunya, SA	Pública	TV3	X	X		X	X	
		3/24	X	X		X		
		K3/33	X			X		
		33		X			X	
		K3/300		X				
		TVCi			X	X	X	X
Emissions Digitals de Catalunya, SA	Privada	8tv	X	X				
		105tv		X				
		Barça TV		X	X	X	X	X
		EDC 3		X				

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell i dels webs corporatius

¹ Vegeu l'apartat 2.1 del capítol I i l'apartat 2.1 del capítol IV de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

me regulador la llista de les persones candidates l'11 de gener de 2008 i mitjançant l'acord 4/2008, de 16 de gener, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, "en compliment estricte de les funcions que li encomana l'article 7", va informar el Parlament de la "no-concurrencia de motius suficients de manca d'idoneïtat professional manifesta en relació amb totes i cadascuna de les persones candidates". Després de la designació pel Parlament, el 25 de gener de 2008 va tenir lloc l'acte oficial de nomenament del president, Albert Sáez i Casas, i de la resta de membres del nou Consell de Govern de la CCMA.²

Quant al director o directora general, l'article 14 de la Llei 11/2007 en preveu el nomenament pel Consell de Govern de la CCMA, entre professionals amb prestigi i competència reconeguts i mitjançant una convocatòria pública prèvia. Aquest punt també representa un canvi respecte a la norma anterior, ja que abans el director de la CCRTV era nomenat pel Govern de la Generalitat prèvia consulta amb el Consell d'Administració de la Corporació. D'acord amb les bases del procediment de selecció establert pel Ple del Consell, el termini de presentació de candidatures es va tancar el dia 29 de febrer de 2008; vint-i-sis persones van concórrer a la plaça, d'entre les quals es van escollir quatre candidats que van comparèixer davant d'una comissió creada amb aquest efecte. Aproximadament dos mesos més tard, el Consell de Govern va escollir per unanimitat la candidatura de Rosa Cullell com a directora general de la CCMA.

Posteriorment, el mes de maig, el Consell de Govern va nomenar, a proposta de la directora general, els directors de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio, Mònica Terribas i Oleguer Sarsanedas, respectivament. També a proposta de la directora general, l'octubre de 2008 es va crear la figura del Defensor de l'Audiència encarregat de vetllar pels drets de les persones usuàries de Televisió de Catalunya, el grup d'emissores de Catalunya Ràdio i els webs i portals de la CCMA; el periodista Carles Pérez va ser designat per ocupar aquest càrrec.

Més enllà dels canvis organitzatius assenyalats, durant el 2008 Televisió de Catalunya continua gestionant els sis canals /programes de televisió que produeix, un de generalista —TV3— i cinc de temàtics: el K3, adreçat al públic infantil i juvenil; el 33, de cultura i d'esports; el 300, dedicat a la ficció; el 3/24, informatiu 24 hores; i TVCi, emissió internacional que ofereix continguts de la producció pròpia de Televisió de Catalunya, tot i que fonamentalment de TV3.

L'accés a totes aquestes emissions és fonamentalment en obert a través de la televisió per ones, encara que TV3 i el 33 estan també disponibles en determinades plataformes de pa-

gament de cable i d'ADSL;³ mitjançant el satèl·lit, TVCi es pot veure tant en obert com en accés condicional. En TDT es manté l'estructura de l'oferta televisiva assolida l'any 2006: TV3 i el 3/24 són els únics canals de televisió que emeten en difusió simultània (*simulcast*) la mateixa programació tant en tecnologia analògica com digital; el K3, el 33 i el 300, en canvi, es combinen de forma diferent en funció del tipus de senyal que rep l'espectador. En analògic, el K3 i el 33 ocupen la mateixa freqüència i la seva disponibilitat depèn de la franja horària; tanmateix, el 33 en versió digital no alterna la programació amb cap altra emissió i és el K3 qui la comparteix, en aquest cas amb el 300, entre les 21.00 i les 7.00 hores.

A més d'aquests cinc programes, a través d'un dels dos múltiples amb què compta TVC i que cobreix prop del 60% de la població de Catalunya, el mes d'agost de 2008 la CCMA i l'ens públic Ràdio Televisió Valenciana van acordar l'emissió en proves de Canal 9 a Catalunya; aquest és el primer pas que es va fer amb l'objectiu de signar un conveni de reciprocitat que garanteixi la normalització de la recepció del senyal de TV3 en l'àrea de cobertura de Canal 9. Així mateix, dos mesos abans el conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, i el conseller de Presidència del Govern de les Illes Balears, Albert Moragues, van acordar adaptar el conveni de reciprocitat televisiva entre TVC i Radiotelevisió de les Illes Balears (IB3) amb la mateixa finalitat.⁴

L'oferta pública de cobertura nacional de televisió digital terrestre es completa amb serveis de ràdio⁵ i diverses aplicacions addicionals, com ara la informació meteorològica, borsària o del trànsit; des del mes de febrer de 2008, tots els programes de TVC incorporen les notícies d'última hora en format similar a un tíquer,⁶ amb una part fixa i un desplegable que s'amplia quan l'usuari accedeix a la informació.

A més de la programació disponible en la televisió *convencional*, l'activitat de la CCMA ha continuat enfocada a la recerca d'innovacions tecnològiques que permetin obrir noves finestres per als seus continguts. Emissions concebudes per a entorns multiplataforma, augment de la presència a internet i noves formes de distribució a través de dispositius mòbils són algunes de les novetats desenvolupades durant l'any 2008.

A la xarxa, una de les vies de difusió de les produccions de Televisió de Catalunya és el 3alacarta (<<http://www.tv3.cat/3alacarta>>), un servei posat en funcionament l'any 2004 que ofereix vídeos sota demanda a més de la possibilitat de seguir gran part de les emissions en directe dels canals/programes de TVC. Fins al quart trimestre de 2008 aquesta aplicació combi-

2 Vegeu l'apartat 2.2 del capítol I d'aquest mateix informe.

3 Segons la disposició addicional primera del Reial decret 920/2006, sobre la prestació del servei de difusió de ràdio i televisió per cable, tant els distribuïdors de continguts audiovisuals a través del cable com de l'ADSL estan obligats a incloure el senyal analògic dels prestadors d'àmbit estatal i també de la comunitat autònoma on desenvolupen la seva activitat fins al cessament de les emissions en aquesta tecnologia.

4 La signatura del conveni va tenir lloc el 22 de gener de 2009.

5 Catalunya Ràdio, Catalunya Cultura, iCat fm i Catalunya Música, dos per cada canal múltiple.

6 Banda informativa Iluminosa, visible des de qualsevol punt de la borsa, on apareixen de manera continuada les cotitzacions que es van assolint a mesura que avança la sessió borsària (Termcat).

nava gratuïtat, mitjançant fórmules de patrocini comercial, i pagament, a través de subscripció o SMS; és a partir del mes de novembre quan tot el seu contingut, xifrat en més de 75.000 peces en aquell moment, passa a estar disponible sense cost per a l'usuari. L'any 2008, a més de la programació de producció pròpia, l'oferta del 3alacarta s'amplia amb documentals, retransmissions esportives o sèries d'animació infantil de les quals TV3 ha adquirit els drets per a la difusió per internet; d'altra banda, a partir del desembre i mitjançant la secció web <<http://www.tv3.cat/hd>>, TVC posa a disposició dels internautes diversos resums i fragments de produccions enregistrades en alta definició, amb la possibilitat d'escollir entre dos sistemes de visualització, 720 o 1080,⁷ així com l'opció de veure-ho directament a la pàgina web, o mitjançant descàrrega.

Una nova funcionalitat que s'incorpora l'any 2008 al 3alacarta és l'opció d'incrustar els vídeos publicats a altres blocs o portals personals, és a dir, es facilita a l'usuari un codi que permet inserir la peça escollida en un altre web. TV3 ja ofería aquest servei a través de la secció que manté des de 2007 en la plataforma de continguts audiovisuals a la carta YouTube (<<http://www.youtube.com/tv3>>); des del novembre, aquesta aplicació s'estén a la majoria de l'oferta sota demanda a través del 3alacarta.

Durant el 2008, Televisió de Catalunya també ha engegat diverses iniciatives adreçades al consum audiovisual mitjançant dispositius mòbils; l'any 2007 es va posar en funcionament el portal específic <<http://wap.tv3.cat>>, però és el 2008 quan es presenten més novetats en aquest camp. Des del mes de maig el web informatiu de la CCMA <<http://www.3cat24.cat>> disposa d'una versió optimitzada per a mòbils, <<http://m.3cat24.cat>>, on es proporciona informació actualitzada, mapes del temps, serveis d'alertes o l'últim butlletí en MP3 de Catalunya Informació. Ja a final d'any s'han estrenat 1) <<http://m.tv3.cat>>,⁸ que compta amb dades sobre la programació dels canals que produeix TVC i la possibilitat de descarregar melodies o sons de programes de TV3 i accedir a vídeos del 3alacarta adaptats; 2) <<http://m.elsesports.cat>>, dedicat als esports i a la programació esportiva de TV3 i Catalunya Ràdio, i 3) <<http://m.catràdio.cat>>, que permet recuperar peces diverses de totes les emissores de la Corporació; tots aquests portals compten amb enllaços que faciliten la navegació entre els diversos webs gestionats per la CCMA i l'accés es pot realitzar mitjançant missatgeria o teclejant al navegador qualsevol de les adreces esmentades.

Amb relació a la creació de continguts específics per a altres tipus de pantalles, cal destacar l'estrena el febrer d'A *Pera picada*, la primera sèrie de TV3 produïda especialment per al telèfon mòbil i disponible a <<http://wap.tv3.cat/aperapicada>>.

Un altra línia d'innovació tecnològica desenvolupada per la CCMA és l'emissió en alta definició (AD). El 2008 es va estrenar *Els diaris de Pascal*, la primera sèrie produïda l'any 2007 en aquest format i gravada com si fos cinema que, a més, desenvolupa un nou gènere, la docuficció —història documental rigorosa però construïda dramàticament i interpretada per actors. L'emissió dels vuit capítols d'aquesta producció es va poder seguir a través de la televisió analògica i de la TDT, del Windows Media Center,⁹ i d'un lloc web a internet (<<http://elsdiarisdepascal.tv3.cat/>>), una experiència multiplataforma que TV3 ja havia provat el 2007 amb l'emissió del reportatge *Guernica, pintura de guerra*, del programa *30 minuts*. D'altra banda, entre l'abril de 2007 i l'agost de 2008, TV3 ha produït en alta definició diversos espais, com ara *Boira negra*, sèrie documental de quatre capítols estrenada el setembre, i *Empúries, l'ànima de Catalunya*, programa d'una única emissió sobre la història del Principat, estrenat a l'octubre i realitzat amb motiu del centenari de les excavacions d'Empúries.

Finalment, el 2008 ha estat un any d'aniversaris; el setembre es complien cinc anys d'existència del 3/24, vint anys del 33 i vint-i-cinc de TV3.¹⁰ El llançament del 3/24 l'any 2003 va tenir lloc coincidint amb la celebració dels 20 anys de TVC; a més d'informació contínua, el 3/24 ofereix continguts del Canal Parlament, una plataforma audiovisual creada durant la VI legislatura (10/1999-09/2003) per iniciativa de la Mesa i els presidents dels grups parlamentaris i que serveix per divulgar l'activitat que duu a terme la cambra.¹¹

Televisió de gestió privada

L'oferta de televisió de gestió privada d'àmbit català es rep essencialment a través de la TDT. Emissions Digitals de Catalunya, SA (EDC), societat que pertany al Grupo Godó, és l'empresa privada concessionària des de l'any 2003 d'un canal múltiple de cobertura nacional amb quatre programes. Des del moment de l'adjudicació EDC n'havia ocupat un amb les emissions de 8tv, la primera televisió del grup —de caire generalista i en analògic— que fins l'any 2006 havia estat lligada a la ciutat de Barcelona amb el nom de Citytv.¹²

7 Mentre que la televisió digital tradicional té una resolució de 576 línies x 720 píxels/línia, la televisió en alta definició (AD) presenta dos possibles formats: 720 línies x 1.280 píxels per línia, i 1.080 línies x 1.920 píxels per línia; és a dir, que l'AD dona en qualsevol dels dos formats fins a cinc cops més d'informació que la televisió estàndard. Vegeu <<http://www.tv3.cat/hd/info.html>> [Consulta: juny de 2009]

8 En substitució de <<http://wap.tv3.cat>>.

9 Windows Media Center és un programari dissenyat per a l'entreteniment digital a través de la televisió sobre el sistema operatiu Windows XP i Vista de Microsoft. Per a més informació vegeu <<http://www.tv3.cat/digital/mediacenter.htm>>.

10 Vegeu l'apartat 4.1.2 d'aquest mateix capítol.

11 Font: PARLAMENT DE CATALUNYA. *Què és Canal Parlament?* [En línia] <<http://www.parlament.cat/web/actualitat/canal-parlament/info-canal>> [Consulta: juny de 2009]

12 Citytv va aprofitar el salt de la cobertura local a nacional l'any 2006 per passar a anomenar-se Td8; a final del mateix any, Td8 va adoptar el nom de 8tv.

Al llarg de 2008 la situació de 8tv i d'un dels quatre programes digitals es manté en els mateixos termes que l'any anterior,¹³ però en els altres dos s'han produït canvis. D'una banda, el mes de febrer es van iniciar les emissions de 105tv,¹⁴ nou format musical basat en l'estil de l'emissora radiofònica RAC105, vinculada al mateix grup empresarial. De l'altra, el quart trimestre de l'any EDC va subscriure un acord mercantil amb l'entitat FC Barcelona amb l'objecte de subcontractar l'explotació d'un dels programes temàtics dels quals EDC és concessionària. Aquesta subcontractació es va sotmetre a l'aprovació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i, mitjançant l'Acord 169/2008 del Ple del Consell, es va autoritzar, tot i que va restar condicionada a la tramitació i aprovació del corresponent expedient de modificació contractual.¹⁵ Així, abans d'acabar l'any Barça TV —fins aleshores únicament disponible mitjançant subscripció a través del cable, l'ADSL o el satèl·lit— va començar a emetre provisionalment en TDT.

En obert, 105tv i Barça TV estan disponibles únicament en TDT; 8tv en canvi, emet en difusió simultània en totes dues tecnologies. EDC també ofereix serveis de ràdio a través de la TDT, concretament RAC1 i RAC105.

Amb relació a l'extensió del senyal digital d'EDC, el mes d'abril de 2008 8tv va anunciar la posada en marxa d'un pla d'ampliació de la cobertura amb setanta centres emissors nous distribuïts per tot el territori. El projecte estableix setze fases d'expansió per al període 2008-2009, dotze de les quals s'han desenvolupat l'any 2008 per acabar el mes de desembre amb el 90,37% de població coberta, un total de 6.156.750 habitants.¹⁶

2.2. Televisió d'abast estatal

La televisió d'abast estatal que es rep a Catalunya està configurada, d'una banda, per set prestadors de serveis de comunicació audiovisual (un de públic i sis de privats) que gestionen les diferents concessions atorgades pel govern estatal per al servei públic de televisió per ones terrestres, tant en tecnologia analògica com digital, i, de l'altra, per cinc distribuïdors de serveis de comunicació audiovisuals de gestió privada —a

més dels operadors de satèl·lit en obert— que comercialitzen diverses ofertes de canals de televisió mitjançant el satèl·lit, el cable i l'ADSL.

Amb relació al primer grup, durant l'any 2008 s'han donat alguns canvis quant a nom i contingut dels programes digitals de dos prestadors: Gestevisión Telecinco, SA, i Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA, (en endavant Net TV, SA). Pel que fa a la xifra i la distribució dels canals/programes disponibles en la televisió en obert per ones, la situació es manté en els mateixos termes que l'any anterior, atès que és en el període 2005/2006 que es produeixen els darrers canvis, amb incidència tant en la televisió en tecnologia analògica com digital terrestre.

El 2005 el govern de l'Estat amplia de tres a quatre el nombre de canals analògics privats i l'empresa Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA (en endavant La Sexta, SA) resulta adjudicatària de la nova concessió; ja el 2006, comencen les emissions regulars d'aquest nou canal, laSexta. També l'any 2005 es modifica la concessió atorgada a Sogecable, SA (aleshores anomenada Sociedad de Televisión Canal Plus, SA), de manera que s'autoritza que el prestador pugui emetre les vint-i-quatre hores del dia en obert en totes dues tecnologies. Aquest mateix any neix el canal/programa Cuatro, i Canal+ passa a estar disponible únicament en la plataforma de televisió de pagament Digital+. Finalment, després de l'aprovació el juliol de 2005 del nou Pla tècnic de la televisió digital terrestre (que deroga la norma anterior de 1998) i la posterior ampliació i adjudicació de concessions per part del govern de l'Estat, la xifra de programes digitals es queda en vint: l'ens públic Radio Televisión Española, que en tenia dos, passa a cinc, un canal múltiplex sencer i un programa en un altre de compartit. Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, i Sogecable, SA n'accedeixen a dos, i Net TV, SA i Veo Televisión, SA a un; tots cinc ja comptaven amb un des de l'any 2000. Per acabar, La Sexta, SA, n'obté dos en resultar guanyadora del concurs que es va convocar a aquest efecte.

Així, doncs, des de 2006 el panorama audiovisual d'àmbit estatal està format per sis canals en tecnologia analògica (dos de públics i quatre de privats) i vint programes en tecnologia

13 Vegeu l'apartat 2.1 del capítol IV de l'*Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2007*.

14 COMUNICACIÓ 21: "Godó crea un nou canal musical de TDT a imatge de RAC105" [En línia]. *Comunicació 21*, 11/2/2008. <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=9459> [Consulta: febrer de 2008]

15 Vegeu l'Acord 169/2008, de 29 d'octubre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la sol·licitud d'autorització de la subcontractació formulada pel prestador EDC, SA, en el marc del canal múltiple del qual és adjudicatària; l'Acord 31/2009, de 25 de febrer, sobre l'aprovació de la modificació del contracte per a l'explotació d'un canal múltiple en règim de gestió indirecta i emissió, principalment en obert, del servei públic de TDT, de multifreqüència i de cobertura nacional, adjudicat a EDC, SA, pel que fa als compromisos assolits en relació amb els continguts del Programa núm. 3; i l'Acord 32/2009, de 25 de febrer, sobre verificació del compliment de les condicions suspensives imposades a EDC, SA, en el marc de l'Acord 169/2008, de 29 d'octubre, d'autorització de la subcontractació de l'explotació del programa del canal múltiple del qual és adjudicatària, disponibles al web del Consell a <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._169-2008_subcontractaci_EDCSABar_a.doc>, <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._31-2009_Aprovacio_ple_modificacio_EDCSA_bar_a.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._32-2009_Verificaci_condicions_subcontracte_edcsa_bar_a.pdf>, respectivament.

16 EMISSIONS DIGITALS DE CATALUNYA (EDC). "8tv accelera la seva cobertura en TDT a tot Catalunya". [En línia]. *EDC*, 22/4/2008. <http://www.8tv.cat/img/tdt_web.pdf> [Consulta: abril de 2008]

Taula 2. Canals/programes d'abast nacional en emissió i formes d'accés. Any 2008

Societat	Gestió	Oferta en emissió	Accés obert			Accés condicional		
			Terrestre analògic	Terrestre digital	Satèl·lit	Cable	ADSL	Satèl·lit
Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española	Pública	La 1	X	X		X	X	X
		La 2	X	X		X	X	X
		Canal 24 Horas		X	X	X	X	X
		Teledeporte		X		X	X	X
		Clan TVE		X		X	X	X
		Canal Clásico					X	X
		Docu TVE				X	X	X
		TVE Internacional			X			
Antena 3 de Televisión, SA	Privada	Antena 3 TV	X	X		X	X	X
		Antena.neox		X				
		Antena.nova		X				
Sogecable, SA	Privada	Cuatro	X	X		X	X	X
		40 Latino		X			X	X
		CNN+		X		X	X	X
Gestevisión Telecinco, SA	Privada	Telecinco	X	X		X	X	X
		FDF Telecinco ^A		X		X	X	
		Telecinco 2 ^B		X		X	X	
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	Privada	laSexta	X	X		X	X	X
		Hogar 10		X			X	
Veo Televisión, SA	Privada	Veo TV		X				
		SETenVeo		X			X	X
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	Privada	Intereconomía Tv ^C		X		X	X	X ^D
		Disney Channel ^E		X		X	X	X

A Telecinco Estrellas fins al febrer de 2008.

B Telecinco Sport fins al febrer de 2008.

C Net TV fins al febrer de 2008.

D Disponible a la plataforma de pagament fins a l'octubre de 2008.

E Fly Music fins al juny de 2008.

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell i dels webs corporatius.

digital (cinc de públics i quinze de privats). Tal com es pot veure a la taula 2, en l'àmbit privat, les societats Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, i Sogecable, SA, gestionen un canal analògic i tres programes digitals, respectivament, i La Sexta, SA, un canal analògic i dos programes en TDT. Aquests quatre prestadors simultaniegen el senyal de la televisió analògica en digital i aprofiten els dos programes restants —La Sexta, SA, sols un— per oferir una programació més o menys tematitzada en funció de cada cas. Veo Televisión, SA, i Net TV, SA, són els dos únics prestadors que emeten exclusivament en TDT, amb dos programes cadascun. En el sector públic, el prestador Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española (SME TVE) produeix vuit canals/programes. En analògic n'ofereix dos, mentre que en TDT són cinc els programes disponibles, dos dels quals corresponen a l'emissió en difusió si-

multània del senyal analògic; d'altra banda, dos més únicament estan disponibles mitjançant les diferents plataformes de cable, ADSL i satèl·lit que operen a l'Estat, i el vuitè correspon al canal internacional de TVE.

El 2008, i seguint la dinàmica dels darrers anys, tots els prestadors tant públics com privats han buscat i posat en funcionament noves fórmules de consum audiovisual amb l'objectiu de comercialitzar la seva producció per altres vies més enllà de l'emissió i recepció televisiva lineal. Així, es manté i s'intensifica la tendència convergent a oferir un mateix contingut mitjançant diversos suports tecnològics, fonamentalment internet i el mòbil.

Amb relació al grup de distribuïdors, l'oferta televisiva comercialitzada pels diversos distribuïdors de serveis de comunicació audiovisual a Catalunya arriba mitjançant tres sistemes dife-

rents, el satèl·lit, el cable i l'ADSL i, contràriament a la televisió per ones terrestres en analògic o en digital, en pràctica la totalitat dels casos es tracta de plataformes que requereixen subscripció per part de l'usuari. Només Astra, Hispasat i Eutelsat difonen canals de televisió d'àmbit internacional via satèl·lit i en obert; la plataforma Digital+ és l'única alternativa satel·lital de pagament de tot l'Estat.

Per la seva banda, els distribuïdors que operen a Catalunya i que utilitzen el cable —ONO— o la xarxa telefònica —Telefónica, Jazztel i Orange— ofereixen exclusivament serveis de televisió d'accés condicional. D'acord amb l'informe anual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en conjunt i a escala estatal el sector de la televisió de pagament el 2008 ha crescut en més de 200.000 usuaris, i la suma total supera els quatre milions tot i que segons la tecnologia les xifres varien de forma significativa.¹⁷ Novament, seguint la tendència dels anys 2006 i 2007, la televisió per ADSL i el paquet comercial anomenat triple play en lidera el creixement —amb el producte Imagenio de Telefónica al capdavant— amb més de 130.000 altes. També el servei de televisió per cable d'ONO incrementa la xifra d'abonats en aproximadament 75.000 usuaris nous. En canvi Digital+, tot i que continua mantenint gairebé el 50% de la quota de mercat de la televisió de pagament de l'Estat espanyol amb una mica més de dos milions de consumidors, en perd més de 30.000.

La implantació de la TDT en l'àmbit estatal

L'any 2005 es va aprovar el Pla tècnic de la televisió digital terrestre (PTNTDT) mitjançant el Reial decret 944/2005 —que deroga la norma anterior de 1998— amb dos objectius centrals: impulsar la implantació de la tecnologia digital en el sector audiovisual d'àmbit estatal i planificar l'escenari de canvi. El nou PTNTDT avança la data prevista per a la fi de les emissions analògiques al 3 d'abril de 2010 i, amb el propòsit d'assegurar la substitució tecnològica, enuncia una futura planificació de l'apagada progressiva i per àrees tècniques,¹⁸ que ha de gestionar l'Administració d'acord amb el sector. És l'any 2007 quan el Govern estatal fa públic el Pla estatal de transició a la TDT, en el qual es programen noranta projectes de

transició agrupats en tres fases¹⁹ diferents per coordinar el cessament de les emissions analògiques en les 73 àrees tècniques en què es divideix el territori espanyol, seguint criteris de població i cobertura.

Un cop establerta l'estratègia, durant l'any 2008 les actuacions vinculades al procés d'implantació de la TDT i desenvolupades tant per part dels prestadors de serveis de televisió com per part de l'Administració s'han focalitzat en l'extensió de la cobertura de la televisió digital per tal de complir els terminis marcats pel PTNTDT i, més específicament, per estendre i completar-la en les zones geogràfiques afectades per la primera fase d'apagada analògica, prevista per al final del primer semestre de 2009 en el Pla estatal de transició a la TDT.

Amb aquest objectiu, el juliol de 2008 en la reunió de la Conferència Sectorial de Telecomunicaciones i Societat de la Informació (CATSI) es va definir el model de col·laboració entre les comunitats autònomes i el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç per dur a terme les actuacions necessàries en els municipis implicats en aquesta primera etapa que, en el cas de Catalunya, es preveu que afecti 84 municipis agrupats en dos projectes tècnics anomenats Mataró i Ripoll de les demarcacions de Barcelona i Girona. En la mateixa reunió també es va acordar que el Ministeri destinés 8,72 milions d'euros en crèdits per al finançament, mitjançant convenis marc de col·laboració, de les intervencions necessàries per executar el calendari de cessament de les emissions analògiques.²⁰

Ja a l'octubre el Consell de Ministres va aprovar l'acord mitjançant el qual es formalitzen els criteris de distribució d'aquests fons entre les comunitats autònomes; l'aportació assignada a Catalunya va ser de 244.250 euros i el conveni marc de col·laboració corresponent entre el Ministeri i la Generalitat es va signar a final de desembre de 2008.²¹

D'altra banda, com a acció particular del prestador públic, a final d'any Televisión Española i Abertis Telecom van signar un acord amb l'objectiu de portar el senyal digital al 100% de les llars de tot l'Estat, amb la previsió d'arribar al 98,5% de la població via terrestre, i amb una solució satel·lital per a l'1,5% restant.²² En el conjunt de l'Estat, segons Impulsa TDT a partir de dades facilitades per Abertis Telecom,²³ a final de 2008

17 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2008* [En línia]. Barcelona: CMT, juliol de 2009. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008.pdf> (pàg. 139) [Consulta: juliol de 2009]

18 Zona de territori coberta des d'un punt de vista radioelèctric pel centre principal de difusió.

19 1a fase: 30 de juny de 2009; 2a fase: 30 de desembre de 2009; 3a fase: 3 d'abril de 2010.

20 MINISTERI D'INDÚSTRIA, TURISME I COMERÇ. "El Gobierno acuerda destinar 8,72 millones a extender y completar la cobertura de la TDT en los proyectos de transición que finalizan durante el primer semestre de 2009" [En línia]. Madrid: Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, 17/10/2008. Accessible a <<http://www.mityc.es>> [Consulta: octubre de 2008]

21 Resolució de 20 de gener de 2009, de la Secretaria d'Estat de Telecomunicaciones i per a la Societat de la Informació, per la qual es publica el Conveni marc de col·laboració, entre el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç i la Comunitat Autònoma de Catalunya, para la execució del Pla estatal de transició a la TDT. Publicat al BOE de 20 de febrer de 2009. Accessible a <<http://www.boe.es/boe/dias/2009/02/20/pdfs/BOE-A-2009-2933.pdf>>.

22 ABERTIS TELECOM (2008). "Televisión Española y Abertis Telecom firman un acuerdo para llevar la TDT al 100% de los hogares". [En línia]. Abertis Telecom, 3/12/2008. <http://www.abertis.com/dyndata/firma_tveabertis.pdf> [Consulta: desembre de 2008].

23 IMPULSA TDT (2009): Anuario TDT 2008. [En línia]. Madrid: *Impulsa TDT*. <<http://www.impulsatdt.es/pdf/impulsa-tdt-anuario-08.pdf>> [Consulta: juny de 2009] (pàg. 71).

el 92,38% de població ja pot rebre el senyal de televisió digital terrestre, un indicador que se situa dos punts per sobre de les obligacions marcades pel PTNTDT (90% de la població abans del 31/12/2008).

Televisió per ones de gestió pública

El 2008 es compleix el segon any d'existència de la Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE); amb l'aprovació de la Llei de l'Estat 17/2006, la nova Corporación estatal esdevé una societat mercantil a la qual s'encomana la prestació del servei públic de ràdio i televisió pública mitjançant dues empreses filials. Per vetllar pel compliment de la seva missió, el text normatiu preveu dues eines jurídiques, el mandat marc i el contracte programa. En el primer cas, es tracta d'un document aprovat per les Corts Generals per un període de nou anys on es concreten els objectius generals de la funció que li és assignada; el contracte programa se subscriu triennalment entre Govern i CRTVE i fixa les actuacions necessàries per desenvolupar la seva tasca, a més de definir i dimensionar la Corporación a escala econòmica i estructural.

A final de 2007 els plens del Congrés de Diputats i del Senat van ratificar el Mandat marc a la CRTVE i ja el 2008 el document es va publicar al BOE. Quant al contracte programa per al període 2008-2010, el Consell d'Administració de la Corporación el va aprovar l'agost de 2008, i en resta pendent, a data d'elaboració d'aquest informe (juliol de 2009), el vistiplau del govern de l'Estat per a la seva posterior subscripció.²⁴

En l'àmbit televisiu la Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española, a través de la marca d'identitat TVE, assumeix la gestió de les vuit emissions que produeix (amb previsió d'ampliar l'oferta després de l'apagada analògica): dues de generalistes (La 1, La 2), cinc de temàtiques (Canal 24 Horas, Teledeporte, Clan TVE, Canal Clásico i Docu TVE) i TVE Internacional, un format amb vocació generalista que el mes de desembre de 2008 engega una nova etapa amb més informació, més esports i més continguts d'entreteniment de producció pròpia. Com en el cas de Televisió de Catalunya, la difusió és principalment mitjançant ones terrestres i amb accés obert, si bé a TVE els programes temàtics tenen més presència a les diverses plataformes de televisió de pagament, independentment del tipus de tecnologia.

En obert, TVE simultanieja el senyal analògic amb el digital de La 1 i La 2; als programes Teledeporte, Clan TVE i Canal 24 Horas, en canvi, únicament s'hi pot accedir en TDT, i a TVE In-

ternacional, a través del satèl·lit. Els cinc programes esmentats i també els temàtics Canal Clásico i Docu TVE estan disponibles en la televisió per cable, per ADSL o per satèl·lit.

Mitjançant les desconnexions territorials, el centre de producció de Sant Cugat ofereix la programació específica per al Principat de TVE Catalunya; respecte l'any anterior, el 2008 continua *Memòries de la tele*, programa setmanal engegat amb motiu del cinquantè aniversari que TVE Catalunya celebra el 2009, i que fa un repàs als presentadors, artistes, personatges i figures que formen part de la seva història. Tant *Memòries de la tele* com la resta de la programació de TVE Catalunya (59 segons, *Granangular.cat*, *Continuarà*, *La Missa*, *L'Informatiu Migdia*, etc.) s'emeten a través de La 2, menys en el cas d'*Aquí parlem*, que es rep via desconnexió del Canal 24 Horas. Es tracta d'un format estrenat l'octubre de 2008 amb freqüència setmanal destinat a revisar allò més destacat de l'activitat parlamentària de la cambra catalana. Per a la resta de l'Estat, TVE Catalunya produeix íntegrament Teledeporte i altres continguts com ara *Saber y Ganar*, *Repor*, *Tres14*, *En Construcción*, *Los Lunnis* o *El escarabajo verde*.

A més de la programació televisiva, les emissions digitals de TVE també incorporen el servei de ràdio, amb la difusió de Radio Nacional, Radio Clásica i Radio 3 a través del múltiplex que la CRTVE gestiona en exclusiva, i diversos serveis addicionals informatius sobre meteorologia o trànsit. Com a novetat de 2008, durant els Jocs Olímpics de Pequín es va emetre amb els senyals de La 1, La 2 i Teledeporte una aplicació que oferia contingut específic sobre les diverses competicions: els horaris de les transmissions, les medalles aconseguides per cada país en cada prova o la informació dels resultats més destacats de la jornada. D'altra banda, també coincidint amb els Jocs, TVE va arribar a sengles acords amb Digital + i Imagenio per emetre en les dues plataformes TVE HD.²⁵

Des de 2008, la CRTVE també ofereix la possibilitat de veure part dels continguts que emet en analògic/digital a la carta o en directe; en el primer cas, a més de la secció pròpia que manté en el portal de vídeos YouTube (<<http://www.youtube.com/rteve>>), el maig de 2008 s'estrena el nou web de l'ens públic estatal, que incorpora el servei de vídeo sota demanda ja present en diverses televisions públiques i privades. A <<http://www.rtve.es/alacarta>> es pot accedir gratuïtament a formats de ficció, infantils o divulgatius un cop han estat emesos; també permet el visionament de produccions que formen part de la història de TVE, com ara *Los gozos y las*

²⁴ Prèviament a la signatura del contracte programa, tal com preveuen els apartats 3 i 4 de l'article 32 de la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal, l'autoritat audiovisual ha d'emetre un informe al Govern del projecte i les Corts Generals han de ser informades del contingut.

²⁵ TVE HD és un dels programes previstos en el contracte programa de la CRTVE; juntament amb Cultural.es. Són els dos nous formats que han de substituir el 2010 els actuals Docu TVE i Canal Clásico. El 2008, les primeres emissions de TVE HD tenen lloc durant la celebració dels Jocs Olímpics, però tan sols són accessibles als abonats a les plataformes esmentades. RTVE (2008). "Gran oferta de servicio público de TVE para la TVE del futuro" [En línia]. Madrid: Dirección de Comunicación de RTVE, 4 d'agost de 2008; "TVE emitirá los Juegos Olímpicos en Alta Definición a través del Canal TVE-HD" [En línia]. Madrid: Dirección de Comunicación de RTVE, 25 de juny de 2008. Accessible a <<http://www.rtve.es/prensa>> [Consulta: maig de 2009]

sombras o *Verano azul*, gràcies a la digitalització d'imatges portada a terme per l'ens públic estatal mitjançant el *Proyecto de transformación y digitalización de los fondos documentales de TVE* engegat el novembre de 2002. L'única emissió en directe a través de la xarxa correspon al Canal 24 Horas, disponible a <http://www.rtve.es/mediateca/videos/20090407/canal-horas/3341.shtml>.

D'altra banda, la televisió per ones i la xarxa no han estat els únics suports tecnològics a través dels quals ha estat disponible la programació de TVE; en concret, al mes de juliol la CRTVE va signar un acord amb ONO segons el qual el distribuïdor avança una setmana i en format de vídeo sota demanda capítols de les sèries de ficció emeses per TVE.²⁶

Televisió per ones de gestió privada

En l'àmbit estatal operen en obert sis prestadors de serveis de televisió de gestió privada, Antena 3 de Televisión, SA, Sogecable, SA, Gestevisión Telecinco, SA, La Sexta, SA, Veo Televisión, SA, i Net TV, SA. Els quatre primers compten amb un canal de televisió en tecnologia analògica i tres programes digitals en TDT, menys La Sexta, SA, que en té dos. Els altres dos, Veo Televisión, SA, i Net TV, SA, emeten únicament en TDT, dos programes cadascun.

Amb relació als primers, cal assenyalar els canvis realitzats durant el 2008 per part de Gestevisión Telecinco, SA. En analògic i digital manté la generalista Telecinco, però en TDT Telecinco Estrellas ha passat a ser FDF Telecinco, amb sèries de ficció i cinema com a continguts principals, i Telecinco Sport s'ha convertit en Telecinco 2, que es presenta com una nova televisió generalista que combina la informació amb retransmissions de competicions esportives i telerealtà.²⁷ Pel que fa a la resta, Antena 3 de Televisión, SA, Sogecable, SA, i La Sexta, SA, també simultaniegen el primer canal generalista analògic en TDT —Antena 3 TV, Cuatro, i laSexta, respectivament. L'oferta temàtica en emissió varia en funció del prestador: Antena.neox (adreçada a un públic jove) i Antena.nova (més familiar) mantenen un enfocament generalista, amb programació que inclou sèries de ficció, cinema, animació, esports, espais divulgatius i concursos;²⁸ CNN+ i 40 Latino són programes clarament temàtics, un dedicat a la informació i l'altre a la música. La graella d'Hogar 10 compta amb una oferta orientada cap a l'entreteniment, sense informatius i amb concursos, ficció, programes sobre gastronomia, salut, etc.

Quant als prestadors que emeten únicament en TDT, Net TV, SA, duu a terme canvis importants: a partir de març de 2008

Grupo Intereconomía, accionista del prestador de referència, s'encarrega de la producció d'un dels programes digitals; des d'aquest mateix mes Net TV passa a ser Intereconomía Tv,²⁹ que fins aleshores era un format temàtic especialitzat en informació econòmica disponible en diverses plataformes de televisió de pagament espanyoles. Amb el pas a la TDT d'àmbit estatal i en obert, la seva programació s'amplia amb altres continguts no especialitzats. També el mes de març el grup audiovisual Vocento —que participa de forma indirecta en el 55% del capital social de Net TV, SA— arriba a un acord amb The Walt Disney Company perquè aquesta productora entri en el capital del prestador i en produeixi el segon programa; així, el juliol de 2008 Fly Music deixa pas a Disney Channel. Els dos programes de Veo Televisión, SA, es mantenen en els mateixos termes que l'any 2007, el generalista Veo TV, i SETenVeo, que ofereix continguts de la productora Sony Entertainment Television, fonamentalment sèries i cinema.

La programació en TDT de gestió privada d'àmbit estatal es complementa amb serveis addicionals —d'informació o guies de programació, entre d'altres, i amb més o menys oferta en funció de l'operador— i emissores de ràdio FM vinculades als grups de comunicació relacionats amb els diferents prestadors. Veo Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, i Sogecable, SA, també aprofiten part de l'amplada de banda del canal múltiple per oferir espais de televenda continuada; l'any 2007 comença l'emissió de La Tienda en Veo i ja el 2008 CincoShop i Canal Promo, en els mesos de gener i març, respectivament.

A més de l'emissió televisiva per ones en analògic i en digital, l'any 2008 sorgeixen noves propostes de consum audiovisual que exploren les diferents possibilitats tecnològiques i comercials existents. A través de la xarxa, alguns prestadors d'àmbit estatal proposen diverses opcions d'accés a la seva programació, tant en directe com a la carta. Per exemple, Gestevisión Telecinco, SA, al web <http://www.mitele.telecinco.es> ofereix un servei de vídeos a la carta que inclou fragments de formats d'entreteniment, informatius i sèries de ficció, i dóna la possibilitat de personalitzar un perfil propi amb el contingut preferit per l'usuari. La Sexta, SA, disposa d'una aplicació similar; el setembre de 2008 va presentar el web <http://www.misexta.tv>, que permet visionar programes complets emesos per la televisió en format estàndard o en alta definició. Puntualment, també ha difós a través d'aquest portal algun esdeveniment esportiu en directe. D'altra banda, la programació d'Intereconomía Tv es pot veure en directe per internet a <http://www.intereconomia.com>.

²⁶ ONO (2008). "ONO firma un acuerdo con RTVE para dar por adelantado los capítulos de sus series" [En línia]. Madrid: ONO, 17 de juliol de 2008. Accessible a: <http://prensa.ono.es> [Consulta: maig de 2008]

²⁷ GESTEVISIÓN TELECINCO SA (2009). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco S A, 2009 [pàg. 85]. http://www.telecinco.es/inversores/es/documentacion/informe_anual_2008.pdf [Consulta: maig de 2009]

²⁸ GRUPO ANTENA 3 SA (2009). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: Grupo Antena 3 SA, 2009. http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/INFORMEANUAL%202008_marzo.pdf [Consulta: maig de 2009]

²⁹ VOCENTO (2009). *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: Vocento SA, 2009 [pàg. 54-55]. http://www.vocento.com/info_anual.php [Consulta: maig de 2009]

Taula 3. Repartiment de canals d'emissió televisiva segons plataforma: cable, ADSL i satèl·lit. Any 2008

Tecnologia	Plataforma	Canals disponibles
Cable ^A	ONO	115
	Imagenio	106
ADSL	Orange TV	66
	Jazztelia TV	45
	Digital +	107
Satèl·lit	Astra	378 canals públics i privats en obert
	Hispasat	54 canals públics i privats en obert
	Eutelsat	1.013 canals públics i privats en obert

A La xifra total inclou els canals estatals i autonòmics que les plataformes de cable i ADSL tenen l'obligació d'incorporar segons el Reial decret 920/2006.

Font: Elaboració pròpia amb dades dels webs corporatius.

Per la seva banda, Antena 3 de Televisión, SA, permet escollir entre televisió lineal o a la carta; a la televisió en directe s'hi pot accedir a <<http://www.antena3.com/teleporlared>>, on es difonen en temps real les graelles de programació d'Antena.neox, Antena.nova, A3N24³⁰ i Antena 3 Internacional.³¹ El servei de vídeos a la carta es troba a <<http://www.antena3videos.com>>, web posat en marxa l'any 2008. En aquest espai virtual es poden veure capítols complets de les sèries de ficció emeses en analògic i digital i, en alguns casos, com ara *Los Hombres de Paco* o *Física o Química*, s'avança l'estrena d'un capítol a la xarxa abans que a la televisió convencional; el web també permet el disseny d'una secció pròpia per a l'internauta.

Una altra forma de presència dels prestadors a la xarxa és la plataforma de vídeos sota demanda YouTube; Antena 3 TV i Cuatro ja hi són des de 2007, i el 2008 laSexta posa en funcionament la seva secció en aquest portal. Per la seva banda, el juliol de 2008 Antena 3 de Televisión, SA amplia l'acord comercial d'explotació del canal signat amb YouTube, de manera que a partir d'aquest moment pot introduir publicitat en els seus vídeos.

Tot i que la trajectòria que normalment segueixen els continguts emesos pels prestadors és primer la televisió i després la xarxa o altres suports tecnològics, l'any 2008 s'ha donat algun cas en sentit contrari. Un exemple és *Becari@s* (disponible a <<http://www.telecinco.es/becarios>>), una sèrie de ficció de Gestevisión Telecinco, SA, creada i difosa per internet però que pel seu èxit d'audiència va passar al programa digital FDF.

La creació de productes audiovisuals adaptats segons el suport tecnològic de recepció no es limita a la xarxa; el 2008 han aparegut diversos continguts adequats als terminals mòbils. Per exemple Gestevisión Telecinco, SA, comercialitza dos formats

Telecinco series, un resum de la ficció emesa pels canals/programes del prestador, i *Lo mejor de Telecinco*, una selecció de diversos fragments de la programació. Sogecable, SA, estrena l'any 2008 <<http://www.cuatro.mobi>>, un portal web adaptat al mòbil on es pot accedir a la guia de programació, vídeos, notícies, esports, etc. Quant a Antena 3 de Televisión, SA, produeix des de principi d'any dos canals exclusius per a dispositius mòbils, A3N24 i Antena 3 Series, que posa a disposició dels usuaris a través d'una operadora de telefonía. Mitjançant el mòbil també es va preestrenar el primer capítol de la temporada de *Física o Química*, al mateix temps que a internet.

Per finalitzar, és destacable la distribució de continguts per part dels prestadors a través de plataformes de televisió de pagament; en la mateixa línia que el prestador públic estatal, Antena 3 de Televisión, SA, i ONO signen el mes de maig de 2008 un acord mitjançant el qual el distribuïdor ofereix en el seu servei de vídeo sota demanda les sèries de ficció d'Antena 3.

Televisió per satèl·lit

Catalunya, integrada en l'àmbit de recepció de l'Estat espanyol, té cobertura de televisió per satèl·lit mitjançant Astra, Eutelsat i Hispasat; aquests tres operadors difonen en obert una xifra de canals de televisió que de forma conjunta supera els 1.400, tot i que com es pot veure a la taula 3, el gruix correspon a Eutelsat, que en sobrepassa el miler. La majoria són de procedència internacional si bé també se'n troben alguns d'origen autonòmic³² i estatal (TVE Internacional, a través dels tres operadors i Canal 24 Horas, a Eutelsat). Amb Astra i Hispasat es poden veure les emissions de TVCi i Canal Català.

Digital+, del grup Sogecable, és l'única plataforma que presta el servei de televisió per satèl·lit d'accés condicional a esca-

30 Canal dedicat a la informació les 24 hores del dia disponible a través d'internet. Més informació a: <<http://www.antena3.com/PortalA3com/otros canales tv>> [Consulta: juliol de 2009]

31 Aquest canal s'emet via satèl·lit i cable a 19 països iberoamericans. Més informació a <http://www.antena3.com/a3tv_servicios/a3internacional/mapa.html> [Consulta: juliol de 2009]

32 Mitjançant Astra Extremadura TV, Galicia TV, TeleMadrid Sat, Aragón Sat, Andalucía TV i TVVi.

la estatal. Resultant de la fusió de Vía Digital i Canal Satélite Digital l'any 2003, aquest distribuïdor realitza les seves emissions mitjançant Astra i Hispasat; la xifra de canals de televisió que ofereix augmenta en una quinzena l'any 2008, fins arribar a 107, entre els quals es troben les generalistes d'àmbit espanyol Antena 3 TV, Telecinco i laSexta —que s'hi incorporen a final de 2008— Cuatro, SETenVeo, els vuit canals/programes que produeix la SME TVE i nombrosos autonòmics satel·litals, així com opcions de cinema i esdeveniments esportius a la carta. Dintre de l'oferta de Digital+, també cal destacar el llançament a principi de 2008 d'una emissió televisiva en alta definició, Canal+HD.

Tot i que Digital+ concentra la meitat de la quota de mercat de la televisió de pagament a Espanya,³³ des del seu naixement manté gairebé invariada la xifra aproximada de dos milions d'abonats i acaba l'any amb 30.000 menys que el 2007. Quant a l'equipament en televisió per satèl·lit de les llars catalanes el 2008, les dades que proporciona l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat)³⁴ mostren un any més el manteniment del nombre de llars que disposen d'aquesta tecnologia, gairebé un 24%, xifra una mica per sobre de la de l'any 2007 (22%).

Televisió per cable

L'oferta de televisió per cable a Catalunya està representada per ONO des de 2005, any de l'adquisició d'Auna per part d'aquest operador de telecomunicacions i distribuïdor que comercialitza de forma integrada telefonia, televisió i accés a banda ampla. Segons dades facilitades per la companyia, el 2008 la xarxa de fibra òptica d'ONO a Catalunya supera els 2.000 quilòmetres i dona servei al 52% de llars i empreses, amb més de 200.000 clients residencials, corporatius i institucionals. En total 30 localitats del Principat tenen cobertura de banda ampla mitjançant la fibra òptica; tot i que gran part de la xarxa es concentra en poblacions de la demarcació de Barcelona, la capital inclosa, les ciutats de Lleida, Girona i Tarragona i alguns municipis propers també tenen aquest servei. Segons dades de l'Idescat,³⁵ l'equipament de televisió per cable de les llars catalanes creix l'any 2008 quasi dos punts percentuals respecte de 2007, i se situa en un 8,2%.

A escala estatal, ONO ha aconseguit invertir la tendència decreixent de 2007 i l'any 2008 supera el milió d'usuaris, amb un increment substancial d'aproximadament 74.000 abonats nous; aquesta dada representa una quarta part de la quota del sector de la televisió de pagament a l'Estat espanyol, i la situa en segona posició per darrere de Digital+.

Amb relació a la seva oferta audiovisual, la societat Teuve —filial d'aquest operador de cable dedicada a l'empaquetament i la producció de continguts audiovisuals— proveeix diversos canals de televisió al distribuïdor de televisió per cable, així com a d'altres plataformes de televisió de pagament. D'acord amb dades facilitades per la companyia, ONO difon 115 emissions, organitzades per paquets comercials, entre els quals es troben el senyal analògic dels canals generalistes d'abast estatal, així com els d'abast nacional TV3, K3/33 i el 3/24. Entre les novetats de l'any 2008, cal assenyalar l'acord signat amb l'entitat FC Barcelona per incorporar Barça TV al seu dial així com els subscrits, el maig i el juliol, respectivament, amb Antena 3 de Televisión, SA, i amb la SME TVE per oferir mitjançant el seu servei de vídeo sota demanda capítols de les sèries de ficció d'aquests prestadors, eventualment de forma anticipada a l'estrena pel canal de televisió analògic o digital.

Televisió per ADSL

La televisió per ADSL és la que es distribueix mitjançant línies d'accés d'alta velocitat, utilitzant els mateixos cables que la telefonia analògica. La sigla ADSL prové de l'anglès (*Asymmetric Digital Subscriber Line*) i fa referència a la línia d'abonat amb un canal d'anada de més amplada de banda que el canal de retorn corresponent (Termcat). En l'àmbit estatal, el servei de televisió per ADSL es va començar a comercialitzar l'any 2005, i des d'aleshores aquest segment de la televisió de pagament no ha deixat de créixer; any rere any se n'ha incrementat la base d'abonats fins arribar als 700.000 el 2008, segons dades de l'*Informe anual* de la CMT.³⁶ D'aquesta xifra, una gran part correspon a Imagenio de Telefónica, que creix en pràcticament 100.000 usuaris respecte de l'any 2007, i representa la pujada més destacada, tant en l'àmbit de la televisió per ADSL com de la televisió de pagament en conjunt; acaba el 2008 amb 607.000 subscriptors, el 15% del conjunt del sector. En segon lloc se situa Orange TV del grup France Telecom, amb 87.000 abonats, i finalment Jazztel TV de Jazz Telecom, amb 8.000 i escaig usuaris.³⁷

Així, doncs, a Catalunya tres operadors distribueixen serveis de televisió a través de la xarxa telefònica; tots tres comercialitzen el paquet anomenat *triple play*, un concepte utilitzat per definir la integració de serveis de telefonia, accés a banda ampla i televisió mitjançant un únic suport tecnològic i que ha liderat el desenvolupament d'aquesta forma de distribució de continguts televisius.

33 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2009) [En línia]. *Informe anual 2008*. Barcelona: CMT, 2009. [pàg. 53 d'"Estadísticas del sector"]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

34 FOBSIC i IDESCAT a partir de dades de l'INE (2009) [En línia]. *Equipament TIC a les llars catalanes. Catalunya 2008*. Barcelona: FOBSIC, Idescat. <<http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=5&id=6201>> [Consulta: juliol de 2009]

35 FOBSIC i IDESCAT a partir de dades de l'INE (2009).

36 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2009) [En línia]. *Informe anual 2008*. Barcelona: CMT, 2009. [pàg. 139]. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

37 Vegeu l'epígraf "L'audiència a l'Estat espanyol", dins de l'apartat 3 d'aquest mateix capítol.

La graella d'Imagenio és la més àmplia de les tres, ja que compta amb 106 canals —entre els quals hi ha les televisions analògiques dels prestadors d'àmbit estatal i també nacional, molts dels disponibles en TDT i nombrosos autonòmics satel·litals—, mentre que la de Jazztel TV no supera la cinquantena. Quant a Orange TV, en el quart trimestre de 2008 n'incorpora de nous fins arribar als seixanta-sis. La televisió per ADSL de France Telecom va oferir durant els Jocs Olímpics de Pequín un servei convergent per al seus clients de telefonia mòbil, internet i televisió, que permetia accedir mitjançant els diferents suports tecnològics als continguts de la competició.

2.3. Televisió local

En el període 2004-2008 el sector de la televisió d'àmbit local es troba immers en un procés de canvi profund de la seva configuració; si inicialment la televisió local en emissió analògica va néixer vinculada al municipi, el canvi tecnològic que implica la implantació de la televisió digital terrestre ha modificat aquesta concepció. La Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de la televisió local per ones terrestres delimitava l'àmbit de cobertura al nucli urbà principal de la població de la localitat corresponent,³⁸ però aquest lílindar canvia l'any 2004; amb la introducció de la tecnologia digital a escala local mitjançant el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local (PTNTDTL)³⁹ la zona de servei de cada canal múltiplex correspon a les diverses localitats que integren les demarcacions digitals en què la planificació estatal subdivideix el territori. D'altra banda, el total de poblacions que en formen part pot ser ampliat, tal com preveuen tant la Llei de l'Estat 10/2005, de 14 de juny, de mesures urgents per a l'impuls de la TDT, de liberalització del cable i de foment del pluralisme, com la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.⁴⁰

Així, en aquest nivell, a més del procés de substitució tecnològica que implica, l'establiment de la TDT representa el disseny d'un nou mapa audiovisual on la televisió local supera el límit de la població d'on sorgeix per tenir una cobertura supramunicipal i, a Catalunya, passar a oferir un servei de proximitat.

La planificació del PTNTDTL estableix un canal múltiplex —amb quatre programes— per a cadascuna de les 21 demarcacions de Catalunya, menys Barcelona (el Barcelonès), Cornellà de Llobregat (el Baix Llobregat) i Sabadell (el Vallès Occidental), que en tenen dos. El repartiment dels 96 programes digitals d'aquests 24 múltiplex el va dur a terme entre els anys 2005 i 2006 el Govern de la Generalitat; mitjançant dues convocatòries, una per a la gestió directa de la concessió per part dels

municipis inclosos en les demarcacions, i una altra en règim de gestió indirecta per a particulars, es van adjudicar els programes de televisió local reservats per a Catalunya. Aquest procés dona com a resultat un sector televisiu integrat per 37 programes públics i 56 de privats;⁴¹ en la major part dels casos tots dos tipus de gestió conviuen en un mateix canal múltiplex, menys a les demarcacions de Barcelona i Cornellà de Llobregat, on se'n reserva un de sencer per als públics i un altre per als privats, i Sabadell, en què un dels dos assignats és totalment privat.

Des del moment de l'adjudicació de la concessió a final de setembre de l'any 2006, el conjunt de prestadors del servei públic de televisió digital local tenien per endavant una sèrie de passes —d'acord amb el marc legal que en regula els procediments— que havien d'anar complint per tal d'arribar a obtenir l'habilitació que els permet començar les emissions en tecnologia digital. L'any 2008 ja hi ha diversos prestadors tant de titularitat pública com privada que ofereixen la seva programació de forma regular a través de la TDT.

D'altra banda, també cal tenir present que durant el 2008 les emissions analògiques continuen formant part del sector audiovisual català d'àmbit local; com preveu la disposició transitòria quarta de la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya, fins a l'apagada analògica prevista per a l'abril de 2010, les televisions públiques i privades tenen la possibilitat de simultaniejar el senyal analògic amb el digital, sempre que compleixin determinades condicions, diferents en funció del tipus de gestió.

Per part del Govern de la Generalitat l'any 2008 s'ha posat en marxa el calendari d'encesa de la televisió digital aprovat el novembre de 2007, elaborat per la Secretaria de Mitjans de Comunicació d'acord amb les bases adoptades en una de les sessions plenàries del Fòrum de la TDT; es tracta d'un pla de transició concebut amb l'objectiu de sincronitzar l'encesa digital de totes les televisions d'àmbit local, nacional i estatal d'una mateixa demarcació amb el propòsit de no desconcertar l'usuari ni perjudicar cap dels operadors locals. Per tal de complir aquest calendari, el març de 2008 el Govern va aprovar un pla per desplegar la TDT i garantir-ne la cobertura a tots els municipis de més de 50 habitants, amb una inversió conjunta del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació i el de Governació i Administracions Públiques d'11,5 milions d'euros.

Amb la proximitat de la primera fase de l'apagada analògica prevista pel Govern estatal per al 30 de juny de 2009, una altra línia d'actuació per part de la Generalitat ha estat intensificar les accions informatives sobre la TDT de cara a la ciutadania en general, amb campanyes específiques a través dels mitjans de

³⁸ Amb l'opció d'estendre's a altres nuclis del mateix municipi quan ho aconselli el nombre d'habitants i existeixi la disponibilitat de l'espectre radioelèctric.

³⁹ Aprovat mitjançant el Reial decret 439/2004, de 12 de març, i modificat pel Reial decret 2268/2004, de 3 de desembre.

⁴⁰ Vegeu l'apartat 2.3. del capítol IV de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

⁴¹ En la licitació del concurs per a la gestió indirecta del servei públic de televisió digital local, tres programes es van declarar deserts a les demarcacions de Blanes, Balaguer i Vielha e Mijaran, perquè les ofertes presentades no arribaven al mínim del 50% de puntuació exigida en el plec de clàusules per a cadascun dels apartats avaluats. Vegeu l'apartat 2.5.2 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2006*.

comunicació, exposicions i taules rodones, i la posada en marxa del web informatiu <<http://www.tdt.cat>>.

2.3.1. Televisió digital terrestre de gestió pública i privada

Com ja s'ha esmentat, la distribució dels 24 canals múltiplex que el PTNTDTL fixa per a Catalunya dóna lloc a un escenari de desenvolupament marcat per diferents fites: un cop adjudicada la concessió i rebut el títol habilitant, per poder engegar les emissions en tecnologia digital de forma regular cada concessionari —ja sigui públic o privat— ha d'obtenir en primera instància l'aprovació del projecte tècnic de les instal·lacions que prèviament ha d'haver presentat davant la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació (SETSI) i, en segon lloc, n'ha de superar la inspecció tècnica.⁴²

Després d'haver passat satisfactòriament aquestes dues fases, mitjançant una resolució emesa per l'organisme estatal s'autoritza la posada en servei de les instal·lacions destinades a la prestació del servei de televisió digital local a través del canal múltiplex i el programa assignat. Al llarg de l'any 2008 a les demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat, Olot, Tarragona i Vic ja s'inicien les emissions regulars en TDT de diversos prestadors de gestió privada, tal com es pot veure a la taula 4. En aquest sector, cal esmentar que el novembre de 2008 el Consell d'Administració de PRETESA, societat que pertany al grup de comunicació PRISA que gestiona diverses concessions de TDT local a l'Estat espanyol amb la marca Localia, anuncia la decisió de cessar l'activitat;⁴³ aquesta notificació pot afectar les concessions que el prestador Collserola Audiovisual, SL, vinculat amb Localia, té a les demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat i Granollers.

Igualment, cal tenir present que rebre l'aprovació del projecte per part de la SETSI habilita els prestadors per poder emetre en proves mentre esperen passar la inspecció tècnica de les instal·lacions; l'any 2008 diversos prestadors segueixen en aquesta situació en espera de poder iniciar les emissions regulars.

D'altra banda, a més de les diferents fases que ha de realitzar cada concessionari de forma individual fins arribar a explotar el programa atorgat en els termes establerts, els adjudicataris han de presentar de forma conjunta la memòria explicativa sobre com gestionaran el múltiplex que comparteixen, així com les previsions de desplegament i de cobertura. Això significa que, com ja s'ha assenyalat, en pràcticament la totalitat dels casos prestadors públics i privats han d'acordar com administraran els punts esmentats, entre d'altres, i trametre subsegüentment, i a través de la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals, la proposta de projecte tècnic

al Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç per a la seva aprovació. En aquest àmbit, la situació a desembre de 2008 és diversa, tot i que en línies generals, es detecta cert grau d'estancament en la seva aprovació.

Amb relació als 37 programes públics, quatre són unimunicipals i, per tant, cada consistori és adjudicatari individual d'un programa digital: es tracta de les ciutats de Badalona, Barcelona, l'Hospitalet de Llobregat i Reus. Les emissions de la televisió de l'Ajuntament de Barcelona ja van començar el 2007 i a partir del quart trimestre de l'any 2008 ho fan Badalona i l'Hospitalet de Llobregat. Els 33 restants es van atorgar a les agrupacions de municipis de Catalunya incloses en les demarcacions que estableix el PTNTDTL; per dur a terme la gestió de la concessió, fins a l'any 2008 s'han constituït 22 entitats consorciades, integrades tant per municipis com altres tipus d'ens⁴⁴ (vegeu la taula 5). El Consorci Digital Mataró-Maresme emet des de 2007 (vegeu la taula 4); l'any 2008 també s'ha donat el cas del Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta, que ha anunciat que suspèn transitòriament l'evolució del projecte Delta TV.⁴⁵ Quant al procés de constitució dels ens que haurien de gestionar els onze programes públics que resten, la situació és diversa i es troba en diferents estadis en funció de la demarcació.

El consorci ja constituït esdevé responsable de prestar el servei públic de comunicació audiovisual d'àmbit local definit als apartats 1 i 2 de l'article 32 de la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA), alhora que ha de complir les missions de servei públic enunciades a l'article 26.3, però adaptades als interessos de l'àmbit corresponent, com especifica l'article 32.1. Aquest procés d'ajustament es du a terme a través de dues eines previstes per la LCA:

– l'apartat 1 de l'article 33 estableix que mitjançant un **reglament d'organització i funcionament** aprovat per l'òrgan plenari corresponent cal definir: a) la forma organitzativa a través de la qual s'ha de fer la gestió directa del servei, i b) les missions de servei públic dirigides a la satisfacció de les necessitats de la comunitat local. En el cas dels consorcis, el reglament també esdevé un mitjà que ha de servir per garantir la representació adequada de tots els municipis (article 32.2).

Entre els anys 2007 i 2008 el Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Mataró, programa núm. 1 del canal múltiple 24 amb referència TL06B i denominació "Mataró" (Consorci Digital Mataró-Maresme), el Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Garraf (Consorci Teledigital Garraf), el Consorci d'Osona per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública Canal Múltiple de

⁴² Així ho especifica l'article 11 de la Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres.

⁴³ PRISA (2008). "Localia TV cesa en su actividad". Madrid: Departamento de Comunicación, 13/11/2008.

⁴⁴ Sobre el consorci com a forma de gestió, així com sobre municipis i altres entitats públiques que poden participar en la prestació del servei públic de televisió d'àmbit local, vegeu l'apartat 2.5.1 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2006*.

⁴⁵ AJUNTAMENT DEL PRAT DE LLOBREGAT. "Suspensió temporal del projecte de TDT del Delta del Llobregat". [En línia]. El Prat: Ajuntament del Prat de Llobregat, 10/12/2008. Accessible a <<http://www.elprat.cat>>, Notícies, Societat. [Consulta: gener de 2008]

Taula 4. Prestadors de TDT-L en emissió. Desembre de 2008

Prestador	Gestió	Demarcació
Badalona Comunicació, SA	Pública	Barcelona
Informació i Comunicació de Barcelona, SA, SPM		
La Farga, Gestió d'Equipaments Municipals, SA		
Consorci de la Televisió local de Sant Adrià de Besòs i Santa Coloma de Gramenet ^B		
Gibson Time, SL	Privada	Barcelona
Smile Advertising, SL		
Collserola Audiovisual, SL		
Avista Televisió de Barcelona, SL		
ETV-Llobregat TV, SL	Privada	Cornellà de Llobregat
Collserola Audiovisual, SL		
Justo Molinero i Calero		
Uniprex TDT Catalana, SLU ^A		
Televisió de Girona, SL	Privada	Girona
Dracvisió, SL		
Consorci digital Mataró – Maresme	Pública	Mataró
Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró	Privada	
UTE Wai Entertainment SL - Vallès Serveis de Televisió, SL		
Olot Televisió, SL	Privada	Olot
Televisió del Ripollès, SL		
UTE Associació d'Amics de Mare Nostrum Televisió - Tarraco Visió, SL	Privada	Reus
Iniciatives de Televisió, SL		
Cat 4 TV Catalunya, SL	Privada	Tarragona
Tarraco Visió, SL		
Justo Molinero i Calero		
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Privada	Vic
Produccions de la Llum, SL		
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL		

A L'any 2009, mitjançant l'Acord 101/2009, de 20 de maig, del Ple del CAC, aquest Consell va acceptar la renúncia efectuada per aquest prestador i, en conseqüència, es va resoldre el contracte per a l'explotació del servei de TDT-L del qual era titular.

B Exclusivament logotip.

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Vic, i el Consorci per a la Gestió del Servei de Televisió Digital Terrestre Local de la Demarcació de Lleida han aprovat els reglaments respectius.

– l'apartat de l'article 33 assenyalava el **contracte programa** com un segon instrument de naturalesa pluriennal que, d'una banda, fixa i determina de forma més concreta els objectius de servei públic que han de ser assumits tant per part de l'Administració competent (el consorci corresponent) com de l'entitat a la qual s'encarrega de forma directa la prestació del servei (la societat gestora). De l'altra, el contracte programa ha de garantir de forma proporcionada i transparent la provisió dels fons necessaris per a la prestació adequada del servei de televisió local.

El contracte programa ha de comptar amb l'informe preceptiu del Consell de l'Audiovisual de Catalunya abans de l'aprovació definitiva, a més de ser sotmès a informació pública dins l'àmbit territorial en què ha de tenir vigència.

Durant l'any 2008 el CAC ha aprovat els informes preceptius dels contractes programa presentats pel Consorci Digital Mataró-Maresme amb la societat gestora Mataró Audiovisual —Acord 63/2008, de 7 de maig— i pel Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Garraf (Consorci Teledigital Garraf) i la societat gestora Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú, Societat Anònima Municipal —Acord 64/2008, de 7 de maig.

Taula 5. Consorcis constituïts de TDT-L pública a Catalunya. Any 2008

Nom del consorci	Municipis i consells comarcals integrants	Data de publicació d'estatuts
Consorti de la Televisió Local de Sant Adrià de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet	Sant Adrià de Besòs, Santa Coloma de Gramenet, Consell Comarcal del Barcelonès	24/10/2006 (BOPB núm. 254)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Baix Llobregat Nord (Consorti Teledigital Baix Nord)	Martorell, Sant Andreu de la Barca, Olesa de Montserrat, Esparreguera, Abrera, Sant Esteve Sesrovires, Collbató, Castellví de Rosanes	07/07/2006 28/07/2006 17/10/2006 22/11/2006 02/02/2007 12/03/2007 13/03/2007 (BOPB núm. 161, 179, 248, 279 de 2006 i 29, 61, 62 de 2007)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Baix Llobregat Delta (Consorti Teledigital Baix Llobregat Delta)	Sant Boi de Llobregat, Begues, Castelldefels, Gavà, el Prat de Llobregat, Viladecans, Sant Climent de Llobregat	07/08/2006 08/11/2006 23/11/2006 11/12/2006 12/12/2006 19/12/2006 20/12/2006 (BOPB núm. 187, 267, 280, 295, 296, 302, 303 de 2006)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Sabadell (Consorti Teledigital Sabadell)	Polinyà, Sabadell, Palau-solità i Plegamans, Sentmenat, Barberà del Vallès, Badia del Vallès	27/01/2007 (BOPB núm. 24)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Terrassa - Vallès Oest	Terrassa, Matadepera, Viladecavalls	23/09/2006 (BOPB núm. 228)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació del Vallès Sud	Rubí, Sant Cugat del Vallès, Cerdanyola del Vallès, Ripollet, Montcada i Reixac, Santa Perpètua de Mogoda, Sant Quirze del Vallès, Castellbisbal	02/02/2007 (BOPB núm. 29 de 2007)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Granollers (Consorti Teledigital Granollers)	L'Ametlla del Vallès, Bigues i Riells, Caldes de Montbui, Canovelles, Cardedeu, la Garriga, Granollers, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, la Roca del Vallès, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Celoni, Sant Pere de Vilamajor, Santa Maria de Palautordera, Aiguafreda, Cànoves i Samalús	30/09/2006 (BOPB núm. 234 de 2006)

Taula 5 (continuació). Consorcis constituïts de TDT-L pública a Catalunya. Any 2008

Nom del consorci	Municipis i consells comarcals integrants	Data de publicació d'estatuts
Consorci Teledigital Mollet	Mollet del Vallès, Parets del Vallès, Montornès del Vallès, la Llagosta, Montmeló, Sant Fost de Campsentelles, Martorelles, Vallromanes, Vilanova del Vallès	08/06/2006 22/07/2006 15/08/2006 15/09/2006 20/09/2006 21/09/2006 27/09/2006 26/10/2006 (BOPB núm. 136, 174, 194, 221, 225, 226, 231, 256 de 2006)
Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Mataró, programa núm. 1 del canal múltiple 24 amb referència TL06B i denominació "Mataró" (Consorci Digital Mataró-Maresme)	Mataró, Caldes d'Estrac, Cabrera de Mar, Cabriels, Tiana, el Masnou, Premià de Mar, Argentona, Teià, Sant Andreu de Llavaneres, Alella, Vilassar de Dalt, Sant Vicenç de Montalt, Premià de Dalt, Consell Comarcal del Maresme	05/12/2006 (BOPB núm. 290)
Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Mataró-Maresme Nord (Consorci Teledigital Maresme Nord)	Arenys de Munt, Calella, Tordera, Sant Cebrià de Vallalta, Canet de Mar, Sant Pol de Mar, Pineda de Mar, Santa Susanna, Consell Comarcal del Maresme	13/04/2007 (BOPB núm. 89 de 2007)
Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Garraf (Consorci Teledigital Garraf)	Vilanova i la Geltrú, Sitges, Cubelles, Olivella, Canyelles	10/08/2006 02/09/2006 (BOPB núm. 190 i 210 de 2006)
Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública del Penedès (Penedès TV)	Vilafranca del Penedès, Santa Margarida i els Monjos, Gelida, la Granada i el Vendrell	10/08/2006 07/12/2006 09/02/2007 14/02/2007 05/06/2007 (BOPB núm. 190 i 292 de 2006 i 35 i 134 de 2007 i BOPT núm. 37 de 2007)
Consorci d'Osona per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública Canal Múltiple de Vic	Balenyà, Calldetenes, Centelles, Folgueroles, les Masies de Voltregà, Manlleu, Olost, Roda de Ter, Sant Hipòlit de Voltregà, Sant Pere de Torelló, Taradell, Tona, Torelló, Vic, Consell Comarcal d'Osona	11/05/2006 06/06/2006 (BOPB núm. 112 i 134 de 2006)
Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Bages/Berguedà/Solsonès	Artés, Balsareny, Berga, Cardona, Gironella, Manresa, Navarces, Navàs, Puig-reig, Sallent, Sant Fruitós de Bages, Sant Joan de Vilatorrada, Sant Vicenç de Castellet, Santpedor, Solsona i Súria	29/09/2006 01/07/2006 (BOPB núm. 233 de 2006 i BOPL núm. 90 de 2006)
Consorci per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació d'Igualada	Igualada, Vilanova del Camí, Santa Margarida de Montbui, Piera, Capellades, Òdena, Calaf	05/09/2006 (BOPB núm. 212 AIII de 2006)

Taula 5 (continuació). Consorcis constituïts de TDT-L pública a Catalunya. Any 2008

Nom del consorci	Municipis i consells comarcals integrants	Data de publicació d'estatuts
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Girona (Consorti Teledigital Girona)	Girona, Salt, Cassà de la Selva, Llagostera, Sarrià de Ter, Bescanó, Canet d'Adri	07/08/2006 26/09/2006 05/10/2006 09/10/2006 17/10/2006 12/03/2007 14/03/2007 (BOPG núm. 150,184,191, 193 i 198 de 2006, 50 i 52 de 2007)
Consorti Teledigital Banyoles – Porqueres per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública de la Demarcació de Girona	Banyoles, Porqueres	12/04/2007 (BOPG núm. 73 de 2007)
Consorti de la Televisió Digital Local Pública del Camp (TDCamp)	Cambrils, Mont-roig del Camp, Riudoms, la Selva del Camp, Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Consell Comarcal del Baix Camp	07/08/2006 (BOPT núm. 182 de 2006)
Consorti de Televisió Local de les Terres de l'Ebre	Tortosa, Deltebre, Roquetes, l'Aldea, Camarles, el Perelló, Tivenys, l'Ampolla, Benifallet, Paüls, la Galera, Amposta, Mas d'en Barberans, Sant Carles de la Ràpita, Alcanar, Ulldecona, Santa Bàrbara, Sant Jaume d'Enveja, Masdenverge, Godall, Freginals, EMD Els Muntells, Móra d'Ebre, Móra la Nova, la Torre de l'Espanyol, la Rasquera, Tivissa, Ascó, Vinebre, Miravet, Gandesa, Batea, Arnes, la Fatarella, el Pinell de Brai, Corbera d'Ebre, Prat del Compte	14/03/2006 06/09/2006 25/10/2006 (BOPT núm. 61, 206 i 245 de 2006)
Consorti per a la Gestió del Servei de Televisió Digital Terrestre Local de la Demarcació de Lleida	Lleida, Almacelles, Alcarràs, Alpicat, Almenar, Alfarràs, Consell Comarcal del Segrià	24/03/2007 (BOPL núm. 42 de 2007)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Local Pública d'Aran (Consorti Teledigital Aran)	Bossòst, Naut Aran, Vielha e Mijaran	12/04/2008 (BOPL núm. 53 de 2008)
Consorti per a la Gestió de la Televisió Digital Terrestre del Camp de Tarragona (Tacoalt)	Valls, Tarragona, Salou, Montblanc, Torredembarra, Vila-seca, Constantí	20/04/2007 27/11/2007 26/01/2008 04/02/2008 18/02/2008 19/06/2008 (BOPT núm. 91(fascicle primer)i 275 de 2007 i 22, 29, 41, 143.

Font: Elaboració pròpia amb dades de DGSDA, Muncat, DOGC i BOP.

2.3.2. El procés d'implantació de la TDT-L

Al llarg de l'any 2008 l'activitat del Govern de la Generalitat de Catalunya amb relació a la implantació de la TDT s'ha concentrat en dues línies de treball: l'extensió de la cobertura digital per tot el territori català, i la posada en marxa de campanyes de comunicació dirigides als usuaris amb la finalitat de promoure el pas de la televisió analògica a la digital terrestre, així com de facilitar informació de caràcter tècnic i sobre el procés de canvi previst per al primer semestre de 2009.

Quant a l'extensió de la cobertura digital, a final de l'any 2007 el Fòrum de la TDT —ens plenari convocat pel Govern de la Generalitat que compta amb la presència dels principals actors de la TDT a Catalunya i representants del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació— va aprovar el calendari d'encesa de la TDT a Catalunya, una planificació elaborada per la Secretaria de Mitjans de Comunicació amb les directrius marcades en reunions prèvies dels integrants del Fòrum. Aquesta estratègia té l'objectiu d'unificar i sincronitzar l'encesa digital de les televisions d'abast local, nacional i estatal de les diverses demarcacions amb un doble objectiu, no perjudicar els prestadors de serveis audiovisuals ni desorientar l'usuari. El pla preveu que 24 de les 41 comarques catalanes rebin el senyal de TDT abans de finalitzar el 2008; així, les demarcacions digitals de Girona, Mataró, Reus, Vic i Vilanova i la Geltrú havien d'estar enceses durant el primer semestre de 2008, i les de Granollers, Igualada, Manresa, Palafrugell i Tarragona durant el segon;⁴⁶ les 11 àrees de cobertura restants es preveuen per al llarg de 2009.

Per desenvolupar aquest calendari, a principi de març de 2008 el Govern va aprovar el Pla per desplegar la TDT i garantir-ne la cobertura arreu de Catalunya.⁴⁷ Aquesta planificació requereix la inversió conjunta per part del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació i el de Governació i Administracions Públiques d'11,5 milions d'euros. Per dur a terme la sincronització de les emissions locals, nacionals i estatals el Govern també va acordar la contractació mitjançant concurs públic del servei de transport i difusió del senyal digital, així com

el desplegament, el manteniment i la supervisió de les infraestructures necessàries per articular la xarxa de centres emissors.⁴⁸

Quant a les diferents campanyes de comunicació destinades a promoure el trànsit a la TDT dels usuaris, el desembre de 2007 el Govern va engegar la campanya “Una tele sense TDT no és una tele”; aquesta acció té continuïtat durant el 2008 i desenvolupa plans intensius de comunicació per a cadascuna de les demarcacions, amb l'objectiu d'incrementar el nombre d'instal·lacions col·lectives adaptades a la TDT, i garantir la sintonització de totes els canals, inclosos els locals.

D'altra banda, el juny el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació va posar en marxa un web informatiu sobre la TDT (<<http://www.tdt.cat>>), amb informació sobre la tecnologia, el calendari previst d'implantació, la instal·lació i el tipus d'instal·ladors i descodificadors que hi ha, així com les accions del Govern quant a la implantació de la TDT. El mes de juliol es va presentar una altra eina d'informació, un cercador que permet consultar el desplegament de l'encesa sincrònica a Catalunya i la cobertura per municipis i per programes de televisió. Per acabar, a l'octubre es va obrir, a Barcelona, l'exposició *Adéu a la tele! De l'UHF a la TDT*, una mostra on s'analitzen els canvis que ha experimentat aquest mitjà de comunicació. En el marc de l'exposició es va programar un cicle de taules rodones per debatre diversos temes relacionats.⁴⁹

Per la seva banda, el Departament de Governació i Administracions Públiques va presentar el maig de 2008 el Pla Catalunya Connecta,⁵⁰ projecte que té per objectiu apropar les noves tecnologies als punts del territori amb deficiències, fent arribar la cobertura de serveis de banda ampla, telefonia mòbil i televisió digital terrestre a tots els nuclis de població de més de 50 habitants. Amb una dotació global de 110 milions d'euros i un calendari fins al 2010, el pla preveu diverses accions com ara estudis radioelèctrics, construcció de noves infraestructures, i instal·lació d'equips a partir dels quals es realitzarà l'extensió dels serveis de comunicacions electròniques; en el cas específic de la televisió digital, el pla inclou 457 actuacions.

46 Segons informació facilitada per la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisual, menys en la demarcació de Mataró on en manca un, en la resta de demarcacions que es tenia previst encendre durant el 2008, s'ha completat la instal·lació dels centres emissors previstos en el Pla per desplegar la TDT.

47 DIRECCIÓ GENERAL DE COMUNICACIÓ DEL GOVERN (2008) [En línia]. “El Govern aprova un pla per garantir la cobertura de la televisió digital terrestre arreu de Catalunya”. Barcelona: Direcció General de Comunicació del Govern, 4 de març de 2008. <http://www.gencat.cat/acordsdegovern/20080304/20080304_AG.pdf> [Consulta: maig de 2009]

48 L'expedient de contractació es va resoldre a favor de Retevisión I, SA, mitjançant la Resolució GAP/4110/2008, de 24 de desembre (DOGC núm. 5308, de 30 de gener de 2009, <<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5308/08359001.pdf>>).

49 DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ (2008) [En línia]. “S'obre un cicle de taules rodones en el marc de l'exposició *Adéu a la tele!*”. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, Butlletí de Cultura i Mitjans de Comunicació número 77, 24 d'octubre de 2008. <http://www20.gencat.cat/docs/Sala%20de%20Premsa/Documents/Arxius/cultura_prensa.notaPremsa.51.Butlleti241224849665162.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

50 SECRETARIA DE TELECOMUNICACIONS I SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ (2008) [En línia]. “Governació presenta el Pla Catalunya Connecta, que garanteix l'accés a la banda ampla, la telefonia mòbil i la TDT en dos anys”. Barcelona: Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació, Butlletí de la STSI número 15, 29 de maig de 2008. <http://www.gencat.cat/societatdelainformacio/butlleti/15/butlleti_stsi.htm> [Consulta: juliol de 2009]

2.3.3. Televisions públiques i privades analògiques

Durant l'any 2008 un total de 71 televisions d'àmbit local i en emissió analògica continuen en funcionament al Principat. La disposició transitòria quarta de la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya preveu la possibilitat de continuar utilitzant de forma simultània la tecnologia analògica i la digital durant el procés de transició a la TDT per part dels titulars de concessions per a la prestació del servei públic de televisió digital.

En el grup de les televisions públiques que poden continuar emetent en analògic fins al moment de l'apagada prevista per a l'abril de 2010 es troben les dels ajuntaments que l'any 2003, mitjançant el Decret 15/2003, de 8 de gener, que regulava el règim jurídic transitori de les televisions locals per ones terrestres, van obtenir l'autorització administrativa pertinent i que, a més, estan planificats al PTNTDTL. Són un total de 37 televisions les que es troben en aquesta situació, 24 de les quals corresponen a Barcelona, nou a Tarragona, quatre a Girona i cap a Lleida (vegeu la taula 6).

En el cas de les televisions locals de gestió privada, a més de disposar de l'autorització administrativa pertinent, la seva àrea de cobertura ha d'estar integrada o coincidir amb l'àmbit territorial corresponent a la demarcació per a la qual han obtingut la concessió digital, i ho ha de permetre la disponibilitat i la planificació de l'espectre radioelèctric. A la circumscripció de Barcelona hi ha 19 televisions que compleixen aquestes condicions, vuit a la de Girona, cinc a Tarragona i dues a Lleida.

3. L'audiència de televisió a Catalunya

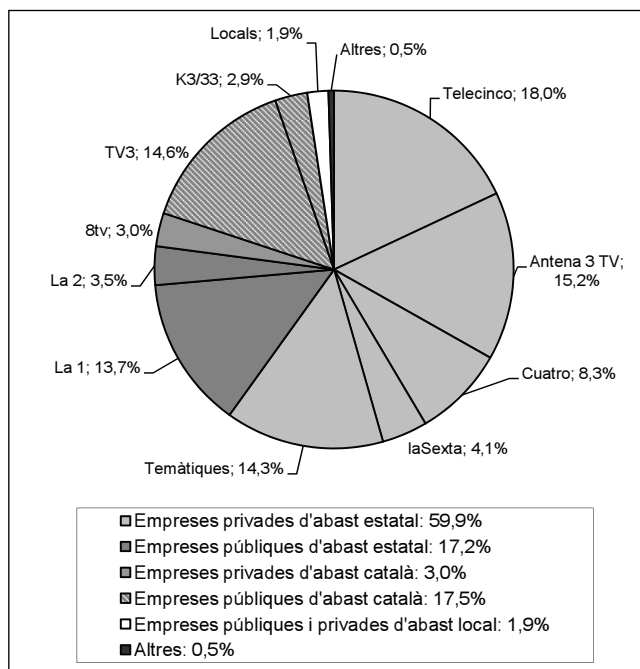
El 2008 l'audiència de televisió a Catalunya continua marcada per la doble dinàmica dels darrers anys caracteritzada, d'una banda, pel notable creixement que experimenten les cadenes temàtiques en termes de quota de pantalla o *share* (4,4 punts) i les generalistes d'aparició més recent en el panorama audiovisual estatal: laSexta (+1,6) i Cuatro (+0,6); i, de l'altra, pel descens de la resta de cadenes d'àmbit nacional i estatal. Així, són significatives les pèrdues de TV3 (-2,0 punts), Antena 3 TV (-1,8) i Telecinco (-1,2) —les tres en el pòdium de les més vistes. La 1 minva lleugerament els resultats (-0,9) i encara més moderats són els decreixements dels segons canals públics estatal i nacional La 2 (-0,2) i el K3/33 (-0,5).

El repartiment de l'audiència entre prestadors de serveis de televisió d'àmbit estatal i nacional a partir de dades de TNS mostra un predomini creixent dels estatals, que sumen una quota de pantalla del 77,1% (74,6% el 2007), molt per sobre del 20,5% dels de cobertura nacional. El 2,4% restant correspon al *share* de les locals i de les altres cadenes autonòmiques. Aquest ampli predomini dels prestadors d'abast espanyol es pot explicar pel creixement en audiència de les cadenes temàtiques, de les generalistes Cuatro i laSexta i, al seu torn, pel retrocés de l'audiència dels canals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) TV3 i K3/33.

Taula 6. Distribució territorial de les televisions locals analògiques públiques i privades en emissió. Any 2008

Comarca	TVL municipal	TVL privada
Alt Penedès	1	-
Anoia	2	2
Bages	2	2
Baix Llobregat	6	2
Barcelonès	3	4
Berguedà	-	-
Garraf	2	-
Maresme	2	2
Osona	1	2
Vallès Occidental	2	4
Vallès Oriental	3	1
Total Barcelona	24	19
Alt Camp	-	-
Baix Camp	3	1
Baix Ebre	-	2
Baix Penedès	1	-
Conca de Barberà	-	-
Montsià	-	-
Priorat	1	-
Ribera d'Ebre	4	-
Tarragonès	-	2
Terra Alta	-	-
Total Tarragona	9	5
Alt Empordà	1	2
Baix Empordà	-	1
Cerdanya	-	-
Garrotxa	-	2
Gironès	-	2
Pla de l'Estany	1	-
Ripollès	-	-
Selva	2	1
Total Girona	4	8
Vall d'Aran	-	-
Pallars Sobirà	-	-
Pallars Jussà	-	-
Alt Urgell	-	1
Alta Ribagorça	-	-
Solsonès	-	-
La Noguera	-	-
La Segarra	-	-
Urgell	-	-
Pla de l'Urgell	-	-
Segrià	-	1
Les Garrigues	-	-
Total Lleida	-	2
Total Catalunya	37	34

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de les autoritzacions del Decret 15/2003 i la planificació de municipis que estableixen els Reials decrets 439/2007, de 12 de març, i 2268/2004, de 3 de desembre, pels quals s'aprova i es modifica amb posterioritat el PTNTDTL, i Resolució de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació de 6 de febrer de 2006.

Gràfic 1. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya. Any 2008

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de TNS.

Taula 7. Quota de pantalla per cadenes a Catalunya. Any 2007 i 2008 (en percentatge)

Cadenes	2007	2008
Telecinco	19,2	18,0
Antena 3 TV	17,0	15,2
TV3	16,6	14,6
Temàtiques	9,9	14,3
La 1	14,6	13,7
Cuatro	7,7	8,3
laSexta	2,5	4,1
La 2	3,7	3,5
8tv	1,5 ^A	3,0
K3/33	3,4	2,9
Locals	3,3	1,9
Resta autonòmiques	0,2	0,3
Canal 9	0,2	0,1
Aragón TV	0,1	0,1
IB3 TV	0,1	0,0
Punt Dos	0,0	0,0
Altres	0,0	0,0

A TNS obté aquesta xifra considerant tots els mesos de l'any, tot i que mesura l'audiència de 8tv per separat i deixa d'englobar-la dins de les locals des del juny. El resultat de 8tv per a 2007 tenint en compte de juny a desembre és de 2,6%.

Font: TNS.

Atenent a la distribució en funció de la titularitat, la suma de la quota dels prestadors privats el 2008 arriba al 62,9%, xifra que representa un creixement de més de cinc punts respecte a 2007 (57,8%). En el cas dels prestadors públics, amb un *share* global de 35,2%, el 17,5% correspon a TVC (de TV3 i el K3/33), al qual caldria sumar el percentatge del 3/24, i el 17,2% és per a TVE, a més del 0,5% de Canal 9, Punt Dos, IB3 TV, Aragón TV i la resta d'autonòmiques. Cal afegir també l'1,9% que aporten els prestadors locals, tant públics com privats (vegeu el gràfic 1).

Pel que fa a l'audiència de cada cadena, Telecinco continua el 2008 líder amb una quota de pantalla del 18,0%, si bé amb 1,2 punts menys que el 2007 (19,2%). Cal dir, també, que la quota de les cadenes de Televisió de Catalunya (TV3 i K3/33) més la d'altres autonòmiques de la FORTA (Canal 9, Punt Dos, Aragón TV, IB3 TV i la "Resta de cadenes autonòmiques") resulta igualment del 18,0%.

En segon lloc se situa Antena 3 TV (15,2%), també amb una pèrdua d'1,8 punts respecte al 2007 (17,0%). La tercera posició és per a TV3 (14,6%), la cadena que perd més percentatge en relació amb l'any anterior, quan va assolir un 16,6% de *share*.

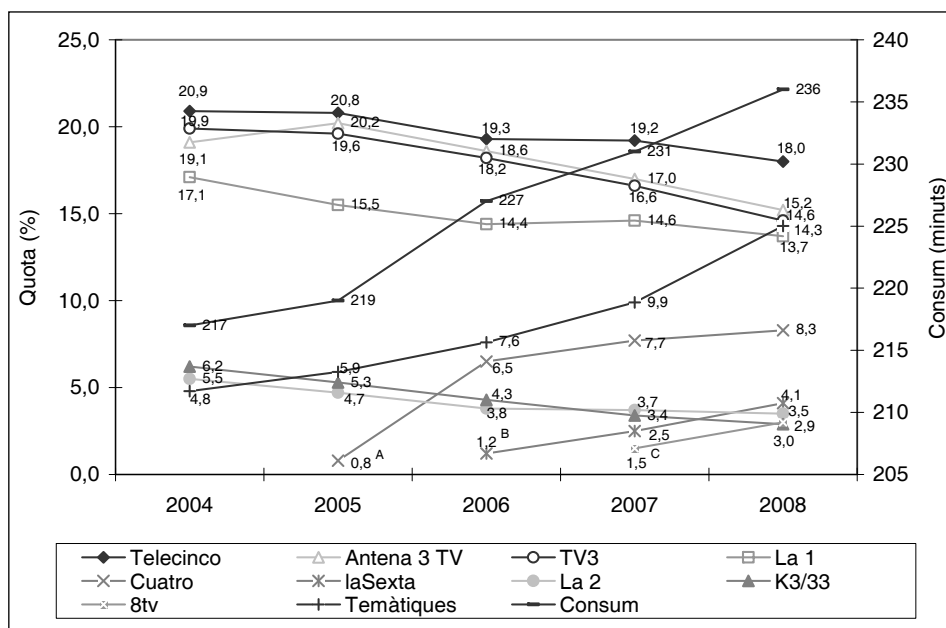
Per primer cop, el conjunt de les temàtiques se situa a la quarta posició i amb un 14,3% —creix 4,4 punts— supera La 1 (13,7%), que perd 0,9 punts respecte al 2007 i baixa al cinquè lloc. Per la seva banda, Cuatro i laSexta milloren els resultats i continuen la tendència a l'alça des del seu naixement: Cuatro manté el sisè lloc amb un 8,3% (7,7% el 2007) i laSexta creix 1,6 punts i escala fins al número set amb una quota de pantalla del 4,1% (anava en desena posició amb un 2,5%).

A continuació, La 2 (3,5%) obté una xifra similar a la de l'any anterior, tan sols dues dècimes per sota. En canvi, la quota de la privada catalana 8tv creix i passa de l'1,5% el 2007 al 3,0% el 2008. Això no obstant, cal matisar que TNS va calcular la dada de 8tv de 2007 considerant tots els mesos de l'any, malgrat que va començar a mesurar-ne l'audiència per separat a partir de juny. El resultat de 8tv per a 2007 tenint en compte de juny a desembre és del 2,6%, per la qual cosa l'increment d'un any a l'altre seria de quatre dècimes.

El K3/33 se situa el 2008 en desè lloc —perd dues posicions— i obté el 2,9% de *share* (3,4% el 2007). Pel que fa a les cadenes locals, no arriben al 2,0% (1,9%) i perden 1,4 punts respecte a 2007 (3,3%) (vegeu la taula 7).

En aquest sentit, la fragmentació cada cop més acusada de les audiències de les cadenes generalistes d'àmbits estatal i nacional, el creixement progressiu de les temàtiques i de les cadenes de darrera incorporació en el panorama televisiu de l'Estat espanyol (Cuatro i laSexta) i el descens generalitzat de la resta de canals, així com l'augment en minuts del consum televisiu per persona i dia, es consoliden com a tendència el 2008. Aquesta dinàmica s'aprecia en l'evolució de la quota de pantalla i del consum a Catalunya en el període que comprèn des de l'any 2004 fins a 2008 (vegeu el gràfic 2).

Gràfic 2. Evolució de la quota de pantalla de cada cadena i del consum televisiu a Catalunya. Període 2004-2008



- A** Cuatro va aparèixer el novembre de 2005 i TNS en va obtenir la xifra anual dividint les quotes de novembre i desembre entre els dotze mesos de l'any. Atenent a la quota obtinguda els dos mesos d'emissió, el resultat és de 4,6%.
- B** TNS va obtenir aquesta xifra tenint en compte tots els mesos de l'any, per bé que laSexta va aparèixer el març de 2006. Si es calcula la quota de pantalla des que se'n mesura l'audiència (de juny a desembre), el resultat és de 2,0%.
- C** TNS va obtenir aquesta xifra considerant tots els mesos de l'any, tot i que mesura l'audiència de 8tv per separat des de juny de 2007. El resultat de 8tv per a 2007 de juny a desembre és de 2,6%.

Font: TNS.

Des d'un altre punt de vista, el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, impulsat per la Fundació Audiències de la Comunicació (FUNDACC), ofereix dades sobre l'audiència i el consum de mitjans als territoris de parla catalana (Catalunya, País Valencià i Illes Balears). El Baròmetre és un estudi multimèdia que utilitza la tècnica de recollida de dades a partir d'entrevistes personals en profunditat a individus de 14 anys i més (el 2008, a un total de 39.395); a Catalunya la mostra és de 29.985 persones.

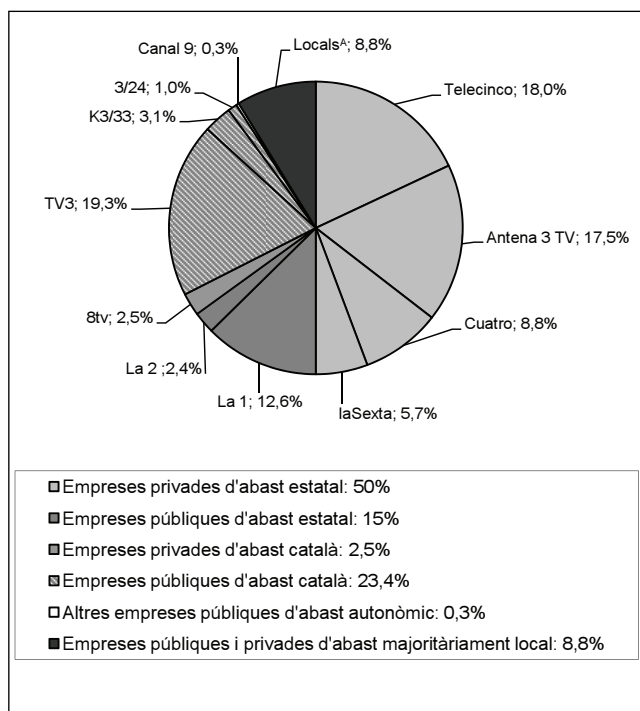
El 2008 és el segon any complet d'anàlisi d'audiències del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura,⁵¹ per la qual cosa els resultats obtinguts es poden comparar amb els de l'any anterior (presentats el novembre de 2007). D'acord amb les dades del Baròmetre, el repartiment de l'audiència entre prestadors de serveis de televisió segons l'àmbit d'emissió presenta canvis substancials respecte a 2007: el còmput de la quota de pantalla dels estatals augmenta en detriment dels nacionals. Així, l'audiència dels prestadors de serveis de televisió d'àmbit espanyol és del 65,0% (57,4% el 2007), mentre que

la dels de cobertura catalana és del 25,9% (31,9% el 2007). El 9,1% restant correspon a les emissores de cobertura fonamentalment local i a Canal 9.

Pel que fa a la divisió entre públics i privats, si bé el 2007 la suma de quotes de pantalla era lleugerament superior en el cas dels públics (el 47,3% davant del 42,4% dels privats), el 2008 es produeix la situació contrària. El *share* del conjunt de prestadors de serveis de televisió de titularitat pública disminueix fins al 38,7%, 13,8 punts percentuals per sota dels privats, que acaparen un 52,5%. A més, cal tenir en compte el 8,8% que engloba prestadors d'àmbit majoritàriament local, públics i privats (vegeu el gràfic 3).

TV3 és la televisió amb més audiència a Catalunya el 2008, si bé baixa 5,6 punts en la quota de pantalla respecte a 2007: de 24,9% a 19,3%. En la segona posició se situa Telecinco (18,0%). En tercer lloc, Antena 3 TV passa del 12,6% al 17,5%, ascendeix una posició en el rànquing i escurça la distància amb Telecinco. En quart lloc, La 1 obté un 12,6% (15,8% el 2007).

51 Segons el Baròmetre, per raons metodològiques, l'any 2008 no es publiquen dades de Barcelona TV, ETV-Llobregat, Canal Català Lleida, Canal Català Maresme, Canal Català Penedès-Garraf, Canal Català Reus, Televisió de Vandellòs, Televisió de Vilanova del Vallès i TSF.

Gràfic 3. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya. Any 2008

A Engloba televisions de cobertura majoritàriament local.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre de 2008.

Per la seva banda, Cuatro creix 3,3 punts i puja al cinquè lloc amb una quota del 8,8% (5,5% el 2007). El grup de les televisions majoritàriament locals empata amb Cuatro en termes de *share*. En setena posició, laSexta obté un 5,7% el 2008 i millora la xifra en gairebé dos punts respecte a l'any anterior. Els darrers llocs del rànquing no varien en relació amb el 2007: K3/33 (3,1%), 8tv (2,5%), La 2 (2,4%, augmenta en 0,6 punts), 3/24 (1,0%) i Canal 9 (0,3%) (vegeu la taula 8).

En l'històric per mesos de les quotes d'audiència a Catalunya, dada que ofereix TNS, Telecinco lidera tots els mesos de l'any excepte l'agost i el desembre, períodes en què, per primer cop, ho fan les temàtiques. A més, les especialitzades són la segona opció amb més quota el setembre, l'octubre i el novembre. Antena 3 TV es configura com la cadena amb més audiència després de Telecinco del gener al juny; al juliol, comparteix posició amb el conjunt de les temàtiques.

Pel que fa a la pública, TV3 és la tercera més vista tots els mesos de l'any salvant el període estival (juliol i agost). La 1 es manté estable al llarg de l'any i destaca al mes d'agost —marcat per la celebració dels Jocs Olímpics a Pequín (retransmissos per TVE)— a només quatre dècimes de les temàtiques (que lideren el mes) i per davant de la resta de cadenes. Una cosa similar succeeix amb La 2, que durant l'any oscil·la entre el 3-4,0% i a l'agost arriba al 5,2%.

Cuatro es mou entre el 7-9,0%, amb un repunt el juny (11,6%) —mes en què la cadena ha retransmès els partits de l'Eurocopa—, i laSexta obté un *share* sense gaires canvis al primer semestre, al voltant del 3-4,0%, i amb una tendència a l'alça a partir del segon semestre (acaba l'any amb un 5,2% el desembre). Tant el K3/33 com 8tv presenten xifres sense variacions notables (vegeu la taula 9).

D'acord amb el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura i tal com succeïa el 2007, la televisió amb més audiència acumulada el 2008, és a dir, amb més telespectadors per dia, és Antena 3 TV amb 2.558.000 de persones (365.000 més que l'any anterior). En segon i en tercer llocs, amb una diferència mínima respecte a Antena 3 TV, hi ha Telecinco (2.546.000; 464.000 més que el 2007) i TV3 (2.531.000; 471.000 més), respectivament.

La 1 (1.875.000) continua quarta en el rànquing i guanya 319.000 seguidors. La cadena que més creix en audiència acumulada és Cuatro (1.594.000), que, amb 603.000 telespectadors més que el 2007, manté el cinquè lloc. A continuació, laSexta també experimenta un creixement notable de gairebé mig milió d'espectadors (493.000) i arriba a 1.129.000 d'audiència acumulada. A més distància, en setè lloc, el K3/33 capta 759.000 individus i també augmenta en 257.000 en relació amb l'any anterior.

Les darreres posicions incrementen també l'audiència de forma notable: La 2 (595.000; 410.000 el 2007), 8tv (458.000; 258.000 el 2007) i el canal informatiu de la CCMA 3/24 (340.000; 177.000 el 2007) (vegeu la taula 10).

En el rànquing d'audiència acumulada per demarcacions (vegeu les taules 11 a 14) les diferències més significatives es produeixen en les tres primeres posicions. La classificació a Barcelona està encapçalada per Telecinco amb 1.958.000

Taula 8. Quota de pantalla per cadenes a Catalunya. Anys 2007 i 2008 (en percentatge)

Cadenes	2007	2008
TV3	24,9	19,3
Telecinco	17,9	18,0
Antena 3 TV	12,6	17,5
La 1	15,8	12,6
Cuatro	5,5	8,8
Locals ^A	10,3	8,8
laSexta	3,8	5,7
K3/33	3,4	3,1
8tv	2,6	2,5
La 2	1,8	2,4
3/24	1,0	1,0
Canal 9	0,4	0,3

A Engloba televisions de cobertura majoritàriament local.

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre de 2008.

Taula 9. Historial per mesos de les quotes d'audiència a Catalunya. Any 2008 (en percentatge)

	Gen.	Febr.	Març	Abr.	Maig	Juny	Jul.	Ag.	Set.	Oct.	Nov.	Des.
La 1	14,3	13,3	14,5	13,1	13,4	12,5	13,6	15,9	13,0	13,4	13,3	13,9
La 2	3,6	3,6	3,6	3,9	3,6	3,4	4,0	5,2	3,4	2,9	2,8	2,9
Telecinco	18,4	19,0	18,7	18,9	19,3	18,9	18,4	14,7	18,2	17,7	17,6	16,0
Antena 3 TV	16,4	16,4	15,4	16,0	16,0	14,4	15,0	15,2	14,3	14,3	14,9	14,1
Cuatro	7,9	8,4	8,3	9,2	7,6	11,6	7,6	7,8	7,6	7,3	8,1	8,1
laSexta	3,3	3,8	3,6	3,6	3,9	3,5	3,8	3,9	4,5	4,7	5,0	5,2
TV3	15,8	15,2	15,0	14,6	14,5	13,7	13,5	11,9	14,7	15,3	14,6	15,3
K3/33	2,9	2,8	2,9	2,9	2,8	2,9	3,2	2,9	3,3	2,9	2,6	2,8
Canal 9	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Punt Dos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Aragón TV	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
IB3 TV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Resta autonòmiques	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6
8tv	3,3	3,6	3,1	3,3	3,0	3,1	3,2	3,3	3,0	2,7	2,4	2,5
Temàtiques	11,4	11,8	12,5	12,4	13,3	13,4	15,0	16,3	15,7	16,3	16,7	16,6
Locals	2,1	1,8	2,0	1,8	2,1	2,0	2,2	2,4	1,9	1,6	1,4	1,9
Altres	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Font: TNS.

Taula 10. Audiència acumulada^A (telespectadors/dia) de les cadenes de televisió a Catalunya (en milers). Any 2008

	Catalunya	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Entrevistes	29.985	18.215	3.738	3.822	4.210
Població (000)	6.229	4.611	606	360	651
Total televisió	5.704	4.203	547	340	615
Antena 3 TV	2.558	1.920	190	156	291
Telecinco	2.546	1.958	191	139	259
TV3	2.531	1.785	267	201	278
La 1	1.875	1.362	163	120	230
Cuatro	1.594	1.219	118	99	158
laSexta	1.129	849	98	74	107
K3/33	759	564	65	54	76
La 2	595	447	44	46	58
8tv	458	330	43	36	49
3/24	340	228	29	30	54

A Només les deu primeres posicions.

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre de 2008.

Taules 11, 12, 13 i 14. Rànquing^A de les cadenes de televisió per demarcacions. Audiència acumulada (telespectadors/dia) (en milers). Any 2008

Barcelona		
	Cadena	Aud. ac.
1	Telecinco	1.958
2	Antena 3 TV	1.920
3	TV3	1.785
4	La 1	1.362
5	Cuatro	1.219
6	laSexta	849
7	K3/33	564
8	La 2	447
9	8tv	330
10	3/24	228

Girona		
	Cadena	Aud. ac.
1	TV3	267
2	Telecinco	191
3	Antena 3 TV	190
4	La 1	163
5	Cuatro	118
6	laSexta	98
7	K3/33	65
8	La 2	44
9	8tv	43
10	3/24	29

Lleida		
	Cadena	Aud. ac.
1	TV3	201
2	Antena 3 TV	156
3	Telecinco	139
4	La 1	120
5	Cuatro	99
6	laSexta	74
7	K3/33	54
8	La 2	46
9	8tv	36
10	3/24	30

Tarragona		
	Cadena	Aud. ac.
1	Antena 3 TV	291
2	TV3	278
3	Telecinco	259
4	La 1	230
5	Cuatro	158
6	laSexta	107
7	K3/33	76
8	La 2	58
9	3/24	54
10	8tv	49

A Només les deu primeres posicions.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre de 2008.

espectadors —fet que no succeïa l'any 2007, quan la primera era Antena 3 TV—, seguida de prop per Antena 3 TV (1.920.000) i, a més distància, TV3 (1.785.000) (vegeu la taula 11). A Girona, en canvi, la pública nacional TV3 lidera àmpliament el rànquing amb 267.000 persones que declaren que la miren. El segon i el tercer llocs són per a Telecinco (191.000) i Antena 3 TV (190.000) (vegeu la taula 12).

A Lleida, TV3 (201.000) també és la més vista amb força avantatge respecte a la resta de cadenes. Antena 3 TV (156.000) va segona i Telecinco, tercera (139.000) (vegeu la taula 13). Pel que fa a la classificació de Tarragona, Antena 3 TV lidera la llista —igual que a escala nacional— amb 291.000 telespectadors, i TV3 (278.000) i Telecinco (259.000) se situen en segon i en tercer lloc, respectivament (vegeu la taula 14).

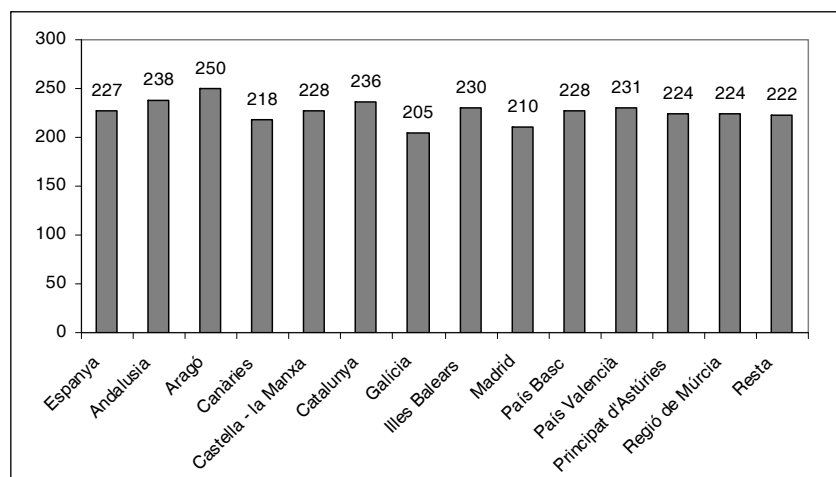
Segons TNS, el 2008 el consum de televisió per persona i dia a Catalunya és de 236 minuts —3 hores i 56 minuts—, xifra que representa un augment de cinc minuts respecte a 2007, i es confirma la tendència progressiva a l'alça iniciada en anys

anterior. La xifra nacional està nou minuts per sobre de la mitjana estatal (227) (vegeu el gràfic 4).

El consum televisiu en el període 1998-2008 ha crescut 28 minuts. Així, a Catalunya el 2008 s'han consumit al voltant de quatre hores diàries de televisió (3 h 56 min), gairebé mitja hora al dia més que el 1998, quan el consum va ser de 208 minuts (3 h 28 min). D'altra banda, l'increment no ha estat lineal. De 1998 (208) a 1999 (216) es produeix un augment de vuit minuts, però de 1999 a 2001 el consum va decreixent i torna als 208 minuts. El 2002 la xifra torna a ascendir fins a 215 minuts (set més que el 2001), però disminueix el 2003 (213). De 2003 a 2008 el consum televisiu ha mostrat una evolució positiva i amb tendència a l'alça. Així, en tan sols cinc anys ha crescut en 23 minuts (vegeu el gràfic 5).

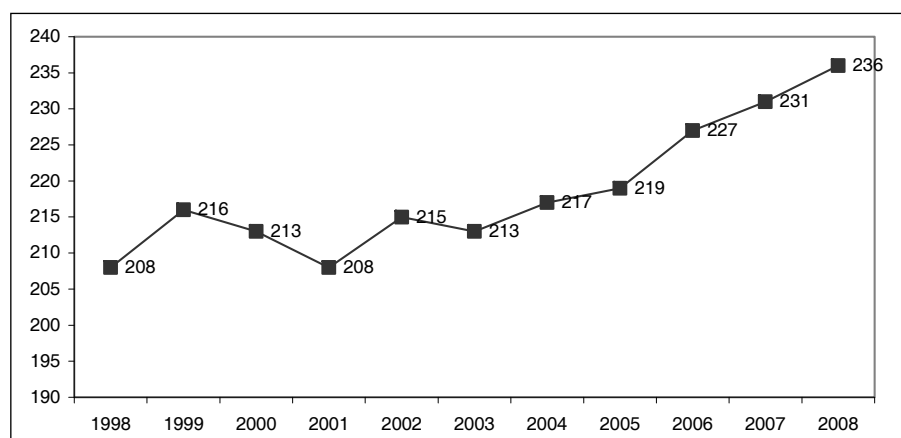
Atenent al consum televisiu mensual, el 2008 és superior en deu mesos en comparació a 2007. Les excepcions són el juliol, que decreix cinc minuts, i l'agost, que es queda igual. És destacable l'augment que experimenten respecte a l'any anterior els mesos de novembre, desembre i octubre, de 15, 13 i 10

Gràfic 4. Consum anual de televisió a Catalunya i a l'Estat espanyol. Any 2008 (en minuts)



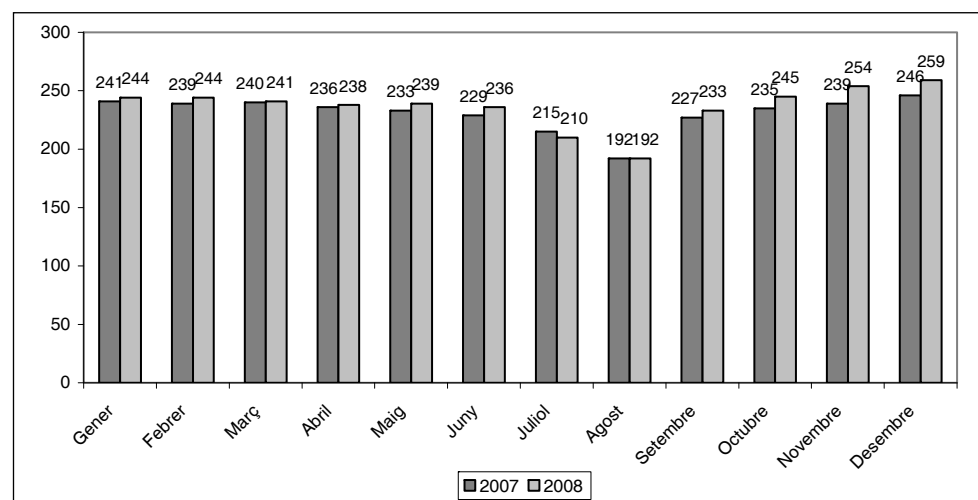
Font: TNS.

Gràfic 5. Evolució del consum televisiu anual a Catalunya. Període 1998-2008 (en minuts)



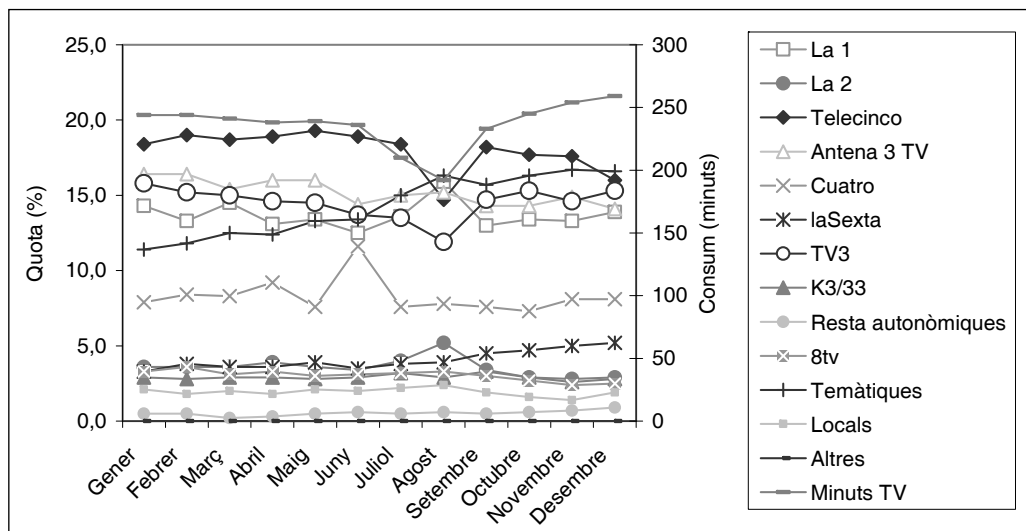
Font: TNS.

Gràfic 6. Consum mensual de televisió a Catalunya. Període 2007-2008 (en minuts)



Font: TNS.

Gràfic 7. Temps i quotes d'audiència de les televisions a Catalunya. Any 2008



Font: TNS.

minuts, respectivament. Així, i responent a l'estacionalitat, el consum és molt més elevat en l'últim trimestre de l'any (desembre és el mes en què més temps es dedica a mirar la televisió: 259 minuts, o 4 h 19 min) i, per contra, a l'estiu, el temps destinat a la pantalla descendeix (a l'agost és de 192, o 3 h 12 min) (vegeu els gràfics 6 i 7).

Pel que fa als minuts davant la pantalla en relació amb les franges horàries identificades per TNS —matí (02.30-14.00 h), migdia/sobretaula (14.00-17.00 h), tarda (17.00-20.30 h), vespre/nit (20.30-00.00 h) i nit (00.00-02.30 h)—, no existeixen grans variacions respecte a 2007. El vespre/nit (78 minuts) continua sent el moment del dia en què més es consumeix televisió, seguit a més distància per la tarda (50), el migdia/sobretaula (48) i el matí (38). De la mateixa manera que en anys anteriors, el consum televisiu cau en picat a partir de les 00.00 h de la matinada (franja de la nit) (vegeu el gràfic 8).

En canvi, quant a la quota de pantalla de cada cadena en les diverses franges horàries, existeixen canvis substancials respecte a l'any anterior. El 2008, per primer cop, el conjunt de temàtiques lidera una franja, la del matí, i capta el 18,0% de l'audiència. Les especialitzades obtenen una quota més moderada —tot i ser alta— la resta del dia, entre l'11,6% (migdia/sobretaula) i el 15,3% (tarda). Continuant en la franja matinal, també destaca Antena 3 TV (16,6%).

Al migdia/sobretaula la més vista és TV3 amb un *share* del 19,7% i amb més de tres punts de diferència respecte a la resta de cadenes en el mateix segment: Telecinco obté un 16,4% i Antena 3 TV, un 15,6%. La tarda, però, queda més repartida: si bé la que acapara més públic és Telecinco (17,1%), la segueix de prop La 1 (16,5%) i, a més distància, les temàtiques (15,3%) i Antena 3 TV (14,5%).

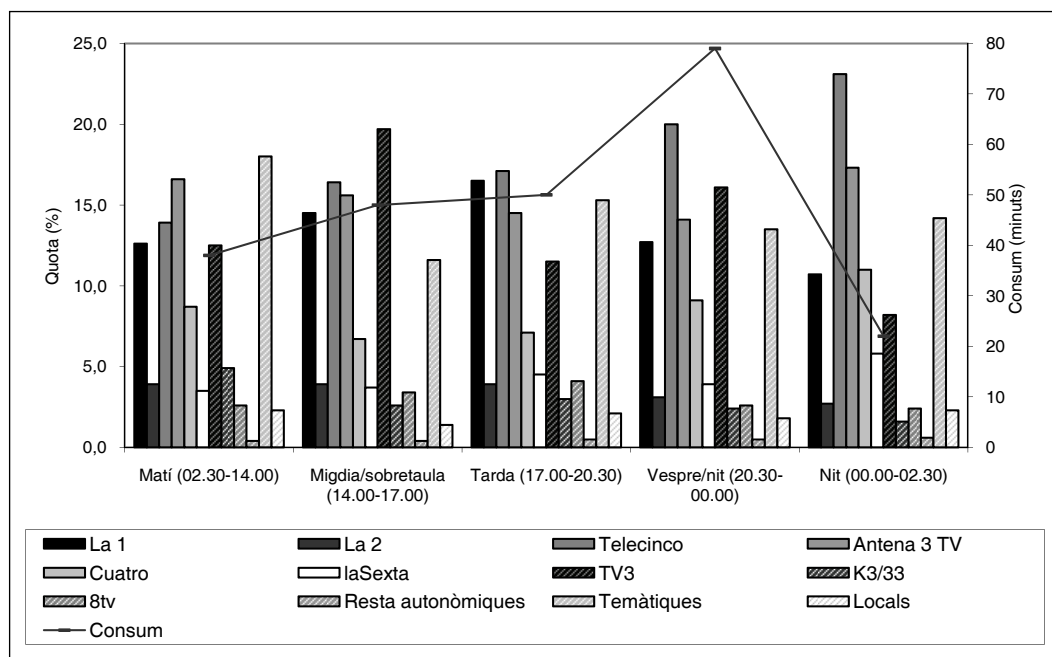
En el període que comprèn de les 20.30 a les 00.00 h, que inclou el *prime time* i que és quan es consumeixen més minuts

televisius, Telecinco (20,0%) és la que assoleix la quota més alta i l'única que supera la barrera del 20%. A continuació, si bé a quatre punts de distància, TV3 (16,1%) també obté un *share* elevat. Finalment, Telecinco destaca especialment a la matinada —malgrat que és quan menys minuts de televisió es consumeixen— amb una quota del 23,1% i a gairebé sis punts de la segona opció, Antena 3 TV (17,3%).

Pel que fa a Cuatro, té uns resultats al voltant del 7-9% durant el dia (matí, migdia/sobretaula, tarda i vespre/nit) i ascendeix a l'11,0% a la nit. laSexta també aconsegueix millors resultats a la nit (5,8%), si bé és destacable la quota de la tarda (4,5%). Durant la resta del dia es mou entre el 3,5-4%.

El segon canal públic nacional de la CCMA, el K3/33, té més audiència en la franja del matí (4,9%). A partir d'aquí, en la resta de segments horaris oscil·la entre l'1,6% (nit) i el 3,0% (tarda). En canvi, la privada d'àmbit català 8tv té més audiència a la tarda (4,1%), mentre que en les altres franges puntua al voltant del 2-3%. Per la seva banda, La 2 mostra uns resultats lineals tot el dia: obté la mateixa quota al matí, migdia/sobretaula i tarda (3,9%) i unes xifres molt properes al vespre/nit (3,1%) i a la nit (2,7%). El conjunt de les cadenes locals capten més l'atenció del públic al matí i a la nit (ambdues un 2,3%), mentre que els pitjors resultats són al migdia/sobretaula (1,4%) (vegeu el gràfic 8).

Des del punt de vista de l'espectador català, a partir de la quota de pantalla de les cadenes i del consum per franges horàries es detecten certes tendències a l'hora de mirar la televisió. Així, l'audiència matinal mira preferentment l'oferta programàtica de les diverses cadenes temàtiques englobades per TNS. Al marge d'aquest grup, la televisió amb més audiència és Antena 3 TV, que el 2008 continua apostant pel magazín matinal *Espejo público*, presentat per la periodista catalana Susanna Griso, i pel concurs *La ruleta de la suerte*, conduït per Jorge Fernández.

Gràfic 8. Quota de les cadenes i consum per franges horàries a Catalunya. Any 2008

Font: TNS.

Tal com succeïa el 2007, en la franja del migdia/sobretaula, que comença a les 14.00 i acaba a les 17.00 h, l'espectador canvia a TV3. Aquest segment engloba *TN comarques*, *El medi ambient*, *TN migdia*, *Cuines* i la primera mitja hora d'*El Club* d'Albert Om i altres persones col·laboradores habituals.

A partir de les 17.00 i fins a les 20.30 h l'espectador sintonitza majoritàriament Telecinco i ja s'hi queda la resta de franges horàries. Com s'ha comentat, però, en la franja de la tarda també existeix un segon perfil d'espectador que connecta més amb la programació de La 1, que en aquest bloc emet ficcions com ara *Amar en tiempos revueltos* o espais d'actualitat com ara *España directo*. I hi hauria també un tercer tipus que en aquestes hores prefereix l'oferta de les diverses cadenes temàtiques.

Al vespre/nit Telecinco enganxa l'audiència amb programes humorístics de curta durada com ara *Camera Café* o *Escenas de matrimonio*, que fan que es quedi mirant els programes posteriors. Cal tenir també en compte el públic que en aquesta franja de màxima audiència tria TV3. A la matinada (de 00.00 a 02.30 h), aquelles persones que consumeixen televisió prefereixen Telecinco.

En coherència amb l'augment del consum mitjà diari, el 2008 el temps dedicat a veure la televisió cada dia és superior que l'equivalent de 2007, i, com és habitual, és més elevat en el cap de setmana que de dilluns a divendres. El diumenge continua sent la jornada en què més minuts es dediquen a la televisió: 266 (4 h 26 min), set més que l'any anterior; i el dissabte se n'hi destinen 242. Entre setmana, el dilluns i el dimarts són els dies de major consum, tots dos amb 234 minuts. En canvi, el divendres se n'inverteixen menys (224).

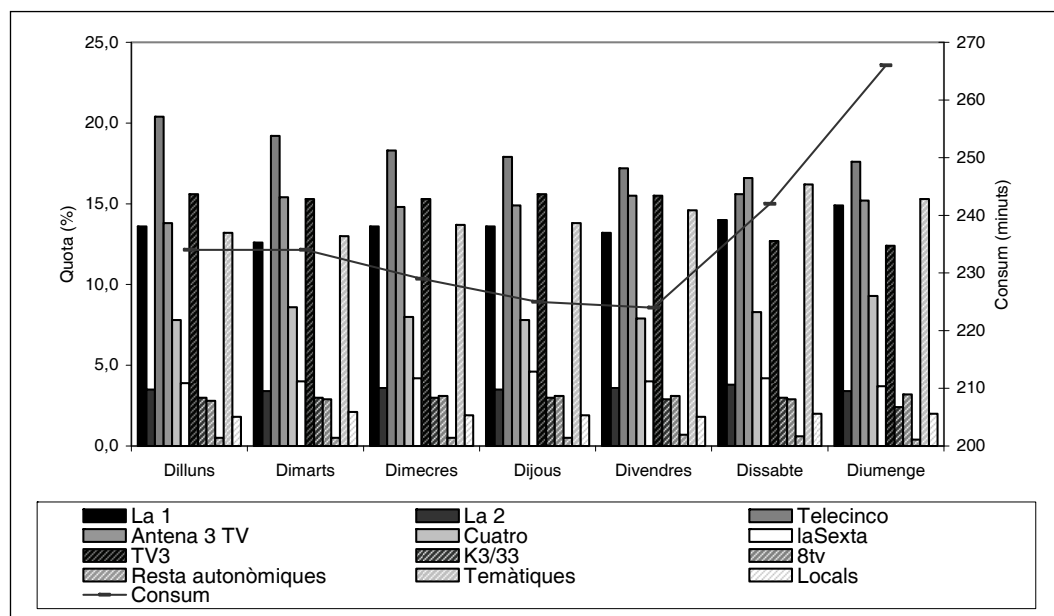
Per cadenes, Telecinco lidera tots els dies de la setmana excepte el dissabte, quan ho fa Antena 3 TV. Telecinco destaca especialment el dilluns, quan arriba al 20,4% gràcies a l'èxit de la sèrie CSI, i també obté una quota elevada el dimarts (19,2%). Per la seva banda, TV3 és la segona cadena més vista de dilluns a divendres (el dimarts i el divendres comparteix el segon lloc amb Antena 3 TV) amb un *share* al voltant del 15,5%; en canvi, la pública nacional disminueix el resultat el cap de setmana (12,7% i 12,4%).

La 1 es manté estable i es mou entre el 12,6% (dimarts) i el 13,6% (dilluns, dimecres i dijous) els dies laborables, i els dissabtes i diumenges ascendeix fins a 14,0% i 14,9%, respectivament. El conjunt de les temàtiques mostra el mateix comportament: entre el 13,0% i el 14,6% entre setmana i fins al 16,2% el dissabte —segona opció més vista aquest dia— i el 15,3% el diumenge. Una cosa similar succeeix amb Cuatro, que oscil·la entre el 7,8% i el 8,0% (si bé el dimarts —dia en què s'emet *House*— obté un 8,6%), i el diumenge (9,3%) arriba al seu punt àlgid a causa de la bona acollida de formats com *Pekín Express*.

D'altra banda, els segons canals públics d'àmbits nacional i estatal K3/33 i La 2, així com 8tv i laSexta, presenten xifres lineals durant tota la setmana sense alts i baixos destacables (vegeu el gràfic 9).

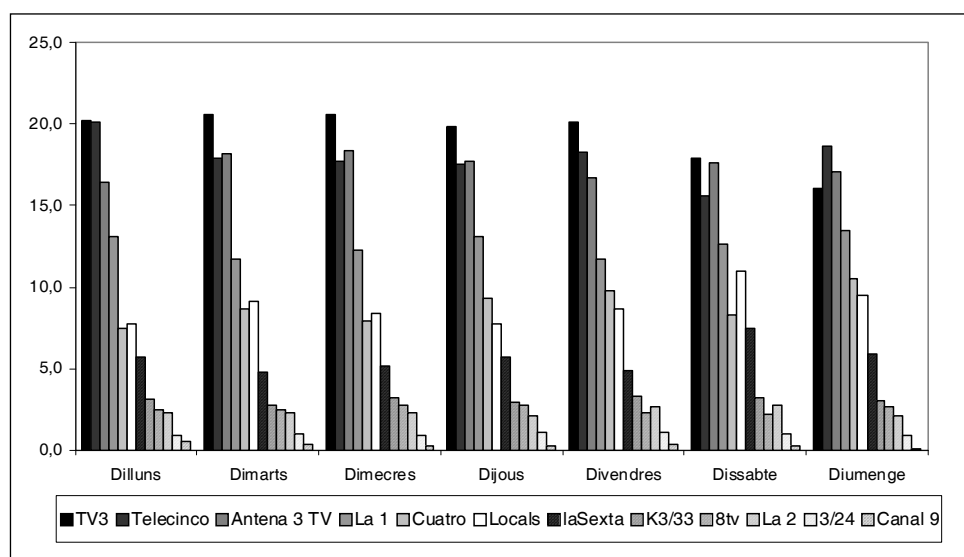
Des d'una altra perspectiva, la quota de les cadenes per dies de la setmana a Catalunya el 2008 del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura atorga el lideratge a TV3 de dilluns a dissabte, com mostra el gràfic 10. La pública assoleix les xifres més altes el dimarts i el dimecres (20,6%) i també són elevats els resultats del dilluns (20,2%), el divendres (20,1%) i el

Gràfic 9. Quota de les cadenes i consum per dies de la setmana a Catalunya. Any 2008



Font: TNS.

Gràfic 10. Quota de les cadenes per dies de la setmana a Catalunya. Any 2008 (en percentatge)



A Engloba televisions de cobertura majoritàriament local.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre 2008.

dijous (19,8%). En canvi, el dissabte, tot i ser la més vista, té un *share* del 17,9% i està a només tres dècimes de la segona opció (Antena 3 TV, 17,6%).

A diferència de l'any 2007, quan la pública de la CCMA era la més triada pels espectadors tots els dies de la setmana, el 2008 la més vista el diumenge és Telecinco (18,6%). La cadena també obté quotes destacables el dilluns (20,1%, a una dècima de TV3) i el divendres (18,3%). Pel que fa a Antena 3 TV, és la segona amb més quota de pantalla el dimarts (18,2%), el dimecres (18,4%), el dijous (17,7%) i el dissabte (17,6%).

D'acord amb els resultats del Baròmetre, La 1 mostra un comportament estable durant la setmana, entre l'11,7% i el 13,5%. Cuatro, per la seva banda, presenta millor audiència el diumenge (10,5%), però també obté resultats destacables el dijous (9,3%) i el divendres (9,8%), en què la cadena programa espais de coaching com ara *Ajuste de cuentas*, *S.O.S Adolescentes* o *Madres adolescentes*, entre d'altres, i/o de reportatges com ara *Callejeros*. laSexta oscil·la entre el 4,8-5,9% i el dissabte incrementa l'audiència fins al 7,5%.

El 3/24 té una quota de pantalla molt estable per dies de la setmana (0,9-1,1%) i el conjunt de cadenes d'àmbit majoritàriament local, si bé els dies laborables es mouen entre el 7 i el 8% —amb un repunt el dimarts, 9,1%—, el cap de setmana ascendeixen fins a l'11,0% (dissabte) i el 9,5% (diumenge) (vegeu el gràfic 10).

En el rànquing dels programes més vistos a Catalunya el 2008 establert per TNS, les retransmissions de partits de futbol són les que apleguen més persones davant la pantalla: dels 30 programes amb més audiència, 14 són d'algun matx de competició estatal o europea. A més, gairebé tots (excepte tres) se situen en la primera meitat de la llista. La final de l'Eurocopa disputada entre Alemanya i Espanya el 29 de juny de 2008 i retransmesa per Cuatro ha estat el programa més vist de l'any, seguit per 2.208.000 de persones i un *share* del 71,0%. I l'espai emès després del partit ocupa el segon lloc amb 2.033.000 espectadors i una quota del 63,8%. El podi dels més vistos es completa amb els quarts de final de la mateixa competició, l'Eurocopa, també televisada per Cuatro, que va enfrontar la selecció espanyola amb la italiana i va tenir 1.892.000 espectadors (64,6% de quota de pantalla). A continuació, del quart al sisè lloc hi ha partits de futbol de competicions com la Lliga de Campions (Manchester United - FC Barcelona) o la Lliga espanyola (el tradicional FC Barcelona - Reial Madrid, a laSexta, i la corresponent anada, a Telecinco).

Al marge del futbol, el Festival d'Eurovisió —el representant d'Espanya va ser l'actor català David Fernández en el paper de Rodolfo Chikilicuatre—, en setè lloc, va atreure 1.596.000 persones i va obtenir el 60,7% de share. Pel que fa a la ficció (sèries, serials i pel·lícules), s'insereixen en el rànquing *Yo soy Bea* (vuitè lloc), *CSI Las Vegas* (tretzè), *Aída* (setzè) i les produccions nacionals *13 anys... i un dia* (estrenada el 2008 i situada en vintè lloc) i *Ventdelplà* (26è); l'únic llargmetratge de la llista és *Indiana Jones y el templo maldito* (trentè), a Antena 3 TV.

En la classificació també destaquen formats humorístics com ara *Polònia* (el programa habitual en divuitè lloc i un especial eleccions en el 23è), *Crackòvia* —estrenat el setembre de 2008, fa un repàs de l'esport en clau d'humor— (en 21è), *Camera Café* (22è) i *APM?* (24è). Altres espais d'entreteniment dins els més vistos de 2008 són el *Piromusical*, que enguany s'ha unit a les celebracions dels 25 anys de TV3 i Catalunya Ràdio (25è), *Caçadors de paraules* (27è) i les proves de selecció del concurs *Operación Triunfo* (28è). Finalment, la llista inclou un programa informatiu en quinzè lloc: el debat electoral entre dos dels candidats a la presidència del govern espanyol, José Luis Rodríguez Zapatero i Mariano Rajoy (vegeu la taula 15).

Pel que fa a les cadenes, TV3 és la televisió que aporta més programes al rànquing dels més vistos: 10 dels 30, és a dir, un terç, són de la pública catalana, si bé tots se situen a la segona meitat de la llista. A continuació, Telecinco n'inclou vuit, Antena 3 TV cinc i Cuatro quatre (tres dels quals corresponen al primer, segon i tercer llocs). La 1 n'insereix dos i laSexta un (vegeu la taula 15).

D'altra banda, en la classificació de cada mes, TV3 és la televisió amb més espais d'èxit dins la llista de gran part dels mesos de l'any (gener, febrer, març, maig, juny, setembre —comparteix lideratge amb Telecinco—, octubre, novembre i desembre). Destaca especialment el desembre amb 17 dels 40 programes amb més audiència, el setembre amb 16 (igual que Telecinco) i el gener, el març, el maig i el novembre amb 15. A més, els dos programes més vistos a l'octubre són de la pública nacional: un partit de la Lliga espanyola (FC Barcelona - Atlètic de Madrid) i el format humorístic *APM?*. El novembre el rànquing també està encapçalat per una emissió de TV3, corresponent al partit entre el FC Barcelona i el Benidorm de la Copa del Rei.

Per la seva banda, Telecinco és la que més espais inclou en el rànquing dels mesos d'abril, de juliol (amb 15/40) i de setembre (16/40), com ja s'ha comentat, juntament amb TV3. I pel que fa a l'agost, La 1 és la que aconsegueix més programes dins la llista amb 14, la majoria dels quals relacionats amb els Jocs Olímpics i altres transmissions esportives, però també amb pel·lícules o un especial informatiu sobre l'accident aeri a Barajas (vegeu les taules 23 a 34).

L'any 2008 la televisió de pagament confirma, un any més, la tendència a l'alça iniciada en anys anteriors. Amb relació a l'audiència, suma un 13,3% de quota de pantalla, el 8,1% del qual correspon al cable (ONO i altres plataformes de cable), que creix en 2,5 punts en relació amb l'any anterior, i el 5,2% al satèl·lit (Digital +). Quant a la resta de sistemes de distribució, la televisió analògica per ones capta un 66,4% de *share* i la TDT el 19,4%. El 0,9% restant equival a la categoria "Altres" (vegeu el gràfic 11).

En l'evolució per mesos de la quota per sistemes de distribució, destaca l'increment en 16 punts que experimenta la TDT, que progressivament passa de l'11,8% al gener al 27,8% al desembre. També presenta una evolució positiva durant el

Taula 15. Rànquing dels programes més vistos a Catalunya. Any 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	H. inici	% aud.	Milers	Quota
1	Futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	20.46	32,6	2.208	71,0
2	Post futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	22.36	30,0	2.033	63,8
3	Futbol. Eurocopa Espanya - Itàlia. Quarts de final. Pròrroga	Cuatro	22/06/08	22.39	27,9	1.892	64,6
4	Futbol. Lliga de Campions Manchester United – FC Barcelona	Antena 3 TV	29/04/08	20.45	25,3	1.717	54,0
5	Futbol. Lliga esp. FC Barcelona - Reial Madrid	laSexta	13/12/08	22.01	24,0	1.624	54,6
6	Futbol. Lliga esp. Reial Madrid - FC Barcelona	Telecinco	07/05/08	21.58	23,7	1.602	50,3
7	Festival d'Eurovisió	La 1	24/05/08	20.59	23,6	1.596	60,7
8	<i>Yo soy Bea</i>	Telecinco	08/06/08	22.19	19,4	1.311	42,0
9	Futbol. Copa del Rei FC Barcelona - València	Telecinco	27/02/08	22.02	19,4	1.313	40,7
10	Previ futbol. Lliga esp. Reial Madrid - FC Barcelona	Telecinco	07/05/08	21.35	18,1	1.226	40,7
11	Futbol. Lliga de Campions Manchester United – Chelsea. Pròrroga	Antena 3 TV	21/05/08	22.36	17,8	1.206	37,4
12	Previ futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	20.28	17,2	1.164	50,4
13	<i>CSI Las Vegas</i> . Post Mortem	Telecinco	14/04/08	22.22	16,9	1.148	36,4
14	Futbol. Copa UEFA Getafe - Bayern de Munic. Pròrroga	Antena 3 TV	10/04/08	22.41	16,6	1.123	36,5
15	Debat electoral José L. Rodríguez Zapatero - Mariano Rajoy	La 1	25/02/08	21.59	15,7	1.064	32,5
16	<i>Aída</i>	Telecinco	25/05/08	22.31	15,5	1.050	34,6
17	Futbol. Lliga esp. FC Barcelona - Atlètic de Madrid	TV3	04/10/08	22.00	15,4	1.042	37,1
18	<i>Polònia</i>	TV3	06/03/08	21.55	15,1	1.021	31,4
19	Futbol. Copa del Rei Sevilla - FC Barcelona	TV3	09/01/08	22.02	14,4	975	32,9
20	<i>13 anys... i un dia</i> . Operació sortida	TV3	15/01/08	21.53	14,3	966	29,8
21	<i>Crackòvia</i>	TV3	01/12/08	21.50	13,3	899	28,2
22	<i>Camera Café</i>	Telecinco	11/02/08	21.30	13,3	898	27,2
23	<i>Polònia</i> . Especial eleccions	TV3	13/03/08	21.58	13,2	892	30,5
24	<i>APM?</i>	TV3	16/12/08	21.52	13,1	889	26,3
25	<i>Piromusical dels 25 anys de TV3 i Catalunya Ràdio</i>	TV3	24/09/08	22.03	13,1	887	27,4
26	<i>Ventdelplà</i>	TV3	07/01/08	22.13	12,8	867	26,5
27	<i>Caçadors de paraules</i> . Pescadors	TV3	14/01/08	21.48	12,6	856	26,9
28	<i>Operación Triunfo</i> . Proves de selecció	Telecinco	07/04/08	21.31	12,4	840	26,4
29	Futbol. Copa UEFA Getafe - Bayern de Munic	Antena 3 TV	10/04/08	20.46	12,3	836	29,1
30	Multicine: <i>Indiana Jones y el templo maldito</i>	Antena 3 TV	25/05/08	15.59	12,2	829	34,2

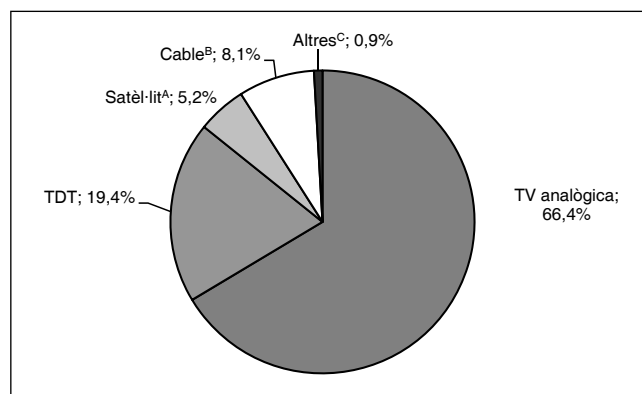
Font: TNS/TVC.

2008 l'audiència del satèl·lit, que inicia l'any amb el 4,4% i el finalitza amb el 7,8% (3,4 punts percentuals més). Per contra, el *share* de la televisió analògica disminueix cada mes i acaba l'any amb 18,5 punts menys (75,1% al gener i 56,6% al desembre). Pel que fa al cable i a la categoria "Altres", no presenten gaires variacions. A partir de l'1 de juliol de 2008 TNS passa a considerar el vídeo comunitari —fins aleshores englobat dins d'"Altres"— audiència de cable i, per tant, es comptabilitza en el grup "Cable" (vegeu el gràfic 12).

Com a novetat i de forma complementària als estudis d'audiència quantitatius de TNS i del Baròmetre de la Comunicació

i la Cultura, Televisió de Catalunya (TVC) ha adoptat l'octubre de 2008 un nou sistema d'audiències de caire qualitatiu, desenvolupat per l'empresa GfK, per conèixer l'acceptació dels seus programes i la valoració que en fan les persones usuàries tant de l'oferta de TVC com de les altres cadenes. És un mètode pioner a l'Estat espanyol. Es tracta d'un qüestionari en línia a un panel de 2.300 persones de Catalunya amb preguntes sobre els programes que han vist el dia anterior, les motivacions per triar-los i la valoració global (de 0 a 10), entre d'altres. D'aquests programes, se'n seleccionen tres aleatòriament per aprofundir-hi amb altres preguntes que varien en funció del

Gràfic 11. Quota de pantalla per sistemes de distribució a Catalunya. Any 2008 (en percentatge)



- A** Digital +.
- B** ONO i altres plataformes de cable.
- C** De gener a juny: resta de cadenes que es reben a través d'un sistema en obert, ja sigui satèl·lit individual o col·lectiu o vídeo comunitari-cable, i cadenes no espanyoles que es reben a les llars per proximitat geogràfica amb altres països. A partir de l'1 de juliol, el vídeo comunitari es considera audiència de cable i deixa d'englobar-se dins la categoria "Altres".

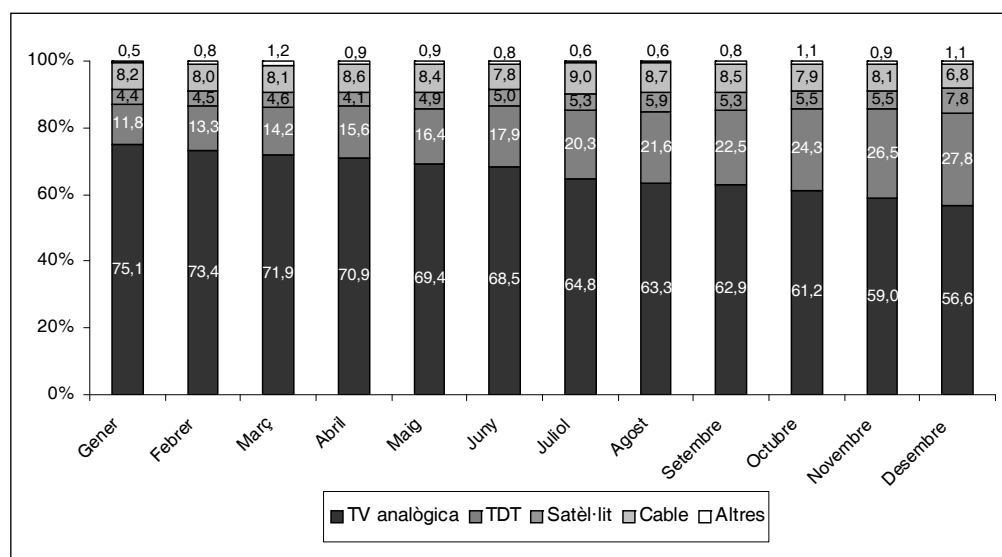
Font: TNS.

gènere. També existeixen espais de resposta lliure on els enquestats poden escriure directament allò que vulguin sobre un determinat contingut. El compromís que es demana al "jurat d'espectadors" seleccionat per GFK és de respondre deu qüestionaris al mes.

Pel que fa als resultats del període entre setembre i desembre de 2008, la cadena més ben valorada en relació amb la qualitat de la seva programació és laSexta amb un 7,80 sobre 10. Molt a prop hi ha el K3/33 (7,78) i TV3 (7,68). A més distància, les persones usuàries valoren amb un 7,45 La 1 i Cuatro i, amb un 7,41, La 2. Les pitjors valorades en aquest estudi qualitatiu són Antena 3 TV (7,24) i Telecinco (7,17) (vegeu el gràfic 13).

En el detall de la valoració dels principals programes de TV3 en el període analitzat (setembre-desembre), el que obté una puntuació més alta globalment és el documental sobre el cop d'estat que va patir Veneçuela el 2002, titulat *Chávez, dins del cop*, emès el 12 de setembre de 2008, amb un 9 sobre 10. A continuació, l'entrevista que la periodista i directora de TVC Mònica Terribas va fer a la presidenta de la República de Xile Michelle Bachelet és valorada amb un 8,62. En les següents posicions del rànquing de TV3 i amb puntuacions molt similars se situen **El medi ambient** (8,59), *Afers exteriors* (8,58) i *Empúries, l'ànima de Catalunya* (8,57), un especial del programa *Històries de Catalunya*. Altres espais que apareixen entre els més ben valorats són *30 minuts* (8,43), *La Marató de*

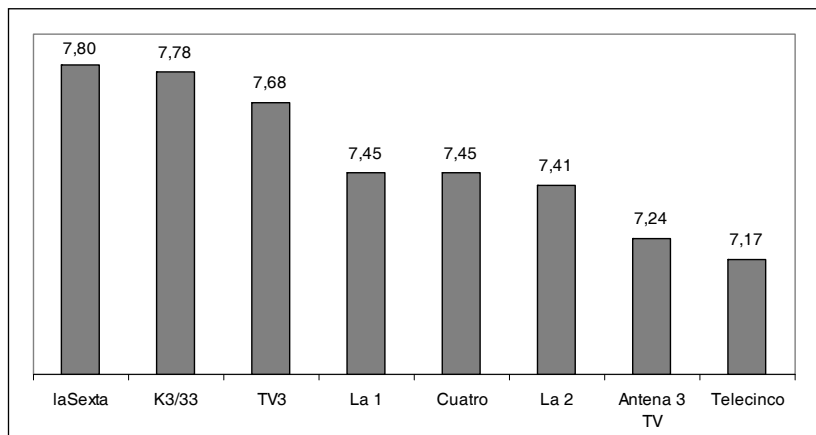
Gràfic 12. Evolució mensual de la quota de pantalla per sistemes de distribució a Catalunya. Any 2008 (en percentatge)



- A** Digital +.
- B** ONO i altres plataformes de cable.
- C** De gener a juny: resta de cadenes que es reben a través d'un sistema en obert, ja sigui satèl·lit individual o col·lectiu o vídeo comunitari-cable, i cadenes no espanyoles que es reben a les llars per proximitat geogràfica amb altres països. A partir de l'1 de juliol, el vídeo comunitari es considera audiència de cable i deixa d'englobar-se dins la categoria "Altres".

Font: TNS.

Gràfic 13. Rànquing qualitatiu de les cadenes. Valoració en relació amb la qualitat de la programació.^A
Setembre a desembre de 2008



A Puntuacions entre 0 i 10, on 0 és la pitjor valoració i 10 la millor.

Font: TVC.

TV3 (8,37) —enguany dedicada a les malalties mentals i presentada per Lúdia Heredia i Raquel Sans—, *Topografia de la memòria* (8,36) —documental de Maria Dolors Genovès sobre com s'aborda la memòria històrica en països com Sud-àfrica, Argentina, Alemanya, Itàlia o Catalunya—, *APM? Extra* (8,27) i el *Telenotícies comarques* (8,26), entre d'altres.

Quant a nombre de respostes destaquen el *Telenotícies vespre* (3.961) i el *Telenotícies migdia* (3.210) i, en l'àmbit de l'entreteniment, *El cor de la ciutat* (2.023), *Ventdelplà* (1.761) i *Polònia* (1.377) (vegeu la taula 16).

Els cinc programes més ben valorats del K3/33 són *Boira negra* (8,96) —sèrie de documentals de temàtica històrica—, *Segle XX* (8,88), *Millennium* (8,76), *Quèquicom* (8,68) i *Thalassa* (8,50). En nombre de respostes sobresurten *Esports 33* (294), el *Club Super3* (242) i *Planeta Terra* (232) (vegeu la taula 17).

Des d'una altra perspectiva, durant el 2008 s'han realitzat dues enquestes trimestrals Òmnibus (una al juliol i l'altra a l'octubre),⁵² encarregades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) per copsar quines són les preocupacions i les consideracions de l'audiència al voltant de la programació televisiva. L'estudi Òmnibus, realitzat pel Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública (GESOP), es basa en una entrevista telefònica assistida per ordinador a 1.600 persones de més de 16 anys, residents en llars amb telèfon i que porten més d'un any vivint a Catalunya.

Atenent als resultats, tant en una onada com en l'altra el rànquing de preocupacions principals coincideix en l'ordre, si bé hi ha diferències quantitatives en els percentatges. Així, el princi-

pal problema que de forma continuada s'observa en els continguts televisius —en una pregunta espontània i multiresposta— és l'excés de publicitat (24,3% al juliol i 19,3% a l'octubre). També representa un problema per a les persones enquestades la presència de programes del cor, xafarderies i premsa rosa (12,1% al juliol i 13,4% a l'octubre), la televisió porqueria (8,7%/11,5%) i l'excés de violència (9,0%/7,0%). En la llista de preocupacions continuen la baixa qualitat de la programació, la manca de programes culturals o educatius, els continguts superficials i el fet que es parli massa de la crisi, entre d'altres (vegeu el gràfic 14).

Llengua parlada

El 2008 l'aproximació a la llengua parlada a la televisió a partir de l'audiència de les cadenes en funció del seu àmbit d'emissió, i en el supòsit que les que emeten en territori nacional ofereixen una programació fonamentalment en català i les que difonen per a tot l'Estat espanyol ho fan pràcticament sempre en castellà —amb excepcions—, presenta, un cop més, una situació de minoria de la llengua catalana respecte a la castellana.

Prenent com a referència els resultats d'audiència a partir d'audímetres que elabora i proporciona TNS, la suma de les quotes de pantalla de les cadenes majoritàriament en català és del 22,4%, molt per sota del 77,1% de les de contingut pràcticament total en castellà. En aquest 77,1% cal matisar que també s'inclou una part de continguts en català corresponent a les desconnexions que fa Televisión Española amb el centre de producció TVE Catalunya. A més, en el grup de temàtiques, també agrupades com a televisions majoritàriament en castellà,

52 Per a més informació, vegeu els informes de resultats de l'onada de juliol de 2008 a:

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_CAC_Omnibus_juliol.pdf>; i la d'octubre a:

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_CAC_Omnibus_octubre.pdf> [Consultes: juny i juliol de 2009]

Taula 16. Detall de la valoració qualitativa dels principals programes de TV3.
Setembre a desembre de 2008

Títol	Valoració global	Núm. de respostes
<i>Chávez, dins del cop</i>	9,00	3
<i>Entendre el món amb Michelle Bachelet, presidenta de la República de Xile</i>	8,62	13
<i>El medi ambient (TV3)</i>	8,59	522
<i>Afers exteriors</i>	8,58	59
<i>Empúries, l'ànima de Catalunya</i>	8,57	35
<i>30 minuts</i>	8,43	573
<i>La Marató de TV3</i>	8,37	225
<i>Topografia de la memòria</i>	8,36	28
<i>APM? Extra</i>	8,27	162
<i>Telenotícies comarques</i>	8,26	708
<i>Polònia</i>	8,19	1.377
<i>Sense embuts</i>	8,15	386
<i>Algunes imatges més?</i>	8,13	15
<i>EUA - 08 Eleccions presidencials</i>	8,11	48
<i>Els vint-i-cinc d'esports</i>	8,06	16
<i>2008: Esborrany d'un nou món</i>	8,04	28
<i>Musica!MENT</i>	8,00	12
<i>APM?</i>	7,99	912
<i>Telenotícies vespre</i>	7,98	3.961
<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	7,97	1.278
<i>Camins d'aigua</i>	7,97	28
<i>Serrallonga</i>	7,91	139
<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	7,91	1.416
<i>Notícies 3/24</i>	7,89	824
<i>Telenotícies migdia</i>	7,88	3.210
<i>Els matins</i>	7,88	1.319
<i>Mundial de Fórmula 1: GP del Japó</i>	7,88	143
<i>Bocamoll</i>	7,86	729
<i>Tot un món</i>	7,84	25
<i>El vestidor</i>	7,82	139
<i>Entre línies</i>	7,77	239
<i>La rentadora</i>	7,77	61
<i>Crackòvia</i>	7,66	1.343
<i>Caçadors de bolets</i>	7,66	578
<i>El Club</i>	7,50	765
<i>Piromusical de la Mercè</i>	7,44	64
<i>Club Super3</i>	7,41	87
<i>Zona zàping</i>	7,40	267
<i>L'ensenyament, a debat</i>	7,35	37
<i>Ventdelplà</i>	7,33	1.761
<i>Twist</i>	7,28	238
<i>Nit dels vint-i-cinc de TV3</i>	7,22	72
<i>El cor de la ciutat</i>	7,19	2.023
<i>Hora Q</i>	6,83	199
<i>Cuïnes</i>	6,77	702
<i>Objectiu Pastorets: el càsting diví</i>	6,70	210

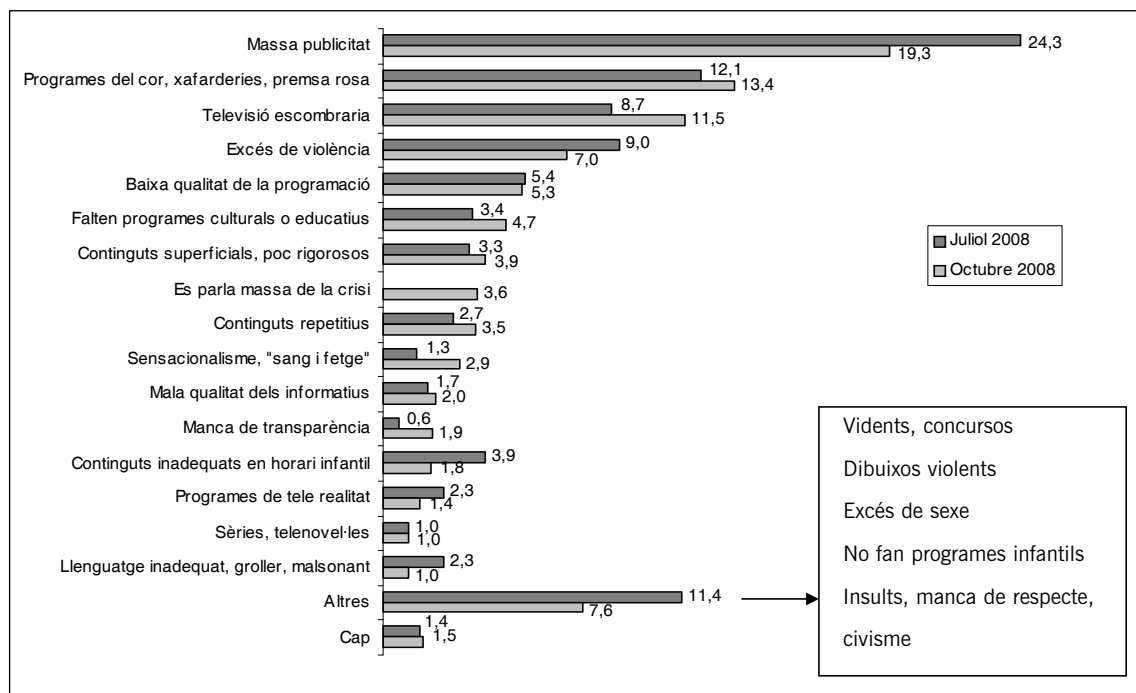
Font: TVC.

Taula 17. Detall de la valoració qualitativa dels principals programes del K3/33.
Setembre a desembre de 2008

Títol	Valoració global	Núm. de respostes
<i>Boira negra</i>	8,96	24
<i>Segle XX</i>	8,88	57
<i>Millennium</i>	8,76	67
<i>Quèquicom</i>	8,68	34
<i>Thalassa</i>	8,50	93
<i>60 minuts</i>	8,40	117
<i>Planeta Terra</i>	8,28	232
<i>Nit d'espectacle al 33</i>	8,22	23
<i>En clau de vi</i>	8,22	77
<i>Temps de neu</i>	8,20	10
<i>Silenci?</i>	8,18	39
<i>Sputnik</i>	8,13	23
<i>Horitzons</i>	8,12	49
<i>Cronos</i>	8,12	51
<i>Clàssica</i>	8,12	17
<i>L'hora del lector</i>	7,98	53
<i>Àgora</i>	7,94	143
<i>Karakia</i>	7,91	102
<i>Doctor Who</i>	7,88	105
<i>Mic3</i>	7,85	95
<i>Quarts de nou</i>	7,78	50
<i>Valor afegit</i>	7,69	32
<i>A pagès</i>	7,56	32
<i>Temps d'aventura</i>	7,45	18
<i>Explica'm un conte</i>	7,45	31
<i>Club Super3</i>	7,36	242
<i>Esports 33</i>	7,35	294
<i>Hat-Trick</i>	7,22	192
<i>3xl.cat</i>	7,15	124

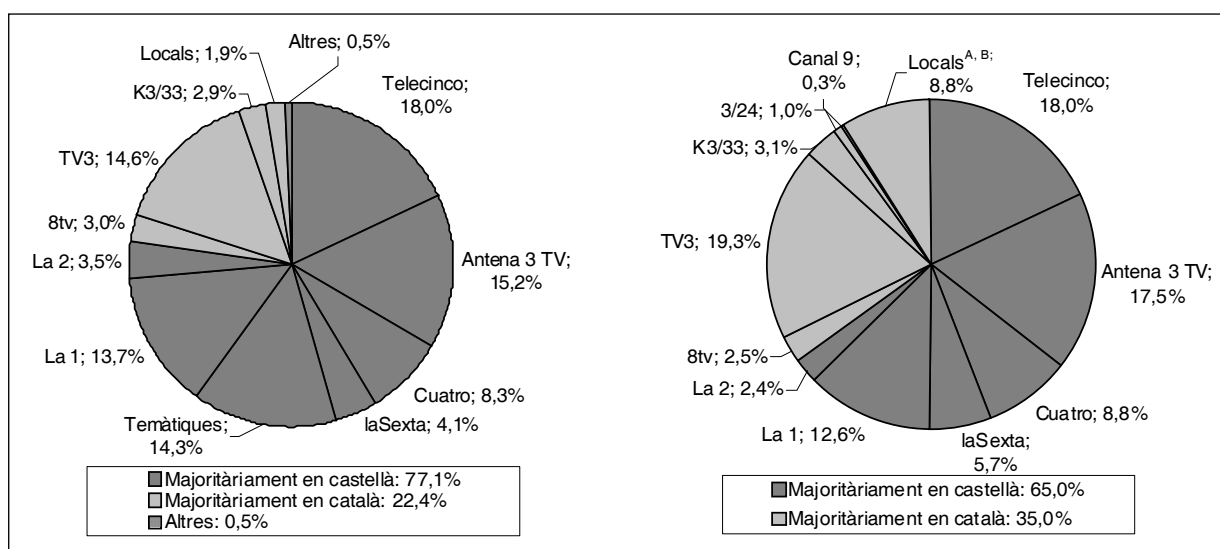
Font: TVC.

Gràfic 14. Quin és el principal problema que, de forma continuada, observa en els continguts televisius? Espontània. Multi-resposta. Juliol i octubre de 2008 (en percentatge)



Font: CAC (2008) [En línia]: *L'Òmnibus de GESOP. Informe de resultats. Octubre 2008*. Barcelona: GESOP/CAC.
http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Informe_CAC_Omnibus_octubre.pdf [Consulta: juliol de 2009]

Gràfics 15 i 16. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya per llengua parlada. Any 2008



- A** Segons el Baròmetre, no es publiquen dades de Barcelona TV i ETV-Llobregat TV per trobar-se sota revisió ni de Canal Català Lleida, Canal Català Maresme, Canal Català Penedès-Garraf, Canal Català Reus, Televisió de Vandellòs, Televisió de Vilanova del Vallès i TSF per no haver acumulat 12 mesos de treball de camp.
- B** Engloba televisions de cobertura majoritàriament local.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de TNS (gràfic 15) i del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre de 2008 (gràfic 16).

TNS inclou el 3/24, canal informatiu de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) que emet íntegrament en català. El 0,5% restant correspon a la categoria “Altres”, que engloba fonamentalment televisions d'àmbit autonòmic (vegeu el gràfic 15).

Tanmateix, seguint el mateix procediment però amb les dades que ofereix el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, la superioritat de la quota de pantalla de les cadenes que emeten majoritàriament en castellà davant de les que ho fan en català no és tan acusada. Així, el 2008, la suma de la quota de televisions pràcticament del tot en català és del 35%, mentre que la de les cadenes essencialment en castellà és del 65% (vegeu el gràfic 16).

L'audiència a l'Estat espanyol

En línies generals, la situació de l'audiència televisiva al conjunt de l'Estat espanyol és força similar a la de Catalunya, si bé amb alguna particularitat. Les cadenes generalistes privades més veteranes (Telecinco i Antena 3 TV) perden quota de pantalla respecte a l'any anterior, en benefici de les dues d'aparició més recent (Cuatro, a final de 2005, i laSexta, el 2006) i de les temàtiques, que milloren els resultats obtinguts el 2007. D'altra banda, en aquest context de fragmentació, les televisions públiques (TVE, amb La 1 i La 2, i les autonòmiques dins la FORTA) resisteixen l'impacte i aconseguixen unes xifres molt similars a les de l'any anterior (amb diferències només de dues o tres dècimes).

El 2008, la cadena més vista a escala estatal és Telecinco amb un *share* del 18,1%, malgrat que amb una pèrdua de 2,2 punts. A continuació, La 1 assoleix el 16,9% i, a diferència de 2007, ocupa la segona posició i desbanca Antena 3 TV que, al seu torn, obté un 16,0% i baixa al tercer lloc (17,4% el 2007). El conjunt de cadenes autonòmiques de la FORTA continua en quarta posició amb una quota de pantalla del 14,5%, tan sols dues dècimes per sota de la de 2007 (14,7%).

Les televisions temàtiques (especialitzades en cinema, sèries de ficció, informació, esports, documentals, música, etc.) es consoliden en cinquè lloc amb una quota del 13,0%, dos punts més que el 2007 (11,0%). A continuació, Cuatro (8,6%) i laSexta (5,5%) també creixen en audiència i continuen en sisena i en setena posició, respectivament. En les darreres marques hi ha La 2 (4,5%, perd només una dècima), el grup de les locals (2,2%) i el de les autonòmiques privades (0,6%) —que dupliquen el resultat de l'any anterior— (vegeu el gràfic 17).

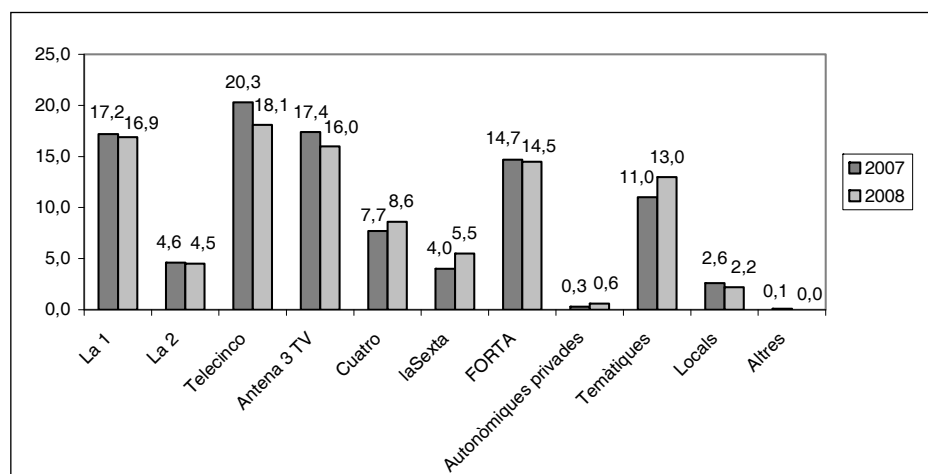
Atenent a la quota de pantalla per àmbits territorials, al 2008 es confirma i s'intensifica la dinàmica apuntada el 2007 de pèrdua de lideratge de Telecinco en moltes comunitats i de major diversitat segons el territori. Telecinco continua sent la més vista al País Basc —on destaca amb un 22,1%—, el Principat d'Astúries (20,2%), Madrid (19,7%), les Canàries (19,7%), el País Valencià (18,1%) i Catalunya (18,0), malgrat que, com s'ha explicat, comparteix la primera posició amb el còmput de les cadenes de la FORTA.

La 1 és líder en més territoris que el 2007 i capta més seguidors a Galícia (20,3%), les Illes Balears (20,2%), Castella-la Manxa (20,0%) i, com a novetat, a Aragó (19,4%); també és l'opció més triada en la categoria “Resta” (23,5%). Tot i no ser líder, la pública estatal també obté resultats destacables a la Regió de Múrcia (20,3%) —on la més vista és Antena 3 TV amb un 20,6%—, al Principat d'Astúries (20,0%) i a Madrid (17,5%).

A Andalusia el lideratge absolut —i el més alt— és per a la suma de Canal Sur (16,8%) i Canal Sur 2 (4,1%), que, amb alguna autonòmica més, assoleixen un 21,3% de quota de pantalla. A Catalunya, les televisions de la FORTA capten el 18,0% i igualen Telecinco. També és destacable el 18,7% que obtenen al País Basc.

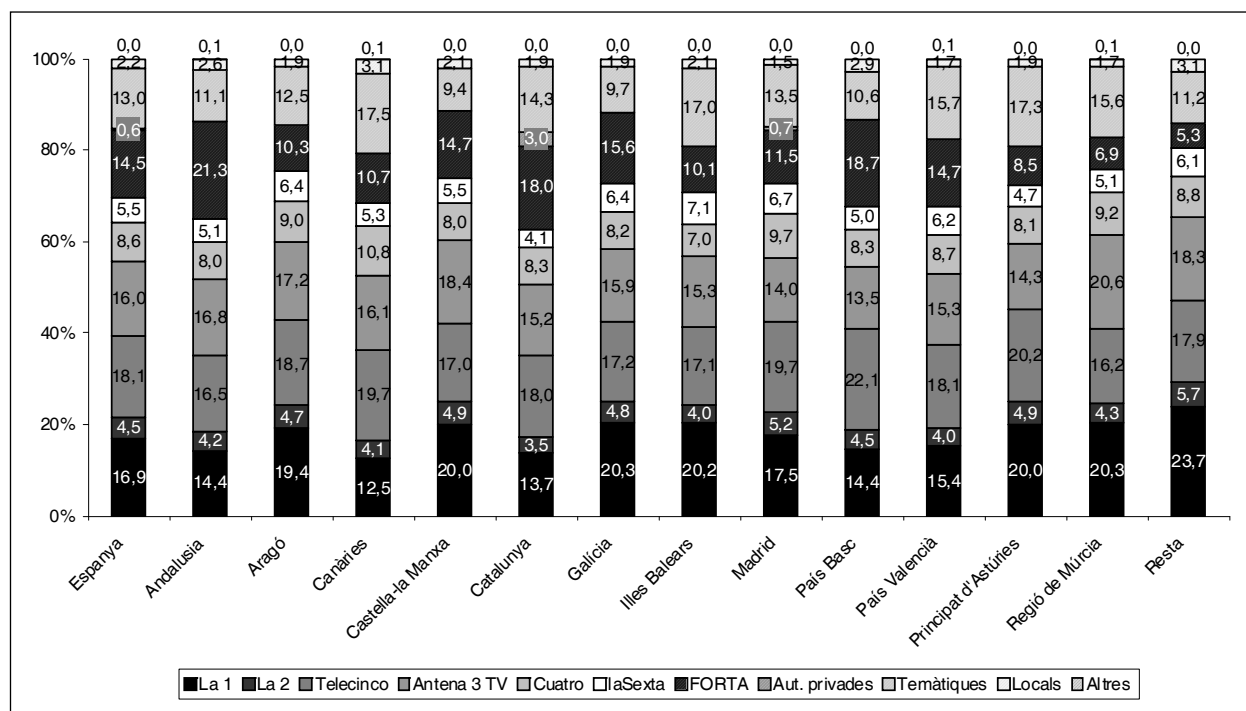
Cuatro té més seguidors entre el públic de les Canàries (10,8%), Madrid (9,7%), Regió de Múrcia (9,2%) i Aragó (9,0%). Per la seva banda, laSexta és més sintonitzada a les

Gràfic 17. Quotes d'audiència a l'Estat espanyol. Període 2007-2008 (en percentatge)



Font: TNS.

Gràfic 18. Quota de les cadenes per àmbits territorials. Any 2008 (en percentatge)



Font: TNS.

Illes Balears (7,1%), seguides per Madrid (6,7%), Aragó i Galícia (totes dues amb un 6,4%). Les temàtiques presenten un *share* especialment elevat a les Canàries (17,5%) —on, a més, són la segona opció amb més audiència—, al Principat d'Astúries (17,3%) i a les Illes Balears (17,0%) (vegeu el gràfic 18).

El 2008 l'audiència de les autonòmiques canvia respecte a 2007 i, a excepció d'algun cas, trenca la tendència de pèrdua de públic progressiva i generalitzada iniciada en anys anteriors. Canal Sur (16,8%) continua sent la més vista en el seu territori i manté el resultat de 2007 (16,7%). Canal Sur 2 (abans Canal 2 Andalusia) celebra el desè aniversari durant el 2008.⁵³ guanya dues dècimes i anota un 4,1% de quota de pantalla.

És notable l'augment que experimenten l'asturiana TPA, que arriba fins al 7,4% de quota (4,5% el 2007), i Aragó TV, que assoleix el 8,8% (6,7% el 2007). També creixen de manera significativa la televisió de Galícia TVG (15,5%, +1,4 punts), la murciana 7RM (4,1%, +1,3) i TV Canària (10,2%, +0,9). ETB2 (15,1%) augmenta en tres dècimes els resultats de 2007, que són justament les que perd ETB1 (3,4%). En l'àmbit de les televisions autonòmiques, el 10 d'octubre de 2008 neix ETB3 al País Basc, una cadena exclusivament en TDT i en eusquera, adreçada al públic infantil i juvenil i amb continguts culturals.⁵⁴ El 2008 encara no se'n coneixen resultats d'audiència.

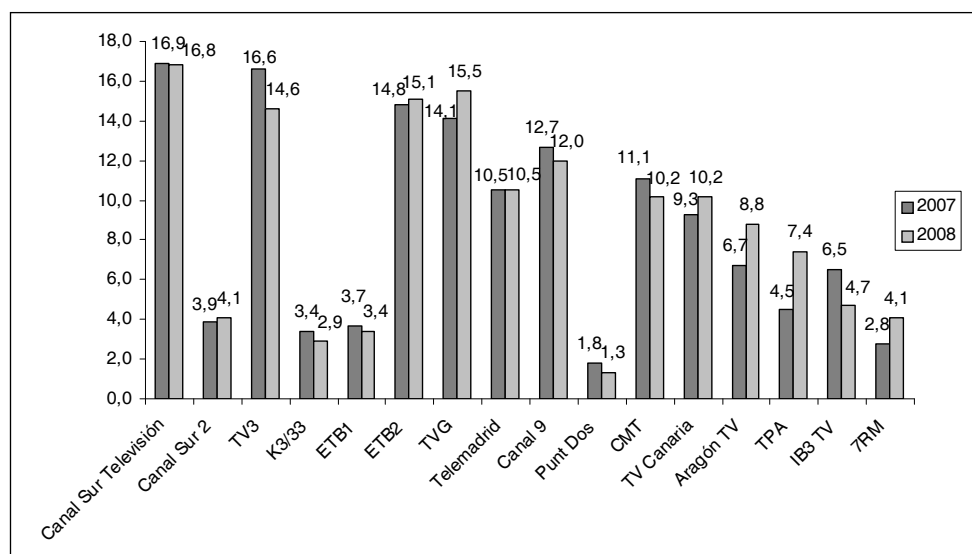
Les pèrdues més significatives en termes de *share* són les de TV3 (14,6%), amb dos punts menys, i IB3 TV (4,7%), que decreix en 1,8 punts. També perden quota —malgrat que en cap cas no arriba a un punt percentual— K3/33 (2,9%), Canal 9 (12,0%), Punt Dos (1,3%) i CMT (10,2%), de Castella-la Manxa. Finalment, Telemadrid atura la davallada d'audiència progressiva apuntada en informes anteriors⁵⁵ i manté exactament el mateix resultat de 2007: 10,5% (vegeu el gràfic 19).

El rànquing dels 30 programes més vistos durant el 2008 a l'Estat espanyol està monopolitzat per l'esport, ja que més de la meitat (17) corresponen a alguna celebració esportiva. D'aquests, 15 són trobades futbolístiques o especials relacionats (com ara *Zona Cuatro: Podemos*) i dos pertanyen a l'àmbit de la Fórmula 1. El programa més vist el 2008 a escala estatal és, de la mateixa manera que a Catalunya, el partit de la final de l'Eurocopa Alemanya-Espanya, el 29 de juny a Cuatro, amb gairebé 14 milions i mig de persones davant la pantalla (14.482.000) i un *share* històric del 80,9%. El segon del rànquing és el partit de quarts de final, també de l'Eurocopa, Espanya-Itàlia: 14.131.000 espectadors i un 72,1% de quota de pantalla. I la tercera posició l'ocupa el programa posterior al partit de la final entre Alemanya i Espanya. Per tant, com en la llista nacional, els tres primers són programes futbolístics televisats per Cuatro. La resta de programes esportius es distribueix

53 Font: <<http://www.canalsur.es/web/portada?idCanal=64&idActivo=C64&vE=C62,C66>> [Consulta: juny de 2009]

54 Font: <<http://www.eitb.com/corporativo/grupo-eitb/quienes-somos/presentacion/>> [Consulta: juny de 2009]

55 Vegeu, per exemple, l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya* corresponent als anys 2005, 2006 i 2007.

Gràfic 19. Quota d'audiència de les cadenes de la FORTA. Període 2007-2008 (en percentatge)

Font: TNS.

xen fins al número 20 de la classificació. La cursa de Fórmula 1 del GP Brasil apareix en el dotzè lloc i l'espai posterior al GP Singapur, en el divuitè.

En el cinquè lloc destaca el Festival d'Eurovisió, amb 9.336.000 seguidors pendents del representant espanyol Rodolfo Chikilicuatre (com s'ha dit, paper interpretat per l'actor David Fernández) i una quota de pantalla del 59,3%.

El 2008 la ficció perd presència en el rànquing estatal dels 30 programes més vistos i, a banda de disminuir el nombre d'insercions respecte a 2007 (de 13 baixa a 8), exceptuant casos puntuals, apareix en les darreres posicions de la llista. Les excepcions a aquest fet són: *Yo soy Bea*, en el setè lloc, i *Aída*, en el 14è (les dues a Telecinco). També hi ha, entre els programes amb més audiència, la segona part de la minisèrie basada en fets reals *El castigo* (22è), a Antena 3 TV, capítols de les sèries *CSI Las Vegas* (23è), *Sin tetas no hay paraíso* (24è), a Telecinco, *El internado* (27è), a Antena 3 TV, i *Cuéntame cómo pasó* (29è) i la pel·lícula *El coche fantástico*, a La 1. Altres formats d'entreteniment en la llista són l'especial de cap d'any *Campanadas de fin de año* (21è lloc), a La 1, i el *reality Gran hermano* (28è), a Telecinco.

D'altra banda, pel que fa als programes informatius, en el rànquing hi ha dos debats electorals: el protagonitzat per José Luis Rodríguez Zapatero i Mariano Rajoy a La 1 en un destacable vuitè lloc, i el de Pedro Solbes i Manuel Pizarro a Antena 3 TV (en el 25è).

Finalment, quant a les cadenes, Telecinco aconsegueix inserir 11 espais entre els 30 de més audiència. El segon lloc és compartit entre La 1 i Antena 3 TV, ambdues amb set programes. Per la seva banda, Cuatro, que el 2007 no va incloure cap de les seves propostes, el 2008 n'introdueix cinc, totes relacionades amb l'Eurocopa de futbol, tres de les quals en el primer, segon i tercer lloc (vegeu la taula 18).

El consum anual de televisió a l'Estat espanyol l'any 2008 és de 227 minuts. Per grups sociodemogràfics, augmenta en gairebé totes les variables (per sexe, edat i classe social) respecte a 2007. Les dones destinen 256 minuts a mirar la televisió —tres més que l'any anterior—, força per sobre dels 218 dels homes, que, al seu torn, incrementen en set minuts el temps davant la pantalla.

Per edats, la població de més de 65 anys mira la televisió 317 minuts al dia (5 h i 17 min), que contrasten amb els 144 (2 h 24 min) del col·lectiu de 13 a 24 anys (únic grup sociodemogràfic que disminueix lleugerament la xifra en comparació amb l'any anterior). Destaca l'augment de set minuts en el grup de 45 a 65 anys i, tot i que més moderat, també és superior en els grups de 25 a 44 anys (201) i de 4 a 12 anys (148).

La classe baixa i mitjana-baixa és la que més consumeix televisió i eleva la xifra a 254 minuts (set més que el 2007). A continuació, la mitjana n'hi dedica 223 i l'alta i mitjana-alta, 186 (vegeu el gràfic 20).

Quant a la quota de pantalla segons el sistema de distribució proporcionada per TNS, la televisió de pagament a l'Estat espanyol capta un 18,5%. D'aquest percentatge, el 14,6% correspon al cable (ONO i altres plataformes), que augmenta el *share* en 2,7 punts, i el 3,9% és per al satèl·lit (Digital +), que, al seu torn, perd audiència el 2008 (2007: 4,3%). L'audiència de la TDT continua el seu ascens, multiplica el resultat de 2007 per 2,2 i assoleix una quota del 15,6%. També és significativa la davallada que experimenta la televisió analògica respecte a l'any anterior. El *share* d'aquest sistema de recepció tradicional per ones hertzianes a escala estatal, malgrat que continua sent majoritari, baixa del 75,3% el 2007 al 64,8% el 2008. L'1,1% que resta pertany a la categoria "Altres" (vegeu el gràfic 21).

Si ens fixem en l'evolució per mesos, el cable obté una quota d'audiència al voltant del 13-13,5% de gener a juny i del 15,2-

Taula 18. Rànquing dels programes més vistos a l'Estat Espanyol. Any 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	H. inici	% aud.	Milers	Quota
1	Futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	20.46	34,1	14.482	80,9
2	Futbol. Eurocopa Espanya - Itàlia. Quarts de final. Pròrroga	Cuatro	22/06/08	22.39	33,3	14.131	72,1
3	Post futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	22.36	31,7	13.468	73,2
4	Futbol. Copa UEFA Getafe - Bayern de Munic. Pròrroga	Antena 3 TV	10/04/08	22.41	22,2	9.416	46,5
5	Festival d'Eurovisió	La 1	24/05/08	20.59	22,0	9.336	59,3
6	Futbol. Lliga esp. Reial Madrid - FC Barcelona	Telecinco	07/05/08	21.58	21,8	9.264	46,7
7	<i>Yo soy Bea</i>	Telecinco	08/06/08	22.19	19,4	8.226	42,1
8	Debat electoral José L. Rodríguez Zapatero – Mariano Rajoy	La 1	25/02/08	21.59	18,9	8.017	36,4
9	Futbol. Copa del Rei València - Getafe	Telecinco	16/04/08	22.06	18,7	7.929	41,0
10	Futbol. Lliga de Campions Manchester United – FC Barcelona	Antena 3 TV	29/04/08	20.45	18,5	7.838	45,3
11	Previ futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	20.28	17,7	7.536	58,6
12	Fórmula 1. GP Brasil	Telecinco	02/11/08	18.13	16,0	6.808	43,5
13	Futbol. Lliga de Campions Manchester United – Chelsea. Pròrroga	Antena 3 TV	21/05/08	22.36	16,0	6.783	34,5
14	<i>Aída</i>	Telecinco	02/03/08	22.31	15,6	6.642	35,6
15	Futbol. Copa UEFA Getafe - Bayern de Munic	Antena 3 TV	10/04/08	20.46	15,4	6.522	38,0
16	Futbol. Classificació Mundial Bèlgica - Espanya	La 1	15/10/08	20.45	15,1	6.432	37,1
17	Previ futbol. Lliga esp. Reial Madrid - FC Barcelona	Telecinco	07/05/08	21.35	13,7	5.827	33,9
18	Post Fórmula 1. GP Singapur	Telecinco	28/09/08	16.01	13,4	5.699	40,3
19	Futbol. Amistós Espanya - França	La 1	06/02/08	21.00	12,9	5.474	30,0
20	<i>Zona Cuatro: Podemos</i>	Cuatro	22/06/08	23.34	12,9	5.466	35,1
21	<i>Campanadas de fin de año</i>	La 1	31/12/08	23.43	12,7	5.392	38,7
22	<i>El castigo. 2a part</i>	Antena 3 TV	16/12/08	22.24	12,6	5.333	27,8
23	<i>CSI Las Vegas: Traición</i>	Telecinco	31/03/08	22.24	12,5	5.321	27,8
24	<i>Sin tetas no hay paraíso. Cita con la muerte</i>	Telecinco	02/04/08	22.35	11,3	4.795	28,0
25	Debat electoral Pedro Solbes - Manuel Pizarro	Antena 3 TV	21/02/08	21.56	11,3	4.784	24,4
26	Previ futbol. Copa del Rei València - Getafe	Telecinco	16/04/08	21.35	11,2	4.738	26,9
27	<i>El internado. El Polo Norte</i>	Antena 3 TV	02/01/08	22.15	10,9	4.574	24,7
28	<i>Gran hermano</i>	Telecinco	21/09/08	21.41	10,6	4.517	29,2
29	<i>Cuéntame cómo pasó. La mujer del César</i>	La 1	23/10/08	22.10	10,6	4.486	24,6
30	La pel·lícula de la semana: <i>El coche fantástico</i>	La 1	11/05/08	22.03	10,6	4.481	24,0

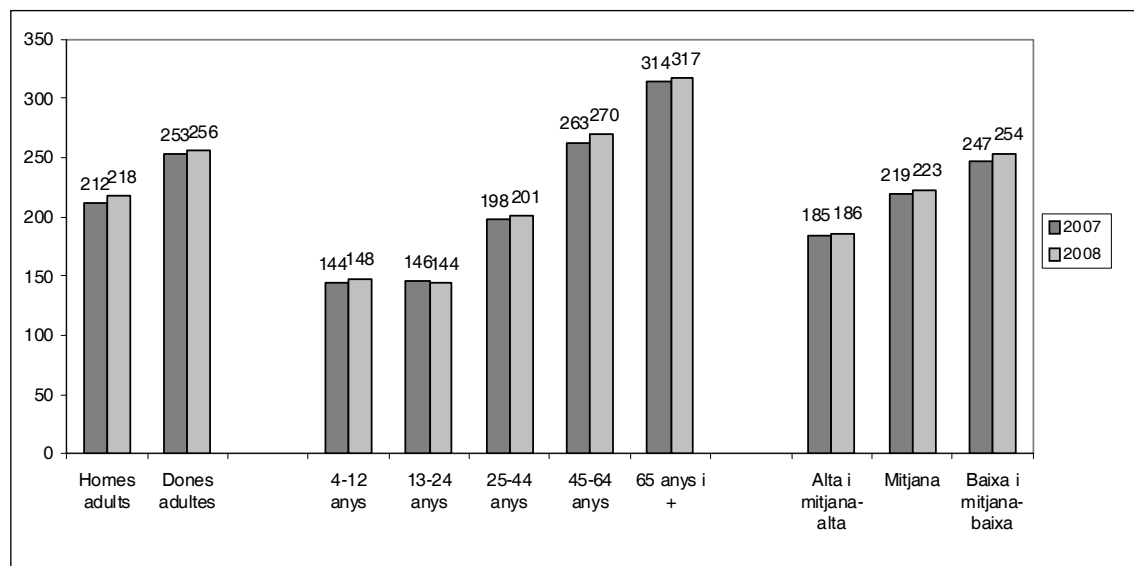
Font: TNS/TVC.

16,7% de juliol a desembre. Paral·lelament, el grup "Altres" es mou entre l'1,4-1,6% durant el primer semestre de 2008 i entre el 0,6-0,7% durant el segon. TNS explica aquest fet perquè considera, des de l'1 de juliol, el sistema de distribució per vídeo comunitari com a audiència de cable i, per tant, deixar d'incloure'l dins la categoria "Altres". Per la seva banda, les xifres del satèl·lit presenten un comportament estable al llarg de l'any. Quant a les quotes de la TDT i de la televisió analògica, desta-

ca l'increment d'una en detriment de l'altra: la digital terrestre comença l'any amb un 10,5% i l'acaba amb un 21,9% (més del doble); per contra, l'analògica l'inicia amb el 71,0% i disminueix en finalitzar el 2008 fins al 58,1% (vegeu el gràfic 22).

Les diverses plataformes de pagament a l'Estat espanyol tenen un total de 4.196.766 persones abonades el 2008 (3.980.224 el 2007), d'acord amb les dades de l'informe anual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).⁵⁶ Aquesta

⁵⁶ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2009) [En línia]: *Informe anual 2008*. Barcelona: CMT. <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Gràfic 20. Consum de televisió per grups sociodemogràfics a l'Estat espanyol. Període 2007-2008 (en minuts)


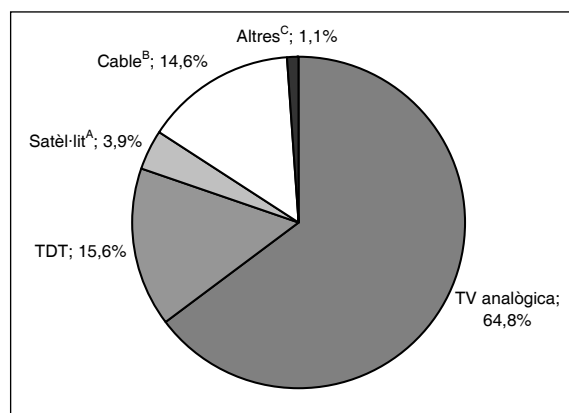
Font: TNS.

xifra representa un increment global de 216.542 abonats i del 5,4% respecte a 2007 (vegeu la taula 19).

El sistema de transmissió per satèl·lit capta al voltant de la meitat dels abonats (48,5%) amb 2.034.865 afiliats a Digital +, si bé en perd 30.228 respecte a 2007. En canvi, el cable té 113.079 altes el 2008 i assoleix 1.459.015 (34,8%). D'aquest gairebé milió i mig de persones, ONO és qui més en reuneix (1.039.012) i creix en 74.190 persones abonades (964.822 el 2007). També augmenten les subscripcions de Telecable de Asturias (121.332, +11.028), R Cable (69.830, +5.999) i Euskaltel (46.584, +6.170). En canvi, Procono (27.952) en perd 300.

Pel que fa a la televisió a través de l'ADSL, que representa un 16,7% del total de la televisió de pagament, el 2008 arriba als 702.886 abonats i experimenta l'increment més elevat (133.691 persones més) respecte a l'any anterior, quan va assolir els 569.195. La plataforma que capta més usuaris en aquest sistema de transmissió és Imagenio (607.203) que, ahora, obté 98.437 nous abonaments. Orange TV (87.387, +33.640) i Jazztel TV (8.286, +1.604) també milloren els resultats.

La televisió que es mira a través del mòbil presenta el 2008 un retrocés en el nombre d'abonats de 25.327 persones i baixa de 295.246 el 2007 a 269.919 el 2008. Segons la CMT, aquest comportament s'explica perquè es tracta d'un servei encara emergent. Quant al mercat de la televisió mòbil, es reparteix gairebé a parts iguals entre Vodafone (133.874 clients, 49,6%) i Movistar (123.096, 45,6%). És destacable, però, que Vodafone guanya 3.251 subscripcions i, a diferència de 2007, supera Movistar, que, al seu torn, en deixa 36.904. El total es completa amb els 12.949 abonats d'Orange, que mostra un creixement notable i multiplica per 2,8 la xifra de 2007 (vegeu la taula 20).

Gràfic 21. Quota de pantalla per sistemes de distribució a l'Estat espanyol. Any 2008 (en percentatge)


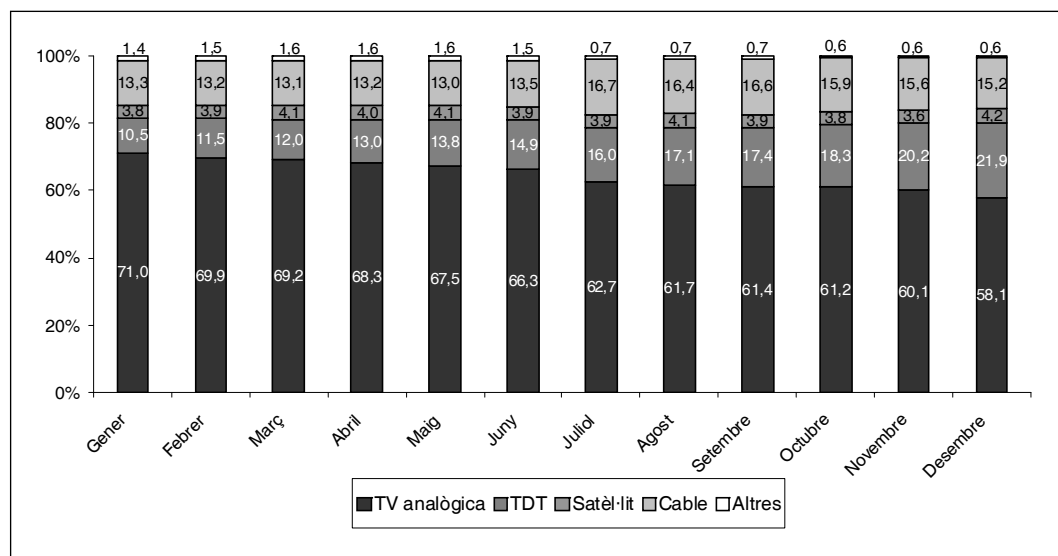
A Digital +.

B ONO i altres plataformes de cable.

C De gener a juny: resta de cadenes que es reben a través d'un sistema en obert, ja sigui satèl·lit individual o col·lectiu o vídeo comunitari-cable, i cadenes no espanyoles que es reben a les llars per proximitat geogràfica amb altres països. A partir de l'1 de juliol, el vídeo comunitari es considera audiència de cable i deixa d'englobar-se dins la categoria "Altres".

Font: TNS.

Gràfic 22. Evolució mensual de la quota de pantalla per sistemes de distribució a l'Estat espanyol. Any 2008 (en percentatge)



- A Digital +.
- B ONO i altres plataformes de cable.
- C De gener a juny: resta de cadenes que es reben a través d'un sistema en obert, ja sigui satèl·lit individual o col·lectiu o vídeo comunitari-cable, i cadenes no espanyoles que es reben a les llars per proximitat geogràfica amb altres països. A partir de l'1 de juliol, el vídeo comunitari es considera audiència de cable i deixa d'englobar-se dins la categoria "Altres".

Font: TNS.

En relació amb la presència de la televisió de pagament a l'Estat espanyol en una anàlisi de 52 regions (50 províncies més les ciutats autònomes de Ceuta i Melilla) duta a terme per la CMT que associa els abonaments i la població, el 2008 hi ha, de mitjana, 9 abonats a alguna plataforma de televisió de pagament per cada 100 habitants (8,8/100 hab. el 2007). Segons la distribució geogràfica, destaquen especialment Astúries (16,2/100 hab.), Melilla (13,6/100 hab.), Cantàbria (12,4/100 hab.) i les Balears (12,3/100 hab.), territoris on la televisió de pagament té més presència amb més de 12 abonats per cada 100 habitants. D'altra banda, i igual que el 2007, Badajoz (4,5/100 hab.), Càceres (5,0/100 hab.) i Lugo (5,0/100 hab.) és on menys subscripcions hi ha.

Per tecnologia, el satèl·lit és la plataforma majoritària en 37 dels 52 territoris analitzats, mentre que en els 15 restants ho és el cable (vegeu el mapa 1).

Pel que fa a Catalunya i d'acord amb dades de l'informe de la CMT per comunitats autònomes i províncies,⁵⁷ el 2008 hi ha 657.374 abonats a alguna plataforma de televisió de paga-

ment, 497.059 dels quals a Barcelona, 63.592 a Girona, 32.244 a Lleida i 64.479 a Tarragona.

L'audiència de la televisió digital terrestre

La televisió digital terrestre (TDT) continua el 2008 evolucionant positivament en els diferents indicadors d'anàlisi: cobertura, sintonitzadors venuts, penetració a la llar i quota de pantalla, entre d'altres. D'acord amb les dades anuals⁵⁸ d'Impulsa TDT, l'Associació per a la Implantació i el Desenvolupament de la Televisió Digital Terrestre a Espanya que aplega els radiodifusors d'àmbit estatal, la FORTA i Abertis Telecom, la població coberta amb TDT arriba el 2008 al 92,4%, set punts per sobre del percentatge de 2007 (85,4%).

Amb aquest increment l'Estat espanyol se situa al capdavant en cobertura de la digital terrestre si es compara amb la d'altres països europeus. La població coberta a Alemanya és del 90,0%, cinc punts més que el 2007, i a França, del 89,0%, tres punts més. A continuació hi ha Itàlia, on arriba al 85,0% i, finalment, el Regne Unit, amb el 80,0% de la població (vegeu el gràfic 23).

⁵⁷ COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2009) [En línia]: *Penetración de servicios finales y de infraestructuras de Telecomunicación. Parámetros seleccionados por Comunidades Autónomas y provincias. 2008*. Barcelona: CMT (pàg. 60-64). <http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/INFORME_PROVINCIAS_2008.pdf> [Consulta: setembre de 2009]

⁵⁸ IMPULSA TDT (2009) [En línia]: *Anuario TDT 2008*. Madrid: *Impulsa TDT*. <<http://www.impulsatdt.es/pdf/impulsa-tdt-anuario-08.pdf>> [Consulta: juny de 2009]

Taula 19. Nombre d'abonats i quota de mercat de la televisió de pagament i de la televisió mòbil per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol. Període 2007-2008

	2007		2008	
	Abonats	%	Abonats	%
Televisió de pagament	3.980.224	100,0	4.196.766	100,0
Satèl·lit	2.065.093	51,9	2.034.865	48,5
Cable	1.345.936	33,8	1.459.015	34,8
TV per ADSL	569.195	14,3	702.886	16,7
Televisió mòbil	295.246	100,0	269.919	100,0
Total	4.275.470		4.466.685	

Font: CMT (2009).

Taula 20. Nombre d'abonats i quota de mercat de les plataformes de pagament i de la televisió mòbil a l'Estat espanyol. Any 2008

Televisió de pagament		Abonats	%
Satèl·lit	Digital +	2.034.865	48,5
	ONO	1.039.012	24,8
Cable	Telecable de Asturias	121.332	2,9
	R Cable	69.830	1,7
	Euskaltel	46.584	1,1
	Procono	27.952	0,7
	Resta	154.315	3,7
	Imagenio	607.203	14,5
TV per ADSL	Orange TV	87.387	2,1
	Jazztel TV	8.286	0,2
	Total	4.196.766	100,0
Televisió mòbil		Abonats	%
Televisió mòbil	Vodafone	133.874	49,6
	Movistar	123.096	45,6
	Orange	12.949	4,8
Total		269.919	100,0

Font: CMT (2009).

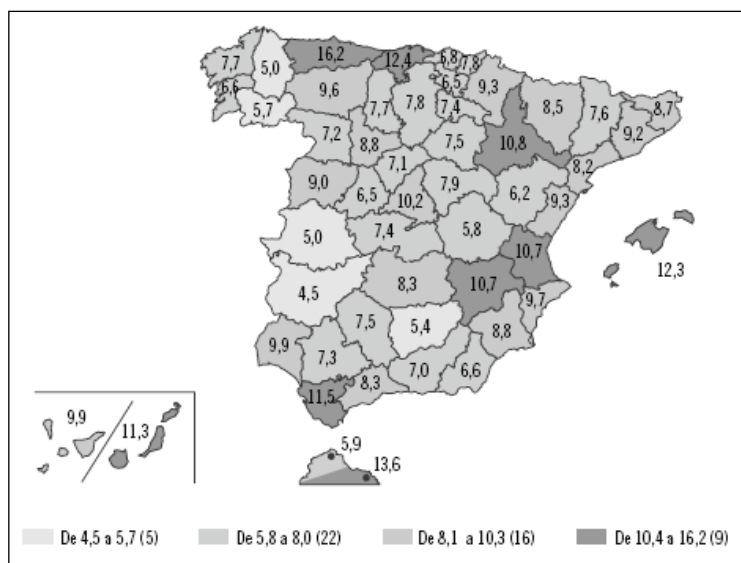
Taula 21. Abonats i presència de la televisió de pagament (abonats/100 habitants) a Catalunya. Any 2008

	Catalunya	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Total abonats	657.374	497.059	63.592	32.244	64.479
Abonats/100 hab.	8,9	9,2	8,7	7,6	8,2

Font: CMT (2009) [En línia]: *Penetración de servicios finales y de infraestructuras de Telecomunicación. Parámetros seleccionados por Comunidades Autónomas y provincias*. 2008. Barcelona: CMT.

<http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/INFORME_PROVINCIAS_2008.pdf> [Consulta: setembre de 2009]

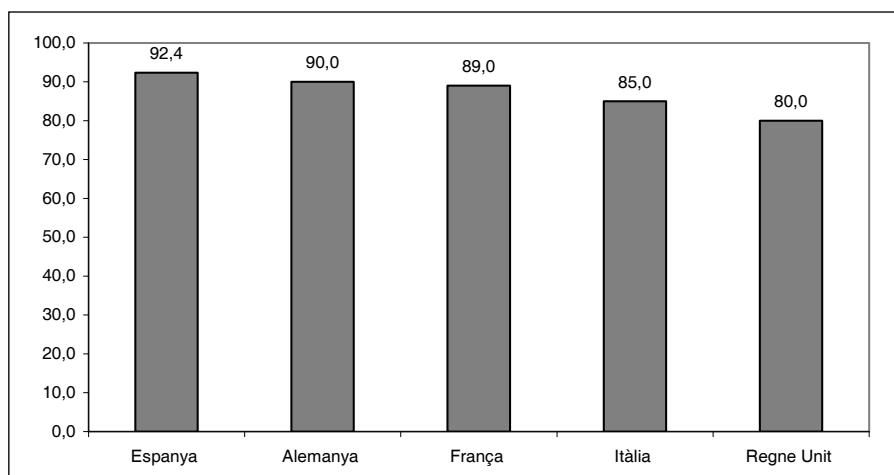
Mapa 1. Presència de la televisió de pagament a l'Estat espanyol per províncies^A (abonats/100 habitants). Any 2008



A No inclou els continguts audiovisuals per mòbil

Font: CMT (2009).

Gràfic 23. Població coberta per la TDT als principals països europeus. Any 2008 (en percentatge)

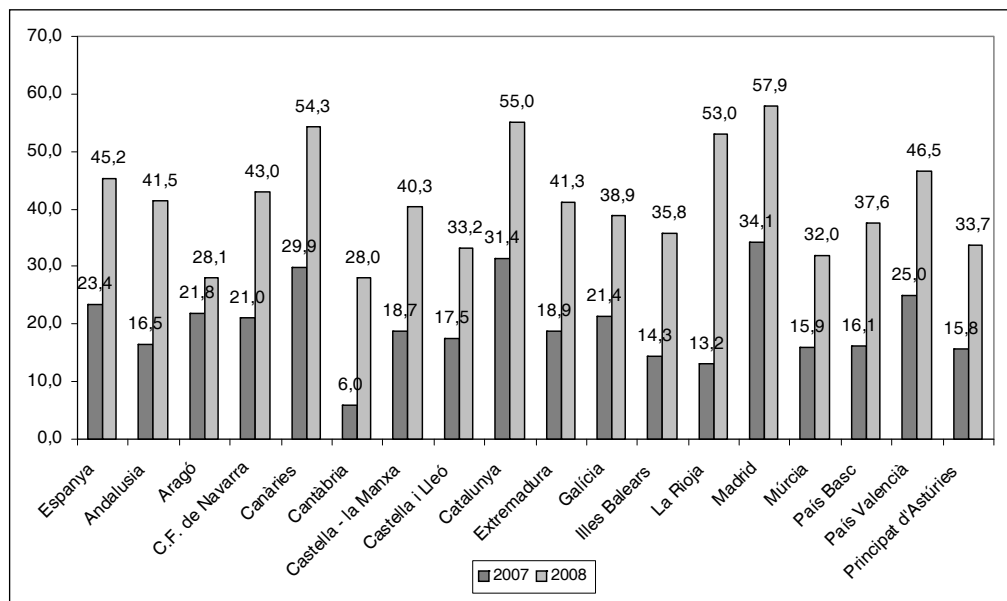


Font: Impulsa TDT (2009), a partir de dades d'Abertis Telecom (Espanya), T-Systems (Alemanya), TNT Groupement (França), DGTVi (Itàlia) i Freeview (Regne Unit).

La penetració de la TDT, que és el percentatge de llars amb accés al sistema digital terrestre respecte al total de llars, experimenta el 2008 un espectacular creixement i passa del 23,4% el 2007 al 45,2% —gairebé es duplica— al conjunt de l'Estat espanyol. A més, l'embranchida d'aquest indicador també s'aprecia en gran part de les comunitats autònomes. Els territoris on hi ha més llars connectades a la TDT i amb xifres força per sobre de la mitjana estatal són: Madrid (57,9%), Catalunya (55,0%), Canàries (54,3%) i La Rioja (53,0%), amb

un creixement especialment significatiu i la quadruplicació del percentatge (el 2007 era del 13,2%).

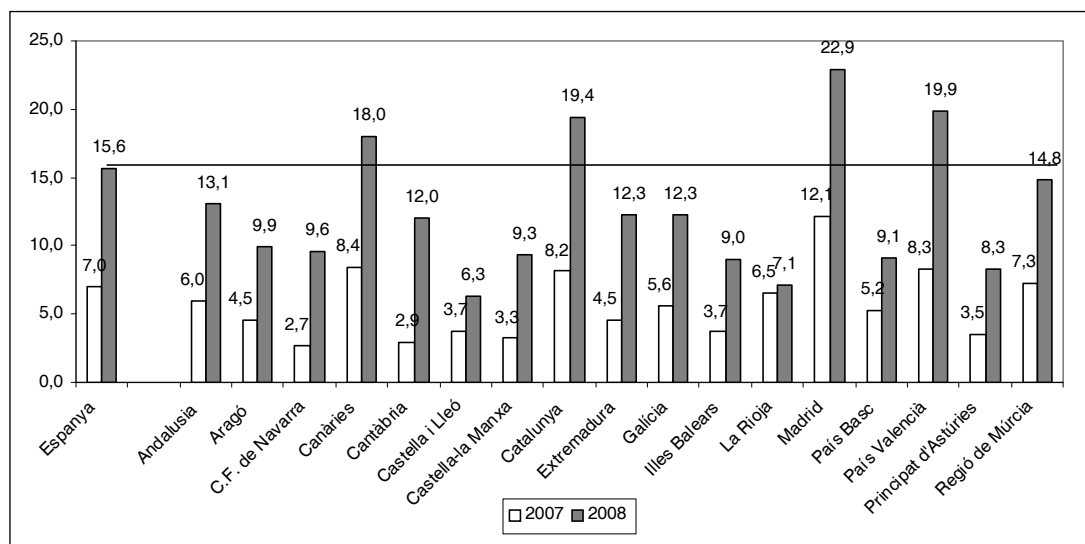
També ha augmentat la penetració de la TDT al País Valencià (46,5%), la Comunitat Foral de Navarra (43,0%), Andalusia (41,5%) i Extremadura (41,3%). En l'altre extrem, a l'Aragó (28,1%) —no presenta gaire variació respecte a 2007— i a Cantàbria (amb un més que remarcable pas del 6% al 28,0%) l'indicador presenta els resultats més baixos de totes les comunitats (vegeu el gràfic 24).

Gràfic 24. Penetració de la TDT a l'Estat espanyol per comunitats autònomes. Any 2008 (en percentatge)


Font: Impulsa TDT (2009) a partir de dades d'AIMC.

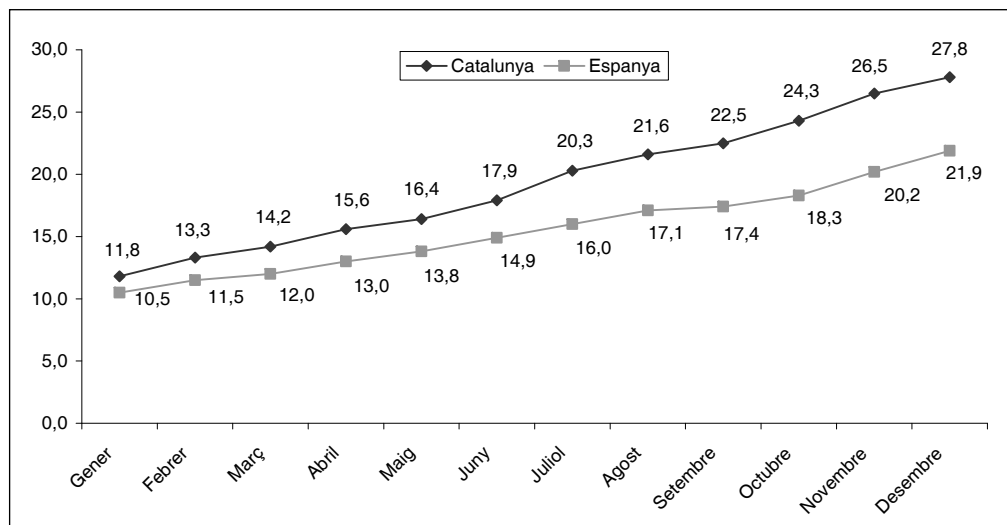
Pel que fa a l'audiència, la quota de pantalla de la TDT a l'Estat espanyol el 2008 és de 15,6% i representa un augment notable de 8,6 punts respecte a l'any anterior; a més, aquesta xifra multiplica per 2,23 la de 2007. Per comunitats autònomes, el *share* és més elevat i està força per sobre de la mitjana estatal a Madrid (22,9%), el País Valencià (19,9%), Catalunya (19,4%) i les Canàries (18,0%). En aquests territoris, l'increment de la quota de 2007 a 2008 també és significatiu (destaquen el País Valencià i Catalunya, que creixen 11,6 i 11,2 punts, respectivament).

En altres comunitats on el 2007 la digital terrestre presentava resultats moderats en termes d'audiència, com ara Cantàbria i Extremadura, l'evolució positiva de la TDT és també notable (de 9,1 i 7,8 punts). D'altra banda, existeixen àmbits on no aconsegueix captar l'audiència i els resultats, inferiors a la dada mitjana de l'Estat espanyol, varien molt poc respecte a 2007. Per exemple, a La Rioja la TDT obté una quota de pantalla de 7,1%, tan sols sis dècimes més que l'any anterior, quan va assolir el 6,5%. Castella i Lleó (6,3%) és la comunitat autònoma on menys es mira mitjançant el sistema digital terrestre (vegeu el gràfic 25).

Gràfic 25. Quota de pantalla de l'oferta de TDT a cada comunitat autònoma. Període 2007-2008 (en percentatge)


Font: Impulsa TDT (2009) a partir de dades de TNS.

Gràfic 26. Evolució de la quota de pantalla de l'oferta de TDT a Catalunya i a l'Estat espanyol. Any 2008 (en percentatge)



Font: TNS.

El creixement mensual de la quota dels canals de la televisió digital terrestre el 2008 és constant i progressiu. A l'Estat espanyol el *share* passa de 10,5% al gener a 21,9% el desembre (es duplica el resultat). A Catalunya, l'augment és encara més elevat, ja que es comença el 2008 amb un 11,8% (gener) i es finalitza amb un 27,8% (desembre). Per tant, la xifra catalana entre principi i final d'any es multiplica per 2,35 i la diferència és de 16 punts percentuals (vegeu el gràfic 26).

En el detall de la quota de pantalla de les cadenes de TDT que ofereix Impulsa TDT a partir de TNS, pel que fa a les que simultaniegen el senyal (*simulcast*), Telecinco (15,2%) és la més vista, seguida d'Antena 3 TV (13,0%) i La 1 (11,8%). A continuació hi ha laSexta (8,5%), que obté un resultat força més alt en TDT que en analògic, Cuatro (7,6%) i, finalment, La 2 (3,4%). El conjunt de cadenes de la FORTA a través d'aquest sistema capta un 11,0%.

Atenent a les cadenes exclusivament en TDT, al capdamunt de la llista se situa Antena.neox (3,7%) i, tot seguit, Clan TVE (3,4%). En tercer lloc, Antena.nova obté un 2,2%. També són destacables els resultats de Disney Channel (1,9%), que es comença a emetre per TDT a partir de l'1 de juliol de 2008, i de Teleduarte (1,7%). Altres programes, com ara FDF Telecinco, CNN +, Canal 24 Horas, Telecinco 2 o 40 Latino, assoleixen quotes al voltant de l'1,0% (vegeu la taula 22).

Taula 22. Quotes de pantalla de canals de TDT a l'Estat espanyol. Període 2007-2008 (en percentatge)

		2007	2008
Cadenes simulcast	Cadenes generalistes estatals		
	Telecinco	17,6	15,2
	Antena 3 TV	13,1	13,0
	La 1	10,6	11,8
	laSexta	8,2	8,5
	Cuatro	6,8	7,6
	La 2	3,5	3,4
Cadenes generalistes autonòmiques			
	FORTA	10,7	11,0
Cadenes temàtiques estatals	Antena.neox	3,2	3,7
	Clan TVE	2,6	3,4
	Antena.nova	1,8	2,2
	Disney Channel	-	1,9
	Teleduarte	2,1	1,7
	FDF Telecinco	-	1,0
	CNN +	0,8	0,9
	Canal 24 Horas	0,7	0,9
	Telecinco 2	0,0	0,8
	40 Latino	1,2	0,8
	SETenVeo	1,0	0,7
	Veo TV	0,7	0,6
	Intereconomía Tv	-	0,6
	Hogar 10	0,4	0,6
	Fly Music	0,2	0,1
	Telecinco Estrellas	1,4	0,1
	Net TV	0,8	0,1
	Telecinco Sport	0,5	0,0

Font: Impulsa TDT (2009) a partir de dades de TNS.

Taula 23. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Gener de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	<i>CSI Miami</i> . El copió	Telecinco	28/01/08	4	52'	14,4	13,6	12,9	29,6
2	Futbol. Copa del Rei Sevilla - FC Barcelona	TV3	09/01/08	1	112'	14,4	14,4	14,4	32,9
3	<i>13 anys... i un dia</i> . Operació sortida	TV3	15/01/08	3	30'	14,3	11,3	9,9	23,9
4	<i>Aída</i>	Telecinco	27/01/08	12	65'	13,0	8,0	3,6	27,2
5	<i>Ventdelplà</i>	TV3	07/01/08	4	72'	12,8	12,2	11,8	26,0
6	<i>Caçadors de paraules</i> . Pescadors	TV3	14/01/08	4	22'	12,6	10,2	7,1	21,6
7	<i>Polònia</i>	TV3	17/01/08	12	40'	12,6	6,6	0,6	20,3
8	<i>Camera Café</i>	Telecinco	28/01/08	8	46'	12,3	10,3	9,3	23,1
9	<i>House</i> . Los ángeles de la guarda	Cuatro	29/01/08	12	55'	12,0	6,8	2,7	20,0
10	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	02/01/08	23	44'	11,6	9,4	8,1	23,5
11	<i>CSI Nueva York</i> . Un truco descabellado	Telecinco	14/01/08	4	52'	11,2	10,2	8,4	28,3
12	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	02/01/08	23	57'	10,9	9,3	8,0	21,7
13	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	13/01/08	8	43'	10,1	7,6	6,1	20,3
14	<i>Cinematrix: Solo en casa 4</i>	Antena 3 TV	19/01/08	4	110'	9,7	6,8	5,4	18,8
15	<i>El cor de la ciutat</i> . Capítol 1.497	TV3	07/01/08	19	39'	9,5	7,4	5,9	27,4
16	<i>30 minuts</i> . Tot esperant l'AVE	TV3	13/01/08	4	34'	9,5	7,1	5,0	15,9
17	Cine on: <i>Toda la verdad</i>	Telecinco	13/01/08	10	137'	9,0	6,0	4,4	19,9
18	<i>El internado</i> . El Polo Norte	Antena 3 TV	02/01/08	1	113'	9,0	9,0	9,0	21,0
19	<i>No em ratllis!</i>	TV3	23/01/08	4	62'	9,0	6,4	0,7	17,1
20	<i>APM?</i>	TV3	18/01/08	2	15'	8,9	8,0	7,2	20,6
21	<i>Zoo</i>	TV3	21/01/08	4	67'	8,7	6,6	5,0	14,8
22	<i>Antena 3 noticias 2</i>	Antena 3 TV	08/01/08	31	44'	8,7	6,6	4,4	16,8
23	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	02/01/08	23	67'	8,7	6,9	5,4	25,3
24	<i>Multicine: Una vida por delante</i>	Antena 3 TV	20/01/08	10	151'	8,7	5,3	3,9	17,4
25	La gran pel·lícula: <i>Ocean's twelve</i>	TV3	25/01/08	4	129'	8,7	6,7	5,4	18,2
26	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	20/01/08	8	66'	8,6	7,3	5,8	24,3
27	<i>Los hombres de Paco</i> . El Click	Antena 3 TV	08/01/08	8	111'	8,5	4,4	1,5	17,2
28	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	12/01/08	65	30'	8,3	5,4	2,7	21,3
29	<i>Sin tetas no hay paraíso</i> . La edad de la inocencia	Telecinco	09/01/08	4	86'	8,2	6,9	6,2	17,0
30	<i>Supervivientes</i>	Telecinco	17/01/08	13	69'	8,2	6,5	4,7	25,6
31	<i>Multicine 2: Algo que contar</i>	Antena 3 TV	27/01/08	7	123'	8,1	6,3	4,7	21,8
32	Cine de barrio: <i>Juicio de faldas</i>	La 1	26/01/08	3	118'	8,1	7,8	7,4	27,0
33	<i>Telediario 2</i>	La 1	07/01/08	23	48'	7,9	6,6	5,4	16,2
34	Cine: <i>Los Increíbles</i>	Antena 3 TV	01/01/08	12	118'	7,8	2,8	0,2	14,8
35	<i>Al pie de la letra</i>	Antena 3 TV	02/01/08	23	37'	7,7	6,1	5,1	13,4
36	<i>Telediario fin de semana 2</i>	La 1	12/01/08	8	38'	7,7	6,7	4,8	17,6
37	Cine on 2: <i>Héroe a rayas</i>	Telecinco	01/01/08	2	115'	7,5	6,0	4,3	19,4
38	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	01/01/08	31	31'	7,5	6,0	3,8	15,7
39	<i>Tu sí que vales</i>	Telecinco	10/01/08	4	158'	7,5	5,6	4,4	19,2
40	<i>Aquí hay tomate</i>	Telecinco	02/01/08	21	82'	7,4	5,5	4,7	20,8

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 24. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Febrer de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Copa del Rei FC Barcelona – València	Telecinco	27/02/08	1	111'	19,4	19,4	19,4	40,7
2	Debat electoral José L. Rodríguez Zapatero – Mariano Rajoy	La 1	25/02/08	1	112'	15,7	15,7	15,7	32,5
3	CSI Miami. Interruptor de emergencia	Telecinco	18/02/08	4	53'	15,6	14,0	11,2	29,8
4	Futbol. Lliga de Campions Roma – Reial Madrid	Antena 3 TV	19/02/08	1	110'	14,7	14,7	14,7	32,0
5	Futbol. Lliga esp. Saragossa - FC Barcelona	TV3	16/02/08	3	110'	14,0	10,4	4,6	26,3
6	Camera Café	Telecinco	11/02/08	8	49'	13,3	11,2	8,9	23,7
7	Polònia	TV3	28/02/08	4	40'	13,2	12,3	11,5	25,8
8	Aída	Telecinco	10/02/08	9	67'	12,9	8,7	2,8	26,5
9	Sin rastro. Dónde y por qué	Antena 3 TV	14/02/08	12	51'	12,1	6,2	1,5	22,2
10	Escenas de matrimonio	Telecinco	13/02/08	20	57'	11,4	9,2	6,6	21,1
11	CSI Nueva York. Todo lo que sube	Telecinco	18/02/08	4	49'	11,3	10,5	8,4	29,3
12	Futbol. Amistós Espanya - França	La 1	06/02/08	2	108'	11,3	7,6	3,8	17,0
13	House. Lo que haga falta	Cuatro	12/02/08	12	55'	10,9	6,9	2,5	21,0
14	Previ futbol. Copa del Rei FC Barcelona – València	Telecinco	27/02/08	1	22'	10,7	10,7	10,7	23,0
15	Telenotícies vespre	TV3	07/02/08	21	45'	10,6	9,1	7,8	22,0
16	Telenotícies cap de setmana vespre	TV3	03/02/08	8	43'	10,0	8,2	6,3	21,3
17	APM?	TV3	01/02/08	3	15'	9,6	8,2	7,2	20,3
18	Sin tetas no hay paraíso. Niños envueltos	Telecinco	13/02/08	3	91'	9,3	8,2	7,7	21,0
19	Caçadors de paraules. El Delta de l'Ebre	TV3	18/02/08	3	21'	9,2	8,0	6,8	16,8
20	Informativos Telecinco 21:00	Telecinco	27/02/08	29	31'	9,2	6,5	4,3	16,6
21	Debat electoral Pedro Solbes - Manuel Pizarro	Antena 3 TV	21/02/08	1	80'	9,1	9,1	9,1	19,1
22	Los Simpsons	Antena 3 TV	14/02/08	62	30'	8,9	5,7	3,0	21,4
23	Telediario 2	La 1	25/02/08	21	47'	8,7	5,5	3,7	13,4
24	Antena 3 noticias 2	Antena 3 TV	03/02/08	26	43'	8,6	6,6	4,5	16,6
25	13 anys... i un dia. No em deixis!!!	TV3	05/02/08	4	34'	8,5	7,9	6,7	16,5
26	No em ratllis!	TV3	13/02/08	4	63'	8,5	7,3	6,4	15,5
27	Telenotícies cap de setmana migdia	TV3	03/02/08	8	67'	8,5	7,3	6,1	23,4
28	Supervivientes	Telecinco	28/02/08	25	65'	8,5	6,0	3,5	21,4
29	30 minuts. Made in Pakistan	TV3	17/02/08	4	33'	8,4	7,6	7,0	16,3
30	Al pie de la letra	Antena 3 TV	05/02/08	19	47'	8,4	6,3	3,9	14,1
31	La gran pel·lícula: El vol del fènix	TV3	01/02/08	4	102'	8,3	7,1	6,1	19,0
32	Multicine 2: Un regalo para papá	Antena 3 TV	03/02/08	8	131'	8,3	5,7	4,2	19,1
33	Cinematrix: Papá canguro	Antena 3 TV	23/02/08	4	142'	8,2	6,3	5,4	19,2
34	El pel·lulón: El caso Bourne	Antena 3 TV	03/02/08	4	139'	8,2	6,7	5,5	17,1
35	Multicine: Bajo el sol de la Toscana	Antena 3 TV	17/02/08	8	128'	8,0	5,3	3,2	16,5
36	Telenotícies migdia	TV3	18/02/08	21	67'	8,0	6,7	5,0	24,6
37	La pel·lícula de la setmana: Cuando menos te lo esperas	La 1	17/02/08	3	175'	7,9	5,5	3,8	15,8
38	Cine on: Superdetective en Hollywood 3	Telecinco	03/02/08	8	130'	7,9	6,1	4,8	19,2
39	Pasapalabra	Telecinco	17/02/08	29	47'	7,8	5,5	3,7	17,1
40	El cor de la ciutat. Capítol 1.525	TV3	14/02/08	21	39'	7,8	6,6	5,5	25,3

^A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 25. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Març de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	<i>CSI Las Vegas</i> . Etiquetas en los pies	Telecinco	17/03/08	13	51'	15,9	10,5	3,8	31,2
2	<i>Polònia</i>	TV3	06/03/08	5	53'	15,1	10,7	0,6	26,9
3	Debat electoral José L. Rodríguez Zapatero – Mariano Rajoy	La 1	03/03/08	1	109'	14,9	14,9	14,9	31,1
4	<i>Aída</i>	Telecinco	02/03/08	9	68'	14,7	9,4	6,0	28,5
5	<i>Camera Café</i>	Telecinco	10/03/08	9	51'	12,3	11,1	9,3	24,9
6	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	06/03/08	20	47'	11,7	9,1	6,4	22,9
7	Futbol. Copa del Rei València - FC Barcelona	TV3	20/03/08	1	109'	11,5	11,5	11,5	30,9
8	Futbol. Lliga de Campions Sevilla – Fenerbahçe. Pròrroga	Antena 3 TV	04/03/08	1	40'	11,4	11,4	11,4	24,6
9	Post motociclisme. Moto GP Espanya	La 1	30/03/08	1	18'	10,8	10,8	10,8	37,7
10	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	27/03/08	21	58'	10,7	9,0	5,8	21,9
11	Especial eleccions 2008	TV3	09/03/08	1	312'	10,6	10,6	10,6	26,2
12	Futbol. Amistós Espanya - Itàlia	La 1	26/03/08	1	113'	10,4	10,4	10,4	23,5
13	Motociclisme. Moto GP Espanya	La 1	30/03/08	5	51'	10,3	5,4	2,2	29,2
14	<i>Caçadors de paraules</i> . El foc	TV3	27/03/08	4	21'	10,1	7,8	6,0	16,7
15	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	02/03/08	9	43'	9,9	8,0	6,5	22,6
16	<i>No em ratllis!</i>	TV3	12/03/08	6	62'	9,5	5,4	0,3	15,8
17	<i>Cinematrix: Un puente hacia Terabithia</i>	Antena 3 TV	29/03/08	5	137'	9,5	7,1	6,2	22,8
18	<i>Supervivientes</i>	Telecinco	27/03/08	22	68'	9,4	6,4	4,2	22,8
19	<i>House</i> . Juegos	Cuatro	04/03/08	12	52'	9,3	5,6	3,2	16,9
20	<i>13 anys... i un dia</i> . Estic malalt	TV3	11/03/08	4	27'	9,0	7,8	5,9	17,0
21	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	09/03/08	10	68'	8,9	6,6	5,5	22,9
22	<i>Sin rastro</i> . 4G	Antena 3 TV	06/03/08	6	51'	8,9	6,2	3,6	20,1
23	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	24/03/08	21	70'	8,7	6,7	5,0	25,3
24	<i>Los hombres de Paco</i> . Las últimas palabras de Julio Olmedo	Antena 3 TV	25/03/08	8	97'	8,5	4,4	0,8	19,2
25	Futbol. Lliga de Campions Sevilla – Fenerbahçe	Antena 3 TV	04/03/08	1	109'	8,4	8,4	8,4	19,6
26	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	12/03/08	30	31'	8,2	6,2	3,6	16,9
27	Entrevista al presidente del Gobierno	Telecinco	10/03/08	1	36'	8,1	8,1	8,1	19,2
28	<i>Telediario fin de semana 1</i>	La 1	30/03/08	10	46'	8,1	5,4	4,3	17,9
29	<i>Antena 3 noticias 2</i>	Antena 3 TV	26/03/08	30	43'	8,0	5,4	3,3	14,3
30	<i>CSI Miami</i> . Pirateado	Telecinco	31/03/08	8	56'	7,8	5,3	3,1	37,7
31	Cine on: <i>Cellular</i>	Telecinco	02/03/08	12	120'	7,8	4,9	2,6	17,1
32	<i>El cor de la ciutat</i> . Capítol 1.548	TV3	26/03/08	15	39'	7,7	6,4	4,8	24,9
33	<i>Els diaris de Pascal</i> . Capítol 1: 1929	TV3	31/03/08	2	27'	7,7	7,1	6,5	15,9
34	<i>Sin tetas no hay paraíso</i> . Statu quo	Telecinco	19/03/08	4	97'	7,7	7,4	7,1	19,4
35	<i>España directo</i>	La 1	16/03/08	26	108'	7,6	4,5	3,2	18,7
36	<i>30 minuts</i> . Es busca metge: incorporació immediata	TV3	30/03/08	3	36'	7,6	7,3	6,9	16,9
37	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	18/03/08	69	30'	7,3	4,9	1,9	19,4
38	El català de l'any. Gala	TV3	28/03/08	1	172'	7,3	7,3	7,3	20,2
39	El pel·lícula: <i>El libro negro</i>	Antena 3 TV	30/03/08	5	142'	7,3	5,6	2,2	16,5
40	La gran pel·lícula: <i>El regne del cel</i>	TV3	14/03/08	3	118'	7,3	6,3	4,7	18,3

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 26. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Abril de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Lliga de Campions Manchester United - FC Barcelona	Antena 3 TV	29/04/08	4	111'	25,3	16,5	9,8	37,4
2	CSI Las Vegas. Post Mortem	Telecinco	14/04/08	8	51'	16,9	12,9	8,3	31,4
3	Futbol. Copa UEFA Getafe - Bayern de Munic. Pròrroga	Antena 3 TV	10/04/08	1	33'	16,6	16,6	16,6	36,5
4	Futbol. Copa del Rei València - Getafe	Telecinco	16/04/08	1	114'	14,5	14,5	14,5	32,9
5	Futbol. Lliga esp. Recreativo de Huelva – FC Barcelona	Telecinco	12/04/08	2	113'	14,4	10,1	5,8	26,3
6	Aída	Telecinco	20/04/08	10	67'	14,1	9,3	3,2	28,5
7	Camera Café	Telecinco	14/04/08	6	52'	12,5	10,6	9,5	22,7
8	Operación Triunfo. Proves de selecció	Telecinco	07/04/08	7	61'	12,4	9,8	7,6	22,3
9	Futbol. Copa UEFA Getafe - Bayern de Munic	Antena 3 TV	10/04/08	2	111'	12,3	10,5	8,7	25,2
10	Polònia	TV3	03/04/08	4	36'	12,3	11,9	11,1	25,5
11	Ventdelplà	TV3	28/04/08	2	68'	11,3	10,1	8,4	20,9
12	Caçadors de paraules. Els millors moments	TV3	24/04/08	3	21'	10,7	9,7	7,9	21,4
13	Previ futbol. Lliga de Campions Manchester United - FC Barcelona	Antena 3 TV	29/04/08	1	16'	10,4	10,4	10,4	32,0
14	Previ futbol. Copa del Rei València - Getafe	Telecinco	16/04/08	1	31'	10,4	10,4	10,4	22,7
15	Escenas de matrimonio	Telecinco	15/04/08	16	56'	10,3	8,2	5,1	19,7
16	Telenotícies vespre	TV3	07/04/08	22	46'	10,1	8,2	4,7	21,0
17	La gran pel·lícula: Batman begins	TV3	18/04/08	4	120'	10,1	6,9	3,9	17,9
18	Telenotícies cap de setmana vespre	TV3	20/04/08	8	43'	10,0	7,3	5,2	20,6
19	Operación Triunfo	Telecinco	08/04/08	4	162'	9,3	9,0	8,7	25,1
20	Motociclisme. Moto GP Portugal	La 1	13/04/08	6	74'	9,3	4,9	2,8	24,1
21	La que se acerca. Un aniversario, un peluquín y una reunión de tupper-sex	Telecinco	24/04/08	9	91'	9,3	5,7	1,3	20,3
22	Hospital Central. Cosas de hombres	Telecinco	30/04/08	2	99'	9,2	9,1	9,0	22,9
23	Post motociclisme. Moto GP Portugal	La 1	13/04/08	1	17'	9,1	9,1	9,1	30,6
24	No em ratllis!	TV3	02/04/08	3	66'	9,1	8,8	8,5	20,1
25	30 minuts. Las Vegas, els Monegres	TV3	13/04/08	4	36'	8,9	8,0	6,9	16,9
26	Cine: Pretty Woman	La 1	09/04/08	35	104'	8,9	3,0	0,0	12,8
27	13 anys... i un dia. Els millors amics de les noies	TV3	15/04/08	2	28'	8,7	7,9	7,1	16,0
28	Fórmula 1. GP Bahrein	Telecinco	06/04/08	2	91'	8,7	6,3	3,8	30,6
29	Fórmula 1. GP Espanya	Telecinco	27/04/08	3	92'	8,6	5,5	1,1	25,5
30	Informativos Telecinco 21:00	Telecinco	16/04/08	30	28'	8,5	6,3	3,2	17,5
31	House. Qué mentira más maravillosa	Cuatro	29/04/08	15	53'	8,5	4,7	2,7	13,7
32	Al pie de la letra	Antena 3 TV	14/04/08	16	46'	8,4	5,9	4,0	13,4
33	Antena 3 noticias 2	Antena 3 TV	21/04/08	24	44'	8,2	6,0	3,4	16,2
34	Telenotícies cap de setmana migdia	TV3	19/04/08	7	66'	8,1	6,7	4,3	22,3
35	Sin tetas no hay paraíso. Cita con la muerte	Telecinco	02/04/08	1	99'	8,1	8,1	8,1	20,6
36	La película de la semana: Plan de vuelo: desaparecida	La 1	06/04/08	4	142'	8,1	6,3	4,6	15,1
37	Telenotícies migdia	TV3	14/04/08	23	67'	8,0	6,6	5,4	24,6
38	Fama ia bailar!	Cuatro	28/04/08	24	117'	7,9	3,8	2,3	13,2
39	No t'enamoris a la cuina	TV3	30/04/08	1	63'	7,9	7,9	7,9	17,9
40	Los Simpsons	Antena 3 TV	16/04/08	64	30'	7,9	5,2	2,3	19,6

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 27. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Maig de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Festival Eurovisión. Votacions	La 1	24/05/08	1	61'	26,8	26,8	26,8	68,5
2	Futbol. Lliga esp. Reial Madrid - FC Barcelona	Telecinco	07/05/08	1	110'	23,7	23,7	23,7	50,3
3	Festival Eurovisión	La 1	24/05/08	1	197'	23,6	23,6	23,6	60,7
4	Previ futbol. Lliga esp. Reial Madrid - FC Barcelona	Telecinco	07/05/08	1	23'	18,1	18,1	18,1	40,7
5	Futbol. Lliga de Campions Manchester United - Chelsea. Pròrroga	Antena 3 TV	21/05/08	1	43'	17,8	17,8	17,8	37,4
6	<i>Aída</i>	Telecinco	25/05/08	8	69'	15,5	9,9	5,6	27,1
7	<i>CSI Las Vegas</i> . La dulce nadie	Telecinco	12/05/08	12	54'	15,0	10,3	5,0	31,8
8	Futbol. Lliga de Campions Manchester United - Chelsea	Antena 3 TV	21/05/08	1	111'	13,5	13,5	13,5	33,4
9	<i>Camera Café</i>	Telecinco	05/05/08	9	49'	12,3	10,4	7,1	23,0
10	Multicine: <i>Indiana Jones y el templo maldito</i>	Antena 3 TV	25/05/08	11	122'	12,2	6,5	3,6	21,8
11	La película de la semana: <i>El coche fantástico</i>	La 1	11/05/08	4	138'	11,9	7,6	6,2	18,5
12	<i>Hospital Central</i> . Éxitos y fracasos	Telecinco	14/05/08	3	95'	11,8	9,4	7,0	25,6
13	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	25/05/08	9	42'	11,5	7,3	4,2	21,0
14	<i>APM?</i>	TV3	13/05/08	4	17'	11,5	10,4	9,0	22,1
15	<i>Cinematrix: En busca del arca perdida</i>	Antena 3 TV	17/05/08	5	151'	11,3	6,9	3,0	21,1
16	<i>Polònia</i>	TV3	08/05/08	6	36'	11,3	8,9	1,2	21,7
17	<i>Ventdelplà</i>	TV3	19/05/08	8	66'	11,2	10,6	9,5	21,7
18	<i>Operación Triunfo</i>	Telecinco	20/05/08	4	177'	11,2	10,5	9,8	28,5
19	<i>Caçadors de paraules</i> . Especial lectura	TV3	26/05/08	1	25'	11,1	11,1	11,1	24,7
20	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	14/05/08	22	57'	10,8	8,3	3,7	20,3
21	Fórmula 1. GP Mònaco	Telecinco	25/05/08	2	97'	10,7	9,1	6,4	27,9
22	<i>60/90</i>	TV3	08/05/08	3	22'	10,2	8,7	7,9	19,4
23	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	19/05/08	22	48'	10,1	8,2	5,8	21,8
24	Motociclisme. Moto GP França	La 1	18/05/08	7	100'	9,6	3,9	1,6	21,2
25	<i>House</i> . No cambies nunca	Cuatro	13/05/08	12	55'	9,4	5,9	2,1	16,1
26	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	07/05/08	31	32'	9,4	6,2	3,0	17,7
27	La gran pel·lícula: <i>Danys col·laterals</i>	TV3	09/05/08	5	109'	9,2	7,1	5,5	18,3
28	<i>Polònia</i> . Especial Ángel Acebes	TV3	08/05/08	1	39'	9,2	9,2	9,2	23,9
29	Post motociclisme. Moto GP França	La 1	18/05/08	1	20'	9,2	9,2	9,2	29,9
30	<i>La que se avecina</i> . Una apuesta, quinientas cucarachas y una asistenta	Telecinco	15/05/08	9	86'	9,2	6,0	1,3	21,2
31	Futbol. Lliga esp. Reial Múrcia - FC Barcelona	TV3	17/05/08	3	110'	9,0	6,4	4,2	17,0
32	Post futbol. Lliga de Campions Manchester United - Chelsea	Antena 3 TV	21/05/08	1	32'	8,7	8,7	8,7	23,6
33	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	10/05/08	9	64'	8,7	6,7	5,0	21,8
34	Fórmula 1. GP Turquia	Telecinco	11/05/08	2	85'	8,7	6,6	4,3	25,5
35	El pel·lículón: <i>Vuelo nocturno</i>	Antena 3 TV	18/05/08	4	129'	8,4	5,4	4,0	12,8
36	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	12/05/08	22	65'	8,4	6,5	5,5	25,0
37	<i>Akwaaba</i>	TV3	25/05/08	1	33'	8,1	8,1	8,1	17,7
38	<i>30 minuts</i> . Agua, encara més justa	TV3	18/05/08	2	36'	8,1	7,3	6,5	16,4
39	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	10/05/08	67	30'	8,0	4,9	1,4	18,4
40	Fórmula 1. GP Mònaco	TV3	25/05/08	2	116'	8,0	5,7	3,0	18,8

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 28. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Juny de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Eurocopa Alemanya - Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	19	111'	32,6	12,4	3,9	32,6
2	Post futbol. Eurocopa Alemanya – Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	2	28'	30,0	26,8	19,4	56,9
3	Futbol. Eurocopa Espanya - Itàlia. Quarts de final. Pròrroga	Cuatro	22/06/08	3	37'	27,9	16,7	9,9	42,9
4	<i>Yo soy Bea</i>	Telecinco	08/06/08	23	60'	19,4	7,3	4,4	29,9
5	Previ futbol. Eurocopa Alemanya – Espanya. Final	Cuatro	29/06/08	5	19'	17,2	6,4	2,9	22,2
6	<i>CSI Las Vegas. Ídolos caídos</i>	Telecinco	16/06/08	15	54'	14,8	8,5	3,7	29,7
7	<i>Aída</i>	Telecinco	01/06/08	9	71'	14,1	7,9	4,1	24,2
8	<i>Camera Café</i>	Telecinco	02/06/08	15	48'	12,8	9,1	2,0	21,1
9	Multicine: <i>Indiana Jones y la última cruzada</i>	Antena 3 TV	01/06/08	9	176'	12,0	6,0	4,2	20,8
10	<i>Hospital Central. Pide tres deseos</i>	Telecinco	25/06/08	4	103'	11,7	10,1	9,1	25,6
11	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	20/06/08	17	60'	11,4	7,5	4,0	19,7
12	<i>Operación Triunfo</i>	Telecinco	03/06/08	4	178'	11,4	11,2	10,9	32,1
13	<i>Polònia</i>	TV3	05/06/08	5	36'	11,1	8,3	2,3	19,9
14	<i>Ventdelplà</i>	TV3	02/06/08	9	64'	10,7	8,9	3,8	20,8
15	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	05/06/08	21	47'	10,3	7,6	4,7	20,4
16	<i>House. El corazón de Wilson</i>	Cuatro	03/06/08	3	57'	10,2	7,8	3,6	20,9
17	<i>APM?</i>	TV3	09/06/08	5	29'	10,2	6,6	2,6	16,6
18	Motociclisme. Moto GP Itàlia	La 1	01/06/08	3	41'	10,0	6,4	4,2	30,1
19	<i>60/90</i>	TV3	12/06/08	4	23'	9,8	7,8	4,2	17,4
20	<i>Zona Cuatro: Podemos</i>	Cuatro	22/06/08	16	106'	9,3	3,8	1,1	13,4
21	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	01/06/08	9	45'	9,2	6,1	3,3	17,8
22	Motociclisme. Moto GP Catalunya	La 1	08/06/08	5	47'	9,2	4,5	1,7	24,3
23	<i>L'àlbum del Pep</i>	TV3	16/06/08	1	23'	8,7	8,7	8,7	18,3
24	<i>Lex. Abogado bueno, abogado muerto</i>	Antena 3 TV	05/06/08	4	64'	8,7	5,5	2,3	14,3
25	<i>Los Serrano. La parienta, la cuñada, la suegra y Diego</i>	Telecinco	12/06/08	5	92'	8,3	6,8	3,6	19,0
26	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	24/06/08	22	65'	8,3	6,3	3,1	23,2
27	La pel·lícula de la setmana: <i>Catwoman</i>	La 1	01/06/08	5	146'	8,3	4,4	2,3	11,8
28	<i>Telediario fin de semana 2</i>	La 1	01/06/08	9	38'	8,1	4,1	1,5	11,7
29	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	24/06/08	29	25'	8,1	5,1	1,7	15,0
30	<i>30 minuts. El zenit del petroli</i>	TV3	08/06/08	5	31'	8,1	5,2	2,1	11,6
31	Post motociclisme. Moto GP Catalunya	La 1	08/06/08	3	20'	7,9	4,8	3,4	25,9
32	Tennis. Roland Garros R. Federer – R. Nadal	La 1	08/06/08	2	126'	7,9	5,2	2,2	19,9
33	Fórmula 1. GP Canadà	Telecinco	08/06/08	1	99'	7,7	7,7	7,7	27,5
34	Fórmula 1. GP França	Telecinco	22/06/08	2	81'	7,7	6,0	3,7	22,5
35	<i>El internado. La noche del fuego</i>	Antena 3 TV	25/06/08	4	107'	7,7	6,4	5,0	16,6
36	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	13/06/08	73	30'	7,7	4,8	1,3	18,5
37	<i>Els 25</i>	TV3	04/06/08	4	70'	7,6	5,6	4,2	12,8
38	<i>El cor de la ciutat. Capítol 1.600</i>	TV3	09/06/08	20	39'	7,4	6,4	5,4	23,7
39	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	01/06/08	8	65'	7,3	6,4	5,5	21,6
40	Motociclisme. Moto GP Regne Unit	La 1	22/06/08	5	43'	7,2	3,4	1,5	12,9

^A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 29. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Juliol de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	<i>CSI Las Vegas</i> . Acabar con el infeliz	Telecinco	14/07/08	9	53'	14,0	9,0	5,4	30,3
2	<i>Camera Café</i>	Telecinco	21/07/08	21	45'	11,7	8,7	5,5	23,8
3	<i>Life</i> . Merit Badge	Telecinco	14/07/08	3	48'	11,5	11,2	10,9	35,8
4	<i>Polònia</i>	TV3	03/07/08	6	39'	11,1	6,3	1,6	19,3
5	<i>Operación Triunfo</i>	Telecinco	22/07/08	4	173'	10,6	9,2	8,5	29,1
6	<i>Ventdelplà</i>	TV3	07/07/08	7	65'	10,4	8,6	7,2	20,6
7	<i>Hospital Central</i> . Cartas a Mayarí	Telecinco	02/07/08	5	108'	10,3	8,7	7,8	24,5
8	Fórmula 1. GP Regne Unit	Telecinco	06/07/08	2	86'	9,8	8,0	5,5	30,5
9	<i>APM?</i>	TV3	15/07/08	4	20'	9,5	8,5	7,6	21,7
10	<i>60/90</i>	TV3	17/07/08	3	21'	8,7	8,3	8,0	22,4
11	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	14/07/08	23	45'	8,5	6,5	4,5	21,9
12	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	13/07/08	78	29'	8,5	5,0	1,2	19,6
13	Futbol. Amistós Fiorentina - FC Barcelona	TV3	30/07/08	3	107'	8,1	6,6	3,6	21,7
14	Fórmula 1. GP Alemanya	Telecinco	20/07/08	2	82'	8,0	6,6	4,9	27,0
15	<i>El partit</i> . Amistós Fiorentina - FC Barcelona	TV3	30/07/08	3	117'	7,9	6,4	3,5	21,3
16	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	12/07/08	8	45'	7,7	5,8	3,7	21,3
17	<i>Cinematrix: El quinto elemento</i>	Antena 3 TV	19/07/08	4	132'	7,7	6,2	5,3	23,3
18	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	18/07/08	10	60'	7,7	6,7	4,6	22,2
19	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	02/07/08	31	33'	7,5	4,9	2,5	17,7
20	<i>Rex, un policia diferente</i> . El encuentro	Antena 3 TV	24/07/08	2	104'	7,5	6,7	5,9	20,2
21	<i>Los Serrano</i> . Divorcio a la serrana	Telecinco	10/07/08	5	103'	7,4	5,7	2,7	19,9
22	La pel·lícula de la setmana: <i>¿Bailamos?</i>	La 1	06/07/08	3	129'	7,3	6,6	5,2	17,7
23	Cine: <i>La momia</i>	La 1	29/07/08	23	131'	7,2	2,7	0,0	12,6
24	<i>El cor de la ciutat</i> . Capítol 1.624	TV3	13/07/08	10	45'	7,2	6,2	5,1	21,5
25	Motociclisme. Moto GP Estats Units	La 1	20/07/08	3	87'	7,1	4,7	2,6	14,7
26	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	02/07/08	23	64'	7,0	5,7	3,8	21,9
27	<i>Lalola</i>	Antena 3 TV	06/07/08	21	47'	7,0	3,4	2,2	13,2
28	<i>La que se avecina</i> . Un parto, un crucero y un resort golf & Spa	Telecinco	27/07/08	4	96'	7,0	6,4	5,3	20,9
29	<i>Mentes criminales</i>	Telecinco	29/07/08	2	49'	6,8	6,5	6,3	18,2
30	<i>Aída</i>	Telecinco	20/07/08	4	70'	6,7	5,0	3,0	17,4
31	<i>Operación Triunfo</i> . La academia	Telecinco	02/07/08	12	38'	6,7	4,7	3,6	18,0
32	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	05/07/08	8	67'	6,6	4,8	3,3	18,1
33	<i>Telediario 2</i>	La 1	17/07/08	23	48'	6,6	4,2	2,9	14,1
34	Tennis. Wimbledon R. Federer - R. Nadal	Cuatro	06/07/08	3	223'	6,5	5,5	1,8	18,6
35	<i>El caso Wanninkhof</i>	La 1	03/07/08	1	124'	6,5	6,5	6,5	16,8
36	<i>La nit del cor de la ciutat</i>	TV3	13/07/08	1	179'	6,4	6,4	6,4	18,2
37	<i>Los hombres de Paco</i> . El setter cojo	Antena 3 TV	08/07/08	2	115'	6,2	5,9	5,5	16,1
38	<i>Yo soy Bea</i>	Telecinco	01/07/08	23	58'	6,1	4,1	2,9	18,9
39	<i>Els 25</i>	TV3	02/07/08	4	72'	6,0	5,3	4,9	13,8
40	<i>Telediario fin de semana 1</i>	La 1	05/07/08	8	45'	6,0	4,1	2,4	15,4

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 30. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Agost de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Jocs Olímpics: cerimònia inaugural	La 1	08/08/08	1	252'	10,5	10,5	10,5	42,1
2	Futbol. Lliga de Campions FC Barcelona – Wisla de Cracòvia	TV3	13/08/08	2	111'	10,3	9,3	8,3	29,6
3	CSI Las Vegas. La hora de tu muerte	Telecinco	04/08/08	13	53'	10,1	6,2	2,3	27,2
4	Futbol. Supercopa Reial Madrid - València	Telecinco	24/08/08	2	109'	8,8	7,7	6,5	24,4
5	Jocs Olímpics: tennis individual masculí. Lliurament de medalles	La 2	17/08/08	2	18'	8,5	5,2	1,7	23,4
6	Jocs Olímpics: bàsquet masculí Espanya – Lituània	La 1	22/08/08	15	99'	8,5	3,1	0,2	31,6
7	Camera Café	Telecinco	25/08/08	16	57'	8,3	6,2	4,2	20,2
8	Telenotícies cap de setmana vespre	TV3	31/08/08	10	43'	8,0	4,9	3,2	19,4
9	El peliculón: <i>El rey Escorpión</i>	Antena 3 TV	06/08/08	4	127'	8,0	5,8	4,7	20,6
10	Jocs Olímpics: tennis F. González - R. Nadal	La 1	17/08/08	8	105'	7,6	3,4	0,6	35,5
11	Los Simpsons	Antena 3 TV	06/08/08	79	28'	7,2	4,5	2,0	18,8
12	Futbol. Trofeu Joan Gamper Barcelona - Boca Juniors	TV3	16/08/08	1	117'	7,2	7,2	7,2	28,5
13	Previ futbol. Trofeu Joan Gamper Barcelona – Boca Juniors	TV3	16/08/08	1	37'	7,2	7,2	7,2	28,6
14	Escenas de matrimonio	Telecinco	15/08/08	13	59'	7,2	5,7	4,0	20,2
15	Aída	Telecinco	31/08/08	3	71'	6,7	6,4	6,1	20,5
16	Motociclisme. Moto GP San Marino	La 1	31/08/08	5	48'	6,6	3,5	1,1	19,9
17	Antena 3 noticias 1	Antena 3 TV	05/08/08	31	46'	6,6	4,0	2,3	16,4
18	Mentes criminales	Telecinco	05/08/08	11	52'	6,5	4,8	2,6	20,9
19	Cinematrix: La amenaza fantasma	Antena 3 TV	23/08/08	4	149'	6,5	4,5	3,2	20,0
20	Cine: El regreso de la momia	La 1	05/08/08	17	132'	6,4	3,3	0,0	14,8
21	La gran película: Transporter 2	TV3	22/08/08	5	105'	6,4	4,4	2,4	15,7
22	Life. Lo que vieron	Telecinco	06/08/08	6	51'	6,4	5,7	4,1	19,6
23	Jocs Olímpics: cerimònia de clausura	La 1	24/08/08	1	123'	6,3	6,3	6,3	26,3
24	Telenotícies migdia	TV3	25/08/08	21	64'	6,3	5,1	3,3	21,0
25	Post motociclisme. Moto GP San Marino	La 1	31/08/08	1	20'	6,3	6,3	6,3	23,0
26	Telenotícies cap de setmana migdia	TV3	31/08/08	10	61'	6,2	4,6	3,2	19,1
27	Zona olímpica	TV3	27/08/08	1	44'	6,2	6,2	6,2	18,1
28	Jocs Olímpics: Beijing 2009	La 1	08/08/08	29	410'	6,1	1,8	0,1	25,7
29	Telediario 2	La 1	22/08/08	20	48'	6,1	3,9	2,5	15,2
30	Telenotícies vespre	TV3	06/08/08	20	45'	6,1	5,3	3,9	20,7
31	Telediario especial Accident aeri a Barajas	La 1	20/08/08	1	32'	6,0	6,0	6,0	19,1
32	La película de la semana: Una rubia muy legal	La 1	24/08/08	5	116'	5,9	4,7	3,2	15,2
33	30 minuts. Paparazzi, els llops de Hollywood	TV3	31/08/08	5	32'	5,9	4,6	3,8	13,9
34	Multicine: Con cariño desde el cielo	Antena 3 TV	15/08/08	11	126'	5,9	4,3	2,8	18,6
35	Jocs Olímpics: futbol masculí Argentina - Brasil	La 1	19/08/08	2	110'	5,8	3,7	1,8	17,5
36	Telediario 1	La 1	22/08/08	20	47'	5,8	3,9	2,9	16,0
37	Antena 3 noticias 2	Antena 3 TV	05/08/08	30	44'	5,7	3,9	2,7	15,6
38	Cine: La guerra de las galaxias	Antena 3 TV	02/08/08	22	97'	5,7	2,6	0,6	18,2
39	Fórmula 1. GP Hongria	Telecinco	03/08/08	2	87'	5,6	5,1	4,5	22,1
40	Jocs Olímpics: atletisme femení 3000 m obstacles	La 1	15/08/08	18	53'	5,6	1,0	0,0	21,2

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 31. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Setembre de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Lliga de Campions FC Barcelona – Sporting de Lisboa	Antena 3 TV	16/09/08	2	113'	17,4	12,2	7,1	35,7
2	Futbol. Lliga esp. FC Barcelona - Reial Betis	TV3	24/09/08	7	104'	14,8	7,9	3,3	22,4
3	<i>Piromusical dels 25 anys de TV3 i Catalunya Ràdio</i>	TV3	24/09/08	1	45'	13,1	13,1	13,1	27,4
4	<i>CSI Las Vegas</i> . El bueno, el feo y la dominatrix	Telecinco	08/09/08	9	51'	12,8	9,5	6,8	29,5
5	<i>CSI Miami</i> . Ciberfamosa	Telecinco	29/09/08	10	53'	12,4	5,3	2,1	26,4
6	<i>Camera Café</i>	Telecinco	08/09/08	18	49'	12,0	9,4	6,7	21,9
7	Futbol. Classificació Mundial Espanya – Bòsnia	La 1	06/09/08	2	109'	11,9	10,1	8,4	28,9
8	<i>Crackòvia</i>	TV3	29/09/08	4	21'	11,6	8,4	1,3	21,1
9	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	28/09/08	7	44'	11,4	7,7	6,2	21,8
10	<i>APM?</i>	TV3	30/09/08	1	33'	11,3	11,3	11,3	24,6
11	<i>Gran hermano</i>	Telecinco	21/09/08	8	93'	11,2	8,3	4,0	27,4
12	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	22/09/08	21	45'	11,1	8,3	6,1	22,1
13	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	14/09/08	11	56'	11,0	8,8	6,0	23,0
14	<i>CSI Nueva York</i> . ¿Ahora me oyen?	Telecinco	29/09/08	2	49'	10,3	7,0	4,1	28,4
15	<i>Ventdelplà</i>	TV3	30/09/08	6	65'	10,1	8,7	8,0	19,1
16	<i>Polònia</i>	TV3	18/09/08	3	36'	10,0	7,0	1,8	19,0
17	<i>Caçadors de bolets</i> . La colla de Castellar de la Ribera	TV3	25/09/08	1	25'	9,9	9,9	9,9	22,3
18	<i>Mentes criminales</i>	Telecinco	02/09/08	8	53'	9,9	7,7	5,1	25,7
19	Post Fórmula 1. GP Singapur	Telecinco	28/09/08	1	25'	9,5	9,5	9,5	29,6
20	<i>Hospital Central</i> . Cada verdad puede ser otra	Telecinco	03/09/08	4	107'	9,4	8,3	6,8	23,4
21	Fórmula 1. GP Itàlia	Telecinco	14/09/08	2	80'	9,3	7,6	5,5	26,8
22	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	14/09/08	30	33'	8,9	6,4	4,4	17,8
23	Fórmula 1. GP Bèlgica	Telecinco	07/09/08	2	80'	8,8	7,5	5,8	24,7
24	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	23/09/08	22	65'	8,7	7,0	5,4	26,0
25	Motociclisme. Moto GP Indianapolis	La 1	14/09/08	5	62'	8,6	3,2	1,5	10,7
26	Fórmula 1. GP Singapur	Telecinco	28/09/08	2	96'	8,5	7,1	4,6	24,4
27	<i>Afers exteriors</i> . Johannesburg	TV3	01/09/08	4	29'	8,4	6,5	5,0	15,7
28	<i>Los hombres de Paco</i> . Los dos entierros de Lucas Fernández	Antena 3 TV	17/09/08	4	100'	8,2	4,6	2,2	13,4
29	<i>Antena 3 noticias 1</i>	Antena 3 TV	13/09/08	30	47'	8,2	4,4	3,3	15,4
30	La pel·lícula de la setmana: <i>Crueldad intolerable</i>	La 1	28/09/08	4	139'	8,0	5,8	4,2	15,9
31	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	06/09/08	8	61'	7,6	6,1	4,5	19,9
32	<i>Aída</i>	Telecinco	14/09/08	6	68'	7,6	6,1	3,8	19,1
33	Cine on: <i>El jurado</i>	Telecinco	14/09/08	8	128'	7,4	4,8	2,4	16,5
34	<i>30 minuts</i> . El llarg camí del somni	TV3	28/09/08	4	33'	7,4	6,3	5,6	14,1
35	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	13/09/08	63	29'	7,3	5,1	2,8	19,2
36	<i>Cuéntame cómo pasó</i> . Una noche de gloria	La 1	25/09/08	5	89'	7,2	5,7	1,3	15,9
37	<i>El cor de la ciutat</i> . Capítol 1.638	TV3	26/09/08	16	41'	7,0	5,5	4,3	20,7
38	<i>Sin tetas no hay paraíso</i> . Hasta la vista	Telecinco	18/09/08	6	97'	7,0	5,1	2,1	16,4
39	<i>Zona zàping</i>	TV3	26/09/08	8	23'	7,0	3,0	0,7	14,4
40	La gran pel·lícula: <i>Jo, robot</i>	TV3	05/09/08	4	120'	6,9	5,3	3,8	15,3

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 32. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Octubre de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Lliga esp. FC Barcelona - Atlètic de Madrid	TV3	04/10/08	5	109'	15,4	9,6	3,5	24,7
2	APM?	TV3	07/10/08	4	28'	12,6	11,6	10,1	24,2
3	Futbol. Lliga de Campions Juventus – Reial Madrid	Antena 3 TV	21/10/08	1	111'	12,4	12,4	12,4	27,4
4	Futbol. Classificació Mundial Bèlgica – Espanya	La 1	15/10/08	2	110'	12,2	11,6	10,9	29,0
5	CSI Miami. Revelación	Telecinco	06/10/08	8	53'	12,2	7,4	2,4	26,4
6	Polònia	TV3	09/10/08	5	39'	11,9	9,5	7,8	20,4
7	Crackòvia	TV3	13/10/08	4	21'	11,8	10,5	9,1	22,0
8	Telenotícies vespre	TV3	14/10/08	23	45'	11,5	9,3	7,4	22,5
9	Escenas de matrimoni	Telecinco	12/10/08	28	58'	11,1	7,3	3,2	19,0
10	Camera Café	Telecinco	13/10/08	9	44'	10,9	9,2	7,7	20,2
11	Telenotícies cap de setmana vespre	TV3	19/10/08	8	45'	10,8	8,5	6,5	21,9
12	Hospital Central. Quedamos a cenar	Telecinco	15/10/08	5	101'	10,5	9,3	8,5	23,5
13	Gran hermano	Telecinco	21/10/08	4	212'	10,2	9,6	9,2	28,0
14	Caçadors de bolets. Busquem bolets a l'Alt Urgell	TV3	09/10/08	5	25'	10,1	9,7	9,0	20,8
15	Esta casa era una ruina	Antena 3 TV	08/10/08	1	123'	9,7	9,7	9,7	26,1
16	CSI Nueva York. Descenso por la madriguera	Telecinco	27/10/08	4	49'	9,7	9,4	9,2	25,7
17	Ventdelplà	TV3	27/10/08	8	66'	9,6	9,1	8,4	19,5
18	Telenotícies migdia	TV3	29/10/08	23	67'	8,7	7,3	6,2	26,5
19	Informativos Telecinco 21:00	Telecinco	23/10/08	31	32'	8,7	7,2	5,0	18,3
20	Los Simpsons	Antena 3 TV	05/10/08	67	29'	8,2	5,2	2,1	19,2
21	Cinematrix: Bajo cero	Antena 3 TV	18/10/08	4	135'	8,2	5,3	2,3	15,6
22	Cuéntame cómo pasó. Pareja made in Spain	La 1	02/10/08	5	99'	8,2	7,6	7,0	18,6
23	Pasapalabra	Telecinco	20/10/08	31	47'	8,1	6,0	3,4	18,5
24	Antena 3 noticias 2	Antena 3 TV	28/10/08	30	45'	8,1	5,8	3,8	14,3
25	Sense embuts. Viure amb el càncer	TV3	08/10/08	5	25'	8,0	7,4	6,7	16,4
26	Gran hermano: se completa el casting	Telecinco	21/10/08	1	60'	8,0	8,0	8,0	16,7
27	Telenotícies cap de setmana migdia	TV3	18/10/08	8	67'	7,9	6,8	5,4	21,6
28	Los hombres de Paco. Tiroteo nupcial	Antena 3 TV	01/10/08	1	119'	7,7	7,7	7,7	21,5
29	Ven a cenar conmigo	Antena 3 TV	24/10/08	22	34'	7,6	5,6	3,9	16,8
30	Sin tetas no hay paraíso. Se derramarán más lágrimas	Telecinco	02/10/08	5	99'	7,6	7,1	6,0	19,8
31	30 minuts. Corea del Nord: la gran il·lusió	TV3	12/10/08	4	34'	7,4	7,0	6,6	14,9
32	Numb3rs. A la vista de todos	Antena 3 TV	26/10/08	4	48'	7,4	6,0	5,3	17,7
33	Multicine: La hora de la araña	Antena 3 TV	12/10/08	8	117'	7,3	5,6	3,6	19,1
34	Zona zàping	TV3	03/10/08	9	18'	7,2	5,0	2,3	16,0
35	La película de la semana: La isla	La 1	05/10/08	4	154'	7,2	6,4	4,5	17,2
36	Informativos Telecinco 15:00	Telecinco	12/10/08	8	50'	7,1	5,1	3,6	15,7
37	Antena 3 noticias 1	Antena 3 TV	04/10/08	30	48'	7,1	4,4	2,8	15,0
38	Vinagre	TV3	12/10/08	4	23'	7,0	5,7	4,1	12,2
39	Aída	Telecinco	12/10/08	5	71'	7,0	6,0	4,6	17,7
40	Telediario fin de semana 2	La 1	26/10/08	8	37'	7,0	5,6	3,1	14,5

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 33. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Novembre de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Copa del Rei FC Barcelona – Benidorm	TV3	12/11/08	1	110'	13,5	13,5	13,5	29,3
2	<i>CSI Miami</i> . Defiende tu postura	Telecinco	17/11/08	8	50'	13,4	8,0	2,9	27,6
3	Futbol. Lliga esp. Sevilla - FC Barcelona	TV3	29/11/08	8	110'	13,4	7,7	3,9	19,5
4	<i>Crackòvia</i>	TV3	24/11/08	7	23'	13,3	7,5	1,5	21,3
5	<i>APM?</i>	TV3	11/11/08	4	27'	12,9	11,6	10,6	24,1
6	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	02/11/08	10	46'	11,9	8,7	5,9	21,1
7	<i>Camera Café</i>	Telecinco	10/11/08	6	44'	11,6	9,3	7,3	19,5
8	<i>CSI Nueva York</i> . Truco o trato	Telecinco	03/11/08	4	51'	11,4	10,5	9,0	28,7
9	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	25/11/08	20	44'	11,2	9,0	4,4	21,6
10	Fórmula 1. GP Brasil	Telecinco	02/11/08	3	101'	11,2	7,1	3,1	21,0
11	<i>Ventdelplà</i>	TV3	25/11/08	8	62'	10,8	9,7	8,8	20,6
12	<i>Polònia</i>	TV3	27/11/08	4	39'	10,7	8,0	1,8	20,0
13	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	30/11/08	25	60'	10,4	7,6	4,1	18,3
14	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	02/11/08	10	67'	10,4	7,1	5,6	22,6
15	<i>Caçadors de bolets</i> . En terra de vins	TV3	27/11/08	3	25'	10,3	9,7	8,6	21,3
16	Futbol. Lliga de Campions Bate Borisov – Reial Madrid	Antena 3 TV	25/11/08	2	113'	10,3	10,1	10,0	22,5
17	Multicine: <i>Nunca más</i>	Antena 3 TV	02/11/08	10	113'	9,7	7,0	6,0	21,7
18	<i>Serrallonga</i>	TV3	06/11/08	2	105'	9,7	8,8	8,0	20,4
19	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	18/11/08	30	33'	9,4	7,1	3,2	17,5
20	<i>Gran hermano</i>	Telecinco	11/11/08	4	243'	9,4	8,8	8,3	25,4
21	<i>Hospital Central</i> . La puerta está abierta	Telecinco	26/11/08	4	100'	9,3	8,8	8,0	22,2
22	Futbol. Amistós Espanya - Xile	La 1	19/11/08	1	107'	9,1	9,1	9,1	20,2
23	<i>Zona zàping</i>	TV3	14/11/08	8	23'	8,5	4,8	2,4	16,0
24	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	14/11/08	20	67'	8,0	6,6	5,4	24,6
25	Post fórmula 1. GP Brasil	Telecinco	02/11/08	1	18'	7,9	7,9	7,9	18,8
26	<i>Sense embuts</i> . Gais i lesbianes	TV3	19/11/08	4	25'	7,9	6,9	4,3	15,3
27	Cinematrix: <i>Buscando a Nemo</i>	Antena 3 TV	15/11/08	5	144'	7,8	6,5	5,7	18,8
28	<i>Cuéntame cómo pasó</i> . El hijo del p'arriba	La 1	13/11/08	4	98'	7,8	7,0	6,4	17,0
29	<i>Pasapalabra</i>	Telecinco	26/11/08	29	48'	7,7	6,2	2,9	18,4
30	<i>Sin tetas no hay paraíso</i> . Canciones tristes	Telecinco	13/11/08	4	94'	7,7	7,3	7,0	20,7
31	<i>El internado</i> . Premonición	Antena 3 TV	12/11/08	4	96'	7,7	7,1	6,8	17,6
32	<i>Antena 3 noticias 2</i>	Antena 3 TV	10/11/08	28	45'	7,6	6,0	3,5	14,5
33	<i>Pekín express</i>	Cuatro	16/11/08	5	120'	7,6	6,5	4,8	14,8
34	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	09/11/08	68	29'	7,6	5,4	2,2	19,5
35	30 minuts. Atrapats a l'Afganistan	TV3	23/11/08	5	32'	7,6	6,4	4,5	13,4
36	<i>Telediario fin de semana 2</i>	La 1	02/11/08	10	41'	7,5	5,7	4,9	13,8
37	<i>Ven a cenar conmigo</i>	Antena 3 TV	24/11/08	18	34'	7,3	6,3	5,4	18,4
38	Multicine 3: <i>Destinos cruzados</i>	Antena 3 TV	16/11/08	8	81'	7,3	5,8	4,9	16,5
39	Multicine 2: <i>Único superviviente</i>	Antena 3 TV	02/11/08	10	120'	7,2	6,2	4,6	18,9
40	<i>Mujeres y hombres y viceversa</i>	Telecinco	26/11/08	20	50'	7,2	5,6	4,9	23,2

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

Taula 34. Rànquing mensual de programes a Catalunya.^A Desembre de 2008

Ordre	Títol	Cadena	Data	Emis.	Durada mitjana	Aud. màx.	Aud. mitj.	Aud. mín.	Quota total
1	Futbol. Lliga esp. FC Barcelona – Reial Madrid	laSexta	13/12/08	7	110'	24,0	6,8	2,7	17,5
2	Futbol. Lliga esp. FC Barcelona – València	TV3	06/12/08	3	110'	14,7	11,1	4,9	27,9
3	<i>Aída</i>	Telecinco	28/12/08	9	63'	13,4	7,2	2,2	20,5
4	<i>Crackòvia</i>	TV3	01/12/08	6	25'	13,3	12,0	9,4	25,4
5	<i>CSI Miami</i> . Miami confidencial	Telecinco	08/12/08	11	45'	13,2	7,4	1,6	26,2
6	<i>APM?</i>	TV3	16/12/08	5	32'	13,1	11,1	9,1	23,9
7	<i>Polònia</i>	TV3	18/12/08	5	51'	12,4	9,1	7,4	22,8
8	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	TV3	21/12/08	8	45'	12,0	9,0	5,7	21,9
9	<i>Caçadors de bolets</i> . Els bolets de primavera	TV3	18/12/08	4	30'	11,7	9,1	7,1	21,3
10	<i>El castigo</i> . 2a part	Antena 3 TV	16/12/08	2	94'	11,6	10,6	9,5	23,7
11	<i>Telenotícies vespre</i>	TV3	01/12/08	23	45'	11,1	9,3	5,7	23,4
12	<i>Ventdelplà</i>	TV3	15/12/08	8	64'	10,8	10,1	8,8	21,3
13	<i>Escenas de matrimonio</i>	Telecinco	28/12/08	22	62'	10,3	6,8	2,4	17,2
14	<i>CSI Nueva York</i> . Todo queda en familia	Telecinco	29/12/08	4	51'	10,2	8,9	7,3	23,1
15	<i>Telenotícies migdia</i>	TV3	29/12/08	23	67'	10,1	7,4	3,6	26,2
16	<i>APM? Extra</i>	TV3	28/12/08	4	38'	10,1	7,4	5,9	23,0
17	<i>Hospital Central</i> . La vida hay que vivirla	Telecinco	10/12/08	3	100'	10,1	9,3	8,1	24,7
18	<i>Campanadas de fin de año</i>	La 1	31/12/08	1	18'	9,6	9,6	9,6	27,8
19	<i>Gran hermano</i>	Telecinco	23/12/08	5	237'	9,4	8,6	7,2	23,8
20	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	TV3	14/12/08	8	66'	9,4	7,6	5,7	24,6
21	<i>Sense embuts</i> . Bessons	TV3	17/12/08	3	26'	9,4	7,5	5,8	16,6
22	<i>Camera Café</i>	Telecinco	08/12/08	7	40'	9,1	7,1	3,8	17,2
23	<i>CSI Las Vegas</i> . Ellie	Telecinco	08/12/08	9	54'	9,0	5,6	2,7	24,9
24	La pel·lícula de la setmana: <i>Charlie y la fábrica de chocolate</i>	La 1	21/12/08	4	152'	8,8	6,9	5,7	17,4
25	<i>Zona zàping</i>	TV3	19/12/08	6	21'	8,5	4,4	1,8	16,1
26	<i>Cuéntame cómo pasó</i> . Habla, pueblo, habla	La 1	11/12/08	5	95'	8,5	7,4	6,0	19,2
27	<i>2008: Esborrany d'un nou món</i>	TV3	28/12/08	1	37'	8,4	8,4	8,4	17,7
28	<i>Feliz 2009</i>	La 1	31/12/08	1	193'	8,3	8,3	8,3	30,6
29	<i>Informativos Telecinco 21:00</i>	Telecinco	08/12/08	30	32'	8,1	6,6	4,4	16,8
30	<i>Pasapalabra</i>	Telecinco	03/12/08	31	48'	8,0	5,9	3,4	17,5
31	<i>Los Simpsons</i>	Antena 3 TV	22/12/08	69	29'	8,0	5,1	2,0	19,3
32	<i>30 minuts</i> . La Cienciologia i jo	TV3	21/12/08	2	28'	7,9	6,6	5,2	14,6
33	<i>¡Es bello vivir!</i>	La 1	31/12/08	1	78'	7,9	7,9	7,9	25,6
34	<i>Telediario fin de semana 2</i>	La 1	21/12/08	8	39'	7,9	6,1	4,1	14,7
35	<i>El cor de la ciutat</i> . Capítol 1.700	TV3	24/12/08	17	39'	7,9	5,8	4,9	20,2
36	<i>Antena 3 noticias 2</i>	Antena 3 TV	08/12/08	30	43'	7,7	5,5	2,5	13,7
37	<i>Sin tetas no hay paraíso</i> . Viaje al final de la noche	Telecinco	11/12/08	3	95'	7,7	7,3	7,0	19,2
38	<i>Esta casa era una ruina</i>	Antena 3 TV	02/12/08	3	113'	7,7	5,8	4,6	16,2
39	<i>Podis</i>	TV3	31/12/08	1	19'	7,5	7,5	7,5	24,6
40	Cine on: <i>Las minas del Rey Salomón</i>	Telecinco	08/12/08	9	142'	7,4	5,0	3,5	15,9

A Programes de durada igual o superior a 15 minuts.

Font: TNS.

4. La programació de TVC

Davant la inestabilitat de les graelles estatals, en un any marcat per l'increment de l'oferta i, per tant, de la competitivitat, la programació tipus de TV3 no experimenta grans modificacions respecte a la temporada anterior pel que fa a la tipologia de gèneres i de formats.

En comptes de l'horitzontalitat característica del *daytime* i de la nit, el 2008 s'accentua lleugerament el disseny a mosaic del *prime time* de dilluns a divendres i del cap de setmana, articulats en bona part al voltant de la ficció domèstica i del futbol. En termes generals també es pot dir que disminueixen lleugerament les estrenes, mentre que s'aposta per la continuïtat d'aquells programes que conjuminen les preferències dels espectadors catalans amb el caràcter de servei públic de l'oferta de TVC.

Entre les 06.00 h i les 08.00 h del matí, TV3 continua oferint les notícies del canal 3/24 els set dies de la setmana, fins que inicia la seva programació amb el veterà *Els matins* (de 08.00 h a 13.00 h). Com en anys anteriors, el magazín informatiu de Josep Cuní, que s'emet de dilluns a divendres, s'articula en dues parts diferenciades clarament: un primer bloc de caràcter informatiu (de 08.00 h a 10.00 h), amb connexions amb els butlletins del 3/24, i un magazín d'actualitat i de serveis (de 10.00 h a 13.00 h), que dedica atenció especial a la participació dels ciutadans.

Tvist realitza la transició del matí a la franja informativa de migdia entre les 13.00 h i les 14.00 h. La presentadora Elisabet Carnicé ha substituït enguany Mari Pau Huguet en aquest programa d'entreteniment diürn sobre la programació de TVC, amb informacions sobre les estrenes i entrevistes als protagonistes de les diferents emissions de la televisió catalana. Tot seguit, *Telenotícies comarques* (de 14.00 h a 14.20 h), *El medi ambient* (de 14.20 h a 14.30 h) i *Telenotícies migdia* (de 14.30 h a 15.35 h) conformen el primer bloc informatiu diari de la graella de TV3.

Cuines, el programa de cuina més antic del primer canal català, obre la franja de sobretaula entre les 15.35 h i les 15.50 h, amb un ampli ventall de receptes procedents de restaurants de tota la geografia catalana. A continuació s'emet el popular serial *El cor de la ciutat*, seguit d'*El Club*, el magazín dirigit i presentat per Albert Om.

La darrera part de la tarda manté l'estructura adoptada el març de 2007, quan en va incrementar la durada en 30 minuts pel desplaçament del *Telenotícies vespre* de les 20.30 h a les 21.00 h. Des d'aleshores l'espai *Tarda de cinema* ofereix de dilluns a divendres una pel·lícula entre les 18.30 i les 20.25 h, mentre que el concurs *Bocamoll* continua examinant la llengua i la cultura catalanes des d'una perspectiva lúdica i enllaça la tarda amb el *prime time* entre les 20.25 h i les 21.00 h.

El segon bloc informatiu del dia està integrat pel *Telenotícies vespre* (de 21.00 h a 21.45 h) i *El temps* (de 21.45 h a 21.50 h), els únics espais de TV3, juntament amb *El medi ambient* i el *Telenotícies migdia*, que s'emeten els set dies de

la setmana. Després del *Telenotícies vespre*, la resta de la graella *prime time* de TV3 canvia l'estructura horitzontal per una configuració de tipus vertical, conformada per tot un gresol de gèneres i formats que renoven regularment les propostes de les àrees de Dramàtics, Entreteniment, Esports, i Documentals i Nous Formats de TVC.

El dilluns, el programa sobre curiositats i secrets de la llengua parlada, *Caçadors de paraules* (de 21.50 h a 22.05 h), precedeix successivament els serials bisetmanals *Zoo* i *Ventdelplà* (de 22.05 h a 23.10 h). A la tardor, *Caçadors de paraules* cedeix el seu lloc a *Crackòvia*, el nou programa d'humor de Televisió de Catalunya (de 21.50 h a 22.05 h), seguit de la sisena temporada de *Ventdelplà* (de 22.05 h a 23.10 h). El magazín informatiu setmanal *Entre línies* marca l'inici de la nit dels dilluns (de 23.10 h a 23.45 h).

La nova comèdia de situació *13 anys... i un dia* (de 21.50 h a 22.05 h), protagonitzada per Joan Pera i el seu fill Roger, s'emet el dimarts entre *El temps* i el serial de *prime time* (*Zoo* o *Ventdelplà*), de 22.05 h a 23.15 h, en alternança amb el programa de zàping d'humor *APM?*. *Ventdelplà* ocupa el *prime time* dels dimarts en l'últim trimestre de l'any.

No em ratllis! (de 21.50 h a 22.50 h), la tertúlia de Júlia Otero amb nens i nenes, i el concurs *Sis a traïció* (de 22.50 h a 23.45 h) s'emeten els dimecres durant els primers mesos de l'any. Aquest últim és reemplaçat més endavant per *Somiers*, un programa d'entreteniment sobre els somnis programat inicialment els dimarts, mentre que, a la tardor, la docuserie *Sense embuts* ocupa l'espai vacant de *No em ratllis!*

El futbol vertebrava també l'horari de màxima audiència dels dijous durant la pretemporada (de les 21.25 h a les 23.45 h). La resta de l'any, el programa d'humor *Polònia* (de 21.50 h a 22.30 h) inaugura aquesta franja horària, seguit, entre les 22.30 h i les 23.45 h, del magazín de Santi Millán, *Boqueria 357*, o de les sèries nord-americanes de ficció *Terminator: Les cròniques de Sarah Connor* i, successivament, *Chuck*. *Caçadors de bolets* s'emet en el quart trimestre de l'any després del *Telenotícies vespre*.

Com en temporades anteriors, les nits dels primers quatre dies de la setmana també presenten una estructura horitzontal a TV3, dedicada en el primer tram a la informació i, en l'última part, a la ficció televisiva nord-americana i al cinema. Però enguany, *La nit al dia* (de 23.45 h a 01.20 h) s'acomiada dels espectadors catalans el juny i és rellevada en la graella al novembre per *Hora Q*, un magazín presentat per Helena Garcia Melero que combina l'actualitat amb l'entreteniment i l'esport. La sèrie políciaca *Vic Mackey* i la de ciència-ficció *Invasió* se succeeixen al llarg de l'any de dilluns a dijous, entre les 01.20 h i les 02.10 h. La resta de la matinada està integrada per una pel·lícula (de 02.10 h a 03.35 h) i per la sèrie *Riviera*, o per les repeticions de *Tvist* (de 03.35 h a 04.20 h) i d'*El Club*.

APM? inaugura el *prime time* del divendres de 21.50 h a 22.15 hores, fins que és desplaçat al *prime time* del dimarts el 6 de maig de 2008. La resta de la nit del divendres es projectaven successivament quatre pel·lícules.

Taula 35. Graella tipus de TV3. Any 2008

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
06.00-08.00 3/24						
08.00-10.00 <i>Els matins</i> (I) 10.00-13.00 <i>Els matins</i> (II)					08.00-12.00 <i>Club Super3</i>	
					12.00-12.30 <i>Jugamón</i>	12.00-13.15 <i>No em ratllis!</i> (R)
13.00-14.00 <i>Twist</i>					12.30-13.00 <i>Gossos</i>	
					13.00-13.50 <i>L'home dels lleons</i> 12.45-14.15 <i>Automobilisme / Supernanny</i>	
14.00-14.20 <i>TN comarques</i>					13.50-14.15 <i>Zona zàping</i>	13.40-14.15 <i>Zona zàping / Polònia</i> (R)
14.20-14.30 <i>El medi ambient</i>					14.15-14.30 <i>Tot un món</i>	
14.30-15.35 <i>TN migdia</i>						
15.35-15.50 <i>Cuines</i>					15.35-17.55 <i>Tarda de cine</i>	
15.50-16.25 <i>El cor de la ciutat</i>						
16.25-18.30 <i>El Club</i>					17.55-19.00 <i>Mirall trencat / Al vostre gust / Just for laughs</i>	17.55-19.00 <i>APM? Extra</i>
18.30-20.25 <i>Cine de cine</i>					19.00-19.55 <i>Foc i neu / 19.00-21.00 Futbol</i>	19.00-19.40 <i>Gol a gol</i>
						19.40-20.30 <i>Just Kidding / Just for laughs / 10 cites</i>
					19.55-20.30 <i>Salut!</i>	
20.25-21.00 <i>Bocamoll</i>					20.30-21.00 <i>Al vostre gust</i>	20.30-2100 <i>Cuina bé amb l'Isma</i>
21.00-21.45 <i>TN vespre</i>						
21.45-21.50 <i>El temps</i>						
21.50-22.05 <i>Caçadors de paraules / 60/90 / Crackòvia</i>	21.50-22.05 <i>13 anys... i un dia / APM?</i>	21.50-22.50 <i>Sense embuts / No em ratllis! / Els 25</i>	21.50-22.30 <i>Caçadors de bolets / Polònia</i>	21.50-22.15 <i>APM?</i>	21.50-22.00 <i>Avantmatx</i>	21.50-22.35 <i>30 minuts</i>
22.05-23.10 <i>Zoo/ Els diaris de Pascal / Ventdelplà</i>	22.05-23.15 <i>Zoo / Ventdelplà</i>	20.55-23.00 <i>Futbol Copa del Rei</i>	21.25-23.45 <i>Futbol Pretemporada</i>	21.40-00.00 <i>La gran pel·lícula</i>	22.00-23.55 <i>El partit. Lliga espanyola / Estrenes de TV3</i>	22.35-23.45 <i>Emprenedors / Vinagre / Qui els va parir!</i>
			22.30-23.45 <i>Boqueria 357 / Terminator: Les cròniques de Sarah Connor / Chuck</i>	22.15-01.15 <i>La gran pel·lícula</i>		
23.10-23.45 <i>Entre línies</i>	23.15-23.45 <i>Justice / Somiers</i>	22.50-23.45 <i>Sis a traïció / Somiers</i>	01.15-02.55 <i>Pel·lícula</i>		23.55-00.10 <i>El vestidor</i>	23.45-01.15 <i>Pel·lícula / Fiscal Chase</i>
23.45-01.20 <i>La nit al dia / Hora Q</i>					00.10-01.35 <i>Pel·lícula</i>	
01.20-02.10 <i>Vic Mackey / Invasió</i>			02.55-04.15 <i>Pel·lícula</i>		01.35-02.50 <i>Pel·lícula</i>	01.15-02.50 <i>Pel·lícula</i>
02.10-03.35 <i>Pel·lícula</i>					02.50-04.10 <i>Pel·lícula</i>	
03.35-04.20 <i>Twist</i> (R) / <i>Riviera</i> / <i>El Club</i> (R)					04.00-05.35 <i>Pel·lícula</i>	
04.20-06.00 <i>El Club</i> (R)					05.35-06.00 <i>Riviera</i>	

Font: Elaboració pròpia a partir de les graelles de TVC.

L'oferta del cap de setmana és tan variada com la del *prime time*. Un cop més, els matins tant del dissabte com del diumenge es dediquen íntegrament als infants, amb el *Club Super3* (de 08.00 h a 12.00 h), el popular espai contenidor integrat per sèries (d'animació i de personatges), concursos i altres activitats. La resta del matí va ampliant progressivament la franja d'edat del *target* preferent inicial, fins a concloure amb el programa d'entreteniment esportiu *Zona zàping* o amb la repetició de *Polònia*. El miniespai de 15 minuts *Tot un món*, que retrata la diversitat cultural i la immigració, precedeix el *Telenotícies migdia cap de setmana*.

El caràcter familiar de les tardes del dissabte i del diumenge es construeix mitjançant la combinació del cinema per a tot-hom (de 15.35 h a 17.35 h) amb els espais d'humor *APM? Extra*, *Just for Laughs* o *Just Kidding*. El darrer trimestre de l'any s'emeten en aquest mateix espai 10 cîtes, un programa d'històries de convivència entre parelles lingüístiques.

L'accés al prime time del cap de setmana es realitza a través d'*Al vostre gust*, la revista d'alimentació dirigida i presentada per Tana Collados, o *Cuina bé amb l'Isma*, el programa del cuiner Ismael Prados, que s'emeten, respectivament, el dissabte i el diumenge entre les 20.30 i les 21.00 h.

Després del *Telenotícies vespre cap de setmana* i *El temps*, el futbol vertebrava el prime time dels dissabtes amb *l'Avantmatx* (de 21.50 a 22.00 h), *El partit* de la lliga espanyola (de 22.00 h a 23.55 h) i *El vestidor* (de 23.55 a 00.10 h), excepte en el període comprès entre el final de maig i novembre, en el qual s'han emès gairebé tots els telefilms de les *Estrenes* de TV3 de 2008 (de 22.00 a 23.55 h).

El diumenge es manté el programa més llarg i més premiat de TV3, l'espai de reportatges *30 minuts* (de 21.50 a 22.35 h), seguit d'un concurs dedicat a incentivar projectes empresarials de persones amb iniciativa (*Emprenedors*), de la comèdia d'esquetxos *Vinagre* o del programa d'entrevistes i reportatges dedicat a l'aventura de ser pares *Qui els va parir!* (de 22.35 a 23.45 h).

La resta de la nit i de la matinada del cap de setmana es completa, gairebé tota, amb ficció cinematogràfica.

La graella estival de TV3 presenta algunes diferències significatives respecte de la programació de la resta de l'any, entre les quals destaquen l'absència de ficció pròpia d'estrena des de gairebé mitjan juliol fins al setembre (llevat dels telefilms assenyalats més amunt). Per aquesta raó, a la sobretaula es recorre a la repetició de *13 anys... i un dia*, a partir del 14 de juliol, per omplir el buit d'*El cor de la ciutat*, mentre que la ficció nord-americana cobreix els espais produïts per la durada més curta d'*Els matins d'estiu*. Igual que en anys anteriors, el programa de reportatges *De vacances* acompanya el públic català després del *Telenotícies vespre* i també torna el *late*

show de Santi Millán *Boqueria 357 After sun* (dimecres de 23.00 h a 00.45 h).

Enguany, entre les novetats de l'estiu cal destacar el magazín de sobretaula presentat per Sandra Barneda *Vacances pagades* (de 16.10 a 17.25 h) i el concurs de prime time *Els 25*, dedicat a commemorar el 25è aniversari de la televisió catalana de la mà de Judit Mascó. El dilluns a la nit *Herois quotidians* (23.50 a 00.20 h) adopta el format del fals documental per llançar una mirada àcida a l'actualitat.

4.1. Ficció

L'oferta de ficció pròpia de la televisió catalana decreix el 2008 respecte a les temporades anteriors. Aquest any, TVC ha emès tres serials (*El cor de la ciutat*, *Ventdelplà* i *Zoo*), una comèdia de situació (*13 anys... i un dia*), un programa d'esquetxos (*Vinagre*), tres minisèries de dos capítols cadascuna (*Elles i jo*, *La ratjada* i *Serrallonga*) i 16 telefilms. En total s'han programat 329 emissions de ficció pròpia d'estrena, equivalents a unes 235 hores i 30 minuts de temps net en antena.⁵⁹ El gènere predominant és el drama, que consta de 16 títols dels 24 emesos (tres serials, dues sèries, 16 telefilms i tres minisèries), tres dels quals pertanyen al subgènere històric.

La ficció seriada de TV3 (serials, sèries i esquetxos) ha aportat a TV3 una audiència mitjana de 445.000 espectadors (17,1% de *share*), mentre que els formats *nobles* (minisèries i telefilms) han obtingut una mitjana de 224.400 espectadors (9,7% de *share*), encara que els resultats obtinguts per aquest últim grup de programes són molt dispers. Els quatre telefilms pertanyents al grup de les *Estrenes* de TV3, emesos pel K3/33⁶⁰ en el darrer trimestre de l'any, han registrat una mitjana de 50.750 persones espectadores (1,8%).

4.1.1. Serials

El cor de la ciutat

El durador *El cor de la ciutat* tancava el diumenge 13 de juliol de 2008 la vuitena temporada d'emissió, que havia modificat la imatge gràfica del serial i havia estat rodada per primera vegada en format panoràmic 16:9. Com és habitual, la temporada s'acomiadava amb l'especial *La nit del cor*, emès en aquesta ocasió des del Palau de Congressos de Montjuïc de Barcelona i presentat per Santi Millán i Màbel Martí, amb la col·laboració de Susi Bergés. En l'especial de prime time hi van participar prop de 1.000 persones, entre actors, professionals i públic assistent a l'acte, i va obtenir una mitjana de 502.000 espectadors (20,8% de *share*).

La nit del cor integrava el capítol de desenllaç de la vuitena temporada amb entrevistes als actors, al director de la nova etapa (Esteve Rovira) i al director argumental (Manel Bonany). Amb ocasió de la celebració dels 25 anys d'història de la cade-

59 LACALLE, CH. "España. La transición a la nueva era digital". A: VASALLO DE LOPES, M. I.; OROZCO, G. *Anuario 2009. La ficción televisiva en Iberoamérica*. Barcelona: OETI, 2009 (en premsa).

60 Igual que el 2007, en aquesta ocasió TVC també ha emès pel K3/33 els darrers quatre telefilms de les *Estrenes* programats inicialment per TV3 (*Mà morta truca a la porta*, *Sota el mateix cel*, *Les mans del pianista* i *El mirall*).

Taula 36. Audiència d'*El cor de la ciutat* per temporades (2001-2008)

Temporades	Any	Milers	Quota (%)
Primera	2000-2001	659.000	39,8
Segona	2001-2002	755.000	43,3
Tercera	2002-2003	756.000	45,2
Quarta	2003-2004	734.000	42,2
Cinquena	2004-2005	713.000	41,7
Sisena	2005-2006	629.000	35,1
Setena	2006-2007	531.000	29,8
Vuitena	2007-2008	493.000	27,7

Font: TNS/TVC.

na, alguns dels actors i actrius que han marcat la història de TV3 van lliurar al serial els premis Catalunya Plora (Pep Anton Muñoz i Aleix Rangel); Mal Rotllo (Marta Bayarri, Miquel García i Jordi Díaz); Quin Patiment (Sílvia Sabaté); Alta Tensió (Armand Aguirre, Enric Rodríguez i Nausicaa Bonnín). El premi honorífic va ser per a l'actriu Carme Contreras, qui interpreta el personatge de la Roser.

Aquest capítol conclouïu tancava algunes incògnites que *El cor de la ciutat* havia anat plantejant al llarg de la temporada 2007/2008, com ara el comiat del Peris (Pep Anton Muñoz), la petita Carolina (Anna Marimón) i l'Àngela (Mercè Montalà), que marxen a Madrid, el retorn de Pau Bayarri (Ivan Morales) a casa del senyor Juan Benjumea (Armand Aguirre) o la ruptura definitiva de la relació entre l'Ivan (Oriol Vila) i l'Eli (Aida Oset), i introduïa una sorpresa que determinaria el rumb del serial després de l'estiu: la tornada de la Clara (Sílvia Sabaté) a la presó després d'haver matat la Chus (Teresa Vallicrosa) per salvar el seu fill adoptiu, el Max (Bernat Quintana).

Després de la pausa estival, *El cor de la ciutat* tornava al setembre amb noves trames argumentals, disposades a revitalitzar la vida quotidiana dels habitants ficticis del barri de Sant Andreu. Juntament amb la tornada d'antics personatges com la Pilar (Carme Fortuny), la Isabeleta (Maria Molins) o l'Orpinell (Santi Pons), se n'introduïen d'altres de nous entre els quals destaquen els joves nous amics d'Alba (Yasmina Espelós): el fantasiós Juli (Oriol Pla), la ingènua Lluna (Ariadna Gaya) i el conflictiu Jofre (Daniel Casadellà). També s'hi incorporaven dos nous immigrants indis: Dhara (Irina Sanjeevan), una jove professora de *bhangra* que col·labora en pel·lícules de Bollywood i no té problemes per adaptar-se a la societat d'acollida, i el seu germà Hires (Zico Judge), estricte observant de les tradicions de la seva cultura d'origen, que ha obert un basar en l'antic quiosc de la Clara.

El cor de la ciutat va marxar de vacances per Nadal, després de mostrar el calendari de dones nues, amb un total de 20 capítols emesos el 2008 i el *share* més alt de tota la ficció programada aquest any per TV3: un 22,9%, equivalent a 416.000 espectadors. A més, aquest any ha rebut el Premi Nacional de Televisió pel seu arrelament entre els espectadors i la seva constant atenció a la realitat i la cultura catalanes.

Zoo

TV3 estrenava el serial bisetmanal català *Zoo* el 21 de gener de 2008, amb l'objectiu d'alternar-lo en el *prime time* del dilluns i el dimarts amb *Ventdelplà*, com ja havia fet amb els seus predecessors *Mar de fons* i *Babel*; però l'acollida per part dels espectadors va ser tan tèbia com la d'aquests dos darrers programes i concloïa després de 23 capítols. Produït per Diagonal TV, igual que la resta dels serials bisetmanals de la cadena catalana, *Zoo* va registrar uns resultats mitjans d'audiència tan modestos (344.000 espectadors i 11,3% de *share*) que el van situar nou punts i mig per sota de *Ventdelplà* i van determinar tancar-lo de manera definitiva el 22 d'abril.

Zoo ha estat el primer dramàtic de TVC rodut en alta definició i està signat per Josep Maria Benet i Jornet i Pere Riera. Els seus ingredients bàsics són els prototípics del serial: intrigues, amors, desamors i traïcions; però el relat se situava en un context excepcional, el Parc Zoològic de Barcelona. Els escenaris del zoològic afegien un gran nombre d'escenes exteriors a la fórmula convencional i el programa exigia una tasca de documentació minuciosa per tal que la complexitat de l'entorn representat resultés versemblant. La cançó de capçalera de *Zoo* ("La mascota de Darwin") és dels cantants Ayala i Beth.

Tot i que es tracta d'un relat coral, el personatge de la Diana (Mònica López) destaca per damunt de la resta, igual que la Teresa de *Ventdelplà*. La Diana és una biòloga de 35 anys dedicada a la conservació del llop ibèric que vol tenir un fill abans que no sigui massa tard; però el seu company, el Max (Santi Ricart), un viatger empedreït que treballa en una agència especialitzada en rutes exòtiques, no se sent preparat. Entre la resta dels personatges principals destaquen les amigues i confidents de la Diana, la Lola (Mercè Pons), directora de l'administració del Parc, i la Gisela (Llum Barrera), una de les veterinàries. El Dídac (Pep Munné), el director del zoològic, viu lliurat completament a la seva feina des que el seu fill adolescent va morir en un accident a la muntanya.

Ventdelplà

La quarta temporada de *Ventdelplà* va acabar el 15 de gener de 2008 i va convertir aquest serial de Diagonal TV en la ficció més vista del període i en el segon programa d'aquest tipus amb més espectadors de 2008. Tres mesos més tard, els escassos resultats d'audiència de *Zoo* precipitaven la tornada del drama bisetmanal més antic i més reeixit de TV3, el dilluns 28 d'abril, amb el capítol 216, després d'un especial ("L'enigma de Ventdelplà") emès el dia abans, un programa d'entrevistes a l'equip tècnic que constituïa una reflexió sobre els elements diferencials d'una ficció convertida en tot un fenomen social.

Rodada en alta definició panoràmica, el nou lliurament de *Ventdelplà* adquiria un caràcter metanarratiu amb la introducció d'una trama en la qual la Mònica (Mar Ulldemolins) escriu una novel·la sobre un poble imaginari anomenat Breda (el nom del poble real on està ambientat *Ventdelplà*). Les principals línies argumentals de la cinquena temporada es distingeixen, una vegada més, per l'atenció que les diferents ficcions de

la televisió catalana dediquen a les qüestions d'interès social, com ara la lluita de la Teresa (Emma Vilarasau) contra el càncer o el principi d'Alzheimer de la Dora (Imma Colomer), dos dels eixos que vertebraven els temes del nou lliurament, que consta de 54 capítols. Entre els arguments prototípics del serial destaquen, aquesta vegada, la tornada de la Berta (Rosa Gàmiz) a *Ventdelplà* després del naixement del fill que ha tingut amb el Monràs (Pep Cruz), qui ara es presenta com a candidat a l'Ajuntament; els problemes que l'adolescent Alba (Paula Romeu) li planteja a la seva mare (Anna Barrachina) i, sobretot, les complicacions desencadenades per la visita de l'Alfons (Joan Crosas).

Els 60 capítols de *Ventdelplà* emesos el 2008 van obtenir una mitjana de 654.000 persones espectadores (21,0% de share). El capítol del 7 de gener se situa en el lloc número 26 dels programes més vistos d'un any que li ha reportat a *Ventdelplà* un guardó a la millor sèrie autonòmica de 2007 en els X Premis de l'Acadèmia de la Televisió.

Com en anys anteriors, en el perfil mitjà de l'espectador de *Ventdelplà* hi ha més dones (62%) que homes (38%); viuen preferentment en nuclis de menys de 50.000 habitants (54%) i tenen més de 45 anys (30%), tot i que el percentatge d'espectadors de 25 a 44 anys també és molt significatiu (27%). Els seguidors d'aquest serial parlen català gairebé tots (97%).

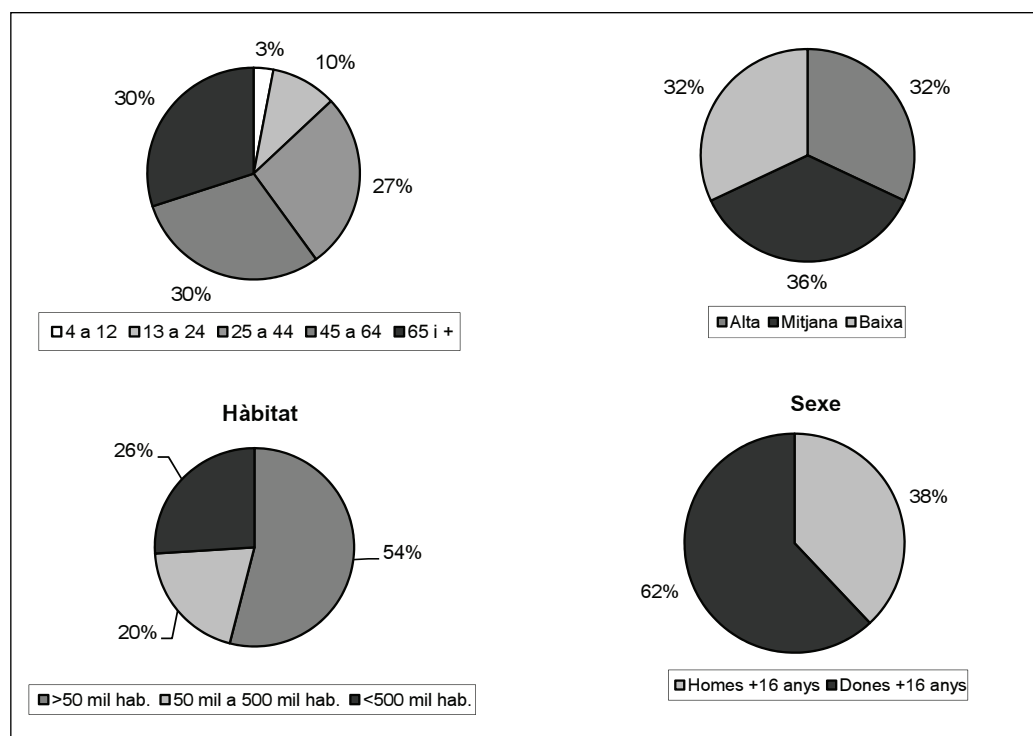
13 anys... i un dia

El final de la quarta temporada de *Ventdelplà*, el 15 de gener, venia precedit per l'estrena de *13 anys... i un dia*, una comèdia de situació protagonitzada per Joan Pera (Ricard), que suposava així mateix el debut del cèlebre còmic català en una ficció de TVC. Compartint protagonisme amb el seu fill Roger, qui també feia de fill seu en la ficció, Joan Pera interpreta un exconvicte que torna a casa després de nou anys d'absència i es troba un fill més que adult a qui no li serà gens fàcil adaptar-se a la convivència amb el seu peculiar pare. La resta del repartiment està integrat per la germana actriu del Ricard, Margot Moulin (Carme Balagué), que viu al pis del costat; el Pedro (Lluís Marco), el còmplice de malifetes de Ricard; la Sílvia (Alícia González Laá), la companya del Roger, i la Mònica (Eva de Luis), la seva excompanya.

L'estrena de la sèrie va aplegar 966.000 espectadors (29,8%) i els 13 episodis de *13 anys... i un dia* emesos el 2008 van obtenir una mitjana de 588.000 espectadors (18,3% de share).

De manera complementària a *13 anys... i un dia*, TV3 llançava el dilluns 14 d'abril la comèdia de situació *A Pera picada*, produïda exclusivament per ser visionada per telèfon mòbil, una novetat tant en l'àmbit català com estatal. Els protagonistes d'*A Pera picada* són també Joan Pera i el seu fill Roger, que interpreten els seus personatges en la vida real, és a dir, un

Gràfic 27. Perfil d'audiència de *Ventdelplà* (del 15-09-08 al 22-12-08)



Font: TNS/TVC.

pare i un fill que protagonitzen per a TV3 la comèdia de situació *13 anys... i un dia*. La sèrie, integrada per 13 minicapítols, disposa també d'una versió per a internet que es pot veure des de la pàgina oficial (<<http://www.tv3.cat/aperapicada/>>).

El capítol del llançament, l'únic emès per TV3, va obtenir una audiència mitjana de 228.000 espectadors (9,0% de *share*).

Vinagre

TV3, capdavantera a l'Estat de les sèries d'esquetxos (*Ell i ella*, *Dinamita*, *Trilita*),⁶¹ estrenava el diumenge 14 de setembre *Vinagre*, una *multisitcom* construïda a partir de la successió d'esquetxos sobre diferents personatges, interpretats sempre per dos únics actors (Bruno Oro i Clara Segura). No obstant això, *Vinagre* compta també amb un conjunt d'actors secundaris de primera línia, entre els quals figuren Victòria Pagès, Jordi Martínez, Maria Molins, Jordi Banacolocha, Mireia Portas, Mar Ulldemolins, etc., la principal aportació dels quals al programa consistia a donar credibilitat als gags.

La continuïtat de la sèrie es construeix al voltant de les entrevistes dels diferents personatges, que viuen immersos en una realitat tan quotidiana i convencional com la nostra i parlen d'ells mateixos com si es tractés d'un programa documental. *Vinagre*, produïda per TVC amb la col·laboració de Veranda Televisió i Can Cuca, duu la signatura de Toni Soler.

Els 13 lliuraments de *Vinagre* de 2008 van obtenir una mitjana de 357.000 persones espectadores (11,5%).

4.1.2. Telefilms i minisèries

Com ho fa d'ençà 2003, Televisió de Catalunya obria de nou la finestra del primer canal català, *Estrenes de TV3*, dedicada a l'emissió de telefilms i minisèries de producció pròpia. Dels 22 títols programats inicialment, finalment es van emetre 16 telefilms (12 per TV3 i quatre pel K3/33), però TV3 va oferir també tres minisèries de dos capítols cada una. Tots els telefilms es van programar en el *prime time* del dissabte, igual que la minisèrie *Elles i jo*, mentre que *La ratjada* es va emetre dos dimecres consecutius i, *Serrallonga*, un dimecres i un dijous seguits. Alguns dels telefilms de 2008 ja havien estat gravats en alta definició.

L'oferta de minisèries i de telefilms de les *Estrenes* continua sent la més alta de l'Estat, tot i que en aquesta ocasió es trenqui la tendència ascendent del 2006 i del 2007 en l'emissió de telefilms, amb cinc títols menys que l'any anterior. També s'aprecia més varietat en els gèneres abordats, que inclouen un parell d'incursions en el drama històric prou encertades.

La primera, *El pallaso i el Führer*, és una història ambientada en l'Alemanya nazi que ha rebut nombrosos reconeixements a l'estranger en un any extremament profitós en aquest sentit. La segona, el drama històric d'acció *Serrallonga*, va obtenir la quota d'audiència més elevada del conjunt (20,4% i 597.000 persones espectadores) i la seva emissió es va complementar amb un documental sobre el famós bandoler (que va obtenir una mitjana de 335.000 persones espectadores i un 15,6% de *share*) i un especial *making of* (265.000 espectadors i 11,0% de *share*). Aquesta minisèrie, que tenia un pressupost de 4,2 milions d'euros,⁶² ha inspirat, a més, una novel·la, un còmic, una banda sonora i un DVD.

Mentre que la minisèrie *Elles i jo* es rodava íntegrament a França, però amb actors catalans, una de les coproduccions internacionals del 2008, el telefilm d'intriga *Defensant l'enemic*, es gravava en anglès a Catalunya i disposava d'un càsting estatal i internacional. Aquesta darrera producció se situa en el tercer lloc del rànquing d'audiència de les coproduccions de 2008 (269.000 espectadors), després de *Serrallonga*, que encapçala la classificació, i la minisèrie d'intriga *La ratjada* (277.000 espectadors), subvencionada per un conjunt d'empreses locals de Lloret de Mar amb l'objectiu de promoure el turisme d'aquesta popular localitat de la Costa Brava.

A més dels dos drames històrics esmentats (basats en fets reals), hi ha uns tres títols més que són adaptacions literàries: *Després de la pluja* duu a la petita pantalla l'obra teatral homònima de Sergi Belbel; *Mà morta truca a la porta* s'inspira en alguns contes de Sergi Pàmies i *La marinera* procedeix del relat *A Mariñeira de Quilmas*, de l'autor gallec Darío Xohán Cabana.

Les temàtiques de caràcter social, com ara la donació d'òrgans (*Pacient 33*); els problemes que afronten els immigrants (*Sota el mateix cel*); la vida quotidiana dels portadors de VIH (*Positius*); els grans drames personals, com ara la pèrdua de l'únic fill (*Somni de felicitat*), o l'obsessió per tenir un cos perfecte (*Cos a la carta*) constitueixen exemples de la vocació pedagògica que caracteritza una part important de les coproduccions de ficció de TVC.

Una altra característica que cal destacar de les coproduccions són els quatre títols dirigits per dones, en un camp de la creativitat predominantment masculí: *Cos a la carta*, d'Alicia Puig; *Pacient 33*, de Sílvia Quer; *Positius*, de Judith Colell, i *Sota el mateix cel*, de Sílvia Munt. Aquesta última directora, que ja havia tractat el tema de la immigració en un altre telefilm català (*Les filles de Mohamed*), recupera alguns dels actors amb els quals havia treballat en la primera ocasió.

⁶¹ *Ell i ella* era una adaptació del format canadenc *Love Bugs*, un programa de clips humorístics sobre la vida quotidiana d'una parella. *Dinamita* i *Trilita* eren dues produccions del Tricycle que consistien en una successió de gags humorístics independents, el fil conductor principal dels quals eren els seus personatges, interpretats per un grup d'actors fixos.

⁶² INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS. *L'ICIC i Televisió de Catalunya signen un conveni de col·laboració per fomentar la producció de les empreses audiovisuals catalanes*. Nota publicada al web de l'ICIC el 14 de maig de 2008. <<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.4da140790967c40ab82e14d4b0c0e1a0/?vgnextoid=99e7f4d1a0a8b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=99e7f4d1a0a8b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=92f9fc12107e9110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 37. Telefilms i minisèries emesos per TV3 i el K3/33 el 2008

Núm.	Títol	Cadena	Data	Format	Gènere	Milers	Quota
1	<i>Pacient 33</i>	TV3	31-05-08	Telefilm	Drama	232.000	9,6%
2	<i>El pallasso i el Führer</i>	TV3	07-06-08	Telefilm	Drama històric	252.000	10,6%
3	<i>L'estafador</i>	TV3	14-06-08	Telefilm	Comèdia	200.000	9,4%
4	<i>Defensant l'enemic</i>	TV3	28-06-08	Telefilm	Thriller	269.000	13,9%
5	<i>Després de la pluja</i>	TV3	12-07-08	Telefilm	Drama	198.000	9,1%
6	<i>Rumors</i>	TV3	19-07-08	Telefilm	Thriller	139.000	7,3%
7	<i>Buscant l'home perfecte</i>	TV3	26-07-08	Telefilm	Comèdia	165.000	9,5%
8	<i>Cos a la carta</i>	TV3	02-08-08	Telefilm	Drama	112.000	5,8%
9	<i>Somni de felicitat</i>	TV3	09-08-08	Telefilm	Drama	137.000	8,4%
10	<i>Alan mor al final de la pel·lícula</i>	TV3	23-08-08	Telefilm	Thriller	124.000	6,7%
11	<i>Positius^A</i>	TV3	06-09-08	Telefilm	Drama	143.000	5,9%
12	<i>La ratjada (1 i 2)</i>	TV3	08-10-08 15-10-08	Minisèrie	Policíac	305.000	12,1%
13	<i>Elles i jo (1 i 2)</i>	TV3	11-10-08	Minisèrie	Drama històric	235.000	9,2%
14	<i>La marinera</i>	TV3	18-10-08	Telefilm	Drama	172.000	7,5%
15	<i>Mà morta truca a la porta</i>	K3/33	22-10-08	Telefilm	Drama	77.000	2,9%
16	<i>Sota el mateix cel</i>	K3/33	25-10-08	Telefilm	Drama	37.000	1,4%
17	<i>Serrallonga (1 i 2)</i>	TV3	06-11-08 07-11-08	Minisèrie	Aventura	597.000	20,4%
18	<i>Les mans del pianista</i>	K3/33	15-11-08	Telefilm	Policíac	66.000	2,4%
19	<i>El mirall</i>	K3/33	13-12-08	Telefilm	Thriller	23.000	0,8%

A El K3/33 va emetre *Positius* l'1 de desembre de 2007, amb motiu del Dia Mundial de la Lluita contra la Sida, però TV3 el va emetre en el grup d'*Estrenes de TV3* de 2008 i el va programar el 6 de novembre de 2008.

Font: TNS.

Els 25 anys de TV3

“La nit vint-i-cinc. La nit blanca de TV3” donava el tret de sortida el 10 de setembre de 2008 a la commemoració dels 25 anys d'existència de TV3 amb un acte que va tenir lloc al Palau de la Música Catalana de Barcelona. A la celebració van assistir Joan Manuel Tresserras, Albert Sáez i Francesc Escribano, acompanyats de representants d'institucions i entitats adherides a la iniciativa de TVC, gràcies a la qual aquella nit van estar oberts diversos espais culturals i lúdics de Catalunya. De manera complementària a la nit de la celebració, TV3 havia anat estrenant durant l'estiu diversos programes d'aniversari, com ara l'informatiu *Toc de llum*, el concurs *Els 25* o la secció “Els 25 estius” del magazín *Vacances pagades*, un espai estival en què Ferran Monegal (interpretat per Jordi Ríos) conduïa i criticava els moments més destacats de la història dels 25 estius de TV3.

El Departament d'Esports també es va sumar a l'aniversari amb l'emissió, el 4 de setembre, de l'especial “Els vint-i-cinc d'esports”, que repassava al llarg de 30 minuts els episodis més importants dels esports retransmesos tots aquests anys. El programa va obtenir una mitjana d'audiència de 329.000 espectadors i una quota de l'11,6%.

El concurs *Els 25*, produït per El Terrat i presentat per Judit Mascó, s'estrenava el 4 de juny amb l'objectiu de trobar l'espectador que més en sabés sobre TV3. En cada edició participaven 25 concursants, dels quals tan sols la persona guanyadora aconseguia accedir a la gran final del 17 de setembre, un especial que enfrontava els guanyadors de les 12 emissions del programa per aconseguir els 600.000 euros de premi. Cada edició del concurs comptava, a més, amb la presència al plató de personatges emblemàtics de la cadena catalana, com ara Mari Pau Huguet, Toni Soler, Júlia Otero, Tomàs Molina, Josep Cuní, etc. També s'hi incloïen fotografies, vídeos i àudios dels moments més divertits o emotius de la història de TV3.

Toc de llum es va emetre entre el 23 d'abril i el 24 de setembre després del *Telenotícies migdia*. L'objectiu d'aquest miniespai de tres minuts de durada era mostrar com s'havia anat informant a TV3 durant aquests 25 anys i recordar als espectadors esdeveniments, protagonistes i professionals rellevants dels informatius de TV3. *Toc de llum* estava integrat per un centenar de reportatges adreçats a mostrar tant l'evolució dels continguts com del mateix format a través dels anys, i per fer-ho comptava amb la participació dels professionals del Departament de Disseny Gràfic de TVC.

Taula 38. Premis i distincions rebuts pels telefilms emesos per TV3. Any 2008

<i>Alan mor al final de la pel·lícula</i>	- Premi Tirant 2008 al millor actor (Sergio Caballero) i al millor disseny de vestuari (Inés Liverato).
<i>Buscant l'home perfecte</i>	- Seleccionada pel Festival Nacional de Cinema i Ficció per a Televisió TV MÁLAGA 2008.
<i>Cos a la carta</i>	- Premi del públic al Festival Nacional de Cinema i Ficció per a Televisió TV MÁLAGA 2008.
<i>Després de la pluja</i>	- Seleccionada pel Festival Europeu de Telefilms Zoom 2007 d'Igualada.
<i>El pallaso i el Führer</i>	- Premi del Públic del Festival Europeu de Telefilms Zoom 2007 d'Igualada.
	- Premi al millor llargmetratge de l'Anchorage International Film Festival 2007 (Alaska, EUA).
	- Premi de la Crítica al IV Festival de Cinema d'Alacant 2007.
	- Premi a la Millor Pel·lícula de Ficció al San Joaquin International Film Festival 2008 (Califòrnia, EUA).
	- Seleccionada per a la categoria de llargmetratges del Prix Visionica 2007 (International Festival for Creative Television) a Wroclaw (Polònia).
<i>Les mans del pianista</i>	- Premi al Millor Director i Premi del Jurat de la Crítica al Millor Telefilm de Producció Espanyola, per la qualitat del guió i l'excel·lent resolució de la trama, Festival Zoom 2008 d'Igualada.
<i>Mà morta truca a la porta</i>	- Finalista al Festival Nacional de Cinema i Ficció per a Televisió TV MÁLAGA 2008.
	- Ha participat en la secció oficial no competitiva de l'Another View del Karlovy Vary International Film Festival 2008.
<i>Pacient 33</i>	- Premi a la Millor Interpretació Masculina (Juanjo Puigcorbé) de la Mostra de València/Cinema del Mediterrani 2007.
	- Premi a la Millor Pel·lícula per a Televisió del X Festival Premis Tirant 2008.
	- Premi a la Millor Versió en Valencià del X Festival Premis Tirant 2008.
	- Premi a la Millor Direcció Artística (Rafa Jannone) del X Festival Premis Tirant 2008.
	- Premi al Millor Actor Secundari (Albert Forner) del X Festival Premis Tirant 2008.
	- Seleccionada pel Festival Nacional de Cinema i Ficció per a Televisió TV MÁLAGA 2008 i el Festival de Televisió de Montecarlo 2008 com a millor telefilm.
<i>Rumors</i>	- Premi a la millor fotografia (Toni Anglada) de la Mostra de València/Cinema del Mediterrani 2007.

Font: Elaboració pròpia.

Taula 39. Estrenes de TV3. Període 2003-2008

Any emissió	Nombre títols	Gènere							
		Comèdia	Drama	Drama històric	Dramèdia	Policiac	Thriller	Acció/ aventures	Fantàstic
2003	15	2	6	-	1	3	2	1	-
2004	13	2	5	-	2	-	1	1	2
2005	15	1	9	-	1	-	4	-	-
2006	22	2	15	-	1	2	2	-	-
2007	24	3	12	2	-	1	6	-	-
2008	19	2	8	2	-	2	4	1	-

Font: Elaboració pròpia.

L'especial *Nit vint-i-cinc de TV3* es va emetre entre les 22.00 h i les 03.00 h de la matinada de la nit exacta de l'aniversari, el 10 de setembre, i, tot i que estava dedicat a recordar els grans moments de la cadena, també s'hi feia referència als plans i a la projecció de futur. Presentat per Albert Om, pel programa van desfilar algunes de les cares més conegudes pels espectadors i va comptar amb les actuacions dels grups Porta, Ai Ai Ai, Filippo Landini, Amaral, La casa azul, etc.

4.2. Documentals i Nous formats

Miquel Garcia continua dirigint el Departament de Documentals, Educatius i Nous Formats, considerat per TVC un autèntic "taller de treball per a la producció de programes punters, innovadors i estratègics que recullin les idees sorgides del talent de la casa i també els viviers creatius que suposen, entre d'altres, les universitats."⁶³

Caçadors de bolets

La cinquena temporada de *Caçadors de bolets* tornava al *prime time* de TV3 el dijous 25 de setembre, amb 13 capítols nous de 25 minuts de durada cada un. El programa també incloïa una final especial, emesa el 24 de desembre, amb un concurs en què els dos campions de la temporada anterior s'enfrontaven amb els de la temporada actual. Juntament amb alguns dels paradisos tradicionals dels boletaires, aquest cop el programa també visitava d'altres zones poc conegudes.

Caçadors de bolets introduïa enguany un nova secció, "La previsió micològica de TV3", en què el micòleg i assessor del programa Enric Gràcia construïa una mena d'itinerari dels llocs on es poden trobar les diferents espècies. A més, els capítols de la cinquena temporada incloïen també espais divulgatius amb consells pràctics sobre micologia i trucs senzills o experiments relacionats amb els bolets. La pàgina web del programa (<<http://www.tv3.cat/bolets>>) permet visionar els capítols de totes les temporades i les fotografies enviades pels espectadors. En aquesta pàgina web també hi ha un consultori atès per un expert, receptes de cuina, una guia micològica il·lustrada i diferents jocs.

L'atractiu que *Caçadors de bolets* exerceix entre els espectadors catalans s'ha posat de manifest una vegada més en la mitjana de 644.000 persones espectadores (21,2% de *share*) obtinguda el 2008.

Caçadors de paraules

El programa que presenta Roger de Gràcia empenia la segona temporada recorrent els diferents llocs on es parla català, a la recerca d'accents i de parles diferents, de paraules poc conegudes i de maneres curioses d'anomenar i de definir les coses. Fidel a l'esperit inicial, *Caçadors de paraules* no és un

programa per aprendre català, sinó una proposta per descobrir aspectes inusuals de la llengua i per gaudir-ne. Els títols d'emissions com ara "El català de la Franja", "El vi", "L'aranès" o "Roba" donen certa idea dels continguts d'un programa que també s'endinsa enguany en la crisi immobiliària ("La casa"), els topònims ("Els noms de llocs") o "El foc".

La segona temporada de *Caçadors de paraules* s'acomiadava el 19 de maig amb una mitjana de 616.000 espectadors (19,5%) en les seves 15 emissions de 2008, una de les quals se situava en el lloc número 27 del rànquing anual: el segon capítol d'aquest lliurament, dedicat als "Pescadors", es va emetre el 14 de gener i va obtenir una mitjana de 856.000 espectadors (26,9%). El programa especial del 26 de maig, dedicat a la lectura en el marc de "La setmana de TV3", va obtenir una audiència mitjana de 755.000 espectadors (24,7%).

Qui els va parir!

El diumenge 27 de gener, a les 20.00 hores, s'estrenava un nou programa del Departament de Documentals, Educatius i Nous Formats, produït en col·laboració amb Anar Fent, dedicat principalment a ressaltar la tasca de les mares i els pares en l'atenció i l'educació dels fills i destacar el paper que hi pot tenir la televisió. Com assenyalava Miquel Garcia en l'acte de presentació del programa, "Cada dia és més difícil educar els nens i pensem que la televisió és una bona eina per aconseguir-ho, amb sentit comú i sentit de l'humor".

Cada emissió de *Qui els va parir!* inclou entrevistes i reportatges a pares i mares, famosos o desconeguts. En l'espai "Consell de pares", 20 famílies expliquen els canvis introduïts en la seva vida quotidiana per l'arribada d'un fill, des de com reorganitzar les tasques de la casa fins a aspectes relacionats amb la vida sexual. Carles Capdevila presenta un espai en què també aporta el seu punt de vista en qualitat de pare de tres fills, mentre que els seus col·laboradors, Lluís Gavalrà i Mireia Segú, representen, respectivament, els qui tenen un nen petit i els qui encara no n'han tingut.

El darrer programa de la temporada va comptar amb la presència de la ministra de Defensa, Carme Chacón, coincidint amb la seva baixa maternal, que ja havia passat pel plató de *Qui els va parir!* quan encara estava embarassada. La mitjana d'audiència obtinguda en les 20 emissions del programa el 2008 és de 266.000 persones teleespectadores (9,6% de *share*).

60/90

TV3 empenia el 8 de maig un viatge sentimental a través dels anys seixanta i noranta, amb l'objectiu de rescatar les memòries de quaranta pares i fills que van viure totes dues dècades. Aquesta producció, dirigida per Lluís Bernabé, té com a objectiu facilitar a les persones espectadores la projecció en les vivèn-

⁶³ Nota de premsa de TVC del 25 de juny de 2008.

⁶⁴ Nota de premsa de TV3 del 23 de gener de 2008.

cies dels seus protagonistes, tots ells persones desconegudes, de diferents classes socials, orígens geogràfics i edats, seleccionats per la seva representativitat: empresaris, obrers, mestres de casa, psicòlegs, etc.

En la línia d'altres programes de TV3, com ara *La rentadora* o *Els 80*, el nou *docutainment* de la cadena catalana combina l'entreteniment amb la història social en capítols de 20 minuts de durada. *60/90* confronta les dues dècades sense afany de resumir-les ni d'etiquetar-les, sinó d'unir pares i fills en un recorregut amè pels mites que van marcar la joventut de les generacions respectives: els *hippies*, el Maig del 68, l'assassinat de Kennedy, el Dúo Dinámico, els *guateques*, etc., en el cas dels pares; el Dream Team, Kurt Cobain, Indiana Jones i Barcelona 92, amb referència als fills.

Les deu emissions de *60/90* el 2008 van obtenir una audiència mitjana de 556.000 espectadors (19,3% de *share*).

Sense embuts

La voluntat de parlar clar i de mostrar les coses com són anima aquest espai de 25 minuts de durada. *Sense embuts* se centra en persones les característiques, les situacions o les etapes de la vida de les quals les han marcat i les han fet ser com són. Els títols dels 12 monogràfics que integren *Sense embuts* ens donen una idea precisa dels temes que s'hi aborden: "Adoptats", "Viure amb el càncer", "Adolescents", "Superdotats", "Vells", "Presos", "Síndrome de Down", "Gais i lesbianes", "Pobres", "En llengua de signes", "Malalts mentals" i "Bessons".

A cada capítol de *Sense embuts*, vuit persones expliquen sense embuts com porten la situació que els ha tocat viure, amb les seves inseguretats i les seves pors, però també amb les seves alegries i esperances. El programa ha renunciat expressament als experts i als consellers, buscant les experiències i els testimonis personals que els seus participants expliquen amb sentit comú i amb sentit de l'humor, perquè els espectadors puguin riure's dels estereotips, els prejudicis i les convencions a què s'enfronten. La mitjana d'audiència del programa ha estat de 492.000 espectadors (16,1% de *share*).

Els diaris de Pascal

TV3 també estrena el 2008 *Els diaris de Pascal*, sèrie produïda en alta definició⁶⁵ i que s'emmarca en el gènere de la

docuficció: barreja la trama argumental amb el testimoni de personatges i fets reals. Ambientada en la Barcelona dels anys trenta del segle passat, el narrador —a partir dels seus diaris de notes— i protagonista és Pascal Danglà (Albert Alemany), un jove fotògraf de pare francès i mare catalana que ve a la ciutat per retratar l'Exposició Universal de 1929; amb els canvis polítics i socials que van succeint (pistolisme, proclamació de la II República, vagues generals, Bienni Negre, etc.) s'hi queda. Danglà serveix de fil conductor de l'argument, on hi ha tant personatges ficticis com reals de l'època (Josep Maria Planes, Irene Polo, Josep Maria de Sagarra, Joan Peiró, etc.). A banda, també s'intercalen entrevistes a testimonis directes, tant anònims com coneguts (per exemple, Teresa Peyrí, la néta del president Francesc Macià, l'arquitecte Oriol Bohigas, etc.).

La sèrie consta de vuit capítols (que corresponen al període 1929-1936) de trenta minuts cada un i s'han emès la nit de dilluns després del *TN vespre*.

4.3. Informatius

Els informatius de TV3 no han experimentat el 2008 gaires variacions respecte de l'any anterior, tret de l'adéu de *La nit al dia* després de sis temporades en antena.

Telenotícies i informatius especials

En un any de grans esdeveniments informatius (eleccions al Parlament espanyol i eleccions a la presidència dels Estats Units) i esportius (Eurocopa de futbol i Jocs Olímpics), els informatius de TV3 revaliden la sintonia de la cadena amb els espectadors. Un cop més, el rànquing del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, realitzat a partir de les dades obtingudes entre el maig de 2008 i l'abril de 2009, mostra que TV3 continua sent la cadena preferida per les persones espectadores per informar-se i la que ofereix una millor informació de proximitat.

L'emissió dels informatius diaris de TV3 també torna a sortir enguany del plató per cobrir in situ esdeveniments rellevants, com ara la inauguració de l'Expo 2008 a Saragossa, durant el cap de setmana del 12 al 14 de juny, o el partit Barça-Madrid del 13 de desembre, que va portar el *Telenotícies vespre cap de setmana* fins a la gespa del Camp Nou.

El juny, un mes marcat per l'Eurocopa (emesa per Cuatro), TV3 aconseguia situar 12 programes en el rànquing dels més

Taula 40. Posició del telenotícies al rànquing d'audiència. Juny de 2008

Núm. rànquing	Programa	Data	Milers (000)	Audiència mitjana (%)	Quota (%)
15	<i>Telenotícies vespre</i>	05-06-08	700	7,6	20,4
21	<i>Telenotícies cap de setmana vespre</i>	01-06-08	623	6,1	17,8
26	<i>Telenotícies migdia</i>	24-06-08	560	6,3	23,2
39	<i>Telenotícies cap de setmana migdia</i>	01-06-08	493	6,4	21,6

Font: TNS/TVC.

⁶⁵ Vegeu l'apartat 2.1 del capítol IV, dedicat als prestadors de serveis de televisió a Catalunya.

Taula 41. Especials informatius no diaris. Any 2008

Programa	Hora inici	Durada	Audiència mitjana (milers)	Quota (%)
<i>Especial eleccions</i>	19:38	5:12:12	716	26,2
<i>2008: Esborrany d'un nou món</i>	21:55	0:36:43	566	17,7
<i>Entrevista al president de la Generalitat de Catalunya</i>	21:51	0:42:24	524	16,2
<i>El debat: Duran, Nadal, Herrera, Chacón, Ridaó</i>	21:54	2:06:39	483	18,1
<i>Entrevista al cap de l'oposició, Artur Mas</i>	21:51	0:37:21	396	13,5
<i>Especial: atemptat ETA assassina exregidor socialista</i>	16:32	0:38:56	290	16,0
<i>Especial: accident aeri a Barajas</i>	23:13	0:23:07	256	13,6
<i>Topografia de la memòria</i>	23:02	1:43:38	251	11,7
<i>L'ensenyament a debat</i>	22:53	2:14:41	227	12,5
<i>Eleccions EUA: Eleccions Presidencials als EUA 08</i>	23:15	3:14:57	160	12,1
<i>Chávez, dins del cop</i>	1:15	1:04:00	82	9,6
<i>Entendre el món amb Michelle Bachelet, presidenta de la República de Xile</i>	0:35	0:39:52	77	5,4

Font: TNS/TVC.

vistos, entre els quals figuraven un total de quatre emissions del *Telenotícies*. Un resultat a què es poden afegir els gairebé 2.700.000 espectadors que en algun moment van connectar amb el canal 3/24 al llarg del juny.

Hi ha dues edicions dels telenotícies de TV3 que figuren en el rànquing dels 40 programes més vistos del 2008: d'una banda, el *Telenotícies cap de setmana vespre* del 21 de desembre, que se situa en el lloc número 31 amb 815.000 persones espectadores (26,6%), i, de l'altra el *Telenotícies vespre* del 6 de març, que ocupa el número 36. El *Telenotícies migdia* ha obtingut la quota mitjana anual més elevada dels informatius diaris (24,7%).

TV3 ha emès 12 informatius especials al llarg del 2008, que han obtingut una audiència mitjana de 336.000 espectadors (cosa que equival a una quota del 14,4%), entre els quals destaca el programa dedicat a les eleccions generals del 9 de març. Presentat per Mònica Terribas i Xavi Coral, aquest informatiu va ser el més llarg de tots els espais sobre la nit electoral emesos per les diferents cadenes estatals i autonòmiques (5 hores i 12 minuts d'emissió) i també el més vist a Catalunya, i va arribar a assolir puntes d'audiència de fins a 1.252.000 persones espectadores (38,3% de *share*).

El segon informatiu especial més vist de l'any, *2008: Esborrany d'un nou món*, es va emetre el diumenge 28 de desembre en l'espai habitual de 30 minuts. El programa, presentat per Ramon Pellicer, resumia un període marcat per una de les pitjors crisis de les darreres dècades.

La nit al dia

L'informatiu nocturn de TV3 s'acomiadava el 19 de juny amb una emissió especial en què es recordaven alguns dels millors moments d'un programa amb 1.150 emissions i més de 2.000 entrevistes.

Mònica Terribas va presentar *La nit al dia* al K3/33, dirigit per Rosa Marqueta, des del seu inici el setembre de 2002 fins al setembre de 2005. Posteriorment, el programa va passar a TV3 i Terribas en va compaginar la presentació amb la direcció fins que en va marxar el maig de 2008 per tal d'assumir la direcció de TVC.

Al llarg de les sis temporades en antena, *La nit al dia* ha rebut nombrosos reconeixements. El 2008 va ser distingit amb el Premi del Gremi de Galeristes de Catalunya a la Difusió de l'Art i la Cultura, mentre que Rosa Marqueta, la seva primera directora i actual directora d'Informatius de TVC, rebia el Premi Talent de l'Acadèmia de les Ciències i les Arts de la Televisió, destinat als professionals que treballen darrere de les càmeres.

La quota mitjana d'audiència de *La nit al dia* entre el gener i el juny de 2008 ha estat del 8,6%.

Hora Q

Hora Q va debutar a TV3 el 10 de novembre en la franja ocupada anteriorment per *La nit al dia*, però sense cap intenció de replicar el format que tan bons resultats d'audiència havia proporcionat a la cadena durant l'etapa de Mònica Terribas. De fet, *Hora Q* no és un espai pròpiament informatiu, sinó un format híbrid resultat de la col·laboració entre els Departaments d'Informatius, d'Esports i d'Entreteniment.

Helena Garcia Melero tornava a TV3 per presentar un espai dirigit per ella mateixa i Dani Bramon Batlle, el títol del qual anticipa la intenció del programa de buscar respostes als diferents *què, quan i per què* plantejats al llarg del dia en els diferents àmbits de la informació i de l'actualitat en general: cultura, esports, economia, etc. El programa també incloïa històries i protagonistes nous i mostrava fets coneguts des d'una perspectiva diferent. Cada apartat del programa constituïa una pregunta (entre quatre i sis per emissió) i fins i tot les entrevistes

d'*Hora Q* s'adreçaven a contestar les preguntes mitjançant les respostes dels seus protagonistes o d'experts. Una unitat mòbil es desplaçava per la geografia catalana per apropar a les persones espectadores les festes populars, els esdeveniments socials, etc.

El plató del programa acollia cada nit 50 persones, que hi participaven; però les persones teleespectadores també podien accedir des de casa a *Hora Q* mitjançant la pàgina web <<http://www.tv3.cat/horaq>>, enviant a l'equip preguntes i temes que voldrien que es tractessin al programa. A més, tant Helena Garcia Melero com la resta dels presentadors (Lluís Canut, David Bassa, Quim Vila i Jordi Gil) comptaven amb blocs personals sobre qüestions tractades o relacionades amb el programa.

Les 25 emissions d'*Hora Q* del 2008 han obtingut una mitjana d'audiència de 198.000 persones espectadores, equivalents a una quota del 6,8%.

30 minuts

Un any més, el degà dels programes de TV3 (que s'emet des de 1984) en continua sent el vaixell insígnia, almenys pel que fa a la projecció internacional i el reconeixement públic. Entre el gener i el setembre de 2008, països com ara l'Argentina, el Japó i Portugal van programar 14 reportatges de 30 minuts. El programa *Murs*, realitzat per commemorar el 20è aniversari de la cadena, que ja s'havia emès al Marroc, a Romania i a la cadena per satèl·lit Delta (que es pot veure en tots els països àrabs), va ser venut al principi de l'any a Telesur, el nou canal de Veneçuela.⁶⁶ El reportatge *Un premi compartit*, sobre dues líders opositores birmanes, va ser el programa més valorat en el rànquing de valoració qualitativa GFK del novembre.⁶⁷

El prestigi de 30 minuts també es palesa en manifestacions com ara la projecció, el 31 d'octubre, d'*Els nens perduts del franquisme*, de Montse Armengou i Ricard Belis, a la University of Stanford (Palo Alto, EUA), en un cicle de documentals catalans sobre el franquisme des de la perspectiva de la recuperació de la memòria històrica. 30 minuts va ser el programa més votat durant els dos primers mesos de l'exposició "Adéu a la tele!" sobre la transició a la TDT, presentada al Palau Robert de Barcelona, amb un total de 13.199 vots dels 20.000 visitants que la mostra havia rebut fins aleshores.

Fidel al desig de reflectir l'actualitat, tant propera com llunyana, i en sintonia amb els nous avenços tecnològics, 30 minuts continua explorant els recursos expressius i narratius més adequats a l'anàlisi de la realitat que realitza, mentre es prepara per renovar la seva imatge a partir del primer programa del gener de 2009. Les 45 emissions de 30 minuts de 2008 cobreixen un ampli ventall de temàtiques: polítiques, socials, ecològiques, culturals, etc., i han obtingut una audiència mitjana de 435.000 persones espectadores (14,8%).

Els matins

La temporada 2008 del magazín diari *Els matins*, en antena des de 2004, continua liderant els matins de TV3 al llarg d'un any en què únicament s'hi han introduït alguns canvis puntuals. Josep Cuní dirigeix un programa que també presenta amb Lúdia Heredia, que en el seu primer tram (de 08.00 h a 10.00 h) es dedica íntegrament a la informació, amb una entrevista, una tertúlia, connexions puntuals amb el 3/24 i amb diferents llocs de la geografia catalana. També inclou seccions dedicades a la borsa, l'esport i el medi ambient.

El 26 de setembre, *Els matins* inaugurava una nova secció de periodicitat mensual, on s'exposen els casos que arriben al Síndic de Greuges i s'intenta buscar-hi respostes per part de les administracions, que va comptar amb la presència de Rafael Ribó. Una altra data que cal destacar és el 22 de setembre, dia en què 140 parelles casades fa 50 anys van visitar el plató i van ballar un popurri de valsos interpretat per l'orquestra Maravella. En aquesta mateixa edició, Cuní va presentar Núria Feliu i Regina do Santos, que des d'aleshores protagonitzen cada dimecres un cara a cara.

Entre línies

El programa de reportatges *Entre línies* complia el 16 d'octubre 10 anys d'existència, al llarg dels quals ha superat les 400 emissions i ha ofert més de 1.000 reportatges. Enguany, *Entre línies* ha sumat un guardó més a les nombroses distincions rebudes en temporades anteriors: el Premi Consell Municipal de Benestar Social als Mitjans de Comunicació 2008, de l'Ajuntament de Barcelona, pel reportatge "Sexe per dret". Tanmateix, *Entre línies* no va celebrar l'aniversari fins al 29 de desembre, amb un programa especial de 50 minuts que incloïa tres reportatges ("10 aniversari: edició especial").

Coproduït per TVC i Sticaki, aquest magazín informatiu (*news magazine*) de nit comptava fins a l'abril de 2006 amb la presència de Ramon Pellicer, però d'aleshores ençà es va prescindir de la figura del presentador. En la temporada 2008-2009 ha modificat el format per incloure-hi, juntament amb els reportatges estàndard, dues altres modalitats denominades "Fora de context" i "3/65". El primer contrasta la imatge pública de personalitats catalanes amb la seva vida quotidiana professional i privada i inclou enregistraments realitzats per algú de l'entorn del personatge, que no serien accessibles a TV3 de cap altra manera. El segon tipus de reportatges, "3/65", és un nou format que segueix l'evolució experimentada per un esdeveniment noticiós un any després que s'esdevingués, basant-se fonamentalment en les vivències i les reaccions de les persones afectades.

Les 41 emissions d'*Entre línies* del 2008 han obtingut una audiència mitjana de 258.000 persones espectadores i una quota del 10,9%.

66 <<http://www.tv3.cat/pprogrames/30minuts/30Seccio.jsp?seccio=noticia&idint=700>> [Consulta: juny de 2009]

67 Nota de premsa de TV3 del 2 de desembre de 2008.

Taula 42. Premis i distincions rebuts per 30 minuts. Any 2008

<i>El fotògraf de l'èxode</i>	- Seleccionat com a finalista al Premi del Mediterrani de Medi Ambient, Almeria (14 de gener).
<i>Habitacions a preu de pis</i>	- Premi del Consell Municipal de Benestar Social (28 de febrer de 2008).
<i>Guernica, pintura de guerra</i>	- Seleccionat per participar en els premis de televisió dels Festivals de Cinema de Nova York, en la categoria d'Arts, Nova York, 1 de febrer.
	- Seleccionat per participar al Festival International du Grand Reportage d'Actualité et du Documentaire de Société (FIGRA), Le Touquet Paris-Plage, França, del 26 al 30 de març de 2008.
	- La versió interactiva d'aquest reportatge va ser finalista als Premis Emmy en la categoria de programa interactiu. Canes (França), 8 d'abril.
	- Seleccionat per l'ArteCinema Festival Internazionale di Film Sull'Arte Contemporanea, Nàpols, Itàlia (octubre de 2008).
<i>Vides minades</i>	- Primer premi del XX Concurs de Televisió de Mans Unides (juny de 2008).
<i>Consumint el planeta</i>	- Seleccionat per participar en competició al Festival Internacional del Cinema de Medi Ambient de Catalunya, el Prat de Llobregat, 31 de maig - 8 de juny.
<i>L'Argentina, punt i seguit</i>	- Finalista del Premi Periodístic Televisiu Ilaria Alpi (Ilaria Alpi Journalistic Television Award) (6 de juny de 2008).
	- Seleccionat per competir en la 22a edició del Festival International de Programmes Audiovisuels (FIPA), de Biarritz 2009.
<i>11-M, connexió Madrid</i>	- Seleccionat com a finalista del Premi Europa en la categoria Current Affairs (16 de setembre).
<i>Estrelles de l'extraradi</i>	- Seleccionat dins de la programació del 6è Festival Internacional In-Edit Beefeater de Cine i Documental Musical, Barcelona, 23 d'octubre-2 de novembre (3 d'octubre).
<i>Un nadó per salvar els fills</i>	- Premi a l'obra periodística sobre bioètica, atorgat per la Fundació Víctor Grífols i Lucas (27 d'octubre).

Font: TVC.

Taula 43. Evolució històrica audiència Els matins. Període 2004-2008

Temporades	Emissions	Audiència	Audiència (%)	Quota (%)
23-04-2004 al 02-07-2004	50	46.000	0,7	12,8
13-09-2004 al 08-07-2005	192	69.000	1,1	20,8
12-09-2005 al 07-07-2006	193	88.000	1,3	22,7
04-09-2006 al 31-08-2007	241	77.000	1,2	19,5
03-09-2007 al 29-08-2008	241	77.000	1,1	17,7
01-09-2008 al 09-01-2009	81	85.000	1,3	17,5
Total	998	85.000	1,2	19,5

Font: TNS/TVC.

4.4. Programes d'humor

Els habituals espais d'humor de TV3, com ara *Polònia* i *APM?*, que tan bons resultats d'audiència han aportat, enguany s'han incrementat amb dos nous títols, *Crackòvia* i *Herois quotidians*. De fet, aquest grup de programes ha situat tres de les seves emissions de 2008 entre els programes més vistos d'un rànquing en què el futbol acapara gairebé la meitat de les emissions.

Polònia

Polònia se n'anava de vacances el 10 de juliol celebrant les 100 emissions, amb un programa en què es mostraven imat-

ges inèdites del Congrés del Partit Popular Català; del president Montilla (Sergi Mas) designant el president en funcions durant l'estiu, i d'una reunió entre Artur Mas (Bruno Oro) i Josep Antoni Duran i Lleida (Xavier Serrano) en què es replantejava la relació entre Convergència i Unió amb relació al Congrés de Convergència. Successivament es van emetre dos especials: un making of, que explicava el procés de creació d'un gag (el 17 de juliol), i un resum dels millors moments d'aquesta etapa (31 de juliol).

Després de l'estiu, Carlos Latre va passar a interpretar Artur Mas; Xavi Serrano a María Teresa Fernández de la Vega i Mireia Portas a la periodista Raquel Sans, el personatge de la qual

Taula 44. Posició dels programes d'humor de TV3 en el rànquing d'audiència. Any 2008

Núm. rànquing	Títol	Data emissió	Milers	Quota %
18	<i>Polònia</i>	06-03-08	1.021.000	31,4
21	<i>Crackòvia</i>	01-12-08	899.000	28,2
24	<i>APM?</i>	16-12-08	889.000	26,3

Font: TNS/TVC.

debutava en el programa del 18 de setembre. L'exitós Ferran Adrià (Cesc Casanovas) tornava a *Polònia* per preparar un sopar memorable al qual van assistir les famílies Montilla i Mas, que no van confraternitzar malgrat els esforços de l'incansable Adrià.

El 2008 s'han emès 44 programes de *Polònia*, l'audiència mitjana dels quals ha estat de 712.000 espectadors (10,5% de *share*).

Crackòvia

Crackòvia és una proposta d'humor de l'equip de *Polònia* centrada en l'actualitat esportiva, abordada mitjançant gags. Produït també per Veranda Televisió i Can Cuca, el nou programa de Toni Soler neix precisament arran de l'èxit del seu predecessor, amb el qual manté una relació innegable que es fa evident ja des dels títols respectius. Tal com assenyala el guionista Pau Escribano en relació amb *Crackòvia*, "Aquest programa és un fill de *Polònia*, un programa que té el mateix format, i l'únic que canvia és el tema que tracta. S'ha agafat una ciutat de Polònia i se li ha sumat una c dels "cracks."⁶⁸

Crackòvia se centra principalment en el Barça i sempre està a l'última dels resultats de les trobades i de les diferents notícies que es generen entorn de l'equip blaugrana, però sense oblidar d'altres esports que també gaudeixen d'una presència abundant a TV3, com ara la Fórmula 1, el motociclisme, el bàsquet, etc. Entre les diferents seccions de *Crackòvia*, es poden destacar les següents: "La retransmissió del partit", des de la cabina dels principals locutors; "Retransmissions en zàping", amb imatges d'esdeveniments dispars retransmeses per jugadors o membres de la directiva; "La veu del soci", que presenta els comentaris des de les grades de Josep Lluís Núñez i Joan Gaspar, o "El comentari final", amb què Johan Cruyff i Carles Reixach tanquen cada edició del programa.

Les 17 emissions de *Crackòvia* de 2008 han obtingut una audiència mitjana de 767.000 persones espectadores i un *share* de l'11,3%, gairebé un punt més que *Polònia*.

APM?

L'arenga de Josep Lluís Núñez al Barça va ser precisament un dels ingredients de la tornada de l'*APM?* a la graella de TV3 el 6 de maig, en un programa que presentava una nova edició d'*Sputnik* i estrenava la secció "El deformatiu", una rèplica del telenotícies de TV3 en clau d'humor en què s'agafa l'entradeta

real dels presentadors del TN i s'enllaça amb imatges d'altres programes. La quarta temporada acabava el 22 de juliol amb una audiència mitjana de 572.000 espectadors (19,2% de *share*).

La novetat més destacada de la temporada 2008-2009, iniciada el 30 de setembre, és la presència a l'*APM?* de convidats reals (polítics, esportistes, periodistes, etc.) que s'enfronten a les seves pròpies pífies ("Pressing APM"). *APM Extra* també estrenava temporada (la segona, en aquest cas), el diumenge 5 d'octubre, amb un repàs dels grans moments de la televisió i les habituals paròdies de personatges, programes, etc.

El 2008, TV3 ha ofert un total de 38 emissions d'*APM?*, que li han reportat una mitjana de 630.000 espectadors, equivalents a una quota del 9,3%.

Herois quotidians

L'estructura del programa *Entre línies* constitueix el referent d'*Herois quotidians*, un espai d'humor que parodia els tòpics i els prejudicis de la societat catalana, mitjançant dos falsos reportatges en cada edició protagonitzats per persones comunes i realitzats en espais reals. El programa intenta construir una mena de quotidianitat alternativa i surrealista, però des d'un vessant lúdic i pedagògic.

Empar Moliner, Juan Carlos Ortega i Àlex Torió dirigeixen un espai amb guió d'Empar Moliner, que primer es va estrenar el 16 de juny al web (<<http://www.tv3.cat/heroisquotidians>>) i el dia 30 a TV3 (a les 23.35 h). Precisament, una de les peculiaritats d'*Herois quotidians* resideix en el fet que cada setmana es pot veure el capítol corresponent per internet abans que s'emeti per televisió.

4.5. Entreteniment

Les estrenes de l'àrea d'Entreteniment de TV3 exploren enguany noves temàtiques i formats, en un intent d'interessar l'espectador sense recórrer ni a la crònica rosa, ni als tòpics dels *late shows* (sexe, escàndols, etc.).

Somiers

Somiers és el primer programa de Catalunya i de l'Estat dedicat íntegrament als somnis. No es tracta d'un espai de divulgació científica, tot i que també s'intenta que l'espectador arribi a aprendre coses d'aquest món fascinant sobre el qual s'ha

⁶⁸ <<http://crackoviatv3panoramica.blogspot.com/2008/10/entrevista-amb-el-pau-escribano.html>> [Consulta: octubre de 2008]

especulat tant. *Somiers* intenta relacionar els somnis de les persones amb qüestions filosòfiques i antropològiques, però també psicològiques i psiquiàtriques, i els diferents continguts del programa han estat supervisats per Consuelo Barea, especialista en les possibilitats terapèutiques dels somnis.

Anna Llacher presenta un programa que es va estrenar a TV3 el dimarts 27 de maig, a les 23.15 h, emès des d'un plató de cartró la pantalla màgica del qual permet accedir als somnis dels altres. Cada emissió de *Somiers* s'estructura entorn d'un tema monogràfic ("Mort", "Por i violència", "Sexe", etc.) abordat mitjançant la recreació d'un somni de la presentadora, d'un convidat i de dos espectadors, examinats mitjançant l'ajuda del psicòleg expert en somnis Jordi Borràs. Cada capítol de *Somiers* ofereix també reportatges i consells per poder gaudir al màxim dels nostres somnis.

Les 13 emissions que integren *Somiers* han obtingut un *share* mitjà del 6,3%, equivalent a 146.000 espectadors.

Llegendes urbanes

Llegendes urbanes és l'adaptació del format canadenc *Urban Legends*, produït per TVC i Media 3.14, que s'estrenava a TV3 el 7 d'agost. El programa, presentat per Juan Ramon Bonet i Jordi Rico, consta de 13 capítols de 45 minuts de durada. Cada capítol està integrat per quatre llegendes urbanes, tres de les quals procedeixen del format original, mentre que la quarta ha estat reconstruïda expressament per al programa i s'ubica a Catalunya. Només una de les quatre llegendes de cada programa és autèntica.

Totes les llegendes s'expliquen mitjançant dramatitzacions i al final de cada capítol es revela quina de les quatre és l'autèntica i se n'entrevista els autèntics protagonistes o els actors que les han interpretat. També s'hi inclouen alguns minimites o llegendes d'aproximadament un minut, narrats mitjançant animació, i, tal com es produeix amb les quatre llegendes centrals, alguns són veritables i d'altres són falsos. La temàtica de *Llegendes urbanes* és d'allò més variada, ja que combina notícies sorprenents, banalitats, històries de por, fatalitats, etc., que es mouen entre els contes i la realitat.

La mitjana d'audiència de *Llegendes urbanes* ha estat de 111.000 persones espectadores, que representen un 6,8% de *share*.

4.6. Concursos

Emprenedors

En un any marcat per la crisi, TV3 estrena *Emprenedors*, un concurs destinat a donar suport a les persones amb iniciativa, que premiava amb 100.000 euros el guanyador de la proposta comercial més original. Lluís Caelles dirigeix i presenta un programa que comptava amb la col·laboració de Barcelona Activa, el Departament de Treball i la Cambra de Comerç de Barcelona. El jurat d'*Emprenedors* estava integrat pels professionals de l'empresariat Albert Colomer, Maria José de Oro i Carles Torrecilla, que valoraven tant els projectes com l'esperit dels possibles empresaris.

De les 700 propostes rebudes, TV3 va escollir 34 projectes, les persones responsables dels quals van participar en una fase de selecció que va ser enregistrada i que va donar lloc a cinc emissions especials de 15 minuts cada una, emeses a les 20.45 h a partir del 21 d'octubre. Des del 2 de novembre, els vuit concursants elegits participaven en altres programes dels quals s'anaven eliminant, d'un en un, els candidats amb un projecte i un tarannà que oferien menys solidesa. Cada edició d'*Emprenedors* també incloïa opinions, records i consells de coneguts empresaris.

Roser Díaz, una peixatera de l'Escala, va guanyar el concurs amb la proposta d'una empresa d'elaboració i distribució d'embotit de peix blanc.

Bocamoll

Bocamoll, el concurs diari sobre la llengua catalana presentat per Espartac Peran i dirigit per ell mateix i Sílvia Pons, continuava entretenant tota la família el 2008 amb una gran varietat de proves d'agilitat i de rapidesa que remarquen la funció lúdica de la llengua. La procedència geogràfica dels participants del concurs és molt variada, com també les edats, i compta tant amb participants que tenen el català com a llengua materna com amb persones que han arribat a Catalunya recentment. Una de les claus de l'èxit de *Bocamoll* rau precisament en el fet que incita les persones teleespectadores a jugar a casa i des de l'abril els ofereix també la possibilitat de participar-hi des de la pàgina web del programa (<<http://www.tv3.cat/bocamoll/>>), que inclou totes les proves i permet jugar-hi de manera individual i col·lectiva.

El concurs és una adaptació del programa basc *Mihiluze* i s'emet a TV3 des de 2007. En tornar a la graella després de l'estiu, el dia 8 de setembre, *Bocamoll* introdueix un petit canvi en el decorat a les taules dels concursants, per tal que encaixin millor amb els tons ataronjats del plató.

4.7. Esportius

Tal com succeeix a la resta de televisions, el futbol és, sens dubte, l'esport estrella de la programació de TV3, i li ha proporcionat alguns dels millors resultats d'audiència. Com ho ha anat fent històricament, TV3 ha emès tots els partits de la pretemporada del Barça (a partir del dijous 24 de juliol), com també la fase prèvia de la Champions League, en espera de les transmissions regulars de la Lliga.

Els espais sobre futbol *Avantmatx*, *Gol a gol* i *El vestidor* complementen, un any més, les retransmissions dels partits. *Avantmatx*, l'espai previ a les retransmissions dels partits de la Lliga, ofereix informacions i comentaris sobre les alineacions del partit corresponent, com també reportatges sobre l'arribada dels dos equips a l'estadi o altres temes relacionats amb el partit del dia. La primera edició de *Gol a gol*, presentada per Imma Pedemonte i Xavier Torres, canviava d'horari el diumenge 3 de febrer i passava a emetre's a les 19.00 h, amb la qual cosa es convertia en el programa que ofería primer els resultats de la Lliga de Primera Divisió, pocs minuts després que finalitzessin

Taula 45. Audiència de futbol de TV3. Any 2008

Programa	Nre. Emissions	Milers	Quota (%)
Futbol Copa del Rei	3	890	31,1
Futbol Lliga de Campions	2	630	29,6
Futbol Trofeu Joan Gamper FC Barcelona-Boca Juniors	1	489	28,5
Futbol Lliga espanyola	42	487	19,2
Futbol Copa Catalunya FC Barcelona-Sant Andreu	1	221	8,1
Futbol amistós	11	253	16,7
Futbol Lliga espanyola Segona Divisió	1	156	8,3
<i>Avantmatx</i>	18	309	13,4
<i>El vestidor</i>	27	238	12,1
<i>Gol a gol</i>	18	192	8,7

Font: TNS/TVC.

els partits de les 17.00 hores. El vestidor, el programa d'entrevistes i anàlisi dels partits, estrenava un mecanisme de grafisme virtual en ocasió d'un especial emès després del Barça-Madrid del 13 de desembre.

Els resultats del futbol el 2008 són molt dispersos, tot i que hi ha algunes emissions que han proporcionat a TV3 dades d'audiència molt elevades. De fet, 14 espais de futbol se situen entre els 30 programes més vistos de l'any, sis dels quals eren partits del Barça.

La Fórmula 1 també ocupa un espai destacat a TV3, amb la retransmissió de la temporada completa del Gran Premi d'Automobilisme, que s'iniciava el cap de setmana del 15 i el 16 de març amb el Gran Premi d'Austràlia i s'acabava el novembre al Brasil. Enguany vencien els drets de transmissió de TV3 durant el període 2005-2008 del circuit GP i, el març, la Sexta adquiria en exclusiva els del bienni 2009-2010 amb la intenció de subhastar-los successivament.

Entre els entrenaments i les curses, TV3 ha emès durant els caps de setmana d'aquest any 43 programes, als quals cal sumar d'altres entre els 20 Previs GP i els 23 Post GP, més tres emissions del GP2 Sèries, la categoria monomarca creada el 2005.

La importància per a TV3 de la Fórmula 1, que el primer canal català ha anat emetent des de 1997, no rau únicament en l'atractiu que exerceix entre les persones espectadores, sinó també en el servei que presta a les 70 cadenes mundials que la retransmeten (senyal i assistència tècnica) amb motiu del Gran Premi de Catalunya.

Coincidint amb l'inici del circuit de Fórmula 1, TV3 llançava + motor, un programa dominical l'objectiu del qual era informar i aconsellar els usuaris de vehicles amb motor, des de la

Taula 46. Audiència de les emissions del GP Fórmula 1 de TV3. Any 2008

Programa	Nre. emissions	Milers	Quota (%)
Fórmula 1 (entrenaments i curses)	43	225	15,6
Fórmula 1 Previ	20	116	9,7
Fórmula 1 Post	23	253	15,1
GP2	3	58	6,7

Font: TNS/TVC.

perspectiva del consumidor. + motor oferia amb seccions fixes, adreçades a mostrar als espectadors coses útils relacionades amb el món del motor, com ara realitzar petites reparacions mecàniques o bé mostrar-los les darreres novetats del mercat.

Aquest espai de 30 minuts de durada, dirigit i presentat per Sebastià Roca, s'estrenava precedint la reemissió del Gran Premi d'Austràlia, el diumenge 16 de març a les 10.15 h. Les 11 emissions de + motor el 2008 han obtingut una mitjana de 49.000 espectadors (6,2% de share).

TV3 també ha emès enguany alguns programes especials que val la pena destacar. *L'àlbum del Pep*, un programa sobre l'entrenador del FC Barcelona Josep Guardiola emès el 16 de juny, va obtenir una mitjana de 587.000 persones espectadores (18,3% de share). *Nadal a tres bandes*, un programa sobre el món del billar, barreja d'esport i d'entreteniment, que la cadena catalana emet cada any el dia 25 de desembre, va obtenir aquest cop 467.000 espectadors (17,2% de share). *Podis* acomiadava l'any, el 31 de desembre, repassant les peripècies dels esportistes més famosos mitjançant caricatures i un guió de ficció, i va ser seguit per 506.000 persones espectadores (24,6% de share).

4.8. Origen de les produccions emeses per TVC durant l'any 2008

4.8.1. La difusió d'obra europea a TVC

Durant el 2008 tant TV3 com el K3/33 han complert l'obligació de reservar el 51% del total del temps d'emissió a la difusió d'obres europees. TV3 hi dedica un 68,9% del total del temps computable⁶⁹ i el K3/33, un 68,3%. Dues xifres molt similars però que, tal com s'explica en aquest apartat, tenen aspectes diferenciats pel que fa a l'origen de la producció i, sobre tot, al gènere de la programació per país d'origen.

Quant al compliment de les quotes de reserva d'emissió d'obra europea segons la llengua original, TVC també compleix a bastament els mínims obligatoris, tant pel que fa a l'obligació de destinar el 51% del temps de reserva de les produccions europees a obres de llengua originària oficial a Catalunya (TV3 hi

⁶⁹ A aquests efectes, segons l'article 87.3 de la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, no es computa el temps d'emissió d'informatius, retransmissions esportives, jocs, publicitat, serveis de teletext i teletenda.

dedica el doble d'hores del mínim obligatori i el K3/33 un 70,2% del temps de reserva), com pel que fa al mínim del 50% del temps de reserva de les produccions de llengua originària oficial a Catalunya a obres de llengua originària en català (TV3 quadruplica i el K3/33 duplica el nombre d'hores obligatòries).

4.8.2. Origen de les produccions a TVC

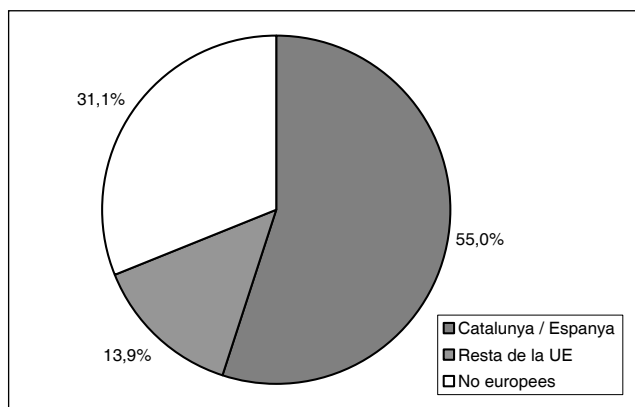
Tot i que els percentatges d'obres europees en les produccions emeses per TV3 i pel K3/33 són molt similars, una anàlisi més exhaustiva de l'origen de les produccions de TVC durant el 2008 mostra algunes diferències i algunes coincidències que cal remarcar (vegeu les taules 47 i 48).

En primer lloc, destaca l'alt percentatge que representen les produccions realitzades a Catalunya i a la resta de l'Estat: el 55% del total de les produccions de TV3 i el 37,5% de les del K3/33.

En segon lloc, malgrat que les produccions dels països de la Unió Europea amb més temps d'emissió conjuntament a les dues emissores de TVC són, en aquest ordre, França, el Regne Unit i Alemanya, les proporcions varien notablement entre els dos canals. Així, a TV3 cap d'aquests països no supera el 5% de l'emissió, mentre que al K3/33 el percentatge d'emissió de produccions originàries de països de la UE és notablement superior: destaquen l'11,9% i el 9,9% corresponents a les produccions originàries de França i el Regne Unit, respectivament.

En tercer lloc, fora de la Unió Europea els dos principals proveïdors de continguts de TVC són els EUA (que representen el 24,6% del temps d'emissió de TV3 i el 12,8% del K3/33) i el Japó (el 2,8% de TV3 i el 12,2% del K3/33). Les proporcions són, però, manifestament diferents i les 937 hores de producció japonesa al K3/33 davant de les 180 a TV3 responen a l'emissió de nombroses telesèries d'animació en el segon canal de TVC.

Gràfic 28. TV3. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

El gràfic 28 corresponent a TV3 mostra el predomini de produccions d'origen europeu emeses pel prestador i, en especial, catalanes i de la resta d'Espanya.

El percentatge de produccions d'origen europeu al K3/33 és gairebé idèntic al de TV3, tot i que en aquest canal el temps d'emissió dedicat a les produccions d'altres països de la UE augmenta en detriment de les produïdes a Catalunya i a la resta d'Espanya (vegeu el gràfic 29).

4.8.3. Origen de les produccions de TVC i gènere dels programes

Una anàlisi que relacioni el gènere dels programes emesos per TVC durant l'any 2008 amb el país d'origen posa de manifest, en primer lloc, que la ficció ocupa un percentatge de les pro-

Taula 47. TV3. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008

Produccions	Origen	Hores d'emissió	% sobre el total
Europees	Catalunya / Espanya	3.506	55,0
	Regne Unit	317	5,0
	França	183	2,9
	Alemanya / França / Itàlia / Regne Unit	95	1,5
	Itàlia	81	1,2
	Alemanya	69	1,1
	Reste de la UE	145	2,2
No europees	EUA	1.569	24,6
	Japó	180	2,8
	Canadà	82	1,3
	Austràlia	36	0,6
	Reste no europees	115	1,8
Total hores produccions TV3		6.378	100

A Totes les coproduccions Alemanya / França / Itàlia / Regne Unit corresponen a la telesèrie *Riviera*.

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Taula 48. K3/33. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008

Produccions	Origen	Hores d'emissió	% sobre el total
Europees	Catalunya / Espanya	2.889	37,5
	França	914	11,9
	Regne Unit	762	9,9
	Alemanya	408	5,3
	Itàlia	35	0,5
	Resta de la UE	255	3,2
No europees	EUA	986	12,8
	Japó	937	12,2
	Canadà	213	2,8
	Austràlia	172	2,2
	Resta no europees	131	1,7
Total hores produccions K3/33		7.702	100

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

duccions catalanes i de la resta de l'Estat considerablement inferior als altres països d'origen, tant a TV3 (13,6%) com al K3/33 (8,3%).

En termes absoluts, el temps d'emissió de ficció realitzada a Catalunya o a la resta de l'Estat en el conjunt de TVC també és inferior, atès que representa 717 hores davant de les 1.586 hores, 1.819 hores i 1.018 hores de les produccions de la resta de la UE, dels EUA i del Japó, respectivament.

A TV3, la ficció només és el tercer gènere de la producció amb origen a l'Estat espanyol per nombre d'hores d'emissió, darrere de l'entreteniment i de la informació (vegeu la taula 49 i el gràfic 30). Per contra, la ficció constitueix un 94,1% de les produccions de la resta de la Unió Europea, un 99% de les dels EUA i un 100% de les japoneses (vegeu els gràfics 31 i 32).

El gràfic 30 mostra que a TV3 els principals gèneres produïts a Catalunya o a la resta de l'Estat són l'entreteniment (42,6% del total) i la informació (36,6%).

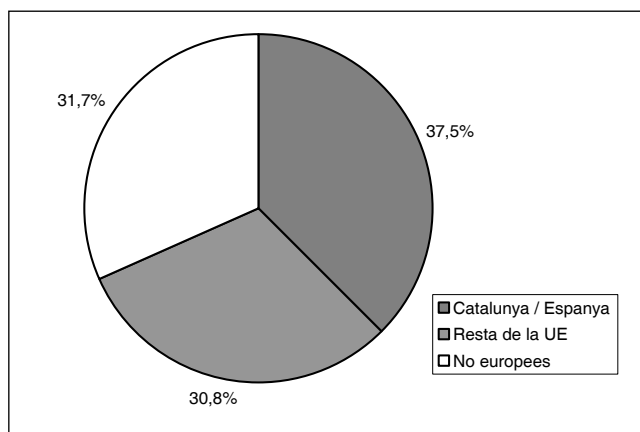
La graella del K3/33, molt més centrada en la programació cultural i musical (el 33) i infantil i juvenil (K3) que la de TV3, té una incidència evident en la distribució dels programes per gèneres en funció del seu origen (vegeu la taula 50).

Els programes culturals, conformats principalment per documentals, representen un considerable 36,1% de les produccions realitzades a Catalunya o a d'altres llocs de l'Estat. En el cas de les d'origen a la resta de la Unió Europea, aquest percentatge arriba al 64,1%. Així mateix, és digne d'esment el petit percentatge de programació musical (2%) de les obres de la UE comparat amb les produccions d'aquest tipus realitzades a l'Estat espanyol (27,3%).

Al K3/33 la ficció representa el 31,6% de les obres de la resta de la UE, el 27% de les dels EUA i el 89,4% de les d'origen japonès (vegeu la taula 50 i el gràfic 35).

Finalment, les produccions de fora de la UE emeses pel K3/33 durant l'any 2008 es concentren fonamentalment en dos gèneres: ficció i culturals, de manera que en tots els casos entorn del 90% del temps d'emissió correspon a aquests dos gèneres (vegeu la taula 50 i els gràfics 34 i 35).

Gràfic 29. K3/33. Origen de les produccions emeses durant l'any 2008

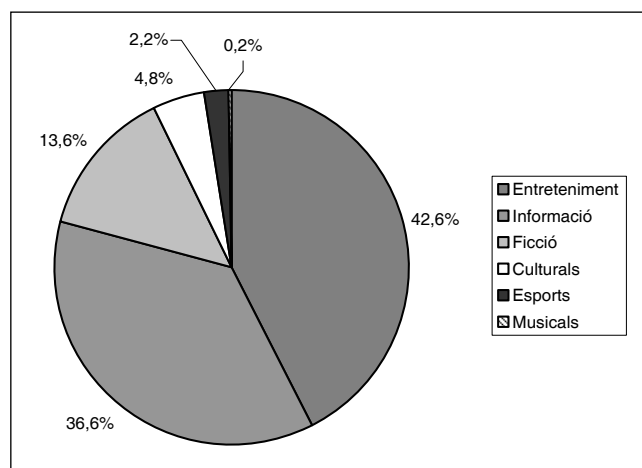


Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

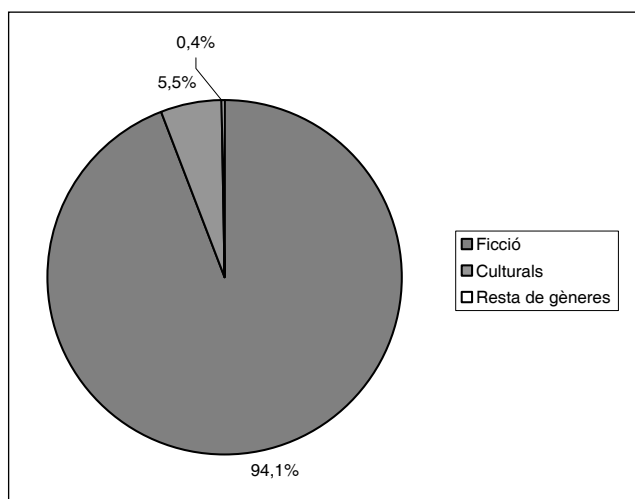
Taula 49. TV3. Origen de les produccions i gènere dels programes emesos durant l'any 2008

Produccions	Origen	Gènere dels programes	Hores d'emissió	%	Total
Europees	Catalunya / Espanya	Entreteniment	1.495	42,6	3.506
		Informació	1.280	36,6	
		Ficció	478	13,6	
		Culturals	169	4,8	
		Esports	78	2,2	
		Musicals	6	0,2	
	Resta de la UE	Ficció	837	94,1	890
		Culturals	49	5,5	
		Resta de gèneres	4	0,4	
No europees	EUA	Ficció	1.553	99,0	1.569
		Resta de gèneres	16	1,0	
	Japó	Ficció	180	100	180
	Canadà	Ficció	60	73,2	82
		Entreteniment	22	26,8	
	Austràlia	Ficció	35	97,2	36
		Resta de gèneres	1	2,8	
	Resta no europees	Ficció	112	97,4	115
		Resta de gèneres	3	2,6	
Total hores produccions TV3			6.378		

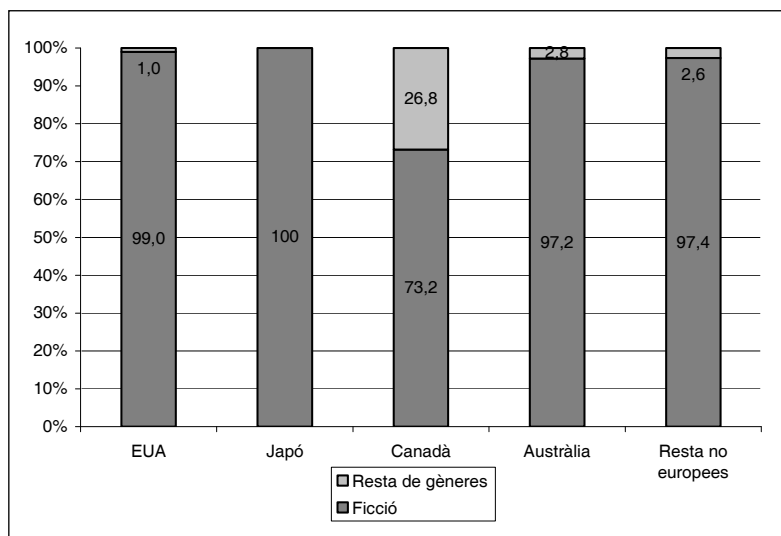
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Gràfic 30. TV3. Gènere de les produccions realitzades a Catalunya o a la resta de l'Estat emeses durant l'any 2008

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Gràfic 31. TV3. Gènere de les produccions de la UE no realitzades a Catalunya ni a la resta de l'Estat. Any 2008

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Gràfic 32. TV3. Gènere de les produccions no europees. Any 2008

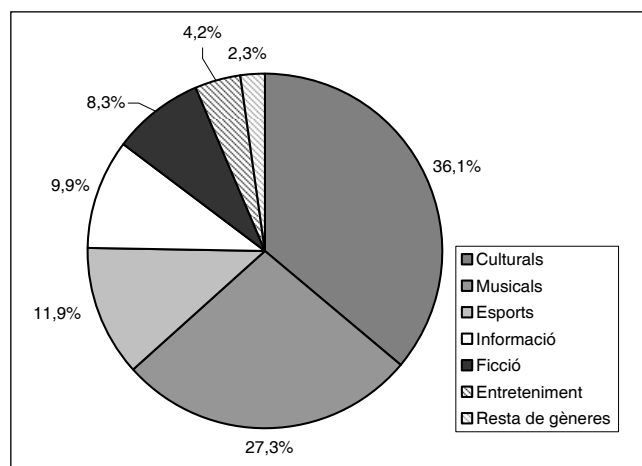
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Taula 50. K3/33. Origen de les produccions i gènere dels programes emesos durant l'any 2008

Produccions	Origen	Gènere dels programes	Hores d'emissió	%	Total
Europees	Catalunya / Espanya	Culturals	1.043	36,1	2.889
		Musicals	790	27,3	
		Esports	342	11,9	
		Informació	287	9,9	
		Ficció	239	8,3	
		Entreteniment	121	4,2	
		Resta de gèneres	67	2,3	
	Resta de la UE	Culturals	1.523	64,1	2.374
		Ficció	749	31,6	
		Musicals	48	2,0	
Informació		48	2,0		
Resta de gèneres		6	0,3		
No europees	EUA	Culturals	586	59,4	986
		Ficció	266	27,0	
		Esports	89	9,0	
		Resta de gèneres	45	4,6	
	Japó	Ficció	838	89,4	937
		Culturals	99	10,6	
	Canadà	Culturals	137	64,3	213
		Ficció	58	27,2	
		Entreteniment	8	3,8	
		Resta de gèneres	10	4,7	
	Austràlia	Culturals	108	62,8	172
		Ficció	62	36,0	
		Informació	2	1,2	
	Resta no europees	Culturals	76	58,0	131
		Ficció	51	38,9	
		Informació	4	3,1	
Total hores produccions K3/33			7.702		

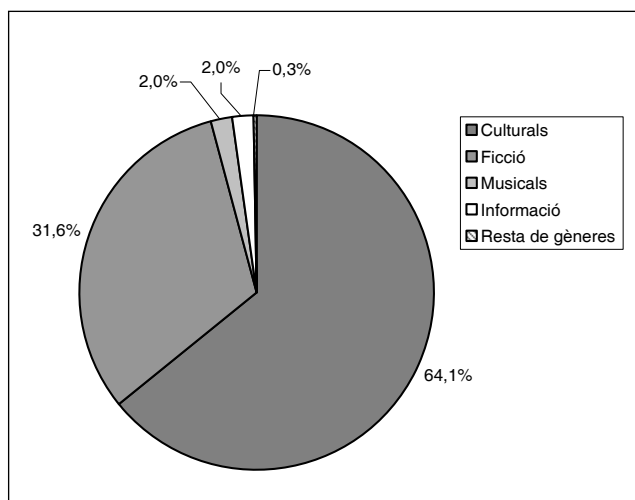
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Gràfic 33. K3/33. Gènere de les produccions realitzades a Catalunya o a la resta de l'Estat emeses durant l'any 2008



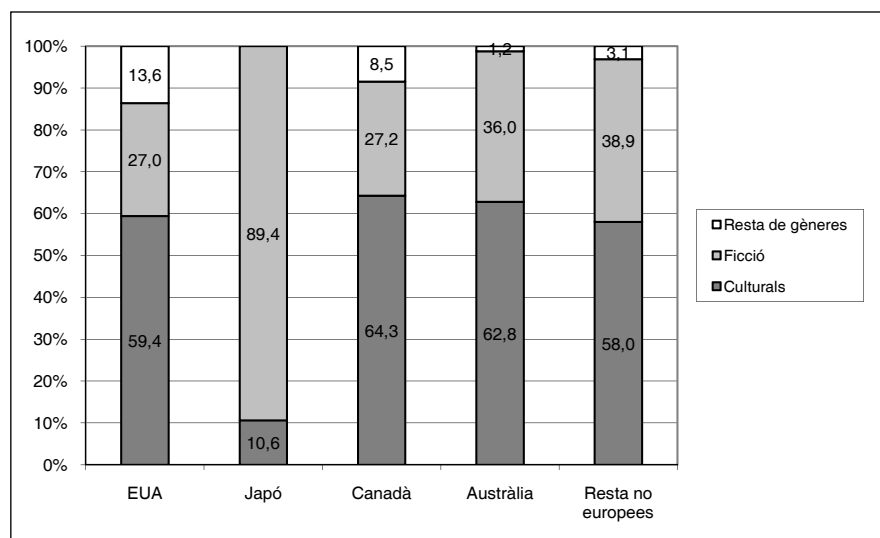
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Gràfic 34. K3/33. Gènere de les produccions realitzades a la resta de la UE emeses durant l'any 2008



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

Gràfic 35. K3/33. Gènere de les produccions no europees emeses durant l'any 2008



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TVC.

5. La producció pròpia de TVE a Catalunya

Per primera vegada en sis anys, el volum de producció del centre de TVE a Catalunya augmenta el 2008 més d'un 15% respecte a l'any anterior. En concret, el centre de Sant Cugat ha produït un total de 2.169 hores i 59 minuts, xifra que representa un augment de 322 hores i 50 minuts en números absoluts. En qualsevol dels casos, és un fet remarcable, atès que l'any 2007 la producció global de TVE Catalunya havia disminuït quasi un 30% (vegeu la taula 51).

Aquest augment, però, no es reparteix de forma equilibrada quant a la llengua: la producció de programes en català només augmenta un 7,39%, mentre que en castellà supera el 22% (vegeu la taula 52). Aquest fet se situa en la tendència habitual dels darrers anys, a excepció de 2007, que consisteix a reduir el volum de les desconnexions en català i a augmentar el pes per a la producció de canals d'àmbit estatal. En aquest sentit, l'11 de juliol de 2008, el Consell Assessor de TVE a Catalunya va demanar públicament que RTVE recuperés la franja horària estable, a les nits, de programació en català amb l'objectiu de fidelitzar l'audiència. Així mateix, també va reclamar que no s'alteressin els horaris de programació de les qualificades com a "escasses emissions en català" que es feien.

El centre de Sant Cugat emet en desconnexió territorial la programació específica per a Catalunya. Com a novetat en l'oferta, destaca l'estrena l'octubre de 2008 del programa setmanal que repassa l'activitat del Parlament de Catalunya *Aquí parlarem*, que es rep via desconnexió del Canal 24 Horas. Aquest canal informatiu de TVE s'emet en totes les plataformes digitals (satèl·lit, cable i TDT) i pretén impulsar l'oferta de continguts de servei públic digital, en el context de l'apagada analògica prevista per a 2010. Precisament, l'informatiu en català *Cat24h* s'emet per Canal 24 Horas en horari de *prime time* (de dilluns a divendres de 20.00 hores a 21.00 hores).

Entre els programes de TVE Catalunya per al Principat que es mantenen respecte a l'any anterior trobem *Memòries de la tele*, el programa dels dissabtes a la tarda que s'avança a la

Taula 52. Hores de producció de TVE Catalunya. Període 2007-2008

	Hores	% variació 2007-2008
Producció en català 2008	662 h 32 min.	7,39
Producció en castellà 2008	1.507 h 27 min.	22,54
Total 2008	2.169 h 59 min.	17,4
Producció en català 2007	616 h 56 min.	--
Producció en castellà 2007	1.230 h 13 min.	--
Total 2007	1.847 h 09 min.	-29,47

Font: TVE Catalunya.

commemoració que TVE Catalunya fa l'any 2009 dels 50 anys d'història i que rememora figures i programes destacats de la seva trajectòria. També es mantenen els programes *59 segons* (espai de debat d'actualitat i tertúlia política i rèplica catalana de *59 segundos*, que La 1 emet un altre dia per a tot Espanya); *Continuarà...* (agenda cultural); *Els camins de la calma* (itineraris per indrets de Catalunya que tenen les esglésies com a eix central); *La Missa*, i els reportatges *granangular.cat* (versió catalana del *Gran Angular*, d'àmbit espanyol), a La 1.

Entre les més de 1.500 hores que produeix TVE Catalunya per a tot Espanya, destaquen programes consolidats com ara *Mira quién baila* (concurs de ball), *Saber y ganar* (concurs que el 2008 compleix onze anys en antena), *El escarabajo verde* (documentals sobre la natura), *Repor* (documental), *Página 2* (de temàtica literària), *Tres 14* (magazín científic), *Redes* (magazín científic) o els espais juvenil i infantil *En construcción* i *Los Lunnis*. Així mateix, TVE Catalunya també produeix el Canal Teledeporte, programa de TDT d'emissió continuada les 24 hores del dia amb retransmissions en directe, informatius, entrevistes, etc., de contingut esportiu.

Taula 51. Hores de producció de TVE Catalunya. Període 2001-2008

	Hores	% variació anual
2008	2.170	17,50
2007	1.847	-29,47
2006	2.619	0,04
2005	2.618	5,78
2004	2.475	-14,42
2003	2.892	7,99
2002	2.678	15,38
2001	2.321	5,21

Font: TVE Catalunya.

Taula 53. Detall d'hores de producció de TVE Catalunya per llengües. Any 2008

PRODUCCIÓ EN CATALÀ	Hores
Informatius	465 h 00 min.
Programes no informatius	197 h 32 min.
TOTAL CATALÀ	662 h 32 min.
PRODUCCIÓ EN CASTELLÀ	
Informatius	552 h 00 min.
Programes no informatius	955 h 27 min.
TOTAL CASTELLÀ	1.507 h 27 min.

Font: TVE Catalunya.

6. El pluralisme informatiu en els prestadors de serveis audiovisuals d'àmbit català

El Consell ha continuat realitzant, al llarg de l'any 2008, el seguiment de l'observança del pluralisme polític i social en els mitjans audiovisuals. Aquest seguiment s'ha concretat en informes mensuals de pluralisme polític, en un informe trimestral sectorial sobre la presència de les dones en la informació⁷⁰ i en un informe anual sobre la distribució geogràfica i temàtica de la informació.

A partir de les dades dels teletinformatius que consten en aquests informes, aquest apartat presenta els resultats globals de l'any 2008 corresponents als prestadors de serveis de titularitat pública TV3, 3/24⁷¹ i TVE Catalunya i al prestador de serveis de titularitat privada 8tv. D'aquesta manera, es proporciona, d'una banda, una visió general sobre l'actualitat informativa en el conjunt de prestadors analitzats i, de l'altra, una mirada particular al repartiment del temps de paraula entre els diversos actors polítics, la presència de les dones, i la distribució geogràfica i temàtica de la informació.

6.1. Context informatiu

Les informacions que més atenció reben durant el 2008 en els teletinformatius analitzats de TV3, 3/24, TVE Catalunya i 8tv són, a banda de les informacions esportives i la informació meteorològica, en primer lloc les relacionades amb la crisi econòmica i financera tant a escala mundial com a escala estatal, i les seves conseqüències directes en l'àmbit laboral.

En segon lloc, la situació de sequera que va patir Catalunya també ha centrat l'actualitat informativa de 2008, sobretot durant el primer semestre de l'any.

El tercer ítem informatiu amb més temps de notícia ha estat la negociació d'un nou sistema de finançament autonòmic per a Catalunya. La celebració d'eleccions generals a l'Estat espanyol i d'eleccions presidencials als EUA se situen com els següents ítems informatius per temps de notícia durant el 2008.

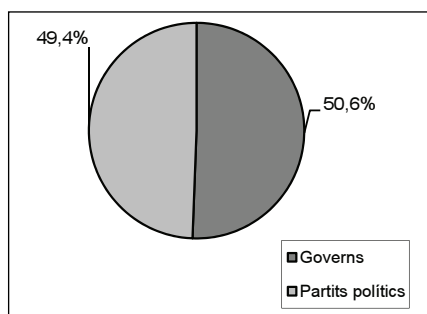
Finalment, a continuació, es troben altres informacions, de caràcter estructural, com ara el terrorisme d'ETA o la immigració, que ja havien aparegut com a temes destacats del context informatiu de l'any 2007.

6.2. Prestadors de titularitat pública: TV3, 3/24 i TVE Catalunya

6.2.1. Pluralisme polític

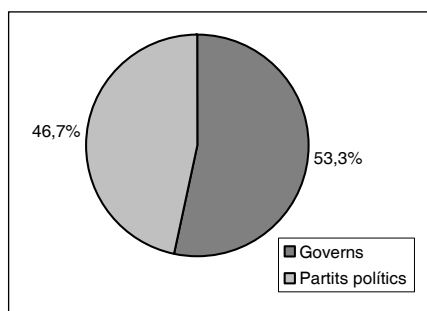
TV3 ha atorgat més del 50% (del sumatori del temps de paraula de governs i partits polítics) als partits polítics, concretament el 51,2%. En canvi, amb una lleugera diferència, TVE Catalunya situa per davant els governs, amb el 53,1%. El 3/24 presenta el 53,3% de temps per a governs, però cal tenir en compte que aquestes dades no inclouen el primer trimestre

Gràfic 36. TV3. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008



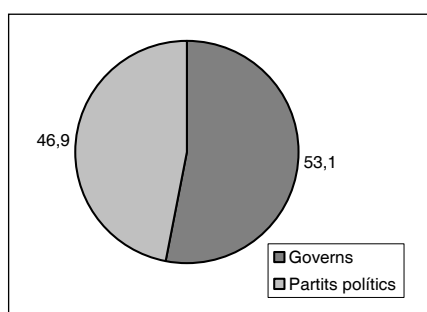
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 37. 3/24. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 38. TVE Catalunya. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

⁷⁰ Aquest informe trimestral analitza el període octubre-desembre de 2008.

⁷¹ Aquest prestador es va incorporar a la mostra dels informes mensuals de pluralisme polític de forma permanent a partir del mes d'abril de 2008.

de 2008, període en què es van celebrar les eleccions generals a l'Estat, la qual cosa comporta un increment del temps dedicat als partits. En qualsevol cas, els resultats obtinguts resulten força equilibrats (vegeu els gràfics 36, 37 i 38).

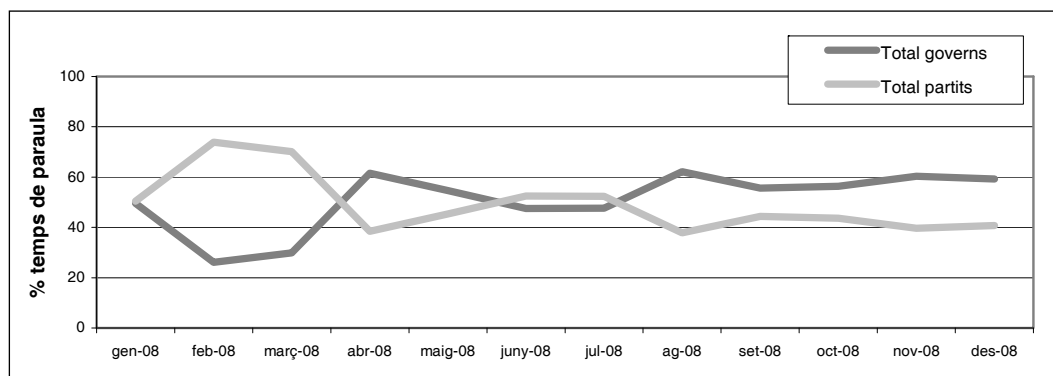
Pel que fa a l'evolució mensual del temps de paraula dels governs i partits polítics el 2008, s'observa un predomini dels partits durant els mesos que inclouen el període electoral per a les eleccions generals de l'Estat.⁷² En els mesos de juny i juliol els temps de paraula de partits tornen a superar el dels governs a TV3 i al 3/24, i s'apropen a TVE Catalunya a causa de la celebració dels congressos de diverses formacions polítiques.⁷³ La resta de l'any es manté un cert equilibri entre partits i governs, amb una tendència general que el temps dels governs sigui superior al dels partits (vegeu els gràfics 39, 40 i 41).

El Govern de Catalunya i el Govern de l'Estat, de la mateixa manera que durant l'any 2007, són els que tenen més temps de paraula. L'executiu català obté entorn del 20% del temps de

paraula del sumatori dels governs i els partits en tots els casos (23,1% a TV3, 20,8% al 3/24 i 21,5% a TVE Catalunya), mentre que la proporció de temps de paraula del Govern de l'Estat es mou en una forquilla més àmplia, entre el 19,8% de TVE Catalunya i el 25,9% del 3/24. El conjunt dels governs locals del Principat sumen un temps de paraula comparativament inferior, per bé que la proporció és més alta a TVE Catalunya (12,3%) que no pas a TV3 (5,9%) i al 3/24 (6,9%). Precisament, els percentatges de TVE Catalunya diferenciats de TV3 o el 3/24 pel que fa a presència del Govern de l'Estat —proporcionalment més baixa— i dels de governs locals —més alta— indica el caràcter de desconexió territorial dels teleinformatius d'aquest prestador.

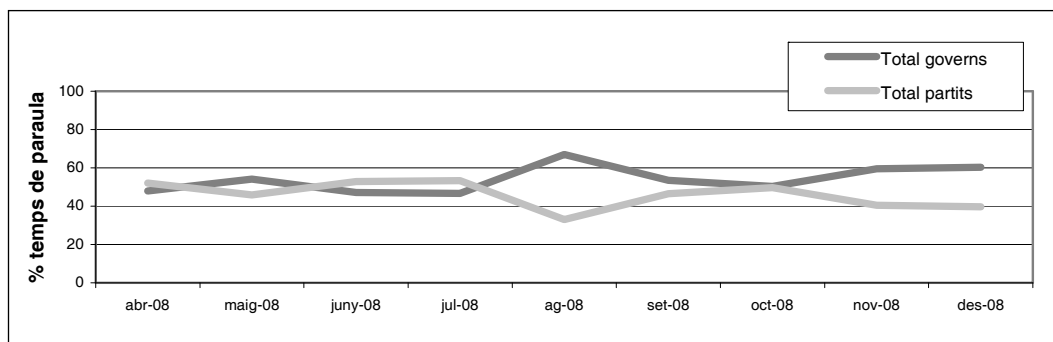
Entre les formacions polítiques amb representació parlamentària, l'agrupació PPC+PP és la que més temps de paraula obté en els dos prestadors de serveis de TVC, amb percentatges molt semblants (13,3% a TV3 i 14,0% al 3/24) del sumatori

Gràfic 39. TV3. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

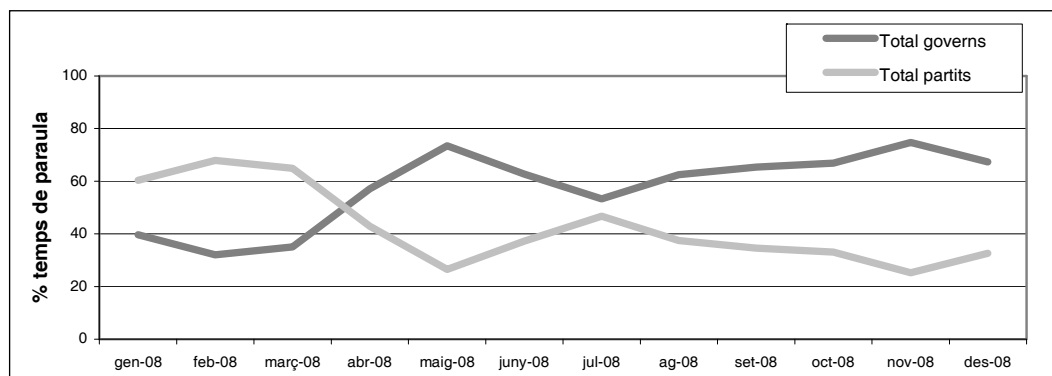
Gràfic 40. 3/24. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

⁷² El 9 de març de 2008 es van celebrar eleccions generals a l'Estat espanyol. La campanya electoral d'aquests comicis es va desenvolupar entre el 22 de febrer i el 7 de març.

⁷³ XXV Congrés Nacional d'ERC (7-14 de juny), XVI Congrés Nacional del PP (20-22 de juny), XII Congrés del PPC (5 i 6 de juliol), XV Congrés de CDC (11-13 de juliol), XI Congrés del PSC (18-20 de juliol) i 37è Congrés Federal del PSOE (4-6 de juliol).

Gràfic 41. TVE Catalunya. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 54. TV3. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Governos	14:42:10	49,4
• Govern de Catalunya	6:52:20	23,1
• Govern de l'Estat	6:04:21	20,4
• Govern de les administracions locals catalanes	1:13:41	4,1
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:31:48	1,8
Partits polítics	15:04:39	50,6
• PPC + PP	3:57:23	13,3
• CiU	3:21:49	11,3
• PSC + PSOE	3:20:59	11,2
• ERC	2:17:19	7,7
• ICV-EUiA + IU	1:27:45	4,9
• C's	0:06:02	0,3
• Resta de formacions polítiques	0:33:22	1,9
Total	29:46:49	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 55. 3/24. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a desembre de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Governos	4:01:26	53,5
• Govern de l'Estat	1:56:41	25,9
• Govern de Catalunya	1:33:49	20,8
• Govern de les administracions locals catalanes	0:20:38	4,6
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:10:18	2,3
Partits polítics	3:29:50	46,5
• PPC + PP	1:03:16	14,0
• CiU	0:50:22	11,2
• PSC + PSOE	0:37:32	8,3
• ERC	0:29:57	6,6
• ICV-EUiA + IU	0:20:14	4,5
• C's	0:01:51	0,4
• Resta de formacions polítiques	0:06:38	1,5
Total	7:31:16	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 56. TVE Catalunya. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	3:45:31	53,7
• Govern de Catalunya	1:30:19	21,5
• Govern de l'Estat	1:23:21	19,8
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:27:42	6,6
• Govern de les administracions locals catalanes	0:24:09	5,7
Partits polítics	3:14:47	46,3
• PSC + PSOE	0:54:22	12,9
• CiU	0:48:44	11,6
• PPC + PP	0:46:45	11,1
• ERC	0:30:28	7,2
• ICV-EUiA + IU	0:13:45	3,3
• C's	0:00:07	0,1
• Resta de formacions polítiques	0:00:36	0,1
Total	7:00:18	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

dels governs i els partits polítics. A TVE Catalunya, la primera posició és per a l'agrupació PSC+PSOE (12,9%). TV3 i el 3/24 presenten a la segona i tercera posicions CiU i PSC+PSOE, respectivament (CiU obté un 11,3% a TV3 i un 11,2% al 3/24). En canvi, TVE Catalunya situa CiU (11,6%) en la segona posició, davant del PPC+PP (11,1%). Les tres formacions polítiques amb representació parlamentària queden en el mateix ordre i obtenen percentatges força semblants en tots tres prestadors: ERC a l'entorn del 7%; ICV-EUiA+IU entre el 3 i el 5% i, finalment, C's entre el 0,1% i el 0,4% (vegeu les taules 54, 55 i 56).

José Luis Rodríguez Zapatero és el representant polític amb més temps de paraula a TV3, 3/24 i TVE Catalunya. José Montilla i Mariano Rajoy ocupen el segon i el tercer llocs, respectivament, a TV3 i TVE Catalunya, mentre que al 3/24 aquestes posicions s'inverteixen (Mariano Rajoy apareix en la segona posició i José Montilla en la tercera).

Dels tres prestadors de titularitat pública i d'àmbit català, únicament els teleinformatius de TV3 van donar temps de paraula a forces polítiques sense representació al Parlament de Catalunya en algun moment al llarg de 2008, sobretot coincidint amb el període de campanya electoral per a les eleccions generals del 8 de març, quan assoleixen un màxim del 3% de temps de paraula en el mes de febrer.

6.2.2. La presència de les dones

La presència total de dones, tant polítiques com no polítiques,

està entorn del 20% del temps de paraula en el conjunt de 2008 en els tres prestadors analitzats (21,2% a TV3; 20,2% al 3/24 i 22,6% a TVE Catalunya). Quant a la presència de dones en les agrupacions d'actors polítics, ja sigui com a representants dels partits polítics o de les institucions, també és molt semblant en els tres prestadors: entorn del 16% del temps de paraula. Això és un increment significatiu respecte a 2007, quan aquesta xifra es va situar en el 13,4% tant a TV3 com a TVE Catalunya.⁷⁴

Pel que fa a la representació de dones en l'àmbit dels actors socials en el trimestre octubre-desembre analitzat,⁷⁵ se n'observa un major percentatge que de dones polítiques, ja que en els tres prestadors se situa entre el 27% i el 29% del temps de paraula, més de deu punts percentuals per sobre de les dones polítiques. Tot i això, les dones de l'agrupació d'actors socials no assoleixen ni un terç de la representació d'actors socials respecte als homes (vegeu els gràfics 42, 43 i 44).

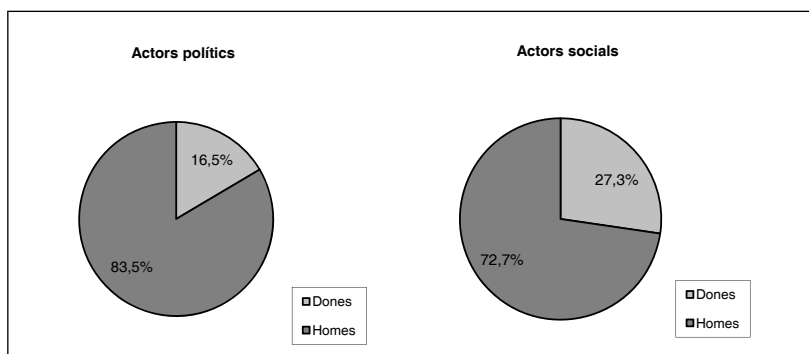
Pel que fa a les agrupacions d'actors socials, la presència de les dones es caracteritza per la poca diversitat en la seva representació. L'agrupació social on les dones tenen més temps de paraula en els tres prestadors és *Altres*,⁷⁶ que ocupa entorn de la meitat del temps de paraula per a les dones en els teleinformatius analitzats. Igualment, en termes absoluts, aquesta agrupació concentra la major part del temps de paraula de dones, amb diferència de la resta d'agrupacions, en els tres prestadors analitzats, fet que confereix un perfil a les dones aparegudes en els teleinformatius de persones no qualificades.

⁷⁴ El 3/24 no va formar part de la mostra dels informes mensuals de pluralisme polític de manera permanent durant el 2007.

⁷⁵ Les dades sobre actors socials es refereixen al període octubre-desembre de 2008 i s'han extret de l'informe sectorial trimestral sobre la presència de les dones en la informació.

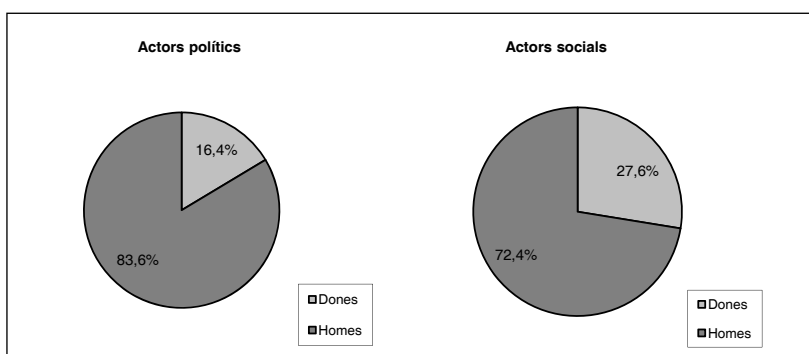
⁷⁶ Agrupa aquells actors ocasionals que intervenen en la notícia com a part implicada en els fets narrats, però que no es poden incloure en cap altra agrupació. Aquests actors són part interessada en els fets, per exemple veïns afectats per un incendi, usuaris afectats per retards en els transports, una persona afectada per una malaltia de la qual parla la notícia, etc.

Gràfic 42. TV3. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Any 2008



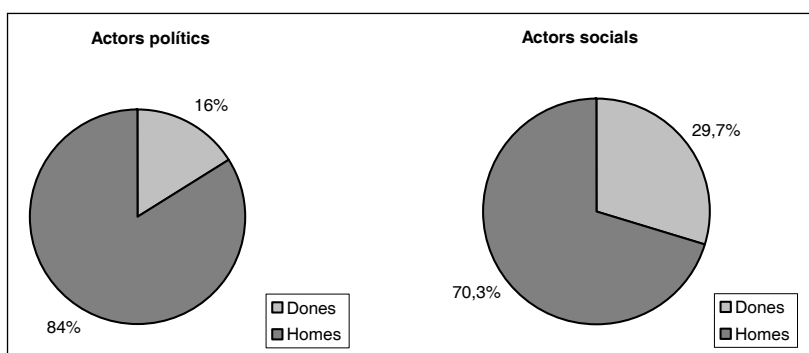
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 43. 3/24. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Abril a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 44. TVE Catalunya. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Any 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 57. TV3. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)

Agrupació	Dones		Homes	
	Temps de paraula	%	Temps de paraula	%
Altres	1:38:40	45,8	1:56:39	54,2
Actors culturals	0:23:10	20,8	1:28:06	79,2
Actors econòmics	0:16:02	20,4	1:02:41	79,6
Sindicats	0:05:35	10,5	0:47:50	89,5
Món associatiu	0:11:01	23,7	0:35:29	76,3
Persones expertes	0:08:30	19,8	0:34:25	80,2
Universitats i ensenyament	0:08:04	19,9	0:32:30	80,1
Organitzacions empresarials	0:00:52	3,6	0:23:30	96,4
Actors del món sanitari	0:06:04	28,4	0:15:16	71,6
Associacions i col·lectius professionals	0:00:33	6,6	0:07:49	93,4
Església catòlica	0:00:59	12,6	0:06:50	87,4
Associacions de veïns i veïnes	-	-	0:04:37	100,0
Religions i esglésies no catòliques	-	-	0:02:35	100,0
Actors esportius ^A	0:00:16	61,5	0:00:10	38,5
Total	2:59:46	27,3	7:58:27	72,7

A Temps de paraula dels actors esportius ubicats fora del bloc esportiu.

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 58. 3/24. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)

Agrupació	Dones		Homes	
	Temps de paraula	%	Temps de paraula	%
Altres	0:30:52	47,8	0:33:41	52,2
Actors culturals	0:04:24	16,9	0:21:38	83,1
Actors econòmics	0:03:52	18,5	0:17:03	81,5
Sindicats	0:01:30	8,8	0:15:36	91,2
Món associatiu	0:03:42	28,0	0:09:31	72,0
Persones expertes	0:02:09	24,0	0:06:48	76,0
Universitats i ensenyament	0:00:59	12,4	0:06:58	87,6
Organitzacions empresarials	-	-	0:06:42	100
Actors del món sanitari	0:00:48	13,4	0:05:11	86,6
Associacions i col·lectius professionals	-	-	0:02:26	100,0
Església catòlica	0:00:13	13,0	0:01:27	87,0
Associacions de veïns i veïnes	-	-	0:00:26	100,0
Total	0:48:29	27,6	2:07:27	72,4

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

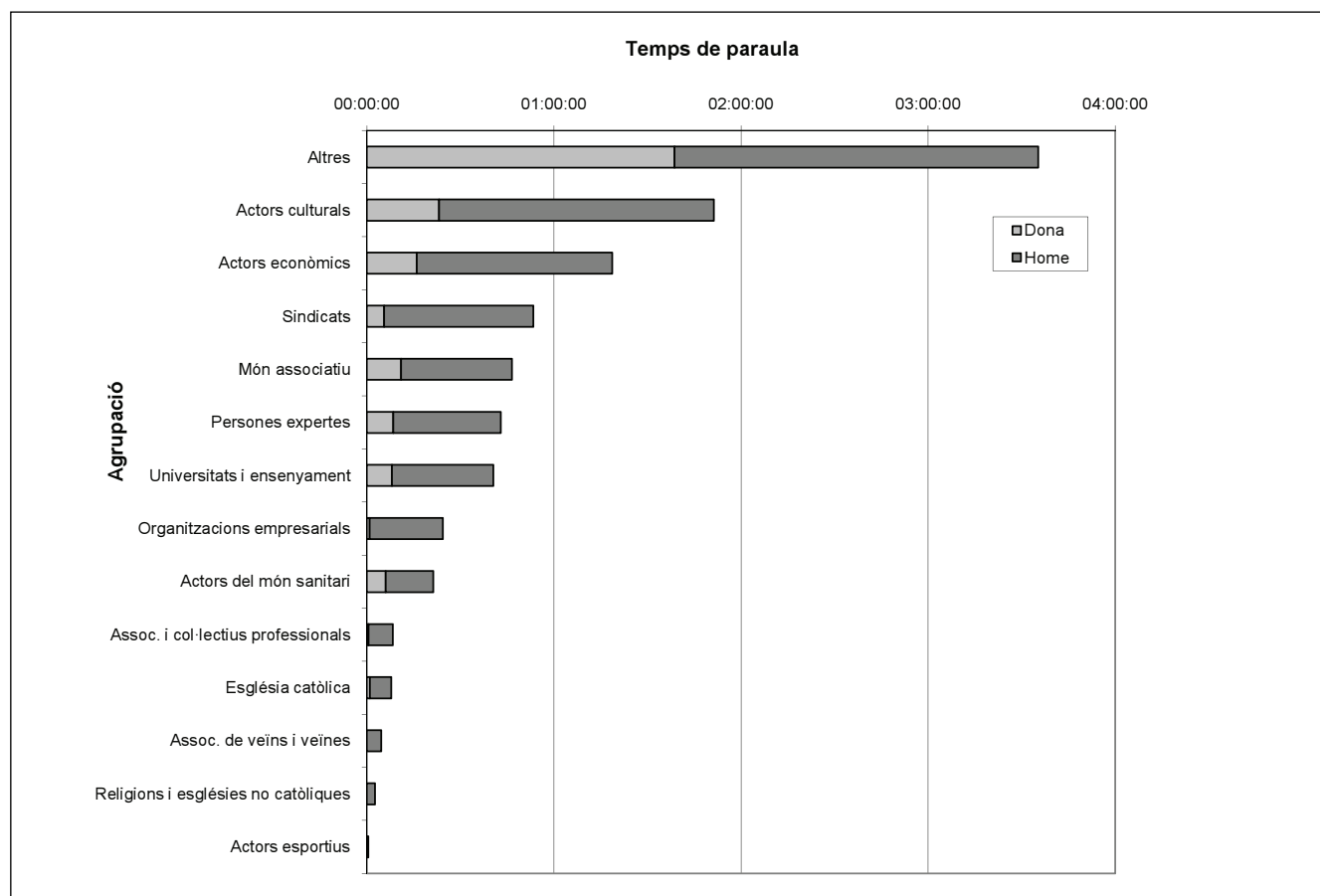
Taula 59. TVE Catalunya. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)

Agrupació	Dones		Homes	
	Temps de paraula	%	Temps de paraula	%
Altres	0:25:54	44,7	0:32:04	55,3
Actors econòmics	0:04:28	22,0	0:15:50	78,0
Sindicats	0:01:01	8,4	0:11:04	91,6
Actors culturals	0:01:56	18,7	0:08:23	81,3
Universitats i ensenyament	0:01:28	15,7	0:07:54	84,3
Actors del món sanitari	0:00:57	10,3	0:08:19	89,7
Món associatiu	0:03:18	35,9	0:05:54	64,1
Persones expertes	0:03:33	40,4	0:05:14	59,6
Organitzacions empresarials	0:00:06	1,9	0:05:05	98,1
Associacions i col·lectius professionals	0:00:14	34,1	0:00:27	65,9
Església catòlica	-	-	0:00:32	100,0
Associacions de veïns i veïnes	-	-	0:00:28	100,0
Actors esportius ^A	-	-	0:00:15	100,0
Total	0:42:55	29,7	1:41:29	70,3

A Temps de paraula dels actors esportius ubicats fora del bloc esportiu.

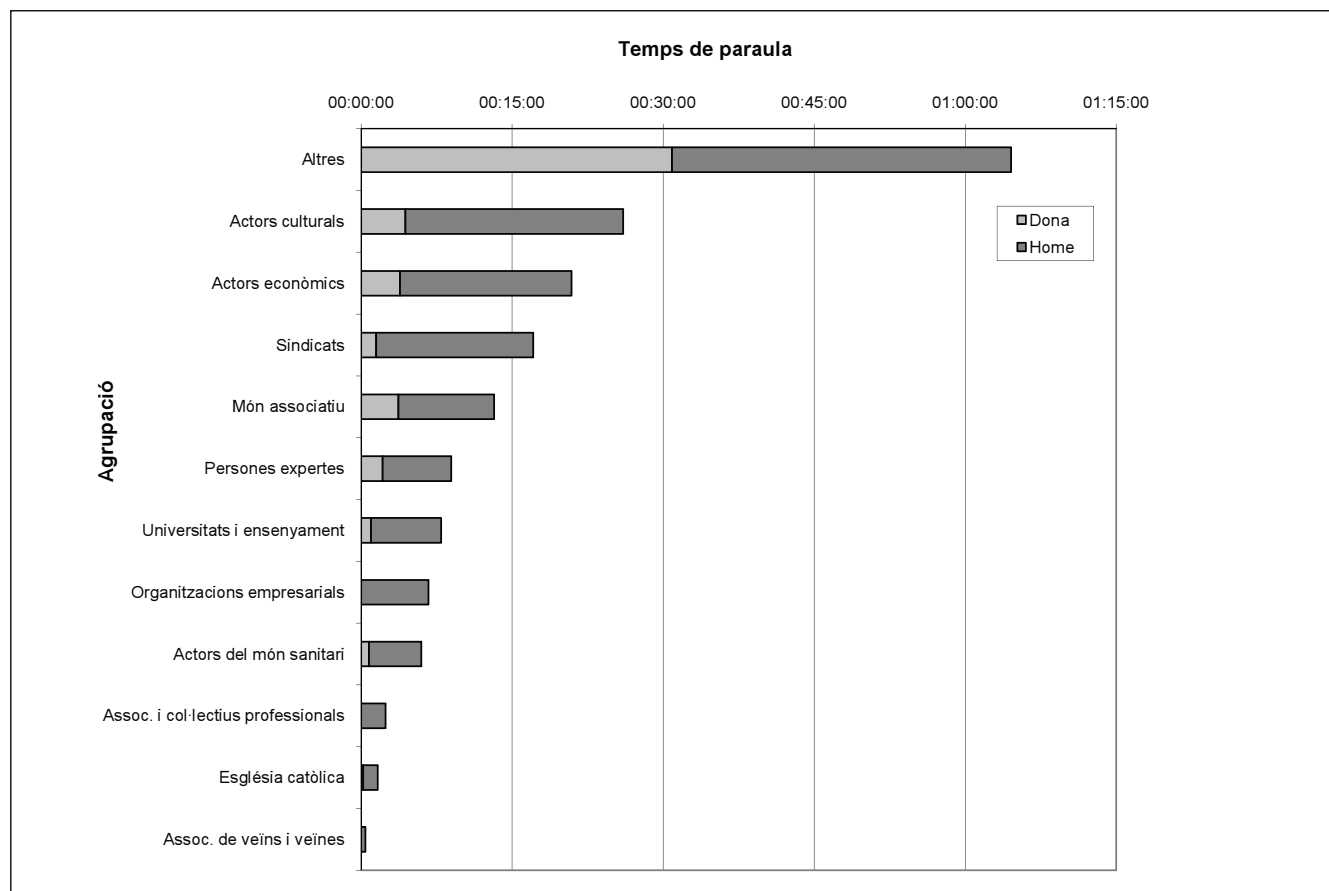
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 45. TV3. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 46. 3/24. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

En la resta d'agrupacions socials la major part del temps de paraula l'ocupen els homes. Tot i això, destaquen amb més del 25% de temps de paraula per a dones (sobre el total de temps d'homes i de dones) les agrupacions *Actores del món sanitari* a TV3 (28,4%), *Món associatiu* al 3/24 (28,0%) i TVE Catalunya (35,9%), i *Associacions i col·lectius professionals* (34,1%) i *Persones expertes* (40,4%) a TVE Catalunya (vegeu les taules 57, 58, i 59 i els gràfics 45, 46 i 47).

6.2.3. Distribució geogràfica

Quant a la distribució geogràfica de la informació, les dades mostren un equilibri entre els temps de notícia referits a Catalunya, Espanya i l'estranger tant a TV3 com al 3/24, per bé que amb una lleugera presència inferior dels àmbits Catalunya i Barcelona al 3/24 (1,3 i 3,8 punts percentuals menys, respectivament). Aquest equilibri reflecteix la voluntat de crear uns informatius de referència (vegeu les taules 60 i 61 i els gràfics 48 i 49).

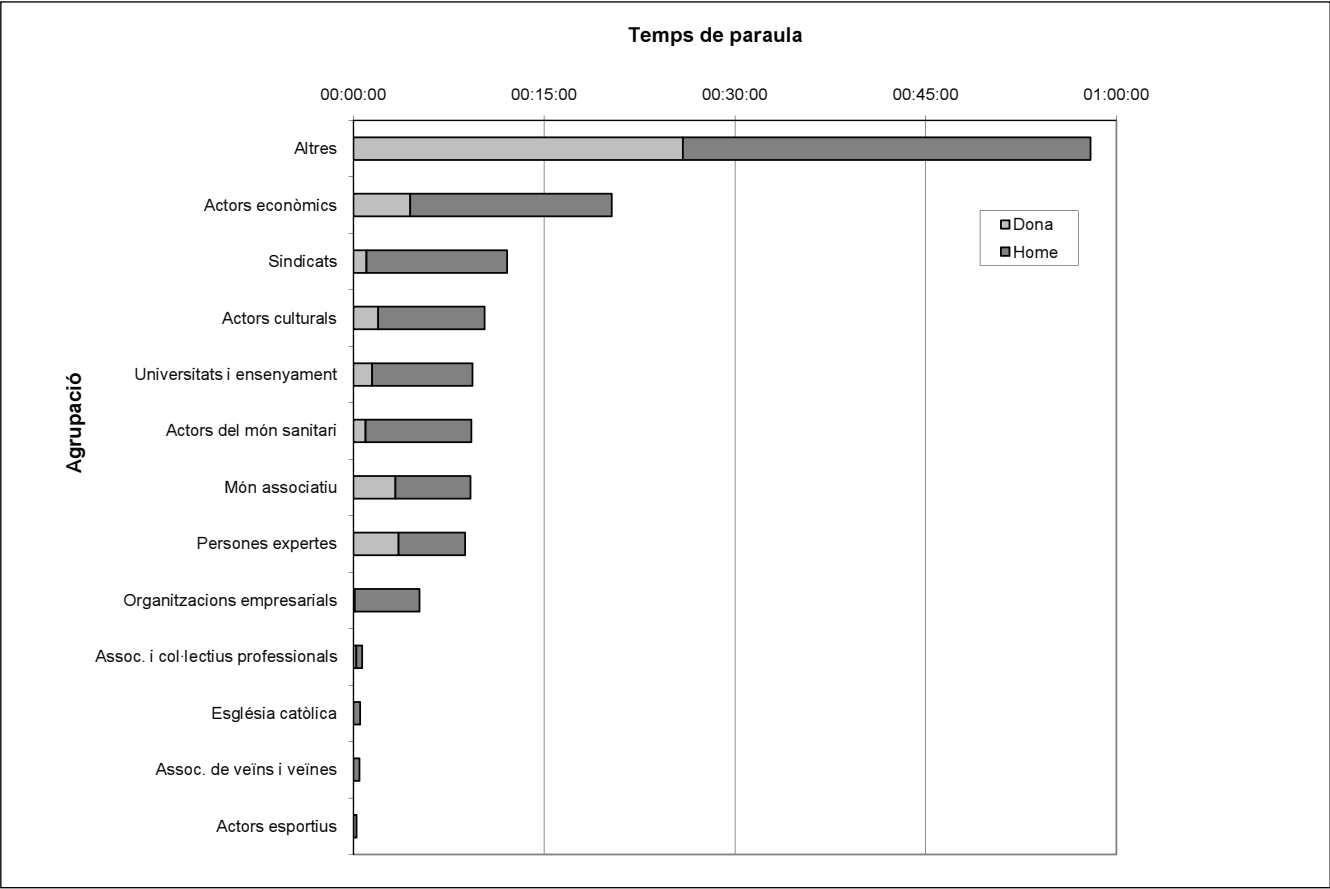
En canvi, en el cas de TVE Catalunya la informació sobre el Principat ocupa gairebé la meitat del temps de notícia, i, sumada a la informació sobre Barcelona, arriba al 69% del temps, la qual cosa es pot entendre, com ja s'ha apuntat, com una

Taula 60. TV3. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Catalunya	220:56:54	33,2
Estat espanyol	164:11:26	24,6
Internacional	137:52:17	20,7
Barcelona	91:57:37	13,8
Unió Europea	51:21:35	7,7
Total	666:19:49	100

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 47. TVE Catalunya. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 61. 3/24. Distribució geogràfica de la informació. Abril a desembre de 2008

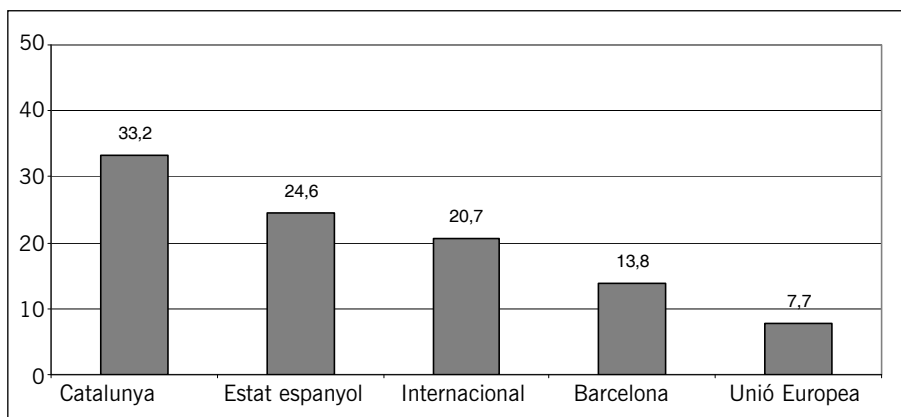
Agrupació	Temps	% sobre temps total
Catalunya	34:44:18	31,9
Estat espanyol	30:02:15	27,6
Internacional	23:30:42	21,6
Barcelona	10:53:49	10,0
Unió Europea	9:45:14	9,0
Total	108:56:18	100

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

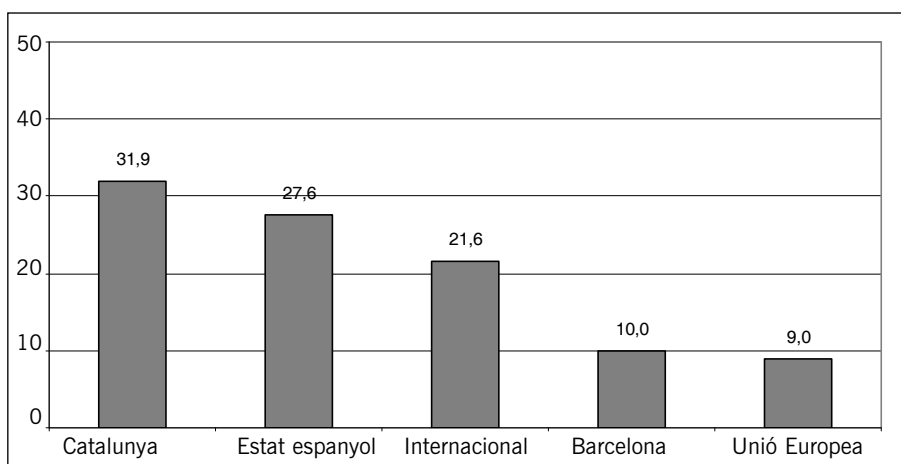
Taula 62. TVE Catalunya. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Catalunya	41:33:27	46,8
Estat espanyol	21:21:30	24,1
Barcelona	19:40:38	22,2
Internacional	4:21:18	4,9
Unió Europea	1:46:47	2,0
Total	88:43:40	100

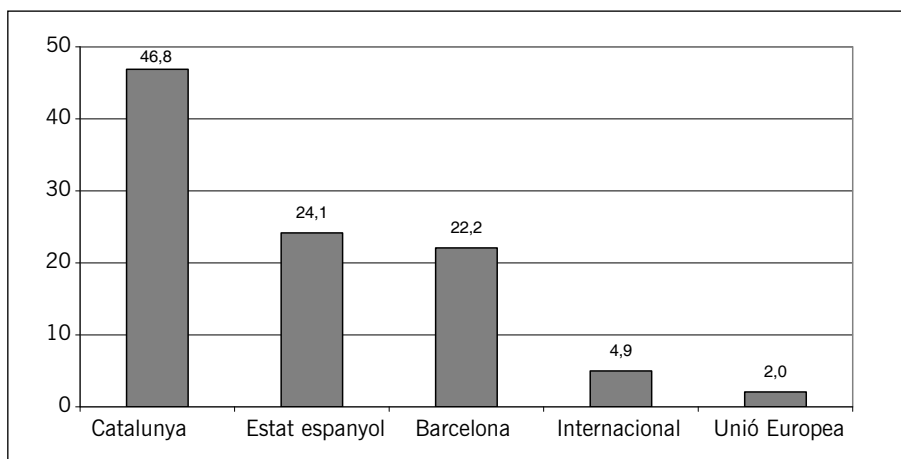
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 48. TV3. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 49. 3/24. Distribució geogràfica de la informació. Abril a desembre de 2008


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 50. TVE Catalunya. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.2.4. Distribució temàtica

Quant a la informació temàtica, TV3 i el 3/24 presenten una distribució molt similar, amb una preferència pels àmbits temàtics *Esports* i *Crònica política*, i amb una atenció informativa alta per a *Crònica internacional* (més del 10%). En canvi, TVE Catalunya té una proporció molt baixa per a *Crònica internacional* (1,4%). Aquesta diferència referma la interpretació d'un objectiu diferent de cada prestador: per a TVC es tracta de teleinformatius de referència, mentre que TVE Catalunya concep els teleinformatius com a complementaris de les edicions d'àmbit estatal del prestador. A part d'aquesta diferència remarcable, TVE Catalunya coincideix amb TV3 i el 3/24 a situar dins les primeres cinc preferències temàtiques *Esports*, *Societat*, *Crònica política* i *Economia i negocis*, amb major rellevància per a les informacions de Societat (vegeu les taules 63, 64 i 65 i els gràfics 51, 52 i 53).

Taula 63. TV3. Distribució temàtica de la informació. Any 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Esports	130:09:33	21,6
Crònica política	89:06:30	14,8
Crònica internacional	78:16:55	13,0
Economia i negocis	70:56:15	11,8
Societat	64:17:53	10,7
Art i cultura	57:41:59	9,6
Medi ambient	23:24:07	3,9
Treball	18:38:33	3,1
Temps	17:08:28	2,9
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	9:59:33	1,7
Conflictes socials	9:37:08	1,6
Educació i ensenyament	9:36:34	1,6
Sanitat	7:44:25	1,3
Trànsit	7:53:05	1,3
Altres temes	3:47:21	0,6
Ciència i tecnologia	3:00:35	0,5
Total	601:18:54	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 64. 3/24. Distribució temàtica de la informació. Abril a desembre de 2008

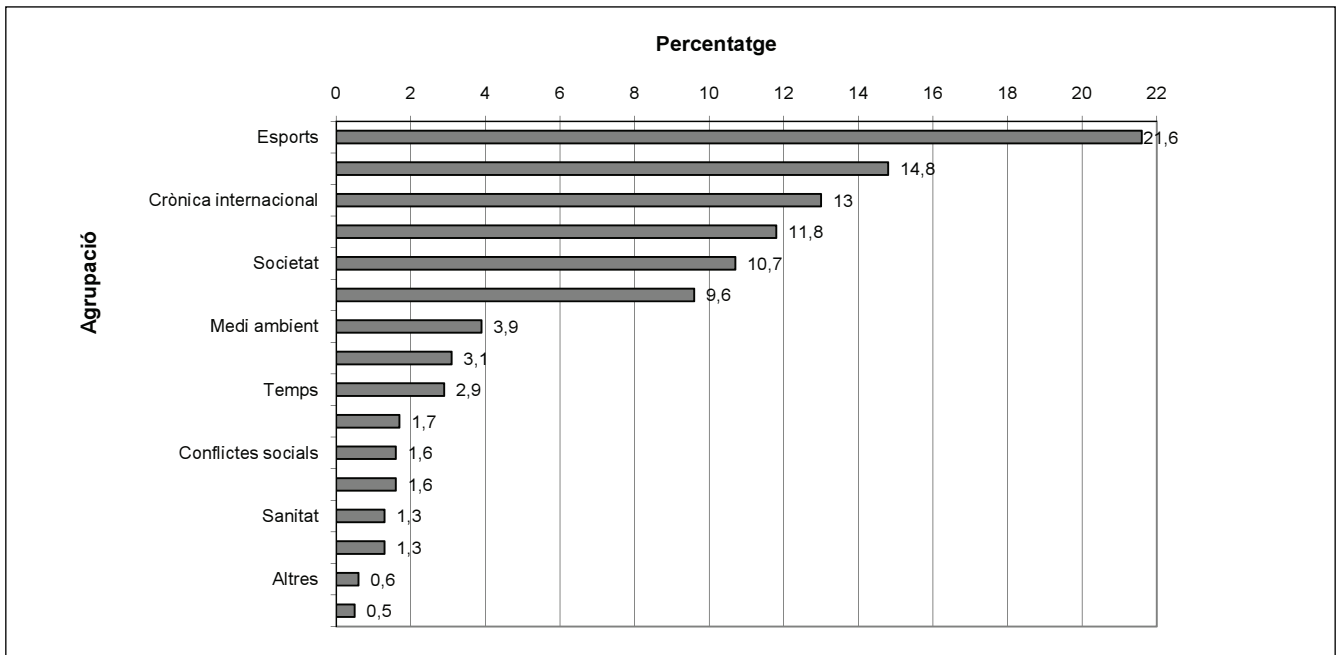
Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Esports	26:37:32	25,1
Crònica política	17:26:58	16,4
Crònica internacional	14:18:34	13,5
Economia i negocis	13:18:19	12,5
Societat	12:06:22	11,4
Art i cultura	5:51:05	5,5
Medi ambient	5:04:28	4,8
Treball	3:57:15	3,7
Conflictes socials	1:34:09	1,5
Educació i ensenyament	1:30:31	1,4
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	1:26:50	1,4
Sanitat	1:26:18	1,4
Temps	0:48:04	0,8
Ciència i tecnologia	0:21:13	0,3
Trànsit	0:20:57	0,3
Total	106:08:35	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

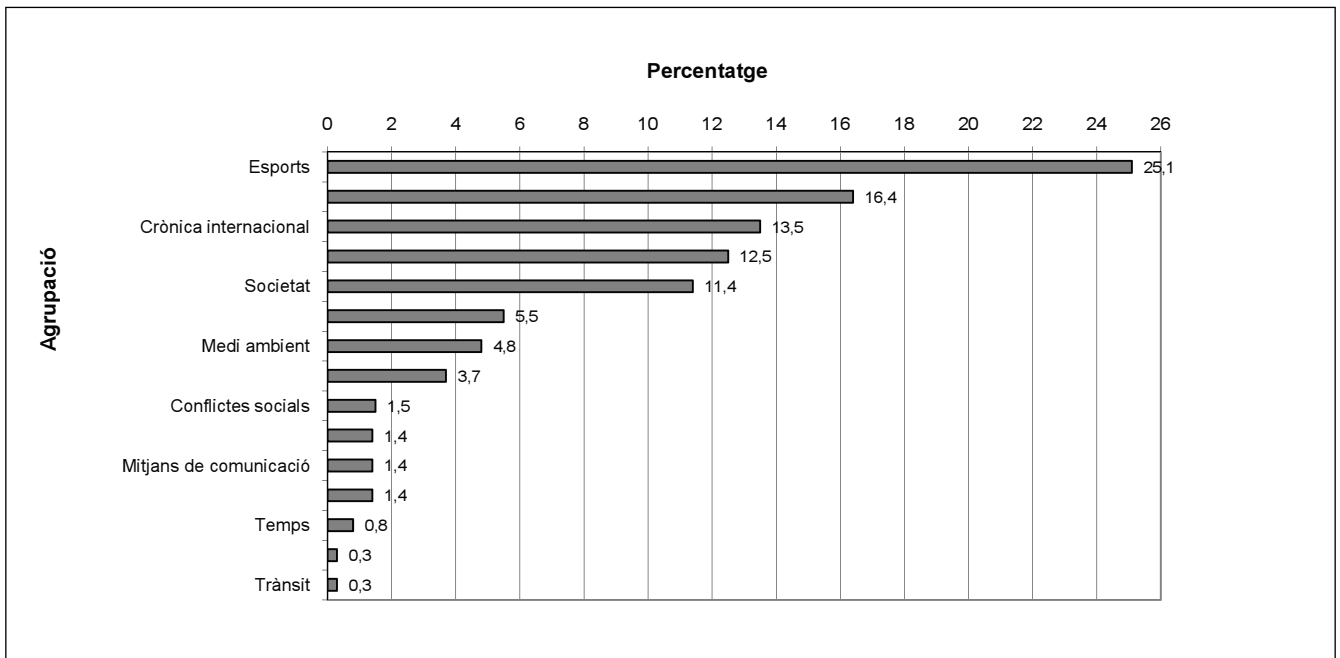
Taula 65. TVE Catalunya. Distribució temàtica de la informació. Any 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Esports	21:20:28	23,3
Societat	14:29:07	15,8
Crònica política	14:23:14	15,7
Economia i negocis	11:55:56	13,0
Art i cultura	7:34:10	8,2
Medi ambient	5:05:02	5,5
Treball	4:24:03	4,8
Temps	3:39:11	4,0
Sanitat	2:36:14	2,8
Conflictes socials	2:12:45	2,4
Educació i ensenyament	1:25:47	1,6
Crònica internacional	1:17:24	1,4
Ciència i tecnologia	0:30:17	0,5
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:25:57	0,5
Trànsit	0:27:46	0,5
Total	91:47:21	100,0

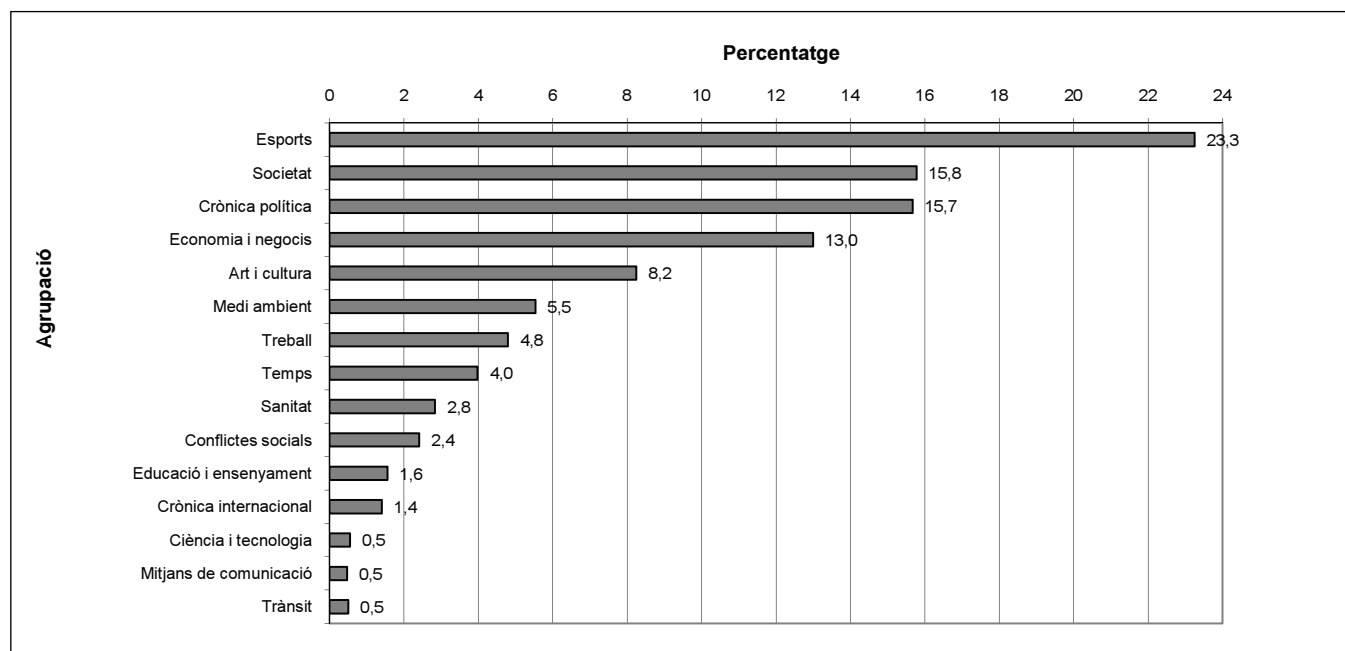
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 51. TV3. Distribució temàtica de la informació. Any 2008


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 52. 3/24. Distribució temàtica de la informació. Abril a desembre de 2008


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 53. TVE Catalunya. Distribució temàtica de la informació. Any 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.3. Prestadors de titularitat privada: 8tv

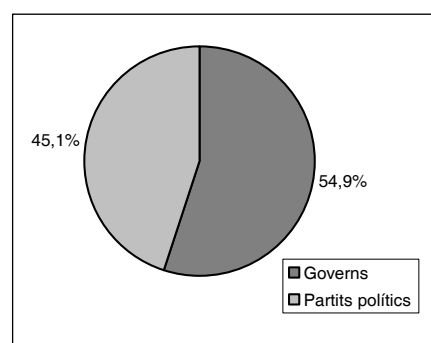
6.3.1. Pluralisme polític

El conjunt dels governs (estatal, català i locals) obtenen, a 8tv, el 54,9% del sumatori del temps de paraula de governs i partits polítics, un comportament similar al dels prestadors de titularitat pública 3/24 i TVE Catalunya. D'aquesta manera, la proporció entre el temps de paraula dels partits polítics i el dels governs també resulta força equilibrada en aquest prestador de serveis (vegeu el gràfic 54).

El comportament mes a mes, però, mostra una variabilitat més alta entre governs i partits que a la resta de prestadors d'àmbit català durant el primer semestre de 2008, per bé que en el període electoral els partits polítics també obtenen més temps de paraula que els governs. A partir del juliol, els governs incrementen la proporció de temps de paraula respecte als partits, i es manté aquesta posició tot el segon semestre de 2008 (vegeu el gràfic 55).

El Govern de l'Estat és la instància governamental amb més temps de paraula: el 31,8% del sumatori total de les agrupacions de governs i de partits polítics. El Govern de Catalunya (18,2%) se situa a uns 14 punts percentuals de distància. Finalment, amb una presència molt menor, es troben el Govern de les administracions locals catalanes (3,7%) i el Govern de l'Ajuntament de Barcelona (2,3%).

Pel que fa a les formacions polítiques amb representació parlamentària, les tres primeres posicions les obtenen els mateixos partits que en els prestadors públics d'àmbit català, però amb diferent ordre, ja que a 8tv la primera posició correspon a CiU (12,4%), la segona l'ocupa l'agrupació PPC+PP

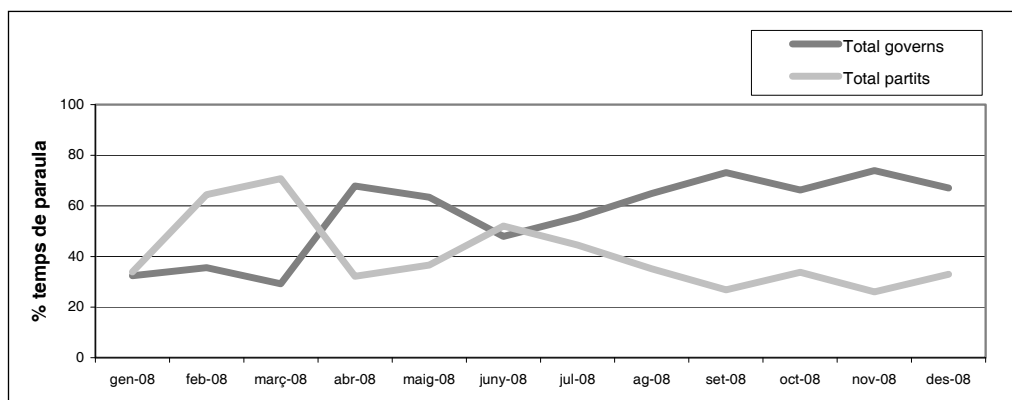
Gràfic 54. 8tv. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

(11,1%) i la tercera, PSC+PSOE (8,6%). A continuació, ERC obté el 6,8% de temps de paraula. Les dades de la resta de formacions amb representació al Parlament de Catalunya tenen un temps de paraula inferior: ICV-EUiA+IU (2,5%) i C's (0,1%) (vegeu la taula 66).

Amb relació a la presència individual d'actors polítics, José Luis Rodríguez Zapatero és qui assoleix més temps de paraula a 8tv durant el 2008, seguit de José Montilla i Mariano Rajoy.

Quant a la representació de forces polítiques extraparlamentàries, ocupen el 0,3% de temps de paraula sobre tots els actors polítics durant el 2008, i apareixen en dues ocasions, al març, amb l'1,9% de temps de paraula polític, i al maig, amb el 3,2% de temps de paraula.

Gràfic 55. 8tv. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 66. 8tv. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Governos	1:39:43	56,0
• Govern de l'Estat	0:56:41	31,8
• Govern de Catalunya	0:32:21	18,2
• Govern de les administracions locals catalanes	0:06:39	3,7
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:04:02	2,3
Partits polítics	1:18:23	44,0
• CiU	0:22:03	12,4
• PPC + PP	0:19:41	11,1
• PSC + PSOE	0:15:20	8,6
• ERC	0:12:03	6,8
• ICV-EUiA + IU	0:04:32	2,5
• C's	0:00:10	0,1
• Resta de formacions polítiques	0:04:34	2,6
Total	2:58:06	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

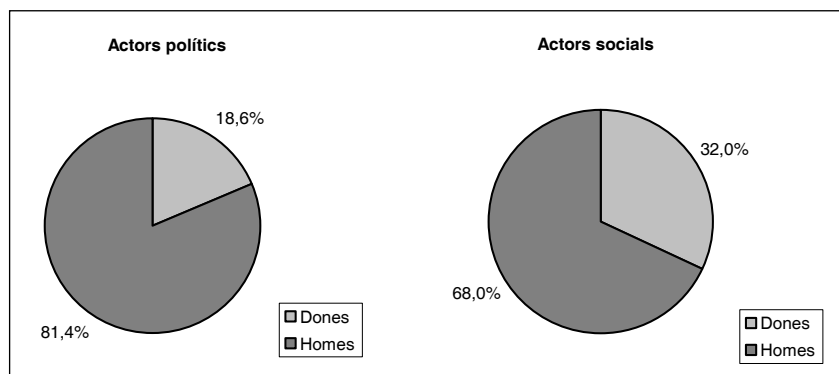
6.3.2. Presència de les dones

El conjunt de dones, tant de l'àmbit polític com social, en els teleinformatius de 8tv obté el 27,9% de temps de paraula respecte al sumatori total de dones i homes. En l'àmbit polític, la presència de dones, com a representants dels partits o de les institucions, se situa en el 18,6% a 8tv, una proporció dos punts percentuals superior a la registrada pels prestadors de serveis de titularitat pública. En l'àmbit social, el temps de paraula de les dones és més elevat que en el cas dels actors polítics, i gairebé arriba a un terç del total de temps de paraula dels actors socials (32%) durant el trimestre octubre-desembre analitzat.⁷⁷ Aquesta xifra supera lleugerament la dels prestadors públics d'àmbit català, que no arribava al 30% de temps de paraula per a les dones (vegeu el gràfic 56).

Pel que fa a l'àmbit social en funció del sexe, 8tv presenta unes dades similars a les dels prestadors públics d'àmbit català, i es caracteritza per la poca diversitat en les representacions de les dones. En termes absoluts, l'agrupació *Altres* obté més de la meitat de tot el temps de paraula de les dones (més de 33 minuts). I, com a TV3, el 3/24 i TVE Catalunya, la presència de dones és molt inferior a la d'homes en totes les agrupacions socials. L'agrupació amb una presència més elevada de dones respecte als homes torna a ser *Altres* (42,1%), seguida de *Persones expertes* amb el 35% de temps per a les dones (vegeu la taula 67 i el gràfic 57).

⁷⁷ Les dades sobre actors socials es refereixen al període octubre-desembre de 2008 i s'han extret de l'informe sectorial trimestral sobre la presència de les dones en la informació.

Gràfic 56. 8tv. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

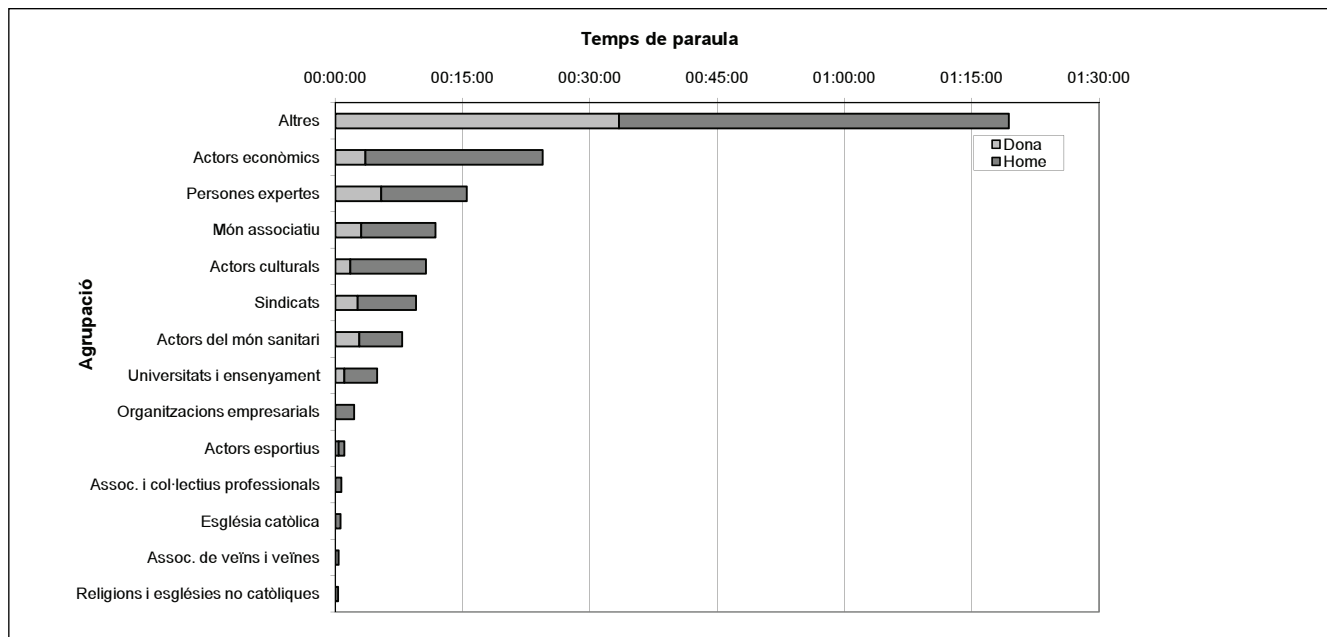
Taula 67. 8tv. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)

Agrupació	Dones		Homes	
	Temps de paraula	%	Temps de paraula	%
Altres	0:33:26	42,1	0:45:56	57,9
Actors econòmics	0:03:32	14,5	0:20:53	85,5
Persones expertes	0:05:25	35,0	0:10:04	65,0
Món associatiu	0:03:03	25,8	0:08:46	74,2
Actors culturals	0:01:47	16,7	0:08:54	83,3
Sindicats	0:02:38	27,7	0:06:53	72,3
Actors del món sanitari	0:02:50	36,0	0:05:02	64,0
Universitats i ensenyament	0:01:05	22,0	0:03:50	78,0
Organitzacions empresarials	--	--	0:02:13	100
Actors esportius ^A	0:00:23	35,4	0:00:42	64,6
Associacions i col·lectius professionals	--	--	0:00:43	100
Església catòlica	--	--	0:00:38	100
Associacions de veïns i veïnes	--	--	0:00:23	100
Religions i esglésies no catòliques	--	--	0:00:19	100
Total	0:54:09	32,0	1:55:16	68,0

A Temps de paraula dels actors esportius ubicats fora del bloc esportiu.

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 57. 8tv. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 68. 8tv. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008

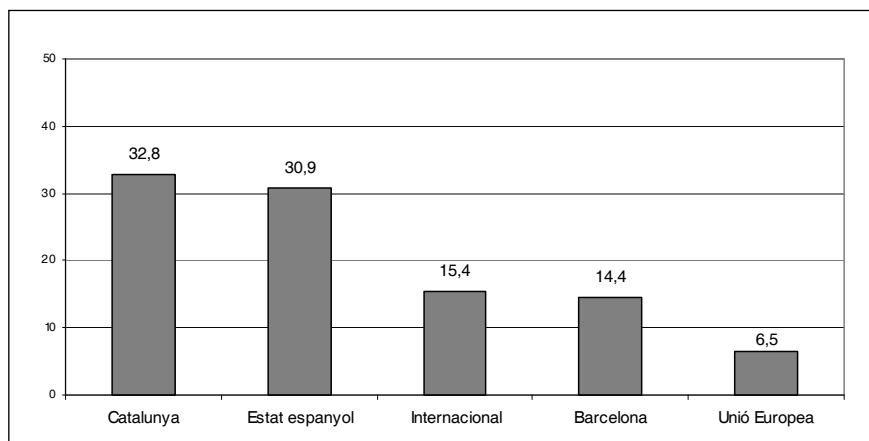
Agrupació	Temps	% sobre temps total
Catalunya	43:25:47	32,8
Estat espanyol	40:50:32	30,9
Internacional	20:22:33	15,4
Barcelona	19:06:20	14,4
Unió Europea	8:32:39	6,5
Total	132:17:51	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.3.3. Distribució geogràfica

Pel que fa a la distribució geogràfica de la informació, 8tv dóna prioritat als àmbits català i estatal per sobre de l'àmbit local barceloní, ja que Barcelona obté un 14,4% de temps de notícia respecte al 32,8% i el 30,9% de Catalunya i l'Estat espanyol, respectivament. El teleinformatiu de 8tv, amb el 21,9% per a notícies d'àmbit supraestatal, mostra trets comuns en la distribució geogràfica de la informació respecte dels teleinformatius de TV3 i el 3/24, tot i que presenta un desequilibri més gran entre els àmbits geogràfics (vegeu la taula 68 i el gràfic 58).

Gràfic 58. 8tv. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.3.4. Distribució temàtica

Amb referència a la distribució temàtica, en els teletinformatius de 8tv destaca la informació classificada com a *Societat* (amb el 27,1% del temps de notícia), que es diferencia en més de deu punts percentuals de l'àmbit temàtic següent, *Esports* (13,8%). Igualment, mostren una atenció informativa alta per a *Economia i negocis* (10,4%) i *Crònica internacional* (9,9%) (vegeu la taula 69 i el gràfic 59).

6.4. El pluralisme informatiu en els prestadors de serveis audiovisuals d'àmbit local

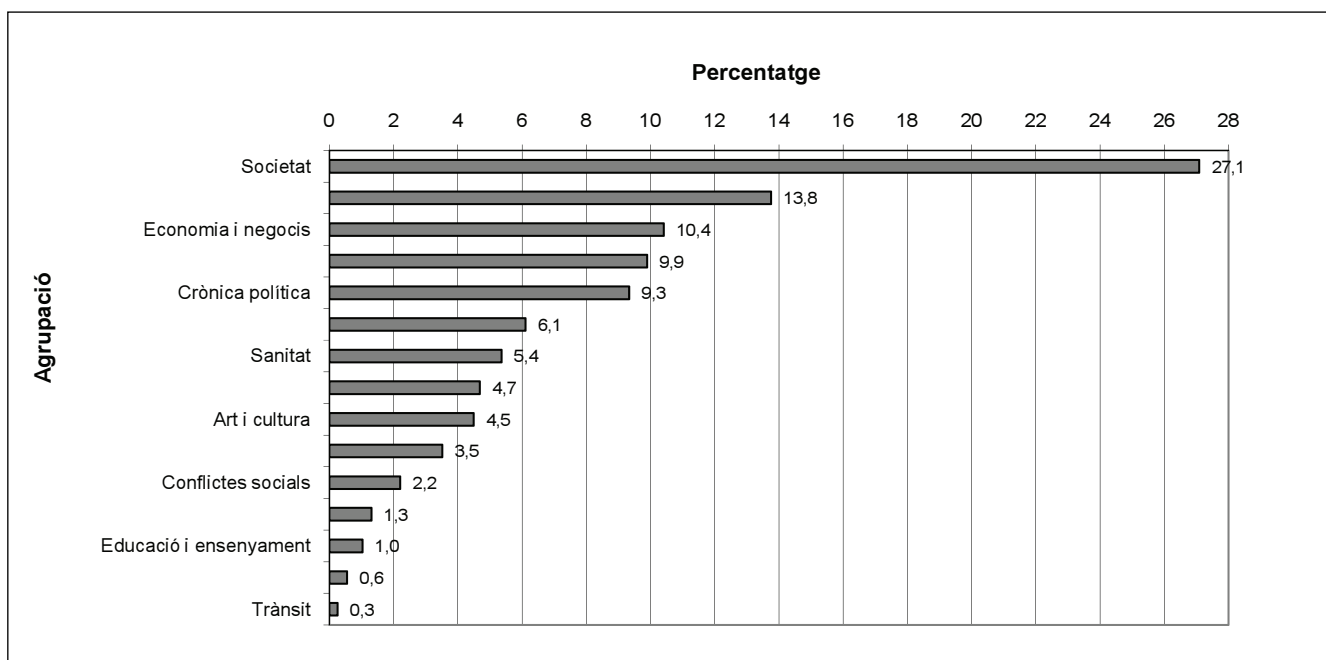
Per a l'anàlisi del pluralisme informatiu en els prestadors de serveis audiovisuals d'àmbit local, s'ha inclòs de forma permanent en la mostra dels informes mensuals de pluralisme polític el prestador de titularitat pública Barcelona TV i s'analitza, addicionalment, un altre prestador de serveis local que canvia cada trimestre.⁷⁸ D'aquesta manera es combinen prestadors de titularitat pública i de titularitat privada, sobretot d'acord amb un criteri d'audiència potencial, de manera que els resultats obtinguts es poden considerar força representatius del panorama audiovisual català.

Taula 69. 8tv. Distribució temàtica de la informació. Any 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Societat	36:14:21	27,1
Esports	18:24:14	13,8
Economia i negocis	13:56:23	10,4
Crònica internacional	13:14:11	9,9
Crònica política	12:29:38	9,3
Temps	8:10:00	6,1
Sanitat	7:10:33	5,4
Medi ambient	6:15:49	4,7
Art i cultura	6:00:30	4,5
Treball	4:42:33	3,5
Conflictes socials	2:57:00	2,2
Ciència i tecnologia	1:45:05	1,3
Educació i ensenyament	1:22:56	1,0
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:44:28	0,6
Trànsit	0:20:34	0,3
Total	133:48:15	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

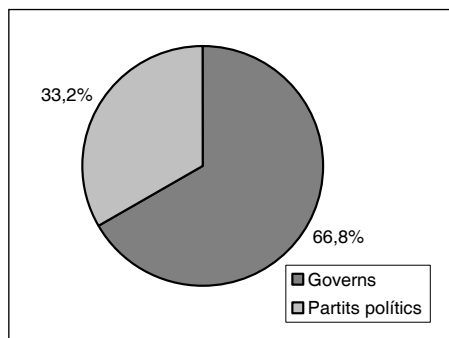
Gràfic 59. 8tv. Distribució temàtica de la informació. Any 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

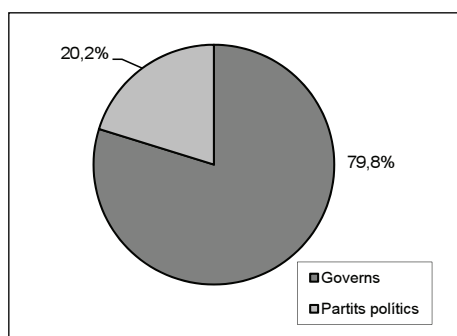
78 Els prestadors de serveis d'àmbit local que s'han analitzat al llarg de 2008 han estat Barcelona TV (tot l'any), Localia i Canal Català Barcelona (primer trimestre), TV L'Hospitalet (segon trimestre), UrBe TV (tercer trimestre) i TV Badalona (quart trimestre).

Gràfic 60. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008



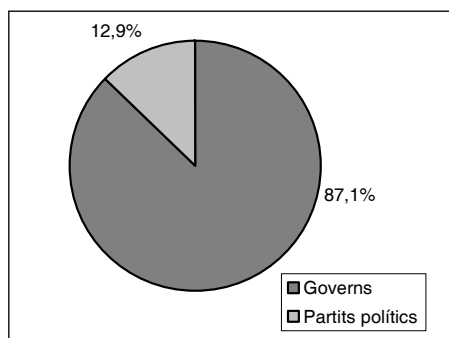
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 61. TV L'Hospitalet. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a juny de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 62. TV Badalona. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Octubre a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

En aquest apartat s'analitzen, en primer lloc, els ítems que han configurat l'actualitat informativa de 2008 en el conjunt de prestadors d'àmbit local integrats en la mostra. A continuació, es presenten les dades de cada prestador pel que fa al temps de paraula dels actors polítics, el pluralisme polític des del punt de vista estrictament municipal, la presència de les dones, i la distribució geogràfica i temàtica de la informació.

6.4.1. Context informatiu

L'ítem informatiu que més clarament ha marcat l'actualitat informativa presentada pels prestadors d'àmbit local l'any 2008, a banda de les informacions esportives, té relació amb la crisi econòmica i financera, tant a escala local, estatal com mundial, i les seves conseqüències directes en l'àmbit laboral.

La celebració d'eleccions generals a l'Estat espanyol ha estat el segon ítem informatiu en termes de temps de notícia dels prestadors de serveis d'àmbit local.

El tercer ítem informatiu amb més presència en els teletinformatius dels prestadors de serveis d'àmbit local és la situació de sequera que va patir Catalunya el 2008. Finalment, també han ocupat un lloc important en l'actualitat informativa les notícies sobre el traçat del TGV per Barcelona i la seva posada en marxa, com també la vaga d'autobusos de TMB durant el primer quadrimestre de l'any.

6.4.1. Prestadors de titularitat pública: Barcelona TV, TV L'Hospitalet i TV Badalona

a) Pluralisme polític

La presència del conjunt dels governs (estatal, català i locals) en els prestadors de titularitat pública analitzats és superior a la dels partits polítics, per bé que en diferent grau segons el prestador: a Barcelona TV els governs obtenen un 66,8% de temps de paraula; a TV L'Hospitalet un 79,8% i a TV Badalona un 87,1%. Aquesta diferència de proporció entre governs i partits dista dels prestadors d'àmbit català, els quals presenten unes dades més equilibrades entre tots dos grups (vegeu els gràfics 60, 61 i 62).

Pel que fa a les instàncies governamentals, els respectius governs locals de referència són els que obtenen més temps de paraula en els tres prestadors locals de titularitat pública, per bé que amb proporcions molt diverses. En primer lloc, a Barcelona TV el Govern de l'Ajuntament de Barcelona obté el 35,3% del temps de paraula sobre el total de governs i partits polítics; en segon lloc, amb més de la meitat del temps de paraula del total d'actors polítics, a TV L'Hospitalet el Govern de l'Ajuntament de l'Hospitalet n'obté el 58,3% i, finalment, a TV Badalona el Govern de l'Ajuntament de Badalona obté el 66,1% del temps.

La segona posició en els tres prestadors correspon al Govern de Catalunya, altra vegada amb una proporció diferent segons el prestador: a Barcelona TV el 21,4%, a TV L'Hospitalet el 10,8% i a TV Badalona el 8%. El Govern de l'Estat n'obté entorn d'un 9%, tant a Barcelona TV com a TV L'Hospitalet; a TV Badalona, en canvi, en té un 1,4%, fet que subratlla la concen-

tració de les informacions en l'àmbit local en aquest prestador.

Per acabar, els governs de la resta de municipis catalans (excloent-hi Barcelona, l'Hospitalet i Badalona en els prestadors corresponents) representen l'1,1% i l'1,8% a Barcelona TV i TV L'Hospitalet, respectivament, i més del doble a TV Badalona, on aquests governs obtenen el 3,7% del temps de paraula.

Pel que fa als partits polítics amb representació parlamentària, les primeres posicions en temps de paraula corresponen, en els tres prestadors, a partits que ocupen l'oposició local respectiva. Coincideix el fet que a Barcelona TV i a TV L'Hospitalet les agrupacions CiU i PPC+PP obtenen les dues primeres posicions en temps de paraula (a Barcelona TV CiU té el 9,3% del temps i el PPC+PP en té el 8,9%; mentre que a TV L'Hospitalet, CiU té el 7% i el PPC+PP el 5,8% del temps de paraula del sumatori de governs i partits). D'altra banda, a TV Badalona les dues primeres posicions les ocupen les agrupacions ICV-EUiA+IU (11%) i PPC+PP (7,4%) i, a una distància de més de sis punts percentuals, les segueixen la resta d'agrupacions (vegeu les taules 70, 71 i 72).

En els tres prestadors l'actor polític que obté més temps de paraula és la persona que ocupa l'alcaldia dels municipis de referència. Així, l'actor polític que concentra més temps de paraula a Barcelona TV és l'alcalde de Barcelona, Jordi Hereu, seguit del líder del principal grup municipal a l'oposició, Xavier Trias, i de la regidora de Prevenció, Seguretat i Mobilitat de l'Ajuntament de Barcelona, Assumpta Escarp. De la mateixa manera, TV L'Hospitalet situa l'alcaldessa de la ciutat,⁷⁹ Núria Marín, al capdavant dels actors polítics per temps de paraula.

Taula 71. TV L'Hospitalet. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril a juny de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	1:30:27	79,8
• Govern de l'Ajuntament de l'Hospitalet	1:06:03	58,3
• Govern de Catalunya	0:12:14	10,8
• Govern de l'Estat	0:10:10	9,0
• Govern de les administracions locals catalanes	0:01:25	1,3
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:00:35	0,5
Partits polítics	0:22:52	20,2
• CiU	0:07:58	7,0
• PPC + PP	0:06:31	5,8
• ERC	0:04:18	3,8
• PSC + PSOE	0:02:23	2,1
• ICV-EUiA + IU	0:01:42	1,5
• C's	--	--
• Resta de formacions polítiques	--	--
Total	1:53:19	100

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 70. Barcelona TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	6:40:15	67,1
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	3:30:24	35,3
• Govern de Catalunya	2:07:46	21,4
• Govern de l'Estat	0:55:25	9,3
• Govern de les administracions locals catalanes	0:06:40	1,1
Partits polítics	3:16:23	32,9
• CiU	0:55:44	9,3
• PPC + PP	0:53:22	8,9
• PSC + PSOE	0:38:23	6,4
• ERC	0:33:15	5,6
• ICV-EUiA + IU	0:10:08	1,7
• C's	0:01:11	0,2
• Resta de formacions polítiques	0:04:20	0,7
Total	9:56:38	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

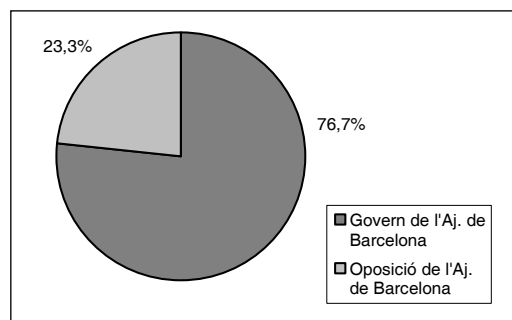
Taula 72. TV Badalona. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Octubre a desembre de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	1:48:44	79,3
• Govern de l'Ajuntament de Badalona	1:30:45	66,1
• Govern de Catalunya	0:11:02	8,0
• Govern de les administracions locals catalanes	0:05:02	3,7
• Govern de l'Estat	0:01:55	1,4
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	-	-
Partits polítics	0:28:28	20,7
• ICV-EUiA + IU	0:15:04	11,0
• PPC + PP	0:10:12	7,4
• PSC + PSOE	0:01:39	1,2
• ERC	0:01:07	0,8
• CiU	0:00:26	0,3
• C's	-	-
• Resta de formacions polítiques	-	-
Total	2:17:12	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

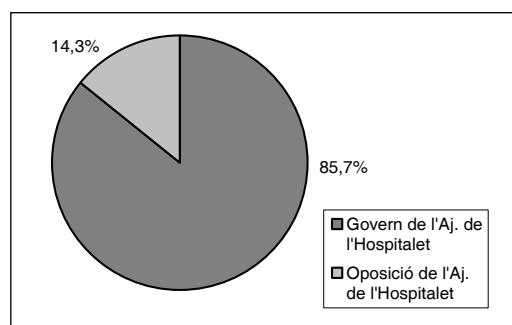
⁷⁹ Núria Marín és investida alcaldessa de L'Hospitalet de Llobregat el 19 d'abril de 2008

Gràfic 63. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2008



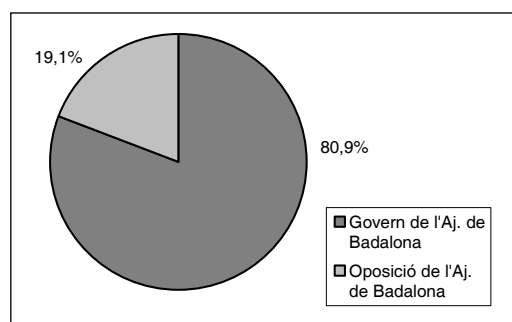
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 64. TV L'Hospitalet. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Abril a juny de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 65. TV Badalona. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Octubre a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

A la segona i tercera posicions, en canvi, hi ha dos altres membres del govern municipal, per bé que de diferent partit polític que l'alcalde: Alfonso Salmerón, regidor de Medi Ambient i Sostenibilitat, i Lluís Esteve, regidor d'Educació, (tots dos d'ICV-EUiA). TV Badalona situa l'alcalde de la ciutat,⁸⁰ Jordi Serra, com l'actor polític amb més temps de paraula, seguit d'un altre membre del govern municipal, però d'una altra formació política (CiU): Ferran Falcó, regidor d'Àmbit de Govern. La tercera posició l'ocupa el regidor de l'oposició municipal i líder del grup d'ICV-EUiA, Carles Sagués.

Pel que fa al pluralisme polític des d'una òptica estrictament local, els governs dels municipis de referència en cada prestador obtenen entorn d'un 80% del temps de paraula del total de la suma del govern i de l'oposició. Així, el Govern de l'Ajuntament de Barcelona representa el 76,7% del temps de paraula a Barcelona TV, mentre que el Govern de l'Ajuntament de L'Hospitalet n'obté el 85,7% a TV L'Hospitalet i, el Govern de l'Ajuntament de Badalona, el 80,9% a TV Badalona i se situa entre els dos prestadors esmentats (vegeu els gràfics 63, 64 i 65).

Entre els grups de l'oposició, el Grup Municipal de CiU (amb el 9,6% de temps de paraula sobre el total de govern i oposició) és qui més temps de paraula obté a Barcelona TV, seguit del PPC (7,6%) i, en tercer lloc, d'ERC (6,1%). Quant a TV L'Hospitalet, també és el Grup Municipal de CiU (amb el 7,9%) qui més temps de paraula obté, seguit del PPC (6,4%). A TV Badalona el temps per a l'oposició municipal es reparteix entre ICV-EUiA (11,1%) i el PPC (8%) (vegeu les taules 73, 74 i 75).

Taula 73. Barcelona TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	3:13:33	76,7
Oposició de l'Ajuntament de Barcelona	0:58:38	23,3
• CiU	0:24:06	
• PPC	0:19:08	
• ERC	0:15:24	
Total	4:12:11	100.0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

⁸⁰ Jordi Serra és investit alcalde de Badalona el 8 d'abril de 2008.

Taula 74. TV L'Hospitalet. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Abril a juny de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de l'Hospitalet	1:06:03	85,7
Oposició de l'Ajuntament de l'Hospitalet	0:11:02	14,3
• CiU	0:06:07	
• PPC	0:04:55	
Total	1:18:45	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 75. TV Badalona. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Octubre a desembre de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Badalona	1:30:45	80,9
Oposició de l'Ajuntament de Badalona	0:21:23	19,1
• ICV-EUiA	0:12:24	
• PPC	0:08:59	
Total	1:52:08	100,0

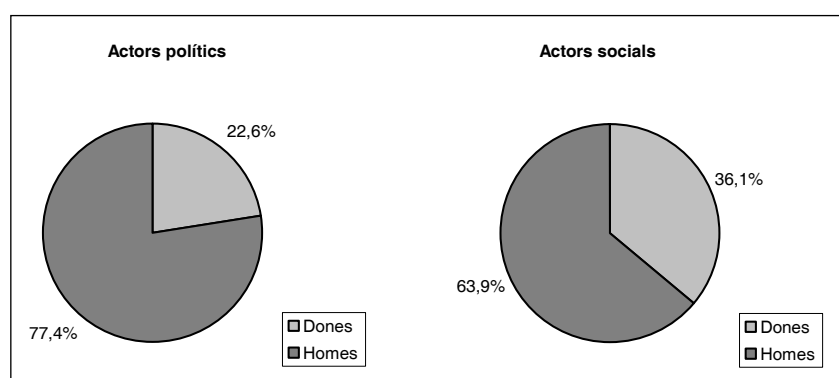
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

b) Presència de les dones

El total de dones amb temps de paraula, tant de l'agrupació d'actors polítics com de la d'actors socials, representa entre el 25% i el 32% als prestadors locals públics analitzats (28,8% a Barcelona TV; 32,1% a TV L'Hospitalet i 25,2% a TV Badalona). Respecte a l'àmbit polític, les dones obtenen un 22,6% de temps de paraula a Barcelona TV, mentre que a TV L'Hospitalet la presència de dones se situa en el 33,4%, la xifra més alta de tots els prestadors d'àmbit local analitzats en el decurs de 2008. En canvi, la presència de dones en l'àmbit polític a TV Badalona és d'un 15,7%.

Respecte a l'àmbit social, la proporció de dones és molt superior que en els actors polítics en els dos prestadors locals analitzats durant el trimestre d'octubre a desembre de 2008,⁸¹ tal com succeeix en els prestadors d'àmbit català. En el cas de Barcelona TV i TV Badalona, però, la proporció d'agrupacions socials de dones és més elevada que en la resta de prestadors, ja que les dones superen el 30% de presència respecte als homes. Així, a Barcelona TV les dones no polítiques assoleixen el 36,1% de temps de paraula, gairebé 14 punts percentuals més que les d'àmbit polític, i a TV Badalona les dones obtenen el 32,9% de temps de paraula, fet que representa uns 17 punts percentuals més que les dones en l'àmbit polític (vegeu els gràfic 66, 67 i 68).

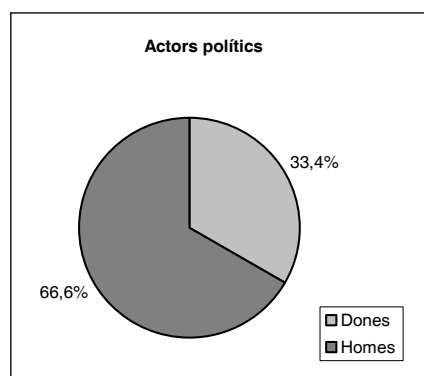
Pel que fa a les agrupacions d'actors socials, els prestadors locals Barcelona TV i TV Badalona presenten una diversitat més elevada que els prestadors d'àmbit català, ja que el temps de paraula de les dones no es concentra en la mateixa mesura en l'agrupació *Altres*. Tot i això, aquesta agrupació es troba

Gràfic 66. Barcelona TV. Proporció de temps de paraula dels actors polítics (any 2008) i dels actors socials (octubre a desembre de 2008) en funció de la variable sexe

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

81 Les dades sobre actors socials es refereixen al període octubre-desembre de 2008 i s'han extret de l'informe sectorial trimestral sobre la presència de les dones en la informació, en el qual s'analitzaven els prestadors locals Barcelona TV i TV Badalona, d'acord amb la planificació anual dels informes mensuals de pluralisme.

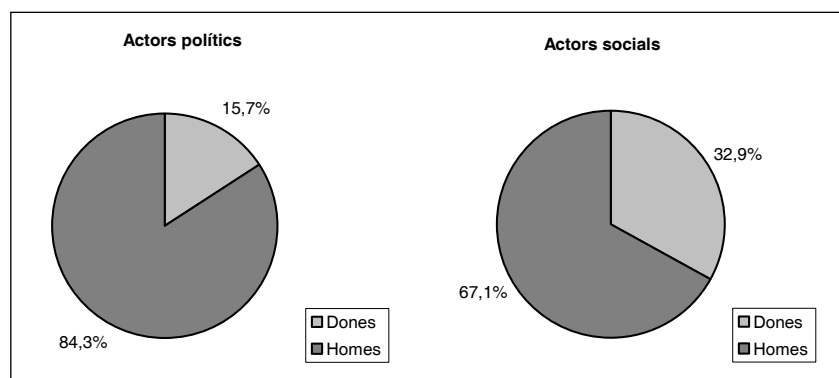
Gràfic 67. TV L'Hospitalet. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Abril a juny de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

en la primera posició en temps de paraula absolut a Barcelona TV, mentre que a TV Badalona, a diferència de la resta de pres-tadors, l'agrupació *Altres* ocupa el tercer lloc en temps absolut de paraula de les dones no polítiques. En termes relatius, les agrupacions socials on les dones assoleixen més del 40% de temps de paraula sobre el total d'homes i dones són *Altres* i *Món associatiu* tant a Barcelona TV com a TV Badalona, a les quals s'afegeix *Associacions de veïns i veïnes* a Barcelona TV i *Universitats i ensenyament* a TV Badalona (vegeu les taules 76 i 77 i els gràfics 69 i 70).

Gràfic 68. TV Badalona. Proporció de temps de paraula dels actors polítics i dels actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 76. Barcelona TV. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)

Agrupació	Dones		Homes	
	Temps de paraula	%	Temps de paraula	%
Altres	0:49:08	42,6	1:06:13	57,4
Actors culturals	0:32:17	38,0	0:52:46	62,0
Actors econòmics	0:15:14	30,0	0:35:35	70,0
Món associatiu	0:16:59	44,6	0:21:07	55,4
Persones expertes	0:09:04	35,1	0:16:48	64,9
Sindicats	0:05:31	21,8	0:19:50	78,2
Universitats i ensenyament	0:07:17	33,9	0:14:11	66,1
Organitzacions empresarials	0:02:35	16,4	0:13:10	83,6
Actors del món sanitari	0:03:19	34,3	0:06:21	65,7
Associacions de veïns i veïnes	0:03:08	40,2	0:04:40	59,8
Associacions i col·lectius professionals	0:00:37	10,6	0:05:13	89,4
Actors esportius ^A	0:00:14	15,1	0:01:19	84,9
Església catòlica	-	-	0:00:12	100,0
Total	2:25:23	36,1	4:17:25	63,9

A Temps de paraula dels actors esportius ubicats fora del bloc esportiu.

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

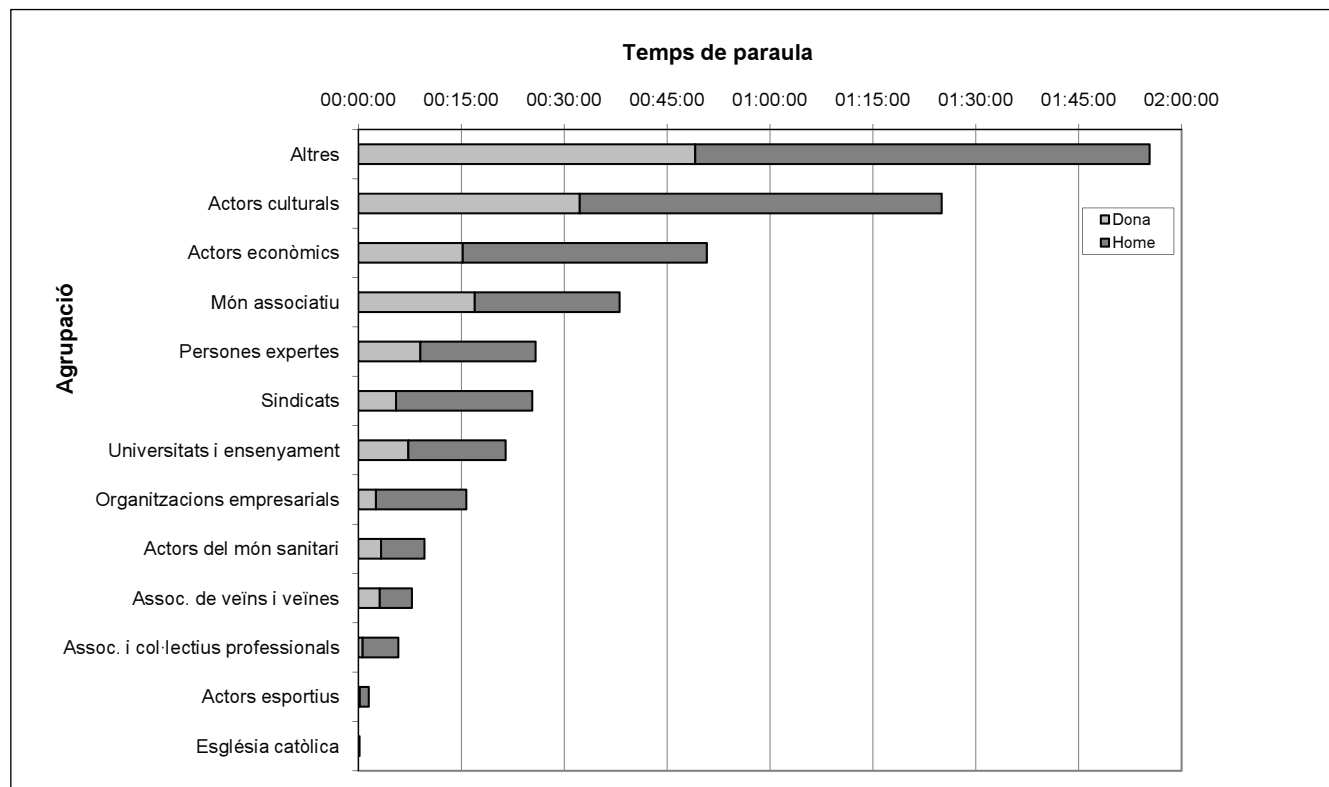
Taula 77. TV Badalona. Temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)

Agrupació	Dones		Homes	
	Temps de paraula	%	Temps de paraula	%
Actors culturals	0:13:32	26,5	0:37:34	73,5
Món associatiu	0:14:53	40,9	0:21:31	59,1
Altres	0:11:49	47,7	0:12:58	52,3
Universitats i ensenyament	0:08:20	51,5	0:07:51	48,5
Actors econòmics	0:01:48	12,8	0:12:14	87,2
Actors del món sanitari	0:04:20	35,4	0:07:55	64,6
Organitzacions empresarials	0:02:41	22,4	0:09:19	77,6
Associacions de veïns i veïnes	0:01:17	14,2	0:07:47	85,8
Persones expertes	0:02:03	34,4	0:03:55	65,6
Sindicats	0:01:37	37,6	0:02:41	62,4
Religions i esglésies no catòliques	-	-	0:02:07	100
Actors esportius ^A	0:00:13	25,5	0:00:38	74,5
Associacions i col·lectius professionals	-	-	0:00:30	100,0
Església catòlica	-	-	0:00:21	100,0
Total	1:02:33	32,9	2:07:21	67,1

A Temps de paraula dels actors esportius ubicats fora del bloc esportiu.

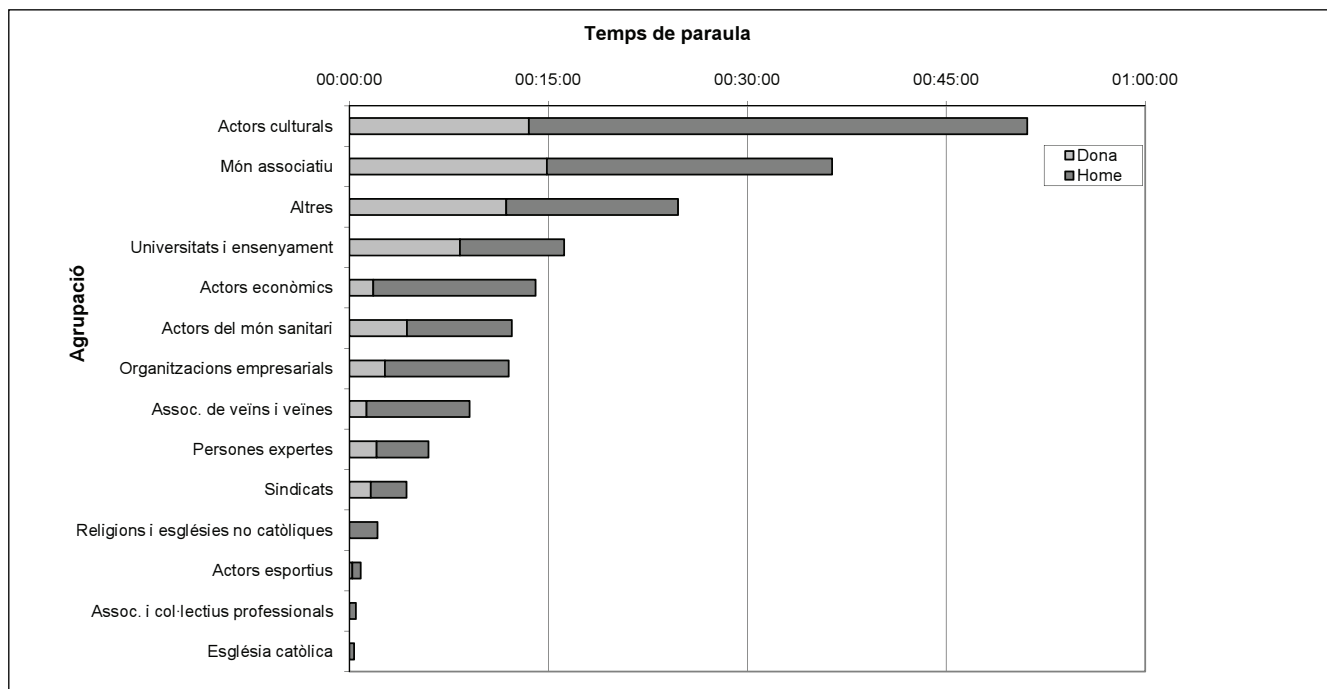
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 69. Barcelona TV. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 70. Badalona TV. Proporció de temps de paraula de les agrupacions d'actors socials en funció de la variable sexe. Octubre a desembre de 2008 (ordenat per temps de paraula total)



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 78. Barcelona TV. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Barcelona	101:41:26	62,5
Catalunya	35:10:09	21,6
Estat espanyol	16:14:38	10,0
Internacional	7:14:59	4,5
Unió Europea	2:17:44	1,4
Total	162:38:56	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 79. TV L'Hospitalet. Distribució geogràfica de la informació. Abril a juny de 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
L'Hospitalet de Llobregat	16:38:34	60,2
Catalunya	5:06:22	18,5
Estat espanyol	3:05:36	11,2
Barcelona	1:51:54	6,7
Internacional	0:28:53	1,7
Unió Europea	0:28:48	1,7
Total	27:40:07	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

c) Distribució geogràfica

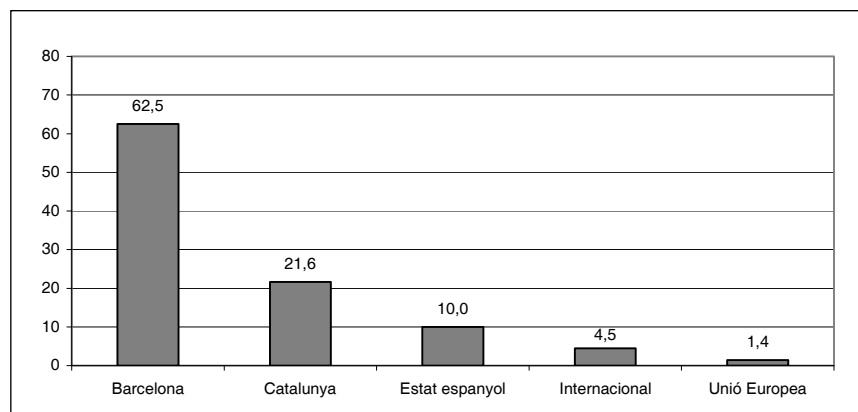
Quant a les referències geogràfiques, la distribució de la informació es concentra en l'àmbit local, per bé que en graus diferents en els tres prestadors: TV Badalona aplega quasi el 79,6% del temps de notícia en el municipi de referència, Badalona; Barcelona TV destina el 62,5% de les informacions a Barcelona; TV L'Hospitalet, el 60,2% del temps de notícia a l'Hospitalet de Llobregat. A més, com a indicatiu dels teletinformatius locals, el temps de notícia referit a l'estranger és menor com més informació local presenten. Així, TV Badalona dedica un 1,2% del temps a informacions sobre fora de l'Estat espanyol, TV L'Hospitalet un 3,4% i Barcelona TV un 5,9% (vegeu les taules 78, 79 i 80 i els gràfics 71, 72 i 73).

Taula 80. TV Badalona. Distribució geogràfica de la informació. Octubre a desembre de 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Badalona	14:22:09	79,6
Catalunya	2:09:48	12,0
Estat espanyol	0:40:01	3,7
Barcelona	0:39:17	3,6
Internacional	0:11:02	1,0
Unió Europea	0:02:08	0,2
Total	18:04:25	100,0

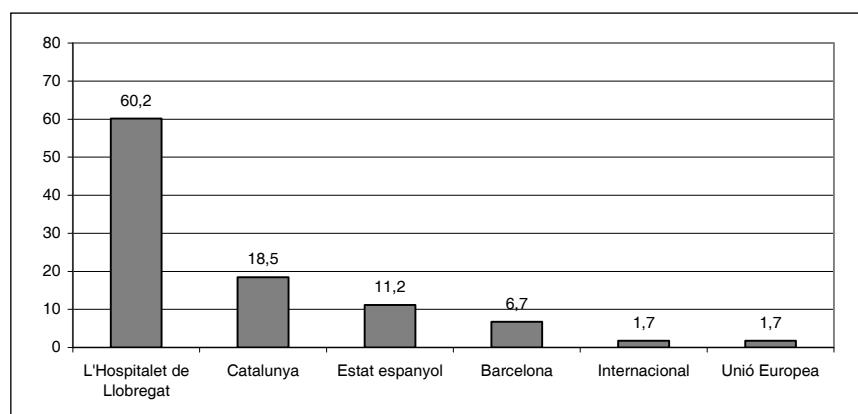
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 71. Barcelona TV. Distribució geogràfica de la informació. Any 2008



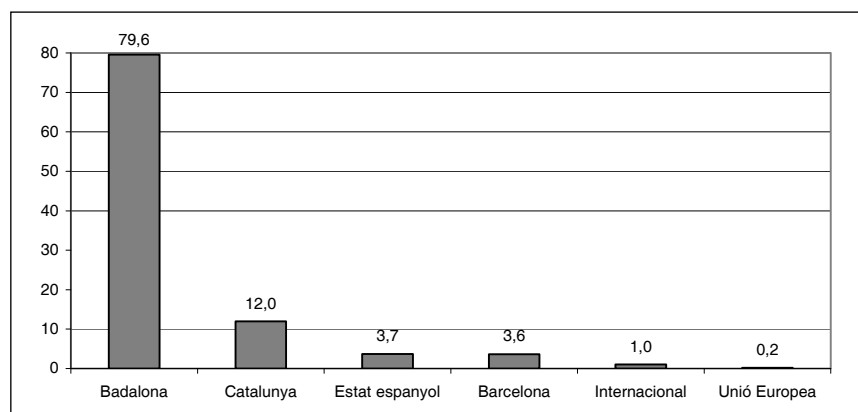
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 72. TV L'Hospitalet. Distribució geogràfica de la informació. Abril a juny de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 73. TV Badalona. Distribució geogràfica de la informació. Octubre a desembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 81. Barcelona TV. Distribució temàtica de la informació. Any 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Societat	36:38:02	22,0
Art i cultura	30:17:19	18,2
Esports	26:04:44	15,7
Economia i negocis	24:33:01	14,8
Crònica política	13:32:11	8,1
Treball	7:55:41	4,8
Medi ambient	5:56:44	3,6
Conflictes socials	4:39:06	2,8
Sanitat	4:23:40	2,6
Educació i ensenyament	4:08:54	2,5
Crònica internacional	3:09:03	1,9
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	1:40:52	1,0
Ciència i tecnologia	1:24:42	0,8
Temps	1:06:22	0,7
Trànsit	0:51:53	0,5
Total	166:22:14	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 82. TV L'Hospitalet. Distribució temàtica de la informació. Abril a juny de 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Art i cultura	6:02:23	20,8
Societat	4:55:26	16,9
Esports	4:43:11	16,2
Economia i negocis	3:15:22	11,2
Crònica política	2:26:30	8,4
Educació i ensenyament	2:12:43	7,6
Treball	1:37:57	5,6
Sanitat	1:32:33	5,3
Medi ambient	1:02:09	3,6
Altres temes	0:26:19	1,5
Conflictes socials	0:25:34	1,5
Crònica internacional	0:11:55	0,7
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:05:58	0,3
Trànsit	0:04:18	0,2
Ciència i tecnologia	0:02:37	0,1
Temps	0:01:23	0,1
Total	29:06:18	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

d) Distribució temàtica

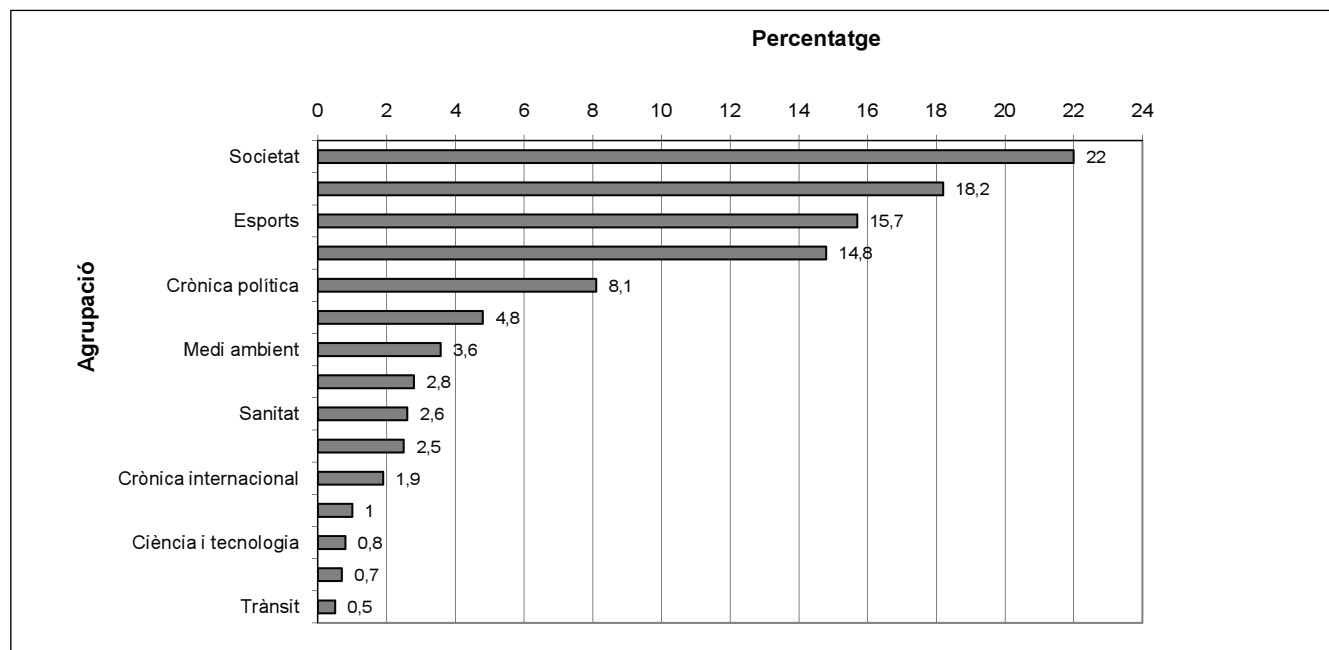
Pel que fa a la distribució temàtica, els prestadors locals Barcelona TV, TV L'Hospitalet i TV Badalona coincideixen a concentrar un temps de notícia elevat en els temàtics *Societat* i *Art i cultura* (entre un 16,9 i 22%). L'elevada presència d'*Art i cultura*, entorn d'un 20%, configura un tret comú entre els teleinformatius públics d'àmbit local, ja que en els teleinformatius d'àmbit català —tant els públics com el privat— aquesta temàtica no arriba al 10% en cap cas. A més, els tres prestadors coincideixen a situar les informacions sobre *Esports* en tercera preferència temàtica (entorn d'un 16%), a diferència de TVC i TVE Catalunya, on ocupa el primer lloc. Per acabar, d'acord amb el seu caràcter local, els teleinformatius dels tres prestadors dediquen molt poc o gens de temps de notícia al temàtic *Crònica internacional* (entre 0 a TV Badalona i 1,9% a Barcelona TV) (vegeu les taules 81, 82 i 83 i els gràfics 74, 75 i 76).

Taula 83. TV Badalona. Distribució temàtica de la informació. Octubre a desembre de 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Societat	4:12:06	20,6
Art i cultura	3:56:38	19,3
Esports	3:22:47	16,6
Economia i negocis	2:35:55	12,7
Crònica política	1:32:57	7,6
Educació i ensenyament	1:26:27	7,1
Sanitat	0:47:13	3,9
Treball	0:47:42	3,9
Medi ambient	0:41:59	3,4
Conflictes socials	0:27:04	2,2
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:22:02	1,8
Ciència i tecnologia	0:11:27	0,9
Trànsit	0:00:56	0,1
Total	20:25:13	100,0

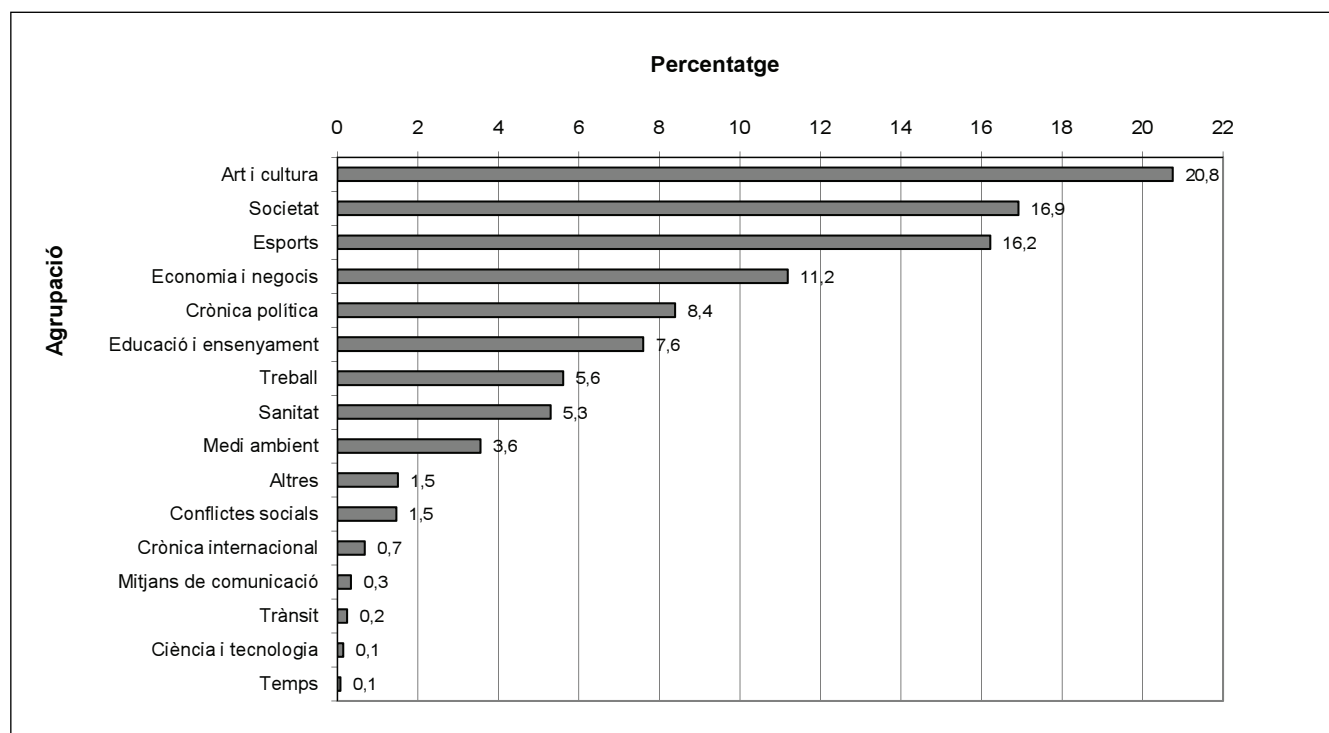
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 74. Barcelona TV. Distribució temàtica de la informació. Any 2008

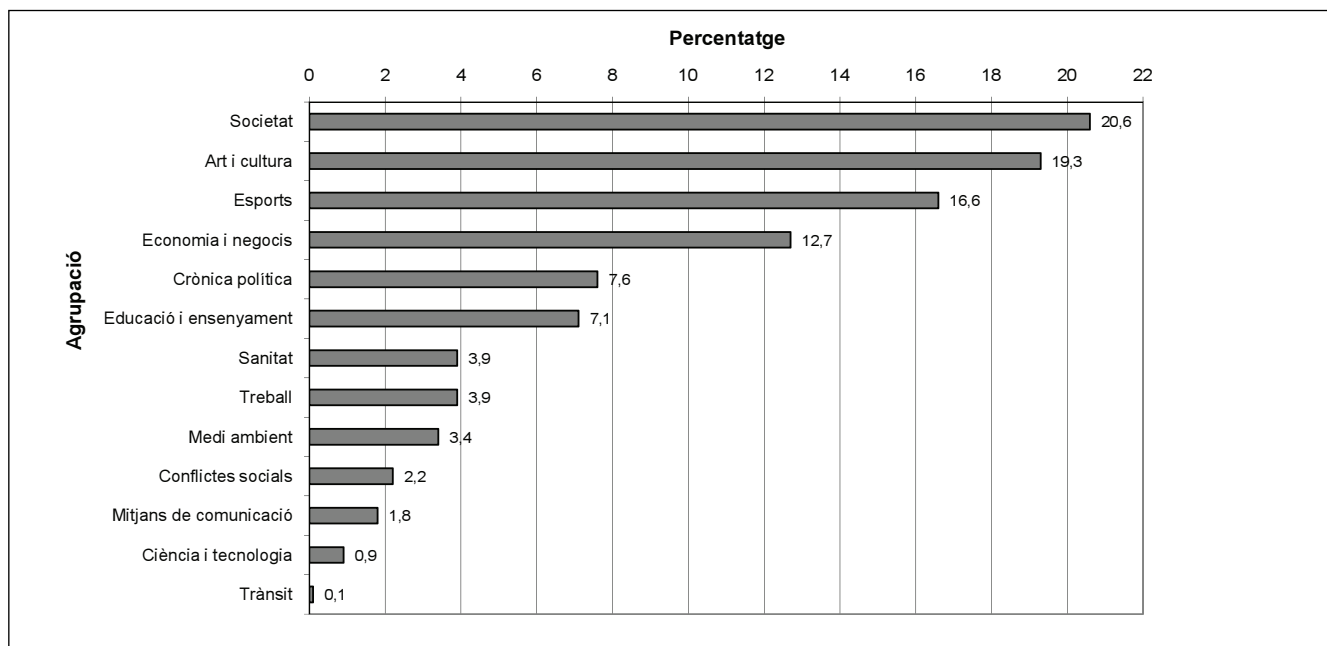


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

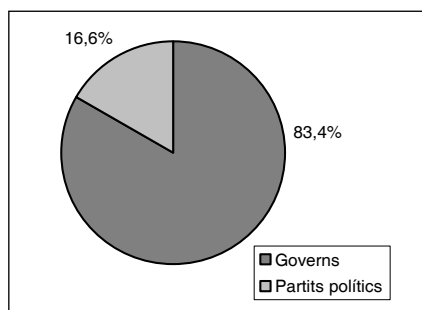
Gràfic 75. TV L'Hospitalet. Distribució temàtica de la informació. Abril a juny de 2008



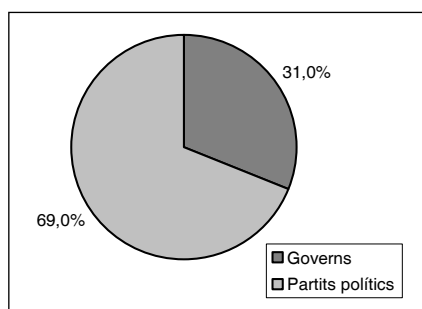
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 76. TV Badalona. Distribució temàtica de la informació. Octubre a desembre de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 77. Localia. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008

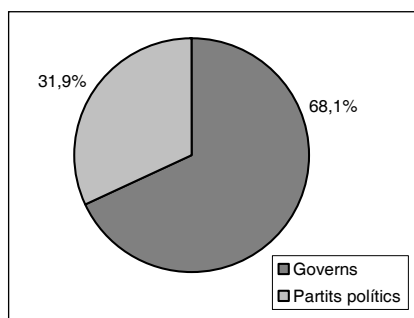
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 78. Canal Català Barcelona. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.4.3. Prestadors de titularitat privada: Localia, Canal Català Barcelona i UrBe TV**a) Pluralisme polític**

Els tres prestadors locals de titularitat privada difereixen substancialment quant al repartiment de temps de paraula entre governs i partits polítics. Si bé les dades registrades per Localia i UrBe TV fan inclinar la balança al costat dels governs (amb el 83,4% del temps de paraula a Localia i el 68,1% a UrBe TV), els resultats de Canal Català Barcelona revelen un predomini de les formacions polítiques, que obtenen el 69% d'aquest temps (vegeu els gràfics 77, 78 i 79).

Gràfic 79. UrBe TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Juliol a setembre de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Les dades de Localia, UrBe TV i Canal Català també difereixen bastant pel que fa als governs amb més temps de paraula. Tot i dedicar un temps de paraula elevat als governs, Localia i UrBe TV el distribueixen de manera diferent. Així, a Localia el Govern de l'Ajuntament de Barcelona és l'agrupació institucional amb més temps de paraula (38%), seguida del Govern de Catalunya (31,3%). Aquestes agrupacions concentren, conjuntament, prop del 70% de temps de paraula corresponent als governs i als partits polítics. A UrBe TV, en canvi, qui obté més temps de paraula és el Govern de Catalunya (39,4%), seguit del Govern de l'Ajuntament de Barcelona (19,1%). D'altra banda, Canal Català Barcelona, amb el 31% de temps de paraula per al conjunt dels governs, situa en primer lloc el Govern de Catalunya (16%) i en segon lloc el Govern de l'Estat (11,3%). Els governs locals, sumant el de l'Ajuntament de Barcelona i el de la resta de municipis catalans, obtenen en aquest prestador un percentatge de temps de paraula que tot just assoleix el 3,6%. La proporció diferent del temps de paraula per als governs locals entre aquests prestadors indica l'orientació distinta dels teleinformatius analitzats. Mentre que Localia i UrBe TV centren els teleinformatius en l'àmbit local, Canal Català Barcelona ho fa en un àmbit supralocal, amb només el 0,6% de temps de paraula per al Govern de l'Ajuntament de Barcelona.

Si s'analitzen les dades corresponents a les formacions polítiques amb representació al Parlament de Catalunya novament s'observen diferències notables entre els prestadors de serveis,

per bé que una altra vegada Localia i UrBe TV presenten dades més similars que les de Canal Català Barcelona. La primera posició entre els partits polítics és per a CiU a Localia (6,2%) i a UrBe TV (15,2%), i per al PSC+PSOE a Canal Català Barcelona (20,9%) (vegeu les taules 84, 85 i 86).

Els actors individuals que concentren més temps de paraula també difereixen entre prestadors. Així, els tres actors polítics que aglutinen una major porció d'aquest temps a Localia són membres del Govern de l'Ajuntament de Barcelona: l'alcalde, Jordi Hereu, el regidor de Mobilitat, Francesc Narváez, i la regidora de Medi Ambient,⁸² Imma Mayol. A UrBe TV hi ha dos membres del consistori de Barcelona entre les tres primeres posicions: l'alcalde, Jordi Hereu, en primer lloc, seguit del president de la Generalitat, José Montilla, i del líder del principal grup municipal a l'oposició, Xavier Trias. En canvi, a Canal Català Barcelona els tres primers llocs en temps de paraula els ocupen actors representants d'àmbits supralocals: el president del Govern de l'Estat i secretari general del PSOE, José Luis Rodríguez Zapatero, seguit del líder de l'oposició al Congrés i president del PP, Mariano Rajoy, i del secretari general de CiU, Josep Antoni Duran i Lleida.

Pel que fa al pluralisme des del punt de vista municipal, les dades dels prestadors revelen una primacia del Govern de l'Ajuntament de Barcelona respecte dels grups de l'oposició, tot i que amb diferent mesura. En el cas de Localia es tradueix en un 89,3% del temps de paraula i, a UrBe TV, en el 67,6%. El

Taula 84. Localia. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	1:02:05	83,4
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:28:18	38,0
• Govern de Catalunya	0:23:20	31,3
• Govern de l'Estat	0:08:32	11,5
• Govern de les administracions locals catalanes	0:01:55	2,6
Partits polítics	0:12:22	16,6
• CiU	0:04:36	6,2
• ERC	0:02:41	3,6
• PSC + PSOE	0:02:26	3,3
• PPC + PP	0:02:06	2,8
• ICV-EUiA + IU	0:00:33	0,7
• C's	-	-
• Resta de formacions polítiques	-	-
Total	1:14:27	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 85. Canal Català Barcelona. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener a març de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	0:47:38	31,0
• Govern de Catalunya	0:24:38	16,0
• Govern de l'Estat	0:17:22	11,3
• Govern de les administracions locals catalanes	0:04:39	3,0
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:00:59	0,6
Partits polítics	1:45:58	69,0
• PSC + PSOE	0:32:10	20,9
• PPC + PP	0:27:53	18,2
• CiU	0:22:25	14,6
• ERC	0:09:57	6,5
• ICV-EUiA + IU	0:05:15	3,4
• C's	-	-
• Resta de formacions polítiques	0:08:18	5,4
Total	2:33:36	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

⁸² Imma Mayol deixa de ser la segona tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona a partir del 30 de maig de 2008.

Taula 86. UrBe TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Juliol a setembre de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern	0:35:03	68,1
• Govern de Catalunya	0:20:19	39,4
• Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:09:49	19,1
• Govern de l'Estat	0:03:25	6,6
• Govern de les administracions locals catalanes	0:01:30	2,9
Partits polítics	0:16:27	31,9
• CiU	0:07:49	15,2
• PPC + PP	0:04:25	8,6
• ERC	0:01:52	3,6
• PSC + PSOE	0:01:42	3,3
• ICV-EUiA + IU	0:00:39	1,3
• C's	-	-
• Resta de formacions polítiques	-	-
Total	0:51:30	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 87. Localia. Temps de paraula del govern i l'oposició municipal. Gener a març de 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:28:18	89,3
Oposició de l'Ajuntament de Barcelona	0:03:24	10,7
• CiU	0:02:16	
• ERC	0:00:58	
• PPC	0:00:10	
Total	0:31:42	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

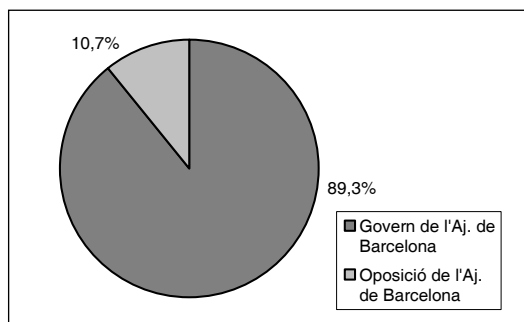
Taula 88. UrBe TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipal. Juliol a setembre 2008

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:09:49	67,6
Oposició de l'Ajuntament de Barcelona	0:04:42	32,4
• CiU	0:02:50	
• PPC	0:01:24	
• ERC	0:00:28	
Total	0:14:31	100,0

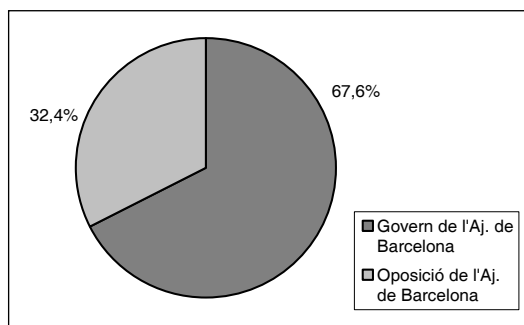
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

prestador Canal Català Barcelona no és comparable, ja que el temps de paraula del consistori de Barcelona durant el període analitzat és mínim (només 59 segons per al Govern de l'Ajuntament de Barcelona i sense temps de paraula per a l'oposició municipal) (vegeu els gràfics 80 i 81).

En els dos prestadors locals de titularitat privada que presenten temps per a l'oposició de l'Ajuntament de Barcelona, la formació política de l'oposició que obté més temps de paraula és el Grup Municipal de CiU, amb el 7,2% a Localia i el 19,5% sobre el total del sumatori de governs i oposició a UrBe TV. En tots dos prestadors ERC té entorn del 3% de temps de paraula, mentre que el PPC obté una proporció de temps molt diferent en l'un i l'altre: el 0,5% a Localia i el 9,6% a UrBe TV (vegeu les taules 87 i 88).

Gràfic 80. Localia. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Gener a març de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 81. UrBe TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Juliol a setembre de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

b) Presència de les dones

Pel que fa a la variable sexe del temps de paraula d'actors polítics, ja siguin representants dels partits o de les institucions, la presència de dones en els tres prestadors locals de titularitat privada se situa entre el 17,5% d'UrBe TV i el 23% de Localia, amb Canal Català Barcelona amb el 20,4% (vegeu els gràfics 82, 83 i 84).

c) Distribució geogràfica

Quant a la distribució geogràfica de la informació, els teletinformatius de Localia i UrBe TV presenten un perfil de prestador local, ja que concentren entorn de la meitat de temps de notícia en el municipi de referència, Barcelona. A més, dediquen una atenció informativa elevada a l'àmbit de Catalunya: entorn del 30% a Localia i del 40% a UrBe TV. En canvi, Canal Català Barcelona se centra en els àmbits català i estatal per sobre de l'àmbit local barceloní, ja que l'ítem Barcelona només obté un 16,9% de temps de notícia (vegeu les taules 89, 90 i 91 i els gràfics 85, 86 i 87).

Taula 89. Canal Català Barcelona. Distribució geogràfica de la informació. Gner a març de 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Catalunya	13:01:57	36,1
Estat espanyol	11:28:52	31,8
Barcelona	6:05:33	16,9
Internacional	4:15:35	11,8
Unió Europea	1:14:12	3,4
Total	36:06:09	100,0

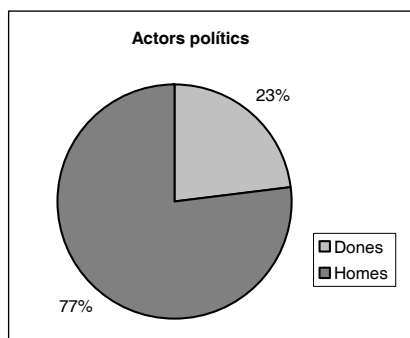
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 90. Localia. Distribució geogràfica de la informació. Gner a març de 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Barcelona	12:53:38	53,1
Catalunya	7:09:52	29,5
Estat espanyol	2:53:14	11,9
Internacional	1:12:58	5,0
Unió Europea	0:06:13	0,4
Total	24:15:55	100,0

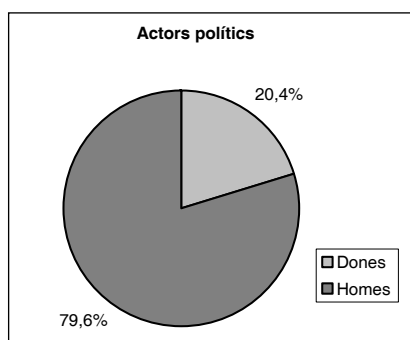
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 82. Localia. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Gner a març de 2008



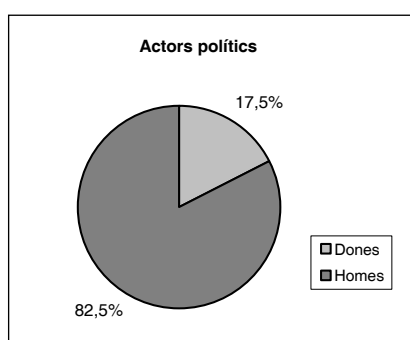
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 83. Canal Català Barcelona. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Gner a març de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 84. UrBe TV. Proporció de temps de paraula dels actors polítics en funció de la variable sexe. Juliol a setembre de 2008

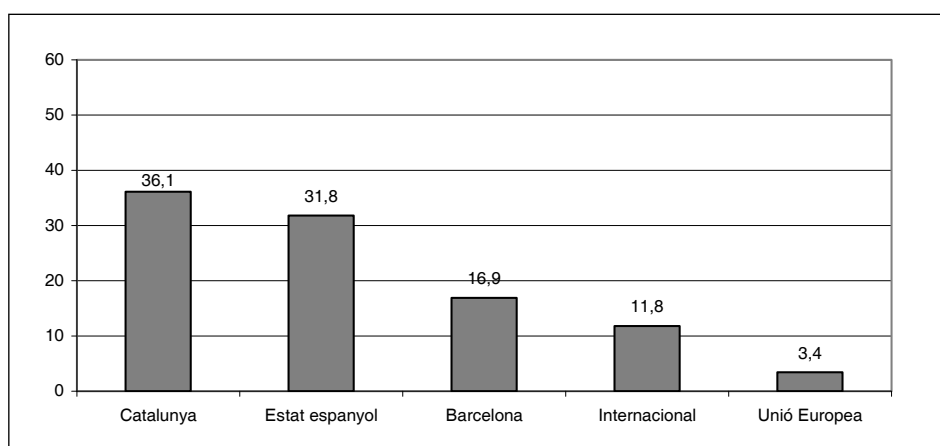


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

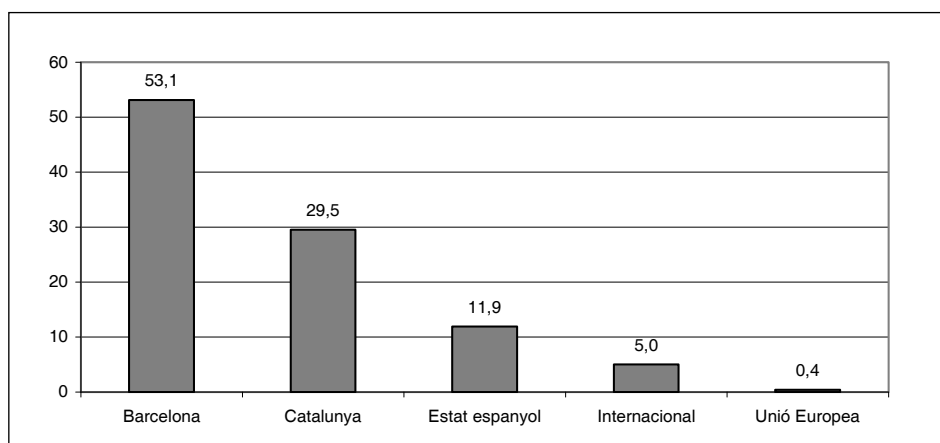
Taula 91. UrBe TV. Distribució geogràfica de la informació. Juliol a setembre de 2008

Agrupació	Temps	% sobre temps total
Barcelona	6:25:24	48,9
Catalunya	5:23:27	41,0
Estat espanyol	1:08:11	8,6
Internacional	0:09:35	1,2
Unió Europea	0:02:02	0,3
Total	13:08:39	100,0

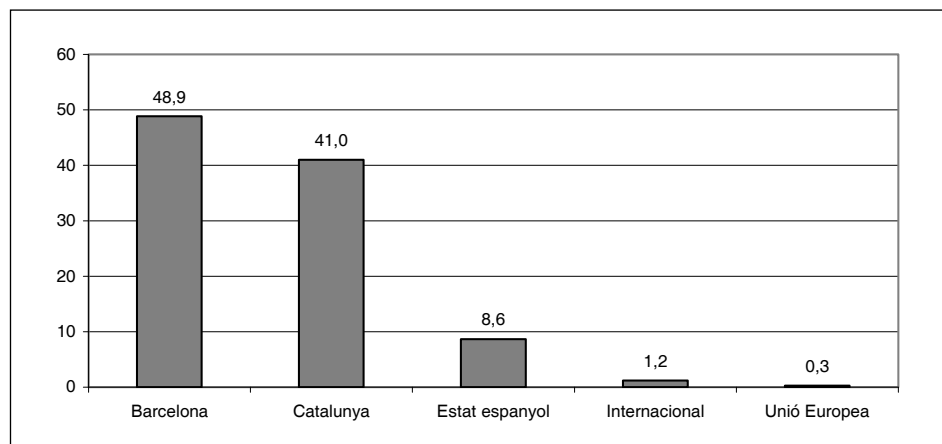
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 85. Canal Català Barcelona. Distribució geogràfica de la informació. Gener a març de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 86. Localia. Distribució geogràfica de la informació. Gener a març de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 87. UrBe TV. Distribució geogràfica de la informació. Juliol-setembre de 2008

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

d) Distribució temàtica

Amb relació a la distribució temàtica, els teletinformatius de Canal Català Barcelona presenten unes preferències temàtiques similars als teletinformatius de referència de TV3 i el 3/24, però amb diferències remarcables en la proporció de temps dedicat. Així, destaca el 32,7% de temps de notícia per a *Crònica política*, que dista gairebé 15 punts percentuals del següent temàtic, *Societat* (17,8%). En tercer lloc, el temàtic *Crònica internacional* (12,3%) també obté una alta atenció informativa.

Els teletinformatius de Localia i d'UrBe TV segueixen un patró similar a l'observat en els teletinformatius locals públics: coincideixen a donar un lloc preferent als temàtics *Societat* i *Art i Cultura*, per bé que, en el segon, amb una proporció de temps diferent (28% a Localia i 11,6% a UrBe TV). A més, d'acord amb el seu caràcter local, els dos teletinformatius presten molt poc o gens de temps al temàtic *Crònica internacional*. La major diferència entre tots dos prestadors és la gran proporció de temps que UrBe TV dedica a Esports (31,3%), mentre que a Localia gairebé no apareix, fet que es repeteix a Canal Català Barcelona⁸³ (vegeu les taules 92, 93 i 94 i els gràfics 88, 89 i 90).

Taula 92. Canal Català Barcelona. Distribució temàtica de la informació. Gènere a març de 2008

Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Crònica política	9:26:21	32,7
Societat	5:08:25	17,8
Crònica internacional	3:33:09	12,3
Economia i negocis	3:06:55	10,8
Art i cultura	2:11:55	7,6
Medi ambient	1:14:14	4,3
Treball	1:09:44	4,0
Conflictes socials	0:48:58	2,8
Sanitat	0:40:24	2,3
Temps	0:31:30	1,8
Educació i ensenyament	0:25:40	1,5
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:11:40	0,7
Ciència i tecnologia	0:11:08	0,6
Trànsit	0:07:57	0,5
Esports	0:04:47	0,3
Total	28:52:47	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

83 L'escassa o nul·la presència d'*Esports* a Localia i a Canal Català Barcelona es deu al fet que el tractament de les informacions esportives es fa en programes específics fora del teletinformatiu.

Taula 93. Localia. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008

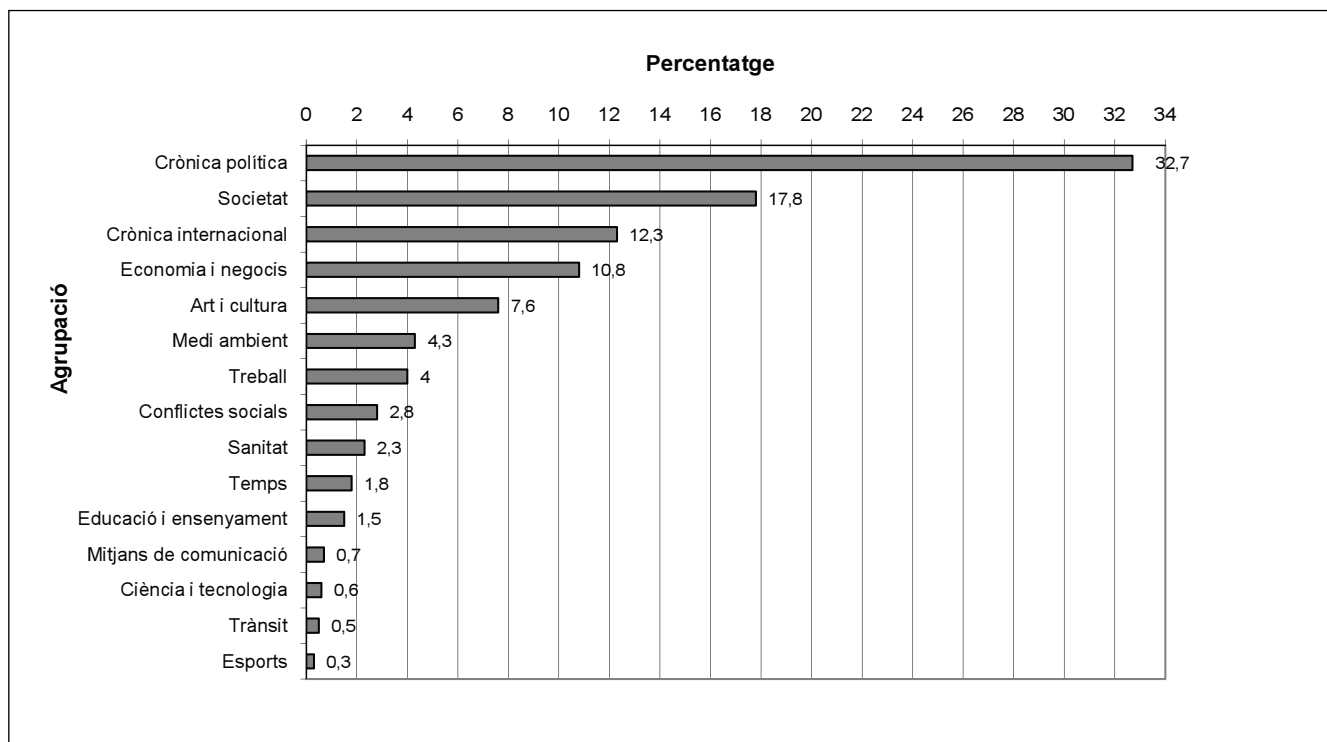
Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Art i cultura	5:20:45	28,0
Societat	3:47:34	19,8
Economia i negocis	3:31:57	18,5
Treball	1:26:04	7,5
Crònica política	1:11:07	6,2
Conflictes socials	0:51:41	4,5
Educació i ensenyament	0:46:39	4,1
Medi ambient	0:46:52	4,1
Sanitat	0:43:58	3,8
Ciència i tecnologia	0:21:52	1,9
Crònica internacional	0:10:22	0,9
Esports	0:03:18	0,3
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:01:58	0,2
Trànsit	0:02:26	0,2
Total	19:06:33	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 94. UrBe TV. Distribució temàtica de la informació. Juliol a setembre de 2008

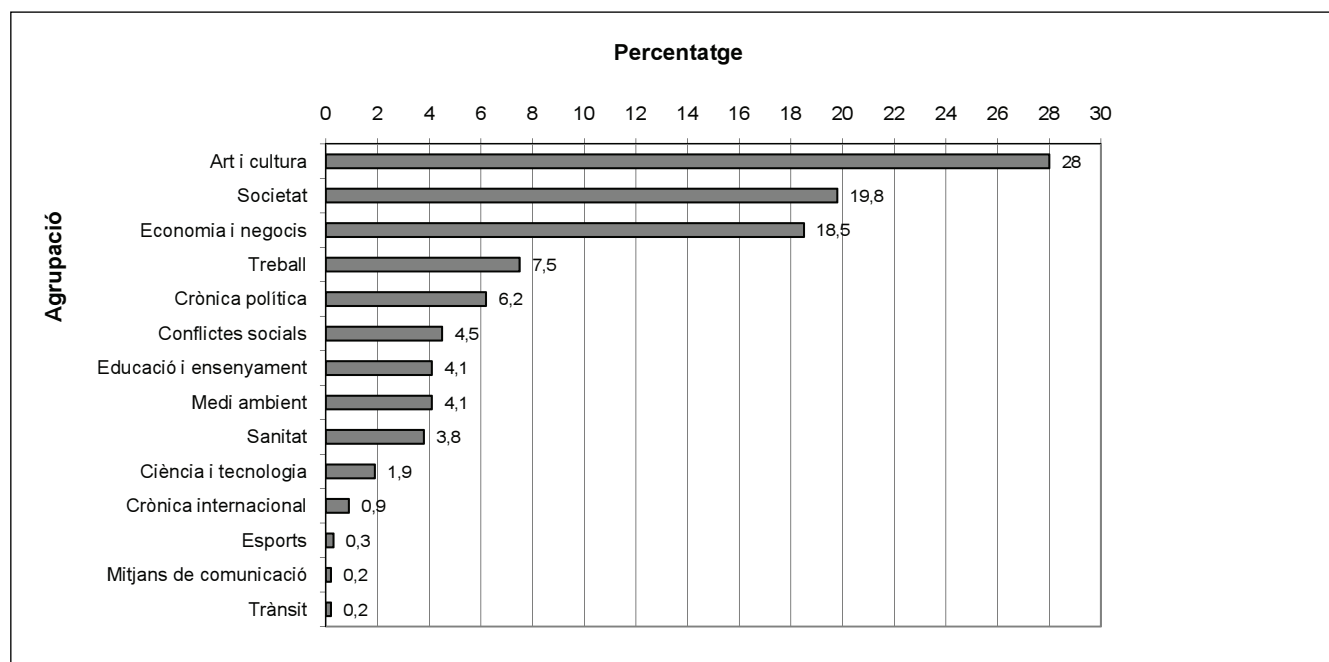
Temàtic	Durada	% sobre total temàtics
Esports	5:19:01	31,3
Societat	3:06:06	18,3
Art i cultura	1:58:27	11,6
Economia i negocis	1:41:09	9,9
Crònica política	1:36:39	9,5
Treball	0:46:27	4,6
Temps	0:36:13	3,6
Medi ambient	0:33:39	3,3
Sanitat	0:30:07	3,0
Educació i ensenyament	0:25:40	2,5
Conflictes socials	0:20:50	2,0
Mitjans de comunicació i telecomunicacions	0:03:39	0,4
Ciència i tecnologia	0:01:36	0,2
Total	16:59:33	100,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 88. Canal Català Barcelona. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008

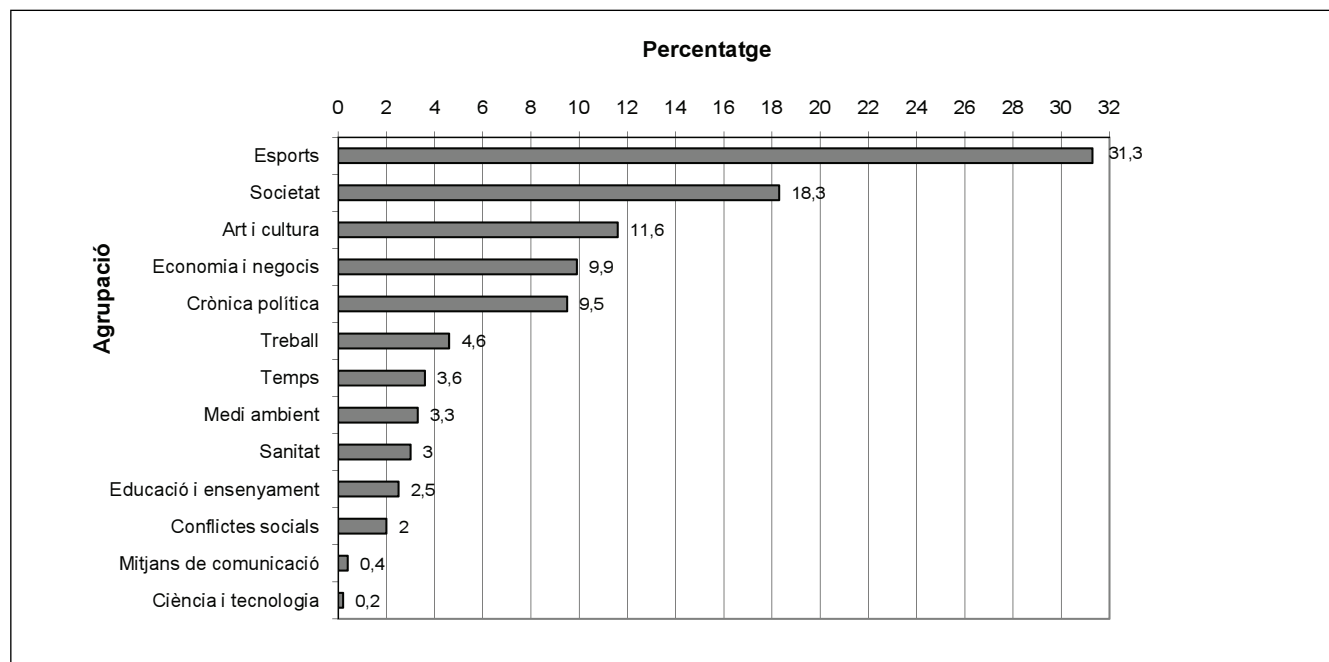
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 89. Localia. Distribució temàtica de la informació. Gener a març de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 90. UrBe TV. Distribució temàtica de la informació. Juliol a setembre de 2008



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

7. Televisió per internet

De forma general el concepte de televisió per internet —o web TV— s'utilitza amb referència als continguts audiovisuals disponibles a través de la xarxa. Es tracta d'una noció molt àmplia que engloba diverses possibilitats, atesa l'heterogeneïtat d'actors (mitjans de comunicació, empreses de producció o distribució de serveis audiovisuals, però també tot tipus d'ens o associacions, tant de l'àmbit públic com del privat, així com algunes persones a títol individual), continguts (produïts professionalment o per aficionats) i formes d'accés (en directe/ sota demanda) que s'hi conjuguen.

Sovint es confon la televisió per ADSL amb la televisió per internet perquè comparteixen la mateixa tecnologia de base, el protocol d'internet. Cal remarcar, però, que són sistemes diferents: la televisió per ADSL es distribueix en un entorn tancat que gestiona el proveïdor del servei; per accedir-hi cal estar-hi subscrit i tenir associat un descodificador al dispositiu receptor. A Catalunya i a l'Estat espanyol aquest servei el comercialitzen tres plataformes diferents, Imagenio, Jazztel TV i Orange TV.

A la xarxa, la presència de webs TV ha anat en augment els darrers anys; com s'ha apuntat, determinats elements que hi conflueixen i que són comuns poden servir per classificar els diversos tipus de televisions per internet existents, com ara:

- El proveïdor del servei: una mateixa peça audiovisual pot ser subministrada mitjançant el web propi del responsable editorial de la producció, però també a través del portal d'una altra societat no necessàriament vinculada empresarialment amb la primera.
- La forma d'accés: l'usuari té a l'abast tant programació en directe de canals/programes de televisió com vídeos sota demanda.
- El contingut: es pot tractar de material produït professionalment per empreses o institucions o per aficionats.

Tot i que amb certes dificultats a causa de la gran diversitat de webs TV, amb aquests paràmetres es poden agrupar en cinc grans categories.

Un primer grup està format per prestadors de serveis de televisió, ja siguin de gestió pública o privada, en emissió analògica o digital, d'àmbit nacional, estatal o local, que difonen mitjançant els seus portals una part o la totalitat de la seva producció/programació, tant a la carta com en directe. A escala nacional, com s'ha esmentat en l'apartat 2.1 d'aquest mateix capítol, Televisió de Catalunya ofereix totes dues possibilitats; a l'Estat espanyol, TVE, Antena 3 de Televisión, Gestevisión Telecinco i La Sexta ofereixen diversos continguts audiovi-

suals sota demanda a través dels webs propis. Pel que fa a l'emissió en directe, tan sols TVE, Antena 3 de Televisión i Intereconomía Tv disposen d'aquest servei per a alguns dels seus programes de TDT (vegeu l'apartat 2.2).

Alguns prestadors de serveis de televisió local o de proximitat també publiquen a la xarxa part de la seva producció, bé en directe o sota demanda; el 2008 cal assenyalar la posada en marxa del web TV de Canal Català (<<http://www.canalcatala.com/web2009/tv/1tv.htm>>); d'anys anteriors destaquen les propostes de Barcelona TV (<<http://www.btv.cat>>), que comença el 2008 amb més de cinc mil usuaris registrats, o Maresme Digital TV (<<http://maresmedigitaltv.minisites.xtvl.tv>>), que el setembre celebrava el primer aniversari.

A més d'aquestes iniciatives relacionades amb prestadors que gestionen alguna concessió de TDT-L per a l'àmbit territorial de les demarcacions de Catalunya, durant l'any 2008 s'han engegat diversos web TV de projectes televisius vinculats al sector públic en emissió analògica que —fins a l'apagada— segueixen en funcionament⁸⁴ i que ara també ho estan a la xarxa; els diferents portals faciliten l'accés a continguts a la carta i, en alguns casos, també en directe. Entre d'altres, en són exemples <<http://www.rtvendrell.cat/>>, <<http://www.canalblau.cat/cb4/default.asp>>, <<http://granollerstv.com>>, <<http://www.valirana.tv>> i <<http://www.vandellos-hospitalet.org/>>.

Un altre grup està integrat per canals de televisió fins ara disponibles únicament en plataformes de serveis audiovisuals de pagament que a partir de l'any 2008 són accessibles també per internet. El novembre, el grup Sogecable estrena el web <<http://www.plus.es/plustv>>, on es pot accedir a part dels continguts de la programació de Canal + a través d'internet i sense necessitat de subscripció.⁸⁵ Així mateix, Canal de Historia⁸⁶ també posa a disposició de l'internauta documentals a <<http://www.alacarta.canaldehistoria.es/>>; si bé en aquest cas es requereix pagament previ.

Una altra forma de televisió per internet són els portals d'agregació de material audiovisual a la carta. En aquest tercer grup es poden trobar dos tipus de webs: l'un on conviuen produccions de caire professional i amateur —en el qual l'usuari participa de forma activa atès que, a més de consumir-ne i subscriure's a les actualitzacions, en pot publicar— i l'altre on únicament tenen cabuda els formats generats per empreses del sector.

En el primer cas, el web paradigmàtic és YouTube, present a la xarxa des de l'any 2005. Dintre de la diversitat de peces disponibles, a més de les fetes per aficionats, també hi ha les que publiquen els diversos prestadors, que gestionen la seva pròpia secció o *canal*. D'àmbit nacional, Televisió de Catalunya man-

⁸⁴ Vegeu l'apartat 2.3.3 d'aquest mateix capítol.

⁸⁵ Grupo Prisa (2008). "Canal + abre una ventana en internet". [En línia]. Madrid, Grupo Prisa, 20 de novembre de 2008. <<http://www.prisa.com/sala-prensa/noticia/278/canal+-abre-una-ventana-en-internet/>> [Consulta: juliol de 2009]

⁸⁶ Canal temàtic de l'empresa Multicanal Iberia, SLU, que també en produeix d'altres com ara Canal Cocina o Canal Hollywood.

té un apartat propi des de 2007 (<<http://www.youtube.com/tv3>>); a escala estatal hi ha TVE (<<http://www.youtube.com/rteve>>), Antena 3 TV (<<http://www.youtube.com/antena3>>), Cuatro (<<http://www.youtube.com/cuatro>>) i laSexta (<<http://www.youtube.com/lasexta>>), i, de proximitat, el grup Canal Català (<<http://www.youtube.com/canalcatalatelevisio>>), Canal Català Osona (<<http://www.youtube.com/ccosona>>), o Canal T.E. (<<http://www.youtube.com/canalte>>), entre d'altres.

YouTube també hi ha webs TV vinculats a ajuntaments, com ara Televisió de Cambrils (<<http://www.youtube.com/tvcambrils>>) o Televisió de Vandellòs (<<http://www.youtube.com/tvandellos>>), o empreses informatives com ara l'agència de notícies ACN, que des del maig de 2008 publica diàriament algunes de les informacions que produeix a <<http://www.youtube.com/agenciaACN>>.

La producció provinent del sector empresarial audiovisual o la realitzada pels internautes no és l'únic que es pot trobar a YouTube. L'any 2008 el portal Gencat, el web institucional del Govern de la Generalitat de Catalunya, va celebrar el Dia d'Internet (17 de maig) estrenant un canal propi en aquesta plataforma (<<http://www.youtube.com/gencat>>). Igualment ho va fer l'Ajuntament de Sant Cugat del Vallès (<<http://www.youtube.com/santcugat>>), que el va posar en marxa el quart trimestre de 2008; tots dos ofereixen una selecció de vídeos institucionals i informatius.

A més de YouTube, existeixen més webs d'emmagatzematge i consum audiovisual a la carta. Amb un format similar, i presentat com una guia de la televisió per internet, el portal Invision.tv (<<http://www.invision.tv>>) recull tota mena de continguts a la carta, tant produïts empresarialment com generats per les persones usuàries. El febrer de 2008 es presenta <<http://messenger.msn.com>>, una aplicació de Microsoft disponible a Espanya des de l'abril del mateix any de característiques similars. D'altres exemples són <<http://www.dailymotion.com/es>>, present a la xarxa des de 2005, o <<http://www.vimeo.com>>, espai d'intercanvi de vídeos, en aquest cas fets tan sols de forma amateur i sense finalitat comercial.

Joost (<<http://www.joost.com>>) és una altra mostra de web TV sota demanda que únicament ofereix produccions professionals; estrenada oficialment el 2007, ofereix formats de ficció, musicals o informatius produïts per Sony Pictures, Time Warner o Endemol, entre d'altres, empreses amb les quals va subscriure acords de difusió. L'any 2008 presenta una nova versió que no necessita la descàrrega prèvia de programari per accedir-hi. D'origen estatal, cal destacar <<http://www.televeo.com>>, amb més de 63 canals de continguts gratuïts a la carta i dividits en diverses categories: informatius, música, esports, documentals, pel·lícules, sèries, infantil, etc., a més de l'emissió en directe d'Interconomia Tv i Canal Parlamento. No requereix registre previ ni descàrrega de cap programa, tot i que alguns vídeos són de pagament.

També hi ha casos on les mateixes productores difonen des dels webs corporatius les seves obres; companyies nord-americanes com ara ABC o NBC ho fan amb les sèries de ficció de més èxit. En l'àmbit català, cal assenyalar que a final de l'any 2008 Comunicàlia, l'empresa instrumental mitjançant la qual el Consorci de Comunicació Local i Comarcal presta serveis a ràdios i televisions locals, va estrenar nou web, <<http://www.comunicalia.cat>>. El portal incorpora, entre d'altres, la possibilitat d'accedir a la carta als vídeos promocionals de tots els espais que es distribueixen a televisions de proximitat de Catalunya (<<http://www.comunicalia.cat/cat/programes>>), com també al catàleg de formats ja emesos a la secció <http://www.comunicalia.cat/cat/espais_a_la_carta>.

Els portals d'agregació de canals de televisió són una forma d'accés mitjançant la xarxa a la programació en directe de les televisions; hi ha diversos webs dedicats a la difusió del senyal televisiu de forma gratuïta, com ara Jumptv (<<http://www.jumptv.com>>), Wwivit (<<http://es.wwitv.com>>), Streamick (<<http://www.streamick.com>>), Tvporinternet (<<http://www.tvporinternet.tv>>) o Zattoo (<<http://www.zattoo.com>>). Aquest darrer es va estrenar a l'Estat espanyol l'any 2007 i el 2008 ja arriba a més d'un milió d'usuaris registrats. Zattoo presenta com a novetat de l'any una nova versió del programari requerit per fer-ne ús que permet la creació de grups per organitzar els canals segons criteris personals. El mes d'octubre reorganitza l'oferta en dos paquets, un de bàsic amb 27 televisions en emissió convencional, i un altre anomenat Zattoo HiQ, amb vuit en alta definició; en tots dos casos cal pagar una quota d'accés. En l'àmbit català, cal destacar la posada en marxa el juliol de 2008 de La Nostra TV, una aplicació informàtica que permet la visualització de televisions i ràdios en emissió analògica o digital de tot el territori de parla catalana. Està disponible a <<http://www.comunicat.info/tv/cat/index.htm>>.

Finalment, en el cinquè grup es podrien incorporar els webs que, tot i ser de tipologia i temàtica diversa, tenen en comú la inclusió de vídeos com a complement de la resta del contingut que ofereixen. En el cas específic dels mitjans de comunicació en línia, amb la progressiva incorporació de continguts audiovisuals annexos a la notícia, alguns portals de premsa digital han arribat a desenvolupar seccions autònomes i amb entitat pròpia, on es presenten vídeos organitzats per seccions temàtiques, també anomenades *canals*. En l'àmbit català, entre 2006 i 2007 se n'estrenen diverses mostres, com ara Vilaweb TV (<<http://www.vilaweb.tv>>), Teveon (<<http://www.teveon.tv>>), Sies.tv (<<http://www.sies.tv>>), o E-tv⁸⁷ (<<http://www.e-noticies.tv>>). Al llarg de 2008 aquests portals han anat afegint millores a la seva oferta inicial, amb més *canals* (Vilaweb TV i E-tv els amplien fins a 37 i 10, respectivament) i més hores de vídeo. Per exemple, Vilaweb TV difon des del març el Canal UPC, produït per la Universitat Politècnica de Catalunya i on es poden veure peces sobre els investigadors de la universitat.

87 Vegeu l'apartat 7 del capítol IV de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

D'altra banda, Sies.tv va dur a terme canvis en el seu portal amb l'objectiu d'optimitzar-ne l'accés i facilitar-ne la navegabilitat.

A la xarxa també tenen cabuda moltes altres iniciatives de web TV difícilment vinculables a cap categoria. Per exemple, ajuntaments sense experiència televisiva prèvia han posat en marxa webs TV amb continguts a la carta, habitualment associats al portal de l'ajuntament i on es publiquen regularment vídeos d'informació relacionada amb esdeveniments del municipi. Algunes mostres en són <<http://www.lagarrigatv.com>>, <<http://www.tvcambrils.org/>>, <<http://www.vilanovadelcamí.net/>> o <<http://www.elprat.tv>>. En el sector privat, destaca la posada en marxa de <<http://www.onsortir.tv>>, web TV creat conjuntament amb el portal <<http://www.onsortir.cat>> amb l'objectiu de retransmetre totes les activitats relacionades amb l'oci, la cultura i el turisme de Catalunya.

En l'àmbit institucional, també cal destacar l'estrena d'algunes televisions per internet el 2008. El març el Consell Nacional de Joventut de Catalunya va estrenar XarxajoveTV (<<http://xarxajove.blip.tv/>>), un web TV vinculat al portal <<http://www.xarxajove.cat>>, amb informació sobre l'actualitat política, social i cultural del món juvenil. També el Parlament Europeu va posar en marxa el setembre de 2008 la seva televisió per internet al web <<http://www.europarl.tv/europa.eu>>, disponible en les 22 llengües oficials de la UE; la seva programació inclou de forma regular les sessions plenàries del Parlament.

Capítol V. Serveis audiovisuals en xarxa, internet i convergència

1. Presentació

El procés de convergència de serveis associats a internet amb altres serveis audiovisuals es va produint de manera inexorable, encara que difícilment perceptible en el dia a dia. Els serveis de compravenda per internet que incorporen so i imatge, l'accés a continguts audiovisuals a través de la xarxa, ja siguin de televisió o de ràdio o música, s'han estès i s'han generalitzat a gran part del món. En aquest sentit, el 2008 es caracteritza per ser un any d'assentament de projectes encetats anteriorment. Amb tot, també hi ha altres iniciatives que han emergit o que no han arribat a la maduresa en aquest període.

Entre els serveis en expansió hi ha la televisió a través del web (web TV). A títol il·lustratiu, algun ajuntament de Catalunya que estava integrat en un consorci de televisió digital terrestre local (TDT-L),¹ com ara el Prat de Llobregat, ha passat al format web per difondre informació local a través d'un videoweb municipal, “que combina les eines de la televisió amb l'accessibilitat de la xarxa a internet”.² Això no obstant, la facilitat d'ús (usabilitat) dels sistemes web encara no es pot equiparar amb la de la televisió.

Actualment, aquests sistemes ja estan disponibles per la ràdio, amb bases de dades de més de 16.000 emissores de tot el món. Es preveu que, en un futur pròxim, els aparells de televisió estaran connectats a internet i es podrà accedir a bases de dades d'enllaços a webs amb continguts d'alta qualitat.

Entre els serveis no consolidats cal esmentar la televisió en mobilitat, que es pot definir com la televisió que es pot veure a través de dispositius mòbils, ja sigui en línia o no. No hi ha encara un estàndard únic, si bé a Europa s'està introduint amb més força el DVB-H (*Digital Video Broadcast-Handheld*), dissenyat bàsicament per transmetre senyals de televisió digital en mobilitat mitjançant sistemes mòbils punt-multipunt —és a dir, el centre emissor transmet i qualsevol punt mòbil rep— i adaptat especialment per a l'estalvi energètic dels dispositius mòbils.

El sistema de web TV per mòbil actuals (a diferència del DVB-H) són punt a punt. Cal tenir en compte que la connexió d'internet per mitjà del mòbil es pot fer amb l'estàndard UMTS (*Universal Mobile Telecommunication Systems*) — popular-

ment, 3G (tercera generació)— amb una velocitat de transmissió bidireccional (de pujada i de baixada) de 384 Kbps; l'HSDPA (*High Speed Downlink Packet Access*), considerat com el 3,5G, que és una millora dels sistemes anteriors amb una velocitat de baixada de fins a 14 Mbps, incorporat ja a bastants mòbils, i els futurs LTE (*Long Term Evolution*), coneguts com 4G, que han de permetre velocitats entre 50 i 100 Mbps.

En termes d'equips de telefonia mòbil, cal afegir que l'iPhone amb tecnologia 3G va aparèixer a Espanya de la mà de Telefónica el juliol de 2008. Fruit de la lluita en el terreny dels dispositius mòbils va ser l'aparició del mòbil G-1 de Google amb el sistema operatiu Android, que permet treballar al telèfon mòbil amb totes les aplicacions de Google.

Entre la mobilitat i el sistema de telecomunicacions fixos han aparegut nous sistemes domòtics amb televisors en tres dimensions i sistemes remots de control comandats per l'aparell de telefonia mòbil.

2. Convergència tecnològica i audiovisual

Durant l'any 2008, la convergència digital ha tendit a reforçar-se, si bé es tracta encara d'una qüestió oberta.

– *Xarxa de banda ampla.*

Les xarxes de banda ampla són indispensables per a la convergència, especialment en relació amb l'audiovisual, ja que la imatge en moviment consumeix molta amplada de banda. Per això, es requereixen xarxes noves, de fibra òptica, que s'anomenen *xarxes de nova generació* (NGN, de l'anglès *Next Generation Networks*).

A l'Estat espanyol, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones va obrir el maig de 2007 una consulta pública sobre com haurien de competir en aquest nou mercat (la banda ampla) tots els operadors de telecomunicació i què haurien de compartir quant a la infraestructura.

El gener de 2008 es van fer públiques les conclusions i les línies mestres en referència a l'entorn regulador de les xarxes d'accés de nova generació (NGA, de l'anglès *Next Generation Access*).³

1 AJUNTAMENT DEL PRAT DE LLOBREGAT [En línia]: “Suspensió temporal del projecte de TDT del Delta del Llobregat”. El Prat de Llobregat: Ajuntament del Prat de Llobregat, 10/12/2008. Accessible a <<http://www.elprat.cat>>, Notícies, Societat [Consulta: setembre de 2009]

2 AJUNTAMENT DEL PRAT DE LLOBREGAT [En línia]: “Comença a funcionar el videoweb d'informació local www.elprat.tv”. El Prat de Llobregat: Ajuntament del Prat de Llobregat, 26/09/2008. Accessible a <<http://www.elprat.cat>>, Notícies, Societat [Consulta: setembre de 2009]

3 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) [En línia]: *Principios y líneas maestras de la futura regulación de las redes de acceso de nueva generación (NGA)*. Barcelona: CMT, 2008.
<http://www.cmt.es/es/documentacion_de_referencia/redes_nueva_generacion/anexos/ANEXO_NGA.pdf> [Consulta: gener de 2009]

Per a la CMT, l'objectiu és promoure la competència efectiva i sostenible, amb unes amortitzacions adients, sempre d'acord amb la Llei general de telecomunicacions, que assenyalava que cal promoure una inversió eficient en matèria d'infraestructures i fomentar la innovació tecnològica (lletres a de l'article 3).

A grans trets, la posició de la CMT defensava:

- Incentivar la fibra fins a la llar i regular les canalitzacions de l'operador incumbent (Telefónica) sense que això suposés que els operadors alternatius deixin de prestar servei a través de la xarxa de coure. S'incentiva la fibra com a tecnologia de futur evitant que els operadors alternatius actuals (que tenen XDSL amb el parell de coure) es quedin sense servei.
- Separació d'obligacions dels operadors per zones competitives i zones no competitives. Hi ha zones rendibles per la concentració de mercat i d'altres que no ho són. D'acord amb això, es preveien solucions diferenciades.
- Actualitzar la regulació de les infraestructures comunes de telecomunicació dins dels habitatges. En aquest sentit, la CMT podria obligar a compartir als operadors alguns trams de la fibra òptica.
- Promoure que les administracions públiques fomentin les facilitats per a l'ocupació del domini públic.
- Recórrer a la separació funcional només en cas de necessitat. Ara es considera que l'operador incumbent (Telefónica) té un únic compte de resultats. Si el mercat de fibra no avança, es podria separar aquesta unitat de negoci i tractar-la com si fos una empresa independent.

El maig de 2008, la CMT va acordar estudiar el mercat d'accés físic (accés a la banda ampla) i el juliol va prendre la decisió, com a mesura cautelar fins que acabés aquest estudi dels mercats de banda ampla, que els operadors alternatius poguessin accedir a les infraestructures d'obra civil. Aquest mercat va ser finalment analitzat el desembre i es va fixar la frontera en 30 Mbps per distingir els serveis minoristes, que l'operador incumbent ha d'obrir a altres operadors, dels majoristes.⁴

– *Xarxa de banda ampla mòbil.*

De la mateixa manera que els serveis fixos, els serveis mòbils, com ara la televisió en mobilitat, també requereixen més amplada de banda. Aquestes infraestructures de banda ampla mòbil fins i tot poden substituir les fixes allà on no arribin. Al congrés internacional sobre telefonia mòbil (Mobile World Congress) de Barcelona del 2008 s'hi van presentar les primeres experiències amb tecnologia UMTS-3G i les noves xarxes de 4G.

Quant a la primera, la tecnologia 3G permet velocitats raonables per accedir a internet si no hi ha una quantitat gaire elevada d'usuaris. En aquesta línia es treballa amb xarxes HSDPA

i LTE per tal d'augmentar la velocitat, tot permetent també incrementar el nombre d'accessos simultanis.

D'altra banda, en el cas específic de la xarxa de banda ampla mòbil, per als serveis de continguts audiovisuals calen sistemes operatius i interfícies agradables per als usuaris. Per tal de millorar-ne la usabilitat, també cal adaptar-ne els continguts —que han de tenir una durada més curta— i aplicar-hi una programació que resulti fàcil.

– *Drets d'autor dels continguts audiovisuals. Cànon digital*

Els drets dels continguts audiovisuals era una qüestió pendent. Els fabricants i els usuaris han estat bel·ligerants contra el cànon digital i han demanat solucions alternatives. El 2008 a l'Estat espanyol es van establir la relació d'equips i els cànons a aplicar als aparells electrònics i els suports físics.⁵

– *Seguretat*

Un altre aspecte que cal tenir en compte és la seguretat a la xarxa, una qüestió cabdal, tant des del punt de vista de tecnologia com de continguts, per al bon ús d'internet. Els problemes de correu brossa (*spam*) i d'enviament de programari nociu (*maliciousware*) o el control dels continguts nocius per als infants són alguns dels temes que preocupen la comunitat internauta.

3. Pols a Catalunya

Entre les principals activitats que s'han fet el 2008 a Catalunya destaca el congrés internacional sobre telefonia mòbil Mobile World Congress, denominació que va adoptar en l'edició d'aquest any el fins aleshores 3GSM. Va tenir lloc a Barcelona del 11 al 14 de febrer (<<http://www.mobileworldcongress.com/>>), amb l'assistència de més de 55.000 persones, més de 1.300 empreses i més de 230 directors executius de companyies.⁶

També el congrés sobre internet que es fa anualment a Barcelona va canviar de nom el 2008. Coincidint amb el desè aniversari, l'anomenat, fins a l'edició del 2007, Internet Global Congress va esdevenir BDigital Global Congress, i va tenir lloc entre el 20 i el 22 de maig. Hi van assistir 2.618 congressistes, 100 ponents i moderadors, 6 *keynote speakers* i més de 108 periodistes acreditats.⁷

El 2008 el sector de les telecomunicacions ha estat marcat a Catalunya, entre altres aspectes, per la TDT. El desplaçament de la televisió digital terrestre i l'apagada analògica han estat uns dels principals temes de les trobades del sector. Així, el Col·legi Oficial d'Enginyers Tècnics de Telecomunicació de Catalunya

4 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2009) [En línia]: Informe anual 2008. Barcelona: CMT, pàg. 118 i 175.

<http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

5 Orden PRE/1743/2008 de 18 de juny 2008. BOE núm. 148 de 19 de juny de 2008.

<<http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/19/pdfs/A27842-27844.pdf>> [Consulta: juliol de 2009]

6 <http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_World_Congress> [Consulta: juliol de 2009].

7 <<http://www.igcweb.net/web/php/premsa/detallpremsa.php?pk=1113&inputPremsa=1&menu=7>> [Consulta: octubre de 2009]

(COETTC) va organitzar unes jornades el mes de febrer amb la participació del Govern de la Generalitat centrades en el calendari de desplegament de la xarxa, els projectes de TDT local, tant pública com privada, les infraestructures a les llars, els aparells de televisió i els codificadors i la doble antenització.

D'altra banda, també va tenir lloc a Barcelona la 13a Nit de les Telecomunicacions. Organitzada, com cada any, per l'Associació Catalana d'Enginyers de Telecomunicació i el Col·legi Oficial d'Enginyers de Telecomunicació de Catalunya (ACET-COETC), l'edició del 2008 es va celebrar sota el lema "Les telecomunicacions al servei de la sostenibilitat". Hi van assistir al voltant de 1.000 persones.

El 15 de maig, coincidint amb el Dia Mundial de les Telecomunicacions, Internet i la Societat de la Informació, els col·legis d'enginyers i d'enginyers tècnics de telecomunicació van celebrar al Parlament la jornada conjunta "Infraestructures i continguts, una oportunitat per a Catalunya. Cal un pacte nacional per estar al capdavant".⁸

Cal esmentar també la 7a Diada de les Telecomunicacions de Catalunya el 29 de setembre, organitzada pel Col·legi Oficial d'Enginyers Tècnics de Telecomunicació de Catalunya. Va comptar amb 15 taules rodones al voltant de tres eixos temàtics: accessibilitat i infraestructures de banda ampla, telecomunicacions i discapacitat. Hi va participar Javier Benedicto, director tècnic del projecte Galileu de l'Agència Espacial Europea (*European Space Agency*, ESA).

Durant el 2008, des de diversos àmbits, s'ha alertat sobre la manca de professionals en el sector de les TIC a Catalunya. En aquest sentit, el juny el Col·legi d'Enginyers de Telecomunicació va presentar un estudi elaborat per la professora Ariadna Llorens sobre els perfils professionals de les TIC⁹ segons el qual no hi ha coincidència entre la demanda de les empreses i les aspiracions dels professionals. El desembre la FOBSIC (Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya) va presentar un altre estudi sobre el sector laboral, les oportunitats i les perspectives dels professionals de les TIC a Catalunya, que analitza la situació laboral dels professionals des de la seva pròpia perspectiva.¹⁰ En aquest context, la Generalitat va posar en marxa el programa Enginycat (<<http://www.enginycat.cat/>>), amb l'objectiu de promoure el coneixement científic i tecnològic a Catalunya.¹¹

4. Societat de la informació

En aquest apartat s'analitza, en primer lloc, la situació d'internet a partir de diversos indicadors. Tot seguit, s'estudia l'estat de les infraestructures, tant de xarxa com de penetració a les llars.

4.1. Situació d'internet al món

L'any 2008 els usuaris d'internet augmenten a tot arreu, si bé en proporcions diferents. Tal com mostra el gràfic 1, hi ha tres continents on s'incrementen substancialment el nombre d'usuaris: a l'Àsia, un 28,7% (657,170 milions d'internautes el març de 2009 respecte als 510,478 milions el desembre de 2007); a Sud-amèrica, un 37,6% (173,619 milions d'internautes el març de 2009 respecte als 126,203 milions el desembre de 2007); i a Europa, amb un 13% (393,373 milions d'internautes el març de 2009 respecte als 348,125 milions el desembre de 2007).

Quant a usuaris en valor absolut, les xifres tenen un significat diferent. Així, l'Àsia augmenta 147 milions d'usuaris i l'Orient Mitjà, amb un valor relatiu superior, només creix en 12 milions. A l'Àfrica hi ha gairebé 10 milions d'usuaris més.

A Oceania i a l'Amèrica del Nord, on els mercats estan ja força saturats, no hi ha grans increments. L'Amèrica del Nord, amb un 5,6% (251,299 milions d'internautes el març de 2009 respecte als 238,015 milions el desembre de 2007) i Oceania, amb un 8,4% (20,783 milions d'internautes el març de 2009 respecte als 19,175 milions el desembre de 2007) són les àrees que menys creixen, però cal tenir en compte que també és on ja hi ha una penetració —és a dir, usuaris d'internet en relació amb la població— molt superior: del 74,4 i del 60,4%, respectivament (vegeu la taula 1).

Quant als usuaris nous, és significatiu que 7 de cada 10 provenen dels anomenats *mercats emergents* (Àsia i Sud-amèrica).

El gràfic 2 permet identificar la penetració d'internet per àrees geogràfiques i la manera com ha evolucionat. En aquest sentit, la mitjana anual ha passat del 20,0% al 23,8% entre desembre de 2007 i març de 2009; en aquesta data queden dues zones on la proporció d'internautes en relació amb la població no arriba al 20%: Àsia i Àfrica. A l'Orient Mitjà, i a Sud-amèrica i el Carib la penetració s'ha situat al voltant d'un terç de la població.

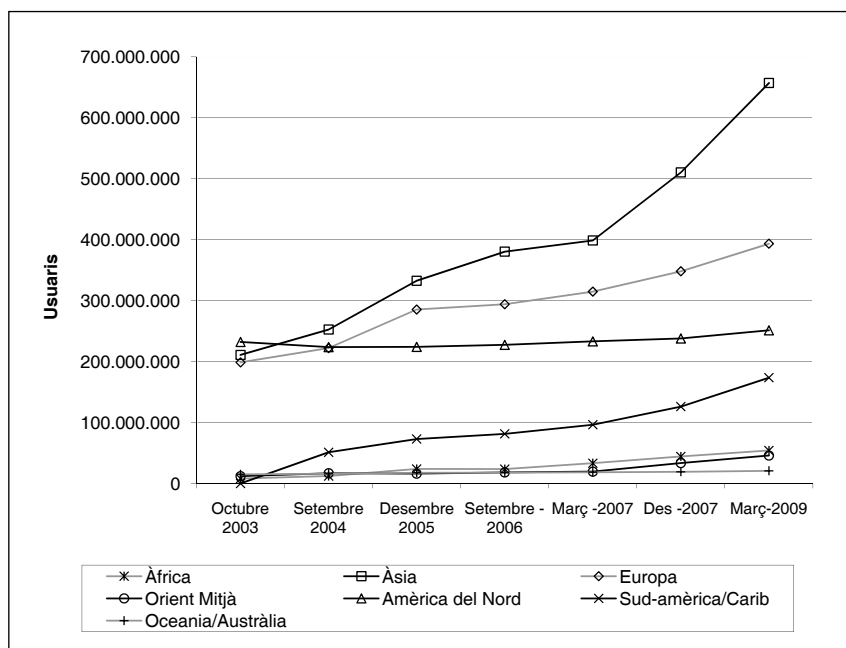
8 <http://www.telecos.cat/index.php?option=com_content&task=view&id=81&Itemid=103> [Consulta: juliol de 2009]

9 <http://www.telecos.cat/index.php?option=com_content&task=view&id=169&Itemid=103> [Consulta: juliol de 2009]

10 FUNDACIÓ OBSERVATORI PER A LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ A CATALUNYA (2008) [En línia]: *La situació laboral, oportunitats i perspectives dels professionals de les TIC a Catalunya. Informe final*. Barcelona: FOBSIC.

<http://www.fobsic.cat/opencms/export/sites/fobsic_site/ca/Documentos/Professionals_TIC/RRHH_partII/Informe_Complet.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

11 GENERALITAT DE CATALUNYA [En línia]: "El Govern impulsa el programa ENGINYCAT per afrontar la manca d'enginyeres i enginyers". Barcelona: Generalitat de Catalunya, 20 d'octubre de 2008. Accessible a: <<http://www.gencat.cat/premsa>> [Consulta: juliol de 2009]

Gràfic 1. Evolució dels usuaris d'internet per zones del món. Període 2002-2009

Font: Elaboració pròpia a partir d'<<http://www.internetworldstats.com>> [Consultes: novembre de 2002 i 2003; octubre de 2004; gener de 2006; abril de 2007, 2008 i 2009]

Taula 1. Procedència dels nous internautes. Abril de 2008 a abril de 2009

Àrea geogràfica	Nous internautes	Percentatge	Penetració (%)
Àfrica	9.809.560	3,5	5,6
Àsia	146.692.073	53,1	17,4
Europa	45.247.551	16,4	48,9
Orient Mitjà	12.350.846	4,5	23,3
Amèrica del Nord	13.274.960	4,8	74,4
Sud-amèrica/Carib	47.415.426	17,2	29,9
Oceania/Austràlia	1.607.583	0,6	60,4
Total/mitjana	276.397.999	100,0	23,8

Font: <<http://www.internetworldstats.com/>> [Consulta: abril de 2009]

Pel que fa als organismes de control, un altre aspecte que cal tenir en compte a escala mundial és que internet fins ara ha estat regulada per l'ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*),¹² l'organisme que s'encarrega d'assignar les adreces del protocol IP i d'establir els criteris de funcionament de la xarxa.

També com a conseqüència del creixement d'internet s'ha plantejat l'obertura de dominis nous i l'extensió als caràcters no

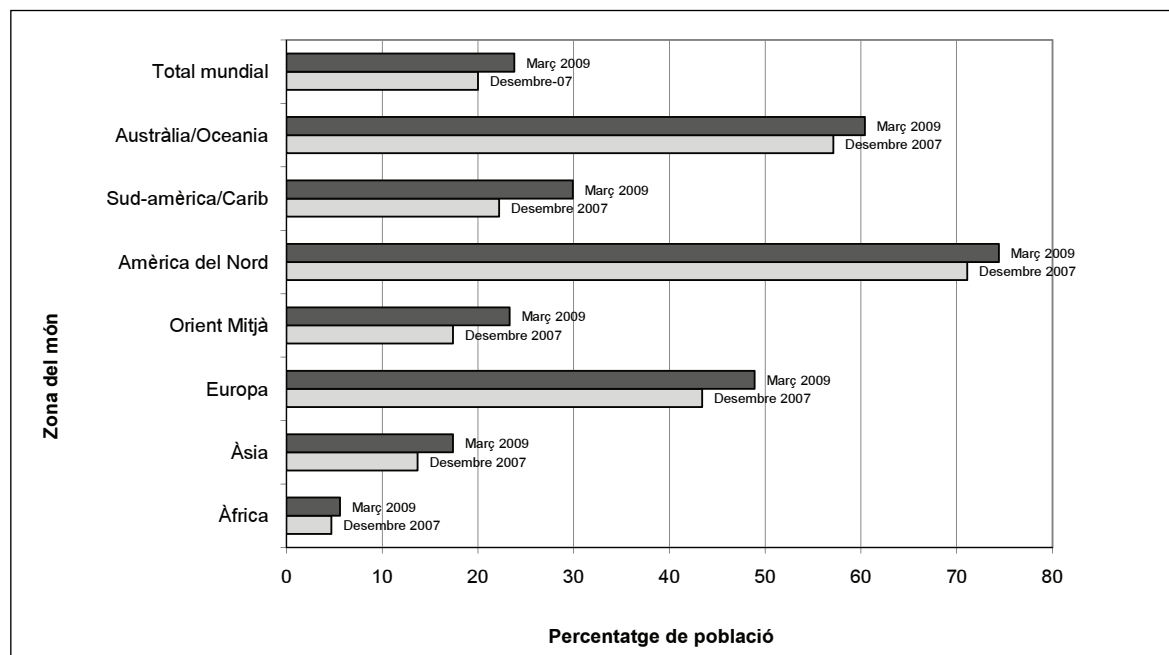
l·latins. Atès que una minoria de la població mundial utilitza caràcters l·latins, amb l'expansió d'internet cal integrar altres sistemes d'escriptura (xinesa, de l'Índia, àrbiga, etc.). En aquest sentit, l'ICANN va fer una consulta pública l'octubre de 2008¹³ i va rebre 317 comentaris procedents de 24 països que feien referència a preus dels dominis, criteris d'avaluació, protecció dels drets dels dominis i nous dominis.

En aquest sentit, cal remarcar la limitació del protocol emprat

¹² <<http://www.icann.org/tr/spanish.html>> [Consulta: juliol de 2009]

¹³ INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNED NAMES AND NUMBERS (ICANN) (2009) [En línia]: *2008 Annual Report*. Marina del Rey, Califòrnia; Brussel·les; Washington; Sidney: ICANN, pàg. 20. <<http://www.icann.org/en/annualreport/annual-report-2008-en.pdf>> [Consulta: abril de 2009]

Gràfic 2. Usuaris d'internet en relació amb la població per zones del món. Desembre de 2007 i març de 2009 (en percentatge)



Font: <<http://www.internetworldstats.com>> [Consultes: abril de 2008 i 2009]

en l'actualitat a internet. Es tracta de l'anomenat IPv4, que disposa de 32 bits d'adreçament, cosa que implica la possibilitat que existeixin al voltant de 4.000 milions d'adreces. Si bé cada lloc web és conegut per un nom (www.cac.cat o www.google.com, per exemple) perquè sigui fàcil de memoritzar, els servidors d'informació entenen números, cadascun dels quals és una adreça. El creixement de la xarxa comporta un augment continuat del volum d'adreces, que encara es preveu més alt en l'anomenat *internet de les coses* (és a dir, etiquetar els objectes —una làmpada, un semàfor, una paperera, equipaments o endolls, per exemple, poden tenir també una adreça d'Internet o IP). S'està treballant en un nou protocol, l'IPv6, amb 128 bits d'adreçament, que fa que es puguin arribar a $3,4 \times 10^{38}$ adreces possibles i, a més, amb avantatges de seguretat.

En relació amb el nombre d'abonats a la banda ampla als països de l'OCDE, el 2008 l'Estat espanyol ocupa la posició número 20, de manera que ha recuperat un lloc respecte al 2007. Tot i això, sumant totes les opcions de banda ampla, Espanya té un 20,8% d'abonats, xifra 1,8 punts per sota de la mitjana dels països de l'OCDE, que és del 22,6% (vegeu el gràfic 3). Val a dir que el mes de juny de 2007, segons les mateixes estadístiques de l'OCDE, es trobava 1,4 punts per sota de la mitjana.

Pel que fa a la fibra òptica, que, com s'ha assenyalat, és la infraestructura de comunicació en expansió, en el cas d'Espanya té un ús pràcticament imperceptible, amb un accés majoritari a través de DSL (és a dir, del parell de coure per on es rep la telefonia de veu) i, en menor mesura, de cable.

En general, les connexions en banda ampla es fan gairebé

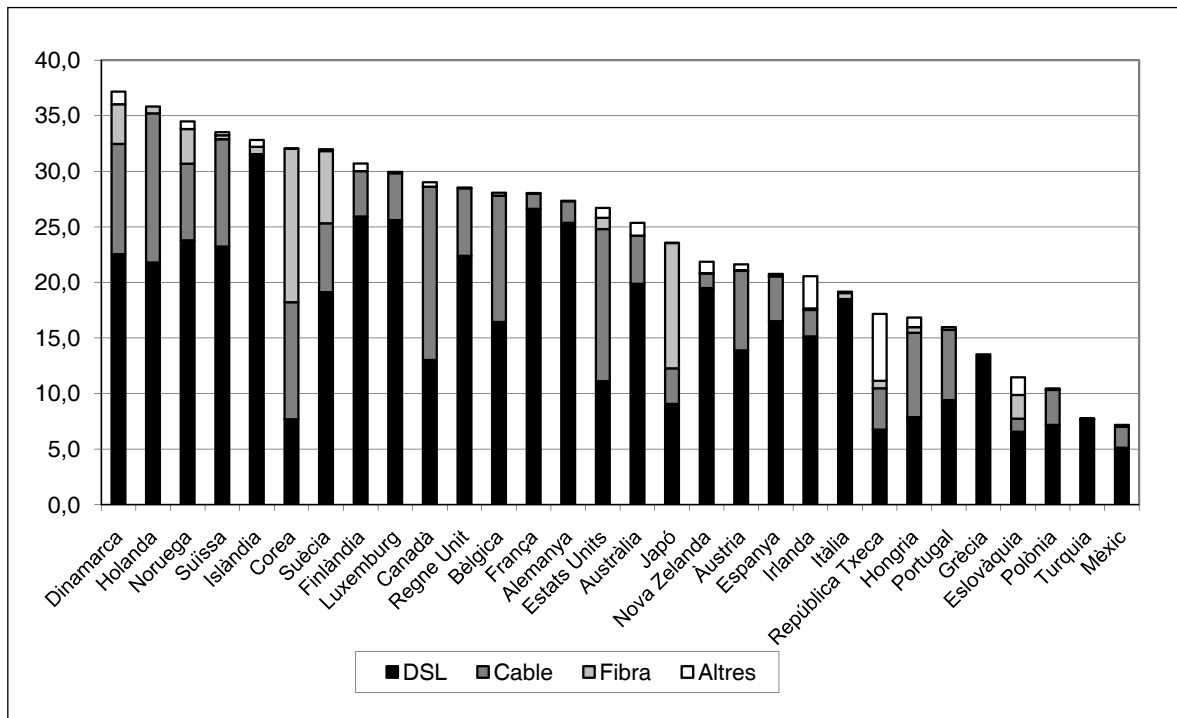
sempre amb DSL, excepte en aquells països amb una gran penetració de cable com ara Holanda, Bèlgica, els Estats Units o Canadà. Amb relació a la fibra òptica, la penetració més gran es troba a Corea, amb el 13,8% d'abonats, el Japó (11,3%), Suècia (6,3%), Dinamarca (3,6%) i Noruega (3,1%).

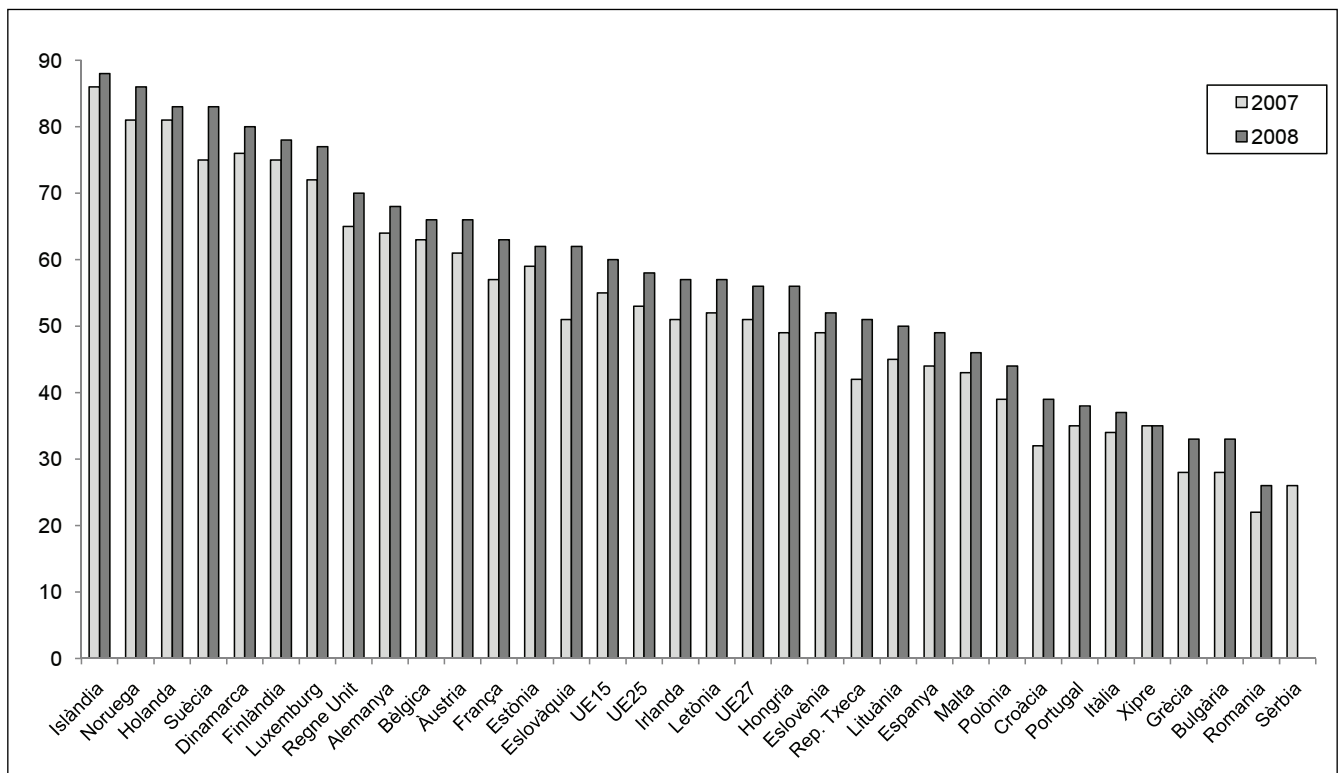
4.2. Situació d'Internet a Europa

Les dades de l'Eurostat, l'oficina estadística de la Unió Europea, permeten estudiar l'evolució d'Internet a Europa. Un dels paràmetres d'anàlisi és el nombre o la proporció d'usuaris regulars d'Internet, entesos com les persones entre 16 i 74 anys que s'hi han connectat almenys un cop per setmana en els darrers tres mesos. D'acord amb l'Eurostat, el 2008 augmenta el percentatge de població usuària regular d'Internet a la UE, tant a la dels 15, on passa del 55% el 2007 al 60% el 2008; com a la dels 25 (53 i 58%, respectivament) i a la dels 27 (51 i 56%) (vegeu el gràfic 4).

S'observa que els països capdavanter són dos estats no comunitaris, Islàndia (on la proporció d'usuaris regulars d'Internet avança del 86% el 2007 al 88% el 2008) i Noruega (on augmenta cinc punts percentuals i el 2008, amb el 86%, ocupa la segona posició en solitari), seguits d'Holanda i Suècia (tots dos amb un 83% el 2008) i la resta de països nòrdics. També és perceptible que els països del sud d'Europa tenen més dificultat per incorporar-se a les tecnologies de la informació i la comunicació.

En aquest sentit, l'Estat espanyol, per exemple, que el 2007 ocupava el lloc 18 dels països de la Unió Europea, el 2008 ha passat a la dinovena posició, i, tot i que la proporció d'usuaris

Gràfic 3. Abonats a la banda ampla per cada 100 habitants als països de l'OCDE. Desembre de 2008

 Font: <<http://www.oecd.org>> [Consulta: maig de 2009]

Gràfic 4. Usuaris regulars d'internet^A a Europa. Període 2007-2008 (en percentatge)


A Persones que han accedit a internet un cop a la setmana de mitjana en els últims tres mesos.

 Font: Eurostat <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database> [Consulta: juliol de 2009]

regulars d'internet també ha augmentat cinc punts percentuals, encara no ha arribat al 50% i s'ha quedat en el 49% (vegeu el gràfic 4).

Amb el 59,1% d'usuaris freqüents d'internet, Catalunya és la primera comunitat autònoma, gairebé deu punts per sobre de la mitjana estatal (49,2%) i molt propera a la de l'Europa dels 25 (58%). En l'àmbit de l'Estat espanyol hi ha un desequilibri important entre comunitats autònomes: les diferències entre les capdavanteres (Catalunya, Madrid, Illes Balears) i les que ocupen les darreres posicions (Extremadura, Galícia, Múrcia) superen els 20 punts percentuals (vegeu la taula 2).

Extremadura, Galícia, Múrcia, Andalusia i Castella-la Manxa estan per sota del 45% de la mitjana en l'ús d'internet.

Tot i que Catalunya és la comunitat amb una proporció superior d'usuaris freqüents, pel que fa a l'ús d'internet per a activitats d'oci relacionades amb continguts audiovisuals¹⁴ està per sota de la mitjana en tots els aspectes, llevat de l'opció "altres serveis audiovisuals" en què, amb un 8,7, es troba 2,5 punts percentuals per sobre. En els altres nou indicadors —escollir ràdio i/o veure televisió per internet; veure i descarregar pel·lícules; descarregar i/o escoltar música; compartir fitxers *peer to peer* (programes tipus eMule); ús de serveis de podcast per rebre automàticament fitxers d'àudio o vídeo; descarregar jocs; jugar en xarxa; penjar continguts propis (música, fotos etc.) per ser compartits; o utilitzar un buscador basat en notícies actualitzades (tipus RSS)— Catalunya se situa entre els 0,2 i els 7,7 punts per sota.

Finalment, pel que fa a la proporció de llars amb televisió per ADSL (Imagenio, Orange, Jazztel i Ya.com),¹⁵ la mitjana de l'Estat és del 4,6%. Catalunya, amb un 5,0%, es troba en la zona mitjana, superada per Madrid (8,2%), l'Aragó (7,2%), les Illes Balears (6,9%), Navarra (5,4%), les Illes Canàries (5,4%) i el País Basc (5,1%).

4.3. Situació a Catalunya

En aquest apartat es descriu la situació de la societat de la informació i les tecnologies de la informació en general a Catalunya. S'analitza l'equipament i l'ús social de les diverses tecnologies l'any 2008. A continuació es tracta l'evolució de les infraestructures principals de la societat de la informació; les actuacions que el Govern de la Generalitat ha dut a terme durant l'any en aquest àmbit i la situació de les empreses quant a l'ús de les tecnologies de la informació.

Taula 2. Usuaris freqüents a l'Estat espanyol per comunitats autònomes. Any 2008

	Percentatge
Total de l'Estat	49,2
Europa dels 15	60,0
Europa dels 25	58,0
Europa dels 27	56,0
Andalusia	43,7
Aragó	48,8
Astúries	47,5
Illes Balears	52,2
Canàries	47,5
Cantàbria	50,2
Castella i Lleó	45,0
Castella-la Manxa	43,7
Catalunya	59,1
Comunitat Valenciana	46,4
Extremadura	36,3
Galícia	37,9
Madrid	59,0
Múrcia	40,1
Navarra	49,2
País Basc	51,5
La Rioja	50,0
Ceuta	46,8
Melilla	39,3

Font: INE (2009) [En línia]: *Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2008. Resultados por CC.AA. Resumen de datos de personas por Comunidades Autónomas y tipo de uso de TIC*. Madrid: INE. <<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2008/I0/&file=05002.px&type=pcaxis&L=0>> [Consulta: juliol de 2009]

4.3.1. Equipament TIC i ús social d'internet

En termes d'equipament de tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a Catalunya, el primer fet destacable del 2008 és que més de la meitat de les llars ja tenen connexió a internet. Majoritàriament, aquesta connexió és a través de banda ampla, ja sigui ADSL o fibra òptica. També és significatiu que pràcticament una de cada dues llars disposa de TDT (47,5%), xifra important tenint en compte que les primeres apagades analògiques estaven previstes a partir del 20 de juny de 2009.

¹⁴ INE (2009) [En línia]: *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2008. Resultados por CC.AA. Utilización de productos TIC por las personas. Uso de Internet por Comunidades Autónomas y tipos de actividades de ocio relacionadas con los contenidos audiovisuales*. Madrid: INE.

<<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2008/I0/&file=08015.px&type=pcaxis&L=0>> [Consulta: juliol de 2009]

¹⁵ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2009) [En línia]: *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2008. Resultados por CC.AA. Equipamiento de productos TIC de las viviendas. Equipamiento de televisión en las viviendas por Comunidades Autónomas y forma de recepción de los canales*. Madrid: INE.

<<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2008/I0/&file=07002.px&type=pcaxis&L=0>> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 3. Equipament TIC a les llars de Catalunya. Període 2000-2008 (en percentatge)

Any	Ordinador	Connexió a internet	Per mòdem ^A	Per banda ampla ADSL, fibra òptica	Llars amb mòbil	DVD	Vídeo	Televisió	TDT ^B	Parabòlica/satèl·lit
2008	64,5	54,4	7,5	47,5	88,6	77,8	58,3	99,6	47,5	23,8
2007	60,1	46,8	5,3	46,0	86,8	73,6	64,1	99,5	24,5	22,0
2006	57,2	43,1	10,2	33,8	85,2	71,6	70,9	99,7	7,1	23,0
2005	56,5	40,9	19,2	24,4	82,6	64,1	74,3	99,6	2,0	21,9
2004	54,7	40,4	21,5	17,8	79,7	52,8	76,4	99,9	0,5	18,9
2003	51,6	33,1	20,6	10,7	78,4	32,2	78,6	99,9	9,2	18,8
2002	46,5	29,9	21,1	5,0	69,0	13,2	77,7	99,8	11,9	12,6
2001	45,7	27,1	22,7	1,9	64,2	7,2	78,7	99,8	15,3	12,8
2000	44,8	18,5	n.d. ^C	n.d.	58,3	n.d.	79,6	99,9	16,3	n.d.

A A partir del 2007 la connexió a internet per mòdem inclou XDSL.

B Abans del 2004 es refereix a televisió terrestre de pagament (abonats a Canal+ sense estar-ho al Canal Satèl·lite Digital).

C n.d.: No disponible.

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE (2009).

Hi ha equipaments amb una penetració estancada o que creix molt poc, com els mòbils o la televisió —amb un percentatge ja molt alt— o la parabòlica/satèl·lit. El vídeo disminueix alhora que el DVD augmenta (vegeu la taula 3).

Quant a l'ús d'internet, l'any 2008 també s'ha superat el 50% de les persones de 16 anys o més que s'hi connecten almenys una vegada a la setmana, tant en la mitjana de la població, com també al grup d'edats compreses entre els 40 i els 54 anys. Els més joves ja s'acosten al 90%, mentre que tres de cada quatre persones de 25 a 39 anys són usuaris habituals d'internet, i entre els més grans s'ha arribat al 16,2% (vegeu la taula 4).

Entre el 2007 i el 2008 la velocitat de creixement és superior a les bandes d'edats de 25 a 39 anys i de 40 a 54 anys, amb augments al voltant de 12 punts percentuals, mentre que a partir dels 55 ho fa menys de quatre punts. En la franja de 16 a 24 anys l'augment d'usuaris ha estat només de dos punts, però cal tenir en compte que la proporció d'aquests usuaris ja és molt alta.

Entre els usuaris habituals d'internet, la utilització més freqüent és el correu electrònic, estabilitzat en un ús molt estès, que se situa entorn del 90%. Darrere hi ha les reserves de turisme (baixa 3,5 punts percentuals respecte al 2007 i queda en 65,6%) i l'oci (augmenta 10,8 punts i arriba al 59,1%).

La banca electrònica (42,1%) i els tràmits de salut (44,4%) són les activitats que realitzen menys els usuaris freqüents, si bé en tots dos casos han crescut entre 2007 i 2008 i han arribat a quatre de cada deu (vegeu la taula 5).

L'anàlisi de l'equipament TIC per comarques a Catalunya posa de manifest, també el 2008, que les que tenen més ordinadors no es corresponen amb les que es connecten més a internet.¹⁶

Les comarques amb una proporció més alta de llars amb ordinador són el Tarragonès (80,2%), el Vallès Oriental (79,9%) —i un increment de 17,4 punts percentuals en comparació al 2007— i la Conca de Barberà (77,7%).

En un altre sentit, hi ha comarques en què del 2007 al 2008 disminueix el percentatge de llars amb aquest equipament: el Maresme (3,3 punts percentuals menys), l'Anoia (-0,4), el Bages (-7,8), l'Alt Urgell (-3), el Solsonès (-1,7) i el Pallars

Taula 4. Usuaris habituals d'internet^A per grups d'edat a Catalunya. Període 2001-2008 (en percentatge)

Any	Mitjana d'usuaris d'internet	Mitjana d'usuaris per grups d'edat			
		15/16 a 24 anys	25 a 39 anys	40 a 54 anys	55 anys o més
2008	53,8	88,6	76,1	59,8	16,2
2007	45,7	86,6	64,3	47,3	12,4
2006	41,5	81,0	59,8	41,2	8,9
2005	39,1	77,6	53,5	39,8	9,5
2004	36,3	78,6	50,5	33,8	7,2
2003	32,7	72,2	51,1	32,0	5,5
2002	33,0	68,8	48,7	24,6	5,8
2001	29,8	64,8	44,4	20,6	3,4

A Persones de 15 anys o més que utilitzen l'ordinador o que es connecten a internet almenys una vegada a la setmana. A partir del 2007, la població fa referència a les persones de 16 anys i més.

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE (2009).

¹⁶ Vegeu el capítol V de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

Taula 5. Ús d'ordinador i internet pels usuaris habituals^A a Catalunya. Per tipus d'ús. Any 2008 (en percentatge de persones)

	2004	2005	2006	2007 ^B	2008 ^B
Usuaris habituals ordinador^A	44,5	47,7	48,5	50,7	57,2
Usuaris habituals internet^A	36,3	39,1	41,5	45,7	53,8
Correu	88,0	87,9	86,9	90,3	89,8
Xat	35,0	31,1	35,8	53,2	53,6
Oci	55,3	44,4	49,2	48,3	59,1
Reserves turisme	32,0	37,4	39,0	69,1	65,6
Compres	30,5	37,0	45,4	48,4	45,9
Banca electrònica	34,3	41,6	37,5	38,0	42,1
Estudis a distància	29,2	27,0	19,5	26,3	n.d.
Visites webs administració	62,7	58,0	54,4	48,0	54,4
Tràmits salut	23,1	28,7	37,9	39,5	44,4

A Persones de 15 anys o més que utilitzen l'ordinador o que es connecten a internet almenys una vegada a la setmana.

B Població de 15 anys o més. A partir de 2007, la població fa referència a les persones de 16 anys i més.

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE (2009).

Jussà (-7,5). També ha baixat al conjunt de les comarques centrals (-0,5).

La connexió a internet a Catalunya en conjunt passa del 51,3% el 2007 al 60,1% el 2008; és a dir, 8,8 punts percentuals. Hi ha dues comarques on gairebé augmenta 20 punts, el Vallès oriental (+19,9) i la Garrotxa (+19,1). D'aquesta manera, el 2008 són les dues del Principat amb un percentatge superior de llars connectades a internet: 71,5 i 70,6% respectivament, i són també les úniques en què s'assoleix la proporció de set de cada deu. En l'àmbit metropolità de Barcelona i a les comarques gironines s'arriba pràcticament a sis llars connectades a internet de cada deu; la banda ampla, en canvi, tot i que també hi ha augmentat, no hi té una penetració tan alta.

A les àrees amb població més dispersa és on la connexió a internet i la connexió a banda ampla és més baixa. En aquest cas, les Garrigues i la Noguera són les zones amb menys connexió a internet i a banda ampla: entorn de quatre llars de cada deu (vegeu la taula 6).

Pel que fa a les infraestructures d'accés, segons fonts de la Direcció General de la Societat de la Informació, a Catalunya s'han creat el 2008 nous Punt TIC i se n'ha ampliat la xarxa amb nous equipaments (equips de clients, perifèrics i electrònica d'àrea local i àrea estesa) distribuïts pel territori. Per dinamitzar la xarxa, s'ha posat en marxa una oficina tècnica gene-

ral per organitzar trobades i donar suport en temes relacionats amb la gestió. Finalment s'han integrat els antics punts OMNIA i els Telecentres a la Xarxa Punt TIC.

D'altra banda, s'han portat a terme projectes d'alfabetització a través dels Punt TIC amb actuacions en el terreny de la formació, tant pels nous Punt TIC acreditant competències, com accions de formació a les presons catalanes. Pel que fa a maquinari, hi ha hagut iniciatives específiques, com ara el reciclatge d'ordinadors. En aquesta línia, la fundació SISOSCAT (Societat de la Informació Solidària i Sostenible a Catalunya), participada majoritàriament per la Generalitat, ha contribuït donant més de 500 ordinadors condicionats a més de 50 ONG.

En l'àmbit de les escoles, el 2008 ha continuat en marxa el projecte Heura, del Departament d'Educació, amb l'objectiu de dotar-les de les infraestructures necessàries perquè la banda ampla arribi a tots els espais docents dels centres educatius.

Segons el Departament d'Educació, el mes de maig de 2009, hi havia 1.269 centres finalitzats, i 485 centres amb activitats iniciades d'un total de 2.030 centres. La previsió és que el projecte finalitzi el segon trimestre del 2010.¹⁷

D'altra banda, el Govern de la Generalitat va presentar el 2008 Catalunya Connecta,¹⁸ un pla de desplegament de les infraestructures de telecomunicacions, adreçat bàsicament al món rural. El Pla té com a objectiu garantir que el 2010, als

17 SECRETARIA DE TELECOMUNICACIONS I SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ (2009) [En línia]: *Pla Director d'Infraestructures de Telecomunicacions. Balanç del PDIT 2005-2008*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

<<http://www20.gencat.cat/docs/governacio/Telecomunicacions%20i%20Societat%20de%20la%20Informacio/Documents/Telecomunicacions/Arxius/Balan%C3%A7%20PDIT.pdf>> [Consulta: setembre de 2009]

18 GENERALITAT DE CATALUNYA [En línia]: "El Govern inverteix 29 milions d'euros per dotar de banda ampla rural tots els municipis de més de 50 habitants". Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2 de setembre de 2008. Accessible a: <<http://www.gencat.cat/premsa>> [Consulta: setembre de 2009]

Taula 6. Equipament TIC a les llars^A per comarques a Catalunya. Any 2008 (en percentatge)

	Tinença d'ordinador		Connexió a internet		Mòbil		Banda ampla	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Alt Penedès	64,2	65,3	50,4	54,9	84,4	83,2	43,5	44,6
Baix Llobregat	64,0	72,5	55,2	58,3	95,2	99,0	51,1	54,2
Barcelonès	65,1	68,9	54,2	63,4	93,5	92,7	49,9	57,9
Garraf	59,2	71,4	49,4	66,1	91,3	93,1	45,7	56,3
Maresme	75,8	72,5	54,4	61,4	93,0	93,1	47,4	52,4
Vallès Occidental	64,3	72,3	51,8	63,7	92,6	96,2	48,2	57,2
Vallès Oriental	62,5	79,9	51,6	71,5	93,8	96,1	46,8	63,0
Metropolità	65,3	71,2	53,6	62,9	93,4	94,5	49,2	56,7
Alt Empordà	70,6	74,5	52,6	58,1	90,4	93,5	45,6	45,5
Baix Empordà	58,7	68,2	48,7	55,1	91,0	95,2	42,2	43,2
Garrotxa	67,4	75,9	51,5	70,6	92,4	95,1	45,8	60,3
Gironès	72,2	75,7	52,8	67,4	93,0	96,2	41,6	52,4
Pla de l'Estany	68,5	74,5	60,5	63,3	92,0	96,3	47,8	57,0
Ripollès	62,2	69,1	47,0	53,8	92,4	95,2	39,1	41,5
Selva	65,2	68,4	43,4	50,8	90,2	95,5	38,4	43,4
Comarques gironines	66,8	72,2	49,9	59,2	91,4	95,2	42,2	47,7
Alt Camp	64,6	74,8	42,6	55,3	92,7	90,7	39,6	47,7
Baix Camp	60,4	71,7	44,4	54,1	88,0	93,9	41,1	44,6
Baix Penedès	69,4	75,8	45,9	55,4	90,4	95,9	41,2	44,4
Conca de Barberà	77,4	77,7	47,3	54,9	93,2	94,3	41,3	43,2
Priorat	59,2	65,4	42,8	51,9	80,9	91,2	36,0	38,8
Tarragonès	71,8	80,2	45,0	57,3	96,4	98,9	41,2	50,0
Camp de Tarragona	67,3	76,2	44,8	55,7	92,2	96,0	40,9	46,9
Baix Ebre	60,1	70,3	29,8	46,9	90,7	90,8	24,5	37,6
Montsià	63,6	74,3	34,3	51,0	91,2	93,0	26,6	37,6
Ribera d'Ebre	61,3	66,4	40,6	51,1	91,3	89,9	30,6	37,6
Terra Alta	56,8	65,8	33,9	50,1	90,7	89,2	23,4	37,4
Terres de l'Ebre	61,3	71,1	33,1	49,1	91,0	91,4	25,9	37,6
Anoia	64,7	64,3	52,8	55,3	88,9	88,4	44,1	42,9
Bages	66,8	59,0	48,9	51,2	93,1	94,2	40,5	41,7
Berguedà	60,9	65,7	45,6	57,5	91,3	89,1	40,2	45,5
Osona	65,3	71,9	52,2	55,6	91,7	94,3	43,7	42,2
Solsonès	62,8	61,1	43,8	51,4	91,9	88,8	37,4	40,5
Comarques centrals	65,2	64,7	50,2	54,0	91,6	92,3	42,0	42,4
Garrigues	64,3	68,5	38,8	45,5	87,4	84,0	32,5	37,0
Noguera	61,9	64,0	39,1	45,4	87,0	92,7	31,0	36,5
Pla d'Urgell	65,4	67,0	43,3	47,5	88,6	89,7	36,1	38,7
Segarra	64,6	72,7	53,3	60,0	88,9	95,1	42,3	49,5
Segrià	67,4	67,8	48,5	51,5	87,9	91,7	38,2	42,0
Urgell	63,3	66,0	42,0	48,1	86,2	81,2	34,6	37,7
Ponent	65,7	67,4	45,6	50,1	87,7	90,1	36,5	40,6
Alt Urgell	71,3	68,3	46,0	50,9	89,8	90,1	33,8	39,2
Alta Ribagorça	57,6	66,2	40,9	51,7	90,0	91,2	32,2	39,9
Cerdanya	57,6	64,6	41,7	46,4	92,3	87,6	32,9	39,1
Pallars Jussà	75,0	67,5	46,9	51,6	87,3	86,9	34,9	39,3
Pallars Sobirà	65,2	66,7	46,3	48,2	85,1	88,1	33,6	39,2
Val d'Aran	58,2	64,3	45,5	48,8	90,7	91,3	34,4	39,6
Alt Pirineu i Aran	65,9	66,4	44,9	49,3	89,5	88,8	33,8	39,3
CATALUNYA	65,5	71,0	51,3	60,1	92,6	94,2	46,0	52,5

A Llars amb algun membre de 16 a 74 anys.

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE (2009).

nuclis de població de més de 50 habitants, hi hagi cobertura de telefonia fixa, telefonia mòbil, accés a internet de banda ampla i cobertura de TDT i, a tots els polígons industrials també cobertura de telefonia fixa, telefonia mòbil i accés a internet de banda ampla. En síntesi, es pretén donar cobertura a aquestes àrees ja sigui per mitjà de tecnologia de telefonia mòbil, Wi-Fi o WiMAX o TDT amb un pressupost total de 110 milions d'euros i amb un marc temporal fins al 2010. La taula 7 sintetitza les actuacions realitzades durant el 2008.

4.3.2. Internet a les empreses

El 2008 s'ha desenvolupat el pla PimesTic, presentat pel Govern de la Generalitat a la fi del 2007 per promoure les TIC a les petites i mitjanes empreses, molt esteses a Catalunya i, en general, amb una penetració menor de les tecnologies de la informació i la comunicació (vegeu la taula 8). Segons dades de l'INE, l'any 2008 el 93,72% de les empreses de Catalunya tenien menys de 10 treballadors.

En el marc del pla PimesTic,¹⁹ entre desembre de 2007 i desembre de 2008, s'han realitzat 109 jornades de sensibilització conjuntament amb gremis sectorials, cambres de comerç i consells comarcals i amb la participació de més de 7.700 representats d'empreses; s'han confeccionat diverses guies sobre l'ús de les TIC i s'ha assessorat gairebé 700 empreses.

Per la seva banda, la ciutat de Barcelona té el districte 22@,

Taula 7. Actuacions d'infraestructures a Catalunya. Pla Catalunya Connecta. Desembre de 2008

Actuacions	Total	Realitzats	Pendents (2010)
Banda ampla rural	502	254	248
Telefonia mòbil rural	461	337	124
TDT	461	137	324

Font: SECRETARIA DE TELECOMUNICACIONS I SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ (2008) [En línia]: *Balanç mitja legislatura. Resum executiu*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

<<http://www20.gencat.cat/docs/governacio/Telecomunicacions%20i%20Societat%20de%20la%20Informacio/Documents/Telecomunicacions/Arxius/Balan%C3%A7%20de%20Mitja%20Legislatura.pdf>> [Consulta: setembre de 2009]

que aplega, en la zona del Poble Nou, empreses i institucions públiques i privades dedicades al sector TIC, com ara les universitats Politècnica de Catalunya, de Barcelona o Pompeu Fabra, o empreses com Indra, Mediapro, Telefónica, RBA, o també centres tecnològics com MediaTic o la Fundació Barcelona Digital. Aquest districte actua com a motor del sector i durant el 2008 va arribar a les 1.441 empreses, amb una facturació de 5.300 milions d'euros i 42.000 treballadors.²⁰

Taula 8. Equipament TIC a les empreses a l'Estat espanyol. Any 2008 (en percentatge)

Percentatge d'empreses segons equipament TIC	Empreses de menys de 10 treballadors	Empreses de més de 10 treballadors
Empreses amb ordinadors	64,70	97,80
Empreses amb connexió a internet	53,00	94,90
Personal que utilitza ordinadors connectats a internet un cop per setmana	44,00	39,00
Empreses amb correu electrònic	49,10	93,30
Empreses amb extranet	1,50	9,10
Empreses amb personal TIC	5,90	23,70
Empreses que connecten a internet amb banda ampla	92,30	97,10
Empreses amb banda ampla mòbil	18,20	29,40
Empreses amb web per realitzar comandes o reserves	21,43	23,00
Empreses que perceben una millora d'organització	7,20	22,30
Empleats que van rebre formació	67,40	26,30

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'INE (2009) [En línia]: *Directorio Central de Empresas (DIRCE) Empresas por comunidades autónomas*. Madrid: INE.

<<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t09/e02/a2007-2008/10/&file=01004.px&type=pcaxis&L=0>>

<<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t09/e02/a2007-2008/10/&file=01002.px&type=pcaxis&L=0>>

[Consultes: març de 2009]

¹⁹ GENERALITAT DE CATALUNYA (2009) [En línia]: *PimesTic.cat. Pla d'actuació per promoure la implantació i l'ús de les TIC a les empreses catalanes. Balanç 2008*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. <http://www20.gencat.cat/docs/Sala%20de%20Premsa/Documents/Arxius/governacio_prensa.notaPremsa.84.Dossier%20PIMESTIC1228393970541.pdf> [Consulta: abril de 2009]

²⁰ AJUNTAMENT DE BARCELONA [En línia]. *Estat actual. Desembre 2008*. <<http://www.22barcelona.com/content/blogcategory/38/157/lang,ca/>> [Consulta: abril de 2009]

Taula 9. Subvencions estructurals atorgades a empreses periodístiques editores de premsa digital en català o en aranès de gestió privada. Any 2008 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Partal, Maresma i Associats, SL	<http://www.vilaweb.cat>	163.769
Ediciones Primera Plana, SA	<http://www.elperiodico.cat>	104.784
Corporació Catalana de Comunicació, SL	<http://www.avui.cat>	85.369
Edició Disseny i Realització Interactiva, SL	<http://www.e-noticies.com>	51.111
Editora Singular Digital 2GR, SL	<http://www.elsingulardigital.cat>	16.832
Diari de Girona, SA	<http://www.diaridegirona.cat>	15.603
Red Digital XXI, SL	<http://www.eldebat.cat>	14.315
Serveis de Comunicació Global Aquitània, SL	<http://www.osona.com>	13.614
Col·lectiu 2014 de Reflexió Nacionalista	<http://www.directe.cat>	11.634
Serveis de Comunicació Global Aquitània, SL	<http://www.naciodigital.cat>	11.023
Intercomarcals Media, SL	<http://www.regio7.cat>	10.656
Mateu Ros Monrós	<http://www.capgross.com>	10.233
Associació Cultural Catalunya Rock	<http://www.enderock.cat>	9.691
Contrapunt, SCCL	<http://www.contrapunt.cat>	8.618
Editorial l'Empordà, SLU	<http://www.emporda.info>	8.494
Societat Portal de Lleida, SL	<http://www.lleida.com>	8.185
Cultura Planning, SL (grup comunicacio21)	<http://www.comunicacio21.com>	6.801
Fundació Chandra	<http://www.canalsolidari.org>	6.658
Associació Racó Català	<http://www.racocatala.cat>	6.346
Associació Cultural Revista Cambrils	<http://revistacambrils.cat>	5.997
Publicacions Anoia, SL	<http://www.laveudigital.cat>	5.933
Tot Esport Català, SA	<http://www.esportcatala.cat>	5.716
Cultura Planning, SL (grup comunicacio21)	<http://www.cultura21.cat>	5.672
Osona Comarca de Mitjans de Comunicació, SL	<http://guiaosona.cat>	5.492
Doble Columna, SL	<http://www.teveon.tv>	5.439
Europa Technologies & Communication, SL	<http://www.eurotribune.eu>	4.968
Associació Tribuna Catalana	<http://www.tribuna.cat>	4.825
Raul Rodríguez Bellanco	<http://www.reus24.com>	4.350
Centre Disseny Innova SL	<http://www.comarquesdeponent.com>	4.009
Gratuït El Més Osona, SL	<http://www.mesosona.cat>	3.994
Comunicacions del Ripollès, SL	<http://www.elripollesdigital.com>	3.701
AREA Software Solutions, SL	<http://www.ciutatoci.com>	3.609
Associació per a la difusió de les Arts Escèniques	<http://www.teatral.net>	3.453
El Tot Mataró, SL	<http://www.totmataro.cat>	3.286
Federació de Cristians de Catalunya	<http://www.laflama.info>	3.281
La veu de l'Ebre, SL	<http://www.ebredigital.cat>	3.057
Gratuït El Més Osona, SL	<http://www.osonaesports.cat>	2.844
Empordà Digital, SL	<http://www.rosesdigital.com>	2.586
Garraf News Media, SL	<http://www.vilanovadigital.com>	2.498
Lladó Comunicació, SCP	<http://www.diarimaresme.com>	2.406
Club Moto Edicions, SL	<http://www.laportaclassica.com>	2.170
Can Creu Serveis Digitals, SC	<http://www.quinspreus.cat>	2.012
Esplugues Televisió, SCCL	<http://www.e-digital.cat>	1.844
Associació Xarxa 2015	<http://www.tribunamallorca.cat>	1.814
Associació Cultural El Demà	<http://www.eldema.cat>	1.751
Gestió MED, SCP	<http://www.rutarural.info>	1.731
Alianza Evangélica Española	<http://www.noticiasprotestants.net>	1.672
Edicions Salòria, SL	<http://www.viurealspirineus.cat>	1.653
Catalunya Nord Punt Com	<http://www.laclau.cat>	1.500
David Forniès Andreu	<http://www.mondivers.cat>	1.500
Josep Borrell Bueno	<http://www.laselvacomunica.cat>	1.500
TOTAL D'AJUTS:		670.000

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Resolució CMC/4082/2008, d'11 de desembre (DOGC núm. 5301-21/01/09)

Taula 10. Subvencions de la Generalitat atorgades a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per empreses periodístiques editores de premsa digital (ajuts a projectes de premsa digital). Any 2008 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Ediciones Primera Plana, SA	Creació d'un portal per al trasllat d'informacions a mòbils	202.000
Partal, Maresma i Associats, SL	Renovació i millores estructurals de maquinari i de programari de "vilaweb.cat"	200.000
Corporació Catalana de Comunicació, SL	Consolidació i enfortiment de l'"avui.cat" en l'àmbit de la xarxa	180.000
Central de Serveis per a Mitjans de Comunicació, SL	Creació de la publicació digital "elpunt.cat"	175.000
Actividades Digital Media, SL	Dotar l'Àrea Digital de Grupo Godó d'un nou sistema de gestió	169.000
Edició Disseny i Realització Interactiva, SL	Redissenyar de manera integral el diari electrònic "e-noticies.com" amb la incorporació de nous serveis a l'usuari i noves funcionalitats i àrees informatives	120.000
Europa Press de Catalunya, SA	Creació d'un portal de notícies en aranès i d'un portal financer en català	80.000
Serveis de Comunicació Global Aquitània, SL	L'estudi de mercat de l'espai català de comunicació digital per crear noves capçaleres del Grup Nació Digital	74.600
Bondia Lleida, SL	Edició del nou diari digital "bondia.cat"	50.000
Iniciatives de Tecnologia Segle XXI, SL	Edició de la nova publicació en català < http://www.cronica.cat/ >	45.000
Edicions Catalanes del Món de l'Ensenyament Edicat, SL	Desenvolupar la plataforma de participació <i>Comunitat jove</i> per a l'expansió del portal < http://www.deria.cat >	25.000
Intercomarcals Media, SL	Reformular l'edició digital de <i>Regió 7</i>	25.000
Prensa d'Osona, SA	Creació de la nova pàgina web del Grup PROSA "El9Nou.cat"	25.000
Red Digital XXI, SL	Transformació d'"eldebat.cat" en un diari digital d'informació general	25.000
Societat Portal de Lleida, SL	Desenvolupar una nova plataforma tecnològica i incorporar nous continguts al web "lleida.com"	25.000
Reus Comunicació Digital, CB	Posada en marxa del web "reusdigital.cat"	18.000
Edicions Salòria, SL	Enfortiment i millora integral del diari digital del Pirineu "viurealspireus.cat"	15.000
Editora Singular Digital 2GR, SL	Consolidació del diari digital "El Nou Singular Digital"	15.000
Editorial l'Empordà, SLU	Creació de nous canals monogràfics amb suport audiovisual al diari "emporda.info"	15.000
Lladó Comunicació, SCP	Consolidació del diari comarcal digital "Diari Maresme"	12.000
El Tot Mataró, SL	Redissenyar integralment el portal informatiu "totmataro.cat"	8.000
Areavisual Project SLU	Redissenyar la publicació digital "areavisual.cat"	3.200
Comunicacions del Ripollès, SL	Redissenyar i ampliar serveis del diari "elripollesdigital.com"	3.000
TOTAL AJUTS 2008 A PROJECTES DE PREMSA DIGITAL		1.509.800

Font : Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Resolució CMC/1847/2009, de 5 de juny (DOGC núm. 5414-06/07/09)

4.3.3. Subvencions de la Generalitat de Catalunya a la digitalització en mitjans de comunicació

La Generalitat de Catalunya, a través del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, atorga subvencions estructurals a empreses periodístiques editores de premsa digital en català o en aranès de gestió privada i a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per empreses periodístiques editores de premsa digital.

L'any 2007 l'import de les subvencions d'empreses editores de premsa digital en català o en aranès de gestió privada concedits per la Generalitat va ser de 624.018 euros. El 2008 hi ha hagut un increment del 7,4% i ha estat de 670.000 euros, que s'han distribuït en 51 projectes (42 el 2007) (vegeu la taula 9).

Quant a les subvencions atorgades a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per empreses periodístiques editores de premsa digital, el 2008 ha disminuït 606.537 euros el total que s'hi ha destinat, sempre en relació amb el 2007. Així s'ha passat de 2.116.337 euros el 2007 a 1.509.800 euros el 2008 (vegeu la taula 10), i també s'ha reduït el nombre de projectes, de 45 a 23.

5. Continguts en català a internet

És difícil obtenir dades sobre la presència de continguts en català a la xarxa. Es poden utilitzar alguns indicadors que, si bé no proporcionen informació completa sobre l'estat de la llengua, permeten comparar-la amb altres idiomes. La quantitat d'articles indexats en llengües diferents²¹ a Wikipedia n'és un exemple.

En aquest sentit, el mes de gener de 2008 es va arribar als 100.000 articles en català indexats; el desembre n'hi havia 151.000, en espanyol n'hi havia 430.000, 42.900 en gallec, 33.200 en basc, 858.000 en alemany, 745.000 en francès, 189.000 en finès o 24.300 en hindi. Aquestes xifres, però, no informen sobre l'activitat d'una llengua a internet sinó que només indiquen en quina llengua els internautes indexen i fan servir la Wikipedia.

Les cerques realitzades pels motors de cerca són una altra eina per comparar quantitats de pàgines trobades en diverses llengües. Segons un estudi realitzat per Softcatalà,²² l'any 2003 el català estava en el lloc 23 i el 2005, en el lloc 26. El 2008, un estudi realitzat per uns alumnes d'informàtica²³ de l'Escola Superior Politècnica de la Universitat Pompeu Fabra, fent ús de la mateixa metodologia —anomenada *complement del conjunt buit*, i consistent a fer cerques de paraules no exis-

Taula 11. Evolució dels dominis punt cat. Any 2008

Data	Dominis registrats
31 desembre 2007	26.373
Fi del 1r trimestre del 2008	28.560
Fi del 2n trimestre del 2008	29.748
Fi del 3r trimestre del 2008	31.196
Fi del 2008	33.410

Font: Fundació Puntcat (2009) [En línia]: "El .cat es consolida com un domini capdavanter al món en tecnologia i seguretat". Barcelona: Fundació Puntcat, 3r aniversari domini.cat, Dossier de premsa, 23/02/09.

<http://www.domini.cat/media/upload/arxius/premsa/090223.dossier_roda.pdf> [Consulta: abril de 2009]

tents en una llengua per determinar el nombre de pàgines indexades—, el situava al 33è lloc. Amb aquest procediment es demana al cercador que busqui, en una llengua concreta, una paraula inexistente en aquella llengua. El cercador retorna el nombre de documents on ha buscat la paraula i les vegades que l'ha trobat (cap, ja que no existeix). El sistema té una credibilitat limitada, ja que a mesura que augmenta la fiabilitat del cercador, va trobant més documents.

Amb relació al domini .cat, de caràcter cultural, la taula 11 en presenta l'evolució el 2008. Durant l'any va augmentar en 7.037 dominis registrats, en passar dels 26.373 de desembre de 2007 als 33.410 el mateix mes de l'any següent. Això representa un creixement anual del 26,7%, molt per sobre de la mitjana dels dominis d'arreu del món (15%), si bé inferior al 34% del 2007.

Aquests percentatges tenen una doble lectura: d'una banda, és més fàcil créixer quan es tracta d'un domini jove (com .cat); de l'altra, però, és més difícil fer-ho amb preus de mercat per sobre de la mitjana i havent entrat en el mercat 10 anys més tard.

Un aspecte que cal tenir en compte és que a .cat es vetlla per la qualitat del domini. El compromís de .cat és revisar que les pàgines web que sol·liciten el domini compleixen el requisits demanats quant a la difusió de la cultura catalana. Altres dominis no tenen l'obligació de fer-ho.

D'altra banda, la quantitat de dominis pot augmentar fàcilment si es rebaixen els preus. Aquesta estratègia, segons Puntcat, només serveix per competir amb altres dominis en quantitat i afavoreix l'especulació amb els millors noms, els quals es destinen a la revenda i no aporten continguts.

Un estudi comparatiu de dominis realitzat per Puntcat, mesu-

21 Estadístiques de Wikipedia: <<http://stats.wikimedia.org/ES/>> [Consulta: abril de 2009]

22 MAS I HERNÁNDEZ, J. (2005) [En línia]: *La salut del català a internet*. Softcatalà, 15/10/2005. <http://www.softcatala.org/la_salut_del_catal%C3%A0_internet_el_2005> [Consulta: abril de 2009]

23 MARTÍNEZ, O.; RUBIO, E. (2008): *Estat de la xarxa en català*. Barcelona: Escola Superior Politècnica de la Universitat Pompeu Fabra. [Text mecanografiat]

Taula 12. Documents per dominis genèrics d'alt nivell (Generic Top Level Domain). Novembre de 2008

gTLD	17/novembre/08		
	Dominis registrats	site:.gTLD	documents/domini
.jobs	14.000	57.000	4,07
.asia	211.000	862.000	4,09
.biz	2.044.108	78.400.000	38,35
.travel	205.000	8.470.000	41,32
.info	5.006.000	252.000.000	50,34
.pro	9.300	498.000	53,55
.aero	5.600	431.000	76,96
.net	12.000.000	1.470.000.000	122,5
.coop	6.000	788.000	131,33
.com	82.000.000	18.230.000.000	222,32
.org	7.056.132	1.720.000.000	243,76
.cat	32.400	41.000.000	1.265,43

Font. FUNDACIÓ PUNTCAT (2009) [En línia]: *Breu anàlisi d'algunes mètriques de 2008. Juny 2009*. Barcelona: Fundació Puntcat. <<http://domini.cat/media/upload/arxius/docs/breuanalisi2008.pdf>> [Consulta: juliol de 2009]

rant la ràtio entre el nombre de documents indexats per un cerador —en aquest cas, Google amb la comanda site:.gTLD— i el nombre total de dominis registrats, proporciona una mitjana de la quantitat d'informació aportada per cada domini a internet.

La taula 12 reflecteix els resultats d'aquesta comparativa aplicada a dominis genèrics; és a dir, els no estatals ni de territoris, i mostra com .cat és, de lluny, el que més valor aporta per domini.

Si, amb els mateixos criteris, es compara amb els dominis territorials (ccTLD), .cat se situa entre els 10 primers al món. D'altra banda si, encara amb els ccTLD, es posa en relació amb poblacions (dominis/habitant) o amb el producte interior brut nacional (dominis/PIB), .cat està molt per sota en la classificació mundial. Tot i que és una dada negativa, també indica el potencial de creixement.

6. Mitjans de comunicació

Pel que fa als webs controlats per l'OJD, cal remarcar d'entrada que el 2008 hi ha hagut un fort creixement, ja que ha passat a auditar-ne més de 350,²⁴ davant dels 190 del 2007. D'altra banda, també s'hi han introduït categories, com ara: “notícies i informació”; “portals buscadors i comunitats”; “llar i moda”; “finances, assegurances i inversió”; “entreteniment”; “administracions públiques i organitzacions sense ànim de lucre” o “família i estil de vida”. En total, 14 grups.

A l'efecte de contextualització, cal assenyalar que, de tots els webs controlats per l'OJD a l'Estat espanyol, el que va tenir el nombre més alt d'usuaris l'any 2008 va ser Softonic, amb 31,3 milions d'usuaris únics.

Si, en canvi, se centra l'atenció en els webs de les categories “notícies i informació” i “entreteniment”, el desembre de 2008 la primera posició era per <<http://www.elmundo.es>>, amb més de 10,5 milions d'usuaris únics. Els webs dels diaris catalans *Sport* (gairebé tres milions d'usuaris únics), *Mundo deportivo* (2,2 milions) i *La Vanguardia* (2,1 milions) es trobaven entre els dotze que superaven els dos milions d'usuaris únics (vegeu la taula 13).

Atenent als webs catalans sotmesos al control de l'OJD i catalogats com a “notícies i informació” i “altres portals d'entreteniment” que es recullen a la taula 14, darrere dels tres esmentats hi ha el del diari *El Periódico de Catalunya* (1,6 milions

Taula 13. Usuaris únics dels webs amb més de 2 milions d'usuaris únics el mes de desembre de 2008 a l'Estat espanyol i controlats per l'OJD dels grups “noticias e información” i “entretenimiento”

Webs	Usuaris únic
El Mundo	10.527.089
Marca.com	7.368.069
20minutos.es	6.333.928
Páginas Amarillas	5.311.694
Telecinco.es	4.799.171
RTVE.es	3.412.503
Sport	2.969.101
Antena3TV.com	2.755.418
Consumer Eroski	2.462.626
Mundo Deportivo	2.165.135
La Vanguardia.es	2.116.073
3Djuegos.com	2.105.283

Font: Ojdinteractiva.ojd.es.

²⁴ OJD. Comparativas - OJD interactiva. Comparativa de 2008: <<http://www.ojdinteractiva.es/compa12m.php>> [Consulta: maig de 2009]

Taula 14. Usuaris únics de webs informatius i altres portals d'entreteniment catalans controlats per l'OJD. Període 2007-2008

	Web	Usuaris únics desembre 2007	Usuaris únics desembre 2008
<i>Avui</i>	<http://www.avui.cat>	171.595	236.660
Barcelona TV	<http://www.barcelonatv.cat>	28.615	36.889
Ciutatoci.com	<http://www.ciutatoci.cat>	18.041	14.116
CCRTV	<http://www.tv3.cat>	761.266	
Catalunya Ràdio	<http://www.catràdio.cat>		158.373
Televisió de Catalunya	<http://www.tv3.cat>		917.671
3cat24	<http://www.3cat24.cat>		228.209
Els esports .cat	<http://www.elsesports.cat>		93.889
Diari de Barcelona	<http://www.diaridebarcelona.cat>	6.483	6.606
e-Notícies	<http://www.e-noticies.cat>	60.863	98.653
<i>El Periódico de Catalunya</i>	<http://www.elperiodico.com>	1.369.204	1.626.376
Eldebat.cat	<http://www.eldebat.cat>	19.650	59.934
Lamalla.net	<http://www.lamalla.net>	75.299	61.534
Més Osona	<http://www.mesosona.cat>	5.217	
Nació Digital	<http://www.naciodigital.com>	43.951	66.011
Osona.com	<http://www.osona.com>	34.906	36.171
Portal Lleida	<http://http://cat.lleida.com/>	20.824	20.973
Racó català	<http://www.racocatala.cat>	94.452	105.364
Teatralnet	<http://www.teatral.net>	12.546	17.072
Vilaweb	<http://www.vilaweb.cat>	284.781	329.233
<i>Diari de Girona</i>	<http://www.diaridegirona.cat>		93.155
Directe .cat	<http://www.directe.cat>		35.795
Lavanguardia.es	<http://www.lavanguardia.es>		2.116.073
Emporda.info	<http://www.emporda.info>		13.838
Proeixample	<http://www.proeixample.cat>		1.254
<i>Sport</i>	<http://www.sport.es>		2.969.101
<i>Mundo Deportivo</i>	<http://www.elmundodeportivo.es>		2.165.135
<i>Regió7</i>	<http://www.regio7.cat>		31.080

Font: Ojdinteractiva.ojd.es.

d'usuaris únics el desembre de 2008) i, a força distància, Vilaweb (329.000 usuaris únics).

Pel que fa a mitjans públics, a la taula 14 es pot observar, d'una banda, el creixement de Barcelona TV —gairebé un 29% en termes d'usuaris únics— entre el 2007 i el 2008. Quant a la CCMA, el 2008 se n'auditen quatre portals per separat (elsesports.cat, tv3.cat, catràdio.cat i 3cat24.cat), a diferència del 2007, en què en constava només un (<http://www.tv3.cat>). Cal tenir en compte que, a més dels controlats per l'OJD, la CCMA té set portals més: super3.cat, 3xl.cat, ritmes.cat, icatfm.cat, clubdecuines.cat, tags.cat i catmusica.cat.

L'activitat de CCRTV Interactiva el 2008 ha permès que la CCMA tingui una presència significativa en plataformes com internet (o IPTV) o mòbils, i ha desenvolupat nous productes i serveis que han anat creixent sostingudament en termes d'audiències. Això, en el context de fragmentació creixent de les audiències, és significatiu, ja que obre noves vies. Les taxes de creixement d'hores de vídeo per internet, per exemple, han estat del 174% i d'àudio, del 122% segons fonts de CCRTV Interactiva. El nombre d'hores totals d'àudio el 2008 va ser de 7,5 milions i de vídeo, poc menys de 2,4 milions.

Atenent a les dades del 2008, s'observa com els usuaris uti-

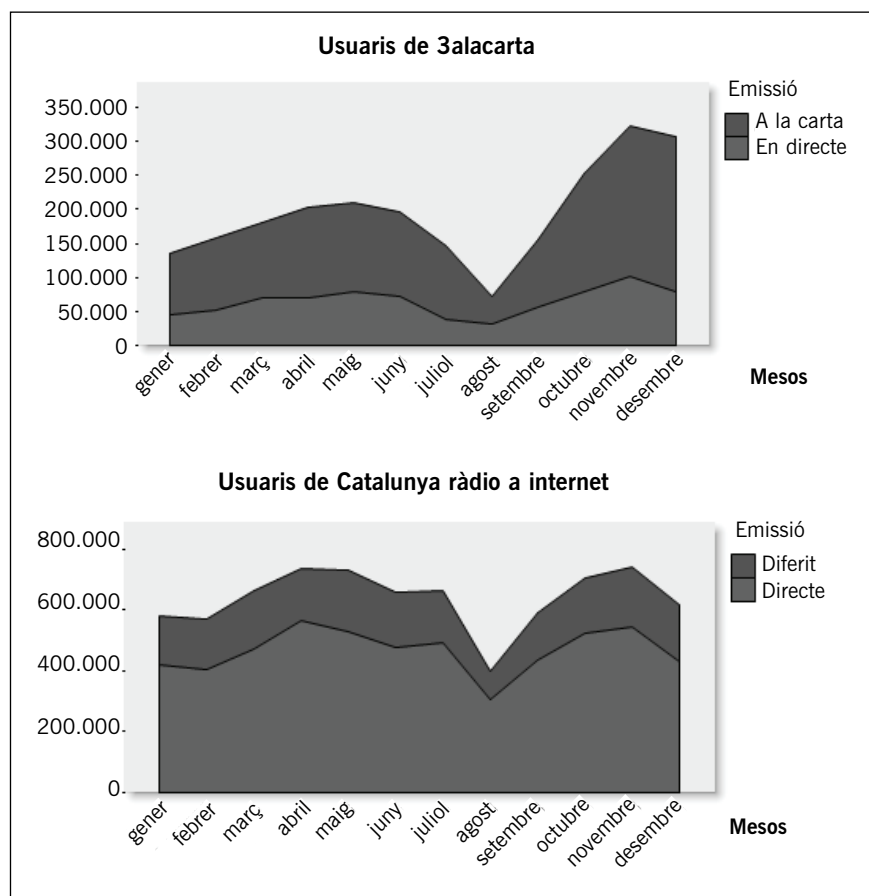
litzen de manera diferent la televisió (3alacarta) i la ràdio (Catalunya Ràdio) a internet pel que fa al directe o al diferit (vegeu el gràfic 5). Així, en el cas de la ràdio la majoria d'oients n'escolta la programació en directe i a la televisió en mira els programes quan vol.

El gràfic 5 també il·lustra el volum creixent d'usuaris que escolten o miren la ràdio o la televisió per internet, amb un augment molt significatiu en el cas de la televisió.

7. L'autoregulació: IQUA

Amb l'esperit de coordinar esforços en el desenvolupament de la confiança, la qualitat i la seguretat en els nous mitjans, els dos principals sistemes d'autoregulació a internet, IQUA (impulsat pel CAC el 2002) i Confiança Online (impulsat per la indústria privada el 2001), es van incorporar en una única associació, sense ànim de lucre, que duu per nom Agència de Qualitat d'Internet (IQUA) i el seu segell de confiança és el de Confiança Online.

L'objectiu va ser integrar tots dos sistemes per promoure i reforçar la confiança de les persones usuàries en les pàgines web

Gràfic 5. Usuaris únics dels webs de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Any 2008


Font: CCRTV Interactiva.

per mitjà d'una gestió conjunta d'un sistema d'autoregulació i d'un segell de confiança. Així mateix, aquesta integració es va realitzar amb una vocació oberta cap a diferents institucions, tant públiques com privades.

La integració definitiva va tenir lloc a Sevilla, el 19 de febrer de 2008, on es van aprovar els nous estatuts, la nova estructura i la incorporació del Consejo Audiovisual de Andalucía i també se'n va acordar la cúpula directiva. La nova associació la integren els consells audiovisuals de Catalunya, Andalusia, Navarra i Andorra, a més de Red.es (Ministeri d'Indústria), Autocontrol i AECEM. La presidència va ser assumida per Gonzalo Díe (Red.es) i les vicepresidències, per Martí Manent (AECEM), Josep Pont (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en substitució de Santiago Ramentol) i José Domingo Gómez (Autocontrol). La Direcció General es va encomanar a Albert Recasens a partir del 14 de juliol del 2008, en substitució de Pau Jané.

8. Conclusions i tendències

En aquest apartat es fa un resum i s'analitzen els fets més destacats de l'any 2008, i s'apunten les tendències que es preveu

que marcaran el futur dels serveis audiovisuals en xarxa, internet i convergència a Catalunya.

El 2008 es consoliden iniciatives engegades anteriorment com, per exemple, la televisió a través del web (o *web TV*), malgrat que encara és un sistema que queda lluny de la televisió quant a usabilitat. D'altra banda, també existeixen altres projectes que es troben en una fase incipient, com és el cas de la televisió en mobilitat, és a dir, veure la televisió a través de terminals mòbils. Encara no hi ha un estàndard únic.

Els temes que han centrat les diverses activitats i jornades del sector de les telecomunicacions celebrades a Catalunya l'any 2008 (Mobile World Congress, BDigital Global Congress, 13a Nit de les Telecomunicacions, 7a Diada de les Telecomunicacions, etc.) han estat diversos: el calendari de desplegament de la TDT, les infraestructures i els codificadors, la doble antenització o l'accessibilitat per a persones amb discapacitat, entre d'altres.

El nombre d'usuaris d'internet ha augmentat a totes les zones del món analitzades, tot i que no en la mateixa proporció. El creixement és significatiu a l'Àsia, Sud-amèrica i Europa. En canvi, es percep un cert estancament a l'Amèrica del Nord i Oceania, zones on la penetració (usuaris en relació amb la població) ja és molt elevada. Pel que fa a la procedència dels

usuaris nous, és fonamentalment de l'Àsia i Sud-amèrica, considerats mercats emergents.

A Europa, d'acord amb les dades de l'Eurostat, la proporció d'usuaris regulars d'internet —persones entre 16 i 74 anys que s'hi han connectat almenys un cop per setmana en els darrers tres mesos— també ha crescut i el 2008 es troba, de mitjana, entorn del 60% a la Unió Europea. A l'Estat espanyol, s'ha passat del 41% el 2007 al 49% el 2008.

En termes d'equipament TIC i ús social d'internet a Catalunya, és significatiu que el 2008 més de la meitat de les llars catalanes ja tenen connexió a internet, sobretot de banda ampla (ADSL o fibra òptica). El ritme de creixement d'usuaris de la xarxa és superior en els grups d'edat de 25 a 39 anys i de 40 a 54 anys, i més moderat en el de 16 a 24, si bé la proporció d'usuaris més joves ja era alta. L'ús del correu electrònic és l'activitat majoritària (al voltant del 90%) entre els usuaris habituals, seguit a molta distància per les reserves de turisme i l'oci.

En el terreny d'internet a les empreses, l'any 2008 s'ha desenvolupat el pla PimesTic per promoure les TIC a petites i mitjanes empreses amb jornades de sensibilització, guies, etc.

D'altra banda, la presència de continguts en català a internet és difícil de determinar. Existeixen alguns indicadors —nombre d'articles indexats en llengües diferents a la Wikipedia, motors de cerca, complement del conjunt buit, estudis específics, etc.— que permeten aproximar-s'hi. El domini .cat, que allotja webs que difonen i promouen la llengua i la cultura catalanes, ha arribat el 2008 a 33.410 registres (26.373 el 2007).

La CCMA continua obrint noves vies de creixement. L'activitat de CCRTV Interactiva durant l'any 2008 permet que l'ens sigui present en plataformes com l'IPTV o el mòbil i pugui captar nous mercats en un context de fragmentació de les audiències. Quant a l'ús de la televisió o la ràdio per internet en directe o en diferit, s'observa que la majoria d'internautes prefereix veure els continguts de la CCMA sota demanda (3alacarta), mentre que en el cas de la ràdio (Catalunya Ràdio) es decanten més pel directe.

Finalment i pel que fa a tendències, s'obre una oportunitat nova amb l'internet de les coses. Hi ha una gran quantitat de serveis al voltant d'aquest nou internet en sectors emergents, com els serveis públics o els serveis sanitaris i d'assistència a la tercera edat, que poden tenir pes a Catalunya.

Quant a telefonia mòbil, l'aparició de nous sistemes operatius pot fer que siguin més accessibles i amb aplicacions noves. Això passa per una cobertura a tot Catalunya i per la incorporació de noves tecnologies. És important que la tecnologia sigui transparent per a l'usuari i, independentment de la tecnologia emprada (UMTS, LTE, Wi-Fi, etc.), que el dispositiu faci els canvis automàticament. A més, tota la informació ha de ser molt accessible.

Capítol VI. La publicitat a Catalunya

1. Presentació

A l'hora d'estudiar les dinàmiques del mercat publicitari a Catalunya, cal fer-ho sota una òptica estatal, ja que aquesta indústria funciona fonamentalment a aquesta escala, i amb un grau creixent d'internacionalització. En aquest sentit, les dades principals que aporten les fonts d'informació de referència —com ara InfoAdex o la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), entre d'altres— faciliten una visió acurada de l'estat del mercat publicitari a Espanya. Partint d'aquest punt, al llarg d'aquest capítol també s'ofereixen variables específiques sobre el sector a Catalunya que permeten una millor comprensió del mercat.

Abans d'entrar en l'anàlisi concreta de la situació publicitària, cal especificar que les dades que d'InfoAdex —de referència dins del sector— diferencien entre *inversió publicitària real estimada* i *inversió publicitària controlada*. La inversió real estimada s'obté a partir d'aproximacions d'inversió real d'un panel de 500 anunciants i de consultes a mitjans, agències i associacions publicitàries, mentre que la inversió controlada s'aplica només a aquells mitjans convencionals que controla InfoAdex.¹

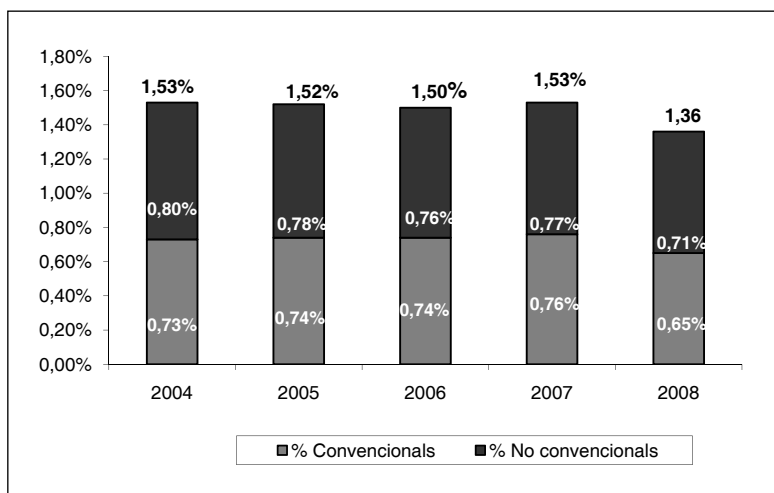
La desacceleració econòmica global viscuda el 2008, especialment —en el cas de l'Estat espanyol— a partir del segon

semestre de l'any, ha afectat el sector dels mitjans de comunicació, ja que incideix en els nivells d'inversió publicitària. Si es prenen com a referència les dades d'InfoAdex, l'evolució de la inversió publicitària real estimada entre 2007 i 2008 s'ha traduït en una reducció del 7,5%, que, proporcionalment, ha incidit més en els mitjans convencionals (-11,1%) que en els no convencionals (-4,0%). En concret, el 2008 la inversió real estimada total ha estat de 14.915,3 milions d'euros —7.102,5 milions els mitjans convencionals i 7.812,9 els no convencionals—, davant els 16.121,3 de 2007.

Atès aquest descens, el percentatge de la participació de la inversió publicitària en relació amb el producte interior brut (PIB) l'any 2008 s'ha situat en l'1,36% (després d'haver mantingut durant els últims quatre anys unes quotes de participació entre l'1,50% i l'1,53%), cosa que representa una davallada de l'11% respecte al 2007 (vegeu el gràfic 1).

La televisió es manté un any més com el mitjà de comunicació més escollit a Espanya per exhibir-hi publicitat, com s'analitza més detalladament en l'apartat 4 del capítol. La Comissió Europea ha denunciat l'excés de publicitat en les televisions públiques i privades espanyoles i ha recorregut a la justícia per l'incompliment d'Espanya de les normes sobre publicitat de la Directiva de televisió sense fronteres (modificada després per la Directiva 2007/65/CE, d'11 de desembre de 2007, o Direc-

Gràfic 1. Inversió publicitària sobre el PIB a Espanya. Període 2004-2008 (en percentatge)



Font: InfoAdex (2009).

¹ INFOADEX. *Resumen Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2009* [En línia]. Madrid: InfoAdex, 2009. <<http://www.infoadex.es/estudios/resumen2009.pdf>> [Consulta: abril de 2009]

tiva de serveis de comunicació audiovisual). La Comissió va iniciar l'11 de juliol de 2007 el procediment d'infracció amb un requeriment, i el 6 de maig de 2008 va enviar al Govern espanyol un dictamen motivat.² Les autoritats espanyoles van respondre el 8 i el 16 de setembre de 2008 i es van mostrar en desacord amb l'anàlisi duta a terme per la Comissió. Finalment, el 27 de novembre de 2008, la Comissió va demanar al Tribunal de Justícia de les Comunitats Europees que obligui l'Estat espanyol a prendre les mesures necessàries per garantir el compliment de la normativa i que la publicitat a les televisions espanyoles es limiti a dotze minuts per hora.³

2. La inversió publicitària a Catalunya

El 2008, la inversió publicitària real estimada a l'Estat espanyol ha estat de 14.915,3 milions d'euros, 1.206 milions menys que el 2007 (16.121,3 milions d'euros). Aquest descens s'accentua més en els mitjans convencionals que en els no convencionals, tant en percentatge (-11,1% i -4,0%, respectivament) com en termes absoluts (882,6 i 323,2 milions d'euros menys, respectivament) (vegeu la taula 1). Els mitjans convencionals, a més, continuen perdent pes en el conjunt de la inversió i passen de representar gairebé la meitat (49,5%) de la inversió publicitària dels anys 2006 i 2007 al 47,6% de 2008.

Segons la interpretació que en fa el conseller delegat del Grupo Acción Media, Jesús Féliz, a la presentació de les dades de l'estudi d'InfoAdex (InfoAdex, 2009: 7), aquesta davallada es produeix fonamentalment per la menor inversió generada en sectors estratègics, com l'immobiliari i l'automoció, que, fins ara, representen un volum molt significatiu en la inversió global del sector publicitari.

Una dada positiva dels resultats obtinguts el 2008 pels mitjans convencionals és el creixement d'internet, l'únic d'aquests mitjans que ha augmentat la inversió publicitària aquest any a Espanya. Amb un total de 610,0 milions d'euros, internet ha facturat 127,6 milions més que el 2007, una quantitat que representa un increment del 26,5% i que gairebé duplica la inversió de 2006 (310,4 milions d'euros).

Els resultats negatius més destacables han estat les davallades del cinema, amb 17,4 milions d'euros menys i un decreixement de 45,3 punts percentuals; de la televisió, amb una

pèrdua de 387 milions d'euros (-11,1%); del conjunt de diaris, dominicals i revistes, amb 521 milions d'euros menys (-23,4%); i de la ràdio, que factura 36 milions d'euros menys (-5,3%), com mostra la taula 2.

Quant als mitjans no convencionals, s'hi incorporen per primer cop dades corresponents al màrqueting mòbil, el qual creix un 63,2% el 2008. L'evolució de l'any ha estat positiva per cinc dels sis suports principals, sobretot per al suport *patrocinii, mecenatge, màrqueting social i responsabilitat social de l'empresa*, que atreu un 15% més d'inversió publicitària que durant el 2007. La taula 2 mostra que els vuit mitjans no convencionals restants han patit un descens notable dels ingressos publicitaris.

Pel que fa a la participació dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari, la televisió i els diaris són, un any més, els que atreuen més inversió. La televisió (estatal, autonòmica, local i temàtica) manté el lideratge dels últims anys, i copa el 43,4% del mercat. Per primer cop des que InfoAdex elabora els seus estudis d'inversió publicitària —el primer data de 1995—, la ràdio supera el sector de les revistes i assoleix la tercera posició. Internet és l'únic mitjà que ha anat augmentat la participació en el mercat any rere any i ha passat de l'1,5% el 2004 al 8,6% el 2008. El creixement de la inversió a internet l'ha portat a ocupar el cinquè lloc del rànquing de mitjans convencionals, tot avançant la publicitat exterior. Els dominicals i el cinema són els mitjans que menys inversió publicitària atreuen i ocupen la penúltima i la darrera posició, respectivament (vegeu la taula 2).

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) incorpora en el seu informe anual⁴ dades sobre ingressos en el sector audiovisual en concepte de comunicació comercial, és a dir, la publicitat, la televenda i el patrocinii. Per la metodologia emprada, aquestes dades són diferents de les que proporciona InfoAdex.

Amb relació als ingressos publicitaris de les televisions i ràdios públiques i privades (tant les que operen en obert com a través de plataformes de pagament) corresponents al 2008, la CMT els xifra en 3.246,6 milions d'euros, una quantitat 335,9 milions inferior a la corresponent a l'any 2007, que va ser de 3.582,5 milions. Aquest total representa un descens del 9,4% i anivella els ingressos publicitaris de 2008 amb els de 2006. Mentre que la ràdio ha atret una inversió similar en els últims anys, la televisió ha experimentat un decreixement nota-

2 COMISSIÓ EUROPEA. *Televisión sin fronteras: la Comisión Europea continúa el procedimiento contra España por no respetar el límite de la publicidad televisada* [en línia] Nota de premsa de 6 de maig de 2008.

<<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/700&format=HTML&aged=0&language=ES&guiLanguage=fr>> [Consulta: setembre de 2009]

3 COMISSIÓ EUROPEA. *La Comisión recurre a la justicia por el exceso de publicidad en la televisión española* [en línia] Nota de premsa del 27 de novembre de 2008.

<<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/1801&format=HTML&aged=0&language=ES&guiLanguage=fr>> [Consulta: setembre de 2009]

4 COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2008* [En línia]. Madrid: CMT, 2009.

<http://www.cmt.es/es/publicaciones/anexos/Informe_Anual_2008_.pdf> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 1. Inversió publicitària real estimada a l'Estat espanyol per suports convencionals i no convencionals. Període 2006-2008 (en milions d'euros)

Mitjans	2006	2007	2008	Variació 08/07
Inversió real estimada en mitjans convencionals				
Diaris	1.790,5	1.894,4	1.507,9	-20,4%
Dominicals	123,2	133,5	103,9	-22,2%
Revistes	688,1	721,8	617,3	-14,5%
Ràdio	636,7	678,1	641,9	-5,3%
Cinema	40,6	38,4	21,0	-45,3%
Televisions d'àmbit estatal i autonòmic	3.096,5	3.357,6	2.988,1	-11,0%
Televisió - canals temàtics	44,5	60,1	56,1	-6,7%
Televisió local	47,3	50,9	37,9	-25,5%
Televisió	3.188,4	3.468,6	3.082,1	-11,1%
Exterior	529,1	568,0	518,3	-8,8%
Internet	310,4	482,4	610,0	26,5%
Total mitjans convencionals	7.306,9	7.985,1	7.102,5	-11,1%
Inversió real estimada en mitjans no convencionals				
Publitramesa (mailing) personalitzada	1.864,9	1.939,5	1.976,4	1,9%
PLV ^A , senyalització i rètols	757,0	1.538,0	1.548,8	0,7%
Màrqueting telefònic	967,7	1.058,6	1.100,6	4,0%
Bustiada / fullets	373,8	823,6	852,5	3,5%
Anuaris, guies i directoris	1.275,3	638,6	609,9	-4,5%
Patrocini, mecenatge, màrqueting social i RSE ^B	174,7	495,1	569,5	15,0%
Patrocini esportiu	438,9	623,4	457,6	-26,6%
Regals publicitaris	560,6	388,0	227,0	-41,5%
Catàlegs	60,3	193,7	144,1	-25,6%
Fires i exposicions	604,2	200,7	109,0	-45,7%
Animació al lloc de venda	209,0	69,9	67,5	-3,4%
Jocs promocionals	48,6	55,9	50,3	-10,0%
Targetes de fidelització	40,0	45,9	48,1	4,8%
Publicacions empresarials	65,8	53,3	32,5	-39,0%
Màrqueting mòbil (exclosa internet)	6,5	11,7	19,1	63,2%
Total mitjans no convencionals	7.447,2	8.136,1	7.812,9	-4,0%
Total mitjans de comunicació	14.754,1	16.121,3	14.915,3	-7,5%

A Publicitat al lloc de venda.

B Responsabilitat social de l'empresa.

Font: INFOADEX. *Resumen Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2009* [En línia]. Madrid: InfoAdex, 2009. <<http://www.infoadex.es/estudios/resumen2009.pdf>> [Consulta: abril de 2009]

Taula 2. Participació dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari a l'Estat espanyol. Període 2004-2008

Mitjans	2004	2005	2006	2007	2008
Televisió	43,2%	43,9%	43,6%	43,4%	43,4%
Diaris	25,6%	24,8%	24,5%	23,7%	21,2%
Dominicals	1,8%	1,8%	1,7%	1,7%	1,5%
Revistes	10,7%	10,0%	9,4%	9,0%	8,7%
Ràdio	8,7%	9,1%	8,7%	8,5%	9,0%
Internet	1,5%	2,4%	4,2%	6,0%	8,6%
Exterior	7,7%	7,3%	7,2%	7,1%	7,3%
Cinema	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%	0,3%

Font: Elaboració pròpia amb dades d'InfoAdex (2005-2009).

ble, tant pel que fa a les televisions públiques com a les privades (vegeu la taula 3).

Pel que fa als anunciants que han invertit més en publicitat controlada, InfoAdex n'elabora cada any el rànquing en l'àmbit de l'Estat espanyol (vegeu la taula 4). El 2008, l'empresa Telefónica l'encapçala, un any més, amb 173,8 milions d'euros invertits, seguida de Procter & Gamble i L'Oréal, que també superen els 100 milions d'euros. Dels deu primers anunciants, dues companyies de telefonia són les úniques que han augmentat el seu pressupost publicitari respecte al 2007, Telefónica (+1,5%) i Vodafone (+8,2%), mentre que la tònica general és la reducció de la inversió en publicitat per part dels anunciants, en concordança amb la davallada general del mercat.

Si la crisi econòmica és un factor que ha marcat el retrocés

en la inversió publicitària, aquesta tendència a la baixa ha afectat també les agències de publicitat i les agències de mitjans de l'Estat espanyol. Després d'anys de creixement continuat, i segons dades d'InfoAdex,⁵ el 2008 el sector de les agències de publicitat i de mitjans ha tingut un descens de 702,8 milions d'euros, que suposa un 7,9% menys que el 2007 (vegeu la taula 5).

De l'anàlisi de l'estudi InfoAdex es desprèn que, el 2008, la inversió atribuïda i gestionada per les agències de publicitat a l'Estat espanyol ha assolit una xifra de 3.484,9 milions d'euros, un total que representa un decreixement del 3,8% respecte al 2007. Aquesta quantitat es refereix només a inversió en mitjans convencionals.

Les deu principals agències de publicitat concentren el 71,0% del total de la inversió gestionada. En la primera posi-

Taula 3. Ingressos publicitaris del sector audiovisual a l'Estat espanyol. Any 2008 (en milions d'euros)

Mitjà	2006	2007	2008
Televisió^A	2.886,6	3.138,8	2.804,5
Televisions públiques	1.038,9	1.041,6	880,2
Televisions privades	1.847,7	2.097,2	1.924,3
Ràdio	403,9	443,7	442,1
Total	3.290,5	3.582,5	3.246,6

A El total inclou els ingressos en concepte de publicitat, patrocini i televenda, tant de les televisions que operen en obert com de les plataformes de pagament.

Font: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (2009). [CMT, pàg. 295]

Taula 4. Rànquing dels deu primers anunciants de l'Estat espanyol i inversió publicitària. Any 2008 (en milions d'euros)

	Anunciants	2007	2008	Variació 08/07
1	Telefónica	171,2	173,8	+1,5%
2	Procter & Gamble	146,6	131,9	-10,0%
3	L'Oréal	121,1	107,7	-11,1%
4	El Corte Inglés	110,1	96,4	-12,4%
5	Vodafone	80,9	87,5	+8,2%
6	Volkswagen	99,5	86,6	-13,0%
7	Renault	74,2	69,7	-6,0%
8	Danone	70,1	67,6	-3,6%
9	ING Direct	72,5	61,4	-15,2%
10	France Telecom	72,5	58,4	-19,5%
	Total	1.018,7	941,0	-7,6%

Font: INFOADEX. *Presentación. Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2009*. [En línia]. Madrid: InfoAdex, 2009 (p.21). <<http://www.infoadex.es/presentacion09.ppt>> [Consulta: setembre de 2009]

5 InfoAdex elabora anualment l'*Estudio InfoAdex de Agencias de Publicidad y Agencias de Medios en España*, en què analitza la informació dels comptes facilitada a InfoAdex per agències i oficines de publicitat i de mitjans (el 2008, 59 i 31 respectivament). Les dades que es recullen en aquest apartat provenen d'un extracte d'aquest estudi publicat al web de l'Asociación de Agencias de Publicidad del Principado de Asturias (ADAPPA) i que està disponible a <<http://www.adappa.es/site/download.php?file=estudioagencias2009.pdf>> [Consulta: agost de 2009]

Taula 5. Inversió gestionada per les agències de publicitat i de mitjans a l'Estat espanyol. Període 2005-2008 (en milions d'euros)

Empresa	2005	2006	2007	2008
Agències de publicitat	3.243,4	3.354,0	3.621,6	3.484,9
Agències de mitjans	4.187,0	4.682,1	5.245,9	4.679,8
Total general	7.430,4	8.036,1	8.867,5	8.164,7

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex.

<<http://www.adappa.es/site/download.php?file=estudioagencias2009.pdf>> [Consulta: setembre de 2009]

ció hi ha, un any més, McCann-Erickson. Tot i el seu lideratge, McCann perd set dècimes en pes percentual, i passa de gestionar durant el 2007 el 13,3% al 12,6% del total invertit el 2008. La segueixen Bassat Ogilvy, amb tres dècimes menys (8,3%) i Grey (7,4%), que, amb sis dècimes més que al 2007, progressa dues posicions en el rànquing i passa d'ocupar el cinquè al tercer lloc el 2008, com mostra la taula 6.

Tot i la recessió generalitzada del sector, tres agències de publicitat del rànquing han incrementat la inversió gestionada durant el 2008. Young & Rubicam capgira la tendència a la baixa dels últims anys i experimenta el major creixement de totes les agències en un any, un 64,3%. Passa de gestionar 150,8 milions d'euros el 2007 a 247,8 milions el 2008 i amb aquests resultats puja a la cinquena posició del rànquing (vegeu la taula 7). Grey, empresa amb seu social a Catalunya, ha gestionat un 4,3% més que el 2007, un any després del creixement del 23,2% que va obtenir el 2007 respecte al 2006. El 2008, amb 256,6 milions d'euros, s'ha situat en la tercera posició del rànquing. Per la seva banda, Euro RSCG Worldwide ha experimentat un augment del 13,5% respecte al 2007 i escala una posició en el rànquing, on ocupa el sisè lloc, amb 245,4 milions d'euros.

Pel que fa a les agències de mitjans, i d'acord amb les xifres d'InfoAdex, la inversió gestionada ha estat, en termes absoluts, de 4.679,8 milions d'euros, 556,1 milions menys que el 2007, dada que representa un descens del 10,8% (vegeu la taula 5). Tanmateix, tot i aquesta davallada, si s'analitzen les dades relatives al període 2005-2008, la xifra total d'inversió gestionada per les agències de mitjans a l'Estat durant el 2008 recupera els nivells de facturació obtinguts el 2006 i supera en 493,7 milions d'euros la inversió durant el 2005 (vegeu la taula 9).

Les 10 principals agències de mitjans concentren el 85,4% de la inversió gestionada. Media Planning encapçala un any més el rànquing amb una facturació de 952,2 milions d'euros i un 19,8% del total invertit el 2008, un percentatge gairebé idèntic al del 2007, tot i que aleshores amb 1.031,1 milions d'euros. Per la seva banda, les quatre agències que la seguei-

xen —Optimedia, Mediaedge, Zenithmedia i OMD— capten, conjuntament, un 36,2% de la inversió gestionada, és a dir, 2,2 dècimes més que el 2007 (vegeu la taula 8).

Cal destacar que cap de les 10 primeres agències de mitjans del rànquing no ha incrementat la facturació el 2008 respecte al 2007 (vegeu la taula 9).

A partir de la radiografia de la situació publicitària a l'Estat espanyol durant el 2008, l'Associació Empresarial de Publicitat (AEP) aporta els elements necessaris per interpretar l'evolució de la inversió publicitària a Catalunya. L'AEP presenta cada any des del 1999 l'*Estudi de la inversió publicitària a Catalunya*,⁶ un informe que analitza, segons s'indica a la presentació del document, el "volum d'inversió controlada per InfoAdex que s'inverteix en mitjans convencionals i que generen empreses amb seu social a Catalunya" i que es refereix tant a la publicitat d'anunciants difosa a Catalunya com a la resta de l'Estat.

Taula 6. Les 10 primeres agències de publicitat a l'Estat espanyol per inversió gestionada. Any 2008.

Agència	Milions d'euros	2008 (%)	2007 (%)
McCann-Erickson	438,1	12,6	13,3
Bassat Ogilvy ^A	290,2	8,3	8,6
Grey ^A	256,6	7,4	6,8
DDB	251,2	7,2	7,7
Young & Rubicam	247,8	7,1	4,2
Euro RSCG Worldwide	245,4	7,0	6,0
Publicis España	239,7	6,9	7,1
Tapsa	181,3	5,2	6,2
Señora Rushmore	165,1	4,7	5,8
TBWA España	159,1	4,6	4,7
Restat d'agències	1.010,4	29,0	29,8
Total general	3.484,9	100,0	100,0

^A Agències amb seu social a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex.

⁶ ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL DE PUBLICITAT. *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2008*. Barcelona: Associació Empresarial de Publicitat, 2009.

Taula 7. Inversió gestionada per les agències de publicitat a l'Estat espanyol. Període 2005-2008 (en milions d'euros)

Agència	2005	2006	2007	2008
McCann-Erickson	353,0	460,2	483,1	438,1
Bassat Ogilvy ^A	241,6	288,3	309,7	290,2
Grey ^A	184,1	199,6	246,0	256,6
DDB	246,3	229,8	277,7	251,2
Young & Rubicam	215,1	196,7	150,8	247,8
Euro RSCG Worldwide	150,7	222,8	216,3	245,4
Publicis España	120,0	122,4	255,8	239,7
Tapsa	234,7	229,8	225,1	181,3
Señora Rushmore	138,7	115,5	209,4	165,1
TBWA España	167,8	187,7	169,7	159,1
Restat d'agències	1.191,4	1.101,2	1.078,0	1.010,4
Total general	3.243,4	3.354,0	3.621,6	3.484,9

A Agències amb seu social a Catalunya.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex.

Taula 8. Les 10 primeres agències de mitjans a l'Estat espanyol per inversió gestionada. Any 2008.

Agències de mitjans	Milions d'euros	2008 (%)	2007 (%)
Media Planning	925,2	19,8	19,7
Optimedia	498,3	10,6	9,7
Mediaedge	448,8	9,6	9,5
Zenithmedia	377,4	8,1	7,6
OMD	369,1	7,9	7,2
Mediacom Iberia	350,6	7,5	8,4
Mindshare Spain	308,7	6,6	6,9
Arena Media Communications	292,4	6,2	5,6
Starcom Mediavest Group	221,4	4,7	5,5
Universal McCann	203,7	4,4	5,1
Restat d'agències	684,3	14,6	14,8
Total general	4.679,8	100,0	100,0

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex.

D'acord amb l'estudi de l'AEP corresponent a l'exercici de 2008, la inversió publicitària controlada ha estat de 1.308,5 milions d'euros, un descens de més del 12% en relació amb el 2007. A la resta de l'Estat, com mostra la taula 10, la inversió publicitària ha estat de 6.595,2 milions d'euros, la qual cosa representa una davallada percentual que també supera el 12% —la més gran dels darrers anys— respecte al 2007.

La participació de la inversió catalana en el conjunt d'Espanya es manté en un 19,8%, lleugerament per sobre de la proporció del 2007. Cal tenir en compte que les dades que proporciona l'AEP sobre el total a Espanya no coincideixen amb les facilitades per InfoAdex.

Pel que fa al repartiment en mitjans convencionals de la inversió publicitària dels anunciants catalans, l'estudi de l'Asso-

ciació Empresarial de Publicitat confirma, un any més, el domini de la televisió com l'opció més triada a Catalunya per anunciar-se, amb un 55,6%, mentre que a la resta de l'Estat ha estat del 45%. Aquesta diferència queda compensada per una menor inversió, sobretot en premsa i en ràdio. L'únic altre mitjà en què s'inverteix més a Catalunya que a la resta d'Espanya són les revistes (vegeu el gràfic 2).

El repartiment del pes dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari català no ha variat substancialment d'un any per l'altre. Malgrat això, de 2007 a 2008 es perceben petites modificacions que poden indicar possibles tendències de futur. En aquesta línia, al 2008 la televisió, els diaris i les revistes han cedit una mica de terreny a favor de la ràdio i d'internet, principalment (vegeu la taula 11).

Taula 9. Inversió gestionada per les 10 primeres agències de mitjans a l'Estat espanyol. Període 2005-2008 (en milions d'euros)

Agències de mitjans	2005	2006	2007	2008
Media Planning	832,2	847,6	1.031,1	925,2
Optimedia	328,0	496,7	507,1	498,3
Mediaedge	459,1	512,2	500,0	448,8
Zenithmedia	366,3	494,3	396,1	377,4
OMD	362,4	408,8	379,1	369,1
Mediacom Iberia	209,3	236,9	440,9	350,6
Mindshare Spain	326,7	332,8	363,7	308,7
Arena Media Communications	192,8	376,3	296,2	292,4
Starcom Mediavest Group	256,9	329,5	289,4	221,4
Universal McCann	389,3	318,5	266,5	203,7
Resta d'agències	463,1	328,5	775,8	684,3
Total general	4.186,1	4.682,1	5.245,9	4.679,8

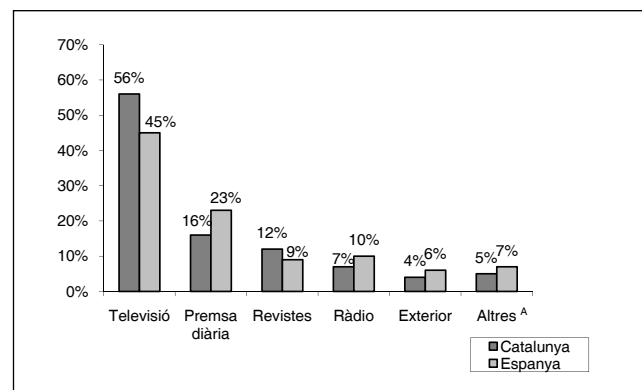
Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex.

Taula 10. Evolució i participació de la inversió catalana a l'Estat espanyol. Període 2005-2008 (en milions d'euros)

Any	Inversió publicitària a Espanya	Inversió d'empreses amb seu social a Catalunya	Variació a Espanya	Variació a Catalunya	Participació catalana
2005	6.491,2	1.358,2	9,0%	3,4%	20,9%
2006	6.949,9	1.449,6	7,1%	6,7%	20,9%
2007	7.563,9	1.491,1	8,8%	2,9%	19,7%
2008	6.595,2	1.308,5	-12,8%	-12,2%	19,8%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Associació Empresarial de Publicitat.

Gràfic 2. Percentatge d'inversió per mitjans convencionals a Catalunya i a l'Estat espanyol. Any 2008



A La categoria *Altres* inclou internet, suplementos, televisió temàtica i cinema.

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2009).

Taula 11. Participació dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari català. Període 2007-2008 (en percentatge)

Mitjans	2007	2008
Televisió	56,7	55,6
Diaris	16,7	15,7
Revistes	12,4	12,1
Ràdio	5,6	6,9
Internet	1,8	2,8
Exterior	4,2	4,3
Altres	2,6	2,6
Total	100,0	100,0

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2009). *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2008*.

Taula 12. Participació de Catalunya i Madrid en el mercat publicitari espanyol. Any 2008

	Anunciants	%	Inversió (milions d'euros)	%	Inversió per anunciant
Madrid	6.624	14,1	3.545,4	53,8	0,535
Catalunya	7.604	16,2	1.308,5	19,8	0,172
Rest d'Espanya	32.849	69,8	1.741,3	26,4	0,053
Total	47.077	100,0	6.595,2	100,0	0,140

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2009).

L'AEP aporta també dades sobre la inversió per comunitats autònomes. En aquest sentit, Catalunya continua un any més com a segon mercat publicitari de l'Estat, per darrere de Madrid i davant del País Basc. Amb 1.308,5 milions d'euros invertits i 980 anunciants més, Catalunya genera gairebé un 63,1% menys d'inversió que Madrid, comunitat amb 3.545,4 milions d'euros (vegeu la taula 12). Aquesta comparativa deixa palesa l'atomització del nombre d'anunciants a Catalunya (7.604) i la forta concentració de les inversions a Madrid (3.545,4 milions d'euros amb 6.624 anunciants) i ofereix un paràmetre d'inversió per anunciant de 0,17 milions d'euros a Catalunya pels 0,53 de Madrid i els 0,05 de la resta d'Espanya.

Segons l'anàlisi de l'AEP, el mercat publicitari català, des d'u-

na perspectiva provincial, evoluciona també a la baixa el 2008. A totes les demarcacions ha baixat la inversió el 2008, a excepció de Tarragona, que creix un 16,7% (2,1 milions d'euros més) i es converteix en l'única que experimenta un lleuger augment en la participació total (del 0,8 del 2007 a l'1,1% del 2008). Barcelona, tot i que ha perdut tres dècimes respecte al 2007, aplega el 97,0% de tota la inversió controlada i conserva la posició dominant en el sector publicitari català, mentre que Girona i Lleida mantenen el 2008 el mateix nivell de participació que l'any anterior (vegeu la taula 13).

Atenent als trams d'inversió, el 2008, i sempre d'acord amb les dades de l'AEP, es perfila una tendència a la baixa del nombre d'empreses amb seu a Catalunya que superen el mig milió d'euros en inversió publicitària —21 anunciants menys, mentre que s'incrementa en 233 el nombre d'anunciants que hi destina una quantitat inferior al mig milió. En síntesi, el 2008 augmenten els anunciants però es destinen menys diners a publicitat (vegeu la taula 14).

Els principals sectors empresarials de la inversió publicitària de les empreses amb seu social a Catalunya són el de l'alimentació i el de l'automoció, si bé tots dos han vist reduïda la seva presència. Aquests dos sectors, juntament amb el de *bellesa i higiene* i el de *cultura, ensenyament i mitjans de comunicació*, conformen més del 50% del total invertit.

La caiguda de la inversió publicitària en mitjans convencionals a Catalunya el 2008, que l'AEP estableix per sobre del 12%, ha estat molt repartida entre els principals sectors. El més afectat en termes percentuals ha estat el de la construc-

Taula 13. Inversió publicitària d'empreses amb seu social a Catalunya per demarcacions. Any 2007-2008 (en milions d'euros)

Demarcació	Inversió 2008	Participació 2008 %
Barcelona	1.268,8	97,0
Girona	18,3	1,4
Tarragona	14,7	1,1
Lleida	6,7	0,5
Total Catalunya	1.308,5	100,0

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2009).

Taula 14. Inversió publicitària i anunciants per trams a Catalunya. Període 2007-2008 (en milions d'euros)

Tram d'inversió	Anunciants 2007	%	Anunciants 2008	%	Variació d'anunciants	Inversió 2008
>10,0	32	0,4	26	0,3	-18,8%	645,7
1,0-10,0	159	2,1	144	1,9	-9,4%	430,9
0,5-1,0	113	1,5	99	1,3	-12,4%	69,7
<0,5	7.102	95,9	7.335	96,5	3,3%	162,2
Total	7.406	100,0	7.604	100,0	2,7%	1.308,5

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2009).

ció, que decreix en més d'un 40% tant en el mercat català com en l'espanyol. En sentit invers, és a dir, els sectors que han incrementat la inversió respecte al 2007 han estat: *distribució i energia* a Catalunya, i *esport, industrial i telecomunicacions* a Espanya (vegeu la taula 15).

3. La inversió publicitària en ràdio

La situació de la ràdio quant a la inversió publicitària facturada el 2008 no ha variat de manera substancial respecte al 2007, segons les dades que ofereix InfoAdex en el seu estudi anual, tot i que també s'ha vist afectada per la crisi econòmica. Durant aquest exercici, a l'Estat espanyol la ràdio ha ingressat 641,9 milions d'euros, un 5,3% menys que l'any anterior. Tal com es veu a la taula 1, i a excepció d'internet —que ha crescut un 26,5% el 2008—, la ràdio ha estat el mitjà de comunicació convencional que ha baixat menys en termes relatius, en comparació amb la televisió, els diaris, les revistes i la publicitat exterior.

La participació de la ràdio en el mercat publicitari de 2008 representa, segons InfoAdex, el 9,0% del total d'inversió publicitària estatal en mitjans convencionals, mig punt percentual més que el 2007 (vegeu la taula 2). Amb aquesta participació, la ràdio ocupa el tercer lloc en pes en el mercat i supera per primera vegada les revistes per un marge escàs de tres centèsimes, internet la segueix de prop.

D'acord amb les dades que proporciona la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en el seu informe anual, que difereixen de les d'InfoAdex, durant el 2008 els grups radiofònics han ingressat 442,1 milions d'euros per publicitat, una xifra lleugerament inferior a la corresponent al 2007, i que no inclou els 176,8 milions que les emissores han rebut en concepte de subvencions de les administracions públiques.

La inversió publicitària està fortament concentrada en tres cadenes, segons la CMT, la SER, la COPE i Onda Cero, les quals han atret el 92,2% del total invertit (407,5 milions d'euros). La Cadena SER continua, un any més, com a opció més triada pels anunciants per incloure-hi publicitat i, amb els 216,3 milions d'euros, dobla la inversió publicitària del grup COPE i d'Onda Cero (vegeu la taula 16). Per la seva banda, la resta d'operadors incrementa la seva participació en els ingressos publicitaris i passa d'obtenir el 4,3% el 2007 al 7,8% el 2008

Taula 15. Variació de la inversió publicitària per sectors a Catalunya. Any 2008 (en percentatge)

Sector	Catalunya	Resta d'Espanya
Alimentació	-7,7	-12,8
Automoció	-6,9	-12,9
Bellesa i higiene	-12,2	-6,3
Cultura, ensenyament i mitjans de comunicació	-7,8	-1,6
Distribució	+5,3	-6,5
Begudes	-11,0	-16,1
Finances	-30,2	-21,0
Llar	-20,	-17,5
Serveis públics i privats	-5,0	-15,0
Tèxtil	-2,9	-8,4
Neteja	-18,7	-18,8
Salut	-16,0	-7,1
Esport	-14,3	+3,5
Construcció	-42,7	-40,3
Objectes personals	-28,0	-23,7
Energia	+2,9	-5,3
Transport	-21,0	-7,2
Equipament d'oficina	-13,5	-7,1
Industrial	-5,3	+1,8
Telecomunicacions	-1,4	+1,1

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2009).

Taula 16. Ingressos per publicitat dels principals grups radiofònics de l'Estat espanyol. Període 2007-2008 (en milions d'euros)

Grup radiofònic	Facturació 2007	Facturació 2008
Cadena SER	219,5	216,3
Cadena COPE	105,4	97,6
Onda Cero	99,5	93,6
Resta	19,3	34,6
Total	443,7	442,1

Font: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (2009).

Taula 17. Inversió publicitària a Catalunya Ràdio SRG, SA. Any 2008 (en euros)

	2007	2008	Variació 08/07
Total inversió publicitària	15.985.995	14.802.269	-7,4%
Inversió publicitària en format falques	11.056.974	9.066.349	-18,0%
Inversió publicitària en format patrocinis	4.929.021	5.735.919	+ 16,4%

Font: Catalunya Ràdio.

Taula 18. Temps d'insercions publicitàries a Catalunya Ràdio SRG,SA. Any 2008 (en segons)

	2007	2008	Variació 08/07
Total temps d'inserció	2.674.460	2.340.493	-12,5%
Segons format: falques	2.062.930	1.513.983	-26,6%
Segons format: patrocinis	611.530	826.510	35,2%

Font: Catalunya Ràdio.

Taula 19. Principals anunciants a Catalunya Ràdio SRG,SA. Any 2008 (en euros)

2008	
Principals anunciants	Inversió publicitària
1. Generalitat de Catalunya	744.487,6
2. Volkswagen	550.424,8
3. "la Caixa"	539.425,9
4. Endesa	458.663,7
5. El Corte Inglés	361.740,8
6. Hipercor	270.277,6
7. Grupo Leche Pascual	268.000,0
8. Gaesco Bolsa, SVP, SA	259.875,0
9. Bon Preu SAU	256.763,0
10. Caixa Penedès	245.763,0

Font: Catalunya Ràdio.

Segons l'*Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2008* de l'Associació Empresarial de Publicitat, la inversió publicitària en ràdio a Catalunya representa el 6,9% del total d'inversió dels mitjans convencionals. La ràdio, internet i la televisió temàtica han estat els únics mitjans de comunicació catalans que han incrementat la facturació en termes absoluts respecte al 2007 (vegeu el gràfic 2). Catalunya inverteix així la tendència a la baixa de la inversió publicitària en ràdio de l'Estat espanyol, que cau un 5,3% el 2008, d'acord amb InfoAdex.

La contracció general de la inversió publicitària també ha afectat la ràdio pública catalana. Com mostra la taula 17, el 2008 les emissores que pertanyen a la societat Catalunya Ràdio SRG, SA han facturat 14,8 milions d'euros en publicitat, un 7,4% menys que el 2007. Els anunciants de Catalunya Ràdio han optat preferentment un any més per la falca publicitària, tot i que hi han invertit un 18% menys que el 2007. Destaca, en canvi, el creixement dels patrocinis: els 5,7 milions d'euros de 2008 (un 16,4% més que l'any anterior) representen el 38,5% de la facturació publicitària de Catalunya Ràdio aquest any.

Pel que fa al temps d'insercions de publicitat a les emissores de Catalunya Ràdio, el 2008 ha minvat un 12,5% respecte al 2007. Aquest decreixement s'explica per la reducció del temps dedicat a les falques, que no es compensa amb l'increment dels segons dedicats al patrocini, com es pot comprovar a la taula 18.

L'any 2008, la Generalitat de Catalunya ocupa el primer lloc en el rànquing dels principals anunciants de les emissores de Catalunya Ràdio, seguida de Volkswagen, "la Caixa", Endesa i El Corte Inglés. En tots aquests casos, la inversió publicitària és superior a la del 2007 (vegeu la taula 19).

4. La inversió publicitària en televisió

Durant el 2008 els anunciants han continuat orientant de manera destacada la inversió publicitària cap a la televisió. Segons dades d'InfoAdex, el 2008 la televisió ha captat el 43,4% del total de les inversions publicitàries en mitjans convencionals a l'Estat espanyol. Aquest percentatge és el mateix que el del 2007, de manera que la televisió no ha perdut pes en el mercat. Això no obstant, en termes absoluts, els 3.082,1 milions d'euros d'ingressos que ha obtingut el 2008 representen un 11,1% menys que els facturats el 2007.

L'anàlisi més detallada de les dades d'InfoAdex sobre la inversió real estimada de publicitat en la televisió a Espanya indica que les televisions públiques i privades d'àmbit estatal han atret el 2008 una inversió publicitària de 2.668,5 milions, una xifra que suposa una davallada de 334,3 milions respecte al 2007 (vegeu la taula 20). Cal destacar que les dues cadenes que són l'excepció a aquesta caiguda, i que han crescut de manera notable en inversió real estimada el 2008, són les més noves del panorama de la televisió generalista estatal. D'una banda, laSexta —que va començar a emetre amb regularitat el 2006— incrementa un 24,2% la inversió publicitària i factura 165,0 milions d'euros el 2008, si bé continua sent la cadena d'aquest tipus que capta un volum menor. De l'altra, Cuatro —que emet des del 2005— ingressa 301,8 milions d'euros, un 7,1% més que el 2007.

El conjunt de les televisions autonòmiques ha protagonitzat un any més una davallada general de la inversió publicitària: els 319,7 milions d'euros de 2008 representen un descens del 9,9% respecte al 2007, segons InfoAdex (vegeu la taula 20). Televisió de Catalunya es manté com el prestador autonòmic que més publicitat ha facturat i amb diferència —un total de 118,0 milions d'euros, si bé aquest import és 14 milions menor que el corresponent al 2007. Vuit de les 14 televisions autonòmiques controlades per InfoAdex han reduït els ingressos publicitaris el 2008, i sis els han augmentat: les públiques ETB, IB3, TPA, Aragón TV i les privades Onda 6 i 8tv.

Taula 20. Facturació per publicitat a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic de l'Estat espanyol. Any 2008 (en milions d'euros)

Televisions públiques i privades	2007	2008	Variació 08/07
Televisions estatals			
Telecinco ^A	1.036,8	919,5	-11,3%
Antena 3 TV ^A	834,8	685,4	-17,9%
TVE	716,5	596,8	-16,7%
Cuatro ^A	281,9	301,8	+7,1%
laSexta	132,8	165,0	+24,2%
Total estatals	3.002,8	2.668,5	-11,1%
Televisions autonòmiques			
Televisió de Catalunya	132,0	118,0	-10,6%
Canal Sur Televisión	55,0	48,1	-12,5%
Telemadrid ^A	55,0	45,1	-18,0%
TVV	34,0	28,4	-16,5%
TV Galicia	25,9	24,2	-6,6%
ETB	22,0	23,8	8,2%
IB3 ^A	6,8	7,5	10,3%
TV Canaria	5,3	4,8	-9,4%
Castilla -La Mancha TV	4,8	3,8	-20,8%
7RM ^A	2,8	2,7	-3,6%
Aragón TV	2,3	2,6	13,0%
TPA	1,3	1,5	15,4%
8tv	5,8	6,5	12,1%
Onda 6	1,9	2,6	36,8%
Total autonòmiques	354,8	319,6	-9,9%
Total estatals + autonòmiques	3.357,6	2.988,1	-11,0%

A Dades estimades.

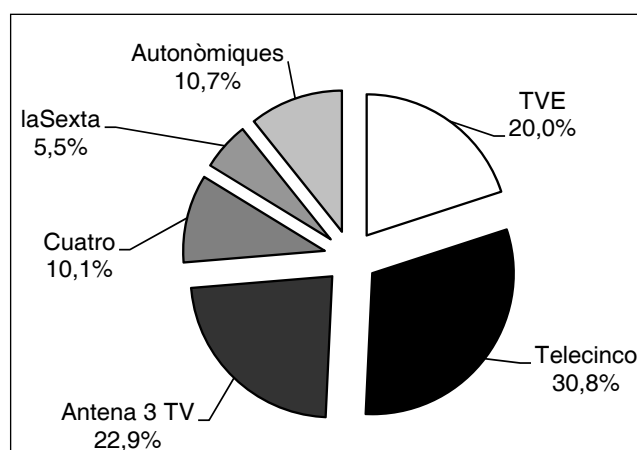
Font: INFOADEX. *Presentación. Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2009*. [En línia]. Madrid: InfoAdex, 2009 (p.33). <<http://www.infoadex.es/presentacion09.ppt>> [Consulta: setembre de 2009]

Els gràfics 3 i 4 mostren, respectivament, la participació de les televisions estatals i autonòmiques en el mercat publicitari de l'Estat espanyol l'any 2008 i com ha evolucionat en relació amb el 2007. Telecinco és manté com el prestador que més anunciants atreu, seguit d'Antena 3 TV i TVE. La distribució de la publicitat és molt semblant a la del 2007, però s'aprecien els increments percentuals de laSexta i de Cuatro, en detriment, bàsicament, de TVE i Antena 3 TV.

Les televisions autonòmiques, per la seva banda, mantenen la participació de gairebé l'11% del mercat publicitari televisiu estatal. Desglossant aquest 10,7 per cent de les televisions autonòmiques (vegeu el gràfic 5), Televisió de Catalunya destaca amb un 36,9%, més del doble de la quota dels dos prestadors que la segueixen, Canal Sur Televisión (15,1%) i Telemadrid (14,1%). Per darrere queden altres televisions autonòmiques com Televisió Valenciana (8,9%), TVG (7,6%) o ETB (7,4%). 8tv augmenta en 0,4% la participació i passa de l'1,6% el 2007 al 2,0% el 2008.

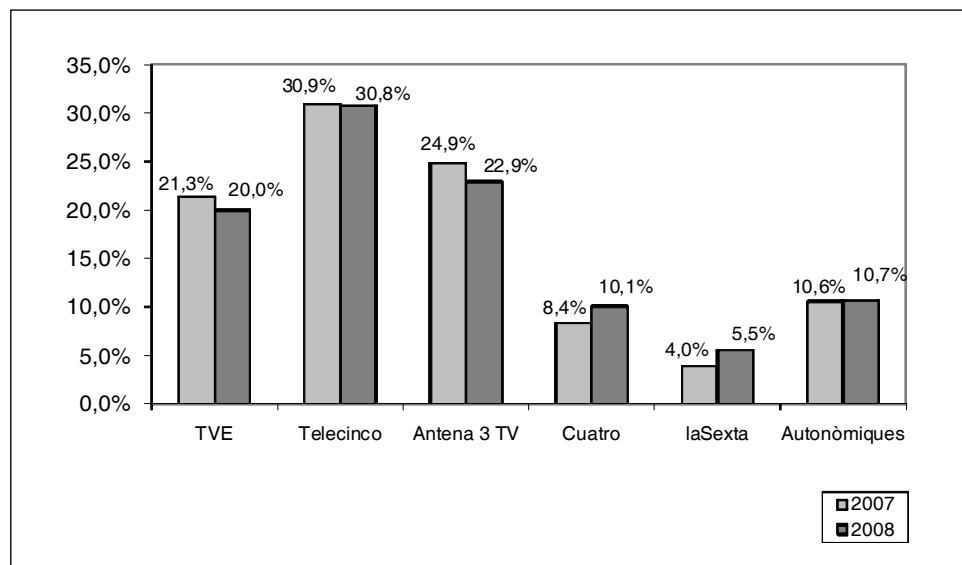
La inversió publicitària en la televisió temàtica de la qual es disposa de xifres d'InfoAdex des del 2004— ha augmentat

Gràfic 3. Participació de les televisions estatals i autonòmiques en el mercat publicitari de l'Estat espanyol. Any 2008 (en percentatge)



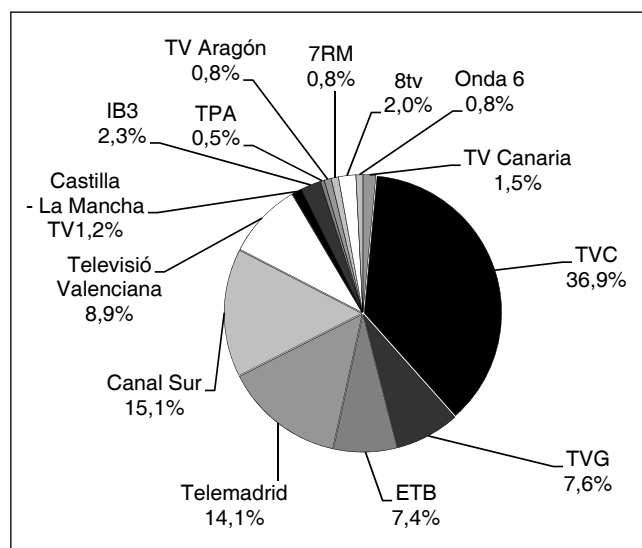
Font: InfoAdex (2009).

Gràfic 4. Inversió en publicitat a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic de l'Estat espanyol. Període 2007-2008 (en percentatge)



Font: InfoAdex (2009).

Gràfic 5. Participació de les televisions autonòmiques en la inversió en publicitat. Any 2008 (en percentatge)



Font: InfoAdex (2009).

Taula 21. Ingressos i quotes de mercat de publicitat en televisió. Any 2008 (en milions d'euros i percentatge)

Prestadors	Ingressos publicitaris ^A	Quota de mercat
Televisions estatals		
Telecinco	760,0	27,1
Antena 3 TV	659,5	23,5
RTVE	596,8	21,3
Sogetel	319,1	11,4
laSexta	157,2	5,6
Veo Televisión	11,2	0,4
Net TV	8,7	0,3
Televisions autonòmiques		
TVC	113,8	4,1
Canal Sur Televisión	47,8	1,7
Telemadrid	38,4	1,4
Televisió Valenciana	27,5	1
ETB	23,4	0,7
Televisión de Galicia	18,5	0,7
Restat	22,6	0,8
Total	2.804,5	100

A Inclouen la facturació per patrocinis, televenda i publicitat de les televisions que operen en obert i de pagament.

Font: CMT (2009: 297).

gradualment fins al 2007, quan va assolir 60,1 milions d'euros. El total corresponent al 2008 comporta un canvi de tendència: amb 56,1 milions d'euros invertits registra un descens del 6,7%. Però la davallada més notable la protagonitzen les televisions locals, que el 2008 han ingressat, en concepte de publicitat, 37,9 milions d'euros, un 25,5% menys que el 2007.

Considerant les xifres de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones —sensiblement inferiors a les dades estimades per InfoAdex— els ingressos publicitaris dels principals prestadors de serveis de televisió de l'Estat espanyol l'any 2008 van ser de 2.804,5 milions d'euros (vegeu la taula 21). La distribució entre prestadors no varia respecte al 2007: Telecinco, Antena 3 TV i TVE encapçalen el rànquing, seguides de Cuatro i laSexta, que, com a novetat, el 2008 passa davant de TVC, situada en sisena posició, i primera entre les autonòmiques.

L'*Anuario de Audiencia de Televisión 2008*⁷ de TNS ofereix una aproximació del comportament dels índexs de saturació publicitària dels prestadors de serveis de televisió de l'Estat espanyol. En aquest sentit, i de manera paral·lela al comportament global del sector, el 2008 s'han reduït tant el nombre d'espots emesos (-7,3%) com el temps d'emissió total de publicitat a Espanya (-5,1%).

Telecinco, la cadena amb més espots emesos i més temps d'emissió de publicitat, ha encapçalat el rànquing d'audiències de l'any, ja que ha aplegat, al llarg del 2008, una mitjana del 18,0% de quota de pantalla. El segon prestador amb més audiència ha estat Antena 3 TV, amb una quota de pantalla mitjana del 15,2%. Pel que fa a nombre d'espots i minuts de publicitat emesos, el 2008 Antena 3 TV ha cedit el lideratge a Telecinco i ha passat a ocupar la segona posició.

Les principals cadenes estatals públiques i privades (Telecin-

Taula 22. Volum de publicitat^A per cadenes. Evolució del nombre d'espots i de minuts de publicitat emesos a les televisions estatals i autonòmiques. Període 2007-2008

	Nombre d'espots emesos					Minuts d'emissió de publicitat		
	2007	%	2008	%	% variació 08/07	2007	2008	% variació 08/07
Telecinco	266.864	8,7	256.023	9,0	-4,1	84.924	82.174	-3,2
Antena 3 TV	277.127	9,0	245.133	8,6	-11,5	85.515	75.933	-11,2
Cuatro	259.760	8,5	235.705	8,3	-9,3	83.788	75.403	-10,0
La 1	249.226	8,1	208.164	7,3	-16,5	75.398	64.927	-13,9
laSexta	221.272	7,2	207.111	7,3	-6,4	65.753	71.132	8,2
La 2	194.665	6,3	185.491	6,5	-4,7	61.549	56.737	-7,8
Telemadrid	182.358	5,9	144.572	5,1	-20,7	56.927	45.999	-19,2
Canal 9	150.411	4,9	143.554	5,0	-4,6	47.698	44.797	-6,1
TV3	126.986	4,1	129.713	4,6	2,1	38.341	38.977	1,7
TV Canaria	133.852	4,4	114.911	4,0	-14,2	48.405	37.695	-22,1
IB3	30.212	1,0	111.889	3,9	270,4	9.538	33.184	247,9
TVG	122.511	4,0	110.444	3,9	-9,9	38.527	37.069	-3,8
Castilla La Mancha TV	119.088	3,9	109.791	3,9	-7,8	38.128	36.148	-5,2
ETB 2	117.944	3,8	108.794	3,8	-7,8	45.154	40.735	-9,8
Canal Sur	112.859	3,7	102.815	3,6	-8,9	40.902	36.469	-10,8
8tv	105.720	3,4	102.094	3,6	-3,4	51.136	49.211	-3,8
Aragón TV	49.668	1,6	63.170	2,2	27,2	19.526	27.677	41,7
ETB 1	58.237	1,9	50.965	1,8	-12,5	17.829	15.858	-11,1
Punt Dos	70.546	2,3	41.249	1,4	-41,5	21.750	20.974	-3,6
K3/33	51.131	1,7	40.522	1,4	-20,7	15.893	12.327	-22,4
Onda 6	67.244	2,2	40.258	1,4	-40,1	34.421	30.933	-10,1
Canal 2 Andalucía	45.792	1,5	39.298	1,4	-14,2	14.238	11.831	-16,9
TPA	25.138	0,8	28.469	1,0	13,3	10.004	10.089	0,8
7RM	30.254	1,0	24.791	0,9	-18,1	11.089	8.613	-22,3
Total	3.068.865	100	2.844.926	100	-7,3	1.016.433	964.891	-5,1

A No inclou la publicitat emesa en desconnexions regionals o locals.

Font: TNS. *Anuario de audiencia de televisión 2008*. Madrid:TNS, 2009.

⁷ TNS. *Anuario de audiencia de televisión 2008*. Madrid: TNS, 2009.

co, Antena 3 TV, Cuatro, La 1, laSexta i La 2) apleguen el 47% del total d'espots emesos al llarg del 2008 (47,8% el 2007). Per la seva banda, les cadenes autonòmiques passen de concentrar-ne el 52,2% el 2007 al 53% el 2008. La majoria de prestadors autonòmics ha reduït el nombre d'espots i de minuts de publicitat, amb quatre excepcions: IB3, Aragón Televisión, TPA i TV3 (vegeu la taula 22). De fet, IB3 trenca la tendència generalitzada a la baixa i protagonitza l'increment més destacat de l'any, ja que triplica de llarg tant el nombre d'espots com els minuts de publicitat emesos. Per la seva banda, TV3 ha emès el 2,1% més d'espots el 2008, un creixement moderat que contrasta amb la reducció del volum de publicitat emès per altres prestadors autonòmics com ara Telemadrid o Canal 9 els quals, tot i que han patit caigudes del 20,7 i el 4,7 respectivament, se situen per sobre de TV3 en nombre d'espots emesos i també en temps d'emissió de publicitat. Convé destacar la davallada experimentada per les cadenes autonòmiques

catalanes K3/33 i 8tv, que han rebaixat tant el temps de publicitat com la quantitat d'espots emesos durant el 2008.

La taula 23 mostra el rànquing elaborat per TNS dels deu principals anunciants en televisió per inversió publicitària. Procter & Gamble ocupa un lloc destacat de la resta d'empreses, tant pel que fa al volum facturat com al nombre d'espots i minuts de publicitat emesos. Amb 576 milions d'euros en publicitat, Procter & Gambler gairebé dobra Danone, el segon anunciament, mentre que Telefónica de España SA i L'Oréal són la tercera i la quarta empreses que més han invertit en publicitat el 2008, segons les dades compilades per TNS. Si es calcula la mitjana d'espots per inversió total, Vodafone, que ocupa la vuitena posició del rànquing, és l'anunciament que més euros ha destinat proporcionalment per spot —9.239,5 euros— i Danone, segon anunciament en televisió a Espanya segons TNS, és l'empresa que menys hauria pagat per spot emès, un promig de 2.086,71 euros.

Taula 23. Els 10 principals anunciants per inversió publicitària emesos a les televisions estatals i autonòmiques. Any 2008

	Anunciants	Espots	Minuts	Segons/spot	Inversió (en euros)
1	Procter & Gamble España, SA	211.733	71.031	20,1	576.095.100
2	Danone, SA	125.965	42.389	20,2	322.280.980
3	Telefónica de España, SA	40.212	14.989	22,4	260.047.700
4	L'Oréal	47.296	13.971	17,7	248.238.030
5	Benckiser España, SA	56.983	20.336	21,4	137.694.540
6	Johnson & Johnson, SA	56.861	14.268	15,1	128.797.630
7	Sociedad Nestlé, AEPA	45.063	12.017	16,0	111.022.660
8	Vodafone	11.931	5.377	27,0	110.237.040
9	Volkswagen Audi España, SA	12.725	5.602	26,4	98.672.940
10	El Corte Inglés, SA	33.935	8.204	14,5	97.676.110

Font: TNS. *Anuario de audiencia de televisión 2008*. Madrid:TNS, 2009.

Taula 24. Evolució de la inversió publicitària dels 10 principals anunciants en televisió a l'Estat espanyol. Període 2006-2008 (en milions d'euros)

Anunciants	2006	2007	2008	Variació 2006/2008
Procter & Gamble España, SA	239,7	416,3	576,1	140,3%
Danone, SA	196,0	227,8	322,3	64,4%
Telefónica de España, SA	214,6	227,3	260,0	21,2%
L'Oréal	187,1	206,3	248,2	32,7%
Benckiser España, SA	134,0	135,0	137,7	2,8%
Johnson & Johnson, SA	27,6	74,6	128,8	366,7%
Sociedad Nestlé, AEPA	98,4	96,0	111,2	13,0%
Vodafone	90,7	84,3	110,2	21,5%
Volkswagen Audi España, SA	111,2	132,5	98,7	-11,2%
El Corte Inglés, SA	95,6	102,2	67,7	-29,2%

Font: TNS. *Anuario de audiencia de televisión 2008*. Madrid:TNS, 2009.

El comportament dels principals anunciants en televisió ha estat desigual en els últims tres anys, com es pot veure a la taula 24. D'una banda, hi ha empreses que han augmentat de forma notable la inversió en publicitat en aquest mitjà, com ara Johnson & Johnson, que amb un increment del 366,7%, ha passat d'invertir-hi 27,6 milions d'euros el 2006 a 128,8 milions el 2008; o Procter & Gamble, que hi inverteix més del doble el 2008 respecte al 2006. De l'altra, hi ha anunciants que al final d'aquest període hi destinen menys que el 2006, com és el cas de Volkswagen Audi o El Corte Inglés.

L'Associació Empresarial de Publicitat (AEP) aporta en el seu *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2009* informació específica sobre la relació entre els anunciants amb seu a Catalunya i la televisió. En aquest sentit, el 55,6% de la publicitat contractada el 2008 pels anunciants catalans s'ha emès per televisió, una xifra que la consolida com el mitjà de comunicació preferit a l'hora d'anunciar-se —a l'Estat espanyol aquesta proporció és menor, ja que ronda el 45%, segons l'AEP (vegeu el gràfic 2). Tot i que és el mitjà principal, la televisió s'ha vist afectada per la recessió del 2008, i la inversió publicitària en aquest mitjà s'ha reduït un 14% a Catalunya. Cal tenir en compte que aquestes xifres no inclouen les dades relatives a la televisió temàtica, un sector que l'Associació Empresarial de Publicitat analitza de manera separada de la televisió generalista i que, el 2008, ha atret un 15% més d'inversió publicitària que el 2007. Aquesta és una tendència en sentit invers al conjunt de l'Estat espanyol, on la inversió en televisió temàtica disminueix un 6,7%, segons InfoAdex.

5. La inversió publicitària a internet

El 2007 InfoAdex i l'Interactive Advertising Bureau Spain (IAB Spain) van arribar a un acord de col·laboració per proporcionar informació més acurada de la inversió publicitària a internet, amb la incorporació de nous formats interactius com el màrqueting mòbil. Com s'ha assenyalat en l'apartat 2 d'aquest capítol, internet és el mitjà de comunicació que ha experimentat el creixement més fort en inversió publicitària en termes relatius durant el 2008, segons InfoAdex.

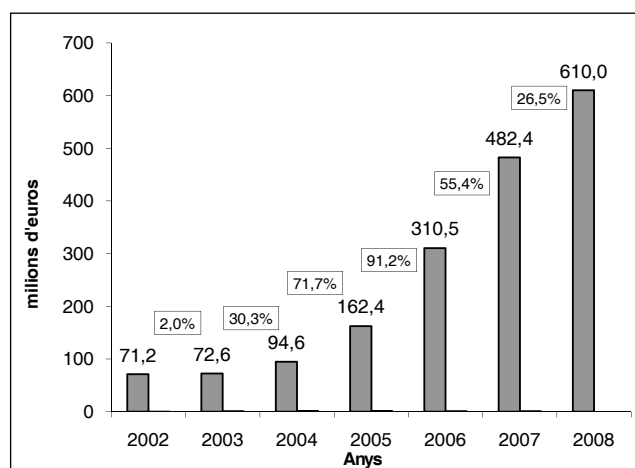
L'augment del 26,5% respecte a l'exercici del 2007 estableix la inversió en mitjans interactius a Espanya en 610 milions d'euros, una xifra que demostra el bon estat de salut d'internet com a via publicitària. En el gràfic 6 es pot veure l'evolució ascendent de la inversió en publicitat a internet. Quant al total de la participació en el mercat publicitari dels mitjans de comunicació convencionals, internet ha passat d'atreure un

1,5% el 2004 al 8,6% el 2008. Convé subratllar que aquest creixement en la publicitat a la xarxa coincideix amb un increment en l'accés i en l'ús d'internet a l'Estat espanyol.

Un dels trets que caracteritza la publicitat als mitjans interactius és la multiplicitat de formats. D'acord amb els resultats publicats en l'*Estudio sobre inversión publicitaria en medios interactivos*, que elabora IAB Spain en col·laboració amb PricewaterhouseCoopers,⁸ la primera opció dels anunciants el 2008 ha estat, un any més, invertir en enllaços patrocinats en cercadors. Aquests vincles han atret 324,4 milions d'euros, quantitat que representa més de la meitat del total de la inversió publicitària. El percentatge arriba fins al 74% si s'hi afegeix la resta de formats integrats: bàners, segells, botons, gratacles i robapàgines (vegeu la taula 25). Els formats dinàmics enriquits guanyen terreny als formats estàtics, de manera que, al llarg del 2008, el 68,5% dels anuncis en mitjans interactius s'han desenvolupat amb tecnologia dinàmica com ara Flash/ Shockwave, JavaScript o HTML/CGI.⁹

Amb relació a la participació dels anunciants per sectors d'activitat, les empreses que es dediquen a *transports, viatges i turisme* (14,1%) encapçalen el rànking un any més (vegeu la taula 26), seguides de les de *telecomunicacions* (10,9%), *finances* (10,2%), *automoció* (9,8%) i *mitjans de comunicació, ensenyament i cultura* (9,3%). Els principals anunciants de cada sector durant el 2008 han estat, respectivament, Iberia, Vodafone, ING Direct, Ford i Fox.

Gràfic 6. Evolució de la inversió publicitària a internet i percentatge de creixement anual a l'Estat espanyol. Període 2002-2008 (en milions d'euros)



Font: Elaboració pròpia amb dades d'InfoAdex (2009).

⁸ INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU SPAIN; PRICEWATERHOUSECOOPERS. *Estudio sobre inversión publicitaria en medios interactivos. Resultados del año 2008*. [En línia]. Madrid: IAB-Spain-PwC, 2009.

<<http://www.iabspain.net/descargas/descarga.php?id=109>>

⁹ Vegeu la nota d'IAB Spain de 4 de març de 2009 sobre la presentació del seu estudi anual.

<<http://www.iabspain.net/ver.php?mod=noticias&identificador=27>> [Consulta: juliol de 2009]

Taula 25. Repartiment de la inversió publicitària a internet a l'Estat espanyol, segons el tipus de format. Any 2008 (en percentatge)

Ingressos per tipus de format		2006	2007	2008
Formats integrats	Enllaços patrocinats	46,58	49,29	53,18
	Bàners, botons i segells	13,60	9,33	10,66
	Robapàgines, gratacels	10,05	11,17	9,97
Patrocinis o seccions fixes		4,35	3,75	4,37
Correu electrònic		3,65	3,63	3,44
Format de transició	Interstitial i supersticial	1,11	1,37	1,43
Formats flotants	Capes i altres formats desplegable	2,60	1,13	1,42
	Anuncis emergents i latents	0,38	0,11	0,04
Espot en vídeo		-	-	1,04
Màrqueting en mòbil		0,65	0,52	0,28
Advergaming ^A		-	0,02	0,05
Altres		17,03	18,21	14,10

A Videojocs interactius per anunciar una marca, un producte, etc.

Font: IAB Spain-PwC (2009).

Taula 26. Participació segons sectors d'activitat en la inversió publicitària a internet a l'Estat espanyol. Any 2008 (en percentatge)

Sector d'activitat	2007	2008
Transports, viatges i turisme	16,93	14,13
Telecomunicacions	10,00	10,88
Finances	13,11	10,25
Automoció	9,10	9,84
Mitjans de comunicació, ensenyament i cultura	11,03	9,28
Portals	4,65	5,14
Serveis públics i privats	3,77	4,89
Rest	31,14	35,61
Belleza i higiene	3,26	4,79
Begudes	2,74	4,47
Esports i temps lliure	1,84	2,97
Equips d'oficina i comerç	2,79	2,93
Distribució i restauració	2,14	2,88
Llar	2,89	2,02
Energies	1,39	1,79
Alimentació	1,47	1,34
Tèxtil i indumentària	1,39	1,18
Construcció	1,66	1,17
Salut	0,40	0,54
Industrial i material de treball	0,08	0,52
Objectes personals	0,29	0,28
Neteja	0,06	0,06
Diversos	9,02	8,67

Font: IAB Spain-PwC (2009).

Resum executiu i valoració

L'escenari audiovisual s'ha transformat, en una dècada (1998-2008), de forma substancial. No solament s'ha posat en marxa el procés de digitalització, que, pel que fa a la televisió terrestre, ha de culminar l'abril de 2010, sinó que hi han entrat nous actors i noves plataformes que amenacen de pertorbar els equilibris tan acuradament teixits entre els vells operadors convencionals, tant els públics com els privats, les seves oportunitats de negoci i el repartiment de l'espectre. Entre l'any 1998 i el 2008 s'han produït canvis profunds i estructurals.

Segons dades del Comissionat per a la Societat de la Informació, l'aleshores organisme de la Generalitat competent en la matèria, l'any 1998 tan sols el 13,3% de la població catalana tenia accés a internet, percentatge que amb la població d'aquell moment es traduïa en poc més de 800.000 persones. L'any 2008, en canvi, la proporció és molt més alta: oscil·la entre el 55% i el 60%, segons la mateixa font. En termes absoluts, aquests percentatges equivalen a unes 3.500.000 persones usuàries. I tot i que l'ús de la xarxa per rebre continguts audiovisuals és encara baix, i es limita sobretot als sectors més joves, internet ja es prefigura com una alternativa, complementària o no, als mitjans convencionals. L'accés de les empreses a internet se situa al voltant del 88%. De fet, la vida quotidiana l'any 2008 gira al voltant de les noves tecnologies de la comunicació i dels sistemes que han dissenyat.

La paraula clau és *digitalització*. Amb la transició digital s'inicia el primer gran procés de convergència entre tres sectors industrials que gairebé sempre s'havien desenvolupat de manera autònoma: la comunicació audiovisual, les telecomunicacions i la informàtica, encara que aquestes dues últimes ja havien conformat allò que Simon Nora i Alain Minc havien anomenat telemàtica. La convergència tecnològica i audiovisual tindrà un fort impacte sobre el present i el futur de les comunicacions i, en general, sobre la societat de la informació. L'any 2008, els processos de convergència ja formen part de les agendes dels grans debats acadèmics, tecnològics, industrials i socials.

S'observa com la transformació dels processos de comunicació redefineix l'espai fins al punt de replantejar el concepte de comunicació de masses i d'ampliar fins a l'infinit el concepte de comunicació interpersonal, diluint-ne, en alguns casos, les fronteres. Es donava per fet que la comunicació interpersonal era interactiva, però la comunicació de masses solia ser predominantment unidireccional. Des de la digitalització i, especialment, des de la convergència, la comunicació de masses pot incloure el concepte d'interactivitat i, fins i tot, alguns dels aspectes típics de la comunicació interpersonal. Manuel Castells introdueix el concepte d'autocomunicació de masses, que

reflecteix millor aquesta hibridació. De fet, l'any 2008 es registra un augment significatiu de la venda de videocàmeres i màquines de fotografiar digitals, les quals també poden fer petits clips de vídeo, en allò que, en un futur, pot suposar la participació dels ciutadans en la confecció de continguts.

La telefonia mòbil n'és un exemple, ara que no facilita només serveis de veu, sinó que s'ha convertit en plataforma d'accés a la missatgeria, a internet, a música i a serveis audiovisuals, encara poc definits. Però l'any 2008 emergeix a l'horitzó una oferta audiovisual telefònica basada en diverses tecnologies, però també en la TDT.

Precisament l'any 2008 és el del salt definitiu envers la televisió digital terrestre com a tecnologia de substitució de la vella televisió analògica. Es pot dir, en aquest sentit, que el 2008 ha estat un any de transició en processos de llarga durada en l'àmbit comunicatiu: la migració digital en televisió (l'apagada analògica a l'Estat espanyol es preveu per al 3 d'abril de 2010, però una mica abans a Catalunya); el procés d'incorporació de la Directiva europea de serveis audiovisuals de 2007 a l'ordenament intern dels estats membres, i també l'evolució de l'oferta i del consum en les noves finestres audiovisuals. La TDT permet fer un ús més eficient de l'espectre, gràcies, especialment, a la multiplexació, és a dir, a la capacitat d'allotjar més d'un senyal en un sol canal, i als avenços en els sistemes de compressió d'informació i d'eliminació d'allò que és redundant.

Però aquest escenari de canvi accelerat es veu enterbolit i, en alguns casos, interferit, per l'esclat d'una crisi econòmica en profunditat, d'efectes globals i simultanis, que porta (recordem-ho) la data justament de 2008. La crisi comença l'estiu del 2007, i probablement abans, però no es manifesta en tota la seva cruesa fins a principis de 2008 als Estats Units, i una mica més tard a Europa, quan la realitat supera els pronòstics més pessimistes. L'economia espanyola entra oficialment en recessió el quart trimestre de 2008. El tercer trimestre ja s'enregistra a Catalunya un retrocés interanual de l'1,3%. A finals d'any, els especialistes més lúcids albiren un horitzó amb greus problemes, especialment per als més dèbils.

Aquest és el marc general que pot servir per avaluar si, malgrat tot, Catalunya accedeix, amb el ritme adequat, al tren que condueix a la societat de la informació, en quina estació és o, en el cas que estigui viatjant en la direcció correcta, quin vagó ocupa i si té possibilitats de ser-ne capdavantera.

En aquest sentit, l'any 2008 ha estat, per a Catalunya, un any amb fites significatives.

La primera, i que afecta de manera especial el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, ha estat la resolució del concurs

públic per a l'adjudicació de 83 concessions del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència amb caràcter comercial, previstes al Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora d'FM, aprovat el setembre de 2006 (Reial decret 964/2006). Aquest procés d'adjudicació, iniciat pel CAC el desembre de 2007, és el primer a tot l'Estat espanyol que assumeix una autoritat reguladora de l'audiovisual, seguint el model europeu de licitació de títols habilitants per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual.

En aquest concurs públic, el nombre final de persones licitadores admeses va ser de 73, amb un total de 1.279 sol·licituds presentades. El 7 de novembre de 2008, el Ple del CAC va adoptar l'Acord 174/2008, mitjançant el qual s'adjudica l'explotació comercial de les 83 concessions (26 a Barcelona, 27 a Girona, 20 a Lleida i 10 a Tarragona).

Com a conseqüència d'aquest concurs, es dobla pràcticament l'oferta radiofònica privada a Catalunya: de 95 concessions en FM el 2007, es passa a 178 el 2008. Les freqüències vinculades als quatre grups de cobertura nacional (Godó, Flaix, Tele-Taxi i Estel) han passat de tenir 25 concessions el 2007 a tenir-ne 73 el 2008. Així mateix, ha augmentat el nombre de concessions vinculades a prestadors de caire local, que han passat del 7% del total de l'oferta el 2007, al 14% el 2008.

Amb aquesta resolució, es dona per exhaurit l'espectre radiofònic, a l'espera de resoldre el que la Llei de comunicació audiovisual de Catalunya anomena "serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre", coneguts també com a tercer sector, amb freqüències residuals i potències molt limitades, i situats en un marc d'incertesa preocupant, provocada per la indefinició en el trànsit envers la tecnologia digital.

Una segona fita del 2008 té a veure amb la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per dues raons. D'una banda, el 2008 ha estat el 25è aniversari de les emissions de TV3 i Catalunya Ràdio, amb diversos actes i una programació especial de cada mitjà, entre altres iniciatives. De l'altra, el Parlament de Catalunya ha nomenat, no sense polèmica, les persones membres del Consell de Govern de la CCMA, i entre aquestes, el seu president. Un cop constituït el Consell, es procedeix a escollir la persona que n'ha d'ocupar la Direcció General. També és la primera vegada a l'Estat que, d'acord amb el procediment previst per la Llei de la CCMA, es proveeix una plaça d'aquestes característiques mitjançant una convocatòria pública. Amb la constitució del Consell de Govern de la CCMA i els nomenaments del president, de la directora general i dels directors de Televisió de Catalunya (TVC) i de Catalunya Ràdio, únicament restaven per nomenar, al final de 2008, les vint-i-una persones membres que conformen el Consell Assessor de Continguts i Programació.

També el 2008 s'han establert les bases per a una recepció amb reciprocitat dels continguts emesos pels prestadors públics d'abast català, valencià i balear. El mes de juny, el conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, Joan Manuel Tresserras, i el conseller de Presidència del Govern de les Illes Balears, Albert Moragues, van acor-

dar adoptar un conveni de reciprocitat televisiva entre TVC i Radiotelevisió de les Illes Balears (IB3). Així mateix, segons un comunicat publicat per la CCMA l'11 d'agost de 2008, la Corporació i l'ens públic Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) van acordar l'emissió en proves de Canal 9 en TDT a Catalunya. Tot i això, encara resten dificultats per superar.

Però una qüestió que el 2008 ha marcat no solament el sector audiovisual, sinó tot el sistema financer i productiu en general ha estat, com ja s'ha dit, la crisi econòmica. La desacceleració, primer, i la recessió econòmica global posterior viscuda durant l'any han condicionat el sector dels mitjans de comunicació, en incidir sobre els nivells d'inversió publicitària. El principal canvi esdevingut l'any 2008 ha estat la forta caiguda de la inversió publicitària en la majoria dels serveis de comunicació audiovisual. El decreixement s'ha donat en tots els mitjans de comunicació audiovisual excepte internet, que ha mantingut una evolució positiva.

Si es prenen com a referència les dades d'InfoAdex, l'evolució de la inversió publicitària real estimada a Espanya entre 2007 i 2008 s'ha traduït en una reducció del 7,5%, que, proporcionalment, ha incidit més en els mitjans convencionals (-11,1%). En concret, el 2008, la inversió real estimada total ha estat de 14.915,3 milions d'euros —7.102,5 milions els mitjans convencionals i 7.812,9 els no convencionals—, davant dels 16.121,3 milions de 2007.

Atès aquest descens, el percentatge de la participació de la inversió publicitària en relació amb el producte interior brut espanyol (PIB) l'any 2008 s'ha situat en l'1,36% (després d'haver mantingut durant els últims quatre anys unes quotes de participació entre l'1,50% i l'1,53%).

En el context de la publicitat televisiva, la Comissió Europea ha continuat el procés sancionador iniciat el 2007 per excés de publicitat a les televisions públiques i privades espanyoles. En concret, ha recorregut a la justícia per l'incompliment de l'Estat espanyol de les normes sobre publicitat de la Directiva de televisió sense fronteres (modificada després per la Directiva 2007/65/CE, d'11 de desembre de 2007, o Directiva de serveis de comunicació audiovisual). La Comissió va iniciar l'11 de juliol de 2007 el procediment d'infracció amb un requeriment i el 6 de maig de 2008 va enviar al Govern espanyol un dictamen motivat. Les autoritats espanyoles van respondre el 8 i el 16 de setembre de 2008 i van mostrar-se en desacord amb l'anàlisi duta a terme per la Comissió. Finalment, el 27 de novembre de 2008, la Comissió va demanar al Tribunal de Justícia de les Comunitats Europees que obligui l'Estat espanyol a prendre les mesures necessàries per assegurar el compliment de la normativa i que la publicitat a les televisions espanyoles es limiti a dotze minuts per hora.

A Catalunya, el sector audiovisual ha mantingut les variables econòmiques força estables, seguint la tendència dels anys anteriors. D'una banda, durant el període 2006 a 2008 ha augmentat el nombre total d'empreses (amb una creació especialment elevada de les dedicades al cinema i al vídeo, que compensa la disminució de les companyies de l'àmbit de la ràdio i

la televisió). D'altra banda, de 2006 a 2007 (en tancar l'informe no es disposava de dades per al 2008), es constata una caiguda de la productivitat del sector a Catalunya, atès que ha augmentat el nombre de treballadors ocupats, mentre que ha baixat el valor afegit generat per les empreses.

Una dada positiva prové del sector de la publicitat (que engloba empreses, agències de publicitat i agències de mitjans): el 2008 ha augmentat en 426 el nombre d'empreses dedicades a l'activitat publicitària amb seu social a Catalunya, que han arribat a 6.774 segons xifres del Directori Central d'Empreses de l'Institut Nacional de Estadística. Contrasta el fet que, en una època de crisi econòmica, en què la inversió en publicitat ha patit una davallada notable, el nombre d'empreses d'aquest sector hagi augmentat. Segons les dades de l'*Enquesta anual de serveis 2007*, que elabora l'Idescat, el volum de negoci de les empreses catalanes amb activitats publicitàries creix, i el 2007 arriba als 4.414 milions d'euros, 383 milions més que el 2006.

Tot i aquest context de crisi, l'oferta televisiva ha mantingut de manera general una estructura molt similar a la de l'any anterior. En relació amb els d'abast estatal, l'any 2008 només han canviat el nom i el contingut dels programes digitals de dos prestadors. Net TV ha modificat el contingut i el nom comercial dels dos programes de TDT que té assignats, mentre que Gestevisión Telecinco, SA, ho ha fet amb dos dels tres programes que gestiona. Net TV, que emet solament en TDT, ha realitzat els canvis més importants en aquest apartat i des del març de 2008 el programa Net TV passa a anomenar-se Intereconomía TV, que fins aleshores era un format temàtic especialitzat en informació econòmica, disponible en diverses plataformes de televisió de pagament espanyoles. Pel que fa al segon cas, el programa de TDT Telecinco Estrellas ha passat a ser FDF Telecinco, amb sèries de ficció i cinema com a continguts principals, i Telecinco Sport s'ha convertit en Telecinco 2, que es presenta com una nova televisió generalista. De fet, els experts denuncien que, malgrat totes les previsions optimistes sobre millores en les ofertes de continguts, la TDT només ha constituït una tecnologia de mera substitució. Millores la qualitat de la imatge; és veritat. Però el gran salt qualitatiu no es produirà fins que arribi l'alta definició. La proliferació de canals no suposa cap avenç significatiu en la qualitat dels continguts.

Pel que fa al consum, les audiències de televisió han continuat fragmentant-se. En aquest sentit, l'erosió cada cop més acusada de les audiències de les cadenes generalistes d'àmbits estatal i nacional, el creixement progressiu de les temàtiques i de les cadenes de darrera incorporació en el panorama televisiu de l'Estat espanyol (Cuatro i laSexta), el descens generalitzat de la resta de canals, així com l'augment en minuts del consum televisiu per persona i dia es consoliden com a tendències generals de l'any 2008. Aquest fenomen contradiu, en certa manera, algunes previsions sobre el descens del consum televisiu en favor de l'audiovisual via IP.

Això no obstant, les dades sobre audiència varien en funció

de la metodologia utilitzada. Així, TNSofres i Baròmetre de la Comunicació i la Cultura difereixen en els resultats. Segons TNSofres, que a Catalunya comptava el 2008 amb una mostra de 440 audímetres, són significatives les pèrdues dels grans canals. Telecinco perd 1,2 punts i és líder a Catalunya l'any 2008 amb una quota del 18,0%; Antena 3 TV baixa 1,8 punts i se situa segona amb 17,0%, mentre que TV3 perd 2 punts justos i queda tercera amb el 14,6%. La 1 minva lleugerament els resultats (-0,9 punts i 13,7% de quota) i encara més moderats són els descensos dels segons canals públics estatal i nacional La 2 (-0,2 i 3,5%) i el K3/33 (-0,5 i 2,9%).

El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura ofereix dades sobre l'audiència i el consum de mitjans als territoris de parla catalana (Catalunya, País Valencià i Illes Balears). Amb xifres del Baròmetre, que realitza entrevistes personals al llarg de l'any a una mostra a Catalunya de 29.985 persones, TV3 és la televisió amb més audiència a Catalunya el 2008. Baixa 5,6 punts en la quota de pantalla respecte del 2007 i passa de 24,9% a 19,3%. En la segona posició se situa Telecinco (18,0%). En tercer lloc, Antena 3 TV passa del 12,6% al 17,5%, ascendeix una posició al rànquing i escurça la distància amb Telecinco. En quart lloc, La 1 obté un 12,6% (15,8% el 2007).

Pel que fa a la ràdio, l'oferta de continguts s'ha mantingut sense variacions remarcables l'any 2008, ja que la informació, l'infoentreteniment i l'esport continuen sent els principals gèneres a la majoria de les emissores generalistes. Tot i aquest fet, cal destacar que les emissores d'àmbit català són les que han reestructurat la programació en una major proporció. N'és un exemple la reestructuració de l'oferta de Ràdio 4, després de la situació d'*impasse* viscuda el 2007. El projecte *La ràdio dels sentits*, que ocupa la major part de la jornada radiofònica de l'emissora, ha comportat la desaparició de programes de certa trajectòria.

En canvi, el comportament del públic s'ha mantingut força fidel. En el rànquing d'audiència de la ràdio proporcionat per EGM, que també es basa en el mètode de les entrevistes, Catalunya Ràdio s'ha situat líder amb 473.000 oients, seguida per Cadena SER i RAC1. L'emissora generalista de la CCMA és líder d'audiència des de la primera edició l'any 1997 de l'*Informe sobre el sector audiovisual*, que elabora anualment el CAC. Per la seva banda, RAC1 ha estat l'emissora generalista que més oients ha augmentat l'any 2008 (41.000). Pel que fa a les emissores musicals, Los 40 Principales continua líder d'audiència amb 363.000 oients a Catalunya, el doble que Cadena Dial, que ocupa la segona posició (171.000 seguidors).

Quant al procés de migració a la televisió digital terrestre (TDT), el 2008 ha mantingut una evolució positiva, si bé amb retard respecte de les previsions establertes. El prestador de titularitat privada d'abast nacional Emissions Digitals de Catalunya, SAU, del Grupo Godó, ha posat en marxa al llarg de 2008 dos programes, 105tv i Barça TV. En TDT local privada, dels 56 programes adjudicats, l'any 2008 n'emeten 22.

Al sector públic, la TDT local té una marcada naturalesa col·legial, atès que 33 dels 37 programes previstos a Catalunya

corresponen a agrupacions de municipis. En conseqüència, per dur a terme la gestió de la concessió s'han de constituir entitats consorciades entre municipis. Deixant de banda els quatre programes unimunicipals (Badalona, Barcelona, l'Hospitalet de Llobregat i Reus), fins a l'any 2008 s'han constituït vint-i-dues entitats consorciades.

I, finalment, el prestador públic de TDT nacional, Televisió de Catalunya, ha mantingut l'oferta en la mateixa línia que el 2007. Emet en analògic TV3, 3/24 i K3/33, i, en digital, TV3, 3/24, K3/300 i el 33. Com es pot comprovar, les emissions en simultaneïtat de TVC són TV3 i 3/24.

Entre els serveis audiovisuals no consolidats, cal esmentar la televisió en mobilitat, que es pot definir com la televisió que es pot veure a través de dispositius mòbils, ja sigui en línia o no. En aquest apartat, la CCMA continua obrint noves vies de creixement. Es manté l'aposta per la innovació tecnològica i per les noves finestres de consum audiovisual. En són algunes mostres la gravació i l'emissió de formats en alta definició (AD), la gratuïtat del *3alacarta* —el servei per internet de vídeos a la carta (*video on demand*) que fins a l'octubre de 2008 combinava continguts en obert i de pagament—, les emissions multiplataforma o la producció de formats per a telèfons mòbils. En aquesta línia, l'any 2008 cal remarcar dues estrenes: d'una banda, *Els diaris de Pascal*, docuficció rodada en AD i que es va poder seguir a través de la televisió i de la xarxa, i, de l'altra, *A Pera picada*, la primera sèrie de TV3 creada especialment per al mòbil.

Sobre la resta de les indústries audiovisuals, s'observen dues tendències diferenciades respecte al cinema i a l'animació. En l'apartat de la producció cinematogràfica a Catalunya, es constata un trencament de la tònica d'anys anteriors, ja que les coproduccions (54) superen les produccions (20). Referent a l'oferta de cinema, el 2008, els cinemes catalans han exhibit un total de 917 títols (901 llargmetratges i 16 curtmetratges), 496 dels quals han estat estrenes (54% dels títols). El nombre de títols exhibits ha disminuït en un 11,3% (117 títols) respecte de l'any anterior. I, pel que fa al consum, baixa el nombre de persones espectadores a les sales (un 5,8% menys que el 2007).

Quant al sector de l'animació audiovisual, el 2008 continua el cicle ascendent en la producció iniciat els últims anys a Catalunya. La vitalitat i la remuntada econòmica de 2006 a 2007, amb un increment del 45% de la facturació, són indicis positius de l'evolució del sector. L'any 2008, a Catalunya, s'han finalitzat un total de 17 produccions d'animació que corresponen a 15 sèries d'animació, 1 llargmetratge i 1 *animovie*. Aquest any, gairebé tots els estudis de producció d'animació (el 95%) tenen infraestructura de producció pròpia, una característica vinculada a la tendència de les productores catalanes de no externalitzar el gruix dels processos de producció.

Vinculat a l'animació comença a emergir amb força el subsector dels videojocs, que a Catalunya presenta senyals de consolidació remarcables, amb 11 empreses que combinen diverses tipologies de producció. El sector del videojoc permet diversifi-

car la indústria de l'animació, crear nous perfils professionals, obrir nous formats i generar nous mercats.

L'anàlisi del sector audiovisual l'any 2008 permet identificar-hi problemes, apuntar-ne tendències a curt i a llarg termini, i establir-hi una sèrie de prioritats en la planificació de polítiques que enforteixin el sector a Catalunya.

En primer lloc, cal assenyalar que el cicle econòmic recessiu pot perjudicar la integració de Catalunya en la via que condueix cap a la societat de la informació i, en conseqüència, als sectors econòmics emergents. En aquest sentit, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals no solament és un prestador que produeix continguts de servei públic des dels mitjans tradicionals, sinó que també s'ha convertit en motor del sector i en laboratori on s'experimenten les noves tecnologies i les seves aplicacions. Qualsevol reducció dels pressupostos podria significar un fre d'efectes devastadors tant en l'àmbit públic com en el privat.

Cal recordar, en aquest sentit, la necessitat de preveure aquest paper preferent en el mandat marc, que el 2008 està pendent d'elaboració per part del Parlament de Catalunya, on s'estableixin els objectius que ha d'assolir el servei públic audiovisual en el seu conjunt i se'n garanteixi també el compliment de les obligacions. I caldrà tenir-ho en compte en la provisió de les aportacions pressupostàries de la Generalitat per mitjà del futur contracte programa.

Dins d'aquest marc, cal dotar la CCMA d'un pressupost suficient per posar en marxa el Canal Ciutadà, tal com disposa l'article 26 de la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya. Al mateix temps que es desenvolupa un canal d'aquesta naturalesa, un dels objectius del qual és enfortir-ne la participació i l'accés dels sectors socials significatius, caldria complementar l'oferta mitjançant un desplegament gradual dels serveis afegits interactius, amb propostes que es percebin com a útils. Una iniciativa d'aquest tipus potser podria trencar el cercle viciós actual: no es venen descodificadors interactius perquè no hi ha una oferta atractiva, i no hi ha una oferta atractiva perquè no existeix un parc de descodificadors d'aquesta naturalesa.

L'assoliment general de les obligacions de servei públic blinda els prestadors públics davant de les ofensives dels privats, que, durant l'any 2008, han intensificat les campanyes en favor d'eliminar la publicitat i, en alguns casos, de marginalar-los a un paper merament de substitució i de complementaritat.

La migració digital (*switch over*) avança, tot i alguns retards, cap a l'apagada analògica (*switch off*). Però el procés és tan complex i l'aposta de futur és tan arriscada, enmig d'un món que canvia a gran velocitat, que podria deixar seqüeles no desitjables pel camí. Les televisions de proximitat, per exemple, en podrien ser víctimes si no reben l'impuls necessari per tal de fer la transició sense angoixes afegides.

També s'ha de tenir en compte que el 2009 s'hauria d'haver completat la incorporació efectiva de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (Directiva 2007/65/CEE) a l'ordenament jurídic intern de cada Estat membre. El termini establert

a priori per a l'aprovació als parlaments estatals respectius era el 19 de desembre de 2009, amb l'objectiu que per a aleshores tots els estats de la Unió Europea tinguessin una legislació harmonitzada i ampliada en serveis audiovisuals que incorporés, a més dels serveis televisius terrestres, els serveis de vídeo a la carta (*video on demand*).

Finalment, tot i que durant l'any 2008 es van posar les bases per tal d'intercanviar senyals públics entre els diversos territoris de parla catalana, tal com indica aquest informe, el desenvolupament efectiu encara resta pendent de la voluntat d'alguns governs i de la planificació d'un o de diversos canals múltiples que en permetin el desplegament.

Annex. Estrenes de TVC el 2008

ALAN MOR AL FINAL DE LA PEL·LÍCULA

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: thriller futurista

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 23 d'agost de 2008, 21.50 h

Audiència: 124.000 persones (6,7%)

Duració: 85 minuts

Producció: TVC, Canal 9, Radiotelevisión de Castilla la Mancha, General Video Productions, SL, i Interior Noche, SL

Direcció: Xavier Manich

Guió: Marta Molins

Intèrprets: Oriol Tarrasón, Ana Álvarez, Cristina Pineda, Sergi Caballero, Susi Sánchez, Jordi Dauder, Fernando Guillén, Roger Pera i Marta Molins

Sinopsi:

L'Alan viu en una societat del futur, on les anàlisis cosmogèniques realitzades per La Companyia permeten a tothom saber la data de la seva mort. Però, sorprenentment, l'Alan, de 32 anys, sobreviu a la data prevista. Així, el protagonista té l'oportunitat d'una nova vida i pot començar una relació amb la Júlia, que per la prematura data de la mort de l'Alan no s'atreveix a estimar-lo. Alhora, el protagonista voldrà descobrir per què s'han equivocat amb la seva data i comptarà amb l'ajuda de la Júlia i de dos amics per fer-ho. Així, mentre que La Companyia intentarà silenciar l'error comès amb l'Alan, com ja havia fet abans amb altres "ICIS" (incidències), l'Alan i els seus amics faran el possible per acabar amb el monopoli de La Companyia i, a la vegada, finalitzar amb l'obligació de saber la data de la mort.

Rodat entre Barcelona i València, aquest telefilm ha obtingut el Premi Tirant 2008 al millor actor (Sergi Caballero) i al millor disseny de vestuari (Inés Liverato).

BUSCANT L'HOME PERFECTE

Any de producció: 2008

Format: telefilm

Gènere: comèdia

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 26 de juliol de 2008, 21.50 h

Audiència: 165.000 persones (9,5%)

Duració: 89 minuts

Producció: TVC, Fausto Producciones, Canal Sur, Kalida Producciones, Canal 9 i Gabinete de Comunicación Global

Direcció: Jesús Font

Guió: Luís Marías

Intèrprets: Mar Regueras, Marc Martínez, Nacho Fresneda, Antonio Garrido i Silvia Sabaté

Sinopsi:

Després de relacions sentimentals fallides, la Virgínia, de 37 anys, decideix tenir un fill. Però, en primer lloc, ha de trobar un pare, ja que vol evitar la inseminació artificial. L'home buscat no només ha de tenir els gens perfectes, sinó que també ha d'acceptar renunciar a qualsevol dret sobre el nen. En la seva recerca, la Virgínia trobarà tres homes que podrien complir aquest objectiu. El primer és un excompany d'institut, el Gabriel, un escriptor que ha perdut la inspiració. L'altre home possible és el Miguel, un executiu molt planificador, que arriba nou a la feina de la Virgínia i se n'enamora fins al punt d'estar disposat a deixar la seva dona per ella. Per complicar les coses encara més, la seva millor amiga, casada amb el Daniel, un dentista que teòricament constitueix el marit perfecte, convenç la Virgínia i el Daniel que ell seria el pare ideal. A mida que creixen els dubtes de la Virgínia sobre els candidats, aquests s'interessen cada vegada més seriosament per ella.

Buscant l'home perfecte va ésser seleccionada pel Festival Nacional de Documentals i Pel·lícules per a Televisió TV Málaga 2008.

COS A LA CARTA**Any de producció:** 2007**Format:** telefilm**Gènere:** drama**Cadena:** TV3**Data d'emissió:** dissabte, 2 d'agost de 2008, 21.50 h**Audiència:** 112.000 persones (5,8%)**Duració:** 90 minuts**Producció:** TVC, Fènix PC, Indigomedia i Canal 9**Direcció:** Alicia Puig**Guió:** Alicia Puig i Ana Chacón**Intèrprets:** Neus Asensi, Bárbara de Lema, Ariel Casas, Asun Cebrián, Ariadna Cabrol i Emmanuel Esparza**Sinopsi:**

L'Alícia, la Irene, la Raquel i la Marta són dones amb problemes d'autoestima. L'Alícia, que encara no ha superat la pèrdua de la seva parella en un accident de cotxe, ha esdevingut una addicta als tractaments i les operacions d'estètica i està obsesionada a veure's guapa i així atraure els homes, tot i que no aconsegueix relacions satisfactòries. A la seva germana Raquel, la preocupació pel físic li ve pels quilets de més que té i que el seu xicot critica, fins al punt de controlar-li l'alimentació. L'autoestima de la Irene trontolla quan descobreix la infidelitat del seu marit amb una noia jove exuberant. La filla de la Irene, la Marta, és una adolescent que no està contenta amb la mida dels seus pits. Està convençuda que l'interès dels nois per la seva amiga Imma està relacionat amb el volum dels seus pits. Amb la complicitat de la seva amiga, la Marta s'opera d'amagat, però hi ha complicacions i s'ha de tornar a operar. L'Alícia també posa en perill la seva salut per l'estètica quan accedeix a un tractament per esborrar unes taques del coll.

Cos a la carta ha rebut el premi del públic al Festival Nacional de Documentals i Pel·lícules per a Televisió TV Málaga 2008.

DEFENSANT L'ENEMIC**Any de producció:** 2006**Format:** telefilm**Gènere:** thriller**Cadena:** TV3**Data d'emissió:** dissabte, 28 de juny 2008, 21.45 h**Audiència:** 269.000 persones (13,9%)**Duració:** 100 minuts**Producció:** TVC, Fausto Producciones, Telecinco i Skyline**Direcció:** Gerry Lively**Guió:** Ken Lamplugh i John B. Weidner**Intèrprets:** Chazz Palmentieri, Lluís Homar, Til Schweiger, Cristina Brondo, Gustavo Salmerón, Cristina Piaget, Khan Bonfils, Luis Decosta Johnson i Irene Montalà**Sinopsi:**

La governadora Lonsdale és atacada en un acte electoral d'una ciutat californiana. Intentant salvar-la, els seus dos guardaespalles la condueixen a un carreró on un d'ells, John Ridley, és testimoni de com un assassí acaba amb la vida del seu company i de la seva protegida. Quatre anys després, un turmentat Ridley abandona la professió i sobreviu com pot entrenant boxejadors. Inesperadament, Ridley rep la visita del seu antic cap, Mark Graver, qui li ofereix una feina per protegir un important testimoni del govern. Després d'acceptar la proposta, Ridley viatja a Barcelona per trobar-se amb Lee Maxwell, el seu nou protegit; però quan arriba a l'hotel de luxe on s'allotja Maxwell, custodiat per agents del govern, Ridley descobreix que aquest és l'assassí de Lonsdale. Enmig d'un atac d'ira, Ridley s'abalança contra ell i acaba sent reduït per força. Graver li explica que la seva comesa consisteix a mantenir viu Maxwell durant tres dies i que el seu propi testimoni va demanar expressament que fos ell el seu guardaespalles. La situació es complica quan dos sicaris de l'organització que Maxwell està a punt de delatar pretenen assassinar-lo abans que testifiqui. Comença una espectacular fugida pels carrers de Barcelona que acaba en una masia on un amic de Ridley els amaga. Però el guardaespalles no només ha de protegir Maxwell, sinó també la filla d'aquest últim, Catherine, qui viu a Barcelona i per això mateix ha esdevingut una presa fàcil.

Telefilm rodat en anglès, a Catalunya. Les imatges de la ciutat de Barcelona que hi apareixen són espectaculars.

DESPRÉS DE LA PLUJA

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: drama

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 12 de juliol de 2008, 21.50 h

Audiència: 198.000 persones (9,1%)

Duració: 90 minuts

Producció: TVC, Diagonal Televisió, Ficción Producciones i TVG

Direcció: Agustí Villaronga

Guió: Miquel Obiols i Agustí Villaronga

Intèrprets: Marisa Paredes, Candela Peña, Marina Gatell, Vicenta N'Dongo, Olalla Escribano, Jordi Bosch, Enric Majó, Àlex Brendemühl, Roger Casamajor, Secun de la Rosa, Núria Coll, Armand Tarragó, Carlos Conde i Esther Pons

Sinopsi:

Després de la pluja està ambientada en un edifici d'oficines d'alt standing d'una gran ciutat, on fa més de dos anys que no hi plou. El cel és gris i trist, i l'única manera de fugir que tenen els protagonistes és pujar al terrat per fumar, un fet rotundament prohibit a l'empresa. Es tracta de la història coral de deu personatges, les vides dels quals giren al voltant de l'empresa on treballen: cinc dones (secretària rossa, secretària castanya, secretària pèl-roja, secretària morena i directora executiva) i cinc homes (programador informàtic, cap administratiu, cap de personal, missatger local i ascensorista). Tots representen persones anònimes, corrents, solitàries i extraviades en un entorn opressiu. La mort prematura de la dona estimada, la infertilitat, l'homosexualitat amagada, el divorci, la falta de confiança en si mateix, l'ambició o el desequilibri emocional persegueixen la monòtona quotidianitat d'uns personatges que ni tan sols tenen nom propi a la pel·lícula. Malgrat això, cadascú intenta trobar la felicitat a la seva manera i fins i tot n'hi ha alguns que se'n surten i arriben a fugir de les seves monotonies i rutines quan finalment arriba la tan desitjada pluja. Malauradament, n'hi ha d'altres que no tindran la mateixa sort.

Es tracta de l'adaptació de l'obra teatral homònima de Sergi Belbel. Aquest telefilm va ésser seleccionat pel Festival Europeu de Telefilms Zoom 2007 d'Igualada.

EL MIRALL

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: thriller

Cadena: K3/33

Data d'emissió: dissabte, 13 de desembre de 2008, 22.15 h

Audiència: 23.000 persones (0,80%)

Duració: 90 minuts

Producció: TVC, Oberon Cinematogràfica, Continental Producciones i TVG

Direcció: Álex Sampedro

Guió: Juan Vicente Pozuelo i Curro Royo (amb la col·laboració d'Álex Sampedro)

Intèrprets: Leticia Dolera, Pedro Alonso, Núria Prims, Xosé M. Oliveira "Pico", Jaume García-Arija i Tamara Canosa

Sinopsi:

La Sònia i l'Álvaro són una parella que està passant una mala època. L'Álvaro ha estat infidel a la seva dona i ella ha perdut el fill que esperaven. Decideixen canviar d'aires i marxar de Barcelona, la ciutat on vivien fins llavors, i tornar a la Corunya. Allà volen començar de nou, però tot es torna a complicar. Amb l'objectiu de decorar la nova casa, la Sònia va a una subhasta i compra un vell mirall. Però aquest és una mica especial i, un cop instal·lat a la casa, la Sònia s'adona que no només reflecteix la imatge de qui s'hi posa al davant, sinó que a través del mirall es veuen les imatges d'un crim passional. Tot i la sorpresa inicial, la Sònia decideix investigar l'assassinat. Aquesta recerca l'acaba obsessionant tant que provoca un nou distanciament amb el seu marit. I ell, per la seva banda, aprofita per reprendre el contacte amb la Montse, un antic amor del qual l'Álvaro continua enamorat.

El mirall es va rodar durant quatre setmanes en diversos escenaris de Catalunya.

EL PALLASSO I EL FÜHRER**Any de producció:** 2006**Format:** telefilm**Gènere:** drama històric**Cadena:** TV3**Data d'emissió:** dissabte, 7 de juny de 2008, 21.45 h**Audiència:** 252.000 persones (10,6%)**Duració:** 95 minuts**Producció:** TVC i Benecé Produccions**Direcció:** Eduard Cortés**Guió:** Gerard Vázquez, Joan Font i Eduard Cortés**Intèrprets:** Ferran Rañé, Manel Barceló, Jordi Martínez i Pere Arquillué**Sinopsi:**

Berlín de 1944, Segona Guerra Mundial. Charlie Rivel és un *clown* català que s'ha fet famós als teatres berlinesos i durant una de les seves actuacions rep una petició d'un agent de la Gestapo, Krauss. Krauss el "convida" a preparar una actuació per a la festa d'aniversari del Führer. A més, aquest agent demana d'actuar amb ell aquell dia, tot i no saber que també hi actua algú que ha planejat assassinar el Führer. Rivel no s'hi pot negar. La trama es basa en un fet real que va intentar canviar el curs de la història.

El pallaso i el Führer es va preestrenar als cinemes Alexandra de Barcelona i al circuit català de cinema digital (CCCD). Aquest telefilm ha rebut els guardons següents: premi del públic del Festival Europeu de Telefilms Zoom 2007 d'Igualada; premi al millor llargmetratge de l'Anchorage International Film Festival d'Alaska 2007; premi de la crítica al V Festival de Cinema d'Alacant 2007 i premi a la millor pel·lícula de ficció a l'International San Joaquin Film Festival de Califòrnia el 2007. També va ser seleccionat per a la categoria de llargmetratges del Prix Visionica 2007 (International Festival for Creative Television) a Wroclaw (Polònia).

ELLES I JO**Any de producció:** 2008**Format:** minisèrie**Gènere:** drama**Cadena:** TV3**Data d'emissió:** dissabte, 11 d'octubre de 2008, 21.40 h (els dos capítols seguits)**Audiència:** 235.000 persones (9,2%)**Duració:** 100 minuts (cada capítol)**Producció:** TVC, Institut del Cinema Català i Studio Canal**Direcció:** Bernard Stora**Guió:** Bernard Stora i Lény Bernard (M.Helène Strada)**Intèrprets:** Ariadna Gil, Astrid Berges-Frisbey, Danielle Darrieux, Àlex Brendemühl, Pablo de la Torre, Corentin Dumas, Montserrat Carulla, Julie Gayet, Jean-Pierre Marielle i Nicolas Vaude**Sinopsi:**

Isabel Esteva s'exilia a França el gener de 1939 amb la seva mare i el seu germà. El seu pare no accepta la derrota republicana i sacrifica el seu destí pels ideals. Seixanta anys després, en una situació molt diferent per a la família Esteva, la Isabel s'haurà convertit en una important dissenyadora de moda de París. En la presentació de la seva última col·lecció evocarà en veu en off i *flashbacks* records de com va viure durant els primers anys a França. Recordarà l'opció per sobreviure del seu germà que, als 17 anys, va enrolar-se a la milícia petainista i la mort del seu pare en tornar a Espanya per intentar provocar un aixecament antifranquista. Records de guerra, exili, opressió, l'esperança d'un món millor, que sempre es veia frustrada però que renaixia sense descans.

Aquesta minisèrie es va rodar majoritàriament a França, però amb protagonistes catalans.

L'ESTAFADOR

Any de producció: 2006

Format: telefilm

Gènere: comèdia

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 14 de juny de 2008, 21.50 h

Audiència: 200.000 persones (9,4%)

Duració: 114 minuts

Producció: TVC, In Vitro Films, Arrayás Producciones, Canal Sur (Resta d'Espanya), Editorial Compostela, TVG

Direcció: Ricard Figueras

Guió: Luis Vega, Àngels Diemand-Hartz i Ricard Figueras

Intèrprets: Lluís Marco, Lúa Testa, Simon Andreu, Mercedes Hoyos, Juli Mira, Mabel Rivera, Pere Molina, Álvaro Monje, Pepo Suevos, Ignasi Vidal i Juan Carlos Villanueva

Sinopsi:

L'Anna no vol continuar vivint sota les ordres dels seus avis més temps. Tot i que només té 17 anys, té molt clar què vol fer: deixar l'escola i escapar-se de casa cap a la ciutat, on el veler de la família està amarrat. Aquest era el somni que compartien amb la seva mare, però la seva mort cinc anys abans va canviar el rumb de les seves vides. Davant de la perspectiva d'haver de viure tota la vida sotmesa als decrets rigorosos dels avis, l'Anna s'amaga al maleter d'un autobús amb destí a la ciutat on hi ha el veler familiar. Allà, també amagat, coneix el Miquel, un estafador de poca envergadura que fuig dels germans Alcàntara, mafiosos al servei de la Sarita, una dona propietària d'un casino, d'ètica peculiar, a qui en Miquel deu diners. Després de superar la resistència inicial, l'Anna ajudarà el Miquel en les seves estafes, i hi iniciarà una relació especial, com la d'un pare i una filla. Tots dos comparteixen els seus somnis: al Miquel li agradaria gaudir d'una jubilació sense preocupacions econòmiques i recuperar l'estabilitat, i l'Anna troba el pare que sempre havia volgut tenir.

Encara que l'argument sigui perfecte per a un melodrama, Ricard Figueras ha preferit abordar aquesta relació de dues ànimes solitàries en clau de comèdia.

LA MARINERA

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: drama històric

Cadena: K3/33

Data d'emissió: dissabte, 21 de juny de 2008, 22.10 h

Audiència: 172.000 persones (7,5%)

Duració: 95 minuts

Producció: TVC, TVG, Ficción Producciones, Diagonal TV

Direcció: Antón Dobao

Guió: Xabier Cordal, Antón Dobao

Intèrprets: Camila Bossa, Monti Castiñeiras, Antón Durán "Morris", María Vázquez, Roger Casamajor, Lucía Regueiro, Xoel Fernández, Jordi Banacolocha, Xosé Barato i Marc Cartes

Sinopsi:

La mort de la Maria porta la Nerea, la seva fillola, al poble de la padrina, situat a la costa gallega. Allà retroba un antic amor a qui la jove explica la història de la seva padrina. Fins a l'aixecament feixista, la Maria vivia amb el Pandullo i una filla i n'esperaven una altra. Després, tot canvia. El Pandullo i el seu amic Modesto són republicans i han d'amagar-se a la muntanya d'O Pindo, mentre que els falangistes, com Bailarete, són els que prenen el control del poble, i assassinen els dissidents, com per exemple el Modesto. Pandullo, des de la muntanya, dirigeix la guerrilla i actua, sense que el vegin, quan hi ha un atac falangista, com quan Bailarete ataca la filla adolescent de la parella i Pandullo l'assassina deixant-hi la seva firma. Sense l'ajuda del seu marit, la Maria sobreviu com pot durant els anys de la Guerra Civil i la postguerra i, malgrat l'absència d'en Pandullo, aconsegueix tirar endavant sortint a pescar, un fet reservat aleshores als homes, mentre educa les seves filles i lluita contra tot aquell que s'interposi en el seu camí. Amb *La marinera* s'aborda l'època més crua del passat històric espanyol recent, guiats per la valentia d'una dona en una vila marinera gallega.

Basada en el relat *A Mariñeira de Quilmas*, de Darío Xohán Cabana, aquest telefilm es va gravar en alta definició i en gallec.

LA RATJADA**Any de producció:** 2007**Format:** minisèrie**Gènere:** thriller**Cadena:** TV3**Data d'emissió:** 8 i 15 d'octubre de 2008, 22.10 h**Audiència:** 333.000 persones (12,10%)**Duració:** 90 minuts (cada capítol)**Producció:** TVC, Alter Ego Films, Mittelmeer i KDNA (amb la col·laboració de l'Ajuntament de Lloret de Mar)**Direcció:** Miquel Garcia Borda**Guió:** Manel Bonany**Intèrprets:** Lluís Soler, Marta Bayarri, Xavier Serrat, Miquel Garcia Borda, Vicenta N'Ddongo, Pere Molina, Pep Torrens, Francesc Albiol, Nina i Ricard Sales.**Sinopsi:**

El títol d'aquesta minisèrie, *La ratjada*, fa referència a un peix que hi ha a les aigües de la Costa Brava que s'amaga enmig de la sorra del mar. Després de 20 anys a la presó, l'exconvicte Marc Estella, fill d'una família de pescadors locals, torna a casa, en un antic poblet pesquer de la Costa Brava. El retorn coincideix amb diferents assassinats i, tenint en compte que va estar empresonat per haver assassinat una parella, se'n converteix en el primer sospitós. Encara que el Marc pretén demostrar que està penedit dels crims que va cometre durant la joventut i insisteix que ell no és l'autor d'aquesta onada d'assassinats, tothom li gira l'esquena, inclosos el seu pare i la seva germana. Només el seu germà li dona la possibilitat de reinserció.

La idea de *La ratjada* va néixer el 2006 com a iniciativa de l'Ajuntament de Lloret de Mar i amb l'objectiu de promoure les possibilitats turístiques de la vila. De fet, va ésser subvencionada en part per un conjunt d'empreses locals.

LES MANS DEL PIANISTA**Any de producció:** 2007**Format:** telefilm**Gènere:** thriller**Cadena:** K3/33**Data d'emissió:** dissabte, 15 de novembre de 2008, 22.15 h**Audiència:** 66.000 persones (2,4%)**Duració:** 90 minuts**Producció:** TVC, Rodar y Rodar i TVE**Direcció:** Sergio G. Sánchez**Guió:** Sergio G. Sánchez i Kike Maíllo**Intèrprets:** Javier Gutiérrez, Fernando Cayo, Francesc Orella, Clara Segura, Marta Belaustegui, Gorka Lasiosa i Montserrat Carulla**Sinopsi:**

Un pianista que es guanya la vida sacrificant mascotes incòmodes per encàrrec dels seus propietaris rep una important quantitat de diners perquè assassini el soci d'una empresa constructora. Malgrat que es fa enrere a l'últim moment, apareix el cadàver de l'home en un dels xalets acabats de construir. El pianista corre el risc d'esdevenir un dels principals sospitosos del crim i decideix contractar els serveis del detectiu Ricardo Cupido. El detectiu, que havia abandonat la seva professió a conseqüència del fracàs de l'últim cas en què havia treballat, accepta finalment l'encàrrec del pianista, sense saber que la primera mort només constituïria el primer capítol de tot un seguit de morts que arribaria fins i tot a posar en perill la seva pròpia vida. En conseqüència, Cupido se submergeix en una investigació apassionant, on més que les coartades, importen la tèrbola i desolada descripció de la condició humana. D'altra banda, el retorn a la feina com a detectiu porta de nou Cupido a entrecreuar el seu destí amb el de la seva ex dona, Clara, una inspectora de policia encarregada de la investigació oficial de l'assassinat del constructor. Sense voler-ho, Clara remou els sentiments més íntims de Cupido, amagats a ell mateix des de feia molt de temps.

Basada en una novel·la d'Eugenio Fuentes, Sergio G. Sánchez ha obtingut el premi al millor director i el premi del jurat de la crítica al millor telefilm de producció espanyola al Festival Zoom 2007 d'Igualada.

MÀ MORTA TRUCA A LA PORTA

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: drama

Cadena: K3/33

Data d'emissió: dimecres, 22 d'octubre de 2008, 22.10 h

Audiència: 77.000 persones (2,9%)

Duració: 94 minuts

Producció: TVC, Diagonal Televisió, TVG i Ficción Producciones

Direcció: Ramon Costafreda

Guió: Miquel Obiols

Intèrprets: Leticia Dolera, Pablo Derqui, Gonzalo Cunill, Agustí Villaronga, Carol Garcia, Carles Blanco i Antoni Durán "Morris"

Sinopsi:

Telefilm sobre set històries d'amor, mort i sexe, farcides d'ironia, sarcasme i humor negre, i construïdes barrejant els secrets i les emocions d'un grup de personatges quotidians i anònims, que s'entrecreuen per diversos indrets de Barcelona. La Rambla, el Tibidabo, la llibreria Rayuela, un hospital i els habitatges dels protagonistes constitueixen un petit microcosmos urbà que reflecteix les tristeses, les pors o les esperances de les seves vides. Jan, un il·lustrador de contes que perd la seva petita i estimada filla Nora; Claudia, una dona de la neteja colombiana, mare soltera i obsessionada pels morts; la parella d'advocats Ernest i Júlia, que han perdut l'interès sexual i l'atracció mútua; la dolça dependent de la llibreria Rayuela, Pili, que ha trobat l'equilibri entre els llibres i els clients que freqüenten el local; el guàrdia de seguretat, Gasull, que no pot assumir la mort de la mare, o l'obscur i trist Dalmau, que ha de morir-se per saber el poc que l'estimaven. Es tracta de set jocs d'amor, mort i sexe, d'uns personatges que avancen per les caselles d'una "rayuela" (1, 2, 3, 4, 5, 6 i 7) dibuixada simbòlicament a l'entrada de la llibreria.

Basada en alguns contes de Sergi Pàmies, aquest telefilm va quedar finalista al Festival Nacional de Cine i Ficció per a Televisió TV Málaga 2008 i ha participat en la Secció Oficial no Competitiva de l'Another View del Karlovy Vary International Film Festival 2008.

PACIENT 33

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: drama

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 31 de maig de 2008, 21.45 h

Audiència: 232.000 persones (9,6%)

Duració: 90 minuts

Producció: TVC, La Productora Vídeo i Comunicació, Canal 9 i TAV Producciones

Direcció: Silvia Quer

Guió: Héctor Hernández

Intèrprets: Juanjo Puigcorbé, Laura Mañà, Fernando Viana, Sergi Caballero, Albert Forner i Pep Cortés

Sinopsi:

El Jordi, un cirurgià especialitzat en transplantaments, està separat i té un fill de 8 anys, el David, al qual adora encara que la seva dedicació a la feina li impedeix passa-hi tant temps com voldria. Manté una relació raonablement bona amb la seva exdona, de la qual es va separar per la limitada vida de família que tenien tots dos entre congressos i intervencions quirúrgiques. Quan el David es posa malat i troben que té una hepatitis terminal, el Jordi ha d'afrontar la cruel realitat que suposa la llarga llista d'espera pel transplantament de fetge i, davant de la desesperació de la seva exdona i de la seva pròpia, el protagonista posarà en perill la seva carrera per salvar la vida del seu fill. L'empenta li dona l'arribada a urgències d'un noi en coma a qui no poden salvar la vida. Coincidint amb el fet que la situació del David arriba a un punt crític, el Jordi demana als pares del noi mort el consentiment per a la donació del fetge, que ell mateix trasplanta amb èxit al seu fill. Però el cap de l'Hospital General, amb el qual el cirurgià manté una relació pèssima, convenç els pares del donant per denunciar el Jordi pel fet d'haver realitzat el transplantament sense esperar el certificat de defunció protocol·lari, al·legant-hi que va deixar morir el noi ferit per disposar d'un fetge pel seu fill malalt.

Pacient 33 ha estat una de les coproduccions més guardonades de TV3. D'entre els premis i les distincions que ha guanyat, en destaquen: el premi a la millor interpretació masculina (Juanjo Puigcorbé) dels Premis de la Mostra Cinema Valenciana de la Mostra de València/Cinema del Mediterrani 2007; premi a la millor pel·lícula per a televisió, premi a la millor versió en valenciana, premi a la millor direcció artística (Rafa Jannone) i premi al millor actor secundari (Albert Forner) del X Festival Premis Tirant 2008. També va ésser seleccionada pel Festival Nacional de Cine i Ficció per a Televisió TV Málaga 2008 i al Festival de Televisió de Montecarlo 2008 com a millor telefilm.

POSITIUS

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: drama

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 6 de setembre de 2008, 21.50 h¹

Audiència: 143.000 persones (5,9%)

Duració: 90 minuts

Producció: TVC i Ovideo TV, amb la col·laboració del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya

Direcció: Judith Colell

Guió: Aina Clotet i Àlex Mañas

Intèrprets: Montse Germán, Mercedes Sampietro, Pau Durà, Roger Coma, Alba Ruiz, Mari Pau Pigem, Fèlix Pons, Josep M. Pou i Aina Clotet

Sinopsi:

La Vero i la Glòria són dues dones que es coneixen en una ONG que treballa amb portadors del virus de la sida. La Vero, de 35 anys, encara no ha desenvolupat la malaltia, però veu el rebuig que ocasiona en la gent quan explica que és portadora del VIH. L'última decepció ha estat amb el Xavier, amb qui havia començat una relació que es trenca quan la Vero li explica la seva situació. La Glòria, de 60 anys, no ha explicat a ningú la seva malaltia, ni tan sols al seu fill Rober. Això canvia quan un dia la psicòloga li recomana anar a una ONG que treballa amb portadors per tal de fer un pas endavant. Així, la Vero i la Glòria lluitaran per acabar amb el rebuig que la malaltia els origina davant de l'altra gent.

RUMORS

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: comèdia i suspens

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 19 de juliol de 2008, 21.50 h

Audiència: 139.000 persones (7,3%)

Duració: 77 minuts

Producció: TVC, Mallerich Films-Paco Poch, Canal 9 i Hispavocine

Direcció: Óscar Aibar

Guió: Óscar Aibar i Montecarlo (Carlos Monte)

Intèrprets: Xavi Mira, Núria Prims, Mercè Comes, Ana Risueño, Jordi Boixaderas, Pep Cortés, Pere Ponce i Benito Pocino

Sinopsi:

Els rumors són per al Pere, un periodista a l'atur, la manera de guanyar-se la vida. A la seva empresa també hi treballa la Maria, una periodista que coneix en una feina ocasional, i la tieta Montse, amb la qual conviu des que van morir els seus pares. El negoci es basa a llançar i mantenir rumors, amb instruments tan senzills com ara el boca a orella i, ocasionalment, el mòbil. Tot va com una seda fins al dia que s'adona que les multinacionals fa dècades que es dediquen a la mateixa feina. Una d'aquestes empreses contracta el Pere, i, en un primer moment, l'èxit i els diners l'enceguen fins al punt d'arribar a perdre la dona estimada, la idealista Maria, que no accepta les mentides sobre la legitimitat o la qualitat dels productes promocionats mitjançant la difusió dels rumors. Però quan el jove prengui consciència que les mentides poden arribar fins i tot a posar en risc la salut de les persones, es revelarà i decidirà fer costat a la Maria, enfrontant-se a la poderosa organització per la qual treballa.

Premi a la millor fotografia (Toni Anglada) dels Premis de la Mostra Cinema Valencià de la Mostra de València/Cinema del Mediterrani 2007.

¹ Coincidint amb el Dia Mundial contra la Sida, *Positius* es va estrenar l'1 de desembre de 2007 a Sala 33 (K3/33) i va tancar la setmana de TVC contra la malaltia.

SERRALLONGA

Any de producció: 2007

Format: minisèrie

Gènere: aventura

Cadena: TV3

Data d'emissió: dijous i divendres, 6 i 7 de novembre de 2008, 21.50 h

Audiència: 655.000 persones (21,%) i 543.000 persones (19,7%)

Duració: 85 minuts (cada capítol)

Producció: Oberon Cinematogràfica, TVC i TVE, amb la col·laboració de l'ICIC i el suport de la Diputació de Barcelona i el Consell Comarcal d'Osona

Direcció: Esteve Rovira

Guió: Teresa De Pelegrí, Dominic Harari, Jordi Galceran, Lluís Arcarazo i Manel Bonany

Intèrprets: Isak Férriz, David Selvas, Olalla Escribano, Bea Segura, Núria Gago, Ramon Pujol, Joan Muntal, Mark Ullod, Ramon Godino, Pep Anton Muñoz, Mercedes Sampietro i Sergi Mateu

Sinopsi:

Al segle XVII, Joan Sala, àlies "Serrallonga", comet un crim en defensa pròpia, deixa dona i fills i fuig amb una colla de bandolers de la qual els seus germans també formen part. Un enemic de la infància de Joan Sala, "Antic, és el cap de la banda. Aquest és empresonat i s'allista a l'Exèrcit espanyol. En un temps on el poble no es rebel·lava contra la Corona, Serrallonga és admirat pels seus robatoris i assalts i se'l coneix com el rei de les Guílleries. La seva llegenda va creixent. Durant aquest temps, Antic ha estat en campanyes a Itàlia i quan torna no dubta a acceptar l'encàrrec del Virrei de capturar Serrallonga. A partir d'aquest moment, tothom que tenia vincles amb ell corre perill. Els nobles que li havien donat suport, deixen de fer-ho. La seva banda és desmantellada; ell es queda sol i escapa a França amb una de les seves amants, Joana. Quan ella es queda embarassada, Serrallonga, que està feble, torna a Catalunya. Allà, després de veure que els seus germans i amics han estat assassinats i la seva dona empresonada, s'entrega i és condemnat a mort.

Aquesta minisèrie es va gravar en escenaris naturals de la comarca d'Osona, al parc de les Guílleries i a Barcelona. *Serrallonga* també ha generat una novel·la, un còmic, una banda sonora i un DVD. Ha estat nominada al 15è Festival de Televisió de Xangai 2009.

SOMNI DE FELICITAT

Any de producció: 2007

Format: telefilm

Gènere: drama

Cadena: TV3

Data d'emissió: dissabte, 9 d'agost de 2008, 22.50 h

Audiència: 137.000 persones (8,4%)

Durada: 90 minuts

Producció: TVC, Ovideo TV, Maran Films i SWR

Direcció: Claudia Garde

Guió: Jürgen Wolf

Intèrprets: Sebastian Koch, Laura Mañà, Maria Schrader, Ernesto Collado, Imma Ochoa, Ramon Novell, Jacob Matschenz i José Luis de Madariaga

Sinopsi:

El Joshi, de 17 anys, comparteix amb el seu pare el gust per l'escalada. En una d'aquestes sortides, hi ha un petit terratrèmol i el Joshi cau al buit davant del seu pare, Moritz Jung, el qual no pot fer res per rescatar-lo. Moritz queda bloquejat davant l'Eva, la seva dona, i no vol parlar de l'accident, alhora que l'Eva no pot evitar culpar-lo. La parella, que fins llavors havia gaudit d'una molt bona relació, comença a tenir problemes, i el Moritz accepta una feina provisional a Tenerife. Sembla que posar distància pot ser una bona solució per a tots dos, fins que l'Eva s'adona que mai no podrà superar la mort del seu fill sense el Moritz i decideix anar a buscar-lo. Allà es troba que el Moritz ha iniciat una relació amb una dona, mare soltera, i sembla decidit a quedar-se a Tenerife. Malgrat la reluctància inicial del marit i la gran decepció que experimenta l'Eva quan el Moritz li diu que no vol tornar amb ella, finalment tots dos decideixen afrontar la seva situació com l'única sortida per començar una nova vida.

Jürgen Wolf va escriure el guió basant-se en una història de Bárbara Jago i Marta Molins.

SOTA EL MATEIX CEL**Any de producció:** 2008**Format:** telefilm**Gènere:** drama**Cadena:** K3/33**Data d'emissió:** dissabte, 25 d'octubre de 2008, 22.15 h**Audiència:** 37.000 persones (1,4%)**Durada:** 90 minuts**Producció:** TVC, In Vitro Films, Arrayás Producciones, Canal Sur**Direcció:** Sílvia Munt**Guió:** Eva Baeza i Sílvia Munt**Intèrprets:** Elvira de Armiñán, Lubna Azabal, Abdel Hamid Krim, Roger Coma, Daniela Costa, Sanaa Alaoui, Aurora Sánchez, Pablo Paredes, Farid Fatmir, Candela Fernández i Eduardo Velasco**Sinopsi:**

Aquest telefilm constitueix una reflexió sobre la immigració, centrada en les dificultats culturals que comporta la inserció en un nou país. La Hanan és una nena d'origen marroquí que viu a Espanya amb els seus pares, Hamid i Fatiha, i el seu germà petit. A la Hanan li agrada molt escriure i ho fa molt bé. Somnia tenir un ordinador per a ella sola i així poder escriure més contes. El Hamid no acaba d'adaptar-se a Espanya, on no pot exercir com a periodista i s'ha d'acontentar amb una feina més modesta. Un dia, després d'un incident amb el conserge de l'empresa on treballa, decideix tornar al Marroc, però s'emporta la Hanan, mentre que la seva dona i el fill es queden a Espanya. La Fatiha vol recuperar la nena, i la por d'un procés legal que podria trigar anys la indueix a anar al Marroc a buscar-la. Inicialment, el Hamid i la seva família li impedeixen veure-la, però la intervenció del Sergi, el professor de la Hanan a Espanya, ajuda a convèncer el Hamid, que s'adona que la Hanan necessita la seva mare i estarà millor a Espanya i entrega la nena a la Fatiha. Mentrestant, el Sergi, que acabava de sortir d'una relació sentimental amb una dona que no l'estimava, s'enamora de la germana del Hamid i, profundament impactat pel Marroc, decideix quedar-s'hi per poder concloure la novel·la que està escrivint des de ja fa molt de temps.

Els actors Abdel Hamid Krim, Lubna Azabal i Sanaa Alaoui ja havien participat en altres treballs de la directora Sílvia Munt.



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença, 321 - 08029 Barcelona
Tel. 93 363 25 25 - Fax 93 363 24 78
www.cac.cat - audiovisual@gencat.cat