INFORME

2012-13

L'audiovisual a Catalunya

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

www.cac.cat

Edita: Consell de l'Audiovisual de Catalunya
ISSN: 2014-7392
Dipòsit Legal: B. 21226-2012

Sumari

Resum executiu I

Capítol I. Legislació del sector audiovisual **1**
1. Presentació 1
2. Serveis de comunicació audiovisual 2
2.1 Televisió 2
2.1.1 Dividend digital 2
2.1.2 Continguts televisius: accessibilitat i gestió de drets 9
2.1.3 Variacions sobtades de so en les interrupcions publicitàries 12
2.2 Radiodifusió sonora 10
2.2.1 Retransmissió radiofònica del futbol 13
2.2.2 Concentració Vocento-COPE 15
2.2.3 CAC: concurs públic d'adjudicació de 23 llicències de ràdio 16
2.3 Serveis de comunicació audiovisual que no utilitzen l'espectre radioelèctric 16
3. Impuls de la societat de la informació i del coneixement i convergència digital 17
3.1 Gestió de l'espectre radioelèctric 17
3.1.1 Espectre radioelèctric 17
3.2 Desenvolupament de les tecnologies de la informació (TIC) 18
3.2.1 Comissió Europea: Agenda Digital 18
3.2.2 Catalunya: Pla idigital 19
3.2.3 Espanya: Agenda Digital per a Espanya 20
3.3 Convergència digital 20
3.3.1 Llibre verd sobre la convergència digital de la Comissió Europea 20
3.3.2 Protecció de menors 23
4. Actors del sector audiovisual 25
4.1 Prestadors públics 25
4.1.1 Catalunya 25
4.1.2 Espanya 28
4.1.3 Flexibilització de la gestió de serveis audiovisuals autonòmics de titularitat pública 30
4.1.4 Reforma del sector públic local 31
4.2 Prestadors privats 32
4.2.1 Concentració del sector de televisió espanyol: Atresmedia i Mediaset 32
4.3 Institucions 34
4.3.1 Creació de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) 34

4.3.2 Comissió Europea: debat sobre la regulació del pluralisme en els mitjans 36
Abreviatures 38

Capítol II. Estructura economicoempresarial del sector audiovisual 41
1. Presentació 41
2. Prestadors de serveis audiovisuals a Catalunya 42
2.1 Prestadors d'àmbit nacional 42
2.1.1 Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals 42
2.1.2 Grupo Godó de Comunicación 47
2.1.3 Grup Flaix 50
2.1.4 Grup Tele Taxi 50
2.1.5 Grup Estel 51
2.1.6 Canal Català 52
2.2 Prestadors d'àmbit estatal 53
2.2.1 Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación 53
2.2.2 Grup COPE 57
2.2.3 Corporación RTVE 60
2.2.4 Mediaset España Comunicación 63
2.2.5 PRISA 67
2.2.6 Grup Radio Blanca 72
2.2.7 Unidad Editorial 73
2.2.8 Vocento 77
2.3 Prestadors d'àmbit local, comarcal i supracomarcal 80
2.3.1 La ràdio local 82
2.3.2 La TDT local 89
2.3.3 Principals prestadors d'àmbit local o de proximitat 93
3. Producció audiovisual a Catalunya 111
4. Publicitat 114
4.1 Inversió publicitària a Espanya 114
4.2 Inversió publicitària a Catalunya 117
4.3 La inversió publicitària en ràdio 120
4.4 La inversió publicitària en televisió 123
4.5 La inversió publicitària a internet 125
4.6 Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya 127
5. Ajuts econòmics i financers de caràcter públic al sector audiovisual 127
5.1 Ajuts de la Generalitat de Catalunya 128
5.1.1 Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) 128
5.1.2 Departament de la Presidència 130
5.1.3 Institut Català de Finances (ICF) 133
5.2 Finançament d'obres audiovisuals europees 134
5.3 Ajuts de l'Estat espanyol 135

5.4 Ajuts de la Unió Europea – programa Media 137

Capítol III. L'oferta de continguts audiovisuals a Catalunya 143
1. Presentació 143
2. La programació de televisió a Catalunya 143
2.1 La programació de Televisió de Catalunya (TVC) 143
2.1.1 La programació de TV3 148
2.1.2 La programació del 33 154
2.1.3 La programació del Super3 160
2.1.4 La programació del 3XL 163
2.2 La programació de 8tv 167
2.2.1 La graella setmanal 168
2.2.2 Distribució de la graella per tipologies de programes 172
2.3 La programació de televisió a TVE a Catalunya 174
2.4 Origen de les produccions emeses per TVC i 8tv 176
2.4.1 Origen de les produccions a TV3 176
2.4.2 Origen de les produccions al 33 178
2.4.3 Origen de les produccions al Super3 179
2.4.4 Origen de les produccions al 3XL 180
2.4.5 Tipologia de les produccions amb origen a Catalunya a TVC 181
2.4.6 Origen de les produccions i gènere dels continguts a TVC 182
2.4.7 Origen de les produccions a 8tv 186
2.5 El pluralisme en els informatius 189
2.5.1 El pluralisme polític en les televisions d'àmbit català 190
2.5.2 El pluralisme polític en la televisió d'àmbit local i de titularitat pública – Barcelona TV 204
3. La programació de ràdio a Catalunya 209
3.1 Característiques generals de la programació 211
3.2 Productes de prestadors d'àmbit català 216
3.2.1 Catalunya Ràdio 216
3.2.2 La Xarxa 220
3.2.3 RAC1 223
3.3 Productes de prestadors d'àmbit estatal amb desconnexions 226
3.3.1 SER 226
3.3.2 Onda Cero 229
3.3.3 COPE 232

Capítol IV. El consum audiovisual a Catalunya 235
1. Presentació 235
2. El consum i l'audiència de televisió 237
3. El consum i l'audiència de ràdio 246
4. L'audiència social 251

Resum executiu

Hi ha dos factors importants de llarga durada que han condicionat el sector audiovisual a Catalunya: **la crisi econòmica i l'evolució tecnològica digital**. Igualment, existeixen altres factors de transcendència important, com són la gestió de l'espectre radioelèctric i l'ús del **dividend digital**. També ho són els processos de **fusió de grups de comunicació espanyols**, bàsicament Mediaset/Cuatro, Atresmedia/laSexta i, en ràdio i amb un impacte menor, Vocento-COPE.

Pel que fa a la **legislació**, cal destacar l'aprovació de la Llei del Parlament de Catalunya 2/2012, que modifica diverses lleis en matèria audiovisual. En l'àmbit espanyol, destaca la creació de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) com a macroregulador que inclou el sector audiovisual.

Quant al **consum audiovisual**, destaca el lideratge de TV3 l'any 2013, primera opció de l'audiència a Catalunya des del 2010, any de l'apagada analògica. En ràdio, el 2013 RAC1 obté el primer lloc per davant de Catalunya Ràdio, per primera vegada des que es va crear.

Però una de les qüestions de més calat en el sector, vinculada amb la convergència digital creixent, són les **noves formes de consum audiovisual**, mitjançant les xarxes socials o el consum en segones pantalles. Cada vegada és més freqüent una exposició a missatges que no són només els canalitzats pels mitjans de comunicació convencionals. A partir de l'aparició i l'evolució constant d'aquests nous hàbits socials s'ha plantejat el debat sobre si cal actualitzar la regulació a escala europea, en concret una modificació de la Directiva 2010/13/UE sobre serveis de comunicació audiovisual.

1. La crisi econòmica i els ingressos en publicitat

La publicitat és un dels sectors més afectats per la crisi. La inversió publicitària és dels primers capítols que les empreses retallen en un context econòmic advers. Aquesta reducció de la publicitat condiciona el sector audiovisual, com es

demostra en el decrement del nombre d'empreses audiovisual del sector, així com en l'aprimament de l'estructura del personal que hi treballa, tant a Catalunya com a la resta de l'Estat espanyol.

La inversió publicitària a Catalunya el 2013 assoleix 740,6 milions d'euros, un 10% menys respecte del 2012. Des del 2008, inici de la crisi econòmica, els ingressos publicitaris dels mitjans a Catalunya han caigut un 40% (vegeu la taula 1).

Taula 1. Evolució de la inversió publicitària que arriba a Catalunya. Període 2008-2013

Any	Inversió publicitària a Catalunya (en milions d'euros)	Variació a Catalunya (en %)
2008	1.219,6	-11,5
2009	942,4	-22,7
2010	978,2	3,8
2011	945,9	-3,3
2012	822,4	-13,1
2013	740,6	-9,9

Font: AEP (2014). *Estudi 2013 de la inversió publicitària a Catalunya*.

Al conjunt de l'Estat, s'observa una forta concentració del mercat publicitari televisiu en mans de dos grups: Mediaset i Atresmedia. Els dos grups sumen el 86,3% de la quota del mercat publicitari espanyol en televisió, amb unes facturacions similars, d'entre 725 i 750 milions d'euros cadascun.

El fet que Catalunya sigui un dels principals motors econòmics gràcies a índexs elevats de consum no es veu reflectit en la quota de participació dels mitjans televisius catalans pel que fa a la inversió publicitària. Però si calculem els ingressos que li correspondrien en funció de la contribució de Catalunya al PIB espanyol i al volum de l'audiència al Principat, s'observa una clara asimetria a favor d'Espanya. Segons algunes estimacions, les "fugues" d'inversió publicitària cap a televisions de cobertura estatal amb presència a Catalunya seria, com a mínim, de 20 milions d'euros.

El model català és més senzill que el d'altres països i hi ha possibilitats de millora. Es pot plantejar una optimització del model català de venda publicitària, amb

l'objectiu d'incrementar la qualitat de l'impacte, d'equilibrar el sistema de preus tot buscant una *targetització* de l'audiència.

2. Dividend digital

Un altre factor de llarga durada que condiciona les polítiques audiovisuals és la gestió del dividend digital. Entenem per *dividend digital* la franja de l'espectre radioelèctric alliberada després de l'apagada analògica de les emissions televisives. Es tracta de les freqüències de 790 a 862 MHz, és a dir, els canals 61 a 69 de l'UHF. El 2007 l'agència de Nacions Unides responsable de la distribució de l'espectre, la International Telecommunications Union (ITU), va optar perquè el dividend digital sigui emprat en les comunicacions mòbils de nova generació.

La primera conseqüència d'aquesta opció és que els canals esmentats, del 61 al 69 —fins ara gestionats per empreses televisives—, els gestionaran empreses de telecomunicacions, amb uns requeriments tècnics i de servei propis. En la seva incorporació a la legislació espanyola, el Govern de l'Estat està tramitant en aquests moments un nou pla tècnic que permeti completar el procés d'alliberament del dividend digital. Cal que aquest pla tècnic ofereixi les solucions perquè Catalunya mantingui el tercer múltiplex. Aquesta qüestió és fonamental perquè la CCMA continuï exercint el seu rol de normalització lingüística, com també perquè pugui desplegar la seva oferta en HD i assegurar-se una competitivitat futura.

3. Principals novetats legislatives

En el terreny legislatiu, a Catalunya, la Llei 2/2012, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual, assigna al Govern de la Generalitat l'exercici de les potestats d'inspecció, de control i de sanció de la prestació de serveis de comunicació audiovisual sense el títol habilitant preceptiu.

Així mateix, seguint el principi de racionalització del sector públic, es redueix l'estructura de govern del CAC (que passa de tenir deu membres a tenir-ne sis) i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). A la CCMA, es redueix el nombre de membres del Consell de Govern i del Consell Assessor de Continguts i

de Programació. També se suprimeix la figura de director general, les funcions del qual s'acumulen a les del president del Consell de Govern, que passa a assumir la direcció executiva ordinària de la Corporació.

A l'Estat espanyol, cal destacar la Llei 3/2013, de 4 de juny, de creació de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC). La CNMC és el nou organisme que unifica diverses autoritats reguladores sectorials preexistents de l'Estat espanyol. Té competència en els sectors de les telecomunicacions i la comunicació audiovisual, de l'energia, del servei postal, de les tarifes aeroportuàries i dels serveis ferroviaris. Una qüestió de rellevància per a Catalunya és el fet que es preveu que la regulació de l'audiovisual, a l'igual de la de les telecomunicacions de la CNMC, radiqui a Barcelona. En paral·lel, la Llei 3/2013 encomana al Ministeri de la Presidència l'aprovació del catàleg d'esdeveniments d'interès general per a la societat, que han de tenir un tracte regulador diferenciat.

4. L'oferta de mitjans audiovisuals a Catalunya. Principals grups de televisió i de ràdio

La principal novetat en aquest període són les fusions entre Atresmedia (antiga Antena 3 TV) i laSexta, d'una banda, i Mediaset (antiga Gestevisión Telecinco) i Cuatro, de l'altra. Els dos grups resultants, per tant, passen a gestionar dos múltiples (8 programes, més 2 en HD, en conjunt). Tanmateix, d'acord amb la Sentència del Tribunal Suprem de 27 de novembre de 2012, han de cessar l'emissió de 3 i 2 programes, respectivament.

Taula 2. Oferta audiovisual a Catalunya: grups d'àmbit nacional i estatal. Desembre de 2013

Grup de comunicació	Serveis audiovisuals
Àmbit nacional	
Titularitat pública	
CCMA	TV3, TV3 AD, TV3CAT, 33, 3/24, Esport3, Super3
	Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música
	Web corporatiu, TV3alacarta, iCatfm, pàgines a Youtube i Dailymotion
Titularitat privada	
Grup Godó	8tv, Barça TV, Bom, RAC105
	RAC1, RAC105, Ràdio MD
	Web corporatiu, Aplicació 8tv, aplicació RAC1
Àmbit estatal	
Titularitat pública	
RTVE	La 1, La 2, Canal 24 Horas, Teledeporte, Clan TV, TVE Internacional, TVE HD
	Radio Nacional, Radio Clásica, Radio 3, Ràdio 4, Radio 5 TodoNoticias, Radio Exterior
	Web corporatiu
Titularitat privada	
Atresmedia	Antena 3, Antena 3 HD, La Sexta, La Sexta HD, Neox, Nova, Nitro, [A]Xplora, [A] La Sexta 3,[A] Gol TV
	Onda Cero, Europa FM, Melodía FM
	Web corporatiu, Atresmediaconecta, Atresmedia Player
Mediaset	Telecinco, Telecinco HD, Cuatro, Cuatro HD, Factoría de Ficción (FDF), Boing, Divinity, Energy, LaSiete,[A] Nueve[A]
	-
	Web corporatiu, Mitele, miteleVO
Prisa	Canal+ (plataforma de pagament)
	SER, 40 Principales, Cadena Dial, M80, Radiolé, Máxima FM, Ona FM
	Web corporatiu, iPlus, Canal+ Yomvi, Canal+ Móvil
Unidad Editorial	13tv, Discovery Max, La Tienda en Casa,[A] AXN[A]
	ABC Punto Radio
	Web corporatiu
Vocento	DisneyChannel, ParamountChannel, Intereconomía TV,[A] MTV [A]
	Radio Marca
	Web corporatiu, Orbyt TV
COPE	13TV
	COPE, Cadena 100, Rock FM, MegaStar FM
	Web corporatiu

[A] Canals que deixen d'emetre el maig de 2014, en compliment de la Sentència del Tribunal Suprem de 27 de novembre de 2012.

Font: Elaboració pròpia amb dades corporatives.

A la taula 2 s'observa un desequilibri pel que fa a l'àmbit de cobertura territorial (nacional/estatal) dels grups de comunicació que emeten a Catalunya. A banda, hi ha altres factors que eixamplen aquesta diferència, com és l'oferta de televisió per satèl·lit (de pagament i en obert), així com els efectes que té i tindrà la convergència tecnològica. Aquest procés de llarga durada està implicant l'entrada de nous actors i de plataformes de distribució de caràcter global, amb una oferta

de continguts molt àmplia, i la de fabricants d'aparells i d'operadors de telecomunicacions, que presenten plataformes pròpies.

La televisió de pagament té a Catalunya una presència molt baixa, especialment si ho comparem amb països del nostre entorn i, per tant, té una possibilitat de creixement important. En aquest sentit, l'oferta en català de programes en la televisió de pagament podria ser un possible "driver" de creixement.

Pel que fa als mitjans locals de proximitat a Catalunya, cal considerar que des que es van crear han estat un instrument de normalització lingüística i de vertebració del territori. La digitalització de les transmissions televisives i els seus costos, juntament amb la profunda i prolongada crisi econòmica, han fet que aquest sector afronti una situació molt difícil. Valgui com a indicador el fet que la televisió local a Espanya va obtenir 37,8 milions d'euros en publicitat el 2008, mentre que el 2013, tan sols 1,3 milions.

Taula 3. TDT local pública i privada a Catalunya: nombre de programes i distribució geogràfica. Desembre de 2013

Àmbit territorial	TDTL Pública	TDTL Privada	TOTAL
Barcelona	9	19	28
Girona	1	7	8
Lleida	0	8	8
Tarragona	1	6	7
Catalunya	**11**	**40**	**51**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La ràdio local és un sector que té un component de proximitat molt important, en gran part a causa de la inversió relativa baixa que necessita per desplegar-se. A Catalunya hi ha 449 emissores d'FM, 272 de municipals i 177 de privades. El 2013 es comptabilitzen 13 freqüències d'FM municipals més respecte del 2011.

Taula 4. Ràdio local municipal i comercial a Catalunya: distribució geogràfica a Catalunya. Desembre de 2013

Àmbit territorial	Comarca	FM municipals	FM comercials	Total
Barcelona	Alt Penedès	10	2	12
	Anoia	9	2	11
	Bages	16	9	25
	Baix Llobregat	22	2	24
	Barcelonès	5	12	17
	Berguedà	3	1	4
	Garraf	4	9	13
	Maresme	24	6	30
	Osona	7	10	17
	Vallès Occidental	16	5	21
	Vallès Oriental	16	2	18
	TOTAL	**132**	**60**	**182**
Girona	Alt Empordà	11	4	15
	Baix Empordà	8	8	16
	Cerdanya	3	11	14
	Garrotxa	5	5	10
	Gironès	10	12	24
	Pla de l'Estany	1	1	2
	Ripollès	4	5	9
	Selva	12	4	16
	TOTAL	**54**	**50**	**104**
Lleida	Alt Urgell	1	3	4
	Alta Ribagorça	1	2	3
	Garrigues	3	0	3
	Noguera	7	1	8
	Pallars Jussà	2	2	4
	Pallars Sobirà	0	3	3
	Pla d'Urgell	3	1	4
	Segarra	0	1	1
	Segrià	11	14	25
	Solsonès	2	1	3
	Urgell	3	1	4
	Val d'Aran	2	7	9
	TOTAL	**35**	**36**	**71**
Tarragona	Alt Camp	5	1	6
	Baix Camp	7	5	12
	Baix Ebre	6	8	14
	Baix Penedès	7	1	8
	Conca de Barberà	3	1	4
	Montsià	8	3	11
	Priorat	2	0	2
	Ribera d'Ebre	3	1	4
	Tarragonès	7	10	17
	Terra Alta	3	1	4
	TOTAL	**51**	**31**	**82**
TOTAL Catalunya		**272**	**177**	**449**

Fonts: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

5. Els continguts audiovisuals a Catalunya

5.1 La programació de televisió a Catalunya

L'octubre de 2012, Televisió de Catalunya (TVC) va reordenar la seva oferta de continguts. El canal cultural 33 va passar d'emetre 24 hores al dia a emetre 8 hores i 40 minuts, a la franja de la nit (21.20 a 6.00 hores). Des d'aleshores, passa a compartir la freqüència amb el canal infantil Super3, que ocupa la franja diürna (de 6.00 a 21.20 hores). Abans, el Super3 havia compartit freqüència amb el canal juvenil 3XL, que des de la reordenació va deixar d'emetre.

Taula 5. Tipologia de programes a TV3, 33, Super3, 3XL i 8tv. Gener de 2012 - desembre de 2013 (en %)

Tipologia de programes	TV3	33		Super3	3XL	8tv
		Gen.-set. 2012	Oct. 2012-des. 2013		Gener-setembre 2012	
Informació	37,9	9,6	11,2	1,1	0,3	16,4
Ficció	26,3	4,4	15,2	90,5	84,2	39,3
Entreteniment	23,2	12,3	32,8	8,3	14,3	12,7
Formatius i documentals	6,8	71,2	38,2	0,2	1,2	2,2
Esports	4,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Religiosos	0,6	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
Programes de serveis	0,5	2,2	1,6	0,0	0,0	0,2
Altres	0,4	0,1	0,2	0,03	0,0	29,3[A]
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[A] El percentatge *altres* de 8tv (29,3%) és la suma de: *programes eròtics* (13,2%), *programes de televenda* (13,1%), *esoterisme i paraciència* (2,9%) i *altres* (0,1%).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

5.2. El pluralisme en les televisions d'àmbit català

El CAC ha continuat elaborant els informes sobre pluralisme informatiu a les principals cadenes de televisió a Catalunya: TV3, TVE Catalunya, 8tv i la local Barcelona TV.[1]

La cobertura de la crisi econòmica manté el protagonisme en l'agenda informativa, tendència ininterrompuda des de l'inici de la crisi. El grans temes que van ser objecte d'atenció informativa en el conjunt de televisions catalanes (TV3, TVE

[1]Així, en el conjunt del monitoratge de l'observança del pluralisme dels anys 2012 i 2013, s'han analitzat 3.113 hores d'informació corresponents a 4.942 teleinformatius que inclouen la indexació de 44.533 inserts d'actors polítics amb un temps de paraula total de més de 215 hores.

Catalunya, 8tv i BTV) durant el 2013, ordenats de més gran a més petit, van ser els següents:

- En primer lloc, les informacions sobre la crisi econòmica i financera (142 hores i 30 minuts, un 15,1% del total de les informacions).
- En segon lloc, les informacions sobre el debat entorn dels diferents models d'organització política de Catalunya i de relació amb l'Estat espanyol. Inclou la Via Catalana i l'anunci sobre la data i la pregunta de la consulta (67 hores i 23 minuts, un 7,1% del total).
- En tercer lloc, les informacions relacionades amb les informacions polítiques d'àmbit internacional (55 hores i 11 minuts, un 5,8% del total).
- I en quart lloc, les informacions sobre els casos de presumpta corrupció i els mecanismes de control i de transparència per evitar-los (54 hores i 18 minuts, un 5,8% del total).

Un altre vessant del pluralisme informatiu analitzat pel CAC és la presència dels actors polítics en les informacions en funció de la variable *sexe* (home-dona). En aquest cas, els percentatges de les tres televisions analitzades també són coincidents i dediquen només una cinquena part de les informacions a les dones.

Taula 6. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable *sexe* als teleinformatius de TV3, TVE Catalunya, 8tv i Barcelona TV. Anys 2012-2013

Canal	2012	2013
TV3	Homes: 81.4 Dones: 18.6	Homes: 80.2 Dones: 19.8
TVE Catalunya	Homes: 78.9 Dones: 21.1	Homes: 78.8 Dones: 21.2
8tv	Homes: 79.6 Dones: 20.4	Homes: 80.2 Dones: 19.8
Barcelona TV	Homes: 81.3 Dones: 18.7	Homes: 80.9 Dones: 19.1

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

6. El consum audiovisual a Catalunya: la televisió i la ràdio

6.1. Televisió

TV3 va tornar a ser líder d'audiència a Catalunya el 2013, després de tres anys ininterromputs ocupant la primera posició. Aquesta dada és especialment rellevant, tenint en compte que el 2010 és l'any de l'apagada analògica i de la

implementació definitiva de les emissions digitals terrestres (TDT). Però les dades són més eloqüents si eixamplem el període i fem l'anàlisi des del 2008, any de l'encesa digital i de l'inici de les emissions en *simulcast* – i també l'inici de la crisi econòmica. L'evolució de les televisions amb més audiència a Catalunya mostra que totes les cadenes perden percentatge en detriment del conjunt de temàtiques de la TDT, excepte TV3. El canal generalista de TVC manté una quota de pantalla estable durant els darrers cinc anys, al voltant del 13-14%.

Taula 7. Evolució de l'audiència dels quatre canals generalistes amb més audiència a Catalunya i de les cadenes temàtiques. Quota de pantalla en percentatge. Període 2008-2013

Posició 2013	Canal	2008	2009[A]	2010	2011	2012	2013
1	TV3	14,5	14,6	14,8	14,1	14,3	13,5
2	Antena 3 TV	15,2	12,7	10,0	10,1	10,6	10,9
3	Telecinco	18,0	14,9	12,7	12,1	11,2	10,5
4	La1	13,7	12,7	11,8	10,9	9,3	7,1
	Temàtiques	14,3	-	-	-	-	-
	Temàtiques TDT	-	12,1	19,0	26,4	29,9	30,3
	Temàtiques pagament	-	7,2	6,3	5,6	s. d.	s. d.

[A] A partir del 2009, l'aleshores TNSofres va desagregar la categoria *temàtiques* en dues de noves: *temàtiques TDT* i *temàtiques pagament*.

Font: TNSofres/Kantar Media.

En tot cas, però, després de les fusions esmentades d'Atresmedia/laSexta i de Mediaset/Cuatro, l'audiència agregada dels diferents grups de comunicació dóna relleu als grups recent fusionats d'àmbit estatal, en relació amb la CCMA (vegeu la taula 8).

Taula 8. Quota de pantalla dels principals grups televisius a Catalunya. Any 2013 (en %)

Grup televisiu	Cadenes	Quota
Atresmedia	Antena 3, laSexta, Neox, Nova, Nitro, laSexta3, Xplora	26,0
Mediaset España	Telecinco, Cuatro, FDF, Boing, Divinity, La Siete, Energy, Nueve	24,9
CCMA	TV3, Super3/33, 3/24, Esports3	17,7
CRTVE	La 1, La 2, Clan, Teledeporte, 24h	12,3
Grupo Vocento	DisneyChannel, ParamountChannel, Intereconomía, MTV	3,9
Grup Godó	8tv, RAC105	3,5
Unidad Editorial	Discovery Max, 13TV, Marca TV[A]	1,6

[A] Finalitza les seves emissions el 31/07/2013.

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

6.2. Ràdio

En ràdio, es manté la tendència dels anys anteriors d'una audiència més gran en ràdio musical, amb una audiència absoluta de 2.301.000 oients de dilluns a

divendres. En segon lloc, hi trobem la ràdio generalista, amb 1.918.000 oients, i darrere seu, la ràdio informativa, amb 271.000.

En l'audiència de ràdio generalista, RAC1 ha obtingut per primera vegada la primera posició per davant de Catalunya Ràdio. Com a dada general destacable, es consolida el creixement de l'oferta en català en ràdio generalista, que el 2013 obté una audiència acumulada (oients/dia de dilluns a divendres) d'1,3 milions d'oients, del total d'1,9 milions.

Taula 9. Audiència acumulada (oients/dia) de les principals ràdios generalistes a Catalunya. Període 2010-2013 (en milers d'oients) (de dilluns a divendres)

	2010[A]	2011[A]	2012[A]	2013
RAC1	457	583	673	699
Catalunya Ràdio	512	605	697	571
Cadena SER	378	437	419	408
Onda Cero	166	192	201	171
COPE	90	134	117	147
RNE	141	173	187	119

[A] Dades corresponents a l'onada de novembre a octubre.

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura / EGM Baròmetre Catalunya (febrer-novembre 2013)

7. Noves formes de consum audiovisual

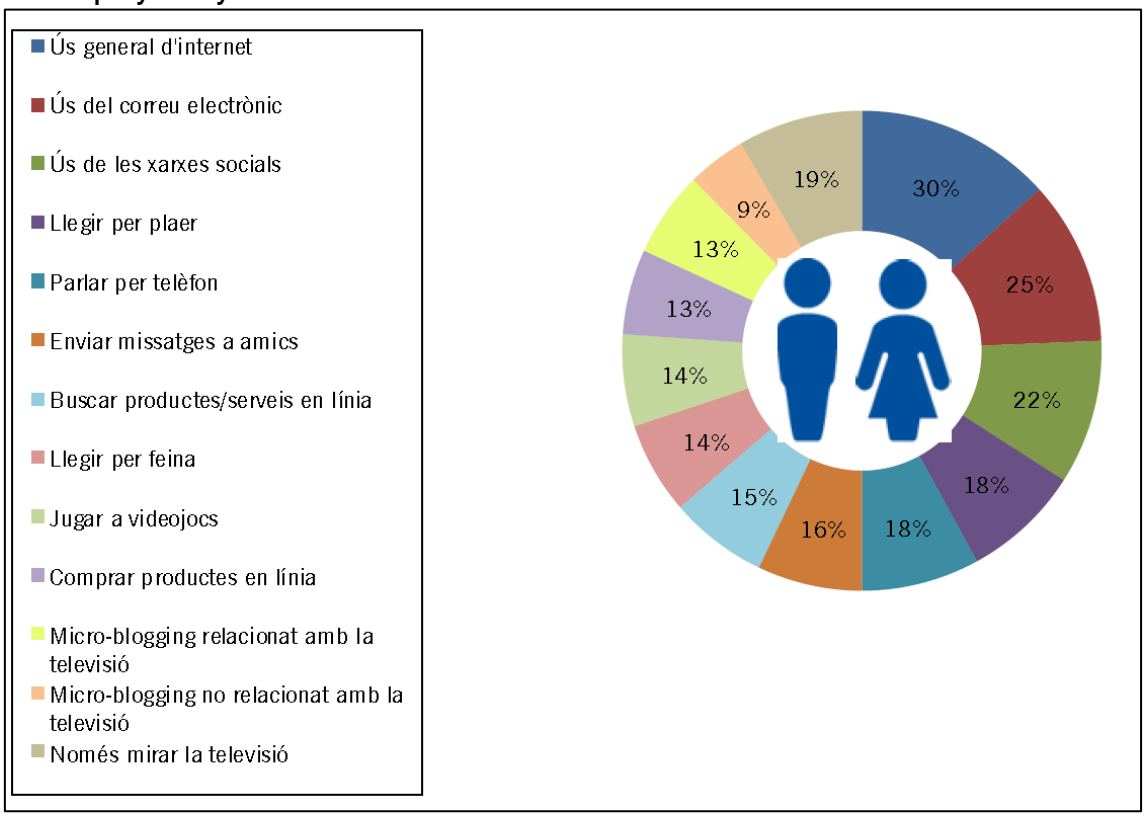
Els canvis produïts en els darrers anys en els hàbits de consum mediàtic fan que sigui més difícil conèixer les audiències reals de l'oferta audiovisual, que cada vegada és més fragmentada i especialitzada, i es consumeix mitjançant pantalles múltiples i no sempre en temps real. Els audímetres, per exemple, no comptabilitzen les descàrregues de continguts audiovisuals.

El 72% de les persones teleespectadores continua preferint consumir continguts audiovisuals en directe i a través del televisor. Però, tot i que el televisor segueix sent l'aparell preferit, el consumidor es mou cada vegada més en un entorn hiperconnectat i, per tant, el consum audiovisual es dóna també en dispositius nous. El canvi en l'evolució del consum rau en el fet que veure la televisió ja no és una activitat a la qual es dediqui l'atenció en exclusiva. El 2012 el 43% de les persones espectadores no feia cap altra tasca mentre mirava la tele. El 2013

aquesta xifra baixa fins al 19%. Augmenta, doncs, clarament l'ús de segones pantalles mentre es consumeix televisió.

Les xarxes socials (com Facebook, Twitter o YouTube) també són un instrument per als prestadors audiovisuals, ja que permeten enfortir el vincle entre usuari i contingut. D'aquesta manera es fomenta el *social engagement* envers el prestador. Amb tot, aquest nou tipus de relació encara té dificultats per ser monetaritzada, en especial pel que fa als dispositius mòbils. En aquest sentit, una de les tendències creixents és la gestió de la informació que generen les xarxes socials per mitjà, per exemple, d'eines de gestió de dades massives (Big Data).

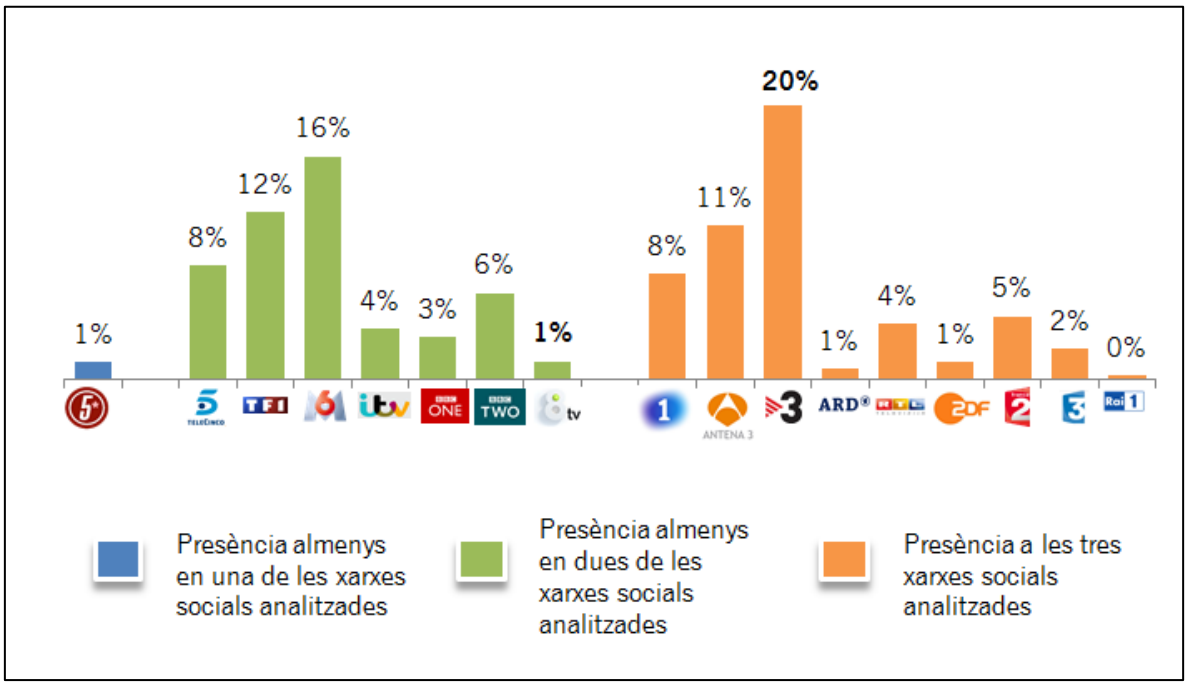
Gràfic 1. Activitats que fan les persones consumidores normalment mentre miren la televisió. Estat espanyol. Any 2013



Font: Deloitte. *The State of Media Democracy 2013*.

Els canals de televisió a Catalunya presenten un percentatge significatiu de *social engagement* en relació amb el volum del seu mercat potencial de referència i el nombre de xarxes presents. Si es compara amb altres operadors europeus, destaca sobretot la posició de TV3, amb presència a les tres principals xarxes socials (Facebook, Twitter o YouTube) i un *social share* per damunt de la resta de cadenes comparables (vegeu el gràfic 2).

Gràfic 2. Comparativa de *social share* de les principals televisions europees. Any 2013



Font: Deloitte, a partir de dades ofertes per Wildfire de Youtube, Twitter i Facebook.

8. Noves formes de consum: noves formes de regulació?

Davant la rapidesa dels canvis en l'audiovisual, tant pel que fa als models de negoci, com als hàbits de consum i a les noves necessitats reguladores, l'abril de 2013, la Comissió Europea va publicar el Llibre Verd "Preparar-se per a la convergència plena del món audiovisual: creixement, creació i valors". El Llibre Verd és un primer pas per a una estratègia europea per a un lideratge i una especificitat d'Europa en el món connectat. Es tractava d'un document obert que incloïa una consulta pública.

Per redactar la resposta, el CAC va convocar sessions de treball amb representants dels sectors implicats: prestadors, indústria, telecomunicacions, publicitat,

universitat i associacions de protecció de col·lectius vulnerables. El CAC es va alinear amb el Parlament Europeu i el seu *Report on Connected TV*, aprovat el juny de 2013, i va plantejar la necessitat d'equilibrar la deriva exclusivament mercantilista que pren el sector audiovisual. La lògica de la desregulació podria condemnar a la marginalitat l'oferta de mercats menors com el català, el danès o el neerlandès. D'aquí, la importància de mantenir la noció de *servei públic* en el nou entorn convergent. L'informe del Parlament Europeu declara:

"Les normes *Must-carry* [en virtut de les quals un operador/prestador ha de transmetre el senyal de determinats serveis públics o considerats d'interès general] han de ser complementades per normes *Must-be-found*. Aquells prestadors de continguts a qui els estats membres assignin una funció de servei públic, que ajudin a promoure objectius d'interès públic, o que duen a terme activitats que mantenen la qualitat i la independència informativa i promouen la diversitat de l'opinió [pública], han de tenir un estatus apropiadament privilegiat ("appropriately privileged status"), en relació amb la visibilitat ("findability") en plataformes híbrides (inclosos els portals, les home pages i les EPG)." (pàgina 14). En altres paraules, l'eurocambra reclama que el servei públic en el nou entorn convergent no solament s'ha de transmetre per les xarxes electròniques, sinó que a més ha d'estar en les primeres opcions de navegadors, webs i EPG televisius connectats.

En el cas de Catalunya, complementava el CAC en el seu document, la llengua ha de ser un criteri fonamental a l'hora d'establir quins són els continguts de servei públic i d'interès general que han de gaudir d'una visibilitat privilegiada. Així, els continguts en català han d'aparèixer com a primeres opcions per a l'usuari connectat a Catalunya en totes les plataformes de distribució audiovisual.

Una altra qüestió oberta al debat serà una eventual revisió i actualització de la Directiva europea de serveis de comunicació audiovisual, que faci efectiu el principi de neutralitat tecnològica en la regulació de tots els mitjans audiovisuals i de totes les plataformes i tecnologies de distribució de continguts. La convergència tecnològica farà que els continguts (siguin lineals o sota demanda) es vegin i

competeixin en una mateixa pantalla de TV connectada. I això, sense una mateixa regulació per als dos casos, pot distorsionar greument la lliure competència i impedir el funcionament correcte del mercat. Per a una optimització del model, doncs, cal harmonitzar sense desregular.

A l'últim, el Llibre Verd de la Comissió Europea fa referència als drets i als valors en el nou entorn connectat, entre els quals destaca la protecció dels menors. Els nous serveis audiovisuals, per exemple, posaran en crisi la regulació de l'horari de protecció a la infància. A més, les noves generacions de joves estan adquirint nous hàbits de consum televisiu, molt més individualitzats i menys dependents de programacions rígides i subjectes a un horari determinat. Per aquest motiu, el CAC proposa les mesures següents:

- Davant els diferents criteris existents entre països, aposta per reformar la Directiva per tal que estableixi una definició de "menor" compartida per tot el mercat únic digital.
- També convé que la Directiva harmonitzi a tots els estats membres la qualificació de la programació per edats i ampliï i actualitzi el concepte de *responsabilitat editorial*, en funció de les darreres innovacions en serveis audiovisuals connectats.
- En un altre ordre de coses, cal avançar en nous sistemes de verificació de la majoria d'edat dels usuaris per accedir a continguts sota demanda per a més grans de 18 anys. És a dir, que s'avanci en els sistemes de codificació dels continguts i s'ofereixin eines eficaces per al control parental.
- A l'últim, i no menys important, cal avançar decididament cap a la introducció de l'educació en comunicació audiovisual com una matèria curricular escolar més. És una mesura que ja estan adoptant en altres països i que pretén dotar de competència mediàtica i d'una mirada crítica els futurs ciutadans digitals.

Capítol I. Legislació del sector audiovisual

1. Presentació

L'escenari general del sector audiovisual continua estant marcat per la substitució de la tecnologia analògica per la digital en les emissions televisives per ones terrestres l'any 2010. La transició digital ha suposat una veritable reconversió de la indústria televisiva, amb conseqüències fonamentals pel que fa a altres aspectes del mercat dels mitjans de comunicació, concretament amb relació als models de negoci i les formes de consum. A més, el dividend digital (la franja de l'espectre radioelèctric alliberada per la digitalització de les emissions televisives analògiques o hertzianes) és objecte de regulació, amb l'objectiu d'aplicar aquest espai per a l'ús de les comunicacions mòbils.

D'altra banda, també cal prendre en consideració els efectes que la crisi econòmica ha tingut sobre el sector audiovisual i el seu finançament, en especial pel que fa als ingressos publicitaris. Això ha provocat el desenvolupament de nous marcs normatius condicionats per aquesta situació adversa.

I, finalment, un altre factor bàsic que caracteritza el sector és la ràpida evolució tecnològica i d'oferta de serveis, molts dels quals es troben encara en fase inicial. Quant al sector televisiu, ha experimentat nombrosos canvis a causa del procés de migració digital. Des del punt de vista de l'evolució del mercat, destaca, en primer lloc, l'anàlisi realitzada per la Unió Internacional de Telecomunicacions (en endavant, UIT) a **l'informe anual de mesurament de la societat de la informació 2013**.[1]

D'acord amb les dades d'aquest informe, la taxa de penetració de la televisió digital ha superat el 50% durant l'any 2012, tant pel que fa al món desenvolupat (on el 81% de les llars amb televisió reben senyal digital) com als països en vies de desenvolupament (amb una taxa del 42%). Paral·lelament, les plataformes de televisió multicanals tradicionals (cable i satèl·lit) s'enfronten a una competència creixent per part dels proveïdors de televisió per internet (TVIP) i fins i tot dels canals de televisió digital terrestre (TDT).

[1] <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013-exec-sum_E.pdf>

Malgrat que, en termes absoluts, la TVIP encara representa una quota marginal (5% l'any 2012), la tendència al descens de les tecnologies de televisió analògica està essent compensada per un creixement de les tecnologies digitals i, especialment, de la TVIP.

L'evolució contínua de les diferents tecnologies de transmissió, l'encapsulament d'informació i, com a conseqüència, el màxim aprofitament de l'espai radioelèctric, possibiliten l'aparició de noves formes de veure la televisió, com ara la tecnologia anomenada 4K (transmissió en ultra alta definició), que la indústria proposa com a nou estàndard de resolució. La televisió 4K multiplica per quatre el nombre de píxels d'una pantalla d'alta definició (HD), és a dir, la quantitat d'informació que hi ha en cada imatge, i, per tant, aconsegueix augmentar-ne la resolució i la nitidesa. En aquest sentit, diversos països europeus estan desplegant un nou estàndard de TDT, el DVB-T2, que permet les emissions en 4K, ja que, a hores d'ara, són les que utilitzen la major capacitat que ofereix la fibra òptica.

Les emissions en 4K comencen a ser reals a l'Estat espanyol. Canal+ va dur a terme l'abril de 2013 una emissió de contingut 4K (Canal+4k), el nou canal que emetrà contingut en aquest format del qual podran gaudir els televidents que disposin d'un aparell amb una resolució ultra HD. Igualment, el juny de 2013 Telefónica Servicios Audiovisuales (TSA) i Media Networks van realitzar, conjuntament amb l'operador satel·litari Hispasat, la primera transmissió en ultra alta definició (UHD o 4K) de Llatinoamèrica. El senyal es va generar a Madrid, a la seu de TSA, i es va reproduir a Rio de Janeiro en una pantalla de 84 polsades.

2. Serveis de comunicació audiovisual

2.1 Televisió

2.1.1 Dividend digital

Entenem per *dividend digital* la franja de l'espectre radioelèctric alliberada després de l'apagada analògica de les emissions televisives, a causa de la capacitat de transmissió més gran que ofereixen les tecnologies de compressió digital, l'eficiència de les quals continua augmentant amb el temps. En concret, es tracta de la subbanda de freqüències de 790 a 862 MHz, és a dir, els canals 61 a 69 de

l'UHF. Aquesta subbanda permet millorar el rendiment de l'espai radioelèctric i té un gran potencial per subministrar un ventall ampli de serveis en mobilitat, perquè el senyal és més fort i té millors propietats de propagació i de penetració a l'interior dels edificis que les actualment en servei (bandes més altes). A més, representa una oportunitat per ampliar la cobertura a zones rurals i, en conseqüència, reduir la fractura digital. Per tot això, aquesta atribució es considera imprescindible per estimular el desenvolupament dels serveis de nova generació mòbils (l'anomenada 4G).

El juny de 2006, la Conferència Regional de Radiocomunicacions de la Regió 1 de la UIT[2] va aprovar el Pla de Ginebra, d'acord amb el qual es destinava l'ús de la banda de freqüències 470-862 MHz (canals radioelèctrics 21 a 69) per a serveis de radiodifusió. Tanmateix, l'any 2007, la Conferència va acordar atribuir el servei de comunicacions mòbils en servei coprimari a la subbanda de freqüències 790-862 MHz (canals radioelèctrics 61 a 69). En aquesta línia, la Comissió Europea va publicar la Comunicació COM (2009) 586[3] en la qual proposava mesures per harmonitzar l'ús de l'espectre de les bandes 790-862 MHz per destinar-les a serveis de comunicacions electròniques en mobilitat, atès que es considera que les tecnologies i els serveis de comunicacions sense fils representen la part més dinàmica en la cadena d'innovació tecnològica i constitueixen un factor essencial per a la recuperació econòmica. Per aquest motiu, la Comissió estableix la necessitat que els estats membres adoptin les mesures necessàries per assolir una convergència de les seves polítiques internes que facin possible la disponibilitat de l'espai radioelèctric esmentat.

En aquest sentit, l'article 51 de la Llei 2/2011, de 4 de març, d'economia sostenible[4] preveu que "La banda de freqüències 790-862 MHz es destina principalment per a la prestació de serveis avançats de comunicacions electròniques, en línia amb els usos harmonitzats que acordi la Unió Europea. Aquesta banda ha de quedar lliure per poder ser assignada als seus nous usos abans de l'1 de gener de 2015. Els costos derivats de la reorganització de

[2] La Regió 1 és una de les tres zones en les qual la UIT va dividir el planeta per tal de facilitar les tasques de planificació de l'espai radioelèctric i comprèn, bàsicament, tot el continent europeu (excloent la major part de la Federació Russa) i Àfrica.

[3] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0586:FIN:EN:PDF>

[4] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2011/03/05/pdfs/BOE-A-2011-4117-C.pdf>

l'espectre radioelèctric que és necessari dur a terme per alliberar la banda de freqüències 790 a 862MHz els ha de sufragar l'Administració amb els ingressos obtinguts en les licitacions públiques que es convoquin per assignar espectre radioelèctric. El Govern ha d'adoptar una proposta d'actuacions en matèria d'espectre radioelèctric, que ha d'incloure la banda de freqüències 790 a 862 MHz, una vegada analitzades les aportacions dels agents del sector i les comunitats autònomes. L'objectiu principal és l'optimització i flexibilització de l'ús de l'espectre i la posada a disposició del sector de tot l'espectre disponible".

Aquest procés, conegut com *d'alliberament del dividend digital*, va ser l'objectiu principal perquè el Consell de Ministres aprovés, el **24 d'agost de 2012, el Pla d'impuls de la televisió digital terrestre i de la innovació tecnològica**, amb els objectius següents:

- avançament a l'1 de gener de 2014 de la data per a l'alliberament del dividend digital,
- reducció de freqüències assignades per a televisió malgrat que es garanteix el mateix nombre de canals preexistents mitjançant "l'encongiment" de senyal, que permet passar sis canals (programes) digitals per on fins ara en passaven quatre, amb l'habilitació d'un múltiple nou que es vol destinar a la televisió d'alta definició (HD). El Pla també té la voluntat d'impulsar una oferta d'emissions de televisió en HD i un calendari de desenvolupament d'aquestes actuacions, per tal de simplificar el procés d'alliberament i reduir-ne els costos.

El Pla d'agost de 2012 modifica el **Pla marc d'actuacions per a l'alliberament del dividend digital 2012-2014,**[5] aprovat pel Consell de Ministres el 18 de novembre de 2011 amb la finalitat de facilitar el procés d'implantació de la TDT mentre es tramita un nou Pla tècnic del dividend digital, encara pendent d'aprovar.

Ara bé, les previsions esmentades no s'han assolit i la situació de la TDT d'àmbit estatal s'ha vist afectada de forma important per la **Sentència de 27 de**

[5] <http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/es-ES/Novedades/Documents/Plan_Marco_Dividendo_Digital.pdf>

novembre de 2012 de la Secció Tercera de la Sala Contenciosa Administrativa del Tribunal Suprem.[6] La Sentència esmentada estima el recurs interposat contra l'**Acord de 16 de juliol de 2010 del Consell de Ministres**, en el qual es van assignar diversos canals (programes) digitals a les societats titulars d'una llicència per a la prestació de serveis de televisió d'àmbit estatal que formen part del dividend digital (canals 67, 68 i 69), d'acord amb la fase I prevista en el Reial decret 365/2010, de 26 de març.

La Sentència va anul·lar l'Acord impugnat perquè l'atribució dels canals (programes) digitals a les quatre societats titulars realitzada mitjançant l'Acord anul·lat incompleix l'apartat 3 de l'article 22 de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (en endavant, LGCA), d'acord amb el qual la prestació de serveis de comunicació audiovisual que ocupin espectre radioelèctric requereix l'obtenció de la llicència corresponent atorgada en un procediment competitiu per l'òrgan competent.

El recurs qüestionava l'aplicació pel Consell de Ministres de la disposició transitòria quarta del Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, d'aprovació del *Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre*,[7] el qual establia, entre altres previsions, el procés de transició de la tecnologia analògica a la digital i dissenyava la situació resultant un cop realitzada aquesta transició. L'apartat 1 de la disposició addicional segona del mateix Reial decret estableix que "cadascuna de les societats concessionàries, d'acord amb la Llei 10/1988, de 3 de maig, de televisió privada, del servei públic de televisió amb tecnologia analògica d'àmbit estatal existents a l'entrada en vigor d'aquest Reial decret ha d'accedir a un canal digital dins un múltiple digital de cobertura estatal, per permetre que emeti

6 <http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=TS&reference=6578501&links=&optimize=20121218&publicinterface=true>

7 La mateixa societat que va impugnar l'Acord de 16 de juliol de 2010 també va interposar recurs contra la legalitat del Reial decret esmentat, concretament de la disposició transitòria. En aquest cas, el Tribunal Suprem va desestimar el recurs mitjançant sentència de 2 de juny de 2009 perquè va considerar que les condicions per accedir a més espai per part de les societats titulars responien a raons d'interès públic (impuls del procés de transició digital i consolidació de l'escenari resultant), que l'assignació d'espai addicional estava justificada i que no tenia com a objectiu l'atorgament encobert de nous títols habilitants, com així ho havia al·legat la impugnant.

simultàniament amb tecnologia analògica i amb tecnologia digital".[8] L'assignació s'havia de produir en el termini de tres mesos comptadors des de l'entrada en vigor del Reial decret (disposició addicional quarta),[9] és a dir, l'1 d'agost de 2005. Pel que fa a la situació un cop produïda l'encesa digital, la disposició addicional tercera del Reial decret 944/2005 preveia la possibilitat d'accedir a un múltiple sencer en favor de cada titular. Aquesta ocupació dels canals tindria una durada limitada als sis mesos un cop produïda l'encesa digital. En relació amb aquesta possibilitat, la disposició transitòria quarta del Reial decret va fixar les condicions en què els prestadors podien accedir a l'espai d'un múltiple sencer.[10]

Basant-se en aquestes previsions, l'Acord anul·lat va assignar als prestadors de televisió d'àmbit estatal els canals necessaris per completar un múltiple sencer per a cadascun, a l'empara de la disposició addicional quarta esmentada i també

[8] Aquesta disposició també preveia que els titulars existents als quals s'assignés aquest canal havien de prestar el servei en les mateixes condicions establertes en els seus contractes concessionals.

[9] A més, la disposició addicional segona preveia la convocatòria d'un concurs per tal d'adjudicar dos canals digitals nous, el qual es va resoldre en favor de La Sexta.

[10] D'acord amb aquesta disposició "El Govern ha d'ampliar a les societats concessionàries del servei públic de televisió d'àmbit estatal existents a l'entrada en vigor d'aquest Reial decret, si ho sol·liciten en el termini de set dies des de l'entrada en vigor, el contingut de la concessió obtinguda d'acord amb el que preveu la Llei 10/1988, de 3 de maig, de televisió privada, i els ha de permetre explotar, fins al moment en què es produeixi el cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, canals digitals addicionals a què es refereix l'apartat 3 de la disposició addicional segona d'aquest Reial decret, d'acord amb les condicions indicades a continuació. A més, la societat concessionària ha de presentar abans del dia 1 d'octubre de 2005 un pla detallat d'actuació en què s'assumeixin els compromisos següents: a) Per accedir a un canal digital addicional: 1r Iniciar les emissions de la programació d'aquest canal abans del 30 de novembre de 2005. 2n Subministrar la informació necessària per elaborar i implantar la guia electrònica de programació. 3r Participar des del punt de vista financer en la constitució i el funcionament d'una entitat dedicada a promoure la televisió digital terrestre i a desenvolupar el procés de transició a aquesta. 4t Ampliar, almenys en un u per cent, la cobertura de població que preveu el Pla tècnic nacional de la televisió digital terrestre per al múltiple que obtingui, si s'escau, d'acord amb el que preveu l'apartat 1 de la disposició addicional tercera. b) Per accedir a un segon canal digital addicional, a més d'assumir els compromisos a què es refereix l'apartat a): 1r Emetre programació nova, innovadora i diferenciada respecte a l'oferta en analògic: Descripció de la programació que difongui pel canal. Durada de l'emissió i franja horària. Nombre d'hores de programació original. Emissions en 16:9. Serveis de subtitulació i doblatge per a accessibilitat. Opció per a l'usuari d'elecció de l'idioma original en produccions estrangeres de ficció, documentals i animació, entre d'altres. 2n Desenvolupar en tots els seus canals de televisió un pla de comunicació per promoure, en horari de màxima audiència, la televisió digital terrestre, consistent a emetre, com a mínim, un anunci al dia durant un mes per trimestre. 3r Introduir el primer any d'emissió aplicacions i serveis interactius. 4t Dur a terme el cessament progressiu de les emissions en analògic d'acord amb el pla que a aquest efecte acordi l'Administració General de l'Estat amb el sector o presentar una programació amb el 30 per cent del temps d'emissió dedicat a programes enregistrats de ficció, animació o documentals, en almenys dues bandes sonores independents, amb versions doblades d'aquests programes en dues de les llengües oficials d'Espanya. El Govern pot desestimar aquesta sol·licitud si arran del contingut del pla aprecia un grau insuficient d'assumpció dels compromisos indicats anteriorment per la societat concessionària."

de l'apartat 1 de l'article 1 del Reial decret 365/2010, de 26 de març, el qual reitera les previsions del Reial decret 944/2005 i estableix les fases d'aplicació de l'assignació dels múltiples, esgotant tot l'espai previst en el Pla tècnic nacional de televisió digital.

Per tal d'executar la Sentència, el Consell de Ministres va aprovar l'Acord de 22 de març de 2013, en el qual va acordar el cessament de les emissions dels canals (programes) digitals afectats per la Sentència, però va autoritzar la continuació de les emissions de manera transitòria fins que "es culmini el procés d'alliberament del dividend digital". L'autorització d'emetre transitòriament també va ser impugnada per la societat recurrent en l'incident d'execució, la qual va sol·licitar el cessament de les emissions i la interlocutòria de 18 de desembre de 2013 va resoldre l'incident amb l'anul·lació d'aquesta part de l'Acord de 22 de març de 2013.

En la taula 1 es recullen els diferents moments en què els prestadors afectats han adquirit els canals (programes) digitals que exploten al final del 2013. Es fa observar que les fusions de Gestevisión Telecinco, SA amb Sogecable, SA i Antena 3 de Televisión, SA i Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA han ocasionat la suma dels canals respectius, abans explotats separadament.

Taula 1. Evolució de l'ocupació de l'espai radioelèctric per grups comercials de comunicació audiovisual a l'Estat espanyol. Període 1989-2013

Grup/ televisions	Titular	Acord 25/08/1989	Acord 24/11/2000	Acord 25/11/2005	Acord 16/07/2010	STS 27/11/12
Mediaset España / Telecinco i Cuatro (abans Canal+)	Gestevisión Telecinco, SA (abans Gestevisión, SA)	Adjudicació d'1 canal analògic en obert. Substituït per 1 digital.	---	Ampliació de 2 canals (programes) digitals	Fins a 1 mux = assignació d'1 canal (programa) digital	Cessament de 2 canals (programes) digitals
	Sogecable, SA (abans Sociedad de Televisión Canal Plus, SA)	Adjudicació d'1 canal analògic de pagament. Transformat en obert i substituït per 1 digital.	---	Ampliació de 2 canals (programes) digitals	Fins a 1 mux = assignació d'1 canal (programa) digital	
Atresmedia/ Antena 3 i laSexta	Antena 3 de Televisión, SA	Adjudicació d'1 canal analògic en obert. Substituït per 1 digital.	---	Ampliació de 2 canals (programes) digitals	Fins a 1 mux = assignació d'1 canal (programa) digital	Cessament de 3 canals (programes) digitals
	Gestora de Inversiones Audiovisua-les La Sexta, SA	---	---	Adjudicació de 2 canals (programes) digitals	Fins a 1 mux = assignació de 2 canals (programes) digitals	
Unedisa/Veo TV	Veo Televisión, SA	---	Adjudicació d'1 canal (programa) digital	Ampliació d'1 canal (programa) digital	Fins a 1 mux = assignació de 2 canals (programes) digitals	Cessament de 2 canals (programes) digitals
Vocento /Net TV	Sociedad Gestora de Televisión, Net TV, SA	---	Adjudicació d'1 canal (programa) digital	Ampliació d'1 canal (programa) digital	Fins a 1 mux = assignació de 2 canals (programes) digitals	Cessament de 2 canals (programes) digitals

Font: Elaboració pròpia.

Per tant, i pel que fa a aquest aspecte de l'activitat televisiva al final del 2013, es pot concloure el següent:

- s'ha superat la data per completar l'alliberament del dividend digital que el Govern de l'Estat va avançar a l'1 de gener de 2014, sense que s'hagi produït;
- l'anul·lació judicial de l'assignació dels nou canals (programes) digitals esmentats (que ocupen part de les freqüències del dividend digital, és a dir, els múltiples 67, 68 i 69) va provocar el cessament de les emissions televisives que ocupen aquestes freqüències;

- el Govern de l'Estat està tramitant un nou pla tècnic que permeti clarificar i completar el procés d'alliberament del dividend digital i la planificació dels canals previstos per a emissions de televisió que substitueixin l'espai pendent d'alliberar.

Pel que fa a l'àmbit català, cal destacar la **Sentència de 18 de novembre de 2013 de la Secció Tercera de la Sala Contenciosa Administrativa del Tribunal Suprem**,[11] confirmatòria de la de 10 de març de 2010 de la Secció Tercera de la Sala Contenciosa Administrativa del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya. En conseqüència, es confirma l'anul·lació de l'Acord de 20 de setembre de 2005 del Govern de la Generalitat de Catalunya, pel qual es va aprovar el procediment de concessió de programes de televisió digital local als municipis de Catalunya, inclosos en les demarcacions establertes al Pla tècnic nacional vigent de la televisió digital local i el règim jurídic. La sentència del TS reprodueix la del TSJC i anul·la l'Acord impugnat, atesa la manca de motivació de l'ampliació de 13 programes en determinades demarcacions en relació amb els 24 de planificats en el Reial decret 439/2004, de 12 de març, pel qual s'aprova el Pla tècnic nacional de la televisió digital local, modificat pel Reial decret 2268/2004, de 3 de desembre.

2.1.2 Continguts televisius: accessibilitat i gestió de drets

L'encesa digital i la convergència tecnològica fan que el mercat de **continguts televisius** esdevingui cada vegada més important i es converteixi en un aspecte estratègic per al desenvolupament dels diferents models de negoci de tots els agents implicats, tant pel que fa als models tradicionals com als alternatius, com ara l'oferiment de continguts a plataformes multicanals.

Quant a l'accessibilitat, cal destacar el dret d'accés de tots els ciutadans sense distinció, incloses les persones amb discapacitat.[12] En aquest sentit, la lletra

---

11 <http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=TS&reference=6896040&links=&optimize=20131202&publicinterface=true>

12 El considerant 46 de la Directiva 2010/13/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 10 de març de 2010, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual, mitjançant la qual s'aprova la versió codificada de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual, reconeix el dret de les persones amb discapacitat a participar i a integrar-se en la vida

e de l'apartat 3 de l'article 26 de la LCA estableix com una de les missions de servei públic "la garantia que les persones amb discapacitat puguin accedir d'una manera efectiva a tots els continguts emesos".

D'acord amb el mandat legislatiu, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar[13] la **Instrucció general sobre l'accessibilitat als continguts audiovisuals televisius**.[14] En concret, la Instrucció estableix diverses disposicions de tipus general que n'expliciten l'objecte i l'àmbit d'aplicació subjectiu, així com les definicions operatives a l'efecte de les previsions que s'hi contenen i dels drets de les persones amb discapacitat audiovisual i auditiva. Així mateix, preveu els serveis d'accessibilitat a la comunicació audiovisual televisiva que, a l'efecte de la Instrucció general i, sense perjudici que en puguin existir d'altres, són l'audiodescripció de continguts audiovisuals televisius, la interpretació en llengua de signes catalana i la subtitulació.

D'altra banda, la Instrucció general estableix les obligacions en matèria d'accessibilitat dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual televisiva de gestió pública i privada d'àmbit nacional i disposa mesures per als prestadors subjectes al règim de comunicació prèvia davant el Consell. A més, la Instrucció general conté previsions relatives a l'arxivament i a l'enregistrament de les emissions, les mesures d'informació dels serveis d'accessibilitat, el foment de la coregulació i l'autoregulació, així com la tipologia de continguts accessibles i l'accessibilitat a les comunicacions audiovisuals i la forma d'acreditar el compliment de les obligacions que s'hi preveuen, la sol·licitud d'informació addicional i la confidencialitat de les dades. També concreta les disposicions del règim sancionador. I finalment, estableix previsions relatives als serveis d'accessibilitat pel que fa als serveis de comunicació televisiva d'àmbit local de gestió pública i privada i als mecanismes per fer efectiu aquest dret. A més, modifica l'apartat 1 de l'article 21 i l'apartat 1 de l'article 24 de la Instrucció

---

social i cultural de la Unió Europea en els termes següents: "[...] El dret de les persones amb discapacitat i de les persones d'edat avançada a participar i a integrar-se en la vida social i cultural de la Unió està vinculat indissolublement a la prestació d'uns serveis de comunicació audiovisual accessibles. L'accessibilitat dels serveis de comunicació audiovisual inclou, sense limitar-s'hi, aspectes com el llenguatge de signes, la subtitulació, la descripció acústica i menús de pantalla fàcilment comprensibles [...]".

[13] Acord 19/2013, de 20 de febrer.

[14] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_19_2013.pdf>

general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre protecció de la infància i l'adolescència, senyalització orientativa i dret a la informació de les persones usuàries dels serveis de televisió, per tal d'adaptar-la a les noves previsions.

Un altre aspecte pel que fa als continguts televisius amb un protagonisme cada vegada més rellevant és el que fa referència a l'àmbit de la **contractació en exclusiva de continguts audiovisuals**, regulats en la secció 3a del capítol II del títol II de la LGCA (articles 19, 20 i 21). La LGCA estableix un sistema de gestió de drets exclusius amb capacitat per protegir el dret a la informació com a dret prioritari i fixa, com a conseqüència, determinats límits a l'exclusivitat, que es basen en criteris d'interès general, per tal de garantir l'emissió en obert d'un seguit d'esdeveniments que normalment són de caire esportiu amb molta audiència i amb un rendiment alt per als prestadors del servei. Aquestes mesures són diverses, com ara la imposició als prestadors públics de cedir la seva programació a tercers (prestadors de televisió per cable, satèl·lit i internet), l'obligació d'obrir finestres en obert per als prestadors de pagament o vendre en subhasta els seus drets i l'obligació d'emetre en obert determinats esdeveniments que prèviament hagin estat qualificats com d'interès general.

A tall d'exemple, entre aquestes actuacions cal destacar la **Resolució de la CNMC (antiga CNC) de 28 de novembre de 2013**[15] recaiguda en l'expedient sancionador 29/2013, obert per garantir el compliment de la Resolució de 14 d'abril de 2010 dictada pel mateix organisme. La Resolució de 28 de novembre de 2013 va declarar-ne l'incompliment i va establir sancions quantioses a algunes de les parts implicades. Cal recordar que la Resolució de 14 d'abril de 2010 havia qualificat de prohibits i nuls els contractes subscrits entre determinats prestadors de televisió i clubs de futbol per a l'emissió de partits de futbol amb una vigència superior als tres anys a partir de la temporada 2012-2013, malgrat que, com ja s'ha dit, la LGCA estableix com a màxim un límit de quatre anys. D'acord amb la Resolució de 14 d'abril de 2010, considerada incomplerta, la condició d'acords verticals de cessió exclusiva i total d'un producte essencial per al negoci de la televisió com és el futbol justificava reduir la limitació a tres anys perquè es tracta

15 <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=SNC%2f0029%2f13&Ambito=Sancionadores+Ley+30>

d'una pràctica que restringeix la competència i és imprescindible que existeixi una via alternativa d'accés als drets oberta en períodes de temps raonables i proporcionals. La Resolució de 14 d'abril de 2010, que també analitzava la conclusió de diversos pactes entre els clubs, considerats restrictius de la competència, va ser impugnada pels clubs implicats. La Sala Contenciosa Administrativa de l'Audiència Nacional va desestimar aquests recursos en sentències com les de **22 de febrer de 2013 recaiguda en el recurs 371/2013,**[16] **1 de març de 2013**[17] **i 19 de març de 2013**,[18] tot confirmant les consideracions de l'autoritat de la competència, que considera que la cessió de drets realitzada per llargs terminis de temps contradiu les normes del dret de la competència i, per tant, la seva validesa s'ha de subordinar a la limitació que estableix la resolució impugnada (tres anys).

2.1.3 Variacions sobtades de so en les interrupcions publicitàries

En l'àmbit de l'activitat televisiva cal destacar l'actuació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya en l'exercici del que estableix la lletra *i* de l'article 10 de la LCAC, que encomana al Consell la promoció de l'adopció de normes d'autoregulació del sector audiovisual. Així, aquest organisme ha impulsat un grup de treball format per diversos agents del sector el qual va adoptar, el setembre de 2012, **un codi d'autoregulació per tal d'evitar les variacions sobtades de so a la televisió en les interrupcions publicitàries i en els canvis de programes**.[19]

El codi signat és una iniciativa pionera a Espanya, fixa els paràmetres tècnics que han de permetre evitar els augments de so[20] esmentats i preveu crear

16 <http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=AN&reference=6651485&links=&optimize=20130311&publicinterface=true>

17 <http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=AN&reference=6651486&links=&optimize=20130311&publicinterface=true>

18 <http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=AN&reference=6668956&links=&optimize=20130403&publicinterface=true>

19 http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actualitat/notespremsa/69._Difer_ncies_so_25.09.12.doc

20 Com és sabut, el número 6 de l'article 98 de la LCA estableix que "Durant els períodes dedicats a la publicitat i als anuncis de televenda, els processos de tractament dels senyals originals no poden produir en els espectadors un increment sonor notòriament perceptible respecte de l'emissió immediatament anterior". En el mateix sentit, el número 2 de l'article 14 de la LGCA.

un comitè de seguiment que ha de vetllar pel compliment de les restriccions establertes. El codi el van signar les entitats següents:

- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)
- Emissions Digitals de Catalunya SAU (8tv)
- Informació i Comunicació de Barcelona, SPM (Barcelona TV)
- Xarxa Audiovisual Local (XAL)
- Associació Catalana de Concessionaris Privats de la TDT Local
- Associació de Mitjans de Proximitat
- Coordinadora de Televisions Públiques Locals
- Mediaproducción, SL (Mediapro)
- Associació Empresarial de Publicitat
- Enginyeria i Arquitectura La Salle
- Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de Telecomunicació de Barcelona de la Universitat Politècnica de Catalunya (ETSETB-UPC)

2.2 Radiodifusió sonora

2.2.1 Retransmissió radiofònica del futbol

El **Reial decret llei 15/2012, de 20 d'abril, de modificació del règim d'administració de la Corporació RTVE, que preveu la Llei 17/2006, de 5 de juny**,[21] va modificar la regulació de la contractació exclusiva dels drets audiovisuals, aplicable, fins al moment d'aquesta modificació, només als continguts televisius, amb una incidència important pel que fa a la radiodifusió sonora.

El Reial decret llei estén l'àmbit d'aplicació de la secció 3a del capítol II del títol II de la LGCA també a les ràdios i afegeix un apartat 4 a l'article 19, el qual reconeix el dret dels prestadors de ràdio a accedir als estadis i als recintes corresponents per tal de retransmetre els esdeveniments esportius que hi tinguin lloc. Com a contraprestació, els prestadors de ràdio que facin ús d'aquest dret han de satisfer una compensació econòmica que cobreixi les despeses causades.[22] La

[21] <http://www.boe.es/boe/dias/2012/04/21/pdfs/BOE-A-2012-5338.pdf>

[22] L'apartat 4 de l'article 19 de la LGCA va modificar l'anterior règim jurídic de l'article 2 de la Llei 21/1997, de 3 de juliol, d'emissions i retransmissions de competicions i esdeveniments esportius, derogada per la LGCA, d'acord amb el qual els mitjans de comunicació social disposaven de lliure

llei preveu que la quantia de la compensació l'han de fixar les parts i, en cas de conflicte, n'encomana a la CNMC (la qual ha assumit les competències de l'antiga Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en endavant CMT) la resolució, amb caràcter vinculant.

La CNMC (antiga CMT) va fixar,[23] com a mesura cautelar, el preu de 95 euros per estadi i partit. La Resolució de 29 de novembre de 2012 va establir, com ja s'ha dit, la compensació en 85 euros per estadi i partit, interpretant, d'acord amb l'exposició de motius del Reial decret llei 15/2012 que els prestadors de ràdio han d'abonar les compensacions només quan exerceixin el dret de comunicar informació i que la quantia a pagar ha de correspondre exclusivament als costos de manteniment de les cabines dels recintes i dels serveis necessaris que els prestadors utilitzin en l'exercici del seu dret. La Resolució també estableix que la determinació d'un cost per temporada és desproporcionada i contrària a la llei i les despeses comunes i d'estructura no estan directament relacionades amb l'exercici del dret a donar informació i són despeses que el club tindria igualment amb independència de si els prestadors de ràdio en fan ús o no.

Els prestadors privats de ràdio també han mantingut un conflicte amb els titulars dels drets de retransmissió a causa de la negativa per part de diversos prestadors públics i privats de ràdio, la FORTA i l'Associació Espanyola de Radiodifusió Comercial (AERC) a negociar l'adquisició de drets de retransmissió propietat d'una societat privada i comercialitzats per la LFP. Aquests darrers van denunciar els fets com a conductes destinades a impedir, restringir i falsejar la competència en el mercat dels drets de radiodifusió de partits de futbol. Per contra, els prestadors de ràdio van considerar que les retransmissions radiofòniques estan cobertes pel dret constitucional a donar informació, ja que, a diferència de la televisió, es contrauen a "la versió subjectiva i personal del professional de la informació".

---

accés als estadis i recintes esportius quan exercien el dret a la informació. Aquest dret donava als prestadors de televisió la facultat de prendre imatges i emetre extractes de l'esdeveniment d'una durada no superior a tres minuts, i als prestadors de ràdio i als mitjans de premsa escrita, sense limitacions.

[23] Resolució de 26 de juliol de 2012.

La CNMC (antiga CMT) va desestimar la denúncia, mitjançant la **Resolució de 31 de juliol de 2012**,[24] la qual argumenta, entre altres aspectes, que la modificació que va dur a terme el Reial decret llei 15/2012, de 20 d'abril, de modificació del règim d'administració de la Corporació RTVE, que preveu la Llei 17/2006, de 5 de juny, que s'acaba de comentar, va posar fi a la controvèrsia relativa a la diferent naturalesa de les retransmissions radiofòniques i les televisives i, per tant, les primeres s'han de considerar sota la protecció del dret constitucional de donar informació.

2.2.2 Concentració Vocento-Cope

En l'àmbit radiofònic també es va autoritzar una concentració rellevant, no des del punt de vista de la propietat empresarial, però sí del control amb efectes sobre la programació. Ens referim a l'acord de col·laboració empresarial entre Radio Popular, SA, i Vocento, SA. La col·laboració afecta la cadena radiofònica estatal Punto Radio i s'instrumentalitza mitjançant tres aspectes globals: "l'emissió en cadena de programacions radiofòniques de COPE en les llicències pròpies i en les emissores associades de Punto Radio; l'adequació de les línies editorials entre el diari *ABC* (propietat de Vocento) i l'esmentada programació en cadena en els respectius mitjans de comunicació i la col·laboració mútua entre ells". Per tant, la CNMC (antiga CNC) va considerar que es tractava d'una operació de concentració atesa l'existència de circumstàncies que atorguen una posició d'influència sobre una empresa, en aquest cas de la Cope en relació amb les emissores de la cadena Punto Radio, propietat de Vocento, SA. La CNMC (antiga CNC) va sotmetre l'aprovació de l'operació al compliment de determinades condicions proposades per les parts notificants, mitjançant **Resolució de 13 de març de 2013**.[25]

Les condicions afecten les emissores de determinades localitats per tal d'evitar efectes anticompetitius en el mercat de publicitat de ràdio en emissores privades comercials en aquest àmbits locals.

---

24 <http://www.cncompetencia.es/Inicio/GestionDocumental/tabid/76/Default.aspx?EntryId=185727&Command=Core_Download&Method=attachment>

25 <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=C%2f0493%2f13&Ambito=Concentraciones>

Arran d'aquest acord de col·laboració, diverses emissores, tres de les quals a Catalunya, han modificat el producte radiofònic que emetien i l'han substituït per Rock FM.

2.2.3 CAC: concurs públic d'adjudicació de 23 llicències de ràdio

Finalment s'ha de fer esment a **l'Acord 66/2013, de 15 d'abril, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya** d'aprovació del concurs públic per adjudicar 23 llicències per a la prestació de serveis de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència perquè siguin explotades comercialment. Del total de les 23 freqüències objecte del concurs, 22 havien estat assignades pel Govern de la Generalitat de Catalunya al Consorci de Comunicació Local fins que la Sentència 262/2011, 30 de març de 2011, del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya va ordenar que es destinessin a la gestió privada. La freqüència restant correspon a la zona de servei de Tremp, que en el moment de la convocatòria del concurs es trobava vacant.

2.3 Serveis de comunicació audiovisual que no utilitzen l'espectre radioelèctric

L'any 2012, mitjançant l'Acord 65/2012, de 26 d'abril, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar la **Instrucció general sobre les condicions i el procediment de la comunicació prèvia per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual mitjançant tecnologies altres que l'espectre radioelèctric**.[26] Es complia així amb el mandat de l'article 63 de la LCA, d'acord amb el qual les condicions i el procediment de comunicació prèvia a l'inici de l'activitat s'han d'establir per instrucció del Consell.[27]

El títol primer de la Instrucció estableix l'objecte i l'àmbit d'aplicació subjectiu de la Instrucció general, així com les definicions operatives a l'efecte de

---

[26] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Instrucci__versi__per_al_DOGC__catal__.pdf>

[27] Com és sabut, la prestació dels serveis de comunicació audiovisual radiofònics, televisius i connexes i interactius requereix una comunicació fefaent amb caràcter previ a l'inici de l'activitat, llevat si es presten a través d'ones hertzianes, ja que en aquest supòsit es requereix l'atorgament d'una llicència (apartats 2 i 3 de l'article 22 de la LGCA i apartat 1 de l'article 60 de la LCA). El procediment regulador s'ha de fixar pel Govern de l'Estat o per la comunitat autònoma en el marc del seu àmbit competencial (apartat 1 de l'article 23 de la LGCA).

les previsions que conté l'articulat. Pel que fa al règim jurídic, es recullen i es desenvolupen les qüestions següents:

- la subjecció i la finalitat de la comunicació prèvia;
- els requisits que ha de contenir (entre d'altres, personalitat, nom i resta de dades identificatives que, en els cas de societats, fan referència a l'estructura del capital i els òrgans de decisió, el domicili, la tecnologia de difusió i la designació del tercer, si n'hi ha, que realitza aquesta difusió, la descripció del servei i el nom comercial i la descripció dels continguts);
- el procediment de declaració;
- l'acreditació del dret a prestar els serveis que es comuniquen i, si escau, la disconformitat amb la comunicació per part del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que ha de ser motivada, en els supòsits de manca d'aportació de dades o de documents o quan l'activitat o els continguts a difondre siguin contraris a la normativa substantiva aplicable.

També es preveu la inscripció dels canvis substancials que afectin els serveis comunicats, la confidencialitat de les dades i el règim sancionador en el cas d'incompliment de les obligacions que estableix la Instrucció general.

La prestació del servei es pot iniciar en el termini d'un mes, a comptar des que es presenti la declaració de comunicació prèvia, si el Consell de l'Audiovisual de Catalunya no en manifesta la disconformitat. En aquest supòsit, la persona titular acredita el seu dret a prestar els serveis de comunicació audiovisual sotmesos a comunicació prèvia mitjançant la declaració d'inscripció al Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya. La inscripció esmentada l'ha de fer d'ofici el Consell.

3. Impuls de la societat de la informació i del coneixement i convergència digital

3.1 Gestió de l'espectre radioelèctric

3.1.1 Espectre radioelèctric

El 14 de març de 2012 el Parlament Europeu i el Consell de la UE van aprovar la **Decisió 243/2012 UE, per la qual s'estableix un programa plurianual de política**

de l'espectre radioelèctric,[28] per a la planificació estratègica i l'harmonització de l'ús de l'espectre radioelèctric amb l'objectiu de garantir el funcionament del mercat interior en els àmbits de les polítiques de la UE que impliquin l'ús de l'espectre (comunicacions electròniques, investigació, desenvolupament tecnològic i espai, transport, energia i polítiques audiovisuals).

La Decisió augmenta la capacitat radioelèctrica (concretament 120 MHz) per impulsar el desenvolupament de les noves xarxes de connectivitat mòbil (4G) a la banda de 2 GHz. A hores d'ara, la banda de 2 GHz només s'utilitza per a les comunicacions sense fils d'acord amb el sistema UTMS (sistema universal de telecomunicacions mòbils), és a dir, les denominades xarxes 3G. Per aquest motiu, la Decisió preveu una flexibilització en l'ús d'aquest espai amb l'eliminació de barreres tecnològiques que permeti el desenvolupament de les xarxes de 4G en aquesta banda. L'ampliació que resultarà d'aquesta flexibilització suposa duplicar la magnitud d'espectre per a banda ampla sense fils d'alta velocitat i els estats membres resten obligats a obrir aquesta part de l'espectre abans del 30 de juny de 2014 mitjançant l'harmonització en l'atorgament de llicències. Això suposarà, en primer terme, evitar la fragmentació del mercat interior i un augment per a les oportunitats d'inversió dels operadors de telefonia en xarxes mòbils i, a més llarg termini, la possibilitat d'oferir als consumidors més velocitat en les transferències de dades i de serveis.[29]

3.2 Desenvolupament de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC)

3.2.1 Comissió Europea: Agenda Digital

El mes de març de 2010, la Comissió Europea va llençar l'estratègia Europa 2020 per superar la situació de crisi financera de l'any 2008 i per enfortir l'economia europea davant els reptes plantejats en un futur immediat. Europa 2020 es fixa com a objectius principals elevar els nivells d'ocupació, de productivitat i de cohesió social que exigeixen la mobilització de tots els actors econòmics europeus.

[28] < http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2012.081.01.0007.01.SPA>

[29] L'ampliació de l'accés a l'espectre radioelèctric reservat a les xarxes 4G contribuirà de forma substancial al compliment de l'objectiu de l'Agenda Digital per a Europa en matèria de banda ampla, consistent a garantir una cobertura universal de la banda ampla a la UE de, com a mínim, 30Mb/s el 2020.

Dins del pla estratègic Europea 2020, la Comissió va considerar un dels set eixos fonamentals sobre els quals es fonamenta Europa 2020, l'anomenada **Agenda Digital per a Europa, aprovada mitjançant la Comunicació (2010) 245, de 26 d'agost, de la Comissió al Parlament Europeu, al Consell, al Comitè Econòmic i Social Europeu i al Comitè de les Regions.**[30] L'Agenda Digital per a Europa respon al paper important que han de tenir les tecnologies de la informació i la comunicació (en endavant TIC) com a motor de creixement econòmic i es proposa explotar aquest potencial per afavorir la innovació, el creixement econòmic i el progrés.

L'Agenda Digital per a Europa proposa la creació d'un mercat digital únic que permeti aquest desitjable creixement de forma intel·ligent, sostenible i integradora, el qual s'enfronta a alguns obstacles importants com la fragmentació dels mercats digitals, la manca d'interoperabilitat, la poca confiança en la seguretat de les xarxes, la manca d'inversió en xarxes, els esforços escassos en investigació i innovació i la reduïda alfabetització i capacitació digitals. En resposta, l'Agenda Digital per a Europa ha definit els aspectes de l'actuació fins l'any 2020 següents:

- implantació del mercat únic digital, reforç de la interoperabilitat;
- consolidació de la confiança i la seguretat en línia;
- promoció d'accés a internet ràpid i ultraràpid per a tothom;
- inversió en investigació i innovació;
- foment de la cultura, les competències i la integració digital;
- rendibilitat de l'ús intel·ligent de la tecnologia pel que fa al conjunt de la societat.

3.2.2 Catalunya: Pla idigital

El 22 de maig de 2012 el Govern de la Generalitat de Catalunya va aprovar el **Pla idigital**, en el qual es recullen com a propis els objectius de l'agenda Digital per a Europa i s'estableix un model de col·laboració pública-privada per al desenvolupament de la societat digital a Catalunya. S'estableixen 17 iniciatives capaces d'involucrar els agents d'una cadena de valor en diferents àmbits (clúster

[30] <http://www.eurosfaire.prd.fr/7pc/doc/1274855938_com_2010_245_strategie_numerique.pdf

TIC, empresa, ciutadania i administració) per tal d'assolir l'any 2020 la desena posició del grup de les euroregions capdavanteres en desenvolupament de TIC. Això suposa un augment del creixement econòmic del 5% i, per tant, un increment d'un 11,2% del nombre de llars amb accés a internet (fins a 2.123.000 llars), una inversió d'un 60% més en R+D+i (fins a 5.275 milions d'euros) i uns increments del 75% del nombre d'ocupats en ciència i tecnologia (fins a 1.300.000) i del 140,8% del nombre de patents TIC (fins a 1.150).

3.2.3 Espanya: Agenda Digital per a Espanya

El 15 de febrer de 2013, el Govern de l'Estat va aprovar **l'Agenda Digital per a Espanya**,[31] que substitueix l'anterior Plan Avanza 2 - Estrategia 2011-2015 l'any 2009 amb l'objectiu de definir l'estratègia per al desenvolupament i l'ús de productes i de serveis TIC avançats per ajudar al canvi de model econòmic mitjançant aquestes tecnologies.

L'Agenda Digital per a Espanya adopta objectius molts semblants als de l'Agenda Digital per a Europa, n'incorpora alguns més específics i propis, tant pel que fa a l'horitzó 2015 com a mitjà termini de l'any 2020, i manté els aspectes del Plan Avanza 2 que han produït millors resultats, en concret, la digitalització dels serveis públics (justícia, sanitat i educació).

3.3 Convergència digital

3.3.1 Llibre Verd sobre la convergència digital de la Comissió Europea

El 24 de abril de 2013 la Comissió Europea va adoptar el **Llibre Verd "Preparar-se per a la convergència plena del món audiovisual: creixement, creació i valors",**[32] a través del qual va obrir una consulta pública sobre la convergència dels mitjans de comunicació i la televisió connectada. Cal considerar el fet que, malgrat que la convergència en els mitjans de comunicació no és un fenomen recent, sí que és una realitat que s'ha vist especialment accelerada per les innovacions tecnològiques que han facilitat la difusió dels continguts audiovisuals mitjançant diferents dispositius, fàcils d'utilitzar i accessibles per a tothom. Aquesta nova

[31] <http://www.agendadigital.gob.es/Paginas/Index.aspx>
[32] <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/consultations-media-issues>

realitat ja és objecte de debat en diversos països de la UE. El Llibre Verd no pressuposa cap actuació, però la Comissió té la voluntat d'explorar respostes reglamentàries i polítiques que incloguin l'autoregulació.

Les qüestions que se sotmeten a consulta (concretament 21 preguntes):

- model i estratègia adequats per afrontar la convergència progressiva i la competència internacional creixent, especialment la dels EUA;
- foment i protecció de principis fonamentals europeus com la llibertat i la pluralitat dels mitjans de comunicació o la protecció de la infància i altres interessos dels consumidors;
- promoció dels entorns tecnològics adequats per desenvolupar un mercat digital únic;
- contribució dels agents en la nova cadena de valor;
- paper del sector públic en qüestions com els mecanismes de filtratge en l'accés als continguts o el nivell d'obertura de les plataformes tecnològiques;
- possible modificació de les pràctiques comercials en relació amb continguts de gran audiència.

Per tant, la consulta abasta els elements que es consideren essencials per configurar aquest futur: mercat suficientment gran per créixer, entorn competitiu, voluntat de canviar els models de negoci, interoperabilitat i creació d'una infraestructura adequada.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va respondre el qüestionari,[33] després d'haver creat unes sessions de treball amb els principals agents implicats, organitzades per àmbits temàtics. Per tant, es pot dir que el CAC va servir de plataforma per a una resposta conjunta dels principals interessos del sector a Catalunya. Entre els participants destaquen:

- Mitjans: TV3, BTV, 8tv, Cugat TV
- Telecomunicacions: Abertis, COEINF, CETC
- Universitats: UAB, UPC, UPF
- Publicitat: Associació Empresarial de Publicitat, Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya

[33] <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/consultation-green-paper-preparing-fully-converged-audiovisual-world-growth-creation-and-values>

- Valors: Fòrum d'Entitats de Persones Usuàries de l'Audiovisual, Telespectadors Associats de Catalunya
- Indústria: PROA, Associació Catalana de Concessionaris Privats de TDT Local, ICEC (Dept. Cultura)

En aquest document, el CAC deixava clara la necessitat de donar preeminència i visibilitat als continguts de servei públic en el nou context convergent. S'argumentava que en un context analògic, l'escassetat de l'oferta imposada per raons tecnològiques obligava a adoptar mesures com ara la normativa *must-carry*, en virtut de la qual un operador/prestador havia de transmetre el senyal de determinats serveis públics o considerats d'interès general. En canvi, en un context digital amb una capacitat de transmissió gairebé il·limitada, les obligacions *must-carry* són clarament insuficients. En aquest sentit, la resposta del CAC s'alineava amb el Parlament Europeu i el seu *Report on Connected TV*,[34] aprovat el juny de 2013 per l'eurocambra, en què es declara que: "Les normes *must-carry* han de ser complementades per normes *must-be-found*. Aquells prestadors de continguts a qui els estats membres assignin una funció de servei públic, que ajudin a promoure objectius d'interès públic, o que duen a terme activitats que mantenen la qualitat i la independència informativa i promouen la diversitat de l'opinió [pública], han de tenir un estatus apropiadament privilegiat (*appropriately* privileged status), en relació amb la visibilitat (*findability*) en plataformes híbrides (inclosos els portals, les *home pages* i les EPG). Aquells que estan subjectes a les normes més estrictes en serveis de mitjans lineals i no lineals, establerts per la DSCA, o que voluntàriament assumeixen el compliment d'aquestes normes, haurien de tenir l'oportunitat, en conseqüència, d'obtenir una posició més visible a les plataformes." (pàgines 14-15).

En el cas de Catalunya, complementava el CAC, la llengua ha de ser un criteri fonamental a l'hora d'establir quins són els continguts de servei públic i d'interès general que han de gaudir d'una visibilitat privilegiada. Així, els continguts

[34] <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2013-0212+0+DOC+PDF+V0//EN>

en català han d'aparèixer com a primeres opcions per a l'usuari connectat a Catalunya en totes les plataformes de distribució.

3.3.2 Protecció dels menors

La convergència planteja reptes de molta transcendència i molt especialment pel que fa als continguts i la **protecció dels menors**, ja que garantir-ne la seguretat és un dels compromisos claus de l'Agenda Digital per a Europa. Per aquest motiu, la **Comunicació de 2 maig de 2012 de la Comissió Europea**[35] estableix un pla destinat a oferir als menors les competències i les eines digitals necessàries per tal que es puguin beneficiar del món digital de forma segura. La nova estratègia té la intenció de crear un mercat de continguts educatius, creatius i interactius en línia mitjançant una aliança entre tots els agents del sector (la Comissió i els estats membres, els operadors de telefonia, els fabricants de terminals i els proveïdors de continguts en xarxes socials). La divergència de plantejament entre els diferents estats membres té com a conseqüència l'existència de diferents nivells de capacitació i protecció dels menors i fa difícil homogeneïtzar les possibles mesures, però també la comercialització de productes i de serveis digitals per als menors (fragmentació del mercat).

La Comissió proposa diverses mesures que s'articulen entorn de quatre eixos principals:

- foment de la producció de continguts interactius i educatius en línia i desenvolupament de plataformes tecnològiques amb accés a continguts adaptats a l'edat;
- desenvolupament de l'alfabetització digital i mediàtica dels infants;
- creació d'un entorn segur en el qual els pares i els menors estiguin protegits;
- foment i col·laboració de la lluita contra la difusió digital de material pornogràfic.

[35] <http://www.guiafc.com/images/pdfs/2012-COM-196.pdf>

En el mateix sentit, la **Resolució de 20 de novembre de 2011 del Parlament Europeu, relativa a la protecció dels menors en el món digital**,[36] i, concretament, pel que fa als nous mitjans de comunicació, ja reiterava la importància de fomentar l'educació i la formació dels menors, dels pares, dels educadors, dels professors i dels educadors socials que permeti identificar els riscos i elegir "de forma conscient i crítica" l'ús de la xarxa, i transmeti els "valors fonamentals sobre la convivència i el tracte respectuós i tolerant entre les persones". Demana a la Comissió la inclusió, com a prioritat en les polítiques en la matèria, de la protecció dels menors davant la publicitat enganyosa en televisió i internet, especialment pel que fa a la comercialització de substàncies nocives com ara l'alcohol.

Destaca l'actuació del CAC en la matèria. Així, **el 30 de setembre de 2013,** el president del Consell, Roger Loppacher, i el president de l'autoritat de regulació per als mitjans comercials de Baviera, la Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Siegfried Schneider, van signar al Parlament de Catalunya un **conveni de col·laboració** per coordinar mesures de protecció dels menors i d'altres col·lectius vulnerables en el marc de la televisió connectada per tal d'impulsar la regulació dels nous serveis audiovisuals. L'objectiu és incidir en les noves formes de senyalització i de control parental, mitjançant les guies de programació electròniques, i promoure iniciatives d'alfabetització mediàtica dels infants i dels joves. El conveni també proposa l'actuació transfronterera de les autoritats reguladores, atesa l'extensió de l'accés a continguts per internet, i l'adopció de mesures de sostenibilitat econòmica del sector audiovisual.

Igualment, cal destacar la modificació dels apartats 2 i 5 de l'article 7 de la LGCA realitzada per **la Llei 6/2012, d'1 d'agost, de modificació de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, per flexibilitzar les modalitats de gestió dels serveis públics de comunicació audiovisual autonòmics**,[37] en relació amb la prohibició d'emetre continguts perjudicials per als

[36] <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P7-TA-2012-0428+0+DOC+PDF+V0//ES>

[37] La Llei 6/2012, d'1 d'agost, és objecte d'una anàlisi més extensa en l'apartat *prestadors públics* d'aquest capítol.

menors tant pel que fa a emissió en obert com d'accés condicionat i els sistemes de codificació digital per permetre exercir el control parental.

4. Actors del sector audiovisual

4.1 Prestadors públics

La necessitat d'adequar les administracions públiques a un escenari d'austeritat, de reducció de despeses i de simplificació d'estructures també ha comportat una activitat legislativa amb incidència directa i molt rellevant en els prestadors públics dels serveis de comunicació audiovisual. En relació amb aquests prestadors, s'han de posar en relleu les novetats següents:

4.1.1 Catalunya

El primer aspecte a destacar és l'entrada en vigor, el 28 de febrer de 2012, de la **Llei del Parlament de Catalunya 2/2012, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual**.[38] Les normes objecte d'aquesta modificació són:

- Llei 2/2000, del 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (LCAC)
- Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA)
- Llei 11/2007, de l'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (LCCMA)

D'acord amb el preàmbul d'aquesta llei, la modificació "no comporta un canvi conceptual ni substancial en el marc de referència legal general del sector audiovisual, dissenyat i configurat per la normativa sectorial vigent, sinó que, bàsicament, implica un canvi instrumental i organitzatiu que, bo i mantenint el model de comunicació de caràcter independent, ha de facilitar la governança del sistema i, alhora, fer-lo més eficient amb el consegüent estalvi de recursos. En la situació extraordinària de crisi econòmica actual, cal emmarcar aquesta actuació dins del context de mesures legislatives impulsades darrerament en altres àmbits de l'activitat de l'Administració catalana, d'acord amb els objectius definits en el

[38] <http://portaldogc.gencat.cat/utilsEADOP/PDF/6075/1226673.pdf>

Pla de Govern 2011-2014, que pretenen l'agilitat i la reestructuració administrativa i la simplificació i racionalització de la regulació administrativa".

Així, en relació amb la LCA, les modificacions afecten aspectes diversos:

a) es permet la possibilitat que els prestadors de serveis de comunicació audiovisual puguin emetre tot tipus de continguts (publicitaris i no publicitaris) per encàrrec de les administracions públiques, fins i tot en el supòsit que l'ens local presti directament el servei públic de comunicació audiovisual d'àmbit local. Aquests continguts, però, han de complir els principis de servei públic que estableix la llei, la responsabilitat editorial dels quals continua sent de l'ens públic contractant;
b) s'assigna al Govern de la Generalitat l'exercici de les potestats d'inspecció, de control i de sanció de la prestació de serveis de comunicació audiovisual sense el preceptiu títol habilitant;
c) en relació amb l'esmentada prestació dels serveis de comunicació audiovisual sense títol habilitant, s'amplien els subjectes responsables de la comissió d'aquesta infracció i estableix *ex novo* el concepte de *col·laborador necessari* per a la prestació d'aquests serveis (distribuïdors, prestadors de serveis de suport, etc.), és a dir, totes aquelles persones "la intervenció de les quals és necessària o transcendent per a la prestació esmentada";
d) s'estableix que les instruccions generals que dicti el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, atesa la seva naturalesa de norma reglamentària, han de respectar els principis de simplificació administrativa, menor restrictivitat i lliure competència.

Per la seva banda, les reformes que afecten la LCAC se centren, fonamentalment, en una reducció del nombre de membres del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (que passa de tenir deu membres a tenir-ne sis). Aquest aspecte de la modificació en l'estructura de l'organisme s'acompanya d'altres canvis per dotar de coherència la nova composició del Consell, que afecten el sistema de renovació parcial i diferents quòrums de convocatòria i d'assistència. Aquestes disposicions es faran efectives a mesura que els actuals membres perdin aquesta condició d'acord amb el que estableix la LCAC mateixa. La nova

composició del Consell implica també la modificació del quòrum de constitució del Ple amb la presència mínima de 3 membres, que és, també, el mínim necessari per convocar-lo, tot mantenint, però, els sistemes de majoria anteriors per a l'adopció d'acords.

La Llei 2/2012, de 22 de febrer, també aborda la reestructuració de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals mitjançant la modificació de la Llei 11/2007, de l'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. D'acord amb el preàmbul de la llei de modificació, "l'experiència dels darrers anys recomana revisar el funcionament dels òrgans rectors dels mitjans públics de comunicació audiovisual. La racionalització de les estructures i la redistribució de les funcions d'aquests òrgans rectors podrien afavorir una gestió i una estratègia empresarials més àgils i eficients, amb el consegüent estalvi de costos que comportaria la reordenació del vèrtex directiu de la Corporació". També es justifica la modificació amb la necessitat que té la Corporació de definir determinats objectius i molt especialment elaborar i aprovar el contracte programa que ha de regir la seva actuació en els següents quatre anys.[39] Per aquest motiu, es redueix el nombre de membres del Consell de Govern i del Consell Assessor de Continguts i de Programació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i se suprimeix la figura de director o directora general que estableix la Llei 11/2007, de l'11 d'octubre, com a òrgan executiu de la Corporació. Les funcions d'aquesta figura s'addicionen a les del president o presidenta del Consell de Govern, que, d'aquesta manera, assumeix la direcció executiva ordinària de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Un dels aspectes que recull la proposta del contracte programa de la Corporació per al període 2013-2016 planteja un nou model organitzatiu "basat en la unificació de societats, que supera la gestió diferenciada per mitjans i prioritza una visió multiplataforma de la creació i la distribució de continguts". L'objectiu d'aquesta reorganització és "garantir la viabilitat i la sostenibilitat del servei públic de comunicació que ofereix la CCMA, mantenint l'oferta actual". En

[39] El Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va aprovar el maig de 2013 la proposta de contracte programa 2013-2016. Per la seva part, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar l'informe preceptiu que determina l'apartat 2 de l'article 31 de la LCA, mitjançant Acord 143/2013, de 30 d'octubre. A desembre de 2013, el contracte programa esmentat estava pendent d'aprovació.

aquest sentit, el Govern de la Generalitat va aprovar, mitjançant l'Acord de 25 de juny de 2013,[40] la fusió per absorció de la societat gestora de la ràdio pública catalana (Catalunya Ràdio Servei de Radiodifusió de la Generalitat de Catalunya, SA) per part de Televisió de Catalunya, SA, que va donar com a resultat la constitució d'una única societat anomenada Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA.

4.1.2 Espanya

Per la seva banda, els mitjans públics de titularitat estatal també han estat objecte de diversos canvis rellevants. Així, el **Reial decret llei 15/2012, de 20 d'abril, de modificació del règim d'administració de la Corporació RTVE, previst en la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal**,[41] l'objectiu principal del qual ha estat adaptar el règim d'administració de la Corporació RTVE, després de la renúncia o l'expiració de mandat del president i de set membres del Consell d'Administració de l'ens, va comportar una paralització de les activitats ordinàries de la corporació. Així, aquesta reforma legislativa pretén garantir que la renovació del Consell d'Administració pugui dur-se a terme en un període breu de temps.

També cal destacar diverses qüestions que han qüestionat alguns aspectes del sistema actual de finançament de la televisió pública estatal. Com és sabut, la Llei 8/2009, de finançament de la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola va suposar una reforma profunda del sistema de finançament dels mitjans públics de titularitat estatal. Entre altres qüestions, va suprimir la intervenció de TVE en el mercat publicitari, llevat, entre d'altres, del patrocini i l'intercanvi publicitari d'esdeveniments esportius i culturals que compleixin determinats requisits, és a dir, sempre que s'incloguin en el compliment de la seva missió de servei públic i no tinguin valor comercial (apartat 1 de l'article 7). La Llei 8/2009 establia com a fonts de finançament les aportacions pressupostàries de l'Estat, però també el

[40] <http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/acordgovernidioma/detall.do?id=3701>

[41] <http://www.boe.es/boe/dias/2012/04/21/pdfs/BOE-A-2012-5338.pdf>
Com ja s'ha comentat en l'apartat d'aquest capítol dedicat als serveis de radiodifusió sonora, el Reial decret-llei 15/2010 també ha modificat l'article 19 de la LGCA per tal de possibilitar als prestadors de serveis de comunicació audiovisual radiofònica el lliure accés als estadis i recintes per tal de retransmetre en directe esdeveniments esportius sense que els sigui exigible cap contraprestació.

pagament de determinats percentatges sobre els seus ingressos a les societats prestadores del servei de televisió (per ones, per satèl·lit i per cable) i una taxa sobre el rendiment de l'ocupació d'espai radioelèctric als operadors de telecomunicacions. Aquestes aportacions no poden superar les limitacions que estableixen l'apartat 4 de l'article 5 i els apartats 4 i 5 de l'article 6 de la Llei 8/2009, és a dir, el 25% (pel que fa a les realitzades pels operadors de telecomunicacions), el 15% (en el cas de les televisions en obert) i el 20% (televisions de pagament) del total d'ingressos previstos per la Corporació RTVE.

Així, en aplicació del mandat legal, pel que fa a l'any 2012, **l'Acord de 25 d'abril de 2013 de la CNMC** (antiga CMT)[42] va determinar "que les quantitats liquidades pel total d'operadors de comunicacions electròniques i pels prestadors del servei de televisió, tant en accés obert com condicional, no superen els límits que estableix la Llei, i en conseqüència no procedeix cap devolució als subjectes obligats al pagament de les aportacions establertes per l'esmentada Llei".

A més, en relació amb la mateixa qüestió, cal tenir en compte que l'establiment d'aquestes aportacions va suposar l'obertura, l'any 2011 d'un expedient contra Espanya per part de la Comissió Europea, perquè l'executiu europeu va considerar que aquesta obligació és incompatible amb el dret de telecomunicacions de la Unió, atès que les taxes específiques que es cobrin als operadors de telecomunicacions només es poden assignar al pagament de determinats costos administratius de reglamentació (autoritzacions i tasques de regulació) i han de ser objectives, transparents i proporcionades. Com a conseqüència d'aquest expedient, la Comissió va denunciar Espanya al Tribunal de Justícia de la Unió Europea, davant el qual es trametia un recurs contra la imposició als operadors de telecomunicacions francesos per part de l'Estat francès d'una taxa per al finançament de la televisió pública francesa, molt similar a la que va ser objecte de denúncia contra Espanya. Mitjançant **Sentència de 27 de juny de 2013**, el Tribunal de Justícia de la Unió Europea va desestimar el recurs interposat per la Comissió Europea contra França, i va establir que la taxa esmentada no infringeix l'article 12 de la Directiva 2002/20/CE del Parlament i del

[42] <http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=6381eacf-5afb-44c5-8942-6942514cbd63&groupId=10138>

Consell, de 7 de març, relativa a l'autorització de xarxes i de serveis de comunicacions electròniques. Aquesta sentència, que implica l'aprovació de la Unió Europea del model francès per a les televisions públiques, va suposar també la renúncia del procediment obert contra Espanya.

4.1.3 Flexibilització de la gestió de serveis audiovisuals autonòmics de titularitat pública

L'article 40 de la LGCA, que defineix el servei públic de comunicació audiovisual com un servei essencial d'interès econòmic i atribueix la facultat de prestar aquest servei a l'Estat, les comunitats autònomes i les entitats locals, també va ser objecte d'una modificació significativa mitjançant **la Llei 6/2012, d'1 d'agost, de modificació de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, per flexibilitzar les modalitats de gestió dels serveis públics de comunicació audiovisual autonòmics**.[43] Davant "la situació econòmica i la necessitat per part del conjunt de les administracions públiques d'emprendre actuacions que facilitin la consolidació pressupostària i el sanejament dels comptes públics", aquesta Llei proposa flexibilitzar la forma de gestió del servei pel que fa a les comunitats autònomes mitjançant una nova redacció de l'article 40 de la LGCA, per tal de possibilitar a les comunitats autònomes que optin per prestar el servei bé mitjançant una gestió directa, bé fent ús de fórmules alternatives que poden incloure col·laboracions publiques i privades, i, per tant, oferint-los l'alternativa de prestar el servei en forma de gestió indirecta.

La primera comunitat autònoma que va harmonitzar la seva normativa a les modificacions que estableix la Llei 6/2012, d'1 d'agost, va ser Múrcia, mitjançant la **Llei 10/2012, de 5 de desembre, de modificació de la Llei 9/2004, de 29 de desembre, de creació de l'empresa pública regional Radiotelevisió de la Regió de Múrcia**.[44]

D'altra banda, la **Llei 4/2013, de 27 de novembre, de supressió de la prestació dels serveis de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat, així com de dissolució i liquidació de Radiotelevisión**

[43] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2012/08/02/pdfs/BOE-A-2012-10385-C.pdf>
[44] <http://www.boe.es/boe/dias/2013/02/20/pdfs/BOE-A-2013-1873.pdf>

Valenciana, SAU,[45] va suposar el tancament de la televisió de gestió pública autonòmica d'aquesta comunitat. La Llei 4/2013, de 27 de novembre, va ser objecte d'un recurs d'inconstitucionalitat interposat pel Grup Parlamentari Socialista al Congrés dels Diputats, el qual es va admetre a tràmit mitjançant Providència de 10 de març de 2014 del Ple del Tribunal Constitucional.[46]

4.1.4 Reforma del sector públic local

La **Llei 27/2013, de 27 de desembre, de racionalització i sostenibilitat de l'Administració local**[47] aborda una profunda reforma del sector públic local. En concret, implanta el principi "una administració, una competència". Pretén evitar:

- les duplicitats en l'exercici de les competències locals,
- la racionalització de l'estructura organitzativa de les administracions locals,
- el control financer i pressupostari més rigorós de les actuacions locals, i
- l'afavoriment de la iniciativa econòmica privada limitant les intervencions administratives desproporcionades.

Si bé es pot dir que aquesta Llei no incideix directament en les lleis sectorials de comunicació audiovisual, sí que té una incidència clara en alguna de les fórmules més habitualment utilitzades per gestionar el servei públic de comunicació audiovisual en l'àmbit local de Catalunya.

D'entre aquestes modificacions, en destaquen tot un seguit de mesures, limitacions i prohibicions pel que fa als ens instrumentals creats pels ens territorials locals. Així, obliguen a la racionalització i el sanejament d'aquests ens i, en alguns supòsits, fins i tot la dissolució o la prohibició de constituir-ne de nous. L'impacte de les mesures varia substancialment en funció de la situació economicofinancera en la qual es trobin, de manera que, amb caràcter general, en cas d'equilibri o de superàvit no estan sotmesos a gran part de les mesures que s'hi preveuen. Per contra, si estan sotmesos a un pla economicofinancer o d'ajust, es prohibeix la realització d'aportacions patrimonials, ampliacions de capital o altres operacions anàlogues que impliquin actuacions futures. L'aplicació

[45] <http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=010860/2013>
[46] <https://www.boe.es/boe/dias/2014/03/15/pdfs/BOE-A-2014-2742.pdf>
[47] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2013/12/30/pdfs/BOE-A-2013-13756-C.pdf>

d'aquestes mesures depèn, per tant, de la tipologia del ens instrumentals, si són de nova creació i si són de primer o de segon nivell.

4.2 Prestadors privats

4.2.1 Concentració del sector televisiu espanyol: Atresmedia i Mediaset[48]

Alguns prestadors privats dels serveis de comunicació audiovisual televisiva d'àmbit estatal han protagonitzat alguns fets rellevants al llarg dels anys 2012 i 2013. Cal posar en relleu l'operació de concentració consistent en la presa del control exclusiu de la societat Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, (en endavant la Sexta) per part d'Antena 3 de Televisión, SA, (en endavant Antena 3), notificada a finals de l'any 2011 a la CNMC (antiga CNC). L'operació va provocar l'obertura de l'expedient corresponent, que es va tancar mitjançant la **Resolució de 13 de juliol de 2012** de l'autoritat reguladora esmentada. La CNMC (antiga CNC) va considerar necessari sotmetre l'aprovació de l'operació al compliment de les condicions que s'hi estableixen, atès que, segons aquest organisme, la concentració podria afectar diversos mercats rellevants, especialment el de la publicitat televisiva.

Les principals condicions a les quals el Govern va subordinar l'operació, tot modificant les incloses per la CNMC, afecten principalment el mercat publicitari i, entre d'altres, permeten comercialitzar espais publicitaris mitjançant una única societat (davant l'obligació de separar-les imposada per l'autoritat de la competència), estableixen en un 22% (pel 18% establert per la CNMC) la limitació de l'audiència semestral conjunta perquè es permeti la venda de publicitat televisiva de l'entitat resultant, afecten determinades limitacions d'empaquetament i a la prohibició de vincular la comercialització d'espais publicitaris entre empreses del grup i estableixen les obligacions d'informació que s'ha d'incloure en l'oferta publicada de productes publicitaris. Altres condicions importants que es refereixen al mercat de la televisió són la impossibilitat d'ampliar l'oferta de canals de televisió en obert mitjançant l'arrendament de canals de TDT de tercers, la limitació de la durada dels contractes d'adquisició exclusiva de continguts i la comunicació de forma periòdica de la informació sobre la seva actuació en els

[48] Aquest apartat és complementari al punt 2.2 del capítol II.

mercats afectats (transparència informativa). Aquestes condicions tenen una vigència de tres anys (en lloc dels cinc anys que va plantejar la CNMC) i la vigilància del compliment correspon a aquest organisme.

Així, amb l'aprovació de l'operació entre laSexta i Antena 3, en el mercat de la televisió privada estatal per ones hi resten quatre prestadors, el perfil dels quals respon al que es consideren *conglomerats* o grups de societats, perquè tots quatre tenen presència, més o menys, en tot el procés i gestionen, a més de les televisions, altres mitjans de comunicació social (ràdios, premsa escrita) o empreses connexes. Aquests grups són: Mediaset, Atresmedia, Unedisa i Vocento.

4.3 Institucions

4.3.1 Creació de la Comisión Nacional de los Mercats y la Competencia

Mitjançant la **Llei 3/2013, de 4 de juny, de creació de la Comisión Nacional de los Mercats y la Competencia**[49] (en endavant, LCNMC), es van reunificar diverses autoritats reguladores sectorials de l'Estat espanyol en un únic organisme.

Els sectors sotmesos a l'actuació reguladora de la CNMC són:

- comunicacions electròniques (article 6),
- elèctric i del gas natural (article 7),
- servei postal (article 8),
- comunicació audiovisual (article 9),
- tarifes aeroportuàries (article 10), i
- serveis ferroviaris (article 11).

La Comissió la integren dos òrgans de govern (el president i el Consell, format al seu torn per dues sales, una que analitza les qüestions de competència i l'altra es dedica a l'actuació reguladora) i els seus membres són nomenats pel govern de l'Estat per un període de sis anys sense possibilitat de renovació.

El nou organisme (i en alguns casos, com es veurà més endavant, el Govern directament) assumeix, entre d'altres, les funcions que fins ara tenien atribuïdes la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) i el Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals (CEMA), els quals queden extingits d'acord amb la disposició addicional segona de la LCNMC. Pel que fa al CEMA, malgrat que no es va arribar a constituir, val a dir que tant la creació com la regulació d'aquest organisme les recollia el títol V de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (en endavant, LGCA), el qual va quedar derogat per la disposició derogatòria de la nova Llei.

Pel que fa a l'àmbit de la comunicació audiovisual, cal ressaltar que, tal com estableix l'article 9 de la LCNMC, el nou ens regulador assoleix les funcions que s'atribuïen al CEMA en relació amb en els articles de la LGCA següents:

- article 5: compliment de les obligacions dels prestadors estatals en matèria d'emissió i finançament d'obres europees;

[49] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2013/06/05/pdfs/BOE-A-2013-5940-C.pdf>

- article 6: compliment d'obligacions dels prestadors estatals del deure de transparència en la comunicació audiovisual;
- articles 7 i 8: compliment d'obligacions dels prestadors estatals en matèria de protecció de menors i discapacitats;
- article 12: compliment de l'ordenament jurídic i codis d'autoregulació dels continguts audiovisuals;
- articles 13 a 18: compliment d'obligacions dels prestadors estatals en matèria de publicitat;
- articles 19 a 21: compliment d'obligacions dels prestadors estatals en relació amb les limitacions per la contractació exclusiva de drets d'emissió, de l'emissió d'esdeveniments d'interès general i la compra de drets futbolístics).

Així mateix, la CNMC ha de vetllar pel compliment de les missions de servei públic encomanat als prestadors públic del servei de comunicació d'àmbit estatal, i ha de garantir la recepció i el compliment de la legislació de les emissions realitzades per prestadors establerts en el territori de la Unió Europea.

En matèria de comunicació audiovisual d'àmbit estatal es reparteixen altres funcions entre els actuals Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme i Ministeri de la Presidència. Pel que fa al primer, a més de les que ja tenia encomanades abans de l'entrada en vigor de la LCNMC, com ara l'adjudicació de llicències, s'hi afegeixen les relatives a alguns aspectes de l'exercici dels títols habilitants:

- comunicació d'inici de l'activitat,
- renovació, transmissió o extinció del títol,
- negocis jurídics que afectin al prestador,
- portar el registre de prestadors del servei de comunicació audiovisual, i
- certificar l'emissió en cadena de les televisions (disposició addicional setena).

Pel que fa al Ministeri de la Presidència se li encomana l'aprovació "del catàleg d'esdeveniments d'interès general per a la societat a què es refereix l'article 20.1 de la Llei 7/2010, de 31 de març, amb la consulta prèvia als prestadors del

servei de comunicació audiovisual i als organitzadors de les competicions esportives" (disposició addicional dotzena).

4.3.2 Comissió Europea: debat sobre la regulació del pluralisme en els mitjans

Neelie Kroes,[50] una de les vicepresidentes de la Comissió Europea i responsable de l'Agenda Digital per a Europa, va engegar entre altres iniciatives un debat en profunditat sobre les polítiques a implementar en el sector audiovisual.

Una de les línies de treball de l'Agenda Digital és impulsar la llibertat i el pluralisme en els mitjans de comunicació. Com a primera concreció, es van crear tres grups de treball:

1. L'octubre de 2011 es va crear el **High Level Group on Media Freedom and Pluralism (HLGMFP).**[51] El gener de 2013, el HLGMFP va fer públic l'estudi titulat *A free and pluralistic media to sustain European democracy.*[52]
2. El novembre de 2011 es va crear el **Centre for Media Pluralism and Media Freedom** (CMPF).[53] El febrer de 2013, el CMPF va publicar l'estudi *European Union Competences in Respect of Media Pluralism and Media Information*.[54]
3. Desembre de 2011 es va crear l'**EU Media Futures Forum (EUMFF)**. El juny de 2012, l'EUMFF va presentar el document *Fast-forward Europe: 8 solutions to thrive in the digital world*.[55]

Els tres informes aquí analitzats segueixen una línia de treball iniciada ja fa temps per la mateixa Comissió Europea. En aquest sentit, les aleshores comissària Viviane Reding i la vicepresidenta de la Comissió Margot Wallström van plantejar una revisió del concepte de *pluralisme*[56] el gener de 2007.

---

[50] Neelie Kroes (Rotterdam, Països Baixos 1941) és comissària de l'Agenda Digital per a Europa des de febrer de 2010. Així mateix, ocupa una de les sis vicepresidències de la Comissió Europea. Membre del partit liberal neerlandès VVD, va ser comissària de la Competència entre 2004 i 2009, essent precedida per Mario Monti i succeïda per Joaquín Almunia.

[51] <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/high-level-group-media-freedom-and-pluralism>

[52] <http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=9462>

[53] <http://cmpf.eui.eu/Home.aspx>

[54] <http://cmpf.eui.eu/Documents/CMPFPolicyReport2013.pdf>

[55] <http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/forum/report.pdf>

[56] Per a més informació, vegeu: Comunicat de Premsa, 16 gener 2007. <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-07-52_en.htm> [Consulta: març de 2013].

A banda dels precedents, els resultats dels grups de recerca impulsats per la comissària Kroes són rellevants. Una de les qüestions plantejades és la capacitat competencial de la Comissió Europea per regular el pluralisme en els mitjans de comunicació a escala europea. L'informe esmentat *A free and pluralistic media to sustain European democracy* del HLGMFP dóna arguments favorables en aquest sentit: la manca de regulació homogènia del mercat interior, explica l'informe, i en particular, en relació amb la propietat dels mitjans, amb la transparència de la propietat, amb el libel i amb el *copyright*, pot danyar el funcionament correcte del mercat interior. "Aquestes disfuncions normatives poden representar una amenaça per a la lliure circulació de béns i de serveis (matèria regulada pels articles 34 i 56 del Tractat de funcionament de la Unió Europea, TFUE) i per a la llibertat d'establiment (article 49 TFUE). La inseguretat jurídica causada per la manca d'un estàndard europeu té conseqüències directes per a la configuració i les inversions en el sector dels mitjans, de manera que es pot plantejar una iniciativa, com ara una Directiva, sobre la base de l'article 114 del TFUE, que permet una intervenció quan l'objectiu és l'establiment i el funcionament del mercat interior" (*A free and pluralistic media to sustain European democracy*, pàg. 80).

Així, la UE pot exercir la seves competències en aquells casos en què les normatives estatals i/o la seva aplicació distorsionin el correcte funcionament del mercat, *en aquells sectors no exclosos de forma expressa als tractats fundacionals*. D'acord amb aquest argument, s'obre la via per a una eventual intervenció de la UE mitjançant "la reconstrucció d'una competència indirecta sobre el pluralisme i la llibertat en els mitjans, que parteix de la necessitat

---

Aquesta iniciativa (anomenada *The three-steps Reading-Wallstörm approach*) era fruit de les conclusions de la Conferència de l'Audiovisual de Liverpool, celebrada el 2005 sota la presidència britànica de la UE. La proposta Reding-Wallstörm preveia tres fases. Amb tot, la iniciativa no va culminar, ja que només se'n van assolir els dos primers passos:

1. ***Commission Staff Working Paper on Media Pluralism***
   Document en què s'analitzaven les accions d'organismes externs a la UE, com el Consell d'Europa, en relació amb el pluralisme, així com un estudi detallat sobre els mercats i la legislació de cada Estat membre en matèria de propietat dels mitjans de comunicació.
2. ***Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-based Approach***
   Estudi en què es definien i es testaven indicadors concrets i objectius d'avaluació del pluralisme als estats membres de la UE.
3. **Comunicació de la Comissió sobre els indicadors del pluralisme en els mitjans de comunicació dels estats membres de la UE**
   Document que no es va arribar a elaborar.

d'harmonitzar una legislació nacional diversa sobre la matèria, com per exemple, regulant la propietat dels mitjans o la seva transparència en el sector de la radiodifusió" (*ídem*, pàg. 72).

En conclusió, "tot i que les competències de la UE sobre el pluralisme en els mitjans semblen fragmentades i escampades dins del sistema legal comunitari, és certament incorrecte afirmar que la UE no té competències en aquest camp." (*ídem*, pàg. 79).

Abreviatures

- **AERC**: Associació Espanyola de Radiodifusió Comercial
- **CCMA**: Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
- **CEMA**: Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals
- **CMT**: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
- **CNC**: Comissió Nacional de la Competència
- **CNMC**: Comisión Nacional de los Mercats y la Competencia
- **FORTA**: Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autonòmics
- **LCA**: Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya
- **LCAC**: Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya
- **LCCMA:** Llei 11/2007, de l'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
- **LCNMC**: Llei 3/2013, de 4 de juny, de creació de la Comisión Nacional de los Mercats y la Competencia
- **LFP**: Lliga de Futbol Professional
- **LGCA**: Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual
- **LRSAL:** Llei 27/2013, de 27 de desembre, de racionalització i sostenibilitat de l'Administració local
- **Llei 2/2012:** Llei del Parlament de Catalunya 2/2012, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual
- **Llei 6/2102:** Llei 6/2012, d'1 d'agost, de modificació de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, per a flexibilitzar les modalitats de gestió dels serveis públics de comunicació audiovisual autonòmics
- **R+D+i**: Recerca, desenvolupament i innovació

- **Reial decret 365/2010**: Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la TDT després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica
- **Reial decret 944/2005**: Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, d'aprovació del Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre
- **Reial decret 439/2004**: Reial decret 439/2004, de 12 de març, pel qual s'aprova el Plan técnico nacional de la televisión digital local
- **Reial decret-llei 15/2010**: Reial decret-llei 15/2012, de 20 d'abril, de modificació del règim d'administració de la Corporació RTVE, previst en la Llei 17/2006, de 5 de juny
- **UIT**: Unió Internacional de Telecomunciacions

Capítol II. Economia audiovisual a Catalunya

1. Presentació

Les principals magnituds econòmiques[1] disponibles a l'estadística oficial[2] indiquen que Catalunya l'any 2011 concentra més d'un 21% del total de les empreses audiovisuals del conjunt de l'Estat espanyol (1.999 de 9.456).[3] Pel que fa a les societats amb seu a Catalunya, un 87,29% s'agrupa en la divisió 59 (cinema, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so) davant d'un 12,70% que corresponen a la divisió 60 (ràdio i televisió).

En termes d'ocupació, el sector dóna feina a 12.749 persones, xifra que representa un 18,63% del total de treballadors a l'Estat espanyol. La distribució a Catalunya del personal ocupat és similar a anys anteriors, amb un predomini en les empreses de la divisió 59 on hi treballen 7.527 persones, una mica més de la meitat sobre la xifra total (59%). Aquesta proporció entre divisions queda més igualada a l'Estat espanyol, amb 35.549 ocupats en empreses agrupades en el codi 59 i 32.885 en la divisió 60.

Des d'una altra perspectiva, les quasi dues mil empreses de l'audiovisual català han generat l'any 2011 un valor afegit brut al cost dels factors de 684 milions d'euros, un 18,83% respecte el conjunt de l'Estat. En termes de volum de negoci, Catalunya representa un 20,41% del total del sector a Espanya i, d'aquest percentatge, més de tres quartes parts, un 84,63%, són generades per la divisió 59 (Cinema); a l'Estat espanyol la proporció entre divisions resta més ponderada.

Pel que fa a la dimensió del sector audiovisual a Catalunya, segons dades del DIRCE de l'Institut Nacional d'Estadística, l'exercici 2013 la xifra d'empreses ha patit una davallada respecte de l'any anterior, amb 64 empreses menys. Aquesta tendència s'ha donat també a escala estatal amb una reducció de 363

[1] Les macromagnituds econòmiques contemplades són: nombre d'empreses, volum de negoci, valor afegit brut, ocupats.

[2] Aquestes dades procedeixen de l'explotació que realitza l'Institut d'estadística de Catalunya (IDESCAT) del mòdul relatiu al sector audiovisual que s'inclou a l'Enquesta anual de Serveis de l'Instituto Nacional de Estadística (INE). Les xifres explotades corresponen a l'any 2011.

[3] La informació estadística de què es parteix es basa en el sistema de classificació d'activitats econòmiques CCAE 2009. La CCAE 2009 distingeix en l'àmbit de l'audiovisual dos grups d'empreses: les incloses en la divisió 59 –que treballen en "Activitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió i enregistrament– i les ubicades en la divisió 60 –empreses que treballen en "Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió".

societats. Així, Catalunya tanca el 2013 amb 1.796 empreses audiovisuals en actiu, un 19,68% del total de l'Estat espanyol (en valors absoluts, 1.796 de 9.123 societats). Si comparem la dimensió del parc empresarial audiovisual català amb la resta de comunitats autònomes, Catalunya manté la segona posició en proporció, darrere de la Comunitat de Madrid (un 33%, 3.035 empreses) i davant d'Andalusia (11%, 1.011 empreses).

Aquestes són algunes de les dades econòmiques que caracteritzen, a grans trets, l'audiovisual català. En aquest capítol s'analitzen amb més profunditat, en primer lloc els actors que hi formen part, sota l'epígraf "Prestadors de serveis audiovisuals de Catalunya", on es descriuen els principals prestadors públics i privats d'àmbit nacional, estatal i local i/o de proximitat amb activitat a Catalunya. A continuació en l'apartat titulat "Producció Audiovisual a Catalunya" es presenta el sector vinculat amb la producció de continguts i les seves macromagnituds econòmiques. En un tercer apartat es presenta l'estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya i finalment, el capítol es tanca amb l'epígraf titulat "Ajuts financers de caràcter públic al sector audiovisual" que indica les línies de suport que provenen d'organismes i/o institucions del sector públic.

2. Prestadors de serveis audiovisuals a Catalunya

2.1 Prestadors d'àmbit nacional

2.1.1 Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

Naturalesa jurídica i direcció

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) és l'ens que gestiona el servei públic de comunicació audiovisual d'àmbit català, mitjançant la societat anònima amb el mateix nom. Presidida des de març de 2012 per Brauli Duart i Llinares, les direccions de la televisió i la ràdio estan a càrrec de Eugeni Sallent i Garriga i Fèlix Riera i Pardo, respectivament, des del maig del mateix any.

Informació comercial del grup

Taula 1. Serveis comercials explotats per Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
33	Cultural	CAB, TDT, NET
3/24	Informatiu	CAB, TDT, NET
Esport3	Esportiu	CAB, TDT, NET
Super3	Infantil	CAB, TDT, NET
TV3	Generalista	ADSL, CAB, TDT
TV3 AD	Generalista en AD	TDT
TV3CAT	Internacional	ADSL, CAB, TDT (Illes Balears)
Ràdio		
Catalunya Ràdio	Generalista	FM, TDT, NET
Catalunya Informació	Informativa	FM, TDT, NET
Catalunya Música	Musical	FM, TDT, NET
Serveis a la xarxa		
iCat fm	Musical	NET
TV3alacarta	Vídeo en directe i sota demanda	NET
Pàgina a YouTube	Vídeo sota demanda	NET
Pàgina a Daily*Motion*	Vídeo sota demanda	NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).

Font: Elaboració pròpia amb dades de la CCMA i del web corporatiu.

La CCMA produeix en el període analitzat set canals de televisió i quatre de ràdio, amb diferent orientació, tant generalista com especialitzada, i amb cobertura nacional. En el cas de la televisió, són TV3, en *simultcast* en alta definició (TV3HD), el 33, que comparteix freqüència amb el Super3, el 3/24 –que el 2013 arriba al seu desè aniversari–, l'Esport3 i l'internacional TV3CAT. Aquesta distribució de continguts respon a una reordenació duta a terme l'octubre de 2012 en el context de contenció pressupostària i optimització de recursos de l'ens, i en la qual el canal 3XL, destinat al públic jove, desapareix i integra els seus continguts a TV3 i també a la combinació Super3/33; en aquesta mateixa reestructuració, Esport3 s'incorpora al primer múltiplex de Televisió de Catalunya, que compta amb una major cobertura a tot el territori català.

Mesos abans, al final del primer semestre de 2012, TV3CAT deixa d'estar disponible mitjançant el satèl·lit, mesura emmarcada igualment en els ajustaments pressupostaris de 2012, i que no afecta als continguts emesos ni a les emissions

de TV3 dintre del pla TDTSAT, que garanteix la recepció de TV3 en les zones de Catalunya on no arriba el desplegament de la TDT. Amb l'objectiu de promocionar la disponibilitat de TV3CAT mitjançant d'altres formes d'accés (ADSL i cable), la CCMA va posar en marxa una campanya informativa mitjançant la secció al web tv3.cat/veuretv3.

Quant a la ràdio, són quatre els productes en emissió, Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música i iCat.cat. El projecte radiofònic iCat inicia una evolució en el 2012, i en el darrer trimestre de l'any canvia de nom, d'iCatfm.cat a iCat.cat, en deixar d'emetre per FM i convertir-se en una emissora 100% digital que s'escolta a través del web icat.cat, els mòbils amb connexió a internet i la TDT.[4]

La concepció que manté l'ens públic de la seva oferta audiovisual és multiplataforma, amb la totalitat de la producció en emissió en obert a Catalunya per ones hertzianes (TDT i FM, menys en el cas d'iCat.cat); via TDT, a les Illes Balears també es pot veure TV3CAT, Super3/33 i 3/24. Mitjançant les plataformes de cable i d'ADSL a Catalunya s'hi pot accedir a TV3, Super3/33, 3/24 i Esport3 i fora del Principat, únicament a TV3CAT. La vessant internacional de TV3 també es pot veure des de l'estranger amb tecnologia HLS (HTTP Live Streaming), mitjançant un canal IP amb òptima qualitat de servei.

D'altra banda, a més de tenir secció pròpia a webs de publicació i distribució de continguts audiovisuals com YouTube o Daily*motion*, a través de la diversitat de dispositius amb connexió a internet, la CCMA posa a l'abast de les persones usuàries una oferta audiovisual àmplia (vegeu la taula 2).

Taula 2. TVC. Serveis audiovisuals disponibles als diversos dispositius amb connexió a la xarxa. Any 2013

Tipus de dispositiu		Tipus de servei				
		Vídeo sota demanda	Emissió en directe de TV3CAT	Requereix descàrrega d'aplicació	Ràdio en directe i a la carta	Requereix descàrrega d'aplicació
Ordinador	Ordinador	☑	☑		☑[A]	
	Ordinador amb sistema operatiu Windows 8	☑	☑	☑		
	Ordinador amb Windows	☑		☑		

[4] Alguns continguts d'iCat.cat es poden escoltar per FM a través de Catalunya Ràdio, de Catalunya Música i de Catalunya Informació.

	Media Center					
Televisions amb connexió a la xarxa	HBBTV	☑				
	LG	☑	☑	☑		
	Philips	☑				
	Samsung Smart TV	☑	☑	☑		
	Sharp Aquos Net+	☑	☑			
	Sony Bravia	☑				
Consoles	PS3	☑				
Mòbils i tauletes	Telèfons intel·ligents i tauletes tàctils	☑	☑ [B]	☑	☑	☑
	Telèfons equipats amb 3G	☑	☑		☑	
Altres dispositius	TiVo (ONO)	☑				
	Google TV	☑	☑	☑		

[A] A través d'internet, i per mitjà de qualsevol dispositiu amb connexió a la xarxa, els oients que utilitzen reproductors com ara iTunes, VideoLAN, WinAmp, MPlayer o Quicktime poden escoltar totes les emissions radiofòniques de la CCMA mitjançant unes adreces fixes disponibles al web de Catalunya Ràdio i en format SHOUTcast (m3u). També es posa a disposició de l'usuari la possibilitat de subscripció a *podcast*.
[B] També està disponible l'emissió en directe del 3/24.

Font: Elaboració pròpia amb dades de la CCMA i web de la Corporació.

Principals novetats de la CCMA

La CCMA, com a societat anònima, és resultat del procés de simplificació de l'estructura societària del grup, iniciat el març de 2011 pel Consell de Govern de la Corporació per tal d'optimitzar-ne l'eficiència organitzativa i la sostenibilitat. La reducció del nombre d'empreses s'engega amb la fusió per absorció de CCRTV Interactiva i Activa Multimèdia Digital per part de Televisió de Catalunya; un any després, el 2012, té lloc el mateix procés amb TVC Edicions i Publicacions, i ja el 2013 el Govern autoritza la fusió de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio en la única societat anònima resultant.

Taula 3. Resum d'empreses extingides. Anys 2011-2013

Exercici	Procés
2011	
CCRTV Interactiva, SA	Absorció i extinció per part de Televisió de Catalunya SA
Activa Multimèdia Digital, SL	
2012	
TVC Edicions i Publicacions, SA	Fusió per absorció per part de Televisió de Catalunya, SA i dissolució de la societat absorbida.
2013	
Catalunya Ràdio SGR, SA	Fusió per absorció per part de Televisió de Catalunya, SA, que canvia de denominació a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, i extinció de la societat absorbida.

Font: Elaboració pròpia amb dades de la CCMA.

D'altra banda, i d'acord amb el document *Memòria dels comptes anuals consolidats 2012*, la CCMA manté participacions en dues empreses més, Intracatalònia, SA i Audiovisual Sport SL, d'un 30 i d'un 20%, respectivament.

Taula 4. Societats participades per la CCMA. Desembre de 2013 (en percentatge)

Empresa	Participació
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA	100
TVC Multimèdia, SL	100
Intracatalònia, SA	30
Audiovisual Sport, SL	20

Font: Elaboració pròpia amb dades de la CCMA.

El març de 2013 el Consell de Govern de la CCMA aprova l'avantprojecte de pressupostos per a l'exercici en curs, amb una reducció del 17% respecte de l'any 2012, i amb una previsió de caiguda d'ingressos que comporta l'adopció d'un altre acord per aplicar polítiques de contenció pressupostària, fonamentalment una disminució del 18% en la despesa de personal i d'un màxim del 17% en la despesa corrent. Així, la disminució de 60 milions respecte del 2012 (348 milions) s'acorda que es reparteixi en 33 milions en l'apartat de continguts audiovisuals i inversions i 27 en el capítol de personal.

Amb aquesta planificació, durant el 2013 s'han adoptat diverses accions per controlar la despesa i gestionar els recursos de l'ens, com per exemple, reorganitzar les delegacions i els equips de treball, reduir la remuneració a un centenar de treballadors i, amb posterioritat, redimensionar les plantilles i les estructures directives de la CCMA, de Televisió de Catalunya i de Catalunya Ràdio. Tanmateix, la repercussió econòmica d'algunes d'aquestes mesures, com ara els procediments d'acomiadament col·lectiu o la baixada salarial –encara en procés de negociació en el moment d'elaboració d'aquest informe– es preveu que tingui efecte durant el següent exercici, motiu pel qual a principis de gener de 2014 el Consell de Govern aprova la liquidació pressupostària de l'any 2013 amb un dèficit provisional d'11 milions d'euros.

Pel que fa al funcionament i els diversos òrgans de gestió de l'ens,[5] durant el 2012 la CCMA ha experimentat canvis substantius introduïts mitjançant la Llei 2/2012, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual, a

[5] Consell de Govern i el president o presidenta, el director o directora general i el Consell Assessor de Continguts i de Programació.

la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA. Així, d'entre les variacions principals cal destacar la supressió de la figura del director general, i l'atribució de les seves funcions al president o presidenta del Consell. Així mateix, es redueixen el nombre de membres que integren el Consell de Govern, que passen de 12 a 6, i també del Consell Assessor de Continguts i Programació, que passen de 21 a 16.

Després de l'entrada en vigor de la norma, el Ple del Parlament, en la sessió del 28 de març de 2012, designa els nous membres del Consell de Govern:[6] Brauli Duart i Llinares –nomenat com a president–, Xavier Guitart i Domènech, Núria Llorach i Boladeras, Antoni Pemán Vicastillo, Armand Querol Gasulla i Josep Vilar Grèbol.[7] D'altra banda, també durant el 2012 el Ple del Parlament designa els setze nous membres integrants del Consell Assessor de Continguts i Programació, i en la direcció de les –aleshores encara existents– Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio; en el primer cas, Mònica Terribas i Sala deixa el càrrec el 2 de maig, i pren el relleu Eugeni Sallent i Garriga; pel que fa a la ràdio, i en el mateix període, canvia Ramon Mateu i Llevadot (que passa a ser Director d'Estratègia i Marca) per Fèlix Riera i Pardo.

2.1.2 Grupo Godó de Comunicación

Naturalesa jurídica i direcció

Grupo Godó de Comunicación és un hòlding empresarial amb forma jurídica de societat anònima que compta amb presència a Catalunya i a l'Estat espanyol en els sectors de la premsa diària –amb *La Vanguardia* com a capçalera del grup–, les revistes periòdiques, les edicions digitals, la ràdio, la televisió i en la producció audiovisual. Així mateix, com figura al seu portal d'informació corporativa a internet,[8] també disposa d'una central publicitària, d'una xarxa d'empreses de serveis de distribució i repartiment, i d'una fundació cultural.

[6] Resolució 517/IX, de 28 de març.
[7] Resolució 518/IX, de 28 de març.
[8] <http://www.grupogodo.net/actividades/index.html>

Informació comercial del grup

Taula 5. Serveis comercials explotats per Grupo Godó de Comunicación SA. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
8tv	Generalista	TDT i ADSL
Barça TV	Temàtica esportiva	TDT, ADSL i SAT
Bom	Estils de vida	TDT
RAC105	Temàtica musical	TDT
Ràdio		
RAC1	Generalista	FM, NET
RAC105	Musical	FM, NET
Ràdio MD	Temàtica esportiva	NET
Serveis a la xarxa		
Aplicació 8tv	Televisió a la carta i en directe	NET
Aplicació RAC1	Ràdio en directe i a la carta	Dispositiu connectat a la xarxa

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

Accionariat

L'accionariat del Grupo Godó pertany en la seva totalitat a la família Godó.

Societats filials i participades

L'activitat del grup està articulada a través de diverses empreses participades, en la majoria de casos al 100% per la matriu, com es pot veure en el quadre a continuació:

Taula 6. Societats participades al 100% per Grupo Godó de Comunicación

Societat	Participació
Iniciativas Digital Media SL	100%
Publipress Media SL	100%
La Vanguardia Ediciones SL	100%
La Vanguardia Comunicación SA	100%
GDA PRO SL	100%
CRE A Impresiones de Catalunya SL	100%

Font: Informa D&B SA.

En el sector de la televisió, Godó opera fonamentalment a escala nacional, en obert i per ones, amb Emissions Digitals de Catalunya Societat Anònima (EDC, SA), empresa que pertany en la seva totalitat a Catalunya Comunicació SL, propietat a la vegada del holding empresarial en un 93% (l'altre 7% pertany a CVD

Mediacom SL).[9] EDC és llicenciatària d'un canal múltiplex a través del qual emet quatre formats 8tv (amb una programació generalista, basada en l'entreteniment i adreçada al públic familiar), RAC105 (temàtica musical), Barça TV (en situació d'arrendament a l'entitat Futbol Club Barcelona)[10] i, des de gener de 2013, Bom (fins aleshores Estil 9).[11]

A més de l'emissió per TDT, 8tv i Barça TV també estan disponibles en plataformes de televisió per ADSL (Movistar TV); Barça TV, així com per satèl·lit. D'altra banda, a principis de 2013 8tv va estrenar una aplicació per a mòbils i tauletes, que permet accedir a tots els vídeos de programes com *8 al dia* i *Equip de reporters*, així com a programació en directe.

En l'àmbit radiofònic, Radiocat XXI SL (el 100% de la qual pertany a Catalunya Comunicació SL) produeix i emet dos tipus de productes, RAC1 (generalista), que disposa de quinze freqüències repartides pel territori català, i RAC 105 (ràdio fórmula), amb tretze.[12]

Principals novetats del grup

Les principals novetats en l'àmbit audiovisual del grup tenen a veure amb el desenvolupament de programari per facilitar l'accés des de qualsevol tipus de dispositiu a part de la seva programació, tant televisiva com radiofònica i en directe o a la carta. Com s'ha dit, durant el 2013 el canal de televisió generalista 8tv ha estrenat aplicacions de mòbil amb aquesta funcionalitat. En l'àmbit dels televisors connectats a la xarxa, Grupo Godó està present des de finals de 2013 en els aparells de Samsung, LG i Sony, oferint continguts en obert diversos, com ara els capítols dels programes que hi ha publicats a la secció La Vanguardia TV, a la versió digital del diari de capçalera del grup. Les aplicacions, de descàrrega gratuïta, també permeten escoltar a través del televisor intel·ligent les emissions radiofòniques de RAC1, RAC105 i Radio MD.

[9] Font: Informa D&B SA.
[10] Emissions Digitals de Catalunya, SA comunica al CAC el 29 de gener de 2014 (reg.E-110/2014) la pròrroga del contracte d'arrendament del programa número 3 del MUX d'àmbit nacional, subscrit entre ambdues societats en data 21 de febrer de 2012 i amb vigència fins el 30 de juny de 2013. Acorden prorrogar-ne la vigència fins el 30 de juny de 2014 en les mateixes condicions.
[11] El gener de 2013, el senyor Jordi Orozco, en qualitat de director gerent d'EDC, SAU, comunica mitjançant escrit registrat al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (RE-10/2013) el canvi comercial de nom, que no comporta canvis en la programació.
[12] Informació de xifra de freqüències extreta del web corporatiu.

2.1.3 Grup Flaix

Naturalesa jurídica i direcció

Grup Flaix és un cadena radiofònica catalana que, sota l'empresa matriu Grup Flaix, SL i altres com la societat limitada Sistema Català de Radiodifusió, SL, opera amb dues emissores musicals. Els propietaris del grup són Carles Cuní i Miquel Calzada i el gerent és Xavier Bermúdez.

Informació comercial del grup

Taula 7. Serveis comercials amb títol habilitant explotats per Grup Flaix a Catalunya. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Ràdio		
Flaix FM	Musical	FM, NET
Ràdio Flaixbac	Musical	FM, NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

L'any 2013 Flaix FM té vuit freqüències adjudicades amb títol habilitant i presència a les quatre províncies catalanes; també en disposa d'una a Andorra. Per la seva banda, Ràdio Flaixbac també en té vuit repartides pel territori català (vegeu la taula 8).

Taula 8. Àmbit territorial de cobertura de les freqüències del Grup Flaix. Any 2013

Nom comercial	Àmbit territorial de cobertura
Flaix FM	Girona, Lleida, Manresa, Montblanc, Puigcerdà, Terrassa, Tortosa, Vic, Andorra
Ràdio Flaixbac	Girona, Lleida, Manresa, Puigcerdà, Sant Feliu de Llobregat, Tarragona, Tortosa, Vic

Font: Elaboració pròpia.

2.1.4 Tele Taxi

Naturalesa jurídica i direcció

Grup Tele Taxi és un grup radiofònic que engloba vàries societats privades sota la direcció, i també propietat, de Justo Molinero Calero. Tele Taxi opera a través de tres empreses:

- RM Radio SA
- Radio Teletaxi FM de Radiodifusión SL
- TeleTaxi Televisió Digital SLU.

Informació comercial del grup

Taula 9. Serveis comercials amb títol habilitant explotats per Grup Tele Taxi a Catalunya. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
Teletaxi TV	Musical	TDT, NET
Ràdio		
Radio Tele Taxi (RTT)	Musical	FM, NET
Radio RM	Musical	FM, NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

Taula 10. Àmbit territorial de cobertura de les freqüències del grup Tele Taxi. Any 2013

Nom comercial	Àmbit territorial de cobertura
Ràdio	
Radio Tele Taxi (RTT)	Girona, Manresa, Olot, Puigcerdà, Ripoll, Rubí, St. Pere de Ribes, Tarragona, Tàrrega, Tremp, Vic
Radio RM	Cabrils, Calella, Castell-Platja d'Aro
Televisió	
Teletaxi TV	Cornellà de Llobregat, Tarragona

Font: Elaboració pròpia.

2.1.5 Grup Estel

Naturalesa jurídica i direcció

Grup Estel és una cadena radiofònica catalana que opera a través de la societat privada, Ens de Comunicació , SL, la Fundació Missatge Humà i Cristià, vinculada a l'Arquebisbat de Barcelona i el Bisbat de Girona. El grup Estel ofereix dos productes radiofònics, ambdós musicals. El gerent és Enric Frigola.

Informació comercial del grup

Taula 11. Serveis comercials amb títol habilitant explotats per Grup Estel a Catalunya. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Ràdio		
Ràdio Estel	Musical	FM, NET
Ràdio Principat	Musical	FM, NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

El Grup Estel compta amb 11 freqüències amb títol habilitant, amb cobertura parcial a Catalunya, i repartides entre els dos serveis comercials que ofereix. També emet a Andorra.

Taula 12. Àmbit territorial de cobertura de les freqüències del Grup Estel a Catalunya. Any 2013

Nom comercial	Àmbit territorial de cobertura
Ràdio Estel	Barcelona, Girona, St. Pere de Ribes, St. Sadurní d'Anoia, Vic, Tarragona, Tortosa
Ràdio Principat	La Seu d'Urgell, Puigcerdà, Lleida, Bossòst

Font: Elaboració pròpia.

2.1.6 Canal Català

Naturalesa jurídica i direcció

Canal Català és una grup de comunicació televisiu que opera a través de la societat Publicitat i Comunicació del Vallès, SL i que gestiona diversos programes de TDT local a Catalunya. El seu conseller delegat és Nicola Pedrazzoli.

Informació comercial del grup

Taula 13. Serveis comercials amb títol habilitant explotats per Canal Català a Catalunya. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
Canal Català	Generalista	TDT, NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

Taula 14. Serveis comercials amb títol habilitant explotats per Canal Català a Catalunya. Any 2013

Nom comercial	Àmbit territorial de cobertura
Canal Català	Barcelona, Blanes, Granollers, Igualada, Lleida, Mataró, Sabadell, Tarragona i Vic

Font: Elaboració pròpia amb dades corporatives.

Principals novetats del grup

Al mes de febrer de 2014, el Punt Avui arriba a un acord amb Canal Català per arrendar les seves llicències de televisió i el mes d'abril del mateix any el Consell de l'Audiovisual de Catalunya autoritza l'arrendament de les llicències per a la prestació del servei a favor de l'entitat Xarxa de Serveis i de Comunicacions 2014, SL.[13]

[13] Acord 54/2014, d'11 d'abril, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_52_2014.pdf>.

2.2 Prestadors d'àmbit estatal

2.2.1 Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación

Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, SA (fins al 6 de març de 2013, Grupo Antena 3 de Televisión, SA) és una societat anònima que té com a accionista de referència el Grup Planeta (42% de l'accionariat). Al llarg de 2012, l'aleshores Grupo Antena 3 de Televisión va absorbir la societat Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA.

Pel que fa als serveis comercials, Atresmedia ofereix Antena 3 (generalista), La Sexta (generalista), Neox (juvenil), Nova (públic femení), Nitro (esports i ficció), Xplora (documentals), La Sexta 3 (cinema) i, en règim d'arrendament, Gol TV (futbol de pagament). Gol TV és un canal de TDT arrendat a Mediapro, empresa catalana presidida per Jaume Roures especialitzada en gestió de drets i producció de continguts. En ràdio, la societat compta amb Onda Cero (generalista), Europa FM (musical) i Melodía FM (musical).

Quant a les noves finestres i les aplicacions audiovisuals, el maig de 2013 el grup presenta Atresmedia Conecta, una aplicació interactiva que substitueix ANT3.0 i que complementa els serveis televisius convencionals mitjançant dispositius mòbils. El servei no incorpora l'emissió en directe dels programes o sèries. El desembre de 2013 llança Atresmediaplayer, plataforma que substitueix Modo Salón i que ofereix els continguts de vídeo i àudio dels serveis comercials del grup. Atresmediaplayer és accessible en tots els aparells connectats.[14]

Naturalesa jurídica i direcció

Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, SA (fins al 6 de març de 2013, Grupo Antena 3 de Televisión, SA), és una societat anònima que controla o participa en l'accionariat de diferents empreses. El president és José Manuel Lara Bosch i el vicepresident Maurizio Carlotti.

[14] ATRESMEDIA (2013). *Informe anual y de resposabilidad corporativa. Resumen Ejecutivo*. [En línia].<http://www.atresmediacorporacion.com/a3document/2013/04/23/DOCUMENTS/00028/00028.pdf>. [Consulta: novembre 2013].

Informació comercial del grup

Taula 15. Serveis comercials explotats per Atresmedia. Any 2013

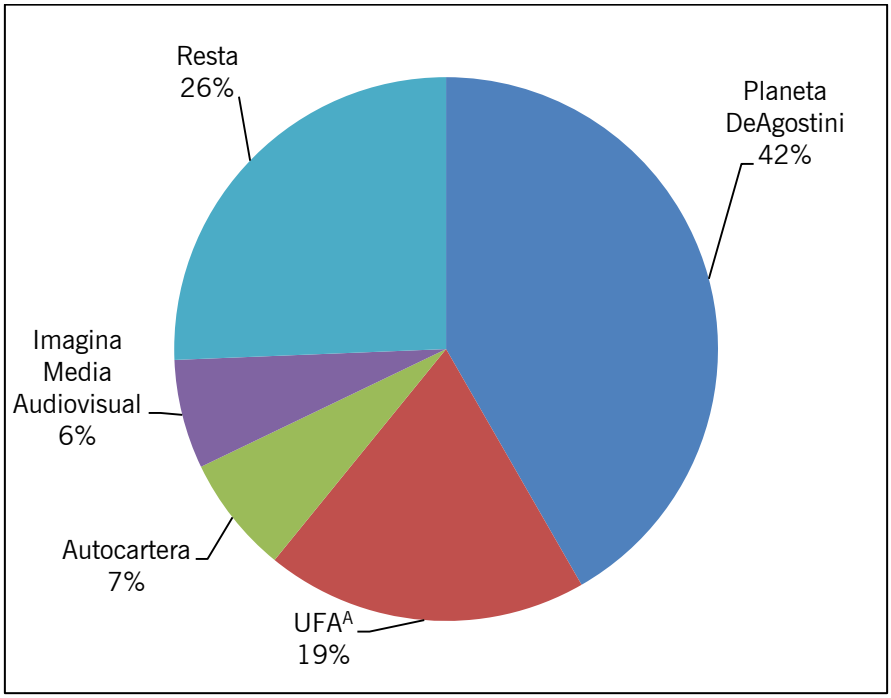
Televisió		
Nom servei	**Descripció**	**Forma d'accés** [A]
Antena 3 i Antena 3 HD	Generalista	TDT, NET, ADSL
La Sexta i La Sexta HD	Generalista	TDT, NET, ADSL
Neox	Juvenil	TDT, NET, ADSL
Nova	Femení	TDT, NET, ADSL
Nitro	Esports i ficció	TDT, NET, ADSL
Xplora[B]	Documentals	TDT, NET, ADSL
La Sexta 3	Cinema	TDT, NET, ADSL
Gol TV[C]	Futbol, de pagament	TDT, ADSL
Ràdio		
Nom servei	**Descripció**	**Forma d'accés**
Onda Cero	Generalista	FM, TDT, NET
Europa FM	Musical	FM, TDT, NET
Melodía FM	Musical	FM, TDT, NET
Internet		
Nom servei	**Descripció**	**Forma d'accés**
Atresmedia Conecta	Servei complementari per a "segones pantalles"	NET
Atresmedia Player	Plataforma d'oferta de continguts del grup	NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).
[B] La Sexta 2 fins a 01/05/2012
[C] En règim de lloguer.

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

Accionariat

Gràfic 1. Accionistes d'Atresmedia. Desembre de 2012



[A] UFA Film und Fernseh GMBH Unipersonal (RTL- Grup Berstelmann)

Font: Atresmedia (2013).

Respecte d'exercicis anteriors, caracteritzats per l'estabilitat en la composició accionarial d'Atresmedia, cal assenyalar l'entrada d'Imagina Media Audiovisual, SL en el capital social de la companyia de Planeta el 31 d'octubre de 2012; aquesta incorporació es produeix com a resultat de la fusió d'Atresmedia amb Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA.

Imagina Media Audiovisual és un holding audiovisual que neix el 2006 com a resultat de la fusió de Mediapro i Globomedia. El seu capital social està repartit entre tots dos socis fundadors (que apleguen el 51,3%), WPP Group PLC i la societat de risc Torreal, amb un 17,1% cadascuna.[15] Des de març de 2012, també participa en l'accionariat d'Imagina el grup de comunicació mexicà Televisa, que es situa en un 14,5%.[16]

El grup Mediapro, a través de les seves unitats de negoci, produeix continguts audiovisuals, gestiona drets esportius, duu a terme tasques de producció i postproducció i és proveïdor de serveis de transmissió via satèl·lit, entre d'altres. Aquesta darrera branca d'activitat la desenvolupa fonamentalment mitjançant la companyia Overon, creada el 2006 per Abertis Telecom i Mediapro, i que des de desembre de 2013 passa a estar totalment integrada en Mediapro, en haver-ne adquirit el 51% de les accions a Abertis.[17] A escala estatal, Mediapro produeix des de l'any 2010 Gol TV, disponible a través de la TDT de pagament després que el Govern de l'Estat n'autoritzés l'arrendament per part de La Sexta SA. Gol TV compta amb una oferta de futbol nacional i internacional i també es pot a través de televisió per cable i per ADSL.

[15] <http://www.mediapro.es/pdf/Presentaci_%20Imagina%20CAT.pdf>. [Consulta: setembre de 2014].

[16] <http://imagina.tv/home.php?bol_id=1493&noticia=18858#18858> [Consulta: setembre de 2014].

[17] L'operació restà subjecta a l'aprovació de la CNMC, que la va autoritzar en 1a fase el desembre de 2013.
<http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=131&PagSel=132&Numero=C/0534/13&Ambito=Concentraciones> [Consulta: setembre de 2014].

Societats filials i participades

Taula 16. Societats participades directament per Atresmedia. Any 2013

Nom empresa	Participació
Antena 3 Eventos, SLU	100,0%
Antena 3 Films, SLU	100,0%
Antena 3 Juegos, SAU	100,0%
Antena 3 Multimedia	100,0%
Antena 3 Noticias	100,0%
Atres Advertising	100,0%
Guadiana Producciones, SAU	100,0%
Música Aparte	100,0%
Publiséis Iniciativas Publicitarias, SAU	100,0%
La Sexta Editorial Musical, SLU	100,0%
Uniprex, SAU	100,0%
Cordina Planet, SL	50,0%
Hola Televisión América, SL	50,0%

Font: Atresmedia (2013).

Taula 17. Societats participades indirectament per Atresmedia. Any 2013

Empresa tenidora	Empresa participada	Participació
Antena 3 Films, SLU	Atlantis Global Solutions, SL	100%
Antena 3 Noticias, SLU	Audiovisual Española 2000, SL	100%
Uniprex, SAU	Antena 3 Televisión Digital Terrestre de Canarias, SAU	100%
	Canal Media Radio, SAU	100%
	Estaciones Radiofónicas de Aragón, SAU	100%
	Ipar Onda, SAU	100%
	Onda Cero, SAU	100%
	Radio Media Galicia, SLU	100%
	Uniprex Televisión, SLU	100%
	Uniprex Valencia TV, SLU	100%
	Uniprex Televisión Digital Terrestre de Andalucía, SL	74%
	Lemac Gestión, SL	16,67%
	Mitjans de Cataluña, SL	16,666%

Font: Atresmedia (2013).

Principals novetats del grup

Al llarg del 2012, l'aleshores Grupo Antena 3 de Televisión, SA va absorbir la societat Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, mitjançant la compravenda del 100% del seu capital social. La societat adquirida era propietària, entre altres, dels canals televisius LaSexta i del canal arrendat Gol TV. Malgrat la dimensió europea de l'operació, la Comissió Europea va considerar que l'organisme adequat per a la seva tramitació era efectivament la Comisión Nacional de la Competencia (CNC, actualment integrada dins de la nova Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC).

El juliol de 2012, la Comisión Nacional de la Competencia (CNC, actualment integrada dins de la nova Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC) va aprovar l'operació, subordinada al compliment de cinc compromisos: [18]

- Publicitat televisiva. Es tracta d'evitar que la contractació publicitària del nou grup limiti la llibertat comercial o exclogui tercers actors.
- Televisió en obert. Limitacions pel que fa a accions empresarials, com ara el lloguer de canals múltiples de TDT llicenciats a tercers.
- Adquisició de continguts audiovisuals. L'entitat resultant no podrà adquirir drets en exclusiva de continguts audiovisuals amb una durada superior a tres anys.
- Presentació periòdica d'informació a les autoritats reguladores.
- Vigència de les condicions, que seran de cinc anys, sempre que el regulador no ho modifiqui a causa de canvis rellevants en l'estructura del mercat.

2.2.2 Grup COPE

Naturalesa jurídica i direcció

La Conferència Episcopal Espanyola és el propietari majoritari del Grup COPE. La societat anònima Radio Popular, SA. Cadena de Ondas Populares de España gestiona els serveis radiofònics del grup amb Fernando Giménez Barriocanal com a president i conseller delegat des d'octubre de 2010. Els serveis de ràdio del grup els gestiona la societat anònima 13 TV, SA que presideix José María Mas Millet, de Shandwick AGR Comunicación, SL.[19]

[18] CNC (2012). *Resolución Expte. C-0432/12, Antena 3/La Sexta*. [En línia]: <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=C%2f0432%2f12&Ambito=Concentraciones>. [Consulta: novembre 2013].

[19] <http://www.13tv.es/es/component/k2/item/86-13tv-crea-una-comisi%C3%B3n-para-el-seguimiento-y-mejora-de-los-contenidos-del-canal>

Informació comercial del grup

Taula 18. Serveis comercials explotats pel Grup COPE. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
13TV	Generalista	TDT, NET, ADSL
Ràdio		
COPE	Generalista	FM, TDT, NET
Cadena 100	Musical	FM, TDT
Rock FM[B]	Musical	FM, TDT
MegaStar FM	Musical	FM, NET
Serveis a la xarxa		
www.13tv.es	Portal servei en directe i a la carta	NET
www.cope.es	Portal servei en directe i a la carta	NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM).
[B] Rock & Gol a final de desembre de 2011 passa a denominar-se Rock FM.

Font: Elaboració pròpia amb dades corporatives.

Accionariat

Taula 19. Principals accionistes de Radio Popular, SA (COPE). Any 2013

Accionistes	Participació
Conferencia Episcopal Española	51,05%
Grupo de empresas Cajasur, SA	5,00%
La Información, SA	5,00%
ONCE	2,00%
Agrupación Mutual Aseguradora	2,00%
Grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones, SL	1,80%
Altres	33,15%
Total	**100,00%**

Font: Informa D&B.

Taula 20. Accionistes de 13 TV, SA. Any 2013

Accionistes	Participació
Conferencia Episcopal Española	51,13%
Shandwick AGR Comunicacion, SL	25,80%
Spinnaker Invest, SA	14,29%
Canal 10 Entertainment, SL	7,28%
UJUE Producciones, SL	1,50%
Total	**100,00%**

Font: Informa D&B.

Principals novetats del grup

En un context de crisi que ha redefinit el sector audiovisual, el desembre de 2012, COPE i Vocento arriben a un acord[20] per associar les emissores propietat de Vocento (ABC Punto Radio) amb la xarxa d'emissores de la Cadena COPE. Aquest operació es defineix a través d'un contracte marc de col·laboració empresarial i emissió radiofònica de programació en cadena en el qual s'estableix la gestió de COPE de la programació i la publicitat de les emissores d'ABC Punto Radio.

La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) –actualment integrada dins la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC)– dicta una resolució el març de 2013[21] per la qual subordina l'autorització a la concentració al compliment de un seguit de compromisos: la desvinculació de dues freqüències d'ABC Punto Radio a Astorga (Lleó) i Écija (Sevilla). El febrer de 2014 la CNMC resol que han complert les condicions establertes i autoritza l'adquisició de COPE del control conjunt de les emissores de Vocento.[22]

Quant a freqüències, a Catalunya el grup COPE en disposa de 8 freqüències, la titularitat de les quals correspon a Editorial Catalana de Televisión y Radio, SAU, Ràdio 13 de Catalunya, SAU i Radio Popular, SA. Després de l'acord amb Vocento, COPE gestiona 8 freqüències més.

Per últim, COPE posa en marxa el setembre de 2013 una nova emissora musical, MegaStar FM. Aquest nou projecte es pot escoltar en línia i a l'Estat espanyol a través de 17 freqüències de FM, les quals fruit de l'acord amb Vocento, ara gestiona COPE.[23] [24] A Catalunya MegaStar FM no té cap freqüència assignada.

---

[20] <http://www.cope.es/detalle/Vocento-y-Cadena-COPE-alcanzan-un-acuerdo-para-reforzar-su-estrategia-editorial-y-de-negocio.html>

[21] <http://www.cnmc.es/desktopmodules/buscadorexpedientes/mostrarfichero.aspx?dueno=1&codigoMetadato=319137>

[22] <http://www.cnmc.es/desktopmodules/buscadorexpedientes/mostrarfichero.aspx?dueno=1&codigoMetadato=409570>

[23] <http://www.megastar.fm>

[24] <http://www.prnoticias.com/index.php/radio/1142-radios-tematicas/20123919-la-nueva-emisora-musical-de-la-cope-ya-tiene-nombre-megastar-fm-solo-temazos#Red1jaVW1CwRWheH>

2.2.3 Corporación RTVE

Naturalesa jurídica i direcció

D'acord amb els seus Estatuts, la Corporación RTVE (CRTVE) és una societat mercantil estatal, amb forma societat anònima i de capital social íntegrament estatal. Leopoldo González-Echenique és nomenat president de la Corporación el juny de 2012,[25] després d'una successió de presidències rotatives arran de la dimissió del càrrec d'Alberto Oliart el juliol de 2011.[26]

Informació comercial del grup

Taula 21. Serveis comercials explotats per la Corporación RTVE. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
La 1[B]	Generalista	TDT, NET
La 2[B]	Cultural	TDT, NET
Canal 24 Horas	Informatius	TDT, NET
Teledeporte[C]	Esports	TDT, NET
Clan TV	Infantil	TDT, NET
TVE Internacional	Generalista	CAB, SAT, ADSL
TVE HD[C]	Generalista	TDT
Ràdio		
Radio Nacional	Generalista	FM, OM, TDT, NET
Radio Clásica	Musical	FM, OM, TDT, NET
Radio 3	Musical	FM, OM, TDT, NET
Ràdio 4	Generalista	FM, OM, TDT, NET
Radio 5 Todo Noticias	Informatius	FM, OM, TDT, NET
Radio Exterior	Generalista	OM, NET
Serveis a la xarxa		
rtve.es	Portal del grup	NET
A la carta	Servei amb continguts audiovisuals gratuïts sota demanda	NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM).
[B] Amb desconnexions per a Catalunya.
[C] La nit de cap d'any de 2013 a 2014, TVE HD passa a ser La 1 HD i Teledeporte també té la seva versió en alta definició.

Font: Elaboració pròpia amb dades corporatives.

Pel que fa a la seva oferta, CRTVE gestiona els serveis públics de televisió següents: La1 i La2 –ambdós de caràcter generalista i amb desconnexions per a

[25] Acord de 28 de juny de 2012, del Ple del Congrés dels Diputats, pel qual es designa President de la Corporación RTVE a don Leopoldo González-Echenique Castellanos de Ubao. <http://www.boe.es/boe/dias/2012/06/29/pdfs/BOE-A-2012-8701.pdf> [Consulta: novembre de 2013]

[26] <http://www.rtve.es/noticias/20110706/alberto-oliart-presenta-su-dimision-como-presidente-rtve-motivos-personales/445881.shtml> [Consulta: novembre de 2013]

Catalunya–, Canal 24 Horas –informatiu–, Teledeporte –esportiu– i Clan TV–infantil. Entre les novetats, llença la nit de Cap d'Any de 2013 dos nous canals en alta definició, La 1 HD i Teledeporte HD.[27]

Quant als serveis públics de ràdio, compta amb les generalistes Radio Nacional i Ràdio 4 –en català–, la informativa Radio 5 Todo Noticias i les musicals Radio Clásica i Radio 3. Segons dades del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme, RNE té a Catalunya 71 emissores en Freqüència Modulada (FM)[28] i 9 emissores en Ona Mitjana (OM).[29]

TVE Internacional i Radio Exterior són les emissions internacionals de ràdio i televisió de RTVE i es reben a Amèrica de manera codificada i a Europa, Àfrica i Àsia/Pacífic en obert via satèl·lit. TVE Internacional té quatre senyals específiques per adaptar la programació a l'horari de les regions en què emet i la programació de Radio Exterior inclou espais en anglès, francès, àrab, rus, portuguès i llengua sefardita. L'oferta de ràdio i televisió de CRTVE també forma part d'alguns paquets de televisió de pagament.

Es pot accedir a l'oferta audiovisual de CRTVE en línia en directe i sota demanda amb el servei RTVE A la carta per mitjà de portal web www.rtve.es i dels dispositius amb connexió a la xarxa com ara els mòbils i les tauletes digitals. Entre les novetats interactives de 2013 destaca la posada en marxa el setembre del Botón Rojo,[30] un servei disponible als televisors amb connexió a internet que proporciona continguts extra i interactius. El novembre d'aquest mateix any, la Corporación presenta l'aplicació +TVE,[31] que permet enregistrar 30 segons de vídeo i compartir-los a través de les xarxes socials.

---

[27] <http://www.rtve.es/rtve/20131230/television-espanola-comienza-ano-2014-alta-definicion/835940.shtml>

[28] Per províncies: 16 a Barcelona, 14 a Girona, 28 a Lleida, i 13 a Tarragona. <http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/Espectro/RadioTV/FM/Paginas/FM_RNE.aspx>

[29] Per províncies: 2 a Barcelona i a Lleida, i 3 a Tarragona i a Girona. <http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/Espectro/RadioTV/OM/Paginas/OMRNE.aspx>

[30] <http://www.rtve.es/alacarta/videos/telediario/llega-boton-rojo-television-espanola/2012608/>

[31] <http://www.rtve.es/rtve/20131122/nace-tve-primera-aplicacion-segunda-pantalla-para-grabar-videos-television-espanola-directo-compartirlos-redes-sociales/799600.shtml>

Principals novetats del grup

El pressupost de CRTVE se situa, per segon any consecutiu, per sota del sostre de 1.200 milions que estableix la seva llei de finançament:[32] 1.000 milions el 2012[33] i 941,6 milions el 2013,[34] quantitat prevista també per al 2014 pel Consell d'Administració. L'any 2013 la part que subvenciona l'Estat espanyol es redueix en 50 milions respecte de 2012 i se situa en 292,7 milions d'euros, amb la mateixa previsió als pressupostos generals de l'Estat per al 2014.

Pel que fa al resultats i d'acord amb els comptes presentats pel Consell d'Administració el març de 2014,[35] RTVE tanca l'exercici 2013 amb uns ingressos de 860 milions d'euros –en contrast amb els 926 de 2012 i els 1.200 de 2011– i un dèficit de 113,3 milions. La Corporació justifica el dèficit per una reducció de 92,3 milions en concepte d'ingressos previstos –principalment per la davallada de les aportacions dels prestadors de televisió i de telecomunicacions destinades al finançament d'RTVE[36]– i per una despesa major a l'esperada, sobretot pel que fa a l'adquisició de continguts de programació.

La Corporación RTVE es constitueix el 2007, moment en què l'Ente Público RTVE i les societats filials TVE, SA i RNE, SA inicia un procés de dissolució i liquidació que continua el 2012 i 2013.[37] El consell de ministres autoritza en 2007 a Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), una entitat adscrita al Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques, a comprar de manera progressiva la totalitat d'accions de l'Ente en liquidació i en destina anualment una

---

[32] La llei 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE estableix que el finançament correspon bàsicament a fons públics: pressupostos generals de l'Estat; percentatge sobre reserva de domini públic radioelèctric –el 2012 i el 2013 el percentatge es fixa en un 100% amb un màxim de 330 milions d'euros–; aportació dels operadors de telecomunicacions d'àmbit estatal o superior a Comunitat Autònoma (0,9% sobre ingressos bruts anuals) i una aportació de les societats concessionàries i prestadores de servei de televisió d'àmbit estatal o superior a comunitat autònoma (3% i 1,5% de les d'accés condicionat o de pagament). El finançament es completa amb altres ingressos com ara els procedents de patrimoni com de l'explotació comercial dels seus productes. <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988-C.pdf> [Consulta: desembre de 2013]

[33] <http://www.rtve.es/noticias/20111230/consejo-ministros-aprueba-rebaja-200-millones-presupuesto-rtve/486089.shtml>

[34] <http://www.rtve.es/alacarta/videos/telediario/parte-aporta-estado-se-vera-reducida-50-millones-euros-presupuestos-rtve/1544569/>

[35] Nota RTVE. <http://www.rtve.es/rtve/20140326/consejo-administracion-rtve-formula-cuentas-del-ejercicio-2013/904601.shtml>

[36] Vodafone va deixar de pagar la taxa el 2013. Situació que canviarà el 2014 després de l'adquisició d'ONO.

[37] <http://www.boe.es/boe/dias/2013/08/09/pdfs/BOE-A-2013-8876.pdf>

part del pressupost. D'acord amb els seus comptes anuals,[38] la SEPI assoleix a 31 de desembre de 2012 el 68,83% de l'accionariat de l'Ente, per un import de 642.956 milers d'euros.

En un context econòmic d'un pressupost menor, la Corporación acorda el febrer de 2012 un paquet de mesures d'estalvi que, entre 2012 i 2013, es materialitza, entre altres, en reestructuracions de personal, la unificació de la xarxa de centres territorials regionals, i un conveni signat el març de 2013 amb l'Agència EFE per utilitzar conjuntament les oficines en corresponsalies i col·laborar en l'elaboració d'informació. En el cas de Catalunya –com passa a altres centres territorials– es fusionen les direccions de TVE a Catalunya i Ràdio 4. Ana Maria Bordas esdevé així, directora del Centre de Producció de RTVE.

2.2.4 Mediaset España Comunicación

Naturalesa jurídica i direcció

Mediaset España Comunicación, SA (fins al 13 d'abril de 2011, Gestevisión Telecinco, SA) és una societat anònima que controla o participa en l'accionariat de diferents empreses. El conseller delegat de Business TV és Paolo Vasile i el conseller delegat de Business Publicitat i president de Publiespaña és Giuseppe Tringali.

[38] SEPI. Cuentas anuales SEPI 2012.
<http://www.sepi.es/img/resources/CuentasAnualesSEPI2012.pdf> [Consulta: desembre de 2013]

Informació comercial del grup

Taula 22. Serveis comercials explotats per Mediaset España. Any 2013.

Televisió		
Nom servei	**Descripció**	**Forma d'accès** [A]
Telecinco i Telecinco HD	Generalista	TDT, NET, ADSL
Cuatro i Cuatro HD	Juvenil	TDT, NET, ADSL
LaSiete	Reemissions	TDT, NET, ADSL
Factoría de Ficción (FDF)	Ficció	TDT, NET, ADSL
Boing	Infantil	TDT, NET, ADSL
Divinity	Femení	TDT, NET, ADSL
Energy	Masculí/esport	TDT, NET, ADSL
Nueve	Femení/ficció	TDT, NET, ADSL
Internet		
Nom servei	**Descripció**	**Forma d'accès**
Mediaset.es	Portal del grup	NET
mitele	Web amb continguts audiovisuals de ficció gratuïts sota demanda (sèries i animació)	NET
miteleVO	Ampliació del servei ofert per mitele, en versió original	NET

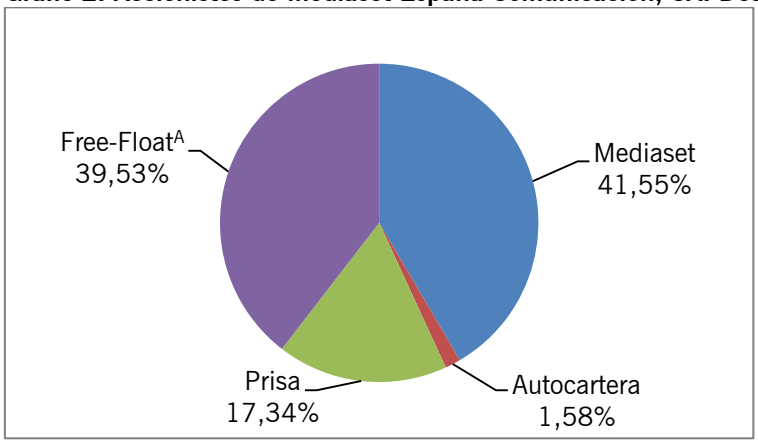
[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM).

Font: Elaboració pròpia amb dades corporatives.

Accionariat

A 31 de desembre de 2012, el capital social està representat per 406.821.426 accions de 0,5 euros de valor nominal cada una d'elles, amb la següent distribució de la propietat:

Gràfic 2. Accionistes de Mediaset España Comunicación, SA. Desembre de 2012



[A] Expressió anglesa que es tradueix per "capital flotant" i que s'utilitza per designar la part del capital social de l'empresa o societat que es cotitza lliurement en borsa.

Font: MEDIASET. *Accionariado*. [En línia]. <http://www.mediaset.es/inversores/es/organizacion-acciones-Mediaset_0_1339275476.html>. [Consulta: novembre 2013]

Societats filials i participades

Taula 23. Societats participades directament per Mediaset España Comunicación SA. Any 2013

Nom empresa	Participació
Grupo Editorial Tele 5, SAU	100,0%
Telecinco Cinema, SAU	100,0%
Publiespaña, SAU	100,0%
Conecta 5 Telecinco, SAU	100,0%
Sogecable Media, SLU	100,0%
Sogecable Editorial, SAU	100,0%
Premiere Megaplex, SAU	100,0%
Mediacinco Cartera, SL	75,0%
Editora Digital de Medios, SL	50,0%
Pegaso Televisión Inc.(EE.UU.)	43,7%
Bigbang Media , SL	30,0%
Producciones Mandarina, SL	30,0%
La Fábrica de la Tele, SL	30,0%
60DB Entertainment, SL	30,0%
DTS Distribuidora de Televisión Digital, SA	22,0%
Supersport Televisión, SL	30,0%

Fonts: MEDIASET. *Mediaset España Comunicación S.A. y sociedades dependientes. Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio anual terminado del 31 de diciembre de 2012, elaborades de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera adoptades por la Unión Europea (NIIF-UE). Informe de Gestión e Informe Anual de Gobierno Corporativo*. [En línia].<http://servicios.telecinco.es/inversores/MEDIASET_INFORME_2012/cuentas_anuales/MEDIASET_Cuentas_consolidadas_2012.pdf>; MEDIASET. *Mediaset España. Sociedades dependientes*. [En línia]. <http://www.mediaset.es/inversores/es/SOCIEDADES-DEPENDIENTES-MES_MDSFIL20120215_0001.pdf>; MEDIASET. *Mediaset España. Empresas participades*. [En línia]. <http://www.mediaset.es/inversores/es/EMPRESAS-PARTICIPADAS-MES_MDSFIL20131023_0001.pdf>. [Consulta: novembre 2013]

Taula 24. Societats participades indirectament per Mediaset España Comunicación SA. Any 2013

Empresa tenidora	Empresa participada	Participació
Publiespaña, SAU	Publimedia Gestión, SAU	100,0%
Publiespaña, SAU	Netsonic, SL	38,0%
Telecinco Cinema, SAU	Agrupación de Interés Económico Furia de Titanes II, AIE	34,0%
Conecta 5 Telecinco, SAU	Megamedia Televisión, SL	30,0%

Font: Mediaset (2013)

Principals novetats del grup

Concentració Telecinco/Cuatro i acció reguladora de la CNC

El 28 d'octubre de 2010, l'aleshores Gestevisión Telecinco, SA (actual Mediaset España Comunicación SA) va fer efectiva l'absorció de Sogecuatro, SAU, propietària del canal en obert Cuatro, de CNN+ i del 22% de la plataforma Digital+, entre d'altres.

La Comisión Nacional de la Competencia (CNC, actualment la CNMC) va aprovar el procés de concentració si es complien 12 compromisos presentats per

Telecinco. La vigència d'aquests compromisos era de tres anys des de l'aprovació efectiva de la compra-venda d'accions. Transcorregut aquest termini, la CNC havia de valorar si l'estructura o la regulació dels mercats implicats s'ha modificat de forma que en justifiqui una modificació. La CNC declarava que "l'incompliment d'allò previst per la present Resolució per part del grup Telecinco es considerarà infracció molt greu".[39]

El 2011, la CNC va incoar un expedient sancionador al grup Mediaset España Comunicación, SA per no presentar, en el termini d'un mes a partir que l'absorció va ser efectiva, un pla d'actuacions amb les mesures a adoptar per implementar els compromisos fixats.[40] Com a resultat, la CNC va imposar una multa al grup empresarial per incompliment d'aquesta obligació (CNC 2011b).

El 2013, la CNC sanciona Mediaset per l'incompliment de les condicions fixades per l'organisme regulador en l'operació de concentració Telecinco/Cuatro (CNC 2013a i 2013b). En concret, la CNC declarava acreditat l'incompliment dels compromisos (ii), (iii), (vi) i (xii).

Taula 25. Incompliments de Mediaset España Comunicación SA acreditats per la CNC en relació amb l'operació de concentració Telecinco/Cuatro

Compromís	Incompliment, segons CNC
(iii)	Obligació de separació funcional entre les societats Publiespaña i Publimedia, com a resultat de la presència de les mateixes persones als òrgans d'administració d'ambdues.
(vi) i (xii)	Retard injustificat de la renúncia als drets d'adquisició preferent de continguts audiovisuals, retard en l'atorgament dels drets d'opció per a l'ajust de la durada dels contractes vigents (i en alguns casos, sense oferta realitzada) i inclusió de clàusules prohibides en determinats contractes per a l'adquisició de continguts.
(ii)	Indicis de desenvolupament d'una estratègia de vinculació de facto de la venda de publicitat dels canals de Mediaset, que s'hauria vist reforçada per la introducció d'un nou model de comercialització de publicitat.

Font: CNC (2013).

Mediaset recorre ambdues sancions davant l'Audiència Nacional. Pel que fa a la primera, el gener de 2013,[41] la Sala del Contenciós de l'Audiència Nacional va

[39] CNC (2010). *Resolución. Expediente c/0230/10 Telecinco/Cuatro*. [En línia]. <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=C%2f0230%2f10+&Ambito=Concentraciones> [Consulta: novembre 2013].

[40] CNC. 29/04/2011: "La CNC incoa expediente sancionador contra Telecinco". [En línia]. <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Noticias/tabid/105/Default.aspx?Contentid=329873&Pag=18> [Consulta: novembre de 2013]

[41] Audiència Nacional (2013). Sentència SAN 3/2013. [En línia].

desestimar el recurs interposat pel grup audiovisual, el qua va presentar un recurs de cassació al Tribunal Suprem.

Estratègia publicitària de Mediaset España

El 18 d'abril de 2013, el grup va anunciar la integració de la comercialització de la seva oferta publicitària de televisió i internet, en tots els suports i pantalles disponibles. Els canals del grup inclosos en aquesta iniciativa són, doncs: Telecinco, Cuatro, FDF, Divinity, Energy, Boing, Nueve, la Siete, i els corresponents serveis que usen la plataforma d'internet, així com el portal del grup mitele.es. Per la seva banda, Publimedia Gestión manté la comercialització exclusiva de la televisió de pagament dels canals produïts per Prisa TV.[42]

2.2.5 Prisa

Naturalesa jurídica i direcció

El grup Promotora de Informaciones, SA (en endavant, Prisa), és una societat anònima que proveeix de continguts de televisió, ràdio, internet, premsa escrita i editorials i que té presència a l'Estat espanyol, a altres països d'Europa com Portugal o França i al continent llatinoamericà. Juan Luis Cebrián Echarri és el president executiu del grup des de juliol de 2012,[43] en substitució d'Ignacio Polanco Moreno.

Informació comercial del grup

Taula 26. Serveis comercials explotats per PRISA. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
Canal+[B]	Generalista	SAT
Ràdio		
SER	Generalista	OM, FM, SAT, NET
40 Principales	Musical	FM, NET
Cadena Dial	Musical	FM, NET
M80	Musical	FM, NET

<http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=AN&reference=6608268&links=mediaset&optimize=20130122&publicinterface=true> [Consulta: novembre de 2013].

[42] MEDIASET. Comunicat de premsa, 18/04/2013. "Publiespaña integra la comercialización de televisión e internet para ofrecer proyectos de comunicación 360º en todos sus soportes". [En línia]. <http://www.mediaset.es/inversores/es/PUBLIESPANA-INTEGRA-COMERCIALIZACION-TELEVISION-INTERNET_MDSFIL20130528_0001.pdf>. [Consulta: novembre de 2013].

[43] <http://www.prisa.com/es/sala-de-prensa/juan-luis-cebrian-nombrado-presidente-de-prisa/>

Radiolé	Musical	FM, NET
Máxima FM	Musical	FM, NET
Ona fm	Musical	FM
Serveis a la xarxa		
Plus.es	Portal corporatiu	NET
iPlus	Reproductor, gravador i accés a Canal+ Yomvi	SAT, NET
Canal+ Yomvi	Continguts en directe i sota demanda en línia	NET, ADSL
Canal+ Móvil	Continguts a través del mòbil	NET

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM)
[B] Vegeu en l'apartat de consum de l'Informe el detall de l'oferta de canals propis.

Font: Elaboració pròpia amb dades corporatives.

En relació amb l'oferta radiofònica de Prisa, que es vehicula a través de Prisa Radio, SL, el grup manté a l'Estat espanyol set cadenes d'emissores: la generalista SER i les musicals 40 Principales, Cadena Dial, M80, Radiolé, Máxima FM i Ona fm. D'acord amb els resultats consolidats del grup, el 2013 el negoci radiofònic de Prisa va obtenir 342,88 milions d'euros en concepte d'ingressos publicitaris: 305,27 milions corresponen a ingressos del mercat publicitari espanyol, un 5,0% menys que el 2012. A Catalunya, Prisa emet els seus productes a través de 47 freqüències, distribuïdes de la manera següent: 15 freqüències a la província de Barcelona, 13 a Girona, 9 a Lleida i 10 a Tarragona.

Canal+ encapçala el mercat estatal de televisió de pagament amb 1.620.622 persones abonades al satèl·lit i uns ingressos de 1.166,17 milions d'euros el 2013 (+9,2%). Tot i el lideratge, el sector de la televisió de pagament ha baixat paulatinament el nombre d'abonats respecte de 2012, en el cas de Canal+, el 2013 en perd gairebé cent mil. Els ingressos mitjans per persona usuària del trimestre se situen en 42,7 euros (42,6 en 2012), augmenten en més de 42.000 les persones abonades a iPlus i s'arriben als 603.005, xifra que representa una penetració del 38,9%. Amb 498.000 persones usuàries úniques, el servei de continguts a internet Canal+ Yomvi, que es va posar en marxa a finals de 2011, assoleix una penetració del 29,0%, 12 punts més que en 2012. Canal+ Yomvi està disponible per mitjà de dispositius diversos amb accés a internet (ordinador, telèfons intel·ligents, tauletes tàctils, televisors connectats o

videoconsoles). Finalment, el paquet Canal+ Móvil està disponible als operadors Movistar, Orange i Vodafone, i per ADSL a través de Jazztel.[44]

Quant als serveis de televisió, Canal+ segueix apostant per l'alta definició i amplia l'emissió en aquesta tecnologia a gairebé la meitat de la seva oferta pròpia. Entre les principals novetats, l'any 2012 s'estrena a l'abril Canal+ 3D –en proves des de 2010– en què emet pel·lícules i retransmissions per a aquells abonats amb decodificador iPlus i un televisor adequat a 3D i a l'agost es posa en marxa el canal esportiu Canal+ Liga de Campeones.[45] El 13 de juny de 2013 Prisa inicia el seu recorregut en l'ultra alta definició (UHD en les sigles en anglès) i durant tot el dia emet al nou Canal+ 4K una producció de cinc minuts realitzada en aquest sistema; per últim, el desembre, amplia l'oferta amb el llançament de Canal+ Series.[46]

Accionariat

El capital social del grup Prisa s'amplia de 99,1 milions d'euros el gener de 2013 a 105,2 milions d'euros a final d'any.

Taula 27. Principals participacions del grup Prisa. Gener de 2014

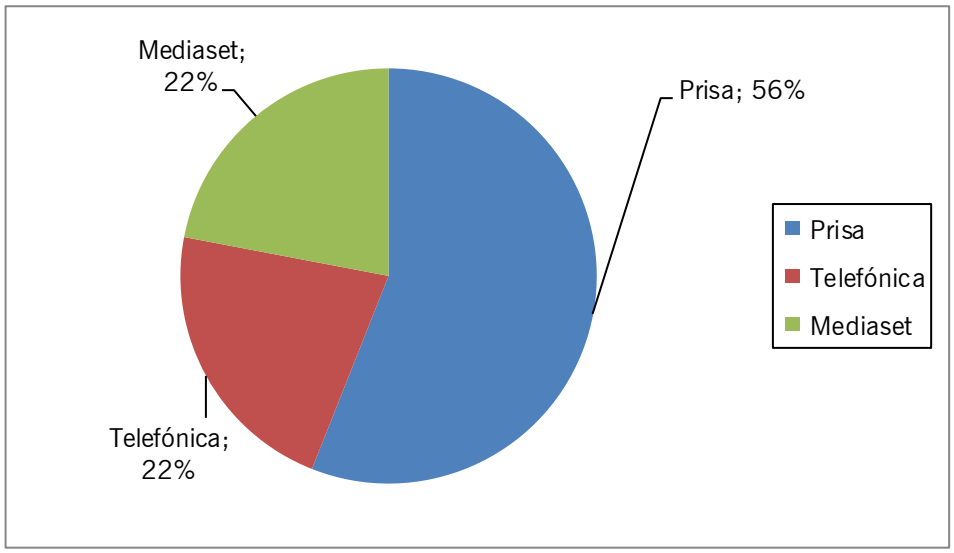
Empresa	Percentatge de drets de vot
Rucandio, SA	31,629
BH Stores IV, BV	3,851
Inmobiliaria Carso, SA de CV	3,234
Deutsche Bank, AG	3,077
Fidelity International Limited	2,501

Font: Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV). [Consulta: febrer de 2014]

L'oferta de continguts televisius de Prisa a l'Estat espanyol està principalment representada l'any 2013 pel servei de televisió de pagament per satèl·lit Canal+, del qual posseeix el 56%.[47]

[44] <http://jazztelcanalplus.com/>
[45] <http://www.canalplus.es/lacasadelfutbol/champions/c+liga-de-campeones/>
[46] <http://comunicacion.canalplus.es/archivo/newsletter/1098>
[47] El maig de 2014 el Consell d'administració de Prisa accepta l'oferta de Telefónica per comprar la participació del grup a Canal+.
<http://www.prisa.com/uploads/ficheros/arboles/descargas/201405/descargas-comunicado-es.pdf>

Gràfic 3. Accionariat de Canal+. Any 2013



Font: Prisa.com

Societats filials i participades

El grup Prisa divideix les seves activitats en quatre àrees de negoci que denomina editorial-educació, premsa –és propietària de la capçalera *El País*–, ràdio i audiovisual. D'aquí destaquen les societats Grupo Santillana de Ediciones, SL; Prisa Noticias, SL; Prisa Radio, SL i Prisa Televisión, SAU, respectivament. L'estiu de 2013 Prisa Televisión, SAU és absorbida per Prisa, única accionista d'aquesta societat. Quant a altres societats relacionades amb l'audiovisual, destaca la participació del 17,34% que a data 31 de desembre de 2013 Prisa té a Mediaset España, SA.[48]

Principals novetats del grup

Pel que fa a la situació econòmica del grup i d'acord amb els comptes individuals,[49] Prisa té un deute net a 31 de desembre de 2013 de 3.227,4 milions d'euros. Una de les conseqüències del deute contret ha estat l'entrada paulatina en els últims anys d'entitats bancàries i financeres a l'accionariat del grup audiovisual, en liquidar deute per mitjà d'accions.

[48] L'abril de 2014, Prisa ven el 3,69% de Mediaset per 121,2 milions d'euros i la seva participació se situa en el 13,65%.
<http://www.prisa.com/uploads/ficheros/arboles/descargas/201404/descargas-comunicado_1-es.pdf>

[49] Prisa. *Resultados 2013*.
<http://www.prisa.com/uploads/ficheros/arboles/descargas/201402/descargas-cuentas-anuales-individuales-ejercicio-2013-es.pdf> pàgina 21. [Consulta: març de 2014]

El desembre de 2013, la junta general d'accionistes de Prisa aprova un pla de refinançament, de reestructuració i d'extensió del deute, acordat amb la totalitat de les entitats financeres acreedores i institucions inversores, així com un contracte de finançament addicional d'un import aproximat de 353 milions d'euros (a partir d'una emissió de *warrants*).El pla està condicionat a la venda d'actius audiovisuals, tot i que el grup té flexibilitat per decidir quins. En aquesta línia, Prisa inicia el 2013 el procés de venda del 56% de Canal+, una operació per la qual demana entre 900 i 1.000 milions d'euros. El termini previst perquè Telefónica de Contenidos, SAU i Mediaset España Comunicación, SA exercitessin el seu dret a adquirir la participació accionarial de Prisa a DTS Distribuidora de Televisión Digital, SA (en endavant, DTS), l'empresa que gestiona el servei de Canal+, concloïa el 30 de gener de 2014 i va ser ampliat, fins que torna a expirar el març de 2014 sense que s'exercís.[50] Finalment, el maig de 2014, el consell d'administració de Prisa anuncia que accepta l'oferta vinculant de Telefónica per 725 milions d'euros.[51]

D'acord amb les últimes dades publicades corresponents a l'any 2013, el grup Prisa obté uns ingressos d'explotació de 2.725,7 milions d'euros, una quantia que suposa un creixement del 2,3% respecte de 2012, amb un benefici brut d'explotació (EBITDA) de 296,2 milions d'euros, el qual representa un descens del 30,6% respecte de l'exercici anterior. En conclusió, el resultat és una pèrdua de 648,7 milions de pèrdua, una xifra negativa per quart any consecutiu.

Taula 28. Principals dades econòmiques del grup Prisa. Període 2009-2013

Concepte	2009	2010	2011	2012	2013
Ingressos d'explotació	3.208,5	2.822,7	2.724,4	2.664,6	2.725,7
Benefici brut d'explotació (EBITDA)	623,7	596,3	436,9	427,0	296,2
Resultat	50,4	-72,8	-451,2	-255,0	-648,7

Font: Elaboració pròpia amb dades dels comptes anuals consolidats de Prisa. <http://www.prisa.com/uploads/ficheros/arboles/descargas/201403/descargas-cuentas-anuales-consolidadas-ejercicio-2013_1-es.pdf> [Consulta: març de 2014]

[50] <http://www.prisa.com/uploads/ficheros/arboles/descargas/201403/descargas-comunicado-es.pdf>

[51] <http://www.prisa.com/uploads/ficheros/arboles/descargas/201405/descargas-comunicado-es.pdf>

La nota positiva dels resultats consolidats del grup corresponent a l'exercici 2013 deriva de les operacions del grup a Llatinoamèrica, que han crescut un 3,4%, contraposat a les exercides a Espanya i Portugal.

Taula 29. Resultats consolidats del grup Prisa per origen geogràfic. Període 2012-2013

Ingresso d'explotació ajustats[A]	2012	2013	Variació 13/12 (%)
Espanya	682,39	610,75	-10,5
Portugal	184,37	182,22	-1,2
Llatinoamèrica	730,08	755,00	3,4
Total	1.596,84	1.547,75	-3,1

[A] Sense Canal+

Font: Elaboració pròpia amb dades dels comptes anuals consolidats de Prisa.

La programació esportiva, i més concretament, futbolística és un dels fonaments de l'oferta de Canal+. En aquest sentit, cal destacar que el conflicte entre Prisa i Mediapro per l'explotació dels drets de futbol continua el 2013: l'agost de 2012 DTS i Mediapro arriben a un acord per explotar els drets audiovisuals dels clubs de futbol de primera i segona divisió de la Lliga durant les temporades 2012/2013, 2013/2014 i 2014/2015. DTS tenia l'exclusiva dels drets de televisió de pagament dels partits en totes les modalitats –menys en la de TDT de pagament –tant a la seva plataforma (a través de Canal+1 i Canal Liga) així com en altres plataformes de pagament de tercers operadors. Les dues entitats no arriben a un acord sobre els costos d'adquisició dels drets audiovisuals i finalment el 13 de juliol decideixen sotmetre's a la mediació de la Cort Internacional d'Arbitratge de la Càmara de Comerç Internacional de París. El litigi a final de desembre encara no s'ha resolt.

2.2.6 Grup Radio Blanca

Radio Blanca societat anònima és un grup de comunicació que centra la seva activitat fonamentalment en el sector radiofònic, i que compta amb freqüències i cobertura arreu del territori espanyol. A Catalunya té dues llicències en FM adquirides mitjançant la societat Kiss Media, SA en un cas i mitjançant participació majoritària en la societat Club de Ràdio Terrassa, SA en un altre; també compta amb una freqüència en OM. Els productes que emet son fonamentalment radiofórmula musical, i s'anomenen Kiss FM i Hit FM. En el sector

televisiu també participa de la llicència de TDT local de la demarcació de Sabadell a nom de Publi 20, SL.

L' únic accionista del grup és l'empresari Blas Herrero Fernandez. Radio Blanca també té el 100% de participacions de sis empreses més, que són: Radio Pentagrama SA; Radio Antena del Sur, SA; Sociedad de Telecomunicaciones Vasca, SA; Radio Sur 2000, SA; Sociedad de Telecomunicaciones Donostiarra, SA, i Radio Comunitaria, SA.

2.2.7 Unidad Editorial

Naturalesa jurídica i direcció

Unidad Editorial, SA és un grup de comunicació que, amb la forma de societat anònima, opera a escala estatal en el sector radiofònic i televisiu, a més en l'editorial i en el de la premsa escrita; la presideix Antonio Fernandez Galiano Campos des de febrer de 2012.

L'empresa matriu d'aquesta societat és RCS Mediagroup, que n'és propietària en un 97,48%, a través d'RCS Internacional Newspapers BV, amb seu als Països Baixos, i RCS Investimenti SPA, ubicada a Itàlia (Informa), i està presidida per Angelo Provasoli des de maig de 2012.

Informació comercial del grup

Taula 30. Serveis comercials explotats per Unidad Editorial. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
13tv	Generalista	TDT, NET
AXN	Temàtica	TDT, SAT, CAB
Discovery Max		TDT, CAB
La Tienda en Casa	Televenda	TDT
Ràdio		
Radio Marca	Temàtica	FM, NET
Serveis a la xarxa		
Orbyt TV	Continguts a través de la televisió	TDT, NET

[A] Formes d'accés classificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM)

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

A través de Veo Televisión SA, de la qual n'és propietària al 100%, Unidad Editorial és titular de la llicència administrativa per a l'explotació, en règim

d'emissió en obert, del servei públic de TDT. En el bienni 2012-13 s'han produït canvis en la seva oferta de TDT; del total de quatre programes, d'una banda, la generalista Veo7 finalitza l'activitat el 2011, i el 2012 es materialitza l'acord signat amb Discovery Networks, i s'engega l'emissió de Discovery Max, dedicat íntegrament al gènere documental. D'acord amb l'informe corporatiu d'RCS Mediagroup, l'acord preveu la cessió dels beneficis publicitaris a Discovery a canvi d'un cànon i de la confecció de la graella del canal de televisió.

Així mateix, Marca TV, dedicat a l'esport íntegrament i nascut l'any 2010 –fruit de la col·laboració entre Unidad Editorial i Mediapro–, deixa d'emetre l'agost de 2013, en complir tres anys del seu naixement. D'acord amb informació de premsa, el motiu del tancament estaria vinculat amb raons econòmiques, jurídiques i reguladores. Des d'aleshores un canal de televenda continuada ocupa l'emissió.[52]

Per últim, es mantenen sense canvis des de 2010 els formats AXN,[53] disponible en accés condicional mitjançant la TDT de pagament i el canal 13tv, arrendat des de novembre de 2010 a 13 TV, SA (anteriorment KW Televisión, SA); la matriu d'aquesta societat és el grup Conferencia Episcopal Española, que compta amb el 51,13% de l'accionariat.[54]

Mitjançant el producte Radio Marca, dedicat exclusivament a l'esport, Unidad Editorial –a través de Unidad Editorial Información Deportiva, SLU– també està present al sector radiofònic d'àmbit espanyol amb emissores pròpies i associades, i amb la voluntat d'arribar a una cobertura completa a escala estatal.[55]

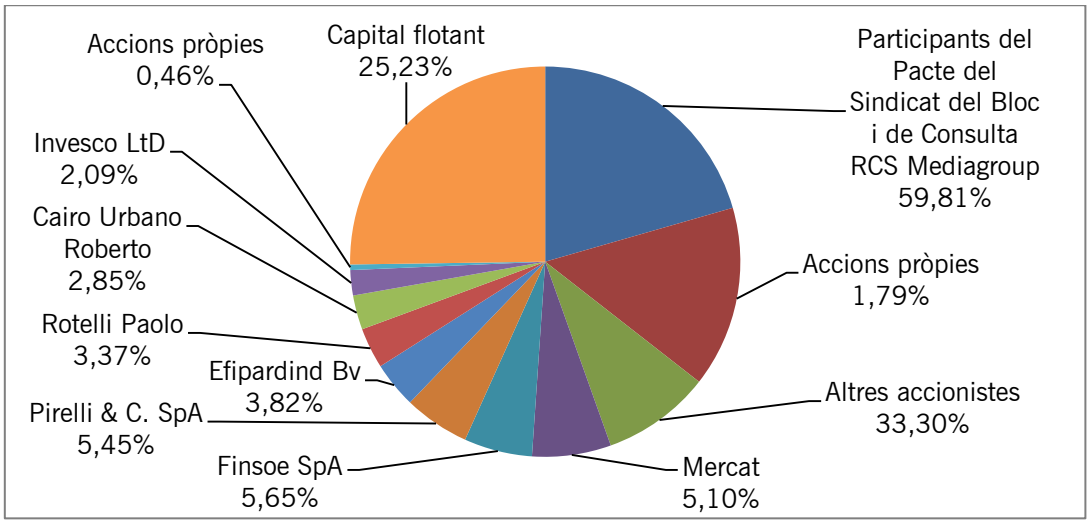
Accionariat

Com s'ha dit, gairebé la totalitat del capital de Unidad Editorial, SA pertany a RCS Mediagroup; la matriu italiana havia mantingut l'estructura accionarial en termes similars fins l'any 2012, amb prop d'un 60% de la propietat en mans dels participants del pacte de sindicació del bloc i de consulta RCS Mediagroup (integrat, entre d'altres, per Fiat, Mediobanca, Fonsai o Pirelli); tanmateix, durant

[52] <http://satcesc.com/web/2014/01/15/el-corte-ingles-alquila-la-senal-de-marca-tv/>
[53] Canal nord-americà centrat en continguts de ficció.
[54] Vegeu en aquest mateix capítol l'apartat dedicat al grup COPE.
[55] <http://www.unidadeditorial.com/radio-marca.html>

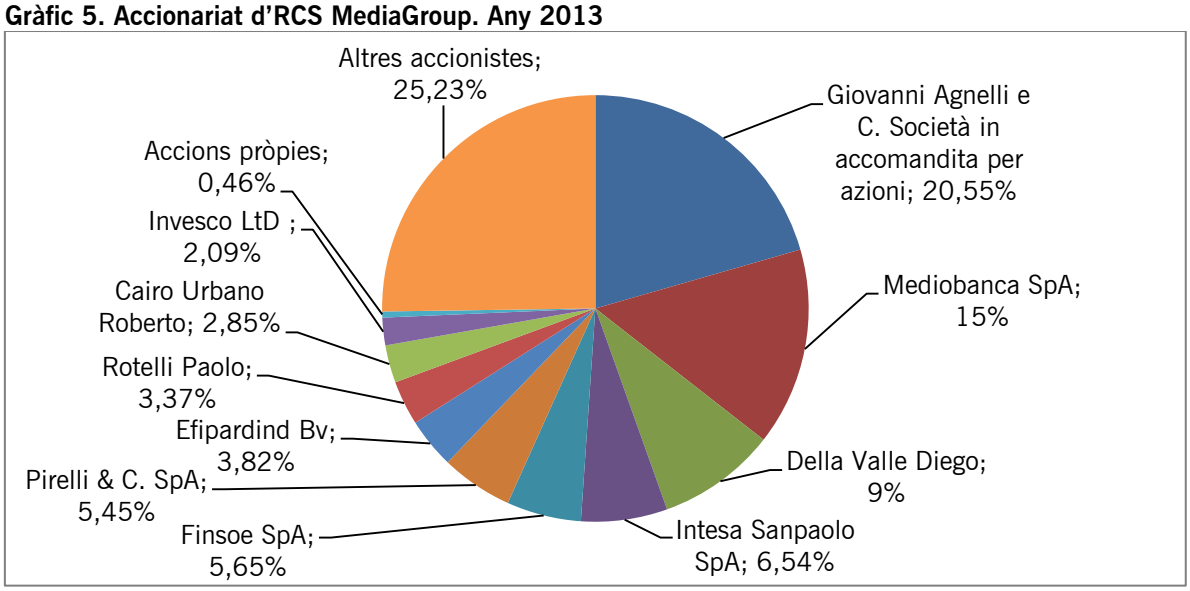
el darrer trimestre de 2013 es dissol anticipadament aquest pacte i, al novembre la cartera d'accions resta força repartida.

Gràfic 4. Accionariat d'RCS Mediagroup. Any 2012



Font: RCS MediaGroup. *Bilanzio Consolidato e Progeto di Bilanzio d'Eserzicio al 31 dicembre 2012*. Milà, Itàlia, 2013. [En línia]. <http://www.rcsmediagroup.it/wps/wcm/connect/31374f004fa16e88962c972e7767aa9e/Relazione%2BFinanziaria%2BAnnuale%2Bal%2B31-12-%2B2012%2Bper%2BDeposito%2Be%2BSito1.pdf?MOD=AJPERES> [Consulta: desembre de 2013].

Gràfic 5. Accionariat d'RCS MediaGroup. Any 2013



Font: RCS MediaGroup. [En línia]. <http://www.rcsmediagroup.it/wps/wcm/connect/14fb9680420ac2f48e358e86977fd08e/Company+profile+ITA+2dicembre13.pdf?MOD=AJPERES> [Consulta: desembre de 2013].

Societats filials i participades

Unidad Editorial participa al 100% en diverses societats, que són Unidad Editorial Radio SL, Unedisa Telecomunicaciones SL, Unidad Editorial Información Económica SL, Unedisa Comunicaciones SL, Unidad Editorial Información Deportiva Sociedad Limitada i Unidad Editorial Revistas SL[56].

Principals novetats de Unidad Editorial

RCS Mediagroup, presidida per Angelo Provasoli des de maig de 2012, ha viscut canvis rellevants durant el bienni 2012-2013; a final de desembre de 2012 el Consell d'Administració aprovava un pla de desenvolupament per al període 2013-2015, per tal de front a la conjuntura general desfavorable i a la profunda transformació del sector editorial. L'estratègia contempla unes línies d'actuació comunes generals, com ara la focalització en la innovació editorial i l'ampliació de l'oferta digital, i també específiques, que en el cas de Unidad Editorial es concreten en aspectes com ara el reforçament de la presència dels seus continguts en dispositius tipus tauleta o telèfon intel·ligent, l'ampliació de l'oferta de vídeo en línia o l'expansió internacional, amb particular atenció sobre el mercat d'Amèrica del Sud.

D'altra banda, durant el 2013 també s'ha ratificat l'operació de recapitalització de la societat per un import màxim de 600 milions d'euros així com el refinançament del deute bancari de l'entitat per la mateixa quantitat màxima i mitjançant tres línies de crèdit.

Quant a Unidad Editorial, presidida per Antonio Fernández Galiano Campos, el Consell d'Administració del grup l'abril de 2013 iniciava un procés de racionalització i optimització de l'estructura empresarial del grup (emmarcat en el pla estratègic abans esmentat), amb diverses escissions i fusions per absorció articulades sobre tres grans àrees d'activitat –premsa, ràdio i televisió–, i que donen com a resultat quatre úniques societats: Unidad Editorial Deportiva SLU, Unedisa Comunicaciones SLU, Unidad Editorial SA i Unedisa Telecomunicaciones SLU. També a l'abril Unidad Editorial anuncia una reducció i ampliació simultània

[56] Font: Informa D&B.

de capital per eixugar pèrdues per un import no especificat en la convocatòria de junta extraordinària celebrada el 30 de juny.

2.2.8 Vocento

Naturalesa jurídica i direcció

Vocento, SA és la societat capçalera mitjançant la qual s'articula l'activitat multimèdia de les diverses empreses del grup, que es desenvolupa en els mitjans impresos, en el sector audiovisual (fonamentalment televisió), a internet i també altres negocis d'impressió i distribució. Des del primer trimestre del 2012 està presidida per Enrique de Ybarra Ybarra, en representació d'Egaray de Inversiones Sociedad Limitada.

Informació comercial del grup

Taula 31. Serveis comercials explotats per Vocento. Any 2013

Nom servei	Descripció	Forma d'accés[A]
Televisió		
Disney Channel	Temàtic infantil	TDT
Intereconomia TV	Generalista	TDT, NET
Paramount Channel	Temàtic dedicat a la ficció	TDT,
MTV	Temàtic musical	TDT, CAB, ADSL
Ràdio		
ABC Punto Radio	Generalista	FM, NET
Serveis a la xarxa		
-		

[A] Formes d'accés tipificades de la manera següent: Televisió Digital Terrestre (TDT), cable (CAB), satèl·lit (SAT), ADSL, en línia (NET), freqüència modulada (FM), Ona Mitjana (OM)

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

Vocento, a través de la seva participació del 55% en el capital social de Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA, està present en la TDT en obert d'àmbit estatal mitjançant quatre programes de televisió, que són Disney Channel, Paramount Channel, MTV i Intereconomia. Paramount Channel comença la seva emissió per la TDT en obert durant el primer quadrimestre del 2012, en substitució de La 10, que havia deixat d'emetre al juny.

En el sector radiofònic, fins el 2012 ha comptat amb el producte ABC Punto Radio, amb presència a escala estatal. A finals d'aquest exercici el grup, a través del diari ABC, subscriu un acord amb Radio Popular SA (COPE) amb l'objectiu de reforçar una línia editorial compartida que a la pràctica suposa

l'arrendament dels seus pals emissors per difondre la programació de la cadena episcopal. L'acord va ser autoritzat per la Comisión Nacional de la Competencia (integrada ara en la CNMC) el març de 2013, condicionada a la desvinculació de dues freqüències a Astorga (Lleó) i Écija (Sevilla).[57]

Pel que fa a un dels socis de Vocento en la propietat de Net TV, SA, el grup Intereconomia Corporación ha viscut durant el 2012 i el 2013 un deteriorament econòmic que ha comportat tant la reducció de personal com, al final d'aquest bienni, la limitació de la programació a emissions enllaunades, televenda, documentals i l'emissió del programa de Federico Jiménez Losantos en esRadio. [58]

Accionariat

Les principals participacions del holding empresarial estan repartides entre quatre famílies, Begareche, Urrutia, Luca de Tena i Ybarra, que apleguen el 48,52% del total d'accions. L'empresa també disposa d'un 3,10% del capital de la companyia (que ascendeix a 3.871.501 accions) en autocartera.

Taula 32. Principals participacions del grup Vocento. Any 2013

Empresa	Percentatge de participació
Mezouna Sociedad Limitada (Ybarra)	11,07%
Valjarafe SL (Luca de Tena)	10,90%
Lima SL (Urrutia)	10,10%
Energay de Inversiones SL (Ybarra)	6,52%
Onchena SL (Ybarra)	5,39%
Casgo SA	4,43%
Autocartera	3,10%

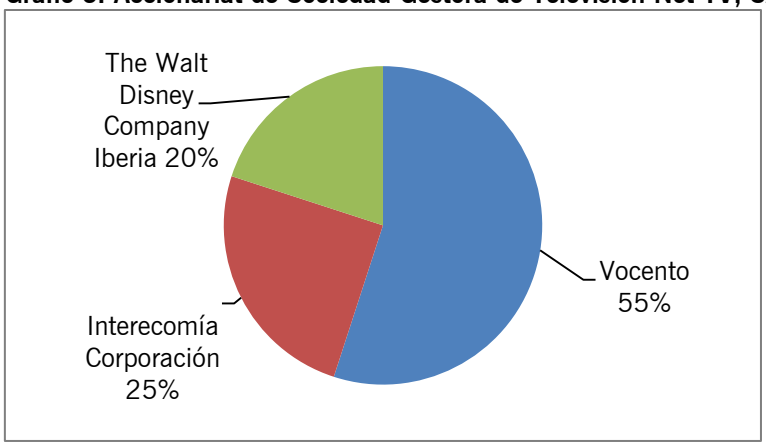
Font: Elaboració pròpia amb dades de l'informe financer de Vocento (2013) i d'Informa D&B.

Societats filials i participades

L'activitat de l'empresa en l'àmbit dels mitjans impresos i l'audiovisual s'organitza a l'entorn d'un gran nombre de societats filials en les quals hi té participació; a escala estatal, participa de forma indirecta en el 55% del capital de Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA, així com a tres empreses del holding Veralia Contenidos dedicades a la producció i distribució de continguts audiovisuals.

[57] El febrer de 2014 la CNMC autoritza l'adquisició del conjunt d'emissores de Vocento un cop resoltes les condicions suspensives establertes en l'acord de març de 2013.
[58] Al febrer de 2014 Intereconomia deixa d'emetre.

Gràfic 6. Accionariat de Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA. Any 2013



Font: Elaboració pròpia amb dades de l'informe financer de Vocento (2013).

Principals novetats de Vocento

Vocento ha viscut durant el període 2012-2013 una sèrie de canvis posats en marxa com a resposta a l'entorn macroeconòmic i publicitari advers, amb l'objectiu de millorar-ne l'eficiència i els processos del grup.

Durant el 2013 les diverses àrees de negoci en les quals treballa el hòlding es reestructuren i, si fins el 2012 estaven organitzades en *mitjans impresos* (ABC, premsa regional, suplements i revistes), *internet* (edicions digitals, portals verticals i classificats), *audiovisual* (TDT, ràdio i continguts) i *altres negocis* (distribució, impressió, altres), amb la nova ordenació, s'agrupa l'activitat editora i digital vinculada amb la premsa i els suplements i revistes, i les noves àrees es defineixen com *periòdics* (l'ABC és la seva principal capçalera, seguida de regionals i suplements i revistes), *audiovisual* (amb llicències de televisió i producció i distribució), *classificats* i *altres negocis*, com ara la distribució cinematogràfica.

Aquesta reorganització s'emmarca en el pla d'eficiència presentat el 19 de desembre de 2012, on també s'esbossa l'acord d'associació d'emissores amb la Cadena COPE, i es presenta com aquest nou pla del grup després de les accions estratègiques implementades entre 2007 i 2012 que, en el sector audiovisual, implica el tancament de La 10 i d'altres televisions locals i autonòmiques,

Pel que fa a les principals dades financeres de Vocento els ingressos d'explotació del 2013 s'han situat en 529.756 milers d'euros, un descens de l'11,2% respecte de 2012; l'EBITDA ha estat de de 36.355 milers d'euros.

2.3 Prestadors d'àmbit local, comarcal i supracomarcal

El sector de comunicació audiovisual local o de proximitat a Catalunya s'estructura a partir d'un sector públic –que garanteix la prestació del servei públic– i d'un sector privat –que és plural, divers i competitiu– i es configura, principalment, en ràdio, per mitjà de les emissores en FM (Freqüència Modulada), OM (Ona Mitjana) i DAB (Digital Audio Broadcasting), i en TV, mitjançant la TDT (Televisió Digital Terrestre), com a resposta, dels diversos processos concessionals promoguts pel Govern de la Generalitat i vinculats als Plans Tècnics del Govern de l'Estat espanyol.[59] Aquesta oferta es completa pel nombre cada vegada més elevat de mitjans de comunicació audiovisual de proximitat que opten per buscar un lloc a internet com a plataforma de creixement i/o de desenvolupament del seu servei.

Durant el 2013, els mitjans de proximitat continuen afectats pel descens dels ingressos publicitaris i de les subvencions públiques al sector de la comunicació i veuen en la xarxa una opció assequible on poder continuar i/o iniciar la seva activitat ja que els costos estructurals necessaris per fer-ho són menors.

En aquest context, es distingeixen dos tipus de relacions entre els prestadors locals i la xarxa: per una banda, els prestadors d'àmbit local que veuen internet com una opció comercial més per ampliar les finestres de recepció de la seva emissió (en FM o TDT) i arribar a l'audiència per mitjà de dispositius connectats fixos –com l'ordinador personal– i/o mòbils –l'*smartphone* o el telèfon intel·ligent, la tauleta tàctil, el telèfon tauleta–; i d'altra banda, els prestadors de proximitat que emeten per internet de manera exclusiva.

L'emissió dels continguts audiovisuals a través de la xarxa permet als prestadors oferir a més de l'habitual programació en directe (emissió sincrònica), els seus programes sota demanda (emissió asincrònica) a més de permetre a l'usuari rebre el servei a través d'altres dispositius a més de l'aparell de televisió i el receptor de ràdio tradicional.

[59] El 2013 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya convoca el concurs públic (Acord 66/2013 de 15 de maig del Ple del CAC) per adjudicar les 23 freqüències en FM de titularitat privada que corresponent a les 22 freqüències ocupades anteriorment per COMRÀDIO i una freqüència amb zona de servei a Tremp. El mes d'abril de 2011 el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya (TSJC) va estimar el recurs contenciós-administratiu presentat per l'Associació catalana de Ràdio (ACR) contra la Resolució PRE/3315/2006, de 17 d'octubre, que reservava 22 freqüències incloses en el Pla tècnic del Govern de l'Estat espanyol a la radiodifusió sonora per la prestació del servei públic de l'audiovisual per part de les entitat locals. Aquestes 22 freqüències estaven sota la tutel.la del Consorci de Comunicació Local i emetien producte COMRÀDIO.

Per acabar, en relació amb l'oferta, cal fer referència al nombre important de mitjans d'àmbit local, tant de ràdio com de televisió, que ofereixen el seu servei a Catalunya malgrat no disposen del títol habilitant de l'administració pública per fer-ho. En aquest grup s'inclouen diferents tipologies d'emissions: per una banda, els prestadors de serveis de comunicació audiovisual que conformen l'anomenat *tercer sector* que es declaren vinculats a projectes sense ànim de lucre o comunitaris (associatives, educatives, institucionals, lliures, etc.) i ofereixen el seu servei a Catalunya malgrat no estar plenament regulats,[60] i per l'altra, altres prestadors sense títol habilitant que ofereixen el seu servei amb fins comercials.[61]

En aquest context, la gran majoria dels prestadors audiovisuals de proximitat s'organitzen a l'entorn de grups de comunicació monomèdia o multimèdia. En el sistema audiovisual català hi conviuen tres tipologies diferents de grups de comunicació segons la cobertura territorial del servei audiovisual que ofereixen.

En primer lloc, els grups de comunicació de cobertura estatal format per prestadors locals que al emetre en cadena adquireixen cobertura d'àmbit espanyol[62] (casos com: Prisa, COPE, Planeta, Unidad Editorial, Radio Blanca); en segon lloc, els grups de comunicació d'abast autonòmic format per prestadors que emeten en cadena i adquireixen cobertura autonòmica o pràcticament autonòmica (per exemple Godó, Flaix, Estel, Tele Taxi) i, finalment, els grups de comunicació d'àmbit local, comarcal i supracomarcal. En aquesta tercera tipologia hi ha, per exemple, els grups multimèdia com Premsa d'Osona; Grup Taelus de Comunicació; Grup Regió 7; Grup Segre; L'Ebre Grup de Comunicació; i els grups/cadenes radiofòniques supralocals com GUM i Ràdio Marina, entre d'altres.

---

[60] D'acord amb l'article 32 i la disposició transitòria 14ena, de la Llei de l'Estat 7/2010, general de comunicació audiovisual, es preveu la possibilitat d'emissió -amb llicència prèvia- de " serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre". També l'article de la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya inclou previsions per als serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre: "La prestació de serveis de comunicació audiovisual per part d'entitats privades sense ànim de lucre es beneficia d'una reserva d'espai públic de comunicació, atenent la contribució que facin a la realització de finalitats d'interès general i de manera proporcionada a aquesta contribució" (art. 20.1)

[61] Durant l'any 2013, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha obert un total de 14 expedients sancionadors havent-se posat de manifest l'existència de determinats incompliments de la legislació aplicable pel que fa a la protecció de menor. Així mateix, la Direcció General de Mitjans Audiovisuals ha incoat 16 expedients sancionadors en relació a les emissions no emparades per cap títol habilitant.

[62] L'empresa matriu d'aquests grups de comunicació s'ubica fóra de Catalunya.

Finalment també hi ha una grup minoritari de prestadors que no pertanyen i no tenen cap vinculació amb cap grup de comunicació. Entre aquests prestadors, hi ha per exemple, Ràdio Aran, Ràdio Olot, Ràdio Vic, Empordà TV, Banyoles TV, Olot TV, etc.

Per sectors, en l'àmbit de la ràdio privada, i pel que fa al nombre de freqüències, més de tres quartes parts (un 87,5%) de les emissores locals estan vinculades amb grups de comunicació: d'abast espanyol en un 45,7% (81 freqüències) i d'abast autonòmic en un 41,8% (74). També coexisteixen emissores que formen part de grups multimèdia de proximitat, un total de 14, que representen un 7,9% del total, i, per últim, el 4,5% restant (8 ràdios) són prestadors de ràdio privada independents d'àmbit estrictament local.

En la televisió privada, en canvi, quasi la meitat del total dels programes de TDTL s'organitzen a l'entorn de grups de comunicació d'abast local i de proximitat en un 42,5% (17 programes de 40); davant d'un 27,5% (11 programes) que es relacionen amb grups privats d'abast autonòmic català i, una minoria, un 7,5% (3) amb grups de comunicació de cobertura estatal. El percentatge de prestadors de televisió sense vinculació a cap grup de comunicació és d'un 22,5% (9).

El sector de ràdios i televisions públiques d'àmbit local o de proximitat compta també amb grups multimèdia i la majoria d'aquests estan vinculats a municipis ubicats a la província de Barcelona: per exemple, l'Ajuntament de Barcelona a través de la societat gestora Informació i Comunicació de Barcelona, SA amb BTV i La Xarxa; l'Ajuntament de l'Hospitalet –a través de La Farga, SA– amb TV L'Hospitalet i TV L'Hospitalet; l'Ajuntament de Badalona –mitjançant Badalona Comunicació, SA– amb Televisió de Badalona i Ràdio Ciutat de Badalona, entre d'altres.

2.3.1 La ràdio local

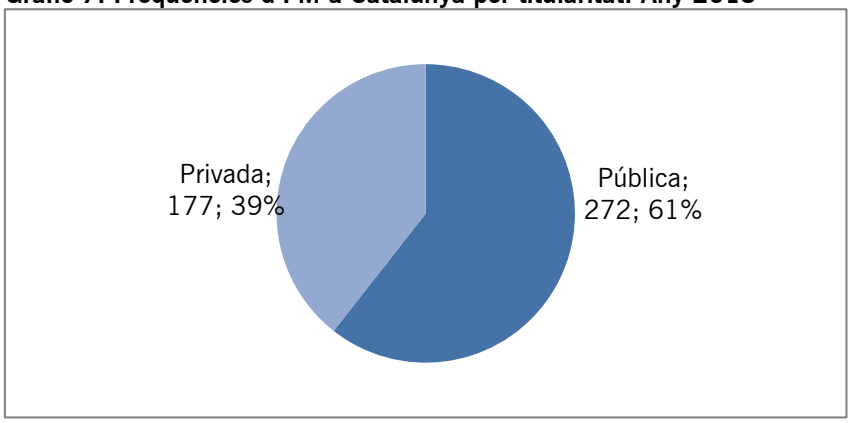
En el sector radiofònic local català hi cohabiten emissores de titularitat pública i privada de diferents dimensions. En aquest context la ràdio municipal pública d'àmbit local predomina en nombre d'emissores a Catalunya. El 2013, l'oferta radiofònica en FM (freqüència modulada) local està constituïda per 449

freqüències que disposen de títol habilitant mitjançant llicència atorgada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Per titularitat, les 449 freqüències en FM estan distribuïdes en 272 municipals públiques i 177 de privades. Davant l'estabilitat en la xifra de les freqüències d'FM locals privades des de l'any 2009, el 2013 es comptabilitzen 13 freqüències d'FM municipals més respecte l'any 2011.

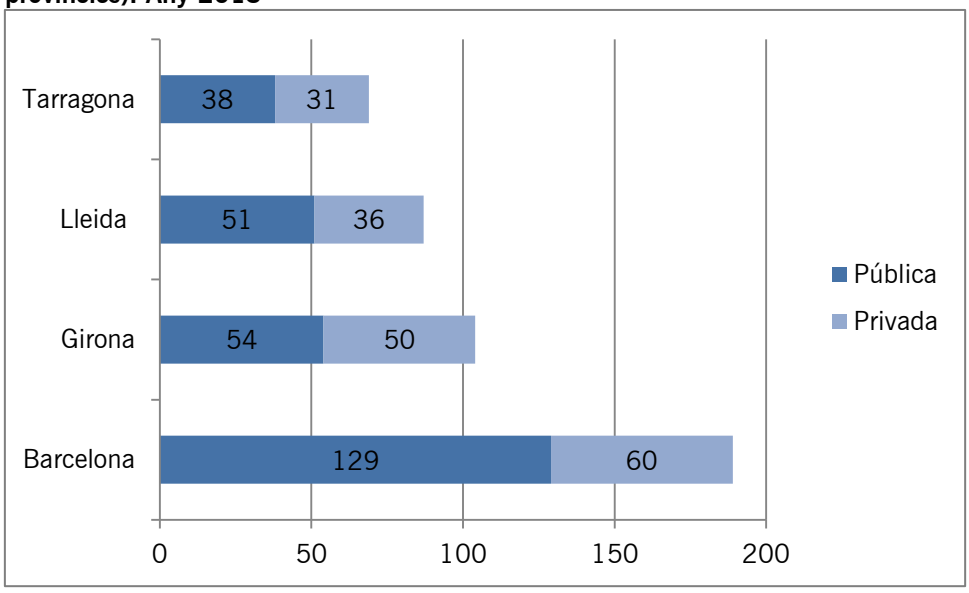
Per distribució geogràfica, la província de Barcelona recull un 42,0 % (189) de les 449 freqüències que hi ha a Catalunya, davant d'un 23,1% que s'ubiquen a Girona (104), un 19,3% a Lleida (87) i un 15,3% a Tarragona (69). Per titularitats, de les 272 freqüències d'FM municipals, un 47,4% s'ubiquen a Barcelona (129), un 19,8% a Girona (54), un 18,7% a Lleida (51) i un 13,9% a Tarragona (38). Les 177 freqüències locals privades queden distribuïdes territorialment de la següent manera: un 34% a Barcelona (60), un 28,2% a Girona (50), un 20,3% a Lleida (36) i un 17,5% a Tarragona (31) (vegeu el gràfic 8).

Gràfic 7. Freqüències d'FM a Catalunya per titularitat. Any 2013



Font: Elaboració pròpia.

Gràfic 8. Freqüències locals d'FM a Catalunya per titularitat i distribució geogràfica (en províncies). Any 2013



Font: Elaboració pròpia.

En relació amb les emissores d'OM (ona mitjana) a Catalunya, l'oferta està estabilitzada en 22 freqüències des del 1978 (9 públiques i 13 privades) i queden distribuïdes en les quatre províncies catalanes d'acord amb la taula següent:

Taula 33. Freqüències d'OM a Catalunya per titularitat i distribució geogràfica. Any 2013

Comarca	Freqüències OM públiques	Freqüències OM privades	Total
Barcelona	2	3	5
Vallès Occidental	0	2	2
Garraf	0	1	1
Bages	0	1	1
Total Barcelona	**2**	**7**	**9**
Alt Empordà	0	1	1
Gironès	2	1	3
Total Girona	**2**	**2**	**4**
Segrià	2	2	4
Total Lleida	**2**	**2**	**4**
Baix Camp	0	2	2
Baix Ebre	1	0	1
Tarragonès	2	0	2
Total Tarragona	**3**	**2**	**5**
Total Catalunya	**9**	**13**	**22**

Font: Elaboració pròpia amb dades del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme [En línia] <http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/Espectro/RadioTV/OM/Paginas/ondasmediasOM.aspx > [Consulta: gener 2014]

2.3.1.1 Titularitat pública

A Catalunya hi ha 272 freqüències d'emissores municipals en FM distribuïdes en 41 comarques catalanes. Quasi la meitat (un 47,4%) s'ubiquen en comarques de la província de Barcelona (129 de les 272).

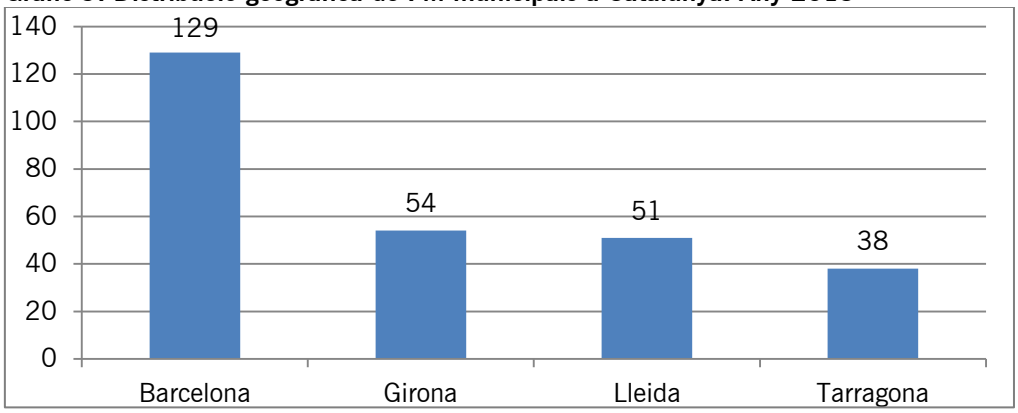
El Maresme és la comarca que concentra més emissores públiques locals (24) davant les dues comarques on no hi ha presència de ràdio local municipal: el Pallars Sobirà i la Segarra.

Taula 34. Distribució geogràfica FM municipals a Catalunya. Any 2013

Província	Població	Superfície (Km2)	Densitat de població	Número Emissores
Barcelona	5.552.050	7.726,40	718,6	129
Girona	761.627	5.905,00	129	54
Lleida	443.032	12.168,40	36,4	51
Tarragona	814.199	6.308,20	129,1	38
Catalunya	**7.570.908**	**32.108,00**	**235,8**	**272**

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l' Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per a la població, la densitat i la superfície.

Gràfic 9. Distribució geogràfica de FM municipals a Catalunya. Any 2013



Font: Elaboració pròpia.

Taula 35. Distribució geogràfica de les freqüències FM municipals a Catalunya. Per comarca. Any 2013

Comarca	Província	Població	Superfície Km²	Densitat de població	Número emissores
Alt Camp	Tarragona	45.299	538,0	84,2	5
Alt Empordà	Girona	141.517	1.357,5	104,2	11
Alt Penedès	Barcelona	106.252	592,7	179,3	10
Alt Urgell	Lleida	21.386	1.447,5	14,8	1
Alta Ribagorça	Lleida	4.235	426,9	9,9	1
Anoia	Barcelona	118.817	866,3	137,2	9
Bages	Barcelona	186.084	1.299,1	143,2	16
Baix Camp	Tarragona	193.535	697,2	277,6	7

Baix Ebre	Tarragona	83.125	1.002,7	82,9	6
Baix Empordà	Girona	133.754	701,7	190,6	8
Baix Llobregat	Barcelona	806.799	486,0	1.660,1	22
Baix Penedès	Tarragona	101.138	296,5	341,1	7
Barcelonès	Barcelona	2.254.052	145,8	15.465,2	5
Berguedà	Barcelona	41.202	1.185,3	34,8	3
Cerdanya	Girona	19.047	546,7	34,8	3
Conca de Barberà	Tarragona	21.148	650,2	32,5	3
Garraf	Barcelona	147.107	185,1	794,7	4
Garrigues	Lleida	20.212	797,7	25,3	3
Garrotxa	Girona	55.855	734,6	76	5
Gironès	Girona	184.187	575,6	320,0	10
Maresme	Barcelona	436.487	398,5	1.095,3	24
Montsià	Tarragona	72.121	735,4	98,1	8
Noguera	Lleida	40.200	1.784,1	22,5	7
Osona	Barcelona	154.588	1.260,3	122,7	7
Pallars Jussà	Lleida	14.113	1.343,1	10,5	2
Pallars Sobirà	Lleida	7.457	1.377,9	5,4	0
Pla de l'Estany	Girona	31.463	262,8	119,7	1
Pla d'Urgell	Lleida	37.267	305,1	122,1	3
Priorat	Tarragona	9.971	498,6	20,0	2
Ribera d'Ebre	Tarragona	23.867	827,3	28,8	3
Ripollès	Girona	26.268	956,6	27,5	4
Segarra	Lleida	23.365	722,7	32,3	0
Segrià	Lleida	209.965	1.396,7	150,3	11
Selva	Girona	173.518	995,0	174,4	12
Solsonès	Lleida	13.676	1.001,2	13,7	2
Tarragonès	Tarragona	251.282	319,4	786,7	7
Terra Alta	Tarragona	12.713	743,0	17,1	3
Urgell	Lleida	36.975	579,7	63,8	3
Val d'Aran	Lleida	10.056	633,6	15,9	2
Vallès Occidental	Barcelona	898.173	583,1	1.540,3	16
Vallès Oriental	Barcelona	402.632	851,0	473,1	16
Catalunya					**272**

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'IDESCAT per la població, la densitat i la superfície; del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme.

2.3.1.2 Titularitat privada

El territori català concentra un total de 177 freqüències locals de titularitat privada en FM. Aquestes freqüències es troben distribuïdes en 41 comarques i la majoria s'ubiquen a la província de Barcelona.

Les comarques de les Garrigues (Lleida) i el Priorat (Tarragona) són les úniques comarques del territori català que no disposen de ràdio privada en FM

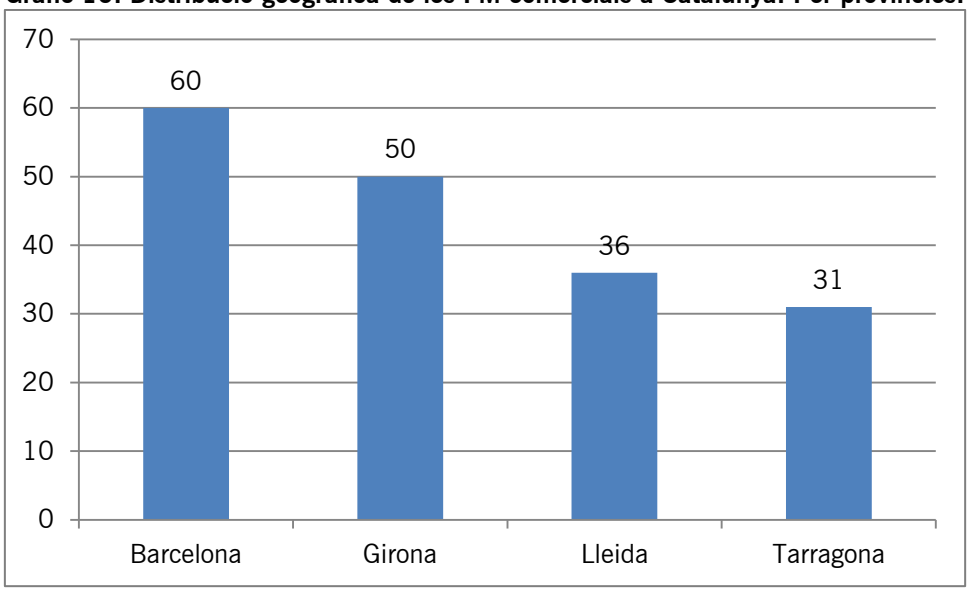
davant del Segrià (Lleida) i el Barcelonès (Barcelona) que amb 14 i 11 freqüències privades en FM, són les dues comarques que en tenen més.

Taula 36. Distribució geogràfica de les FM comercials a Catalunya. Per províncies. Any 2013

Província	Població	Superfície (Km2)	Densitat de població	Número Emissores
Barcelona	5.552.050	7.726,40	718,6	60
Girona	761.627	5.905,00	129	50
Lleida	443.032	12.168,40	36,4	36
Tarragona	814.199	6.308,20	129,1	31
Catalunya	**7.570.908**	**32.108,00**	**235,8**	**177**

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'IDESCAT per la població, la densitat i la superfície; del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme.

Gràfic 10. Distribució geogràfica de les FM comercials a Catalunya. Per províncies. Any 2013



Font: Elaboració pròpia.

Taula 37. Distribució geogràfica de les FM comercials a Catalunya. Per comarques. Any 2013

Comarca	Província	Població	Superfície Km²	Densitat de població	Freqüències comercials
Maresme	Barcelona	436.487	398,5	1.095,3	6
Baix Llobregat	Barcelona	806.799	486,0	1.660,1	2
Bages	Barcelona	186.084	1.299,1	143,2	9
Vallès Occidental	Barcelona	898.173	583,1	1.540,3	5
Vallès Oriental	Barcelona	402.632	851,0	473,1	2
Alt Penedès	Barcelona	106.252	592,7	179,3	2
Anoia	Barcelona	118.817	866,3	137,2	2
Osona	Barcelona	154.588	1.260,3	122,7	10
Barcelonès	Barcelona	2.254.052	145,8	15.465,2	12
Garraf	Barcelona	147.107	185,1	794,7	9
Berguedà	Barcelona	41.202	1.185,3	34,8	1
Selva	Girona	173.518	995,0	174,4	4
Alt Empordà	Girona	141.517	1.357,5	104,2	4
Gironès	Girona	184.187	575,6	320,0	12
Baix Empordà	Girona	133.754	701,7	190,6	8

Garrotxa	Girona	55.855	734,6	76,0	5
Cerdanya	Girona	19.047	546,7	34,8	11
Ripollès	Girona	26.268	956,6	27,5	5
Pla de l'Estany	Girona	31.463	262,8	119,7	1
Segrià	Lleida	209.965	1.396,7	150,3	14
Noguera	Lleida	40.200	1.784,1	22,5	1
Garrigues	Lleida	20.212	797,7	25,3	0
Pla d'Urgell	Lleida	37.267	305,1	122,1	1
Urgell	Lleida	36.975	579,7	63,8	1
Pallars Jussà	Lleida	14.113	1.343,1	10,5	2
Solsonès	Lleida	13.676	1.001,2	13,7	1
Alt Urgell	Lleida	21.386	1.447,5	14,8	3
Alta Ribagorça	Lleida	4.235	426,9	9,9	2
Val d'Aran	Lleida	10.056	633,6	15,9	7
Pallars Sobirà	Lleida	7.457	1.377,9	5,4	3
Segarra	Lleida	23.365	722,7	32,3	1
Baix Camp	Tarragona	193.535	697,2	277,6	5
Baix Penedès	Tarragona	101.138	296,5	341,1	1
Montsià	Tarragona	72.121	735,4	98,1	3
Tarragonès	Tarragona	251.282	319,4	786,7	10
Baix Ebre	Tarragona	83.125	1.002,7	82,9	8
Alt Camp	Tarragona	45.299	538,0	84,2	1
Conca de Barberà	Tarragona	21.148	650,2	32,5	1
Terra Alta	Tarragona	12.713	743,0	17,1	1
Priorat	Tarragona	9.971	498,6	20,0	0
Ribera d'Ebre	Tarragona	23.867	827,3	28,8	1
Catalunya					**177**

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'IDESCAT per la població, la densitat i la superfície; del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme.

En el mapa de comunicació radiofònica d'àmbit local de titularitat privada, com s'ha avançat a l'inici de l'apartat, es distingeixen tres tipus de prestadors segons la cobertura territorial del servei que ofereixen i amb models de negoci diferenciats. Per un costat, hi ha un grup minoritari de 22 freqüències de ràdio que ofereixen un servei radiofònic local, comarcal i supracomarcal, inferior a l'autonòmic i superior al local, amb un producte radiofònic de proximitat. Algunes d'aquestes freqüències estan vinculades a petits grups de comunicació d'àmbit inferior a l'autonòmic (un 7,9%) i altres són prestadors locals propietat de petits i mitjans empresaris (un 4,5%). Per l'altre, hi ha les 155 freqüències privades restants que estan vinculades a grups de comunicació bé d'abast autonòmic bé d'àmbit estatal. Aquestes emissores acostumen a emetre una programació en cadena amb desconnexions locals (vegeu la taula 38).

Taula 38. Freqüències d'FM local privada a Catalunya per tipologia de grups. Any 2013

Privats àmbit estatal	**81**
Grupo PRISA (Cadena SER, 40 Principales, Cadena Dial, M-80 Radio, màxima FM, Radiolé i Ona FM	49
Grupo Planeta (Onda Cero i Europa FM)	14
Grupo COPE (COPE, Cadena 100 i Rock FM)	16
Unidad editorial (Radio Marca)	2
Radio Blanca (Kiss FM)	2
Privats àmbit autonòmic	**74**
Grupo Godó (RAC 1 i RAC105)	31
Flaix (Flaix FM i Ràdio Flaixbac)	16
Tele Taxi (Ràdio Tele Taxi i Ràdio RM)	16
Estel (Ràdio Estel i Ràdio Principat)	11
Privats àmbit local	**22**
Grup Segre/La Manyana (La Manyana Ràdio)	3
Mola (Mola FM, AMB2FM)	2
Costa Brava Global Media (Joy FM)	1
L'Ebre grup de comunicació (Imagina Ràdio)	1
Premsa d'Osona (PROSA) (El 9 FM)	1
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió (Pròxima FM)	1
Corisa Media Grup (Radio Ripoll)	1
Radio Marina	2
Gum FM	2
Altres	8
TOTAL FM LOCAL PRIVADA	**177**

Font: Elaboració pròpia.

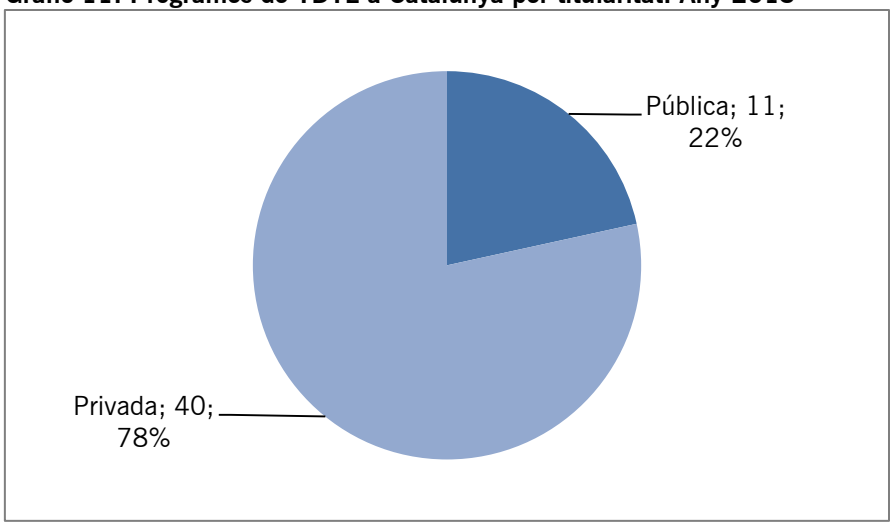
2.3.2 La TDT local

El 2013, el sector televisiu local a Catalunya està conformat per un total de 51 programes[63] de televisió de proximitat (TDTL) en emissió, que es distribueixen per tot el territori en el marc de les 21 demarcacions establertes per la normativa. D'aquest 51, 11 programes (dels 37 previstos) són de titularitat pública i 40 (dels 59 previstos) de titularitat privada.

Per distribució geogràfica, la meitat dels 51 programes de TDTL en actiu a Catalunya, un 54,9% (28), s'ubiquen en demarcacions que formen part de la província de Barcelona -les TDTL públiques en les demarcacions de Vilanova i la Geltrú, Barcelona, Granollers, Mataró i Sabadell, i en l'àmbit privat, a més de les demarcacions anteriors també a Cornellà del Llobregat, Igualada i Manresa, un 15,6% a Girona i Tarragona (amb 8 canals cadascuna d'elles) i un 13,7% (7) a Lleida.

[63] Un programa correspon a un canal de televisió.

Gràfic 11. Programes de TDTL a Catalunya per titularitat. Any 2013



Font: Elaboració pròpia.

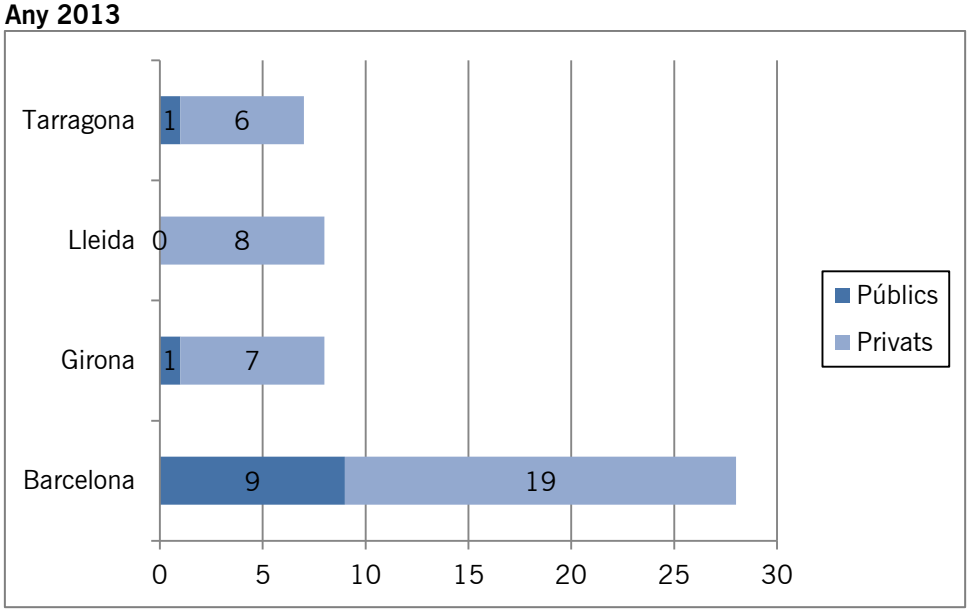
Taula 39. Programes de TDTL a Catalunya per distribució geogràfica (en províncies). Any 2013

Província	Població	Superfície (Km^2)	Demarcació/ns[A]	Número TDT L
Barcelona	5.552.050	7.726,40	Barcelona (5); Cornellà de Llobregat (2); Granollers (3); Mataró (2); Sabadell (5); Igualada (2); Manresa (2); Vilanova i la Geltrú (4) Vic (3)	28
Girona	761.627	5.905,00	Blanes (1); Figueres (2); Girona (2); Olot (2); Palafrugell (1)	8
Lleida	443.032	12.168,40	Balaguer (1); Lleida (3); La Seu d'Urgell (3); Vielha e Mijaran (1)	8
Tarragona	814.199	6.308,20	Reus (1); Tarragona (4); Tortosa(2)	7
Catalunya	**7.570.908**	**32.108,00**		**51**

[A] La província de Barcelona inclou les demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat, Granollers, Mataró, Sabadell, Igualada, Manresa, Vilanova i la Geltrú i Vic; la província de Girona inclou Blanes, Figueres, Girona, Olot i Palafrugell; la província de Lleida conté la demarcació de Balaguer, Lleida, La Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran i la província de Tarragona compren la demarcació de Reus, Tarragona i Tortosa.

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per a la població, la densitat i la superfície.

Gràfic 12. Programes de TDTL a Catalunya per titularitat i distribució geogràfica (en províncies). Any 2013



Font: Elaboració pròpia.

2.3.2.1 Titularitat pública

Catalunya compta amb 11 televisions públiques de proximitat en emissió distribuïdes en 7 demarcacions. La majoria de canals se situen geogràficament a Barcelona (un 81,0%; 9 dels 11 programes), i els altres 2 ho fan un a Tarragona i un altre a Girona. No hi ha cap TDTL pública en emissió a la província de Lleida. Dels 11 prestadors de TDTL en actiu, n'hi ha 7 que es relacionen amb l'emissora de ràdio municipal (habitualment a través d'una entitat gestora) i comparteixen sinergies creant petites xarxes multimèdia d'àmbit local/proximitat.

Taula 40. Distribució geogràfica de l'oferta de TDTL pública a Catalunya. Per província. Any 2013

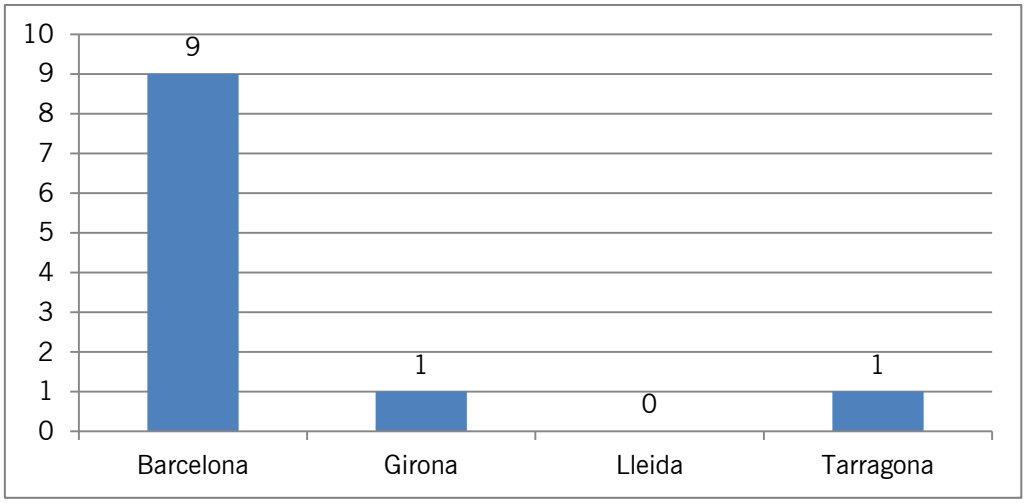
Província	Població	Superfície (Km2)	Demarcació/ns[A i B]	Número TDTL
Barcelona	5.552.050	7.726,40	Vilanova i la Geltrú; Barcelona; Granollers; Mataró i Sabadell	9[A]
Girona	761.627	5.905,00	Figueres	1
Lleida	443.032	12.168,40	-	0
Tarragona	814.199	6.308,20	Tarragona	1
Catalunya	**7.570.908**	**32.108,00**		**11**

[A] Dels 9 programes de TDTL existents a la província de Barcelona, tres són unimunicipals i sis són consorcis.

[B] La província de Barcelona inclou les demarcacions de Barcelona, Cornellà de Llobregat, Granollers, Mataró, Sabadell, Igualada, Manresa, Vilanova i la Geltrú i Vic; la província de Girona inclou Blanes, Figueres, Girona, Olot i Palafrugell; la província de Lleida conté la demarcació de Balaguer, Lleida, La Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran i la província de Tarragona compren la demarcació de Reus, Tarragona i Tortosa.

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l' institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per a la població, la densitat i la superfície.

Gràfic 13. Distribució geogràfica de l'oferta de TDTL pública a Catalunya. Per província. Any 2013



Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'Institut Català d'Estadística per a la població, la densitat i la superfície.

2.3.2.2 Titularitat privada

A Catalunya hi ha 40 programes de TDT local o de proximitat de titularitat privada en emissió distribuïdes en les 21 demarcacions. La majoria estan ubicades també a la província de Barcelona: un 47,5% (19 de 40); un 20% (8) es troben a la província de Lleida; un 17,5% (7) a Girona, i un 15% (6) a Tarragona.

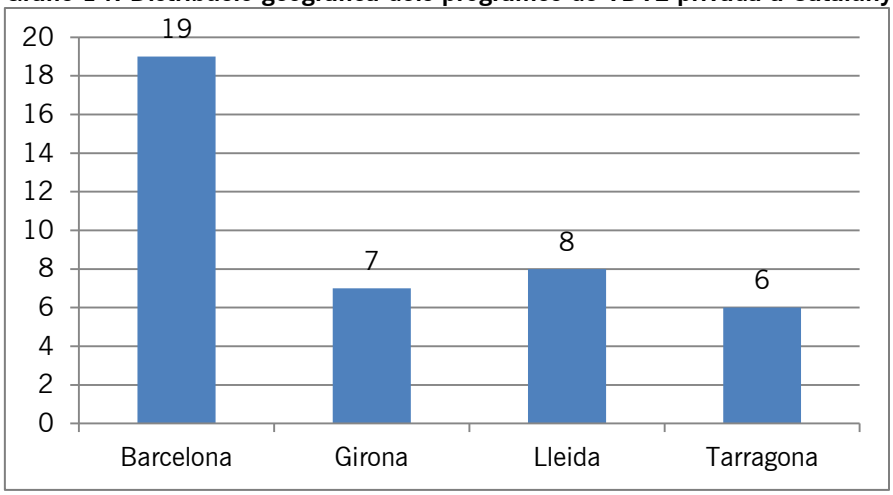
D'aquests 40 programes, més de la meitat (17 programes) estan vinculats a grups de comunicació de proximitat; el segon conjunt més nombrós de programes (11) el formen grups de comunicació d'abast territorial autonòmic.

Taula 41. Distribució geogràfica dels programes de TDTL privada a Catalunya. Any 2013

Província	Població	Superfície (Km2)	Demarcació/ns	Número TDTL
Barcelona	5.552.050	7.726,40	Barcelona, Cornellà de Llobregat, Granollers, Mataró, Sabadell, Igualada, Manresa, Vilanova i la Geltrú, Vic	19
Girona	761.627	5.905,00	Blanes, Figueres, Girona, Olot, Palafrugell	7
Lleida	443.032	12.168,40	Balaguer, Lleida, La Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran	8
Tarragona	814.199	6.308,20	Reus, Tarragona i Tortosa	6
Catalunya	**7.570.908**	**32.108,00**		**40**

Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya per a la població, la densitat i la superfície.

Gràfic 14. Distribució geogràfica dels programes de TDTL privada a Catalunya. Any 2013



Font: Elaboració pròpia amb les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per a la població, la densitat i la superfície.

Taula 42. Programes de TDT local privada a Catalunya per tipologia de grups. Any 2013

Programes	Total
Privats àmbit estatal	**3**
TV Manresa (grup Prensa Ibérica/ Regió 7)	1
Kiss TV (grup Radio Blanca)	1
TV Girona (grup Mediapro)	1
Privats àmbit autonòmic	**11**
Canal Català/El Punt Avui TV (Canal Català /Hermés)	9
Tele Taxi TV (grup Tele Taxi)	2
Privats àmbit local / proximitat	**17**
Lleida TV i Tot TV (grup Segre)	4
Canal Taronja (grup Taelus)	3
Pirineus TV i Tot TV (Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió)	2
4 TV Mediterrani (Lauren Films)	2
Canal TE (L'Ebre Grup de Comunicació)	1
El Vendrell TV (Grup El 3 de vuit)	1
Canal Reus TV (El Terrat)	1
El 9 TV (PROSA)	1
TV Costa Brava (Costa Brava Global Media)	1
Mola TV (grup Mola)	1
Altres (Empresa TV local)	**9**
TOTAL PROGRAMES TDT-L PRIVADA	**40**

Font: Elaboració pròpia.

2.3.3 Principals prestadors d'àmbit local o de proximitat

Aquest apartat es centra en la descripció dels principals agents públics i privats que presten serveis de comunicació d'àmbit local o de proximitat a Catalunya el 2013. La informació dels principals agents es presenta per separat pel que fa a la titularitat (pública i privada). Les fonts d'informació utilitzades provenen bàsicament de les pàgines webs corporatives dels prestadors o dels grups empresarials analitzats; i pel que dades economicofinanceres la font utilitzada és la base de dades e-informa.

2.3.3.1 Grups de comunicació multimèdia de titularitat privada

Taula 43. Grups multimèdia de proximitat a Catalunya. Per províncies. Any 2013

Província	Nom del grup	Mitjans de comunicació		
		Televisió	Ràdio	Altres mitjans
Barcelona	Premsa d'Osona (PROSA)	El 9 TV	El 9 FM	Sí
	Grup Taelus de Comunicació	Canal Taronja	(emet Prisa)	Sí
	Grup Regió 7	TV Manresa	(emet Prisa)	Sí
	TLB Grup	TLB Televisió (no emet)	STYL FM	Sí
	Mola	Mola TV	Mola FM	Sí
	El 3 de Vuit	El Vendrell TV	El 3 de Vuit Ràdio	Sí
Girona	Costa Brava Global Media	TV Costa Brava	Joy FM	Sí
	Corisa Media Grup	TV Ripollès	Ràdio Ripoll	Sí
Lleida	Grup Segre	Lleida TV i Tot TV	Segre Ràdio	Sí
	Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió	Pirineus TV i Tot TV	PròximaFM	No
Tarragona	L'Ebre Grup de Comunicació	Canal TE	Imagina Ràdio	Sí

Font: Elaboració pròpia.

- **PROSA (Premsa d'Osona, SA)**

Naturalesa jurídica i direcció

Premsa d´Osona, SA (PROSA) és una societat anònima que neix com a empresa periodística en els anys de la transició democràtica (1976) a Osona (edita el periòdic EL 9 NOU) i que actualment és una empresa de comunicació que té altres productes.[64]

President: Miquel Codina.

Director general de PROSA: Jordi Molet.

Zona de servei: Osona.

Informació comercial

Taula 44. Serveis comercials explotats pel grup PROSA. Any 2013

Televisió			
Logotip	Nom comercial	Editor	Forma d'accés
EL 9 TV	El 9 TV	Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	TDT: Demarcació de Vic; Mux i canal adjudicat: 35-4 NET: Sota demanda http://www.el9nou.cat/tvcarta_o_0

Ràdio			
Logotip	Nom comercial	Editor	Forma d'accés

[64] Vegeu web corporativa < http://www.el9nou.cat/text_o_0/1/33>

Televisió			
EL 9 FM	El 9 FM	Premsa D'osona, SA	FM: Freqüència: 92.8 Mhz , Zona de servei: Vic NET: En directe http://www.el9nou.cat/el9fm_directe.php Sota demanda http://www.el9nou.cat/podcast.php?ed=o&tam_txt=0

Altres serveis	
Nom del servei	**Descripció**
El 9 NOU	Diari a Osona, Ripollès i Vallès Oriental
El9nou.cat	Pàgina web del grup PROSA
Catalana de Televisió Local	Productora de continguts audiovisuals

Font: Elaboració pròpia.

Dades econòmiques

Taula 45. Informació financera i comercial de l'empresa PREMSA D'OSONA, SA

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
3.358.350,35 €	32.524,14 €	3.785.124,77 €	420.700,00 €	Editorial Prensa Ibérica, SA (33,75%) Premsa d'Osona, SA (5.36%) Altres (Indet.)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2013)**
26/10/1975	Edició de diaris i revistes	75

Font: Informa.

- **GRUP TAELUS DE COMUNICACIÓ**[65]

Naturalesa jurídica i direcció

Taelus SL és una societat limitada que neix a Manresa (2007) amb la carta de presentació del canal de televisió d'àmbit local anomenat Canal taronja de Televisió.

Administrador: Ferran Debant

Directora del Grup Taelus: Pilar Goñi

Logotip:

Zona de servei: Catalunya Central (Solsonès, Berguedà, Bages, Osona i Anoia)

[65] Vegeu web corporativa <http://www.taronjadigital-bages.cat/qui-som>

Informació comercial

Taula 46. Serveis comercials explotats pel GRUP TAELUS. Any 2013

TELEVISIÓ			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Canal Taronja http://www.taronjadigital-bages.cat/fitxer/829/dossier_taronja(31-08-11).pdf	Taelus SL; Canal taronja SL; Productora d'emissions de ràdio, SL	TDT: Demarcacions: Igualada, Manresa i Vic NET

RÀDIO			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Cadena SER Ràdio Manresa	Taelus, SL	Per FM: 91.8 Mhz Manresa
	Els 40 Principals Catalunya Central	Taelus, SL	Per FM: 89.6 Mhz Vic
	Cadena Dial Catalunya Central	Edicions Intercomarcals, SA	Per Fm: 106.8 Manresa

Altres serveis	
Nom del servei	**Descripció**
Taronja digital	Pàgina web (Infoweb de proximitat)
Freqüència http://www.taronjadigital-bages.cat/fitxer/542/dossier_frq.pdf	Diari gratuït d'edició mensual de caràcter informatiu i de proximitat
Taelus Publicitat http://www.taronjadigital-bages.cat/fitxer/432/dossier_taeluspublicitat.pdf	Agència de Comunicació

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

Dades econòmiques

Taula 47. Informació financera i comercial de l'empresa TAELUS, SL.

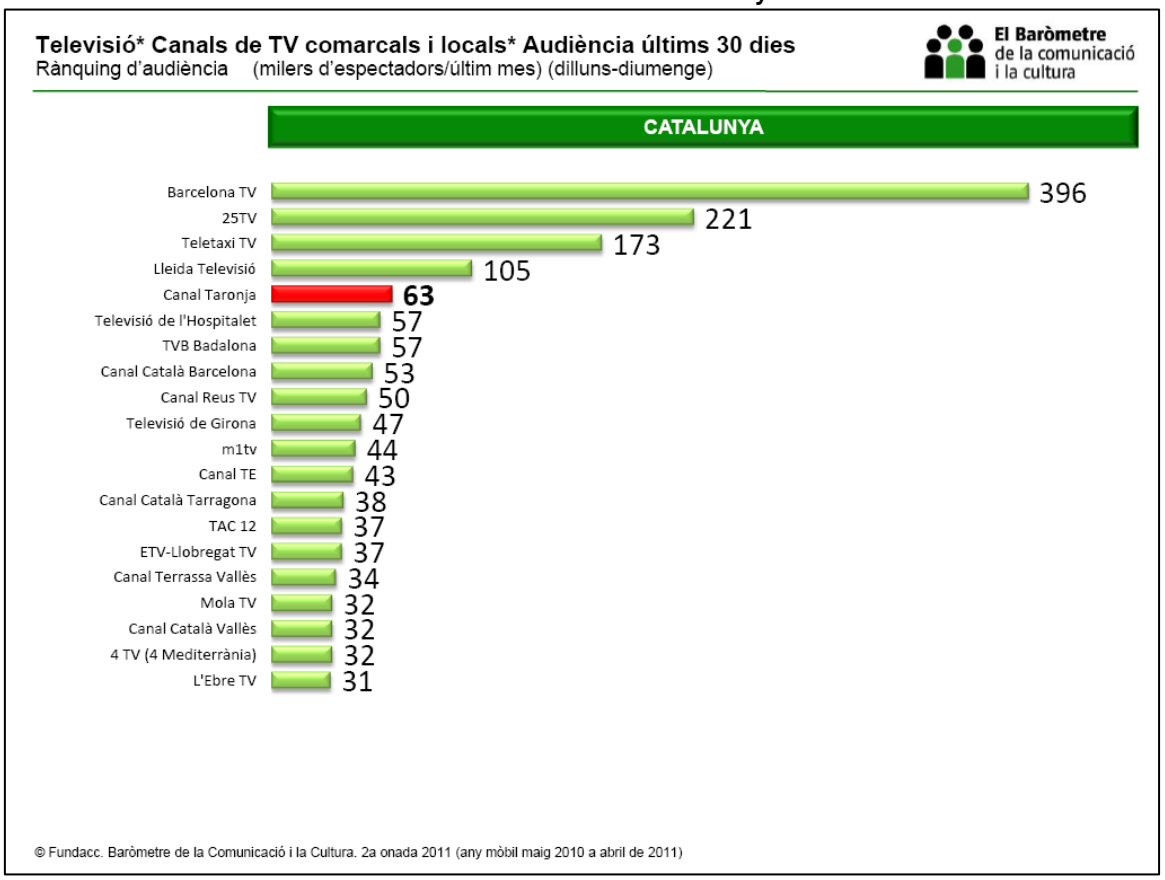
Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
1.067.304,84 €	-7.672.82 €	1.253.941,29 €	60.100 €	Ralpi, SL (51%) Productos Químicos del Bages, SA (49%)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2013)**
09/12/1994	Serveis de publicitat i RRPP	14

Font: Informa.

Dades d'audiència

Gràfic 15. Audiència de canals de televisió comarcals i locals. Any 2011



Font: Web corporativa Canal Taronja amb dades del Baròmetre de la Comunicació i cultura <http://www.taronjadigital-bages.cat/fitxer/828/audiencia_2onada2011.pdf>

- **EDITORIAL PREMSA IBÉRICA (EPI) / Grup REGIÓ 7**[66]

Naturalesa jurídica i direcció

L'editorial Premsa Ibérica és un dels grups de premsa amb més presència nivell autonòmic de l'Estat espanyol. Té presència a nou comunitats autònomes, entre elles, Catalunya. Als seus inicis centra la seva activitat en el sector de la premsa diària però actualment ja és un grup multimèdia propietari a Catalunya dels diaris Regió 7, el Diari de Girona i de la televisió local de proximitat TV de Manresa a través de la societat mercantil Edicions Intercomarcals, SA. L'origen de TV Manresa se situa a l'any 1984. El seu producte principal és TV Manresa, una televisió local que, d'acord amb el que indica la seva pàgina web, "aposta pels informatius i els programes de producció pròpia".

Administrador: Fèlix Noguera

[66] Vegeu <http://www.epi.es/>

Logotip:

Zona de Servei: Manresa (Bages) i comarca del Berguedà.

Informació comercial

Taula 48. Serveis comercials explotats pel GRUP EDITORIAL PREMSA IBÉRICA. Any 2013

Televisió			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	TV Manresa	Televisió de Manresa, SLU	Per TDT: Demarcació Manresa NET: en directe http://www.tvmanresa.cat/
Ràdio			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	s/d (emet PRISA)	Edicions intercomarcals SA	106.8 Manresa

Altres serveis	
Nom del servei	**Descripció**
Regio 7, Diari de Girona	Premsa escrita
Magazine; Empordà	Setmanaris
Alba editorial	Edició de llibres

Font: Elaboració pròpia.

Dades econòmiques de Televisió de Manresa, SLU

Taula 49. Informació financera i comercial de l'empresa Televisió de Manresa, SLU

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
114.496,62 €	-41.071,95€	510.696,95€	150.000,00€	Edicions Intercomarcals, SA (100%)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
16/10/2001	Serveis de radiodifusió, d'enllaç i transmissió de senyals de TV	5

Font: Informa.

Dades d'audiència

TV de Manresa ofereix una programació heterogènia i s'adreça a diferents tipus d'audiència. D'acord amb els últims estudis d'audiència realitzats a la cadena, segons dades atorgades pel mateix prestadors, la xifra d'espectadors arriba a 40.000 espectadors a la ciutat de Manresa i de 80.000 a la seva àrea d'influència.[67]

[67] Vegeu <http://www.tvmanresa.cat/servicios/conozcanos/conozcanos.jsp>

- **TLB Grup**[68]

Naturalesa jurídica i direcció

TLB GRUP és una empresa privada de comunicació integrada per diferents mitjans vinculats al món de la premsa i la comunicació. Abarca des de la premsa escrita i la ràdio fins a les plataformes de comunicació 2.0 –amb freqüències radiofòniques i televisives digitals– així com serveis integrals de comunicació per a organitzacions i empreses.

President: Lluis Basiana

Logotip:

Zona de servei: Manresa (Bages)

Informació comercial

Taula 50. Serveis comercials explotats per TLB GRUP. Any 2013

Televisió			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	TLB Televisió	Radio i Televisió de Manresa, SL	TDT: Demarcació de Manresa; Mux i canal adjudicat: 49-4 (Inactiu) NET: YouTube
Ràdio			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Styl FM	Radio Ciutat de Manresa	FM (100.6 Manresa La seva Llar el Seu món) i NET
	Styl Clàssics	-	FM (95.2 Manresa Sistema Català de Radiodifusió) i NET

ALTRES SERVEIS	
Nom del servei	**Descripció**
7manari digital	Setmanari informatiu diari comarques centrals
TLB Press&Media	Agència de comunicació

Font: Elaboració pròpia a partir de la web corporativa.

Dades econòmiques

Taula 51. Informació financera i comercial de Ràdio i Televisió de Manresa, SL

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2007)	**Últims resultats balanç (2007)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
679.962,42€	15.162,49€	1.105.293,12€	136.804,00€	Disseny i sostenibilitat, SL (100%)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
15/01/2003	Serveis de radiodifusió, d'enllaç i transmissió de senyals de TV	5 (2007)

Font: Informa

[68] Vegeu <http://www.tlbgrup.com>

Taula 52. Informació financera i comercial de Ràdio Ciutat de Manresa, SL

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2007)	**Últims resultats balanç (2007)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
106.034,48€	11.106,92€€	539.399,48€	364.212,05€	Radio i Televisió de Manresa, SL (100%)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
27/12/1991	Serveis de radiodifusió, d'enllaç i transmissió de senyals de TV	3 (2004)

Font: Informa.

Principals novetats:

El mes de març de 2012 TLB desconnecta de Canal català[69] i al mes de juliol de 2013 TLB es queda sense senyal de TDT-L per falta de pagament de l'ample de banda.[70]

- **EL 3 DE VUIT / PUBLICACIONS PENEDÈS[71]**

Naturalesa jurídica i direcció

El 3 de vuit és el nom comercial dels productes audiovisuals oferts per la societat Publicacions Penedès, SA que inicia la seva activitat a principis dels anys 80 a Vilafranca del Penedès amb l'edició del setmanari d'informació El 3 de vuit. Anys més tard amplia la seva activitat en el camp de la ràdio i la televisió local.

Director del grup 3 de Vuit: Ricard Rafeques

Logotip:

el 3 de vuit.cat

Zona de servei: Vilanova i la Geltrú; Sant Pere de Ribes (Garraf)

[69] <http://www.naciodigital.cat/manresainfo/noticia/24919/tlb/grup/es/desconnecta/canal/catala>

[70] <http://www.naciodigital.cat/manresainfo/noticia/37521/tallen/senyal/tlb/falta/pagament/ample/banda>

[71] <http://www.el3devuit.cat/>

Informació comercial

Taula 53. Serveis comercials explotats per EL 3 DE VUIT. Any 2013

Televisió			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	TV El Vendrell	Publicacions Penedès, SA	TDT (Demarcació Vilanova i la Geltrú; Mux i canal adjudicat: 30-4) i NET (http://www.rtvelvendrell.cat/online/televisio-online).
Ràdio			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	El 3 de Vuit ràdio	Publicacions Penedès, SA	En FM (100.9 Mhz; Sant Pere de Ribes) (No emet)
ALTRES SERVEIS			
Nom del servei		**Descripció**	
3 de Vuit		Setmanari informació comarcal Alt i Baix Penedès (Més de 30 anys en actiu)	

Font: Elaboració pròpia.

Dades econòmiques Publicacions Penedès, SA

Taula 54. Informació financera i comercial de Publicacions Penedès, SA

Informació financera				
Últimes ventes de balanç (2010)	**Últims resultats balanç (2010)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
610.170,95 €	12.156,59 €	607.060,65 €	61.302,00 €	
Informació comercial				
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2010)**		
10/01/1979	Edició de diaris i revistes	18		

Font: Informa.

Principals novetats:

El mes d'abril de 2013, segons informa l'Ajuntament d'El Vendrell, des del 19/04/2013, el Vendrell TV (municipal) passa a emetre's pel canal de TDT on fins aleshores havia estat emetent el 3d8.

- **COSTA BRAVA GLOBAL MEDIA**[72]

Naturalesa jurídica i direcció

Costa Brava Global Media es una plataforma multimèdia de diferents mitjans de comunicació: televisió, ràdio, premsa escrita, premsa digital, aplicacions per a telèfons intel·ligents, vídeos sota demanda, xarxes socials; encapçalada i

[72] Vegeu <http://www.costabrava-globalmedia.com>

administrada per una societat mercantil anomenada D-9 Comunicació, SL amb seu al municipi de S'Agaró (Girona).

Director general: Manel Rius.

Administradora única: Maria Luisa Martínez

Logotip:

Zona de servei: Palafrugell; Castell-Platja d'Aro (Baix Empordà)

Informació comercial

Taula 55. Serveis comercials explotats per Costa Brava Global Media. Any 2013

Televisió			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
TV COSTA BRAVA	TV Costa Brava	D-9 Comunicació, SL	TDT (Demarcació: Palafrugell; Mux i canal 25-2) i NET (a través de la plataforma XIP TV)

Ràdio			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
Joy FM	Joy FM	D-9 Comunicació, SL	Per FM (95.6 Mhz; Castell-Platja d'Aro), per TDT i NET (http://joyfm.cat/).

Altres serveis	
Nom del servei	**Descripció**
Som Reggae	Emissora per Internet (http://www.somreggaefm.com/#)
Costa Brava Digital	Plataforma de comunicació (El Diari Digital del Baix Empordà)

Font: Elaboració pròpia.

Dades econòmiques D-9 Comunicació, SL

Taula 56. Informació financera i comercial de D-9 Comunicació, SL

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
123.952,11 €	-27.440,96€	343.321,83€	3.005,06€	s/determinar

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
05/08/1994	Serveis de radiodifusió, serveis d'enllaç i transmissió de senyals de TV	7

Font: Informa.

- **CORISA MEDIA GRUP**[73]

Naturalesa jurídica i direcció

Corisa Media Grup és el grup multimèdia del Ripollès fundat l'any 1989 per periodistes i tècnics audiovisuals de la comarca. Aquest grup de comunicació contempla diferents branques del món de la comunicació.

Responsable de Ràdio Ripoll: Jordi Martí.

Logotip

Zona de Servei: Ripollès

Informació comercial

Taula 57. Serveis comercials explotats per Costa Brava Global Media. Any 2013

TELEVISIÓ			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Televisió del Ripollès	Televisió del Ripollès, SL	TDT Olot http://televisiodelripolles.xiptv.cat/

RÀDIO			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Ràdio Ripoll	Ràdio Ripoll SL	90.5 Ripoll

ALTRES SERVEIS	
Nom del servei	**Descripció**
El Ripollès	Premsa escrita
El Ripollès Digital	Diari digital
Sortida	Publicacions
Itram comunicació	Agència de serveis de comunicació

Font: Elaboració pròpia.

- **GRUP SEGRE**[74]

Naturalesa jurídica i direcció

El Grup Segre té signat un acord amb Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, concessionària de llicències de TDT al múltiplex del Pirineu i al de Lleida, per a garantir la viabilitat d'un projecte de televisió digital de proximitat a les comarques de Lleida, compartint graella amb el seu canal de TDT (Pirineus TV). President: Robert Serentill

[73] Vegeu <http://www.corisamediagrup.com/mitjans/r%C3%A0dio-ripoll-ona-90/>
[74] Vegeu <http://www.segre.com/index.html> i <http://www.segre.com/index.php?id=1237>

Director executiu: Juan Cal

Logotip:

Zona de Servei: Lleida i Pirineus (terres de ponent, Alt Pirineu i Aran)

Informació comercial

Taula 58. Serveis comercials explotats pel Grup Segre. Any 2013

TELEVISIÓ			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Lleida Televisió	Prensa Leridana SA	TDT: Demarcacions Balaguer, Lleida, La Seu d'Urgell, Vielha i Mijaran NET: En directe i TV a la carta. (http://www.segre.com/lltv_inici.html). Xip/TV
	Tot TV	Acord amb Cadena pirenaica de Ràdio i Televisió	Canal dedicat a la promoció del turisme i del territori de Lleida. Emet a la plana de Lleida i al Pirineu

RÀDIO			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
	Segre Ràdio		NET (http://www.segre.com/radio.html)

ALTRES SERVEIS	
Nom del servei	**Descripció**
Diari Segre	Premsa diària
Segre.com	Diari digital

Font: Elaboració pròpia.

Dades econòmiques

Taula 59. Informació financera i comercial de Grup Segre

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
267.583,18€	2.005.544,32€	8.666.802,15€	847.280,00€	Robert Serentill (accionista majoritari); Prensa Leridana, SL (indet.) i Fustaferr, SL (indet.)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
15/01/1981	Lloguer de béns inmobles	2

Font: Informa.

- **CADENA PIRENAICA DE RÀDIO I TELEVISIÓ**[75]

Naturalesa jurídica i direcció

Sota el nom de Cadena pirenaica de Ràdio i Televisió hi ha un grup de comunicació de comunicació de la zona del Pirineu català que ofereix des de el servei de la transmissió de les ones, fins a la producció i la planificació dels espais publicitaris.

Conseller delegat: Eduard Navarro.

Logotip:

Zona de servei: Lleida i la Seu d'Urgell. També Andorra.

Informació comercial

Taula 60. Serveis comercials explotats per Cadena Pirenaica. Any 2013

TELEVISIÓ			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
pirineus tv TOT	Pirineus TV Tot TV	Canal Audiovisual Lleida, SL Cadena Pirenaica de Ràdio i televisió, SL	TDT

RÀDIO			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
pròximafm "on neixen els èxits"	Pròxima Radio	Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	FM (Puigcerdà 89.1), també emet a Andorra i per TDT canal 50 (Lleida) i canal 55 (Pirineus) http://www.proxima.cat/

ALTRES SERVEIS	
Nom del servei	**Descripció**
	Productora
	Central de Mitjans
	Agència de publicitat

Font: Elaboració pròpia.

Dades econòmiques Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL

Taula 67. Informació financera i comercial de Cadena Pirenaica. Any 2013

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
318.067,53€	45.779,66€	817.632,22€	6.000€	Radio Andorra, SLU (70%) i Canal Pirineus TV, SL (30%)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors**
07/05/2003	Serveis de radiodifusió, enllaç i transmissió de televisió	s/d

Font: Informa.

[75] Vegeu <http://www.cadenapirenaica.com/>

- **L'EBRE GRUP DE COMUNICACIÓ**[76]

Naturalesa jurídica i direcció

Grup L'EBRE és la denominació d'un grup multimèdia nascut sota l'aixopluc del setmanari L'Ebre (periòdic de referència de les terres de l'Ebre) que agrupa el grup multimèdia les tres empreses i els quatre mitjans de comunicació.

Director executiu L'Ebre Televisió, SL: Josep M. Arasa

Directora de l'Ebre TV: Clara Tena

Director d'Imagina Radio: Josep Lluis Villa

Logotip:

Zona de servei: Tortosa (Baix Ebre)

Informació comercial

Taula 61. Serveis comercials explotats per L'Ebre Grup de Comunicació. Any 2013

Televisió			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
CANAL TE TERRES DE L'EBRE	Canal TE Terres de l'Ebre (Abans L'ebre TV)	L'Ebre Televisio, SL (abans EBE Imatge i Comunicació SL)	TDT: Demarcació de Tortosa; Mux adjudicat: 34) NET: (Xip/ TV)

Ràdio			
Logotip	**Nom comercial**	**Editor**	**Forma d'accés**
imaginaràdio	Imagina Ràdio	La Veu de l'Ebre, SL	FM: 103.9 Mhz; Tortosa NET: serveis en directe i a la carta a l'adreça http://www.imaginaradio.com/

Altres serveis	
Nom del servei	**Descripció**
L'Ebre setmanari de la Vegueria de les Terres de l'Ebre	Premsa escrita
L'Ebre Digital.cat	Diari electrònic, portal i plataforma audiovisual del grup L'Ebre

Font: Elaboració pròpia.

Dades audiència

Canal TE té una mitjana de 10.000 espectadors diaris amb un màxim de 14.000 en cap de setmana (Font: web amb dades del Baròmetre de la Comunicació) i Imagina Ràdio té una audiència acreditada de 26.000 oïdors diaris, segons web corporativa.

[76] Vegeu <http://www.ebredigital.cat/info---empreses-i-mitjans>

Dades econòmiques de L'Ebre Televisió, SL

Taula 62. Informació econòmica i comercial de L'Ebre Grup de Comunicació. Any 2013

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
386.306,70€	-235,80€	455.597,66€	4.000,00€	La Veu de l'Ebre, SL (accionista majoritari)

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
12/12/2005	Activitats recreatives i entreteniment	4

Font: Informa.

Dades econòmiques de La Veu de l'Ebre, SL

Taula 63. Informació econòmica i comercial de La Veu de l'Ebre. Any 2013

Informació financera				
Últimes vendes de balanç (2012)	**Últims resultats de balanç (2012)**	**Actiu total**	**Capital social**	**Accionistes**
515.147,43€	-32.249,27	617.840,93€	22.400,00€	

Informació comercial		
Data constitució	**Activitat**	**Treballadors (2012)**
04/01/2002	Edició de revistes i diaris	8

Font: Informa.

2.3.3.2 Entitats multimèdia de titularitat pública

El sector públic també compta amb grups multimèdia, la majoria ubicats a Barcelona i la seva àrea metropolitana.

Taula 64. Prestadors públics multimèdia per províncies. Any 2013

Província	**Entitat pública**	**Mitjans de comunicació**	
		Televisió	**Ràdio**
Barcelona	Ajuntament de Barcelona	BTV	La Xarxa
	Ajuntament de l'Hospitalet	TV L'Hospitalet	Ràdio L'Hospitalet
	Ajuntament de Badalona	Televisió de Badalona	Ràdio Ciutat de Badalona
	Ajuntament de Vilanova i la Geltrú	Canal Blau	Canal Blau FM
	Ajuntament de Terrassa	Canal Terrassa Vallès	Terrassa FM
	Ajuntament de Vilafranca del Penedès	Penedès Televisió	Ràdio Vilafranca
	Consorci Vallès Visió (Vallès Oriental)	Vallès Visió	Ràdios municipals de Vallromanes, Montornés, Parets del Vallès i Mollet del Vallès
Girona	L'Escala	Canal 10 Empordà	Ràdio L'Escala

Lleida			
Tarragona			

Font: Elaboració pròpia

- **AJUNTAMENT DE BARCELONA**[77]

Taula 65. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de l'Ajuntament de Barcelona

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
	Barcelona TV (BTV)	Àngel Casas, director	Informació i Comunicació de Barcelona SA	TDT NET: En directe i a petició (http://www.btv.cat/)

Ràdio				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
	Com Ràdio/La Xarxa Radio[78]	Francesc de Ribot, director	Agència de Comunicació Local	FM (91.0 mhz, Barcelona)

- **AJUNTAMENT DE L'HOSPITALET**[79]

Taula 66. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de l'Ajuntament de l'Hospitalet

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
TELEVISIÓ LH	TV de L'Hospitalet	Maria Antonia Sánchez, coordinadora / Anna Esteva Garcia, directora dels mitjans de comunicació	La Farga, GEMSA	TDT (emet de dilluns a divendres, dues hores per dia) NET: a petició

Ràdio				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
RÀDIO LH	Ràdio de L'Hospitalet	ídem televisió	La Farga, GEMSA	FM (inactiva) TDT NET

Altres serveis	
Nom del servei	**Descripció**
L'H Digital	Plataforma digital mitjans de comunicació de L'Hospitalet

[77] Vegeu <http://www.btv.cat/>

[78] A partir de l'1 de gener de 2014 passa a emetre en proves Barcelona FM, la nova ràdio pública de l'Ajuntament de Barcelona que comparteix gestió amb el canal de televisió BTV. Més informació a <http://sombtv.wordpress.com/2014/01/28/farem-la-radio-barcelona-fm/>

[79] Vegeu <http://lhdigital.cat/web/digital-h/>

- **AJUNTAMENT DE BADALONA**[80]

Taula 67. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de l'Ajuntament de Badalona

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
teleb Televisió de Badalona	Televisió de Badalona	Albert Fernández, Conseller delegat Badalona Comunicació SA	Badalona Comunicació SA[81]	TDT NET: en directe (http://www.teleb.cat/directe/) i a petició (http://tvbadalona.xiptv.cat/)
Ràdio				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
ràdiob Ràdio Ciutat de Badalona	Ràdio Ciutat de Badalona	Ídem televisió	Badalona Comunicació, SA	FM 94,4 Mhz Badalona NET: En directe i a la carta (http://www.radiob.cat/index.php)
Altres serveis				
Nom del servei	**Descripció**			
Bétulo	Revista d'informació local			

- **AJUNTAMENT DE VILANOVA I LA GELTRÚ**[82]

Taula 68. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
Canal Blau	Canal Blau	Joan Carrillo, director	Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú, SAM[83]	TDT NET: en directe
Ràdio				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
Canal Blau FM	Canal Blau FM	Jordi Martí, director	Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú, SAM	FM 100.5 Mhz Vilanova i la Geltrú NET: en directe

- **AJUNTAMENT DE TERRASSA**[84]

Taula 69. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de l'Ajuntament de Terrassa

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
canal Terrassa Vallès	Canal Terrassa Vallès	David Marcet, coordinador	Societat de Comunicació Municipal terrassa, SA	TDT NET: En directe i a petició
Ràdio				

[80] Vegeu <http://www.teleb.cat/>
[81] Vegeu <http://www.rcb.es/rcb/quisom.htm>
[82] Vegeu <http://www.canalblau.cat/>
[83] Vegeu <http://www.vilanova.cat/html/ajuntament/informacio_comunicacio.html>
[84] Vegeu <http://www.terrassadigital.cat/televisio/>

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
	Terrassa FM	Jordi Llonch, director	Societat de Comunicació Municipal terrassa, SA	FM (95.2) NET
ALTRES SERVEIS				
Nom del servei		**Descripció**		
Terrassa Vallès Digital.cat		Plataforma mitjans comunicació local de Terrassa		

- **AJUNTAMENT DE VILAFRANCA DE PENEDÈS**[85]

Taula 70. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de Vilafranca del Penedès

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
	Penedès TV	Josep Alsina, director	SERCOM, SL (Serveis Municipals de Comunicació, SL)	TDT NET: en directe i a petició
RÀDIO				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
	Ràdio Vilafranca	Josep Alsina Rossell, director	SERCOM, SL (Serveis Municipals de Comunicació, SL)	FM TDT NET: directe i a petició
ALTRES SERVEIS				
Nom del servei			**Descripció**	
RTV Vilafranca.cat			Diari multimèdia de l'Alt Penedès	

- **CONSORCI TELEDIGITAL MOLLET (VALLÈS ORIENTAL)**

Taula 71. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals del Consorci Teledigital Mollet

Televisió				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
	Vallés Visió[86]	Feliu Tura, assessor gerencial (fins 2014).	Consorci Teledigital Mollet (Integrat per 9 municipis: Mollet, Parets, Montornès, La Llagosta, Montmeló, Sant Fost de Campcentelles, Martorelles i Vallromanes	TDT NET: en directe i a petició Audiència: +48.000 espectadors de manera regular mitjana de 23 minuts/dia
RÀDIO				

Emissores municipals dels ajuntaments que formen part de l'entitat gestora

[85] Vegeu <http://www.rtvvilafranca.cat/penedes-tv>
[86] Vegeu <http://vallesvisio.cat/>

- **AJUNTAMENT DE L'ESCALA**[87]

Taula 72. Dades bàsiques dels serveis audiovisuals de l'Ajuntament de l'Escala

TELEVISIÓ				
Logotip	**Nom**	**Responsable/s**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
canal 10 empordà	Canal 10 Empordà	Miquel Pagès, Director	Patronat municipal de mitjans de comunicació	Per TDT i per cable http://www.canal10.cat/sintonitza-ns
RÀDIO				
Logotip	**Nom**	**Responsable**	**Entitat Gestora**	**Forma d'accés**
radiolescala.cat	Ràdio L'Escala	Abel Font, director	Patronat municipal de mitjans de comunicació	FM: 107.6 Mhz (L'Escala) NET: En directe i a petició http://www.radiolescala.cat/

2.3.3.3 La resta de prestadors de comunicació audiovisual d'àmbit local o de proximitat

Taula 73. Prestadors de ràdio i televisió per províncies. Any 2013

	Ràdio		**Televisió**	
	Privats	**Públics**	**Privats**	**Públics**
Província	**Nom de l'emissora**		**Nom del canal TV**	
Barcelona	Montserrat Ràdio	119 emissores municipals	25 TV	Maresme Digital TV
	Radio Marina		ETV	Vallès Oriental TV
			TV Sant Cugat	
			4 TV Mediterrani	
Girona	Radio Olot	53 emissores municipals	TV Girona	
	Ràdio Vic		Banyoles TV	
			Empordà TV	
			Olot TV	
Lleida	Radio Aran	51 emissores municipals		
	GUM FM			
	Ràdio U-A-1			
Tarragona	Hit 103	38 emissores municipals	Canal 21	TACDOTZE
			Canal Reus TV	

Font: Elaboració pròpia

3. Producció audiovisual a Catalunya

L'Instituto Nacional de Estadística (INE) publica anualment les dades del DIRCE (Directori Central d'Empreses), amb dades del conjunt de l'Estat i desglossades pel

[87] Vegeu <http://www.rtvvilafranca.cat/penedes-tv>

que fa a Catalunya. El DIRCE està estructurat en un seguit d'epígrafs, essent les divisions 59 i el 60 (i els seus subapartats) els relatius al sector audiovisual.

Taula 74. Nombre d'empreses audiovisuals a Catalunya segons el DIRCE (grups CNAE 2009). Període 2011-2013

CODI	TÍTOL	CATALUNYA		
		2011	2012	2013
59	Activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió; enregistrament de so i edició musical	1.599	1.580	1.536
591	Activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió	1.577	1.554	1.512
592	enregistrament de so i edició musical	22	26	24
60	Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió	282	280	260
601	Activitats de radiodifusió	147	154	138
602	Activitats de programació i emissió de televisió	135	126	122
59+60		1.881	1.860	1.796

Font: DIRCE. <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=298 >. [Consulta: juliol 2014].

Taula 75. Nombre d'empreses audiovisuals a l'Estat espanyol segons el DIRCE (grups CNAE 2009). Període 2011-2013

CODI	TÍTOL	ESTAT ESPANYOL		
		2011	2012	2013
59	Activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió; enregistrament de so i edició musical	7.600	7.464	7.162
591	Activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió	7.334	7.210	6.933
592	Enregistrament de so i edició musical	266	254	229
60	Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió	2.075	2.022	1.961
601	Activitats de radiodifusió	1.137	1.140	1.076
602	Activitats de programació i emissió de televisió	938	882	885

Font: DIRCE. <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=298 >. [Consulta: juliol 2014].

Com es comprova a les taules 74 i 75, l'estructura empresarial del sector audiovisual a Catalunya presenta un fort desequilibri en favor de l'àmbit "Activitats cinematogràfiques, de vídeo i programes de televisió; enregistrament de so i edició musical" (divisió 59). Si comparem el conjunt d'empreses del codi 59 i les empreses que es dediquen a "Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió" (divisió 60), la proporció és de 6 a 1. Si mirem el conjunt de l'Estat espanyol, aquesta ràtio és de tan sols 3,5.

Una altra font d'informació és l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC, antic Institut Català de les Indústries Culturals, ICIC), un organisme adscrit al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. L'ICEC gestiona el Registre d'Empreses Audiovisuals de Catalunya (REAC), on s'inscriuen les empreses domiciliades a Catalunya que es dediquen a les activitats següents:

producció i distribució d'obres audiovisuals, exhibició d'obres cinematogràfiques, doblatge d'obres audiovisuals, empreses d'exportació i empreses de serveis tècnics auxiliars. Contràriament al que indiquen les xifres del DIRCE, el REAC dóna un creixement en el nombre d'empreses donades d'alta a Catalunya des de 2011. Així, aquell any les empreses d'aquest subsector domiciliades al Principat van ser 1.466; l'any 2012, 1.530, i el 2013, 1.627.

En termes de volum de negoci, les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) indiquen que el 2011 a Catalunya es manté el pes majoritari de cinema, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so i edició musical (divisió 59), davant del grup d'activitats d'emissió i programació de ràdio i televisió (divisió 60). D'altra banda, a Catalunya s'observa un creixement mínim però cert en aquest sector respecte l'any 2011 en relació amb l'anterior, tendència lleugerament més marcada que al conjunt de l'Estat espanyol. D'aquesta manera, si es compara l'evolució de l'ocupació, a Catalunya la xifra passa de 7.207 el 2010 a 7.527 el 2011. A l'Estat espanyol, les dades sobre els empleats van de 37.454 el 2010 a 37.462 el 2011.

Taula 76. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual de la divisió 59. En milers d'euros. Catalunya i Espanya. Anys 2010 i 2011

	2010		2011	
	Producció cinema, vídeo i programes televisió; enregistrament so[A]	**Distribució cinema, vídeo i programes televisió i exhibició cinema[B]**	**Producció cinema, vídeo i programes televisió; enregistrament so[A]**	**Distribució cinema, vídeo i programes televisió i exhibició cinema[B]**
Catalunya				
Volum de negoci	1.157.957	347.440	1.246.059	434.806
Valor afegit brut al cost dels factors	222.432	93.860	255.939	149.032
Personal ocupat	4.602	2.605	4.844	2.683
Espanya				
Volum de negoci	3.399.136	1.902.100	3.354.011	2.084.129
Valor afegit brut al cost dels factors	1.228.992	565.726	1.134.673	628.234
Personal ocupat	25.337	12.117	25.549	11.913

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'Idescat. *Estadística de l'audiovisual de Catalunya 2011*. (Document en línia): <http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/cataleg/pdfdocs/eac11.pdf>. [Consulta: juliol 2014].

4. Publicitat

El sector de la publicitat s'enfronta a diversos reptes: encara no s'ha recuperat dels efectes de la crisi i ha d'adaptar les seves estratègies a les noves formes de consum de l'audiovisual del públic. Les tendències de futur de la publicitat apunten cada cop més al llançament de campanyes multipantalla –adreçades a diversos dispositius– i a una major proximitat a la persona usuària: es fomenta la interactivitat a través de les xarxes socials, per mitjà de codis QR, de *microsites*, de jocs (*advergaming*) i una publicitat més personalitzada i dirigida. Es consolida el camí cap a iniciatives de *branded-content*, en què s'elaboren continguts propis amb valor associats a la marca. Un altre repte del sector publicitari és millorar els mecanismes per mesurar de forma fiable el consum de les noves formes de publicitat i desenvolupar estratègies per optimitzar el volum –cada cop més gran- d'informació sobre els clients, per mitjà d'eines, per exemple, de gestió de dades massives (*big data*). La inversió publicitària s'analitza a aquest informe tant en clau estatal –amb dades d'InfoAdex principalment– com en clau nacional –amb l'Associació Empresarial de Publicitat (AEP) com a font principal.

4.1 Inversió publicitària a Espanya

D'acord amb InfoAdex, i si es pren l'any 2008 com a primer any de la crisi econòmica, l'any 2013 el mercat publicitari espanyol acumula un descens gairebé del 30%. La inversió real estimada de 2013 assoleix els 10.461,3 milions d'euros, un 3,7% menys que el 2012 (10.858,8 milions) amb una davallada general que ha afectat tant a mitjans convencionals com a no convencionals. Pel que fa als primers, la inversió corresponent a l'any 2013 s'estableix en 4.261,0 milions d'euros, xifra que representa un -8,0% respecte de 2012.

Internet és l'únic mitjà convencional que no té pèrdues en publicitat l'any 2013. Amb una inversió de 896,3 milions d'euros, internet supera per segon any consecutiu els diaris i es manté com segon mitjà, per darrere de la televisió. Així doncs, la televisió encapçala el rànquing amb una concentració publicitària de 1.703,4 milions d'euros, tot i que el volum de negoci cau un 6,2% el 2013. Cal tenir en compte que el 2012, la davallada havia estat d'un 18,9%. La tendència a la baixa que també afecta a la resta de mitjans convencionals, en la ràdio

representa el 2013 un descens de l'11,0%, amb una inversió publicitària de 403,3 milions d'euros.

Taula 77. Inversió publicitària real estimada a l'Estat espanyol per suports convencionals i no convencionals. Període 2011-2013 (en milions d'euros)

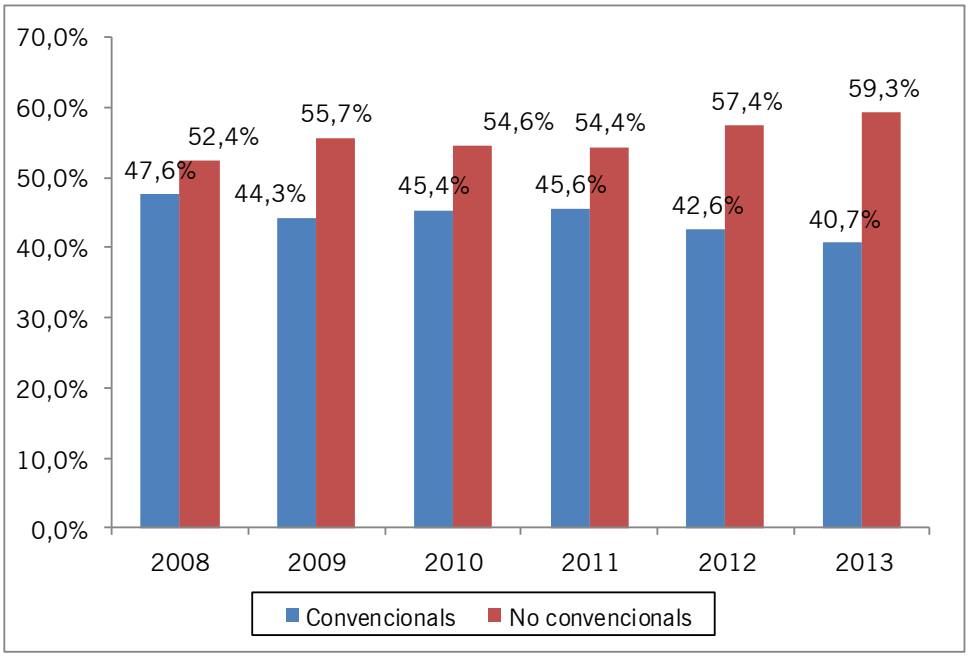
Mitjans	2011	2012	2013	Variació 12/11 (%)	Variació 13/12 (%)
Inversió real estimada en mitjans convencionals					
Televisió	2.237,2	1.815,3	1.703,4	-18,9	-6,2
Televisions d'àmbit estatal en obert	*1.977,0*	*1.643,9*	*1.538,1*	*-16,8*	*-6,8*
Televisions d'àmbit autonòmic[A]	*198,0*	*126,8*	*120,4*	*-36,0*	-
Televisió - canals de pagament	*60,2*	*43,1*	*43,6*	*-28,4*	*1,2*
Televisió local	*2,0*	*1,5*	*1,3*	*-25,0*	*-16,7*
Internet[B]	899,2	880,5	896,3	-2,1	1,8
Fix: enllaços patrocinats	*459,9*	*462,5*	*487,7*	*0,6*	*5,5*
Fix: formats gràfics	*419,6*	*372,8*	*340,2*	*-11,2*	*-8,7*
Mòbil: enllaços patrocinats/formats gràfics	*19,7*	*45,2*	*68,4*	*129,4*	*51,3*
Diaris	967,0	766,3	662,9	-20,8	-13,5
Ràdio	524,9	453,5	403,3	-13,6	-11,0
Exterior	394,8	326,3	282,0	-17,4	-13,6
Cartelleres	*59,2*	*52,2*	*45,0*	*-11,8*	*-13,9*
Lones	*12,7*	*12,1*	*8,8*	*-4,7*	*-27,4*
Lluminosos	*13,5*	*10,9*	*9,5*	*-19,3*	*-12,6*
Mobiliari exterior + interior + cabines telefòniques	*184,1*	*155,6*	*147,0*	*-15,5*	*5,5*
Monopostes	*20,1*	*18,1*	*17,9*	*-10,0*	*-0,7*
Transport	*88,5*	*70,7*	*47,7*	*-20,1*	*-32,6*
Altres	*16,7*	*6,8*	*6,2*	*-59,3*	*-9,8*
Revistes[C]	381,1	313,7	253,9	-17,7	-19,1
Dominicals	67,1	52,0	38,7	-22,5	-25,6
Cinema	25,8	22,5	20,2	-12,8	-10,1
Total mitjans convencionals	**5.497,1**	**4.630,0**	**4.261,0**	**-15,8**	**-8,0**
Inversió real estimada en mitjans no convencionals					
Publitramesa *(mailing)* personalitzada	1.914,1	1.881,6	1.900,4	-1,7	1,0
PLV,[D] marxandatge, senyalització i rètols	1.276,3	1.285,3	1.300,7	0,7	1,2
Màrqueting telefònic	1.140,6	1.157,7	1.108,8	1,5	2,0
Bustiada / fullets	717,7	641,6	595,4	-10,6	-7,2
Patrocini, mecenatge, màrqueting social i RSC[E]	486,8	397,7	404,5	-18,3	1,7
Patrocini esportiu	420,9	335,0	314,9	-20,4	-6,0
Anuaris, guies i directoris	171,4	156,3	148,5	-8,8	-5,0
Animació al lloc de venda	68,7	70,9	73,6	3,2	3,8
Fires i exposicions	72,2	64,2	66,3	-11,1	3,2
Regals publicitaris	113,5	80,1	62,7	-29,4	-21,7
Catàlegs	55,6	49,3	49,3	-11,3	0,1
Targetes de fidelització	28,0	28,9	29,7	3,2	3,0
Jocs promocionals	30,9	27,9	26,5	-9,7	-5,0
Màrqueting mòbil[F]	36,6	30,2	25,0	-17,5	-17,2
Publicacions empresarials	22,7	22,1	21,8	-2,6	-1,0
Total mitjans no convencionals	**6.555,9**	**6.228,8**	**6.200,3**	**-5,0**	**-0,5**
Total mitjans de comunicació	**12.053,0**	**10.858,8**	**10.461,3**	**-9,9**	**-3,7**

[A] L'evolució real de les televisions autonòmiques és -11,6, atesa la declaració de Canal Sur i Aragón TV de 2012.
[B] Dades provisionals a 19/02/14. Per l'any 2013 es detalla per separat la inversió d'internet fix (per ordinador) i d'internet mòbil (a través de qualsevol dispositiu mòbil).
[C] S'inclouen revistes de bellesa, decoració, femenines, informació general, masculines, moda i cor.
[D] Publicitat al lloc de venda.
[E] Responsabilitat social corporativa de l'empresa.
[F] Exclou internet i inclou missatgeria, *advergaming*, *apps* i altres.

Font: InfoAdex. *Estudio InfoAdex de la Inversion Publicitaria en España 2014* <http://www.infoadex.es/resumen_estudio_2014.pdf> [Consulta: març de 2014]

Quant a la participació del mercat publicitari, la distància entre mitjans convencionals i no convencionals segueix augmentant. Dels poc menys de cinc punts que els separaven l'any 2008 es passa als 18,4 punts de diferència el 2013. Així doncs, els mitjans no convencionals són encara més, l'elecció més triada pels anunciants, amb una participació del 59,3% davant del 40,7% dels mitjans convencionals.

Gràfic 16. Participació per suports de la inversió publicitària a l'Estat espanyol. Període 2008-2013 (en %)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex.

Pel que fa als principals anunciants de l'Estat espanyol de 2013, el rànquing ve encapçalat per dues empreses del sector de la bellesa i la higiene com són Procter & Gamble, que encapçala el rànquing amb 122,4 milions d'euros invertits i L'Oréal, segona amb 79,4 milions d'euros.

Taula 78. Rànquing dels deu primers anunciants de l'Estat espanyol i inversió publicitària. Període 2012-2013 (en milions d'euros)

Rànquing anunciants 2013		Inversió publicitària		Variació 13/12 (%)
		2012	2013	
1	Procter & Gamble España, SA	105,1	122,4	16,5
2	L'Oréal España, SA	79,6	79,4	-0,3
3	El Corte Inglés, SA	86,9	76,8	-11,6
4	Vodafone España, SAU	62,1	63,4	2,1
5	Telefónica, SAU	67,4	56,1	-16,8
6	Volkswagen-Audi España, SA[A]	61,1	56,0	-8,3
7	ING Direct, NV, España	57,8	47,0	-18,7
8	Línea Directa Aseguradora, SA	35,0	46,3	32,3
9	Orange Business Spain, SA	39,3	42,6	8,4
10	Danone, SA[A]	42,2	41,7	-1,2
Total 10 primers		**636,5**	**631,7**	**-0,8**

[A] Grups d'anunciants amb seu social a Catalunya.

Font: InfoAdex. Nota de premsa <http://www.infoadex.es/nota_de_prensa_marzo14.pdf> i número 48 de la revista *InfoAdex Informa.* <http://www.infoadex.es/infoadexinforma48.pdf> [Consulta: març de 2014]

4.2 Inversió publicitària a Catalunya

Segons l'estudi de l'Associació Empresarial de Publicitat (AEP),[88] la inversió publicitària a Catalunya el 2013 assoleix els 740,6 milions d'euros i cau gairebé un 10% respecte de 2012. És el tercer any consecutiu que descendeix de manera global –l'any 2010 havia crescut un 3,3%. Catalunya representa la cinquena part de la inversió total a l'Estat espanyol, un percentatge que en els últims anys ha augmentat de manera gradual i lleugera fins arribar el 2013 al 20,7%.

Taula 79. Evolució i participació de la inversió publicitària que arriba a Catalunya. Període 2008-2013

Any	Inversió publicitària a Catalunya (en milions d'euros)	Variació a Catalunya (en %)	Participació catalana (en %)
2008	1.219,6	-11,5	18,3
2009	942,4	-22,7	18,6
2010	978,2	3,8	19,0
2011	945,9	-3,3	19,9
2012	822,4	-13,1	20,6
2013	740,6	-9,9	20,7

Font: AEP (2014). *Estudi 2013 de la inversió publicitària a Catalunya*. [Consulta: febrer 2014]

[88] Associació Empresarial de Publicitat (AEP) *Estudi 2013 de la inversió publicitària a Catalunya*. [Consulta: febrer 2014] (pàg. 22). Nota de premsa en línia. <http://www.associaciopublicitat.com/wp-content/uploads/2014/02/Nota-prensa-ESTUDIO-2013-INVERSION-PUBLICIDAD-CATALU%C3%91A-6-2-2014.pdf>

La inversió publicitària als mitjans convencionals catalans ha caigut, segons l'AEP, un 59% des de l'any 2008 i ha afectat tant als mitjans escrits com els audiovisuals. Pel que fa al 2013, la inversió global ha estat de 296,4 milions d'euros, un 8,3% menys que el 2012 i els mitjans catalans que concentren més inversió és la premsa amb 115,9 milions i la televisió amb 74,5 milions. La davallada s'ha distribuït de manera desigual per mitjans, i internet és l'únic que gairebé es manté invariable respecte de 2012.

Taula 80. Inversió publicitària en mitjans convencionals catalans. Quotes de participació. Període 2011-2013 (en milions d'euros)

Mitjans	2011	2012	2013	Variació 12/11 (%)	Variació 13/12 (%)	Quota 2011 (%)	Quota 2012 (%)	Quota 2013 (%)
Premsa	160,5	131,3	115,9	-18,2	-11,7	40,7	40,6	39,1
Televisió	104,9	81,5	74,5	-22,3	-8,6	26,6	25,2	25,1
Ràdio	58,1	49,0	47,1	-15,7	-3,9	14,7	15,2	15,9
Exterior	40,5	32,8	30,9	-19,0	-5,8	10,3	10,1	10,4
Internet	22,5	22,4	21,9	-0,4	-2,2	5,7	6,9	7,4
Revistes	6,0	5,0	4,8	-16,7	-4,0	1,5	1,5	1,6
Dominicals	1,2	1,0	0,0	-16,7	0,0	0,3	0,3	0,3
Cinema	0,4	0,3	0,3	-25,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Total	**394,1**	**323,3**	**296,4**	**-18,0**	**-8,3**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Font: AEP (2014)[Consulta: febrer de 2014]

La inversió per part dels anunciants amb seu a Catalunya, ja s'hagi dut a terme dins el territori català o a la resta de l'Estat, es comptabilitza en 790,8 milions d'euros el 2013. Això suposa un 9,6% menys que l'any anterior, en què van invertir 874,5 milions en publicitat. Si es té en compte el còmput global des que va començar la crisi econòmica el 2008, el mercat d'anunciants que té seu a Catalunya ha reduït a gairebé la meitat la inversió total (-49,4%). La participació percentual dels anunciants catalans en relació amb el total de l'Estat és manté en el 22,2% dels tres últims anys.

La taula 81 mostra la inversió dels anunciants amb seu a Catalunya per tipologia de mitjans en els últims anys. El descens, tot i ser generalitzat, ha afectat percentualment més els mitjans en paper (premsa, revistes i dominicals), i en termes absoluts, a la televisió, que deixa de percebre el 2013 42,1 milions d'euros (-8,2%) de la inversió publicitària catalana.

Taula 81. Inversió dels anunciants amb seu a Catalunya per mitjans convencionals. Període 2011-2013

Mitjans	Inversió (en milions d'euros)			Variació 13/12 (%)	Participació (%)		
	2011	2012	2013		2011	2012	2013
Televisió	616,4	514,3	472,2	-8,2	58,8	58,8	59,7
Premsa	158,9	123,6	103,0	-16,7	15,2	14,1	13,0
Internet	62,0	61,0	59,4	-2,6	5,9	7,0	7,5
Revistes	84,3	69,9	57,1	-18,3	8,0	8,0	7,2
Ràdio	72,8	58,5	54,1	-7,5	6,9	6,7	6,8
Exterior	38,1	33,5	33,1	-1,2	3,6	3,8	4,2
Dominicals	14,1	11,8	10,1	-14,4	1,3	1,3	1,3
Cinema	2,0	1,9	1,8	-5,3	0,2	0,2	0,2
Total	**1.048,6**	**874,5**	**790,8**	**-9,6**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Font: AEP (2014:12). *Estudi 2013 de la inversió publicitària a Catalunya*.
[Consulta: febrer de 2014]

D'acord amb l'AEP, només tres sectors augmenten el 2013 la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya: salut (33,1%), informàtica i telecomunicacions (6,0%) i llar (5,9%).

Taula 82. Inversió publicitària dels vint principals anunciants amb seu a Catalunya. Període 2012-2013 (en milions d'euros)

Anunciants	2012	2013	Variació 13/12 (%)
Volkswagen-Audi	52,2	56,0	7,3
Reckitt Benckiser	47,3	48,0	1,5
Danone	49,2	44,3	-10,0
Nestlé	35,9	34,8	-3,1
Nutrexpa	20,2	17,6	-12,9
Puig	28,9	17,6	-39,1
"la Caixa"	16,0	16,7	4,4
Unilever	29,1	31,5	8,2
Henkel	23,1	18,5	-19,9
Ferrero Bombones	18,0	12,7	-29,4
BancSabadell	13,0	12,0	-7,7
Lidl	9,1	11,3	24,2
Nissan	17,1	11,1	-35,1
Media Markt	13,4	10,7	-20,1
Coty Astor	13,9	10,5	-24,5
Cofidis	6,2	9,8	58,1
Sony España	7,9	8,7	10,1
Lab. Boehringer	7,5	8,7	16,0
Gas Natural	12,3	8,4	-31,7
Cerveceries Damm	8,1	8,1	0,0
Total	**428,4**	**397,0**	**-7,3**

Font: AEP (2014). [Consulta: febrer de 2014]

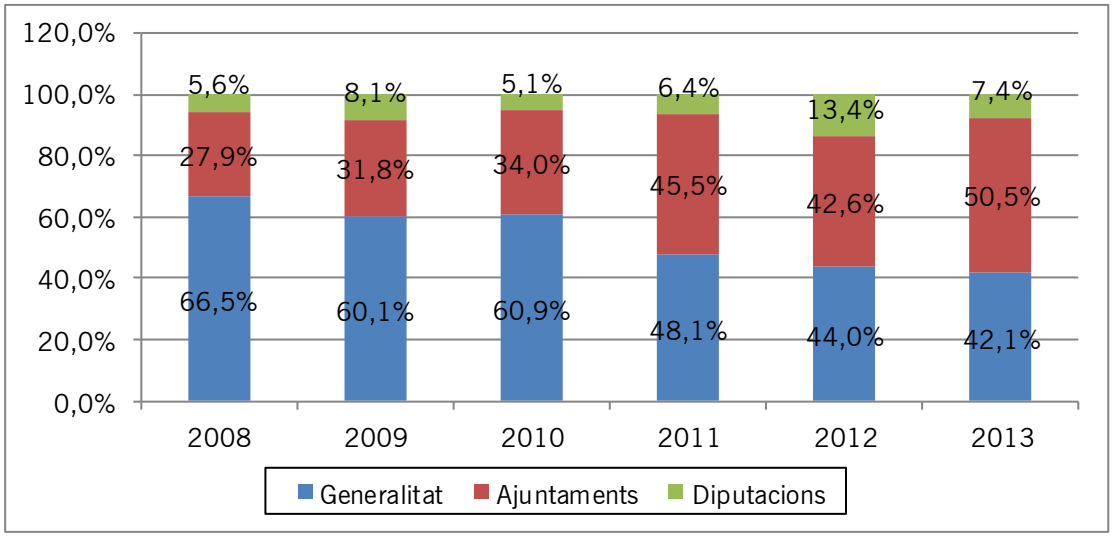
La inversió publicitària de l'administració pública a Espanya se situa el 2013 en 112,9 milions d'euros, xifra que indica un descens del 14,5% respecte de 2012. La participació de l'administració catalana en aquest total, amb 12,6 milions d'euros, representa el 9,0%, un punt menys que l'any anterior. A Catalunya, un any més, la Generalitat de Catalunya (5,4 milions) i l'Ajuntament de Barcelona (4,8 milions) esdevenen els dos principals actors en inversió publicitària pública catalana de 2013. En conjunt concentren el 81,0% del total.

Taula 83. Inversió publicitària de l'Administració pública de Catalunya i Espanya. Període 2008-2013 (en milions d'euros)

Any	Inversió publicitària de l'Administració pública d'Espanya	Variació a Espanya (%)	Inversió publicitària de l'Administració pública catalana	Variació a Catalunya (%)	Participació catalana (%)
2008	362,8	-21,3	42,4	13,1	8,5
2009	272,3	-24,9	27,3	-35,6	10,0
2010	235,6	-13,7	25,1	-8,1	10,7
2011	184,2	-21,9	15,8	-37,1	8,6
2012	**132,1**	**-28,3**	**13,4**	**-15,2**	**10,1**
2013	**112,9**	**-14,5**	**12,6**	**-5,5**	**9,0**

Font: Elaboració pròpia amb dades d'AEP. [Consulta: febrer de 2014]

Gràfic 17. Inversió publicitària per tipus d'administració pública catalana. Període 2008-2013 (en %)



Font: AEP. *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2013.*

4.3 La inversió publicitària en ràdio

Les dades d'InfoAdex situen la inversió publicitària en ràdio a l'Estat espanyol l'any 2013 en 403,3 milions d'euros. Aquesta quantitat representa una reducció de 50,2 milions d'euros respecte l'exercici anterior, un 11,0% en termes relatius. La

ràdio perd el petit repunt a l'alça en la participació al mercat publicitari dels mitjans convencionals que havia assolit el 2012 i passa a tenir una quota del 9,5% el 2013 (9,8% el 2012). La ràdio manté la quarta posició en inversió publicitària.

D'acord amb l'AEP, la ràdio a Catalunya representa el 15,9% de la inversió en mitjans convencionals catalans, amb 47,1 milions d'euros el 2013. Això representa un descens del 3,9% respecte de l'any anterior. Atenent als anunciants amb seu a Catalunya, la ràdio es manté, amb una inversió de 54,1 milions, com a el cinquè mitjà convencional quant a inversió darrera de la televisió, la premsa, les revistes i internet. Aquest últim mitjà la va superar per primer cop l'any 2012.

Quant a les últimes dades anuals publicades per la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (actualment integrada dins la Comisión Nacional del Mercado de la Competència),[89] la ràdio ingressa a Espanya l'any 2012 en concepte de publicitat 348,9 milions d'euros, el que representa un 10,9% menys respecte el 2011. La causa principal d'aquest retrocés radica en que les empreses anunciants destinen menys inversió publicitària als mitjans de comunicació. Els ingressos publicitaris es concentren en els tres grans operadors privats d'àmbit estatal: Societat Espanyola de Radiodifusió (SER) del Grup Prisa, Onda Cero del grup Uniprex i la COPE, propietat de Ràdio Popular. Conjuntament van integrar el 92,8% dels ingressos comercials, entre els tres operadors van sumar un volum de negoci de 323,7 milions d'euros. Els altres operadors, amb una quota de mercat del 7,2%, van obtenir una facturació global de 25,2 milions d'euros, un 4,5% menys que el 2011. Com en els anys anteriors, la Cadena SER lidera continua lideren la classificació de 2012 i atreu el 43,7% del total d'ingressos publicitaris del sector de la ràdio, ja que capta 152,5 milions d'euros. Malgrat això, els seus ingressos continuen baixant des de l'any 2008. Per la seva banda, la resta de grups radiofònics també veuen baixar el els ingressos en inversió publicitària i se situen en 12,1 milions d'euros menys que l'any 2011.

[89] <http://informecmt.cmt.es/docs/Informe%20Economico%20Sectorial%202012.pdf>

Taula 84. Ingressos per publicitat dels principals grups radiofònics de l'Estat espanyol. Període 2008-2012 (en milions d'euros)

Grup radiofònic	Ingressos per publicitat					%
	2008	2009	2010	2011	2012	2012
Cadena SER	216,3	205,6	201,5	183,0	152,5	43,7
Onda Cero	93,6	86,4	88,7	87,7	81,3	23,3
Cadena COPE	97,8	83,8	84,2	94,4	89,8	25,7
Resta[A]	35,0	19,5	31,8	26,4	25,3	7,3
Total	**442,7**	**395,3**	**406,2**	**391,5**	**348,9**	**100,0**

[A] Inclou dades del grup Radio Publi, que el 2012 ingressa 7,4 milions d'euros en publicitat

Font: CMT. *Informe económico sectorial 2012.* [En línia]. <http://informecmt.cmt.es/docs/Informe%20Economico%20Sectorial%202012.pdf>[Consulta: juliol de 2013]

Els ingressos en concepte de publicitat de Catalunya Ràdio s'han reduït un any més i de forma sostinguda des de 2008. Així, el 2012 ingressa 6.636.182 d'euros (1,1 milions d'euros menys que el 2011, -13,7%): aquesta xifra equival a més de la meitat dels ingressos obtinguts abans de l'inici de la crisi. La inversió en falques radiofòniques passa de 5,3 milions d'euros el 2011 a 4,3 milions el 2012 (-19,1%), mentre que en patrocinis arriba a 2,3 milions d'euros, un 1,4% menys.

Taula 85. Inversió publicitària a Catalunya Ràdio, SRG, SA. Període 2008-2012 (en euros)

	2008	2009	2010	2011	2012	Variació 12/11 (%)
Inversió publicitària en format falques	9.066.349	6.752.195	6.095.528	5.313.782	4.298.131	-19,1
Inversió publicitària en format patrocinis	5.735.919	3.069.651	2.720.652	2.372.240	2.338.051	-1,4
Total inversió publicitària	**14.802.269**	**9.821.846**	**8.816.180**	**7.686.022**	**6.636.182**	**-13,7**

Font: Catalunya Ràdio/CCMA.

Els temps d'inserció en falques i patrocini a les emissores de Catalunya Ràdio varien lleugerament el 2012, augmenta un 1,3% en falques i decreix un 4,3% en patrocinis, el que representa una reducció global del 0,9%.

Taula 86. Temps d'insercions publicitàries a Catalunya Ràdio, SRG, SA. Període 2008-2012 (en segons)

	2008	2009	2010	2011	2012	Variació 12/11 (%)
Falques	1.513.983	1.218.824	1.397.755	897.111	908.865	1,3
Patrocinis	826.510	590.571	754.218	586.218	560.911	-4,3
Total temps d'inserció	**2.340.493**	**1.809.395**	**2.151.973**	**1.483.329**	**1.469.776**	**-0,9**

Font: Catalunya Ràdio/CCMA.

La inversió dels deu anunciants principals de Catalunya Ràdio s'ha reduït un 3,5% i ha passat de 2.341.653 euros el 2011 a 2.259.503 euros el 2012. "la Caixa" continua liderant el rànquing en inversió amb 626.121 euros. Aquesta xifra significa una ascens del 3,3% respecte de 2011. Els altres anunciants que han augmentat la inversió pública l'any 2012 són El Corte Inglés (13,2%); Damm, SA (40,6%); Renault (més del 25%); Xarxa de Concessionaris Ford (més del 22%); Viajes El Corte Inglés (més del 22%); ONCE (7,1%) i Audi (més del 4%). La Generalitat de Catalunya baixa la inversió publicitària a Catalunya Ràdio i passa de 197.756 euros el 2011 a 150.802 euros el 2012.

Taula 87. Principals anunciants i inversió publicitària al grup d'emissores de Catalunya Ràdio. Període 2011-2012 (en euros)

2011		
Principals anunciants		**Inversió publicitària**
1	"la Caixa"	606.155
2	El Corte Inglés	301.374
3	Caixa Penedès	288.015
4	Establiments Miró	211.548
5	Endesa	200.000
6	Generalitat de Catalunya	197.756
7	Autopistas II (Unip)	141.307
8	ONCE	140.000
9	Bon Preu SAU	131.707
10	Damm, SA	123.791
Total		**2.341.653**

2012		
Principals anunciants		**Inversió publicitària**
1	"la Caixa"	626.121
2	El Corte Inglés	341.272
3	Caixa Penedès	233.808
4	Damm, SA	174.063
5	Renault	153.520
6	Generalitat de Catalunya	150.802
7	Xarxa Concessionaris Ford	150.714
8	Viajes El Corte Inglés	150.202
9	ONCE	150.000
10	Audi	129.001
Total		**2.259.503**

Font: Catalunya Ràdio/CCMA.

4.4 La inversió publicitària en televisió

A escala estatal i d'acord amb les dades d'InfoAdex, continua la davallada en publicitat de la televisió el 2013. Tot i ser el principal mitjà convencional que atreu inversió publicitària (el 40,0% del total), amb 1.703,4 milions d'euros, la inversió global cau en 111,9 milions respecte de 2012 (-18,9%). Només la televisió de pagament, amb 43,6 milions, s'ha mantingut després del trasbals de 2012 en què les pèrdues generals d'inversió en televisió oscil·laren entre el 16,8% de les televisions en obert i el 36,8% de les autonòmiques. Les televisions d'àmbit estatal assoleixen 1.538,1 milions d'euros (-6,8%), les d'àmbit autonòmic 120,4 milions i la televisió local 1,3 milions.

Taula 88. Ingressos per publicitat a les televisions d'àmbit estatal en obert, autonòmiques, canals de pagament i televisions locals de l'Estat espanyol. Període 2011-2013 (en milions d'euros)

Prestadors públics i privats	2011	2012	2013	Variació 12/11 (%)	Variació 13/12 (%)	Quota 2011 (%)	Quota 2012 (%)	Quota 2013 (%)
Mediaset España[A]	975,0	821,5	745,0	-15,7	-9,3	43,6	45,3	43,7
Atresmedia[A B]	681,5	639,0	725,0	-6,2	13,5	30,5	35,2	42,6
Grup LaSexta[A B]	255,0	115,0	-	-54,9	-	11,4	6,3	-
Disney Channel[C]	29,0	26,3	24,9	-	-5,3	1,3	1,4	1,5
Resta de televisions estatals en obert	36,5	42,1	43,2	15,6	2,6	1,6	2,3	2,5
Total televisions d'àmbit estatal en obert	**1.977,0**	**1.643,9**	**1.538,1**	**-16,8**	**-6,4**	**88,4**	**90,6**	**90,3**
Total televisions d'àmbit autonòmic[D]	**198,0**	**126,8**	**120,4**	**-36,0**	**-5,0**	**8,9**	**-**	**7,1**
Total canals de pagament	**60,2**	**43,1**	**43,6**	**-28,5**	**1,2**	**2,7**	**2,4**	**2,6**
Total televisió local	**2,0**	**1,5**	**1,3**	**-25,0**	**-13,3**	**0,1**	**0,1**	**0,1**
Total televisió	**2.237,2**	**1.815,3**	**1.703,4**	**-18,9**	**-6,2**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[A] S'integren sota el grup els canals TDT 100% propietat del grup
[B] A partir de l'octubre de 2012 Atresmedia inclou LaSexta
[C] La nova xifra declarada per 2011 per Disney Channel són 33,8 milions d'euros, el que suposa una baixada en 2012 del -22,2%.
[D] La quota real de les televisions autonòmiques és -7,5%, atès el canvi en la declaració de Canal Sur i Aragón TV

Font: INFOADEX (2014).

Per grups de comunicació, les dades corresponents a 2013 publicades per InfoAdex indiquen que Mediaset España, amb 745,0 milions d'euros, i Atresmedia, amb 725,0 milions, apleguen el 86,3% de la inversió publicitària a Espanya en televisions en obert. Cal tenir en compte que a la informació d'Atresmedia s'incorpora en 2013 el primer any sencer de publicitat de La Sexta, que va entrar a formar part del grup l'octubre de 2012.

L'AEP estableix que, tot i seguir la tendència general a la baixa en termes d'inversió, la televisió continua el 2013 com el segon mitjà convencional català per darrera de la premsa, ja que atreu una quarta part del conjunt de mitjans amb seu a Catalunya, 74,5 milions d'euros (-8,6%) respecte de 2012. No obstant, els anunciants amb seu a Catalunya prefereixen la televisió com a mitjà principal per invertir, i hi destinen 472,2 milions d'euros, prop del 60% de tota la seva inversió conjunta.

Segons dades facilitades per la CCMA referents a la inversió publicitària durant el 2012, Televisió de Catalunya ha assolit en concepte de publicitat uns ingressos de quasi 59.083 milers d'euros. La facturació per espots (47.692 milers d'euros) equival al 80,7% del total de la contractació de 2012. En total, el nombre

d'insercions ha estat de 173.156, amb un temps total de 2.680.485 segons (2,04 hores al dia de mitjana).

Taula 89. Inversió publicitària, temps i nombre d'insercions a TVC. Any 2012

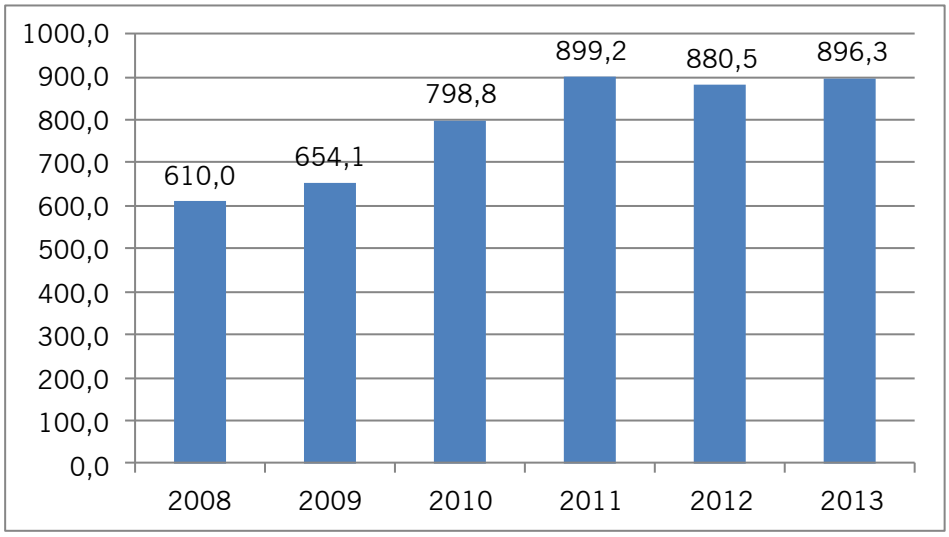
	Facturació (en milers d'euros)	Segons	Minuts/any
Accions especials	1.309	18.618	135,5
Blocs especials	2.586	142.476	2.396,8
Espot	47.692	1.954.360	35.688,1
Molinet	216	6.062	127,8
Paquet	1.265	161.509	3.426,5
Patrocini	5.333	387.892	5.728,2
Sobreimpressió	682	9.568	411,4
Total	**59.083**	**2.680.485**	**47.914,3**

Font: CCMA.

4.5. La inversió publicitària a internet

L'evolució progressiva d'internet en els últims anys –a excepció d'un lleuger retrocés del 2,1% el 2012– és un dels contrapunts a la tendència a la baixa generalitzada en la inversió publicitària dels mitjans convencionals a l'Estat espanyol d'acord amb les dades d'InfoAdex. Segons aquesta font, la inversió a internet creix un 1,8% el 2013 i assoleix els 896,3 milions d'euros.

Gràfic 18. Evolució de la inversió publicitària a internet i percentatge de creixement anual a l'Estat espanyol. Període 2008-2013 (en milions d'euros)



Font: Elaboració pròpia amb dades d'InfoAdex.

L'estudi anual d'Interactive Advertising Bureau (IAB Spain) sobre inversió en publicitat digital a l'Estat espanyol incorpora en els resultats de 2013 tant la

inversió a internet, per mitjà del mòbil i el *digital signage*.[90] En aquests termes, estableix que el còmput global de la publicitat digital a Espanya és el 2013 de 878,4 milions d'euros. La distribució de la qual és la següent: internet centra el 94,8% de la inversió amb 832,5 milions; el 4,5% correspon al mòbil (39,9 milions) i finalment se xifra la inversió en *digital signage* en 6,1 milions d'euros, el 0,7% del total.

Si es comparen dades facilitades per IAB dels tres últims anys, la inversió publicitària a internet ha disminuït, i passa dels 883,1 milions de 2011 als 832,5 de 2013. Per formats, els cercadors i enllaços patrocinats atreuen el 60,1% de la inversió publicitària (500,3 milions d'euros), per davant de la publicitat gràfica, que n'obté 332,2 milions.

Taula 90. Evolució de la inversió publicitària a internet a l'Estat espanyol, segons formats. Període 2011-2013 (en milions d'euros i en %)

Formats	2011		2012		2013	
	Inversió	Inversió	Inversió	%	Inversió	%
Cercadors i enllaços patrocinats	457,2	51,8	488,7	51,3	500,3	60,1
Publicitat gràfica	425,9	48,2	370,1	48,7	332,2	39,9
Total	**883,1**	**100,0**	**858,7**	**100,0**	**832,5**	**100,0**

Font: IAB Spain (2014: 33). *Estudio de inversión en publicidad digital. Resultados del año 2013*. [En línia].
<http://www.iabspain.net/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=152>
[Consulta: abril de 2014]

A diferència del conjunt de l'Estat espanyol, la inversió publicitària a internet cau a Catalunya per segon any consecutiu. Durant el 2013 la facturació es redueix en mig milió d'euros respecte de l'any anterior, i se situa en 21,9 milions. Aquest descens del 2,2% fa que internet sigui la cinquena opció en inversió publicitària a Catalunya per darrera de la premsa, la televisió, la ràdio i la publicitat exterior.

Malgrat aquest descens, cal assenyalar que la quota de participació dels anunciants amb seu a Catalunya no ha parat de créixer des de 2009 i se situa el 203 en el 7,5%. Aquesta tendència apunta que cada cop més, els anunciants catalans aposten més per internet, en detriment dels mitjans de comunicació impresos.

[90] *Digital signage* o senyalització digital és un format en què es difonen continguts per mitjà de pantalles. són continguts emesos a pantalles al punt de venda.

4.6 Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya

El Directori Central d'Empreses (Dirce) que elabora l'Instituto Nacional de Estadística (INE) sistematitza la informació sobre les empreses actives en l'Estat espanyol i a partir de la classificació CNAE-2009, les cataloga per sector d'activitat. L'àmbit publicitari es recull sota l'epígraf *73-Publicitat i estudis de mercat*.[91]

Ateses les dades del Dirce dels últims tres anys, es pot observar una tendència oscil·lant i de moviment constant en el sector. Després del creixement l'any 2011 del nombre d'empreses del sector de la publicitat tant a dins l'àmbit nacional com estatal, l'any 2012 va significar una davallada de gairebé 2.000 empreses a Espanya i 500 a Catalunya, sobretot dins el subgrup *731-Publicitat.* Una recuperació precisament en aquest subgrup ha fet que l'any 2013 gairebé es tornessin als paràmetres de 2011. En aquest sentit, a Catalunya 7.811 empreses es dediquen al sector publicitari, 409 més que l'any anterior (+5,5%) i la participació catalana en el mercat empresarial estatal creix quatre centèsimes i assoleix el 22,6%. A escala estatal, el nombre d'empreses passa de 33.338 el 2012 a 34.556 l'any 2013.

Taula 91. Evolució i participació del cens d'empreses de publicitat a Espanya i Catalunya. Període 2011-2013

		Total empreses amb seu a Espanya			Total empreses amb seu a Catalunya			Variació a Catalunya (%)		Participació catalana (%)		
Codi (CNAE-2009)	**Activitat**	**2011**	**2012**	**2013**	**2011**	**2012**	**2013**	**12/11**	**13/12**	**2011**	**2012**	**2013**
731	Publicitat	30.614	28.694	29.954	6.950	6.420	6.827	-7,6	6,3	22,7	22,4	22,8
732	Estudi de mercat	4.657	4.644	4.602	993	982	984	-1,1	0,2	21,3	21,1	21,4
73	**Total Publicitat i Estudis de mercat**	**35.271**	**33.338**	**34.556**	**7.943**	**7.402**	**7.811**	**-6,8**	**5,5**	**22,5**	**22,2**	**22,6**

Font: DIRCE.
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37%2Fp201&file=inebase&L=0>
[Consulta: març de 2014]

5. Ajuts econòmics i financers de caràcter públic al sector audiovisual

El sector audiovisual català disposa de fonts públiques diverses d'ajut econòmic dins l'àmbit nacional, estatal i europeu. Aquest epígraf presenta una anàlisi de les

[91] <http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/notasex_cnae_09.pdf>

línies de suport principals que destinen durant el període de 2012 i 2013 la Generalitat de Catalunya, el Govern de l'Estat espanyol i la Unió Europea al teixit audiovisual de Catalunya.

A més de la relació de dotacions i, en la mesura del possible, de les empreses i projectes que han rebut els ajuts, a l'apartat s'inclou també la informació relativa al finançament anticipat de Televisió de Catalunya, SA adreçat a obres audiovisuals europees.

5.1 Ajuts de la Generalitat de Catalunya

Els organismes públics que vehiculen els ajuts del Govern adreçats a la indústria audiovisual catalana són l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)[92] del Departament de Cultura; la Secretaria de Comunicació i la Direcció General de Mitjans de Comunicació del Departament de la Presidència i finalment, l'Institut Català de Finances (ICF) del Departament d'Economia i Coneixement.

5.1.1 Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)

Les línies de subvencions i ajuts per a projectes audiovisuals de l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) es distribueixen en quatre àrees d'actuació: la formació; la producció i l'explotació de pel·lícules; la difusió i la promoció, i les infraestructures. A més de aquestes quatre línies, el 2013 l'ICEC aporta 70.000 euros al projecte Barcelona Catalunya Film Commission (BCFC) de promoció de la indústria audiovisual i del rodatge al territori català.

A la taula 92 es pot observar l'evolució de la dotació i la distribució per conceptes. El 2013 l'ICEC[93] concedeix a l'audiovisual una dotació de 8.376.499 euros, una xifra que representa un lleu repunt a l'alça (+14,6%) després del daltabaix de gairebé el 50% (-6.730.369 euros) en la quantia de l'any 2012 –7.309.854 euros– respecte de l'any anterior. L'única línia de suport que creix el 2013 és la relativa a la producció i a l'explotació de pel·lícules, a la qual es

[92] El mes de desembre de 2011 l'Institut Català de les Indústries Culturals canvia la denominació per Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)

[93] INSTITUT CATALÀ DE LES EMPRESES CULTURALS (ICEC). *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2013.* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2014. <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/140528%20Mem%C3%B2ria%20ICEC%202013.pdf> [Consulta: juny de 2014]

destinen 7.087.500 euros. L'import de la resta de partides recuperen aproximadament els valors de 2011.

Taula 92. Subvencions i ajuts de l'ICEC concedits al sector audiovisual. Període 2011-2013 (en euros)

Subvenció	2011		2012		2013		Variació 12/11 (%)	Variació 13/12 (%)
	Import concedit	%	Import concedit	%	Import concedit	%		
Suport a la producció i a l'explotació de pel·lícules	11.924.535	84,9	5.644.866	77,2	7.087.500	84,6	-52,7	25,6
Suport a les activitats de difusió i promoció	1.679.022	12,0	1.068.322	14.6	922.333	11,0	-36,4	-13,7
Suport a la formació	270.000	1,9	430.000	5,9	200.000	2,4	59,3	-43,5
Suport a les infraestructures	166.666	1,2	166.666	2,3	166.666	2,0	-	-
Total subvencions	**14.040.223**	**100,0**	**7.309.854**	**100,0**	**8.376.499**	**100,0**	**-47,9**	**14,6**

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de les memòries anuals de l'ICEC.

En termes generals, el nombre total de projectes audiovisuals subvencionats[94] per l'ICEC descendeix en passar dels 239 de 2011 als 200 de 2012 i finalment a 117 l'any 2013. La dotació mitjana per projecte l'any 2013 és de 54.500 euros. Cal tenir en compte que no s'han comptabilitzat els projectes de convocatòries pluriennals concedides en anys anteriors.

Taula 93. Subvencions de l'ICEC a la producció i a l'explotació de pel·lícules. Període 2012-2013 (en euros)

	2012		2013	
Concepte	**Projectes**	**Import concedit**	**Projectes**	**Import concedit**
Explotació i difusió de llargmetratges cinematogràfics i produccions de gran format	50	1.699.179	24	1.850.000
Llargmetratges cinematogràfics d'autoria catalana que emprin i posin de relleu els valors creatius, artístics i tècnics del país i la diversitat de la cinematografia catalana	-	-	20	1.800.000
Subvencions a empreses de producció independents per a la realització de llargmetratges televisius de ficció destinats a ser emesos per televisió	11	1.300.000	-	-
Producció de llargmetratges cinematogràfics	45	1.243.143	23	1.400.000
Realització de sèries i llargmetratges d'animació destinats a ser emesos per televisió	4	960.000	-	-
Subvencions a empreses de producció independents per a la realització de documentals destinats a ser emesos per televisió	25	397.543	-	-
Producció de curtmetratges cinematogràfics	12	45.000	13	37.500
Total	**147**	**5.644.866**	**80**	**5.087.500**

[94] No es comptabilitzen els projectes de convocatòries pluriennals concedides en anys anteriors.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'ICEC. No es comptabilitzen els projectes de convocatòries pluriennals d'anys anteriors.

Taula 94. Subvencions i ajuts de l'ICEC a la difusió i la promoció del sector audiovisual. Període 2012-2013 (en euros)

	2012		2013	
Concepte	**Projectes**	**Import concedit**	**Projectes**	**Import concedit**
Subvencions per a l'organització a Catalunya de festivals, fires i mostres	32	450.000	31	315.000
Ajuts singulars a la difusió i promoció	6	618.322	1	607.333
Total	**38**	**1.068.322**	**35**	**922.333**

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'ICEC. No es comptabilitzen els projectes de convocatòries pluriennals d'anys anteriors.

El suport a la formació es reforça l'any 2012 mitjançant un ajut a projectes de formació i recerca de continguts audiovisuals amb un import de 180.000 euros, distribuïts en 13 projectes. Aquest ajut no es concedeix l'any 2013, d'acord amb la memòria de l'ICEC i només es manté l'ajut singular en forma de conveni amb la Fundació ESCAC, de 250.000 euros el 2012 i 200.000 el 2013. Quant al suport a la millora de les infraestructures, un any més l'ICEC concedeix un ajut singular de 166.666 euros, per al desenvolupament del Parc Audiovisual de Catalunya, a Terrassa.

Taula 95. Ajuts de l'ICEC a la formació audiovisual. Període 2012-2013 (en euros)

	2012		2013	
Concepte	**Projectes**	**Import concedit**	**Projectes**	**Import concedit**
Ajuts singulars a la formació	1	250.000	1	200.000
Subvencions per a projectes de formació i recerca de continguts audiovisuals	13	180.000	-	-
Total	**14**	**430.000**	**1**	**200.000**

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'ICEC. No es comptabilitzen els projectes de convocatòries pluriennals d'anys anteriors.

5.1.2 Departament de la Presidència

L'any 2013 desapareix la línia de subvencions en règim de concurrència competitiva a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per mitjans de comunicació privats. Queda vigent, doncs, la línia de subvencions estructurals, en règim de concurrència pública per al foment en l'àmbit dels mitjans de comunicació, subvencions estructurals a premsa periòdica en suport paper, digital, televisió i ràdio en català i en aranès.

En termes d'evolució, les subvencions globals atorgades a mitjans de comunicació del Departament de la Presidència, que havien patit una forta davallada de gairebé 12,4 milions d'euros en 2011, el 2012 es van recuperar en passar de 5.894.591 euros a 8.645.791 euros. Amb la desaparició el 2013 de la subvenció per fomentar i consolidar l'espai català de comunicació, la dotació global baixa un 28,7% i queda en 6.163.658 euros, corresponents exclusivament als ajuts estructurals a mitjans en català i en aranès. Val a dir que l'import de l'ajut per aquest concepte creix un 33,37% més que en l'exercici anterior, en què es van concedir 4.621.623 euros.

Taula 96. Subvencions del Departament de la Presidència a mitjans de comunicació. Període 2011-2013

Ajut	2011	2012	2013
Foment i consolidació de l'espai català	3.740.604	4.024.168	-
Estructurals a mitjans en català i en aranès	2.153.987	4.621.623	6.163.658
Total	**5.894.591**	**8.645.791**	**6.163.658**

Font: Departament de la Presidència. Resolució PRE/265/2014, de 3 de febrer (DOGC núm. 6562, 14/02/2014).

Taula 97. Subvencions estructurals concedides pel Departament de la Presidència a mitjans de comunicació en català o en aranès. Període 2011-2013 (en euros)

	2011		2012		2013		Variació 13/12
	Import	%	Import	%	Import	%	%
Premsa en suport paper	1.401.982	65,1	2.966.678	64,1	4.043.161	65,6	36,3
Premsa digital	255.346	11,8	775.698	16,8	981.299	15,9	26,5
Televisió	279.128	13,0	382.033	8,3	603.792	9,8	58,1
Ràdio	217.531	10,1	497.214	10,8	535.406	8,7	7,7
Total	**2.153.987**	**100,0**	**4.621.623**	**100,0**	**6.163.658**	**100,0**	**33,4**

Font: Departament de la Presidència. Resolució PRE/265/2014, de 3 de febrer (DOGC núm. 6562, 14/02/2014).

El 2013 el Departament de la Presidència ha destinat un total de 535.406 euros en subvencions estructurals a ràdios privades en català i en aranès, un 7,7% més que el 2012 en què s'hi havien atorgat 497.214 euros. La taula 98 recull les 15 destinataris dels ajuts durant el 2013, dues més que l'any anterior. Radiocat XXI, SL encapçala la llista (amb dues subvencions atorgades, a RAC1 i RAC105), seguida de la Fundació Missatge Humà i Cristià, Ràdio Flaixbac, SA i Flaix FM, SL. Totes juntes concentren més del 50% de la dotació total.

Taula 98. Subvencions estructurals concedides pel Departament de la Presidència a empreses de ràdio en català o aranès. Període 2012-2013 (en euros)

Destinatari	Finalitat	2012	2013
Radiocat XXI, SL	RAC1	95.798	101.022
Fundació Missatge Humà i Cristià	Ràdio Estel	50.000	55.000
Radio Flaixbac, SA	Ràdio Flaixbac	55.463	51.881
Flaix FM, SL	Flaix FM	57.076	51.850
Radiocat XXI, SL	RAC105	40.046	40.830
Grup Simalro, SL	UA1 Ràdio	27.271	34.260
Ràdio Ripoll, SL	Ràdio Ripoll	27.474	33.233
Ràdio Olot, SA	Ràdio Olot	31.828	28.428
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Pròxima FM	26.347	27.252
Premsa d'Osona, SA	El 9 FM	25.236	25.946
Comunicacions dels Ports, SA	Els Ports Ràdio	-	25.164
Imagina Ràdio, SL	Imagina Ràdio	26.742	22.385
Ràdio Marina, SA	Ràdio Marina	22.945	17.311
Mola TV, SL	Mola FM	-	10.432
D-9 Comunicació, SL	Joy FM	10.988	10.413
Total		**497.214**	**535.406**

Font: Departament de la Presidència. Resolució PRE/265/2014, de 3 de febrer (DOGC núm. 6562, 14/02/2014). Resolució PRE/109/2013, de 17 de gener (DOGC núm. 6306, 01/02/2013). Resolució PRE/220/2013, d'11 de febrer (DOGC núm. 6316, 15/02/2013).

Pel que fa a l'àmbit televisiu, 21 projectes en català o aranès han percebut subvencions estructurals de Presidència l'any 2013, amb una dotació final de 603.792 euros. Aquesta xifra representa un 58,1% més respecte de la dotació destinada al sector televisiu el 2012 (382.033 euros). Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL; Prensa Leridana, SA; L'Ebre Televisió, SL; Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL i Comunicacions dels Ports han estat els cinc projectes que han rebut un import més alt.

Taula 99. Subvencions estructurals concedides pel Departament de la Presidència a empreses de televisió en català o aranès. Període 2012-2013 (en euros)

Destinatari	Finalitat	2012	2013
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	El 9 TV	23.205	38.102
Prensa Leridana, SL	Lleida Televisió	25.698	37.668
L'Ebre Televisió, SL	L'Ebre TV	27.583	36.133
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Pirineus Televisió	20.790	35.152
Comunicacions dels Ports, SA	Nord Televisió	23.160	34.571
Televisió Teveon Ebre, SL	Canal 21	15.448	34.473
ETV-Llobregat TV, SL	ETV	-	33.978
Televisió de Girona, SL	Televisió de Girona	19.180	33.946
Televisió del Ripollès, SL	Televisió del Ripollès	22.616	31.013
Televisió de Roses, SL	Empordà Televisió	18.303	28.854
Tortosa Televisió, SL	Canal TE	18.270	28.366
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Canal Taronja Osona	17.529	26.386
Canal Taronja, SL	Canal Taronja Bages	19.675	26.135
Dracvisió, SL	Banyoles Tv	-	26.125

Televisió Sant Cugat, SL	Televisió Sant Cugat	18.460	25.570
D-9 Comunicació, SL	TV Costa Brava	18.690	25.213
Iniciatives de Televisió, SL	Canal Reus TV	15.976	25.077
Televisió de Manresa, SLU	Televisió de Manresa	15.980	24.892
Olot Televisió, SL	Olot TV	16.947	18.820
Publicacions Penedès, SA	El 3de8 TV	12.006	17.776
Taelus, SL	Canal Taronja Anoia	10.581	15.544
Dracvisió, SL	Canal Català Girona Pla	21.936	-
Total		**382.033**	**603.792**

Font: Departament de la Presidència. Resolució PRE/265/2014, de 3 de febrer (DOGC núm. 6562, 14/02/2014). Resolució PRE/109/2013, de 17 de gener (DOGC núm. 6306, 01/02/2013). [Consulta: març de 2014]

5.1.3 Institut Català de Finances (ICF)

D'acord amb la informació facilitada per l'Institut Català de Finances (ICF), les línies de crèdit i les operacions formalitzades amb empreses del sector audiovisual han sofert el 2012 una regressió considerable respecte de 2011, amb un import total de 4.532,1 milers d'euros distribuïts en 30 projectes. És a dir, la dotació corresponent a 2012 s'ha reduït en 7.673,1 milers d'euros i dos projectes menys que en 2011 (12.205,2 milers d'euros). Aquesta davallada (-62,9%) ha tingut el seu màxim exponent a l'ajut directe a la producció audiovisual, que passa de rebre 7.639,5 milers d'euros repartits en 23 projectes el 2011 a 2.243,1 milers d'euros repartits en 10 projectes el 2012. Les vies de crèdit atorgades el 2012 a línies departamentals de l'Institut Català d'Empreses Culturals (ICEC) també han registrat un descens en l'import total, de 3.698,1 milers d'euros el 2011 a 1.317,0 milers d'euros el 2012. La distribució, però, ha estat més repartida, i s'ha destinat a 12 projectes, 5 més que en el 2011. Per últim, l'únic concepte en què el crèdit atorgat per l'ICF ha crescut durant el 2012 correspon a altres inversions de l'obra audiovisual (préstecs, avals,...) en què augmenta tant l'import (+104,4 milers d'euros) com el nombre de projectes, sis més, respecte del 2011.

Taula 100. ICF. Distribució del crèdit al sector audiovisual. Període 2010-2012 (en milers d'euros)

	2010		2011		2012	
	Projectes	**Import**	**Projectes**	**Import**	**Projectes**	**Import**
Producció	13	5.662,2	23	7.639,5	10	2.243,1
Línies departamentals ICEC	9	4.257,8	7	3.698,1	12	1.317,0
Altres inversions	1	1.129,0	2	867,6	8	972,0
Total finançament	**23**	**11.048,9**	**32**	**12.205,2**	**30**	**4.532,1**

Font: Institut Català de Finances (ICF).

En relació amb els crèdits atorgats per l'ICF a la producció audiovisual en funció del tipus d'obra a què s'ha destinat, i seguint amb la tònica habitual dels últims anys, el llargmetratge és el gènere que més línies de crèdit rep durant l'any 2012, amb 1.155,6 milions d'euros destinats a 5 projectes. Això representa 5.944,9 milers d'euros i 13 projectes menys que el 2011. Creix l'import atorgat a TV movies, que el 2012 percep 612,5 milers d'euros per a dos projectes, un menys que el 2011. L'any 2012 es recuperen els ajuts de l'ICF per a sèries per a televisió i a animació, que no havien rebut cap línia de crèdit de l'ICF des de l'any 2009, i que el 2012 reben 190,0 i 285,0 milers d'euros respectivament.

Taula 101. ICF. Crèdits per partides de producció audiovisual catalana. Període 2010-2012 (en milers d'euros)

	2010		2011		2012	
	Projectes	**Import**	**Projectes**	**Import**	**Projectes**	**Import**
Llargmetratges	11	4.517,2	18	7.100,5	5	1.155,6
TV movies	-	-	3	485,0	2	612,5
Documentals	-	-	2	54,0	-	-
Sèries per a televisió	-	-	-	-	2	190,0
Animació	2	1.145,0	-	-	1	285,0
Total producció	**13**	**5.662,2**	**23**	**7.639,5**	**10**	**2.243,1**

Font: Institut Català de Finances (ICF).

5.2 Finançament d'obres audiovisuals europees

Televisió de Catalunya, SA (TVC), en qualitat de prestador nacional de servei públic de televisió té l'obligació de destinar anualment com a mínim el sis per cent dels ingressos obtinguts segons els comptes d'explotació al finançament anticipat d'obres audiovisuals europees, tal com estableix la normativa audiovisual recollida a la Instrucció general del CAC sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents.[95]

D'acord amb l'expedient de verificació del compliment de les obligacions que elabora el Consell anualment i segons la informació corresponent a 2012 facilitada pel prestador, Televisió de Catalunya ha destinat 10.027.509 euros a finançar obres audiovisuals europees (15.555.517 euros el 2011). Amb una

[95] Instrucció aprovada a l'Acord 103/2008, de 18 de juny i publicada al DOGC núm. 5177, de 21 de juliol de 2008, Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Instrucci__obres_europees_DOGC.pdf>

quantia de 87.768.842 euros d'ingressos de 2012 declarats per TVC com a computables per al compliment de l'obligació (96.189.726 euros el 2011), els més de 10 milions d'euros abans esmentats representen el 11,4%, amb la qual cosa, el prestador compleix un any més amb les obligacions previstes de finançament. Es constata una davallada generalitzada en comparació amb les dades corresponents a l'any 2011, en què TCV va declarar uns ingressos computables de 96.189.726 euros el 2010 i es van destinar 15.555.517 euros al finançament d'obres audiovisuals europees (el 16,2%).

A la taula 102 es detalla el finançament anticipat de TVC per conceptes. Durant el 2012, del total s'han assignat 4.473.009 euros a obres cinematogràfiques espanyoles (44,6% en termes percentuals), més d'un milió i mig menys que en 2011; 3.789.500 euros a pel·lícules espanyoles per a televisió (37,8%), més de dos milions menys que en 2011, i 1.765.000 euros a pel·lícules i sèries d'animació espanyoles per a televisió (17,6%), gairebé la meitat que l'any anterior.

Taula 102. TVC. Finançament d'obres audiovisuals europees. Període 2010-2012 (en euros)

Conceptes	2010	2011	2012	% 2012
Obres cinematogràfiques	4.736.088	6.131.099	4.473.009	44,6%
Pel·lícules per a televisió	10.068.500	5.958.500	3.789.500	37,8%
Pel·lícules i sèries d'animació	2.446.405	3.465.918	1.765.000	17,6%
Xifra total invertida	**17.250.993**	**15.555.517**	**10.027.509**	100,0%

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/Informe_36V2013_CAT.pdf>
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/Informe_10V2012.pdf>

5.3 Ajuts de l'Estat espanyol

L'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), organisme adscrit al Ministeri d'Educació, Cultura i Esports, redueix el 2012 el nombre de les línies de subvenció[96] al sector audiovisual respecte de l'any anterior. D'aquesta manera, el 2012 es deixen de convocar ajuts per als conceptes següents: l'elaboració de guions; l'exhibició; el desenvolupament de projectes de llargmetratges; el desenvolupament i la realització de projectes culturals i de

[96] Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Nota de premsa 13/04/12. http://www.mcu.es/gabineteprensa/busquedaGabinetePrensaAction.do?action=busquedaInicial&params.codTipo=NIC&cache=init&layout=notasICAA&language=es

formació no reglada; la producció de pel·lícules i documentals per a televisió; la realització de llargmetratges en règim de coproducció internacional; la producció de sèries d'animació, i la realització d'obres audiovisuals amb la utilització de noves tecnologies. La línia d'ajuts per produir curtmetratges que tampoc no es va convocar el 2012, es recupera l'any 2013.

En un context de crisi econòmica, no només s'han eliminat línies d'ajuts sinó que també ha minvat la dotació total. En dos anys, aquesta quantia s'ha reduït en gairebé dos terços, i passa passar dels 90.794.800 euros de 2011 a 34.310.194 euros de 2013.

Taula 103. Ajuts de l'ICAA al sector audiovisual. Període 2011-2013

	2011	2012	2013	Var. 13/11 (en %)
Total ajuts	90.794.800	45.253.559	34.310.194	-62,21

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'ICAA.

Taula 104. Ajuts de l'ICAA per línies de subvenció. Any 2013

Línia d'ajut	Any 2012	Any 2013	Var. 13/12 (en %)
Amortització de llargmetratges – ajuts generals i complementaris	34.454.732,18	24.380.069,29	-29,24
Producció de llargmetratges sobre projecte	5.231.133,50	5.000.000,00	-4,42
Distribució de pel·lícules de llargmetratges i curtmetratges espanyols, comunitaris i iberoamericans	2.481.250,00	2.500.000,00	0,76
Minoració d'interessos dels préstecs acollits als convenis ICO/ICAA – producció cinematogràfica	937.320,00	605.609,10	-35,39
Organització de festivals i certàmens cinematogràfics	795.000,00	469.000,00	-41,01
Producció de curtmetratges sobre projecte	500.000,00	399.431,49	-20,11
Curtmetratges realitzats	no convocada	367.197,51	-
Conservació del patrimoni cinematogràfic	449.591,30	298.718,84	-33,56
Participació de pel·lícules espanyoles a festivals	387.973,82	264.713,71	-31,77
Minoració d'interessos dels préstecs acollits als convenis ICO/ICAA – digitalització de sales d'exhibició	16.558,64	25.454,14	53,72
Total ajuts ICAA 2013	**45.253.559,44**	**34.310.194,08**	**-24,18**

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'ICAA (resolucions de les convocatòries publicades al BOE).
<http://www.mcu.es/cine/SC/becasAyudasSubvenciones/index.html>.
[Consulta: abril de 2014]

5.4 Ajuts de la Unió Europea – programa MEDIA

Fins el 2013 la Unió Europea ha vehiculat els ajuts al mercat audiovisual europeu per mitjà del programa MEDIA, amb els subprogrames MEDIA 2007-2013 i MEDIA Mundus (2011-2013).[97] A partir de 2014 es posa en marxa el programa Europa Creativa, que inclou els subprogrames MEDIA 2014-2020, CULTURA i una eina de finançament transversal. Les cinc línies d'actuació del programa MEDIA 2007-2013 s'orienten al suport a la producció; la distribució i l'exhibició; la formació de professionals; la promoció a obres, festivals i mercats, i el foment de projectes en relació amb l'ús de les noves tecnologies.

Segons dades de Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya –abans MEDIA Antena Catalunya–, el sector audiovisual català ha rebut el 2013 una dotació total de 2.181.783 euros,[98] un 13,1% menys que l'any anterior, en què va percebre un import global de 2.511.168 euros.[99] Cal destacar que l'any 2012 Catalunya havia gairebé duplica la quantia de 2011, 1.264.780 euros.

Taula 105. Ajuts del programa MEDIA a Catalunya. Període 2011-2013 (en euros)

Línia d'ajuts	2011	%	2012	%	2013	%	Var. 13/12
Desenvolupament (suport als productors)	**210.000**	16,6	**580.057**	23,1	**160.451**	7,4	-72,3
- Projectes individuals	*135.000*		*244.947*		*160.451*		-34,5
- Paquets de projectes	*0*		*335.110*		*0*		-100,0
- Obres interactives	*75.000*		*0*		*0*		
i2i audiovisual (suport als productors)	**101.486**	8	**97.379**	3,9	**0**		-100,0
Difusió per televisió (suport als productors)	**70.791**	5,6	**370.000**	14,7	**399.000**	18,3	7,8%
Distribució	**113.593**	9	**650.569**	25,9	**818.097**	37,5	25,8
- Distribució (Esquema selectiu)	*70.000*		*244.500*		*90.000*	4,1	-63,2
- Distribució (E. automàtic)	*43.593*		*406.069*		*728.097*	33,4	79,3
Noves tecnologies – Vídeo on demand i distribució digital de cinema	**231.410**	18,3	**292.368**	11,6	**314.440**	14,4	7,5
Promoció i accés a mercats	**85.000**	6,7	***165.000***	6,6	**80.000**	3,7	-51,5

[97] Atès que el programa MEDIA Mundus, adreçat a la cooperació entre els professionals europeus amb la resta del món no ha concedit cap subvenció al sector audiovisual català en els tres anys de la seva vigència, l'Informe se centra en l'anàlisi dels ajuts concedits per MEDIA 2007-2013.

[98] Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya. *eMEDIACAT*. [En línia]. Número 9. Març de 2014. Pàg. 6-7. <http://www.europacreativamedia.cat/rcs_media/eMEDIAcat9.pdf> [Consulta: abril de 2014]

[99] MEDIA ANTENA CATALUNYA. *eMEDIACAT*. [En línia]. Número 5. Gener de 2013 Pàg. 4-7. <http://www.antenamediacat.eu/rcs_media/eMEDIAcat05/document.pdf>
[Consulta: març de 2013]

Festivals audiovisuals	**130.500**	10,3	***50.000***	2	***0***		-100,0
Formació	**190.000**	15	**205.795**	8,2	**205.795**	9,4	0,0
Exhibició - Europa cinemes – suport a la digitalització	**132.000**	10,4	**100.000**	4	**204.000**	9,4	104,0
MEDIA International/ Mundus	0		0		0		
Total ajuts MEDIA a Catalunya	**1.264.780**	**100,0**	**2.511.168**	**100,0**	**2.181.783**	**100,0**	**-13,1**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades estadístiques de Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya. *eMEDIACAT*. [En línia]. Número 9. Març de 2014. Pàg. 6-7 <http://www.europacreativamedia.cat/rcs_media/eMEDIAcat9.pdf> [Consulta: abril de 2014]

Per línies d'actuació, l'any 2013 destaca l'augment de la dotació concedida a Catalunya per fomentar la distribució –esquema automàtic-, que s'incrementa 322.028 euros respecte de 2012 i concentra el 37,5% de la quantia global. També cal assenyalar que un total de vuit cinemes –per tres de l'any 2012- han rebut ajuts del programa MEDIA per exhibir obres europees. En relació amb l'Estat espanyol, les concessions de subvencions en concepte de difusió per televisió, de noves tecnologies i de formació s'han atorgat a empreses catalanes. Com a contrapartida, la nota negativa respecte de 2012 és que cap empresa catalana ha optat a ajuts en la línia de desenvolupament –paquets de projectes o *slate funding*–, ni s'ha subvencionat l'organització de cap festival, mentre que al 2012 Catalunya havia rebut ajuts en aquests conceptes.

Taula 106. Ajuts del programa MEDIA a Catalunya. Empreses i projectes catalans finançats. Any 2013 (en euros)

Línia d'ajut	**Empresa**	**Projecte**	**Import**
SUPORT ALS PRODUCTORS: 7 projectes			**559.451**
Desenvolupament de projectes individuals (Single Project): 5 projectes (31,2% de l'Estat Espanyol)			***160.451***
	Brutal Media, SL	*Victus*	60.000
	Fresdeval Films, SL	*Giraffes, rhinos and hippos*	40.000
	La Lupa Produccions, SL	*Qian's obsession*	28.451
	Lastor Media, SL	*10.000 KM*	22.000
	Getsemaní Produccions, SL	*The Cholesterol*	10.000
Difusió per televisió (TV Broadcasting): 2 projectes (100% de l'Estat Espanyol)			***399.000***
	Mago Audiovisual Production	*Flying Squirrels*	302.000
	MEDIA 3.14, SL	*On the e-Waste Trail*	97.000
SUPORT A LA DISTRIBUCIÓ: 10 projectes			**818.097**
Esquema Selectiu: 3 projectes (12,5% de l'Estat Espanyol)			***90.000***
	A Contracorriente Films	*Le Weekend*	75.000

	Paco Poch Cinema, SL	*Camille Claudel 1915*	8.000
	Casa de Peliculas, SL	*W Imie...*	7.000
Esquema Automàtic: 7 projectes (19,1% de l'Estat Espanyol)			***728.097***
	DeAPlaneta, SL	*The Physician*	162.447
	A Contracorriente Films	*Un plan parfait*	114.000
	A Contracorriente Films	*A Long Way Down*	109.231
	Savor Ediciones	*Paris-Manhattan* (2 ajuts: 28.000+50.354)	78.354
	A Contracorriente Films	*Kon-Tiki*	58.570
	A Contracorriente Films	*Mr. Morgan's Last Love*	41.641
	Isaan Entertainment	*The Trip*	18.236
PROMOCIÓ i ACCÉS A MERCATS: 1 projecte (50,0% de l'Estat Espanyol)			**80.000**
	Medimed 2013		80.000
NOVES TECNOLOGIES - VoD i DISTRIBUCIÓ DIGITAL DE CINEMA: 1 projecte (100% de l'Estat Espanyol)			**314.440**
	Filmin		314.440
EXHIBICIÓ - SUPORT A LA XARXA DE CINEMES: 8 cinemes (23,5% de l'Estat Espanyol)			**204.000**
	Cines Icària – Barcelona		45.000
	Cinemes Verdi – Verdi Park		33.000
	Renoir Floridablanca		29.000
	Cinebaix - Sant Feliu de Llobregat		27.000
	Cinemes Girona – Barcelona		20.000
	Cinema Méliès Barcelona		17.500
	Cinema Catalunya - Terrassa		17.500
	Cinema Truffaut Girona		15.000
FORMACIÓ: 1 projecte (50% de l'Estat Espanyol)			**205.795**
	Fundació Privada Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC)	*Four Corners*	205.795
TOTAL AJUTS DEL PROGRAMA MEDIA A CATALUNYA 2013			**2.181.873**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades estadístiques de MEDIA Antena Catalunya (2013). *eMEDIACAT*. [En línia]. Número 5. Gener de 2013. Pàg. 4-7. <http://www.antenamediacat.eu/rcs_media/eMEDIAcat05/document.pdf>

Taula 107. Ajuts del programa MEDIA a Catalunya. Empreses i projectes catalans finançats. Any 2012 (en euros)

Línia d'ajut	Empresa	Projecte	Import
SUPORT ALS PRODUCTORS: 13 projectes (54,2% de l'Estat Espanyol)			**1.047.436**
Desenvolupament de projectes individuals (Single Project): 6 projectes (42,9% de l'Estat Espanyol)			**244.947**
	Rebelión Terrestre	*In The Miso Soup*	60.000
	Ikiru Films	*Cruijff. Total Football*	60.000
	Tomavistas	*Rudy, the Cloud Boy*	50.000
	Cine de Garage	*Chronicle Beyond the Border*	25.000
	Batea Films	*Indian Way*	25.000
	Nanouk Films	*La Fin du monde*	24.947
Desenvolupament de paquets de projectes (Slate Funding i Slate Funding 2nd Stage): 3 projectes (75,0% de l'Estat Espanyol)			**335.110**
	Oberon Cinematográfica		150.000
	Polar Star Films		105.110
	Media 3.14		80.000
Difusió per televisió (TV Broadcasting): 2 projectes (100% de l'Estat Espanyol			**370.000**
	Edebé Audiovisual	*Four and a Half Friends*	300.000
	Justin Webster Productions	*I Will be Murdered*	70.000
i2i Audiovisual: 2 projectes (50% de l'Estat Espanyol)			**97.379**
	Roxbury Pictures	*Insensibles*	50.000
	Fresdeval Films	*Sueño y silencio*	47.379
SUPORT A LA DISTRIBUCIÓ: 15 projectes (21,6%) de l'Estat Espanyol			**650.569**
Esquema Selectiu: 8 projectes (21,6% de l'Estat Espanyol)			**244.500**
	A Contracorriente Films	*La Delicatesse*	100.000
	A Contracorriente Films	*The Guard*	45.000
	Baditri	*Play*	35.000
	Paycom Multimedia	*Babycall*	25.500
	Casa de Peliculas	*Oslo, 31. August*	18.000
	Casa de Peliculas	*Tabu*	11.000
	Paycom Multimedia	*Chrzest*	6.000
	Paco Poch Cinema	*Halt Auf Freier Strecke*	4.000
Esquema Automàtic: 7 projectes (21,6% de l'Estat Espanyol)			**406.069**
	DeAPlaneta	*The Awakening*	162.447
	Savor Ediciones	*Coriolanus* (2 ajuts, un de 57.980 i un de 39.647)	97.627
	A Contracorriente Films	*Great Expectations*	91.654
	A Contracorriente Films	*The Guard*	19.548
	Baditri	*Draquila - L'Italia Che Trema*	17.993
	Baditri	*Play*	12.000
	Prodimag	*L'Apollonide*	4.800
PROMOCIÓ i ACCÉS A MERCATS: 2 projectes (66,7% de l'Estat Espanyol)			**165.000**
	DocsBarcelona Pitching Forum		85.000

	Medimed 2012		80.000
FESTIVALS AUDIOVISUALS: 2 projectes (33,3% de l'Estat Espanyol)			**50.000**
	L'Alternativa	*Festival de Cinema Independent de Barcelona*	33.000
	MecalPro 2013	*International Short Film Festival of Barcelona*	17.000
NOVES TECNOLOGIES - VoD i DISTRIBUCIÓ DIGITAL DE CINEMA: 1 projecte (100% de l'Estat Espanyol)			**292.368**
	Filmin		292.368
EXHIBICIÓ - SUPORT A LA DIGITALITZACIÓ: 3 projectes (27,3% de l'Estat Espanyol)			**100.000**
	Cinebaix - Sant Feliu de Llobregat		60.000
	Cinema Truffaut - Girona		20.000
	Cinema Méliès - Barcelona		20.000
FORMACIÓ: 1 projecte (50% de l'Estat Espanyol)			**205.795**
	Fundació Privada Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC)	*Four Corners*	205.795
TOTAL AJUTS DEL PROGRAMA MEDIA A CATALUNYA			**2.511.169**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades estadístiques de MEDIA Antena Catalunya (2013). *eMEDIACAT*. [En línia]. Número 5. Gener de 2013. Pàg. 4-7. <http://www.antenamediacat.eu/rcs_media/eMEDIAcat05/document.pdf>

Capítol III. L'oferta de continguts audiovisuals a Catalunya

1. Presentació

Aquest capítol s'ha elaborat bàsicament a partir de l'anàlisi del monitoratge de la programació televisiva i radiofònica que du a terme el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. El període estudiat correspon als anys 2012 i 2013. Quant a televisió, en primer lloc es presenta l'oferta generalista pública i privada d'àmbit nacional, per mitjà de l'anàlisi de les graelles i de les tipologies de programes dels canals de Televisió de Catalunya i 8TV. Pel que fa a la desconnexió per a Catalunya de TVE, s'apunten les principals novetats. Per últim, es dedica un apartat a l'origen de la producció i al pluralisme polític.

En relació amb la ràdio, es fa una anàlisi de la principal programació radiofònica pública i privada generalista que s'escolta a Catalunya. En concret s'analitzen les graelles de tres productes d'àmbit nacional (Catalunya Ràdio, La Xarxa i RAC) i tres d'àmbit estatal (SER, Onda Cero i COPE). Els criteris d'audiència i d'implantació a Catalunya determinen l'elecció d'aquestes emissores.

2. La programació de televisió a Catalunya

2.1 La programació de Televisió de Catalunya (TVC)

En l'apartat s'analitza la programació que oferta TVC durant les tres temporades que comprenen, a més dels períodes estivals, els anys naturals 2012 i 2013: gener-juny 2012, setembre 2012-juny 2013 i setembre-desembre 2013. Concretament s'analitza la programació de TV3, 33, Super3 i el desaparegut 3XL –que va emetre fins setembre de 2012. No s'analitza el 3/24 i Esport3 atès que, en tractar-se de canals temàtics, ofereixen una programació que gira entorn de la informació i dels esports respectivament.

La graella tipus presentada es basa en l'última temporada –en concret, novembre de 2013– i s'aporten dades de les modificacions que es donen en cap de setmana i en períodes de vacances. Quant a la tipologia de programes emesos, s'ofereix en forma de taula i figura el pes percentual de cada tipologia de programes en la graella del canal i a continuació s'hi aprofundeix analitzant els espais més significatius i l'evolució al llarg dels dos anys objectes de l'informe.

TVC, una oferta multicanal

L'oferta multicanal de TVC ha estat reorganitzada durant el període objecte d'aquest informe amb canvis de freqüència i reordenació de continguts.

En aquest sentit, el setembre de 2012 el Consell de Govern de la CCMA va acordar la reordenació de l'oferta televisiva de Televisió de Catalunya, que des de l'1 d'octubre queda de la següent manera: un canal generalista que emet també en alta definició (**TV3** i **TV3HD**), un canal dedicat al coneixement, la innovació i la cultura (**33**) que emet en la franja de nit d'una freqüència compartida amb el **Super3** (canal infantil), un canal d'informació contínua (**3/24**) i un canal eminentment esportiu (**Esport3**).

Els canals que van desaparèixer el 2012 van ser el canal internacional **TV3cat**, (maig de 2012) que deixà d'emetre per satèl·lit per passar a emetre per internet i cable, i el canal juvenil **3XL**, que amb la reordenació de TVC va suspendre les seves emissions, fins aleshores situades en la franja de nit del canal compartit amb el Super3.

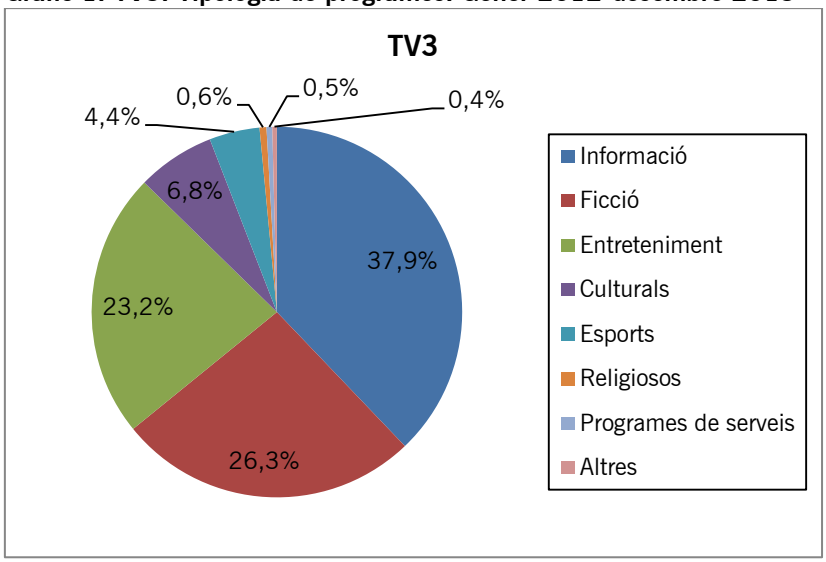
TV3 ofereix una programació generalista amb continguts i gèneres televisius adreçats a una audiència àmplia i diversa. Del temps total d'emissió, la informació continua com a eix principal del canal amb un 37,9%, seguit de la ficció, amb un 26,3%, i l'entreteniment, amb un 23,2%. A força distància se situen els programes formatius i documentals, amb un 6,8%, i els programes dedicats a l'esport, amb un 4,4%. Finalment, en proporcions menors al 0,6%, hi ha els programes religiosos i de serveis.

Taula 1. TV3. Tipologia de programes. Gener 2012-desembre 2013

Tipologia de programes	% sobre el total
Informació	37,9
Ficció	26,3
Entreteniment	23,2
Formatius i documentals	6,8
Esports	4,4
Religiosos	0,6
Programes de serveis	0,5
Altres	0,4
Total	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 1. TV3. Tipologia de programes. Gener 2012-desembre 2013



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El **33,** el canal cultural de l'oferta de la CCMA, és el que més canvis ha sofert al llarg de 2012 i 2013, com a resultat de la reordenació de canals de TVC l'octubre de 2012. El 33 va passar d'emetre 24 hores al dia a emetre'n 8,5, que corresponen a la franja de nit (de 21.20[1] h a 6h) de la freqüència compartida amb el Super3. El canvi d'hores d'emissió va suposar també un canvi en la programació, raó per la qual es presenten les dades diferenciades per als dos períodes: per una banda, les corresponents de gener a setembre de 2012 (emissió de 24 hores diàries) i per l'altra, les d'octubre de 2012 a desembre de 2013 (emissió de 8,5 hores diàries).

Amb la reducció horària del 33 es va optar per mantenir l'estructura de la graella de programació de vespre-nit-matinada de les temporades anteriors, i per tant, no hi va haver espai per als programes que s'emetien durant el dia i que eren, majoritàriament, sèries documentals de natura o socioculturals. És per això que aquests programes, englobats dins la tipologia *formatius i documentals,* van passar de representar el 71,2% del total de programes de la graella de gener a setembre de 2012, a representar el 38,2% un cop el 33 va compartir freqüència amb el Super3.

En canvi, les tipologies de programes que s'emetien en la franja de la nit (com són l'entreteniment o la ficció) van variar poc amb la fusió de canals, mantenint un nombre d'hores d'emissió similars en les dues etapes, però amb el

[1] D'octubre a desembre de 2012 l'hora d'inici del 33 era les 21.30h.

conseqüent pes relatiu superior en la segona etapa. Així, per exemple, entre la primera i la segona etapa del 33, els musicals passen de constituir el 12% al 32,8% i la ficció passa del 4,4% al 15,2%.

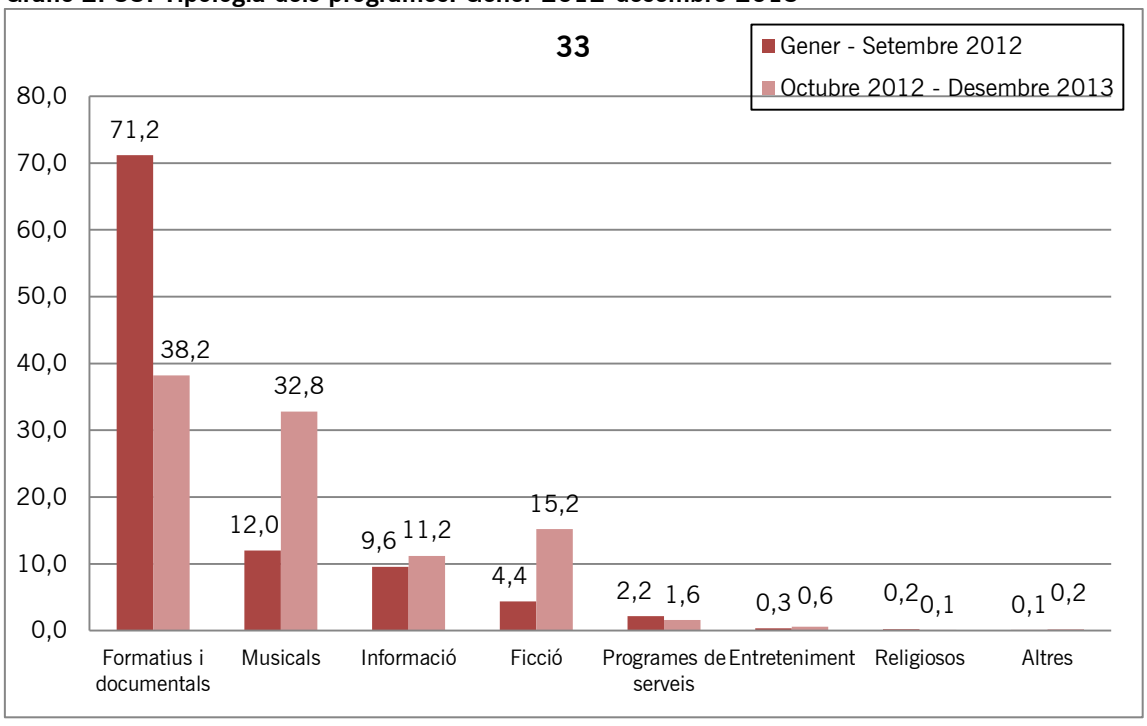
Finalment, les tipologies informació, programes de serveis i religiosos mantenen el seu pes relatiu amb proporcions similars en les dues etapes del 33.

Taula 2. 33. Tipologia dels programes. Gener-setembre 2012 (emissió 24h/d) i octubre 2012-desembre 2013 (emissió 8,5 h/d)

Tipologia de programes	Gener-setembre 2012 % sobre el total	Octubre 2012-desembre 2013 % sobre el total
Formatius i documentals	71,2	38,2
Entreteniment	12,3	32,8
• *Musicals*[2]	*12,0*	*32,2*
• *Altres programes d'entreteniment*	*0,3*	*0,6*
Informació	9,6	11,2
Ficció	4,4	15,2
Programes de serveis	2,2	1,6
Religiosos	0,2	0,1
Altres	0,1	0,2
Total	**100,0**	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Gràfic 2. 33. Tipologia dels programes. Gener 2012-desembre 2013



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

[2] Ateses les particularitats del 33 –on els programes relacionats amb la música hi tenen una rellevància especial-, s'ha optat per individualitzar la tipologia *Musicals* de dins *l'Entreteniment*.

El canal adreçat al públic infantil **Super3** basa la seva programació en la ficció (sobretot de sèries d'animació) que representa el 90% de la seva graella. L'entreteniment apareix com a segona tipologia en importància, amb un 8,3% dels programes. La resta de tipologies tenen una importància ínfima en relació a les dues principals.

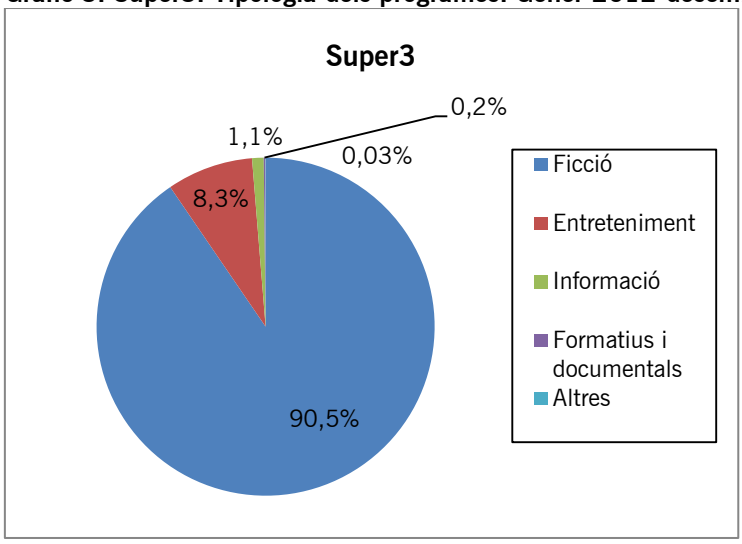
El Super3 va compartir freqüència amb el 3XL fins a setembre de 2012, i des d'aleshores, ho fa amb el 33; en tots dos casos, ocupa la franja diürna compresa entre les 6.00 i les 21.20h.[3]

Taula 3. Super3. Tipologia dels programes. Gener 2012 - desembre 2013

Tipologia de programes	% sobre el total
Ficció	90,5
Entreteniment	8,3
Informació	1,1
Formatius i documentals	0,2
Altres tipologies	0,03
Total	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 3. Super3. Tipologia dels programes. Gener 2012-desembre 2013



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El **3XL**, canal adreçat a un públic jove, va emetre fins el 30 de setembre de 2012 compartint freqüència amb el Super3 i ocupant la franja nocturna (de 21.30h a 6h). De la mateixa manera que el Super3, la seva programació es basava en la ficció (84,2%) i l'entreteniment (14,3%) amb lleugeres diferències: quant a la ficció, el percentatge més alt el conformaven les sèries d'actors (i no

[3] Fins desembre de 2012, l'hora d'emissió del Super3 s'allargava fins les 21.30 h.

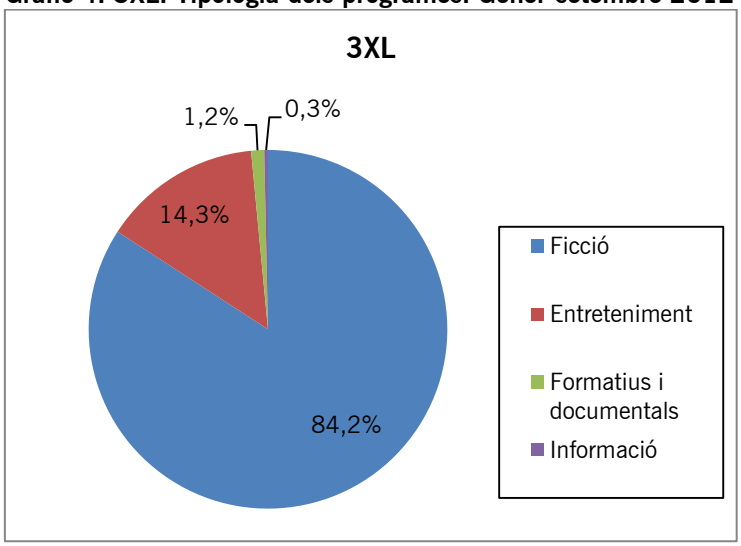
d'animació com en el cas del Super3), i quant a l'entreteniment, aquest assolia més rellevància que en el canal infantil.

Taula 4. 3XL. Tipologia dels programes. Gener-setembre 2012

Tipologia de programes	% sobre el total
Ficció	84,2
Entreteniment	14,3
Formatius i documentals	1,2
Informació	0,3
Total	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 4. 3XL. Tipologia dels programes. Gener-setembre 2012



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.1.1 La programació de TV3

2.1.1.1 La graella setmanal

L'estructura de la graella setmanal de TV3, a novembre de 2013, no pateix grans canvis respecte dels anys anteriors. Se segueixen emetent els programes de referència i s'introdueixen modificacions i novetats puntuals en la programació. Per explicar la graella setmanal de TV3 s'ha tingut en compte una visió conceptual de l'estructura on hi destaquen tres blocs:

- Dies laborables: del matí fins l'accés a *prime time* (de 6h fins a les 21.50h aproximadament).
- Dies laborables i caps de setmana: de la franja de *prime time* fins a la matinada (de les 21.50h fins a les 6 h aproximadament).

- Caps de setmana: de la franja de matí fins l'accés a *prime time* (de 6h fins a les 21.50h aproximadament).

El primer bloc està format per programes que es mantenen estables durant la **setmana laboral** de les 6h fins la finalització del *TN Vespre* a les 21.50h. Aquest gran bloc manté com a eix principal els programes informatius i només es modifiquen en períodes de vacances. Els programes fixes són, en ordre d'emissió, *Canal 3/24, Els matins, TN Comarques, El medi ambient, TN Migdia, Cuines, La Riera, Divendres, Els misteris d'en Murdoch* (o una altra sèrie, segons la temporada)*, Espai terra*, *El gran dictat* i *TN vespre.*

El segon bloc correspon a la franja compresa entre el *prime time* i l'inici d'emissions matinals del dia següent (de 21.50h a 6h) **de dilluns a diumenge.** La finalització del *TN Vespre* obre la porta a la programació de nit, que es caracteritza per una heterogeneïtat de continguts (tant de tipologies de programes com d'orígens de la producció) emesos amb una periodicitat fixa.

En aquest sentit, cada dia de la setmana es reserva la primera franja del *prime time* a un conjunt de programes heterogenis de producció pròpia destinats al públic familiar: A novembre de 2013, el dilluns s'emet *Crackòvia,* dimarts *Sense ficció*, dimecres *l'APM?,* dijous *La meva,* divendres *Zona Zapping*, dissabte el concurs *Oh, Happy day*! (en altres temporades, *La partida de TV3*) i diumenge *30 minuts*. Immediatament després d'aquests, i ja en la segona franja del *prime time,* s'hi insereixen continguts majoritàriament de producció aliena adreçats a un públic menys familiar com sèries de ficció, quatre dies a la setmana, i pel·lícules cinematogràfiques, tres dies a la setmana.

En la franja de nit i fins les 3.00h es dóna espai a les redifusions de programes i de sèries. Finalment, entre les 3.00h i les 6.00h s'emeten programes musicals que varien la seva hora d'inici en funció de la durada dels programes emesos amb anterioritat. La connexió amb els informatius del *Canal 3/24* a les 6h dóna pas a la franja matinal.

Els **caps de setmana** conformen el tercer bloc de la graella setmanal, on es mantenen les emissions dels dos telenotícies i es dedica la tarda a les pel·lícules cinematogràfiques. La franja matinal prèvia a l'emissió del *TN Migdia* inclou

continguts heterogenis, sovint redifusions de programes, on s'hi pot trobar informatius temàtics (institucionals, de cinema, d'esports, de reportatges), sèries documentals, sèries de ficció, programes divulgatius, d'humor i concursos. És també durant la franja matinal del cap de setmana que es programen els serveis religiosos i els espais confessionals.

Igualment, durant la temporada de Fórmula 1, les retransmissions de les sèries d'entrenament i de les curses (en directe o en diferit) incideixen sobre l'estructura de la programació dels matins i migdies: substituint uns programes o desplaçant l'hora d'emissió d'altres.

Els períodes de vacances

Durant els períodes de vacances d'estiu i de Nadal, TV3 modifica la seva oferta amb l'aturada dels programes insígnies (*Els matins*, *La Riera* i *Divendres*) i de les produccions pròpies de *prime time*. En contrapartida, s'incrementa el temps d'emissió d'informatius del 3/24, es programen més documentals i es redifusionen continguts.

Durant els darrers dos **estius** s'han recuperat sèries de ficció de producció pròpia, divulgatius, musicals i nous formats documentals. Tot i això, també s'estrenen sèries noves de producció aliena i espais nous de temàtica adient amb l'estiu i el lleure com *Dies de càmping*, *Export.cat* i *Un dia perfecte en família per Catalunya*.

Durant les **festes nadalenques** la graella s'adapta a un públic familiar amb la realització d'edicions especials dels concursos *La partida de TV3, El petit dictat, El gran dictat VIP* i *Fish&Chips*, i amb l'elaboració de continguts específics com *Un any d'anunci, Així sona un any* i els millors moments d'*APM i Polònia.* La ficció també s'adapta a l'època de l'any amb pel·lícules cinematogràfiques destinades a un públic infantil on la temàtica nadalenca hi acostuma a ser present. A més, s'emet la programació especifica d'aquestes dates com les campanades de Cap d'any, la cavalcada de reis, el concert de Sant Esteve i el de Cap d'any.

Taula 5. TV3. Graella tipus de programació. Novembre de 2013

<table>
<tr><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td colspan="5">6.00-8.00 Notícies 3/24</td><td colspan="2" rowspan="2">6.00-9.30 Notícies 3/24</td></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="9">08.00-14.00 Els matins</td><td>09.00-09.30
Documentals</td></tr>
<tr><td>09.30-10.00
Parlament</td><td rowspan="3">09.30-10.45
Signes dels temps</td></tr>
<tr><td>10.00-10.25
Champions Magazine</td></tr>
<tr><td>10.25-10.40
Planetari</td></tr>
<tr><td>10.40-11.10
Chic</td><td rowspan="2">10.45-11.40
Planetari</td></tr>
<tr><td>11.10-12.05
El viatge dels continents</td></tr>
<tr><td>12.05-12.50
Chuck</td><td rowspan="2">11.40-13.15
Oh Happy Day</td></tr>
<tr><td>12.50-13.20
Quèquicom</td></tr>
<tr><td>13.20-13.50
Cinema 3</td><td>13.15-13.45
Crackòvia</td></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="2">14.00-14.30 Telenotícies Comarques + El temps + El medi ambient</td><td>13.50-14.20
Zona Zapping</td><td>13.45-14.20
Polònia</td></tr>
<tr><td colspan="2">14.20-14.30 Tot un món</td></tr>
<tr><td colspan="7">14.30-15.40 Telenotícies Migdia + El temps</td></tr>
<tr><td colspan="5">15.40-15.50 Cuines</td><td rowspan="2">15.40-16.10
Caçadors de bolets</td><td rowspan="2">15.40-16.20
APM? Extra</td></tr>
<tr><td colspan="5">15.50-16.40 La Riera</td></tr>
<tr><td colspan="5">16.40-18.40 Divendres</td><td>16.10-18.15
Tarda de cine</td><td>16.20-18.30
Tarda de cine</td></tr>
<tr><td colspan="5">18.40-19.40 Els misteris d'en Murdoch</td><td rowspan="3">18.15-21.00
Pel·lícula</td><td rowspan="3">18.30-21.00
Pel·lícula</td></tr>
<tr><td colspan="5">19.40-20.20 Espai terra</td></tr>
<tr><td colspan="5">20.20-21.00 El Gran Dictat</td></tr>
<tr><td colspan="7">21.00-21.50 Telenotícies Vespre</td></tr>
<tr><td>21.50-22.30
Crackòvia</td><td rowspan="2">21.50-23.00
Sense ficció(*)</td><td>21.50-22.30
APM?</td><td>21.50-22.30
La meva(30 anys de TV3)</td><td>21.50-22.25
Zona Zapping</td><td rowspan="2">21.45-23.30
Oh Happy Day</td><td>21.50-22.25
30 minuts / Vida de ferralla</td></tr>
<tr><td>22.30-23.30
El convidat</td><td rowspan="2">22.30-23.25
El foraster</td><td>22.30-23.00
Polònia</td><td rowspan="3">22.20-00.30
La gran pel·lícula</td><td>22.25-23.00
Summa positiva</td></tr>
<tr><td rowspan="2">22.30-00.30
Danys i perjudicis</td><td rowspan="3">23.00-01.00
Pel·lícula (*)</td><td rowspan="2">23.25-23.55
Valor afegit</td><td rowspan="2">23.00-24.00
XIII</td><td rowspan="2">23.00-23.50
Breaking Bad</td></tr>
<tr><td rowspan="3">23.55-01.20
La bèstia</td><td rowspan="2">23.30-01.30
Pel·lícula</td></tr>
<tr><td rowspan="2">00.30-01.30
Els Borja</td><td>00.00-00.40
Lost girl</td><td rowspan="2">00.30-02.00
Pel·lícula</td><td rowspan="2">23.50-00.45
(S)avis</td></tr>
<tr><td>01.00-1.20
Món 324</td><td>00.40-01.30
Frascape</td><td>00.45-01.15
Parlament</td></tr>
<tr><td>Redifusió Divendres</td><td>01.20-2.15
Fringe</td><td colspan="2">Redifusió Divendres</td><td>Redifusió sèries</td><td colspan="2">Pel·lícula / Redifusió sèries</td></tr>
<tr><td colspan="7">Fusió i swing a l'estudi / Blues a l'estudi / Ritmes a l'estudi / Jazz a l'estudi / Vídeoclips</td></tr>
</table>

Font: Elaboració pròpia a partir de la catalogació de la programació.

2.1.1.2 Distribució de la graella per tipologia de programes

Informació

Els continguts **informatius** representen el 37,9% del temps d'emissió dels programes de TV3 emesos entre gener de 2012 i desembre de 2013. Al llarg d'aquests dos anys hi ha canvis significatius en relació amb la programació informativa, sobretot al *prime time* i als caps de setmana, però es manté el percentatge de temps d'emissió i l'estructura que vertebra la informació del canal (connexió matinal amb el *3/24, Els matins, TN Migdia, TN Vespre* i *TN Comarques*).

El setembre de 2012 desapareixen de la graella de TV3 el programa de debat *Banda Ampla* i l'informatiu de reportatges *Entre línies.* A la temporada televisiva següent (2013-2014), ho fan els espais *Àgora* i *Singulars* i s'incorporen el programa setmanal d'anàlisi de l'actualitat Internacional *Món 324* i el d'entrevistes en profunditat *(S)avis.*

Ficció

La ficció és la segona tipologia de programes amb més rellevància amb el 26,3% del temps d'emissió. Dins de la ficció es pot diferenciar entre les sèries de producció pròpia, les de producció aliena i les pel·lícules cinematogràfiques.

Pel que fa a les **sèries de producció pròpia**, la telenovel·la de referència a les sobretaules de TV3, *La Riera,* arriba a la cinquena temporada durant el 2013. Així mateix, el *prime time* dels dilluns està reservat a les sèries de ficció *Kubala, Moreno i Manchon, Gran Nord i Polseres vermelles* (que s'han alternat al llarg de les tres temporades objecte d'aquest informe), a excepció de les èpoques on es programa *El convidat.*

Pel que fa a les **sèries de producció aliena**, durant el 2012 i primera meitat del 2013 TV3 destina les tardes de dilluns a divendres a l'emissió de les sèries familiars *Joséphine* o *Julie Lescaut*. A partir de setembre de 2013 la franja horària es redueix a la meitat i es programa la sèrie *Els misteris d'en Murdoch* de 45 minuts de durada. Per al segon *prime time* dels dilluns, dimecres, dijous i diumenge s'emeten sèries internacionals com *Els Borja*, *Pan Am, Hospital de campanya, Breaking Bad, La bèstia, Hawthorne, XIII, Lost Girl, Sherlock* i *Danys i Perjudicis.*

Tant les sèries de producció pròpia com les de producció aliena es redifonen en horari nocturn i també durant el període estival.

Pel que fa a les **pel·lícules cinematogràfiques**, TV3 n'emet quatre dies a la setmana, al segon *prime time* de dimarts, divendres i dissabte, i a les tardes dels caps de setmana.

Entreteniment

L'entreteniment representa el 23,2% del temps d'emissió i és la tipologia de programes que menys modificacions ha sofert en dos anys. Els **programes d'humor** *Crackòvia, Polònia, APM?, APM? Extra* i *Zona Zàpping* mantenen el dia i l'hora d'emissió. A partir de setembre de 2012 el **concurs** *El gran dictat* canvia de franja horària i s'emplaça abans del *TN Vespre,* i *La Partida de TV3* emet una edició setmanal els dissabtes a la nit, substituïda a la temporada 2013-2014 pel concurs *Oh! Happy Day*. A partir de setembre de 2013 el **magazín d'entreteniment** *Divendres* amplia la seva durada en mitja hora.

Els programes **musicals** suposen quasi la meitat del temps d'emissió dels programes d'entreteniment. Els continguts de matinada passen d'una programació basada en redifusions i programes musicals a l'emissió de programes musicals, amb més de dues hores diàries de durada.

Formatius i documentals

Els programes formatius i documentals, que representen 6,8% del temps d'emissió, engloben diferents tipologies de programes (documentals, noves formes documentals, educatius i divulgatius) presents a la graella de TV3 en horaris diversos.

Pel que fa al gènere **documental**, cal destacar l'emissió de l'espai *Sense ficció*, que engloba diferents obres de producció pròpia i aliena en horari de *prime time* (dimarts al vespre). A més, els documentals geogràfics i de natura es poden veure els dissabtes i diumenges al matí dins el contenidor *Planetari.*

TV3 emet programes **divulgatius** adjacents als teleinformatius, com *Espai Terra*, *El medi ambient* i *Cuines*. Per altra banda, durant el 2013 s'estrena *Lletra petita,* on s'analitza la societat del consum, i el microespai *Llibres a l'atac,* sobre literatura catalana, i desapareixen de la graella els programes divulgatius *Boscos* i *Benvinguts a l'hort.*

TV3 dóna lloc a la seva graella a un nombrós grup de programes, agrupats sota el nom de **nous formats,** que s'emeten i reemeten en diferents moments de 2012 i 2013: *Caçadors de bolets, Sota Terra*, *Mestres* i la docusèrie *Veterinaris*; engloba també programes com *El convidat*, *L'aprenent*, o *Terreny personal*. Durant el 2013 s'estrenen nous programes com *El foraster* i *Summa positiva*.

Esports

El temps d'emissió dels programes esportius es redueix quasi a la meitat respecte el 2011 i suposa el 4,4% del total de programes. Un dels motius d'aquest descens és la no renovació dels drets d'emissió dels partits de la Lliga BBVA, dissabtes en *prime time*, a

partir del setembre de 2012. A més, aquest fet comporta la desaparició dels programes anteriors i posteriors a la retransmissió del partit. No obstant això, les retransmissions esportives que es mantenen modifiquen la graella de programació del canal, tot canviant horaris d'emissió habituals o fent que se suprimeixin programes (com en el cas de la Fórmula 1).

Religiosos

Algunes religions tenen presència a TV3 a través dels programes confessionals o retransmissions de cerimònies o festivitats que, en conjunt, representen el 0,6% del temps d'emissió.

Pel que fa als **programes confessionals**, l'Església catòlica es veu representada a *Signes dels temps,* que s'emet cada diumenge al matí, i les evangèliques a *Néixer de nou*, que s'emet l'últim diumenge de cada mes.

Programes de serveis

La programació de serveis de TV3 es troba com a part integrant d'altres espais informatius (teleinformatius o magazins) i com a programes específics. Entre els primers, figura la majoria d'informació meteorològica i la informació del trànsit (en els *Telenotícies*); quant als segons, representen el 0,5% del temps d'emissió i comprenen majoritàriament programes com els microespais d'actualitat cultural (*Agenda cultural, Tr3sC*) o els resultats de loteries.

Altres programes

El 0,4% de temps d'emissió correspon a altres programes d'emissió puntual i que, majoritàriament, són retransmissions d'esdeveniments culturals. A més, TV3 emet programació especial amb motiu de la Diada de Sant Jordi i modifica l'estructura i els continguts dels programes d'aquell dia.

En aquesta tipologia també s'inclou *La Marató de TV3,* que al 2012 se n'emeten dues -*La Marató contra la pobresa* al maig i *La Marató contra el càncer* al desembre- , i al 2013 una -*La Marató contra les malalties neurodegeneratives*.

2.1.2 La programació del 33

2.1.2.1 La graella setmanal

Arran de la fusió del 33 amb el Super3 l'1 d'octubre de 2012, la graella de programació del canal, eminentment cultural, es va haver d'organitzar i reajustar d'acord al nou horari,

el qual passava de ser de 24 hores al dia a 8,5 h, i es concentrava a la franja de nit i matinada de la freqüència compartida (entre les 21.30h[4] h i les 6h).

Des de l'octubre de 2012 i al llarg de tot el 2013, la graella del 33 s'ha mantingut amb una estructura similar. Els **dies laborables**, cap a les 21.20h, un capítol de la sèrie de producció pròpia *La Riera* (que correspon a la redifusió del capítol emès la mateixa tarda a TV3) inicia les emissions del 33.

A continuació del capítol de *La Riera* s'emeten programes de producció pròpia (divulgatius o informatius temàtics) que varien en funció del dia de la setmana. A la segona part del *prime time* de nit dels dies feiners s'inclouen programes de format divers, ja siguin de producció pròpia -la sèrie amb actors *Pop Ràpid* o la nova forma documental *Material sensible*–, o de producció aliena –els documentals emesos en el marc del *60 minuts,* de *Cronos* o les pel·lícules de *Sala 33*-.

Ja en la franja de matinada es programen formats de producció aliena que van variant al llarg dels diferents dies de la setmana. A partir de les 2h i fins les 6h, s'unifica la programació: la primera hora l'ocupa una sèrie de televisió aliena, i a les tres hores següents s'emeten programes musicals de producció pròpia.

Els **caps de setmana** és el programa *Blog Europa*, elaborat per estudiants catalans de Comunicació Audiovisual amb una beca Erasmus, el que dóna el tret de sortida a la programació del 33. A continuació, s'emet programació de producció pròpia, que en el cas dels dissabtes és l'informatiu temàtic musical *La Sonora* i el diumenge el divulgatiu sobre lectura *Via Ilibre.* A partir d'aquí, i fins les 3h que comença la franja musical compartida amb la resta de dies de la setmana, s'emeten documentals diversos de producció pròpia (en el cas *d'El documental* dels dissabtes) o aliena.

[4] A partir de gener de 2013, l'hora d'inici del 33 és 10 minuts abans, concretament les 21.20h.

Taula 6. 33. Graella tipus de programació. Novembre de 2013

<table>
<tr><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="2">21.20 – 22.05 La Riera</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">21.30 -21.50 Blog Europa</td></tr>
<tr><td rowspan="2">22.05 – 22.30
Fotografies</td><td rowspan="2">22.05 – 22.30
Quèquicom</td><td rowspan="2">22.05 – 22.35
Quarts de nou</td><td rowspan="2">22.00 – 22.40
Cinema 3</td><td rowspan="2">22.10 – 23.00
Thalassa</td><td rowspan="2">21.50 – 22.25
La Sonora</td><td>21.50 – 22.15
Via llibre</td></tr>
<tr><td rowspan="3">22.15 – 23.50
Grans Documentals 33</td></tr>
<tr><td>22.30 – 23.00
Fotografies</td><td>22.30 – 23.05
Quèquicom</td><td rowspan="2">22.35 – 23.35
(S)avis</td><td rowspan="4">22.40 – 00.40
Sala 33</td><td rowspan="3">23.00 – 00.40
Cronos</td><td rowspan="2">22.25 – 23.25
El documental</td></tr>
<tr><td>23.00 – 23.30
Ànima</td><td>23.05 – 23.35
Generació Digital</td></tr>
<tr><td>23.30 – 23.55
Material sensible / Col·leccionistes</td><td>23.35 – 0.05
Pop Ràpid</td><td rowspan="3">23.35 – 00.30
60 minuts</td><td rowspan="2">23.25 – 0.25
A vol d'ocell</td><td>23.50 – 0.30
Sèries documentals</td></tr>
<tr><td>23.55 – 00.25
Material sensible / Col·leccionistes</td><td>0.05 – 0.35
Pop Ràpid</td><td rowspan="4">0.25 – 3.00
Sèries documentals</td><td>0.30 – 0.45 h
Programa sindical
(dos diumenges/mes)</td></tr>
<tr><td>00.25 – 1.05
Sèries documentals</td><td rowspan="3">0.35 – 1.35
Sputnik</td><td rowspan="3">00.30 – 2.00
Sèries documentals</td><td rowspan="3">00.40 – 2.00
Pel·lícula</td><td rowspan="3">00.40 – 2.10
Catmúsica</td><td rowspan="3">0.30 – 2.35
Documental / Pel·lícula</td></tr>
<tr><td>1.05 – 1.55
Sèries documentals</td></tr>
<tr><td>1.55 – 2.10
Tresors del món</td><td>1.35 – 2.05
Sèries documentals</td></tr>
<tr><td colspan="5">2.10 – 3.00
Waterloo Road</td><td>2.35 – 3.00
Sèries documentals</td></tr>
<tr><td colspan="7">3.00 – 3.45
Fusió i swing a l'estudi</td></tr>
<tr><td colspan="7">3.45 – 4.45
Blues a l'estudi</td></tr>
<tr><td colspan="7">4.45 – 5.45
Ritmes a l'estudi</td></tr>
<tr><td colspan="7">5.45 – 6.00
Videoclips catalans</td></tr>
</table>

Font: Elaboració pròpia a partir de la catalogació de la programació.

2.1.2.2 Distribució de la graella per tipologia de programes

Formatius i documentals

La reducció d'hores d'emissió diàries del 33 ha suposat un canvi en la proporció de la programació que dedica a cada tipologia d'obres. Així la reducció de les hores d'emissió de 24 a 8,5 hores diàries, porta a què el 33 passi d'emetre entre el gener i el setembre de 2012 predominantment continguts formatius i documentals (71,2% del temps), a compartir, en percentatges similars, tant aquest tipus de continguts (38,2%) com els musicals (32,8%).

Per formats televisius, s'observa que els **documentals** a partir del quart trimestre de 2012 comencen a aparèixer més residualment. Així, es troben en format de sèries documentals a partir de les 00.00h d'alguns dies de la setmana, o be en el *prime time* i formant part d'un contenidor (*Cronos, 60 minuts, El documental, Grans Documentals 33*, etc.). Alguns programes desapareixen de la graella del 33 per la temporada 2013-2014, com ara *Segle XX*, *Què en sabem del menjar?, Itàlia des de l'aire, Forquilla i motxilla* o *Amb els teus ulls*.

El percentatge d'emissió de **divulgatius** no ha variat gaire arran de la reducció d'hores d'emissió del 33. Els principals programes divulgatius de producció pròpia que s'emetien el 2012, continuen el 2013: *Quèquicom*, *Via llibre*, *Òpera en texans*, *Xarxa natura*, *Thalassa*, *Fotografies,* o *Karakia.* Quant als programes divulgatius que han deixat d'emetre's al llarg del període analitzat cal destacar *Bestiari il·lustrat* (abril de 2013)*,* o *Odissees* (gener de 2013).

En relació amb les **noves formes documentals**, al llarg del 2012 i 2013 se segueix emetent el programa *Blog Europa*. A més, es comença a emetre el programa *Rurals,* una sèrie que retrata la vida als petits pobles catalans des del punt de vista dels joves que hi viuen, i *33 revolucions,* un programa que explica la història vital de diversos músics dels Països Catalans.

Musicals[5]

L'emissió de programes musicals es manté estable durant el 2012 i el 2013 pel que fa al nombre d'hores emeses i a la franja horària on es programen

[5] Com ja s'ha esmentat anteriorment, s'ha optat per separar els programes *Musicals* de *l'Entreteniment* degut al pes tan significatiu que té aquesta categoria al 33.

(majoritàriament de 3h a 6h de la matinada). El 33 ha emès al llarg d'aquests dos anys **programes musicals** que tenen com a comú denominador la difusió de la creació musical a Catalunya. Fins les 6 del matí, quan acaba la programació del 33 i comença el canal Super3, s'insereixen videoclips musicals.

La graella del 33 contempla dos altres programes musicals durant el 2012 i el 2013: *Catmúsica* i *De prop*. Aquest últim desapareix de la graella a la temporada 2013-2014.

Ficció

El nombre d'hores d'emissió de ficció s'ha mantingut estable al llarg del 2012 i 2013 i inclús ha augmentat lleugerament durant els últims mesos.

La ficció del 33 la componen sobretot **sèries** de producció pròpia com *La Riera* o *Arròs Covat* emeses en *prime time*, o sèries de producció aliena programades a la matinada. El 2013 torna a la graella del 33 la telesèrie *Pop ràpid* amb nous capítols de la segona temporada.

El 33 reserva la nit del dijous pel **cinema**: després de l'informatiu temàtic *Cinema 3*, s'emet *Sala 33*, amb una producció catalana, normalment de ficció cinematogràfica i en ocasions també del gènere documental. Seguidament, s'emet una altra pel·lícula. Els **curtmetratges** també formen part de la graella del 33, emesos a continuació del *Sala 33*, o bé formant part del *Filmets, Fic-cat, Animat* o *Premis Gaudí.* Durant el 2012 el 33 va emetre les **minisèries** *Ermessenda* i *Serrallonga*.

Informació

Els programes informatius representen l'11,2% de la graella del 33. Dins d'aquesta categoria de programes trobem informatius de reportatges, magazins informatius i espais informatius de temàtica diversa.

El nombre més gran de programes dins d'aquesta categoria el conformen els **informatius temàtics** de diverses disciplines però sobretot les relacionades amb el món de l'art i la cultura. També s'han emès programes d'informació institucional, de noves tecnologies i d'economia.

En relació amb els **magazins informatius**, el 33 va emetre el programa de debat *Millennium* fins el juny de 2012, a l'octubre de 2013 inicia una tercera temporada del programa *(S)avis,* i tot el 2012 i fins juny de 2013 emet el programa d'entrevistes *Singulars*, substituït a la temporada 2013-2014 per *Retrats.*

Per acabar, el programa *60 minuts* i les redifusions dels programes de TV3 *30 minuts* i *Tot un món* són exemples dels **informatius de reportatges** que el 33 ha inclòs en la seva graella durant els últims dos anys.

Programes de serveis

La programació de serveis del 33 representa l'1,6% de la graella i el conformen sobretot microespais d'actualitat cultural, d'informació diversa i programes d'accés social.

Entreteniment

Els programes d'entreteniment de la graella del 33 representen un 0,6% del total i el conformen espais de **varietats i xous** de màgia, circ, teatre, etc.

Religiosos

Degut al canvi d'horari d'emissió del 33, i en especial a la supressió de la franja de matí, els espais religiosos pràcticament desapareixen de la graella del 33 (a la darrera temporada representen un 0,1%) per passar a emetre's per TV3.

En aquest sentit, a partir d'octubre de 2012, els **programes confessionals** amb periodicitat mensual que emetia el 33 passen a ser emeses per TV3.

Igualment, els programes de periodicitat anual que retransmetien les **cerimònies** més rellevants de les confessions religioses amb més arrelament a Catalunya (evangèlica, islàmica, i jueva), a partir d'aquesta mateixa data (octubre de 2012) passen a ser emeses per TV3 a excepció de la retransmissió de la *Missa del Gall* de la comunitat catòlica, que es manté al 33 tant el 2012 com el 2013.

Altres programes

Els programes que per format o contingut no es poden incloure en cap de les tipologies anteriors representen un 0,2% de la graella de la darrera temporada del 33, i representaven el 0,1% durant els primers 9 mesos de 2012.

A tall d'exemple, al llarg dels dos últims anys el 33 emet les representacions de *Mar i Cel*, el *Canigó de Jacint Verdaguer*, o bé retransmet la *Nit de la Cultura Balear* (2011 i 2012), el *Catalunya aixeca el teló*, o el *The 25th European Film Awards.*

2.1.3 La programació del Super3

2.1.3.1 La graella setmanal

Des de gener de 2012 i fins a finals de 2013 l'estructura de la graella de programació del Super3 durant el **curs escolar** s'ha mantingut estable, variant només les sèries d'animació inserides en cada un dels blocs de la graella. Així, el canvi de canal amb el qual compartia horari (el 3XL fins el setembre de 2012 i el 33 a partir d'aquesta data) no va suposar modificacions en l'estructura de l'oferta del canal infantil.

En aquest sentit, el Súper3 presenta una programació segmentada en funció de dos grups de programació: el contenidor MIC, adreçada als infants de preescolar i emès tots els dies de la setmana en tres franges de programació (a les 6h, a les 9h i a les 17h); el Super3, orientat als infants de fins a 12 anys, que aplega la resta de la programació.

De dilluns a divendres es programen bàsicament sèries d'animació dins d'aquest contenidor; l'única excepció la conformen els gags de continuïtat del *Club Super3,* el programa de contes il·lustrats *Una mà de contes* i el teleinformatiu infantil i juvenil *Info K*. En relació amb les sèries d'animació, es comptabilitzen més de 140 títols diferents al llarg de 2012 i 2013, motiu pel qual, en la graella tipus, no s'han especificat noms concrets.

Més enllà de les sèries d'animació, els caps de setmana s'emeten d'altres programes en la franja compresa entre les 10.20h i les 17h; és el cas del divulgatiu sobre experimentació *Dinàmiks* (dissabtes), el concurs *Fish&Chips* basat en la llengua anglesa (dissabtes), el programa l'informatiu sobre oci adolescent

Tags (diumenges), capítols de *La família del Super3* (dissabtes i diumenges), i pel·lícules de dibuixos animats (a la sobretaula de tots dos dies).

Durant les vacances escolars, el canal Super3 manté la mateixa graella que durant l'any però amb petites modificacions. En aquest sentit s'eliminen alguns espais –com és el cas del teleinformatiu *Info K* o de l'obra singular *Una mà de contes*- i se'n programen d'altres, principalment pel·lícules d'animació, amb una periodicitat de fins a dues per dia.

Taula 7. Super3. Graella tipus de programació. Novembre de 2013

<table>
<tr><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td colspan="7">6.00 – 6.25 Sèries del Mic3</td></tr>
<tr><td colspan="7">6.25 – 9.00 Sèries del Super3</td></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="2">9.00 – 9.50 Sèries del Mic3</td><td colspan="2">9.00 – 9.25 Sèries del Mic3</td></tr>
<tr><td colspan="2">9.25 – 10.20 Sèries del Super3</td></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="6">9.50 – 17.00 Sèries del Super3</td><td>10.20 – 10.45
Dinàmiks</td><td rowspan="2">10.20 – 11.00
La família del Super3</td></tr>
<tr><td>10.45 – 11.10
La família del Super3 Extra</td></tr>
<tr><td>11.10 – 12.00
Sèries del Super3</td><td rowspan="2">11.00 – 12.00
Sèries del Super3</td></tr>
<tr><td>12.00 – 12.30
Fish&Chips</td><td>12.00 – 12.30
Tags</td></tr>
<tr><td colspan="2">12.30 – 15.45
Sèries del Super3</td></tr>
<tr><td colspan="2">15.45 – 17.00
Pel·lícula de dibuixos animats</td></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="2">17.00 – 17.55 Sèries del Mic3</td><td colspan="2">17.00 – 17.30
Sèries del Mic3</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="5">17.30 – 21.30
Sèries del Super3</td></tr>
<tr><td colspan="5">17.55 – 18.05 Una mà de contes</td></tr>
<tr><td colspan="5">18.05 – 19.30 Sèries del Super3</td></tr>
<tr><td colspan="5">19.30 – 19.45 Info K</td></tr>
<tr><td colspan="5">19.45 - 21.20 Sèries del Super3</td></tr>
</table>

Font: Elaboració pròpia a partir de la catalogació de la programació.

2.1.3.2 Distribució de la graella per tipologia de programes

Ficció

Tal i com ja s'ha avançat, la base del canal Super3 són les **sèries d'animació**, les quals conformen el 84,8% del total de tipologies de programes representats en la graella. Així, en la franja d'emissió del canal (de 6h a 21.20[6] h), s'insereixen en el marc dels dos contenidors (*Super3* i *Mic3*) que agrupen els espais segons la franja d'edat a qui van dirigits.

Les sèries d'animació emeses al llarg de 2012 i 2013 sumen un total de més de 140 de diferents i tenen els EUA com a principal origen de les produccions (26,1%) seguit del Japó (18,1%). Catalunya apareix en el tercer lloc, amb un percentatge del 8,2% de les produccions en solitari i un 2,2% en coproducció.

Les **pel·lícules de llargmetratge** d'animació conformen la segona tipologia en importància al canal Super3, amb un 3,6% del total de programes.

Pel que fa a les **sèries de televisió amb actors**, s'emet *La família del Super3* (versió normal i versió *Extra*) els matins de dissabtes i diumenges. Aquests programes, de 40 i 25 minuts respectivament, recopilen el gags de la família del Super3 que han estat emesos al llarg de la setmana com a peces de continuïtat del contenidor.

Una mà de contes és un dels altres formats de la ficció del Super3: peces d'entre 3 i 10 minuts de durada en les quals es narra un conte alhora que s'il·lustra amb tècniques pictòriques diverses.

Entreteniment

Després de la ficció, la categoria de programes que més apareix a la graella del Super3 és l'entreteniment (8,3%), amb les **dramatitzacions** de *La família del Super3* com a principal espai. Els gags de la família dels súpers tenen una durada aproximada de 3 minuts i funcionen com a fil conductor del contenidor.

Els infants telespectadors són animats a participar en la producció dels continguts del Super3 a través de l'elaboració de peces de curta durada que són emeses dins el contenidor i que funcionen com a elements de continuïtat.

[6] D'octubre a desembre de 2012 el Super3 acabava a les 21.30h.

A més d'aquests espais, l'entreteniment del canal el conformen les emissions del **concurs** *Fish&Chips*, un espai de joc i proves que confronta dues escoles. El programa s'ha anat emetent interrompudament i amb periodicitat setmanal els dissabtes.

Amb una presència menys important, el canal ha emès **videoclips musicals** protagonitzats per la Família del Súper3.

Finalment, dins de l'entreteniment també es contemplen les emissions que **recopilen els millors moments de la Festa dels Súpers** (esdeveniment que té lloc cada any durant un cap de setmana del mes d'octubre), així com l'emissió en directe d'una part de la festa.

Informació

Els programes informatius constitueixen l'1,1% de la graella del Super3 i són l'*Info K*, i *Tags*. L'*Info K* s'emet de dilluns a divendres durant el curs escolar i té com a objectiu explicar, en 15 minuts, l'actualitat als infants i joves. El programa *Tags*, que s'emet els diumenges al migdia, és un espai dedicat a l'entreteniment i l'oci infantil. Al llarg de 2012 i 2013 el programa ha tingut un format de 25 minuts en emissió setmanal.

Formatius i documentals

Els programes formatius del canal representen un 0,2% i el conformen les emissions del *Dinàmiks*, un programa que acosta la ciència als espectadors; va néixer l'abril de 2013 i ha tingut continuació durant el curs 2013-2014.

2.1.4 La programació del 3XL

2.1.4.1 La graella setmanal

El canal adreçat al públic adolescent i jove 3XL, que des de setembre de 2010 compartia freqüència amb el Super3, va desaparèixer l'octubre de 2012 quan es va dur a terme la reestructuració de l'oferta de TVC. Durant els 9 mesos d'emissió de 2012, els continguts del 3XL van ocupar la franja de nit i matinada de la freqüència compartida, iniciant les seves emissions a les 21.30h i acabant a les 6h del matí, just abans del contenidor infantil MIC.

Al llarg de tot el 2012 i sense fer distincions entre dies **laborables i caps de setmana**, el programa que a les 21.30h donava el tret de sortida a les emissions del 3XL era la sèrie d'animació japonesa *Bola de Drac.* A partir d'aquí, s'oferia una programació formada bàsicament per sèries (sobretot amb actors, però també d'animació) de producció generalment aliena (principalment del Regne Unit i del Japó) a més de redifusions de sèries de producció pròpia emeses originàriament per altres canals del prestador.

Durant aquest període es comptabilitzen més de 40 sèries diferents. Per tal de facilitar la comprensió i proporcionar una visió general de l'oferta del canal, s'ha optat per elaborar una graella amb tipologies genèriques, basada en l'últim mes d'emissió del 3XL.

La programació del 3XL dels **caps de setmana** variava sensiblement atès que eren els dies en que es programaven les redifusions dels programes d'humor d'altres canals del prestador (*APM?, APM? Extra, Polònia, Crackòvia i Zona Zàping*) així com també una pel·lícula de llargmetratge (les nits de diumenge).

El 3XL va vehicular els seus continguts no només pel mitjà televisiu, sinó també per internet amb un projecte de canal transversal: així, per exemple, es va possibilitar el visionat de les sèries en *catch up*, es van crear xarxes socials com Facebook, Twitter o Flickr del canal i de les seves sèries principals, i es va produir el *Món 3XL*, la comunitat en línia d'usuaris del canal que participaven activament en la programació.

Taula 8. 3XL. Graella tipus de programació. Setembre de 2012

<table>
<tr><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td colspan="7">6.00 – 21.30h Super3</td></tr>
<tr><td colspan="7">21.35 – 22. 20 Bola de drac</td></tr>
<tr><td rowspan="2">22. 20 – 23.15
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="3">22. 20 – 23.55
Llargmetratge</td><td rowspan="2">22. 20 – 23.15
Sèries amb actors producció aliena</td><td>22. 20 – 22.45
Vinagre</td><td rowspan="2">22. 20 – 23.10
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="4">22. 20 – 0.20
Programes d'humor: Crackòvia, APM?, Zona Zàping, Polònia</td><td rowspan="2">22. 20 – 23.55
Llargmetratge</td></tr>
<tr><td>22. 45 – 23.15
Sèries amb actors producció aliena</td></tr>
<tr><td>23.15 – 00.10
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td><td colspan="2">23.15 – 00.15 Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td><td rowspan="3">23.10 – 0.35
Llargmetratge</td><td rowspan="2">23.55 – 0.25
APM? Extra</td></tr>
<tr><td rowspan="2">00.10 – 1.30
Sèries amb actors producció aliena</td><td>23.55 – 0.20
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td><td rowspan="3">00.15 – 1.50
Sèries amb actors producció aliena</td></tr>
<tr><td>00.20 – 1.30
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="3">0.35 – 3.00
Bola de drac</td><td>0.20 – 0.50
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="2">0.25 – 2.05
Sèries amb actors producció aliena</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.30 – 2.20
Sèries d'animació</td><td rowspan="3">0.50 – 3.20
Bola de drac</td></tr>
<tr><td colspan="2">2.20 – 2.45
Sèries amb actors producció aliena</td><td>1.50 – 2.40
Sèries d'animació</td><td rowspan="2">2.05 – 3.05
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2.45 – 3.40
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td><td rowspan="2">2.45 – 3.15
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td><td>2.40 – 3.05
Sèries amb actors producció aliena</td></tr>
<tr><td rowspan="3">3.05 – 4.05
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td><td rowspan="3">3.00 – 5.00
Llargmetratge</td><td rowspan="3">3. 20 – 5.00
Programes d'humor: Crackòvia, APM?, Zona Zàping, Polònia</td><td rowspan="2">3.05 – 3.35
APM? Extra</td></tr>
<tr><td>3.15 – 3.40
Crackòvia</td></tr>
<tr><td>3.40 – 3.55
Dotze+1</td><td rowspan="3">3.40 – 5.15
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="3">3.35 – 4.25
Sèries amb actors producció aliena</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3.55 – 5.35
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="2">4.05 – 5.30
Sèries amb actors producció aliena</td><td rowspan="3">4.05 – 6.00
Sèries amb actors producció aliena</td><td>4.25 – 5.00
APM? Extra</td></tr>
<tr><td>5.15 – 5.30
Sèries d'animació</td><td colspan="3" rowspan="2">5.00 – 6.00
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td></tr>
<tr><td colspan="3">5.35 – 6.00
Sèries amb actors: Jet Lag / L'un per l'altre</td></tr>
</table>

Font: Elaboració pròpia a partir de la catalogació de la programació.

2.1.4.2 Distribució de la graella per tipologia de programes

Ficció

La graella del 3XL es basava sobretot en la ficció, la qual va representar el 84,2% del total de temps d'emissió dels 9 mesos de 2012.

El 50% de la programació del 3XL la conformaven les **sèries amb actors** bàsicament angleses (70,3%) i produïdes per la BBC. També es van emetre sèries de producció pròpia (17,6%) recuperades d'altres canals del prestador.

L'altre pilar del 3XL eren les **sèries d'animació** (28,8% sobre el total de la graella), amb l'*anime* japonès com el principal gènere (85,3%). Les sèries d'animació catalanes representaven el 12,8% i destacaven les d'humor o la sèrie futurista *Món 3XL*.

Entreteniment

Els programes d'entreteniment de la graella del 3XL (14,3% del total de temps d'emissió) el conformaven les redifusions de **programes d'humor** d'altres canals del prestador i les **peces de continuïtat del mateix club juvenil**.

Formatius i documentals

Els programes formatius i documentals emesos al 3XL durant el 2012 representaven un 1,2% i el conformaven, bàsicament, capítols de *Blog Europa* emesos durant el segon trimestre de l'any.

Informació

Els programes informatius apareixien molt esporàdicament a la graella del 3XL (representaven un 0,3% del total de tipologies d'aquest canal) i en la majoria d'ocasions eren emissions puntuals, **informatius temàtics** programats durant el 2012 que responien a un esdeveniment concret o pels canvis de programació durant les nits. En canvi, sí que s'observava la presència del **programa d'entrevistes** *Dotze+1* amb periodicitat fixa a la graella del 3XL durant dos mesos de 2012.

2.2 La programació de 8tv

L'anàlisi de la programació a Catalunya es completa amb 8tv, el canal generalista que forma part de l'oferta de televisió privada d'àmbit català. Aquest apartat mostra la tipologia i l'evolució de la graella de programes al llarg dels anys 2012 i 2013.

8tv presenta una oferta diversa, amb la ficció com a categoria principal, amb el 39,3% del total de programes que conjuntament amb els informatius (16,4%), conformen la majoria de la graella, concretament un 55,7% del temps d'emissió dels anys 2012 i 2013.

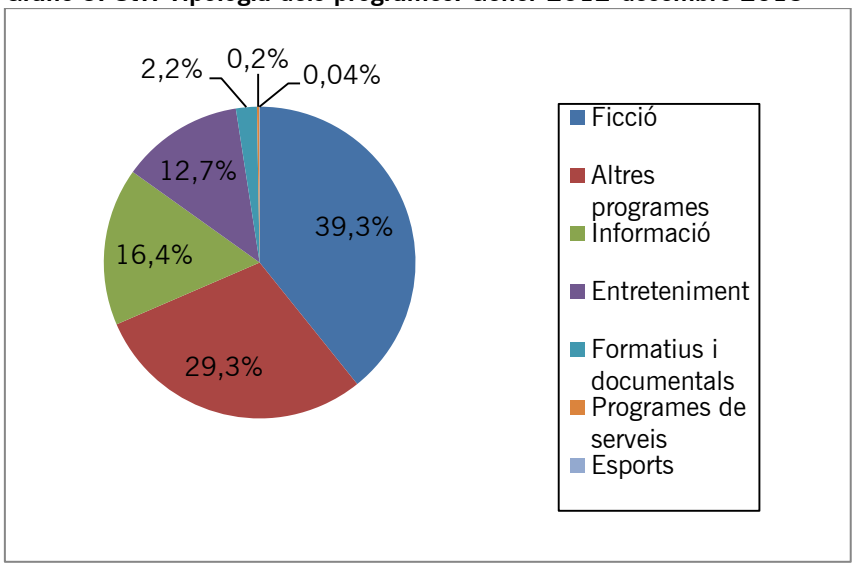
A continuació se situen el programes de televenda, els d'entreteniment i els programes eròtics que giren al voltant del 13% de l'oferta televisiva cadascun d'ells i els programes amb continguts d'esoterisme i paraciència (2,9%). La graella es completa amb els programes formatius i documentals (2,2%) i amb els programes de serveis (0,2%) i els esports (0,04%), que tenen una presència residual al llarg dels anys 2012 i 2013.

Taula 9. 8tv. Tipologia dels programes. Gener 2012-desembre 2013

Tipologia de programes	% sobre el total
Ficció	39,3
Altres programes	29,3
• *Programes eròtics*	*13,2*
• *Programes de televenda*	*13,1*
• *Programes amb continguts d'esoterisme i paraciència*	*2,9*
• *Altres*	*0,1*
Informació	16,4
Entreteniment	12,7
Formatius i documentals	2,2
Programes de serveis	0,2
Esports	0,04
Total	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 5. 8tv. Tipologia dels programes. Gener 2012-desembre 2013



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.2.1 La graella setmanal

La graella setmanal de 8tv de l'any 2013 s'estructura entorn de tres programes de producció pròpia que vertebren la programació: *Migdia*, *Arucitys* i *8 al dia*. Els dos últims programes ja s'emetien l'any 2012.

La **franja matinal** (6h-12h) de 8tv està marcada principalment pels programes de televenda i pels programes musicals. La televenda obre la programació de la setmana a les 6h del matí durant una hora i a les 9h del matí torna a ocupar dues hores de la graella. Els programes musicals que segueixen a la televenda de primera hora són *8 de 8, Catalunya Blues* i videoclips musicals.

Cal afegir que la franja matinal, a banda d'oferir aquest tipus de programació, també dóna espai a redifusions diverses: de sèries de producció aliena (*Diagnòstic assassinat, Inspector Wolff, Doctora Quinn*, etc.), de *8 al dia* (fins abril de 2013) i de divulgatius (com *El mirall* o el *Passaport)*.

El magazín informatiu *Migdia* suposa la transició entre la franja matinal i la **franja del migdia-sobretaula** (12 h-17 h), constituint d'aquesta forma el primer programa vertebrador de la graella setmanal. *Migdia* comença les seves emissions el març de 2013 en la franja horària compresa entre les 11.30h i les 13.30h; a partir de l'últim trimestre de l'any, l'emissió s'endarrereix mitja hora però manté la durada.

El magazín d'entreteniment *Arucitys* representa el segon programa vertebrador del canal i amb ell es tanca la franja del migdia-sobretaula. El programa dura 3 hores i s'emet immediatament després de *Migdia*.

La **franja de la tarda** s'estén des de les 17h fins les 21h, hora en que comença el *prime time*. El primer tram de la franja de la tarda (de 17h a 19h) es dedica a la ficció de producció aliena i el segon tram conté una part del magazín informatiu *8 al dia*.

8 al dia constitueix el tercer programa vertebrador del canal generalista. Té una durada total de tres hores i mitja (de 19 h a 22.30 h) i inclou un teleinformatiu de 30 minuts a les 21 h, el qual suposa l'inici del **primer *prime time.*** El **segon *prime time*** comença en acabar *8 al dia*, aproximadament a les 22.30 h, i fins les 24 h, espai que es destina a l'emissió de llargmetratges i/o a la redifusió de sèries de producció aliena, que s'allarguen fins les primeres hores de la matinada.

A partir d'aquí i fins a les 6h (franja de **matinada**) s'emeten programes de clips eròtics i programes amb continguts esotèrics (*Misteris amb Sebastià d'Arbó* i, durant el primer trimestre de 2012, *Directos a tu corazón*).

Els caps de setmana

La **programació matinal** (6h a 12h) dels caps de setmana a 8tv és molt similar a la programació setmanal en aquesta mateixa franja. Així doncs, s'emeten programes de televenda, programes musicals com *8 de 8, Catalunya Blues* o videoclips, el programa formatiu en llengua anglesa *Vaughan en vivo* i alguna redifusió de programes.

La resta de franges presenten més canvis respecte la graella setmanal. A partir de les 12h (any 2012) o de les 11h (2013) el prestador emet ficció, sobretot en forma de llargmetratges però també sèries amb actors. Així doncs, la ficció ocupa la resta de la jornada fins a la matinada, interrompent-se tan sols en la franja de vespre per emetre el teleinformatiu *8 al dia* i l'informatiu de reportatges *Equip de reporters*.

La franja de matinada (0h a 6h) dels caps de setmana la protagonitzen, com durant els dies laborables, els programes eròtics, els programes esotèrics i la programació de ficció.

Els períodes de vacances

La **programació d'estiu** de 8tv presenta canvis respecte la programació que el prestador ofereix la resta de l'any. El buit deixat per l'absència dels principals programes de la graella (*Migdia*, *Arucitys* i *8 al dia*) és substituït per l'augment de les sèries de ficció de producció aliena com *Dallas*, *Ley y orden* o *Sheena*. El canal manté, però, una versió de *8 al dia* circumscrita al teleinformatiu (de 20.30h a 21h). En canvi, durant les vacances de **Nadal**, els dos programes principals de la franja de la tarda (*Arucitys* i *8 al dia*) es continuen emetent.

Taula 10. 8tv. Graella tipus de programació. Novembre 2013

<table>
<tr><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td colspan="7">6.00-7.00 Televenda</td></tr>
<tr><td colspan="7">7.00-7.35 Clips musicals</td></tr>
<tr><td colspan="7">7.35-8.00 8 de 8</td></tr>
<tr><td colspan="7">8.00-8.40 Catalunya Blues</td></tr>
<tr><td colspan="7">8.40-9.00 Vaughan en vivo</td></tr>
<tr><td colspan="7">9.00-11.00 Televenda</td></tr>
<tr><td colspan="5">11-11.30 Vaughan en vivo</td><td rowspan="6">11.00-
21.00
Pel·lícula</td><td>11.00-12.00
Pel·lícula / Redifusió de programes</td></tr>
<tr><td colspan="5">11.30-12.00 Jet lag</td></tr>
<tr><td colspan="5">12.00-14.00 Migdia</td><td>12.00-12.30
El jardí de Carles Herrera (R)</td></tr>
<tr><td colspan="5">14.00-17.00 Arucitys</td><td rowspan="3">12.30-21.00
Pel·lícula</td></tr>
<tr><td colspan="2">17.00-19.00 Pel·lícula</td><td>17.00-17.40 El jardí de Carles Herrera
17.40-19.00
Jet lag</td><td colspan="2">17.00-19.00 Pel·lícula</td></tr>
<tr><td colspan="5">19.00-22.40 8 al dia</td></tr>
<tr><td colspan="6">21.00-21.30 8 al dia (R)</td></tr>
<tr><td colspan="5">22.40-00.30 Pel·lícula</td><td>21.30-
22.30 Equip de reporters</td><td>21.30-23.30
Poirot</td></tr>
<tr><td rowspan="2">00.30-02.00
Pel·lícula / Sèries amb actors</td><td>00.30-01.00
Pel·lícula / Sèries amb actors</td><td rowspan="2">00.30-02.00
Sèries amb actors</td><td colspan="2">00.30-01.00 Pel·lícula / Sèries amb actors</td><td rowspan="2">22.30-
02.00
Pel·lícula</td><td rowspan="2">23.30-02.00
Pel·lícula</td></tr>
<tr><td>01.00-02.00
Misteris amb Sebastià d'Arbó</td><td>01.00-
02.00
Misteris amb Sebastià d'Arbó</td><td>01.00-02.00
Pel·lícula</td></tr>
<tr><td colspan="7">02.00-06.00 Clips eròtics</td></tr>
</table>

Font: Elaboració pròpia a partir de la catalogació de la programació.

2.2.2 Distribució de la graella per tipologies de programes

Ficció

La programació de ficció és la tipologia predominant durant l'any 2012 i 2013, ocupa un 39,3% de la graella. Es concentra a les tardes i nits dels dies laborables i a partir del migdia dels caps de setmana. La ficció emesa inclou minisèries de televisió, llargmetratges, pel·lícules per a televisió i sèries, totes elles de producció aliena.

Informació

Els programes informatius representen un 16,4% del temps d'emissió durant els anys 2012 i 2013, posicionant-se d'aquesta forma en el segon lloc en importància a la graella de 8tv. Els componen quatre tipus de programes: teleinformatius, magazins informatius, informatius de reportatges i informatius especials dedicats a esdeveniments de l'actualitat.

El **magazín informatiu** *8 al dia* constitueix un dels eixos principals dels continguts informatius de 8tv. S'emet cada dia a les 19h i de dilluns a divendres té una durada d'entre tres hores i mitja i quatre, ocupant la primera franja del *prime time*. Aquest espai de notícies es manté els caps de setmana a la mateixa hora, tot i no emetre's la resta de magazín.

Durant els anys objecte d'aquest informe, també es van oferir alguns **informatius especials** sobre esdeveniments rellevants en l'àmbit polític.

L'altre principal programa informatiu del prestador és el **magazín** *Migdia*, que analitza l'actualitat de dilluns a divendres entre les 12h i les 14h, a través de tertúlies entre els col·laboradors propis del programa.

Finalment **l'informatiu de reportatges** *Equip de reporters*, estrenat el gener de 2012, presenta reportatges dels redactors de 8tv sobre temes d'actualitat i amb els testimonis de les històries analitzades. Al llarg de 2012 i 2013 s'ha emès sempre el vespre dels caps de setmana en dies diferents.

Entreteniment

La programació d'entreteniment ocupa el 12,7% del temps d'emissió del canal generalista i inclou magazins d'entreteniment, musicals, programes d'humor i programes de telerealitat.

El principal programa d'entreteniment del canal generalista 8tv és *Arucitys*, el **magazín** que ocupa la franja de sobretaula durant tres hores (de 14 h a 17 h) de dilluns a divendres.

8tv també dóna espai a la **música**, a la franja del matí (entre les 7h i les 8.30h), a través dels programes *8 de 8* (dedicat a la sardana) i *Catalunya Blues,* que convida als músics de blues catalans més representatius.

Els **programes d'humor** de la graella de 8tv durant el 2012 i 2013 són *La competència en color* i *Zapsports*. *La competència en color* és la versió televisada del programa radiofònic *La competència* de RAC1 i s'emet l'últim divendres de cada mes de 22h a 23h durant el 2012 i fins maig del 2013 (amb redifusions durant el mes d'agost). Per la seva banda, *Zapsports,* de zapping esportiu, s'emet puntualment la temporada 2011-2012 a les 20h del dissabte.

Formatius i documentals

Els programes formatius i documentals representen un 2,2% del temps d'emissió de la graella del canal i els constitueixen els programes divulgatius sobre diferents temes (enologia, jardineria, tendències, turisme) i els educatius.

Quant als **divulgatius**, 8tv dedica dos programes a parlar sobre els vins: *Decantats* i *Més que vins. Decantats* s'emet el setembre i octubre de 2012 i *Més que vins* la primera meitat de 2013. 8tv tracta el tema de la jardineria a *El jardí de Carles Herrera*, la moda i el benestar a *El mirall*, i el turisme amb *Passaport*.

Finalment, dins els programes formatius també cal destacar el programa **educatiu** d'aprenentatge d'anglès *Vaughan en vivo*, que comença les seves emissions a partir de març de 2013.

Programes de serveis

Els programes de serveis tenen poca presència a la graella de 8tv (0,2% del temps d'emissió) i principalment consisteixen en la informació meteorològica i els missatges institucionals.

Esports

Els esports ocupen poc espai a la graella de 8tv (0,04%). El principal era el **magazín esportiu** *Tu diràs* que es va emetre de gener a febrer de 2012 les nits de diumenge. Aquest espai era la versió televisada del programa radiofònic esportiu que RAC1 emet cada dia de 23h a 1h.

Altres programes

El canal generalista 8tv dedica un 13,2% del temps d'emissió de la graella a la **programació eròtica** (contenidor de fragments de ficció de contingut eròtic). Aquesta ocupa la franja de matinada (de 2h a 6h) de tots els dies de la setmana, a excepció del primer trimestre de 2012, que es dedicava a *Directos a tu corazón*.

Els **programes de televenda** ocupen un 13,1% de la graella i es concentren a la franja del matí, concretament de 6h a 7h i de 9h a 11h.

Els **programes amb continguts d'esoterisme i paraciència** ocupen un 2,9% de la graella de 8tv i el conformen *Misteris amb Sebastià d'Arbó* i *Directos a tu corazón.*

Els programes que no es poden encabir en cap de les categories anteriors representen, a 8tv, el 0,1% de la programació, i es tracta de retransmissions d'actes i celebracions especials com ara l'*Especial és Nadal al món* i la *65ena Gran Gala del Mundo Deportivo.*

2.3 La programació de televisió a TVE a Catalunya

A continuació es destaquen les principals novetats quant a la programació de la desconnexió de TVE a Catalunya durant el 2013.

Quant als serveis informatius en català, l'espai *L'Informatiu* continua a la graella i s'emet a La 1 en les edicions de migdia cada dia a les 14h i de dilluns a divendres a les 16h. El 2013, el Centre Territorial de TVE amplia l'oferta

informativa amb una segona edició que s'emet entre el *Telediario* i abans d'*El Tiempo* amb una durada aproximada de 7-8 minuts.

El setembre de 2013, TVE a Catalunya estrena el magazín informatiu en català *Vespre a La 2* que presenta per Xavi Díaz cada dia, de dilluns a divendres, a les set del vespre. L'espai d'una hora unifica la desconnexió amb seccions diverses com L'Informatiu del Vespre a la 2 –de cinc minuts de durada- a més de notícies, reportatges i entrevistes d'actualitat social, esportiva, econòmica i cultural.

Encara en l'àmbit informatiu, *El Debat a La 1*, programa setmanal d'actualitat presentat per Cristina Puig i que es va estrenar l'abril de 2012, arriba a la seva tercera temporada el 2013.

Entre els programes que s'emeten per primer cop al llarg del 2013 destaquen, per una banda, *Blue Zulu*, un espai que condueix Montse Elías i que fa difusió de la música que es fa a Catalunya, i per l'altra, l'espai sobre art de diumenges al migdia *Col·lecció Bassat d'art contemporani*.

Dins la graella de TVE a Catalunya tenen continuïtat altres programes com *Continuarà*, l'agenda cultural de La 2; *Gent de Paraula*, espai d'entrevistes personals dirigit i presentat per Cristina Puig; *25(...) 50*, programa de diàleg entre dues generacions; i *Tinc una idea*, dedicat a les persones emprenedores dirigit per Miquel Peralta. Aquest programa que s'emet els dijous el vespre, a partir de finals del 2012 es reemet els diumenges el migdia per La 2. L'espai més antic de la graella de TVE a Catalunya, *La Missa* continua emetent-se els diumenges. Igualment ho fa, *Aquí parlem*, el programa de l'actualitat parlamentària presentat per Lluís Falgàs.

Al llarg de l'any s'han emès programes especials en català com ara la Cavalcada dels Reis Mags; els dedicats a commemorar aniversaris com els 50 anys del Círculo de lectores o el centenari de l'Institut del Teatre; o l'emissió d'actes oficials com la celebració de la Diada Nacional de Catalunya o el Missatge de Cap d'any del president de la Generalitat.

TVE a Catalunya es va sumar a la commemoració del centenari del naixement de Salvador Espriu el 2013 donant accés, a través de la pàgina web, a tots els programes on va participar el poeta al llarg dels anys.

2.4 Origen de les produccions emeses per TVC i 8tv

El present apartat estudia[7] l'origen dels programes que conformen les graelles dels diferents canals de TVC i de 8tv durant els anys 2012 i 2013. Per tal de facilitar la lectura de les dades, les produccions realitzades en col·laboració entre diferents països s'han agrupat en una única categoria. A més, la procedència de les produccions emeses es posa en relació amb els diversos gèneres televisius.

Pel que fa a TVC, i atesa la seva repercussió en les dades d'aquest apartat, cal considerar la reorganització dels continguts realitzada l'1 d'octubre del 2012. En aquesta data es produeix la fi de les emissions de 3XL mentre que els continguts de Super3 i 33 passen a compartir canal. D'aquesta manera, només TV3 emet les 24 hores del dia durant els dos anys analitzats. El 33, a partir de d'1 d'octubre del 2012 emet 8,5 hores diàries i el Super3 la resta, 15,5 hores.

D'altra banda, el temps dedicat a l'emissió de retransmissions esportives ha estat exclòs pel que fa al tipus de producció –pròpia o aliena– i l'origen, atès que respon a un repartiment de drets d'emissió i a acords de producció del senyal no homologables amb la resta d'emissions. A TV3, l'únic canal analitzat que n'emet, les retransmissions esportives sumen 431 hores durant el bienni 2012-13 que, no obstant això, sí han estat considerades a l'hora de calcular les tipologies de les produccions.

2.4.1 Origen de les produccions a TV3

Tres quartes parts de les produccions emeses per TV3 durant el període d'anàlisi han estat produïdes a Catalunya, una proporció que s'incrementa de tres punts el 2013 respecte del 2012 (del 73,7% al 77%). La quarta part del temps restant correspon a produccions d'una gran diversitat de països. El més important en temps d'emissió és EUA, amb un 10,3% el 2012 i un 8,1% el 2013. L'any 2012 el segueixen França (3,3%) i Regne Unit (2,3%), orígens que el 2013 inverteixen les posicions: Regne Unit (3,2%) i França (0,9%).

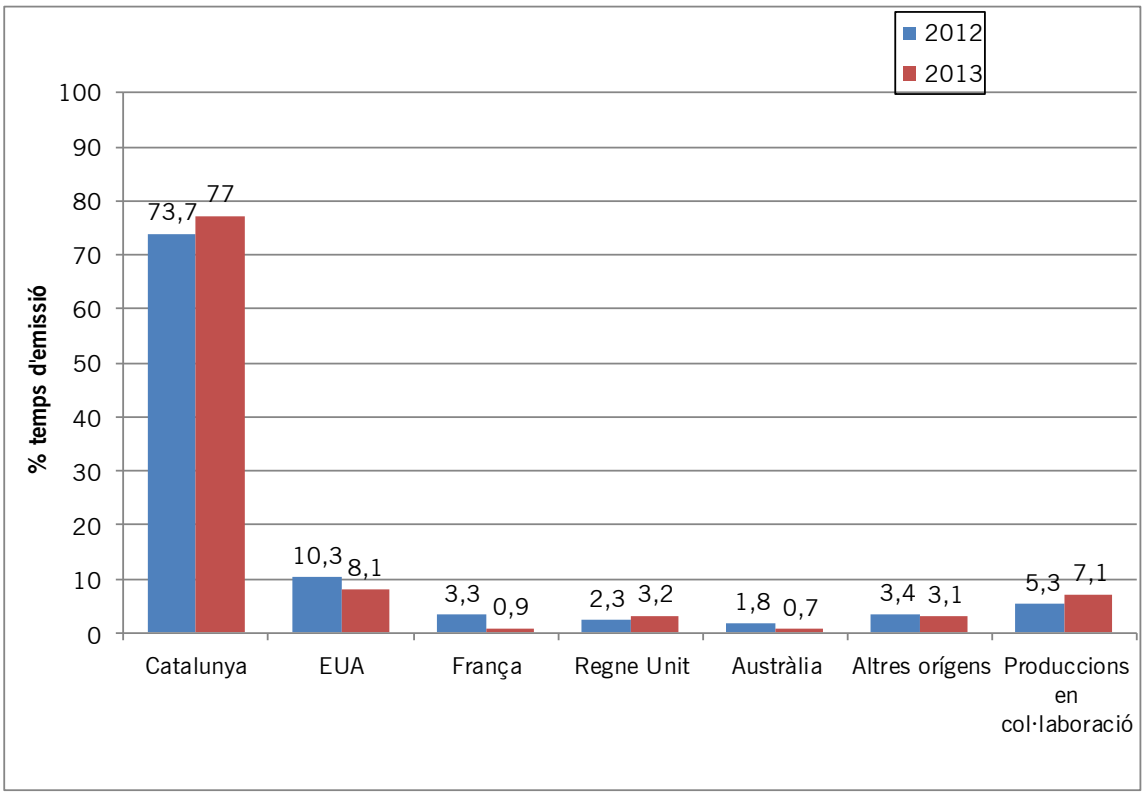
[7] Les dades corresponents a l'any 2012, i de TV3 el 2013, s'han obtingut del seguiment del 100% del temps d'emissió de tots els canals analitzats. Les dades del 2013 s'han extret a partir d'una mostra del 74,5% de les hores d'emissió anuals dels canals Super3, 33 i 8tv.

Taula 11. TV3. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (ordre decreixent de 2012)

Origen de la producció	2012	2013
Catalunya	73,7	77,0
EUA	10,3	8,1
França	3,3	0,9
Regne Unit	2,3	3,2
Austràlia	1,8	0,7
Àustria	0,8	0,7
Alemanya	0,6	0,2
Canadà	0,6	0,6
Resta d'Espanya	0,4	0,3
Sense determinar	0,3	0,3
Japó	0,1	0,1
Altres països	0,6	0,9
Produccions en col·laboració	5,3	7,1
Total	**100,0**	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 6. TV3. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (orígens amb representació superior a l'1% a qualsevol dels dos anys)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.2 Origen de les produccions al 33

En el cas del 33, es conserva una distribució dels orígens de producció similar en l'ordre i diferent en les proporcions al llarg dels dos anys analitzats. Catalunya, Regne Unit, França, EUA i Alemanya són els països que més produccions aporten, tant el 2012 com el 2013. El segon any, però, destaca per haver incrementat de manera molt notable la presència de producció catalana (passa del 43% al 60,7%) i per la reducció del temps aportat pels quatre estats esmentats.

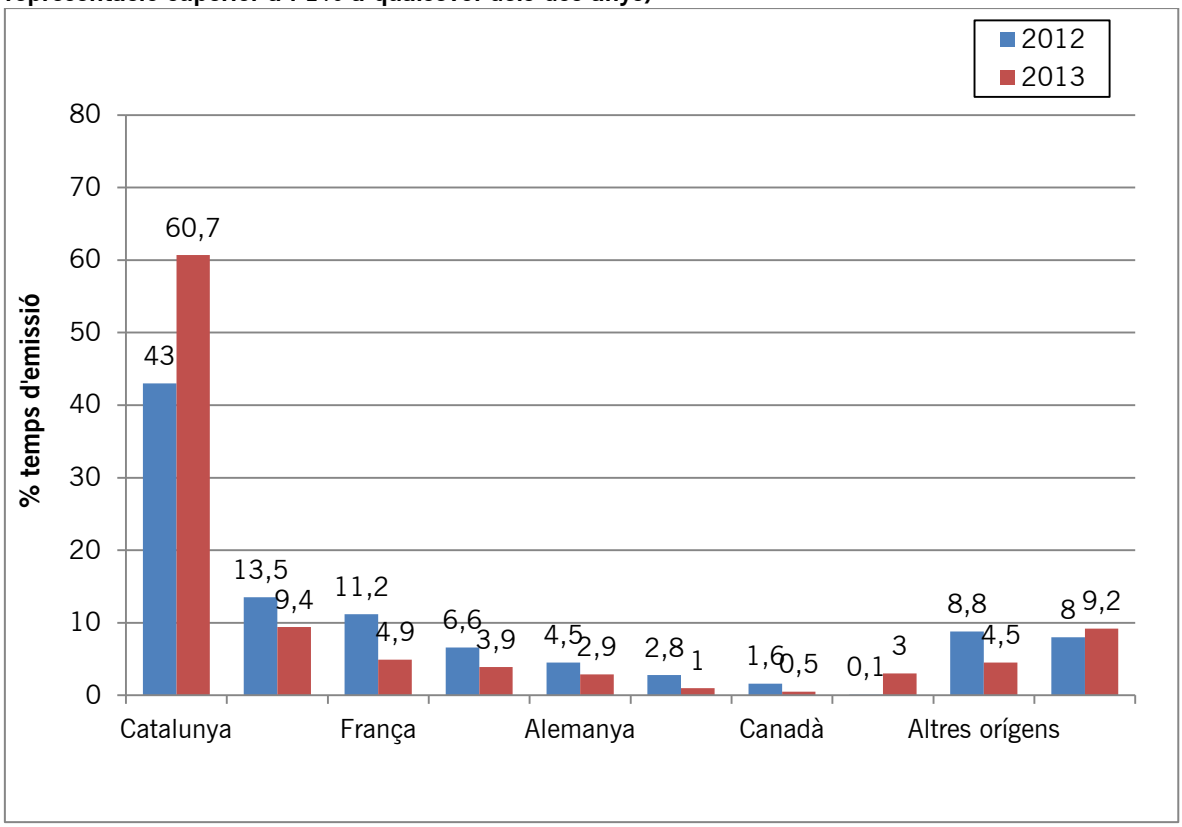
D'aquesta manera, els canvis de programació experimentats arran de la disminució de temps d'emissió a partir de l'octubre del 2012 haurien comportat una reducció del nombre d'hores absolutes de producció catalana inferior a l'experimentada per la resta d'orígens.

Taula 12. 33. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (ordre decreixent de 2012)

Origen de la producció	2012	2013
Catalunya	43,0	60,7
Regne Unit	13,5	9,4
França	11,2	4,9
EUA	6,6	3,9
Alemanya	4,5	2,9
Resta d'Espanya	2,8	1,0
Canadà	1,6	0,5
Sense determinar	1,4	2,1
Austràlia	0,8	0,1
Àustria	0,5	0,1
Japó	0,1	3,0
Altres països	6,1	2,2
Produccions en col·laboració	8,0	9,2
Total	**100,0**	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 7. 33. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (orígens amb representació superior a l'1% a qualsevol dels dos anys)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.3 Origen de les produccions al Super3

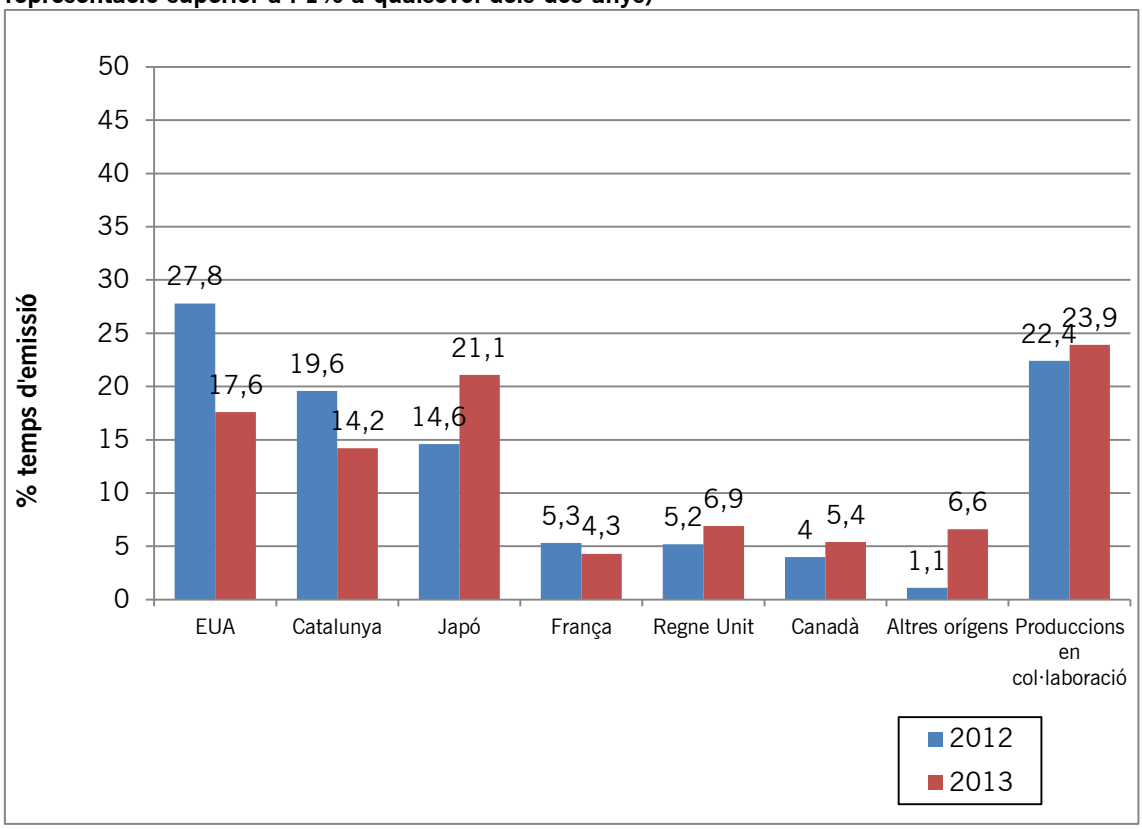
El Super3 presenta un seguit de característiques pròpies pel que fa a la distribució de l'origen de la producció de les seves emissions. En primer lloc, les produccions catalanes perden la seva hegemonia a la graella per donar pas a altres orígens: les dels EUA són les més representades al canal infantil durant el 2012 (27,8%) i les del Japó el 2013 (21,1%). Catalunya és l'origen del 19,6% del temps d'emissió el 2012 (segon origen) i del 14,2% el 2013 (tercer origen). En segon lloc, s'observen nombroses diferències entre el 2012 i el 2013: EUA i Catalunya experimenten baixades de 10 i 5 punts respectivament i el Japó puja gairebé 7 punts. Aquest augment de l'obra japonesa té relació amb la desaparició del 3XL i el traspàs de continguts al Super3.

Taula 13. Super3. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (ordre decreixent de 2012)

Origen de la producció	2012	2013
EUA	27,8	17,6
Catalunya	19,6	14,2
Japó	14,6	21,1
França	5,3	4,3
Regne Unit	5,2	6,9
Canadà	4,0	5,4
Austràlia	--	1,0
Altres països	1,1	5,6
Produccions en col·laboració	22,4	23,9
Total	**100,0**	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 8. Super3. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (orígens amb representació superior a l'1% a qualsevol dels dos anys)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.4 Origen de les produccions al 3XL

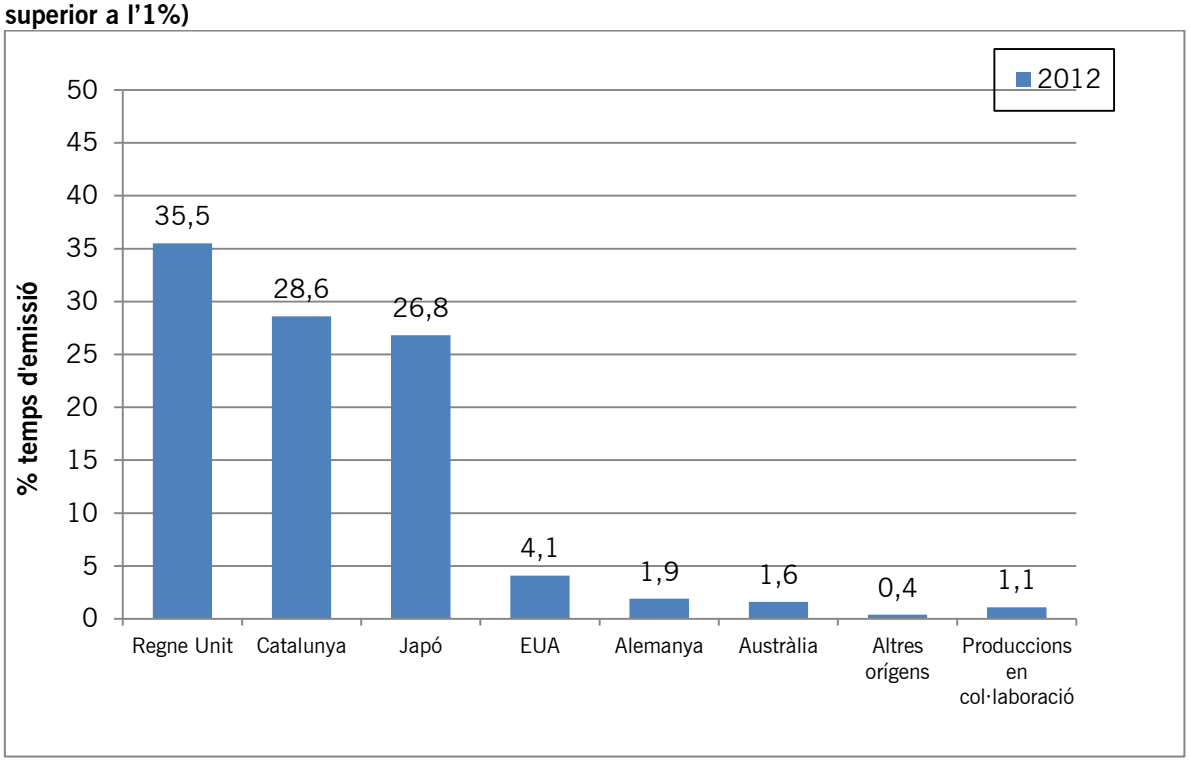
Quant al **3XL**, es caracteritza perquè més del 90% del temps d'emissió es reparteix entre tres únics orígens. Així, el principal proveïdor de continguts, amb un 35,5% del total, és el Regne Unit, seguit de les produccions catalanes (28,6%) i el Japó (26,8%).

Taula 14. 3XL. Origen de les produccions emeses durant l'any 2012

Origen de la producció	2012
Regne Unit	35,5
Catalunya	28,6
Japó	26,8
EUA	4,1
Alemanya	1,9
Austràlia	1,6
França	0,2
Altres països	0,2
Produccions en col·laboració	1,1
Total	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 9. 3XL. Origen de les produccions emeses durant l'any 2012 (orígens amb representació superior a l'1%)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.5 Tipologia de les produccions amb origen a Catalunya a TVC

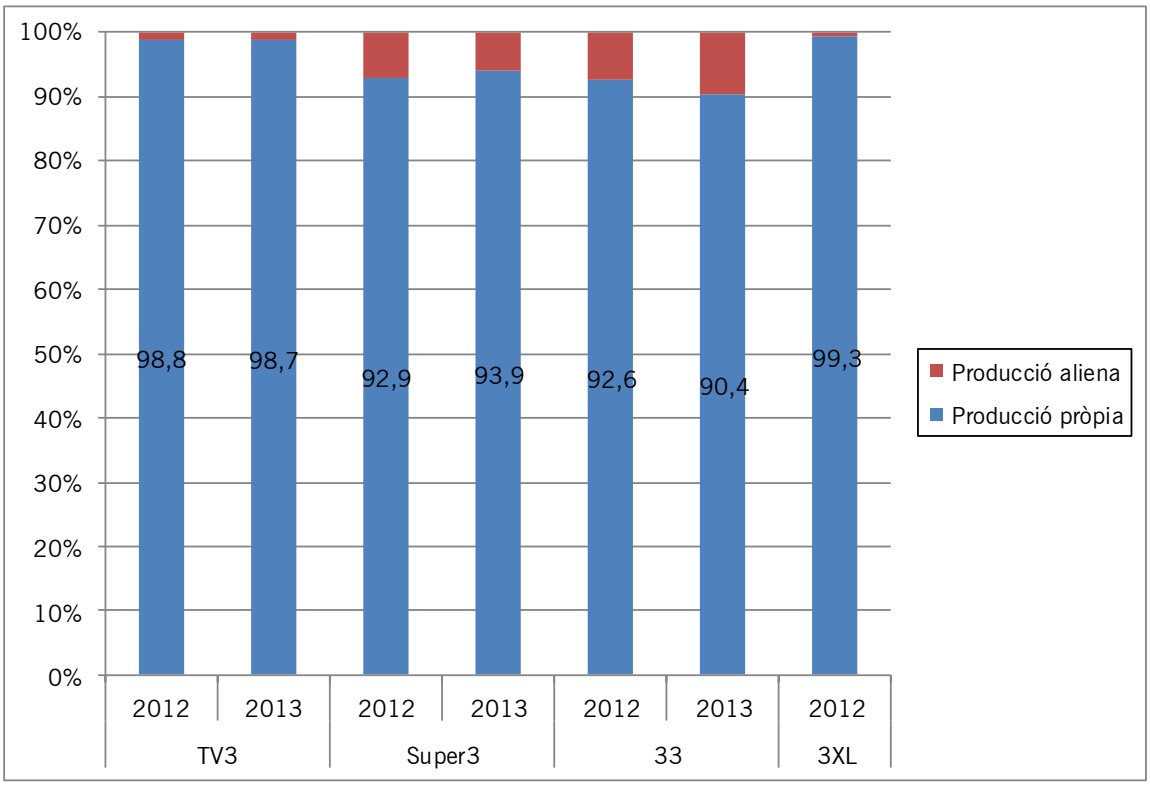
La producció amb origen a Catalunya, que suposa entorn de la meitat del total de les emissions és, bàsicament, producció pròpia de TVC (inclosa la realitzada en col·laboració amb productores externes). Les dades de què es disposa i que conformen aquest apartat, mostren que, durant el bienni 2012-2013, la producció

catalana produïda pel mateix prestador emesa pels diversos canals de TVC és superior al 90% cada any a tots els canals.

Així, TV3 presenta uns percentatges gairebé idèntics el 2012 (98,8%) i el 2013 (98,7%) i el 33 experimenta un lleuger descens, 92,6% i 90,4%.

Quant al Super3, presenta la proporció més alta de producció catalana aliena: un 7,1% el 2012 i un 6,1% el 2013. Es tracta, principalment, de sèries de televisió d'animació que compten amb la participació de TVC. A la resta de canals les produccions alienes de procedència catalana estan constituïdes primordialment per llargmetratges i documentals.

Gràfic 10. TVC. Producció pròpia i producció aliena amb origen a Catalunya. Anys 2012 i 2013



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.6 Origen de les produccions i gènere dels continguts a TVC

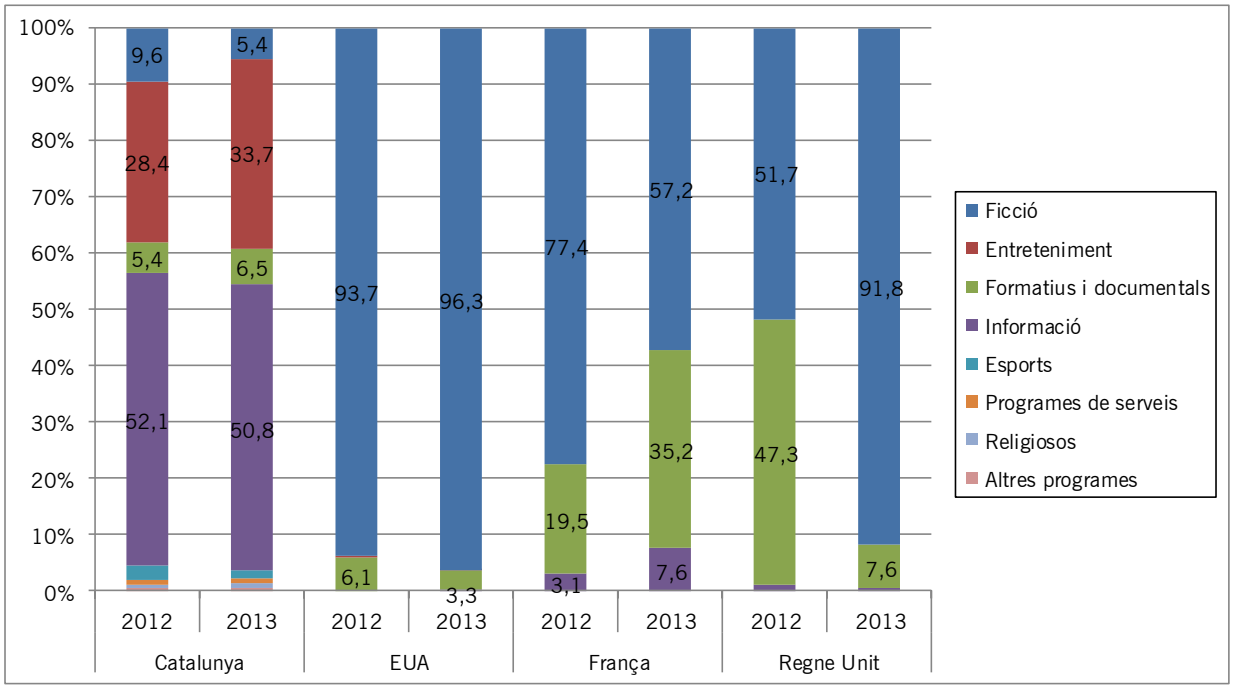
L'anàlisi de la relació entre l'origen de les produccions i el gènere dels continguts està en funció de les característiques de la programació (generalista o temàtica) de cada canal d'emissió. A tots els canals, però, la producció catalana és la que presenta una major diversitat de gèneres, mentre que la de la resta d'orígens presenta una certa especialització en gèneres, principalment ficció i formatius i documentals.

2.4.6.1 El gènere de les produccions a TV3

Com al conjunt de TVC, a TV3 s'observa una major diversitat de gèneres entre les produccions originàries de Catalunya. Dins de les emeses per TV3 la informació és el gènere predominant, que constitueix més de la meitat del temps d'emissió (52,1% el 2012 i 50,8% el 2013). L'entreteniment és el segon gènere en importància, amb un increment des del 28,4% del 2012 al 33,7% el 2013. La resta de les produccions catalanes es distribueix entre ficció, formatius i documentals, esports i, en menor proporció, programes de serveis i religiosos.

D'altra banda, les produccions amb origen diferent de Catalunya reparteixen el seu temps entre pràcticament dues úniques tipologies: la ficció i els espais formatius i documentals, tot i que en diferent proporció. Així, el 2012, la ficció predomina clarament entre les obres originàries dels EUA (representa un 93,7%) i en menor mesura de França (77,4%) i del Regne Unit (51,7%) (vegeu el gràfic 11). El 2013, però, el gruix de la producció d'aquests països es desplaça de manera clara cap a la ficció, que passa a significar més del 90% també al Regne Unit.

Gràfic 11. TV3. Tipologia de programes emesos durant els anys 2012 i 2013 segons l'origen de la producció (països principals). Proporció sobre el total de cada país (en %)



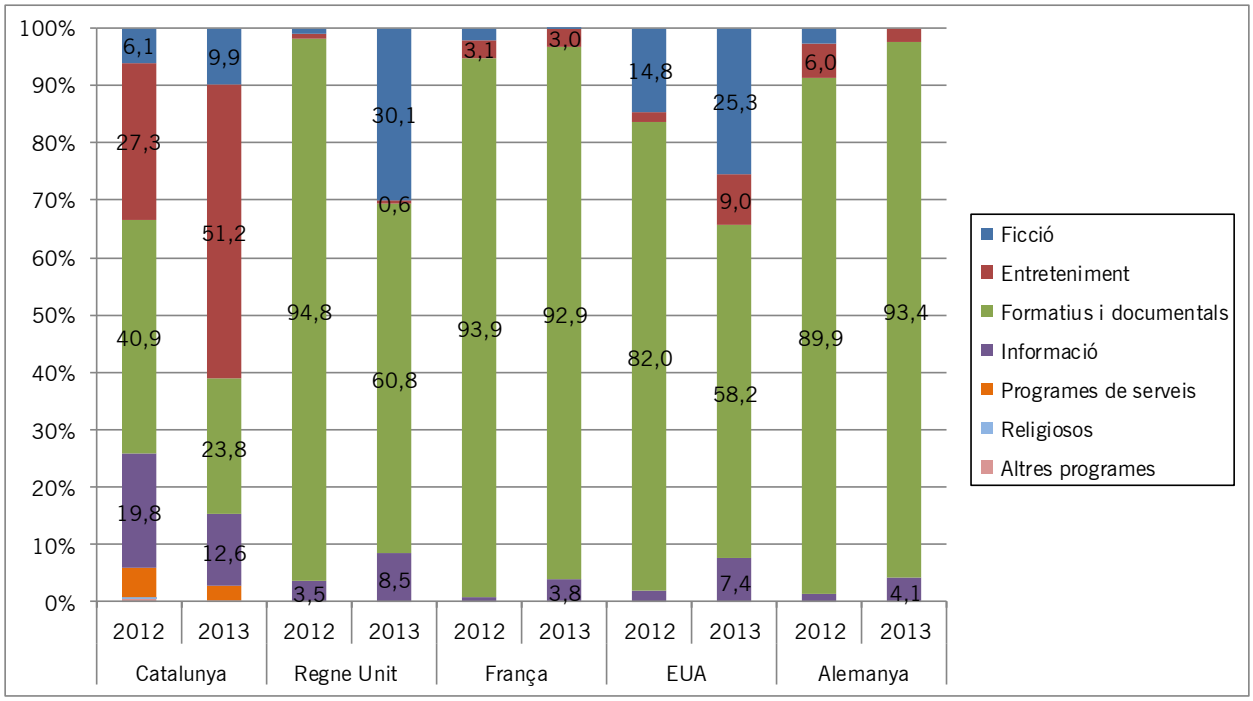
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.6.2 El gènere de les produccions al 33

El caràcter cultural del 33 i el predomini de la programació de caràcter formatiu i els documentals a la graella, es tradueix en una major proporció d'aquests gèneres entre els principals orígens de les produccions emeses pel canal. Així, l'any 2012, a la majoria de les procedències aquest tipus de continguts representen més del 75% del temps d'emissió, com és el cas del Regne Unit, França, EUA i Alemanya. El 2013, amb el canvi d'estructura de canals de la CCMA, el 33 guanya en temps relatiu dedicat a la ficció i als programes culturals sobre diferents aspectes del món de la música (comptabilitzada dins la tipologia *entreteniment*), fet que rebaixa la proporció de temps de la programació de formatius i documentals.

En canvi, dins de les produccions catalanes emeses pel 33 es produeix un desplaçament de formatius i documentals (el 40,9% del temps d'emissió el 2012) per l'entreteniment (51,2% el 2013) (vegeu el gràfic 12).

Gràfic 12. 33. Tipologia de programes emesos durant els anys 2012 i 2013 segons l'origen de la producció (països principals). Proporció sobre el total de cada país (en %)



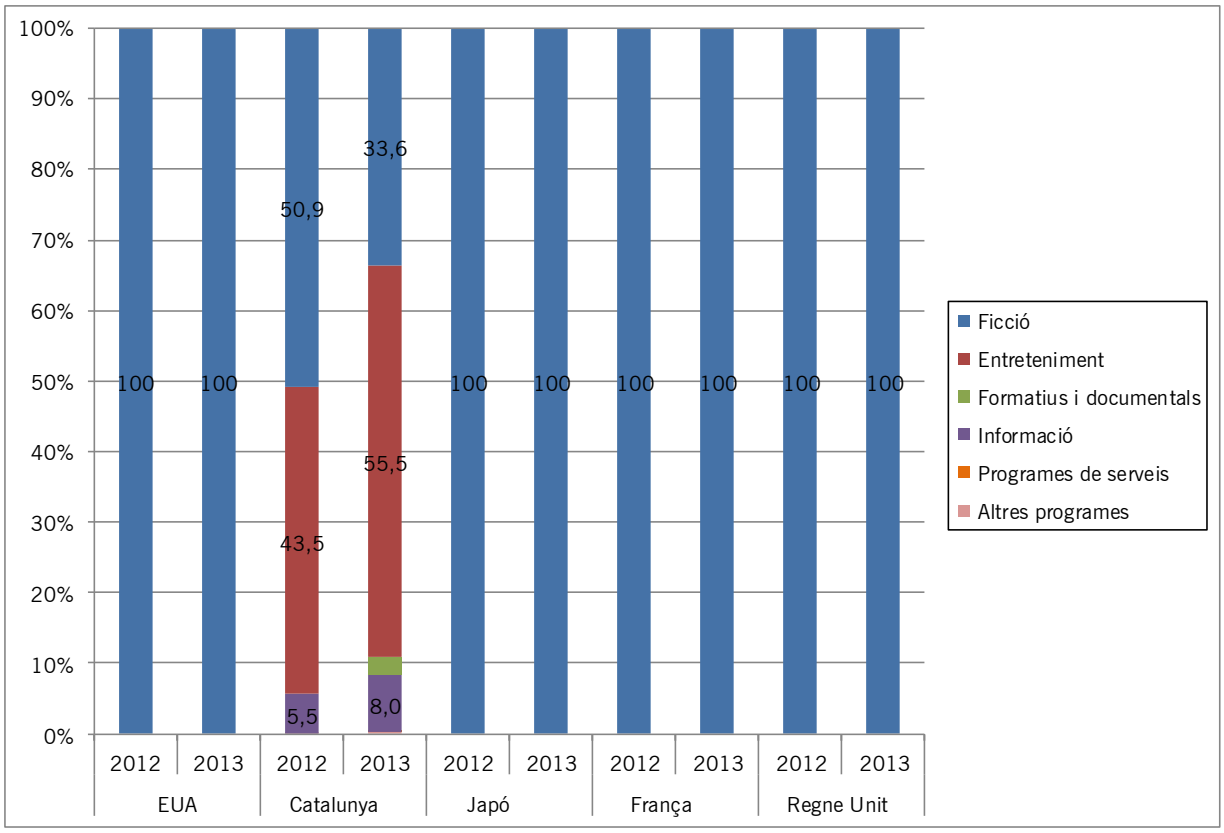
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.6.3 El gènere de les produccions al Super3

Al Super3 la ficció és la tipologia majoritària, i sovint l'única, a tots els orígens de les produccions emeses en el bienni 2012-2013. A diferència de la resta d'orígens,

la producció catalana inclou altres gèneres en proporcions significatives, principalment entreteniment i informatius. A més, entre el 2012 i el 2013 es produeix una inversió del pes relatiu entre ficció i entreteniment. Si l'any 2012 el temps de la ficció supera per 7 punts l'entreteniment, el 2013 són aquests programes els que gairebé doblen en temps de ficció. En menor proporció, la producció catalana també inclou continguts informatius (vegeu el gràfic 13).

Gràfic 13. Super3. Tipologia de programes emesos durant els anys 2012 i 2013 segons l'origen de la producció (països principals). Proporció sobre el total de cada país (en %)

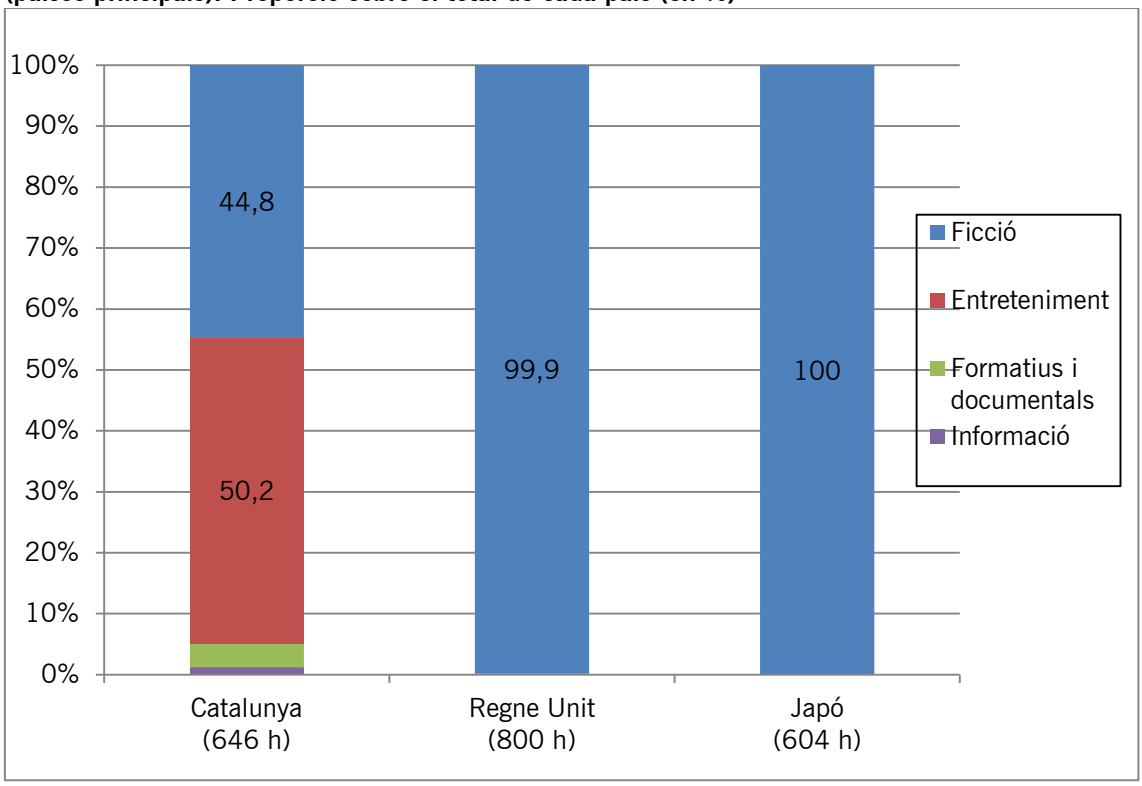


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.6.4 El gènere de les produccions al 3XL

La relació entre origen i gènere al canal juvenil 3XL és molt similar a la que es produeix al 33. Així, tots els principals orígens menys Catalunya (Regne Unit i Japó) es dediquen exclusivament a l'emissió de ficció. En canvi, tot i que la ficció representa gairebé la meitat del temps d'emissió de les produccions catalanes, s'emet un percentatge similar d'entreteniment i, en menor proporció, de continguts formatius i informatius (vegeu el gràfic 14).

Gràfic 14. 3XL. Tipologia de programes emesos durant l'any 2012 segons l'origen de la producció (països principals). Proporció sobre el total de cada país (en %)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.4.7 Origen de les produccions a 8tv

Les dades d'emissió de 8tv tractades en aquest apartat no inclou les hores d'espais dels quals no s'ha pogut determinar la procedència.[8]

Les produccions catalanes són les més representades a la graella de 8tv i, amb un 44,8% (2012) i un 45,3% (2013), constitueixen prop de la meitat del temps d'emissió computable del canal.

Els EUA també tenen un pes considerable, amb gairebé un terç del temps d'emissió (31,1% i 31,9%). El temps restant es reparteix entre diversos països europeus, amb diferent proporció en funció de l'any d'anàlisi. Així, mentre el 2012 les produccions d'Alemanya i del Regne Unit representaven més del 8% cadascuna, aquesta proporció disminueix considerablement durant el 2013 (vegeu la taula 15 i el gràfic 15)

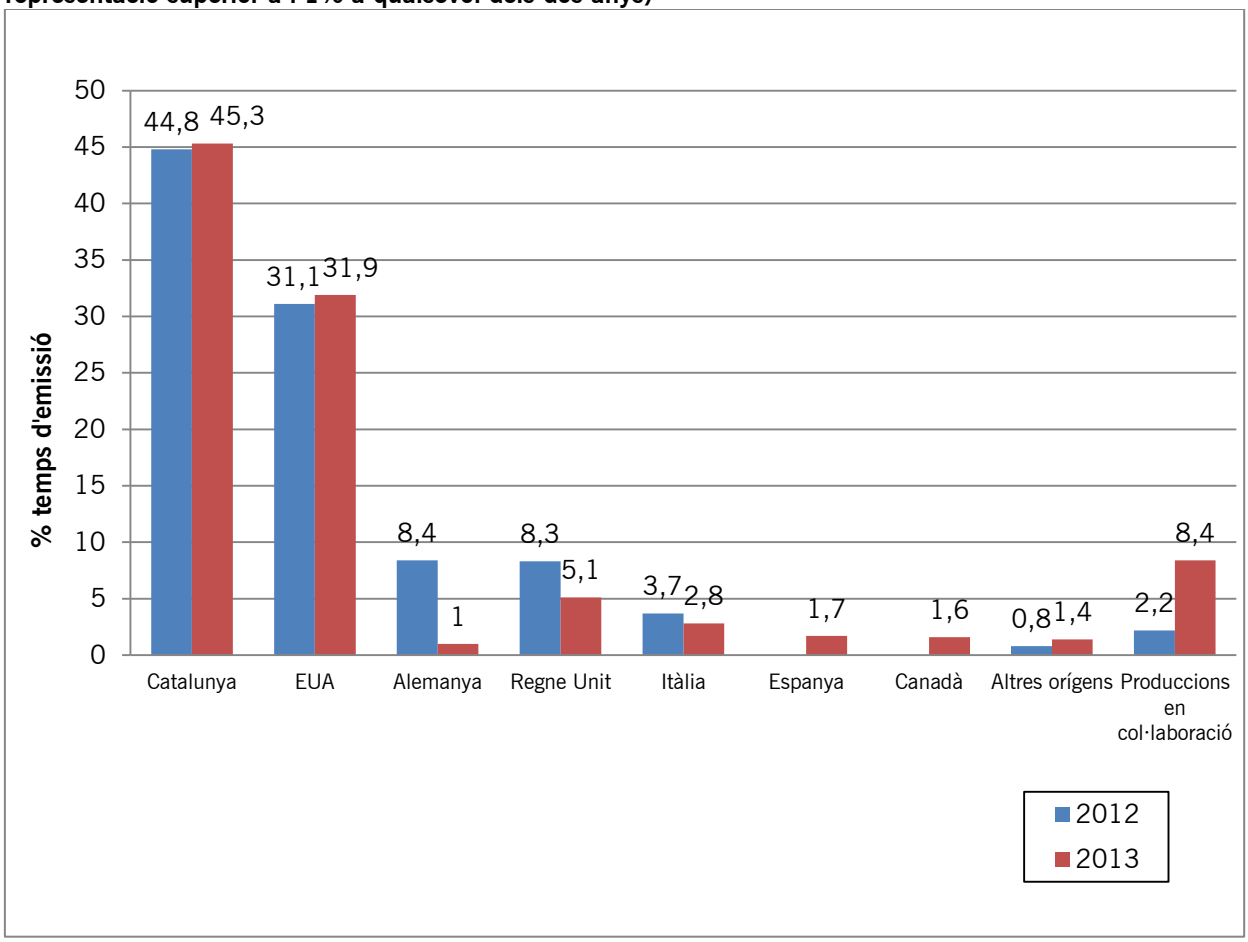
[8] Bàsicament es tracta de programació eròtica, videoclips musicals i programes de televenda que representen, conjuntament, el 35% del temps d'emissió de programes.

Taula 15. 8tv. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (ordre decreixent de 2012)

Origen de la producció	2012	2013
Catalunya	44,8	45,3
EUA	31,1	31,9
Alemanya	8,4	1,0
Regne Unit	8,3	5,1
Itàlia	3,7	2,8
França	0,7	0,7
Resta d'Espanya	-	1,7
Canadà	-	1,6
Resta de produccions en solitari	0,8	1,4
Produccions en col·laboració	2,2	8,4
Total	**100,0**	**100,0**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gràfic 15. 8tv. Origen de les produccions emeses durant els anys 2012 i 2013 (orígens amb representació superior a l'1% a qualsevol dels dos anys)



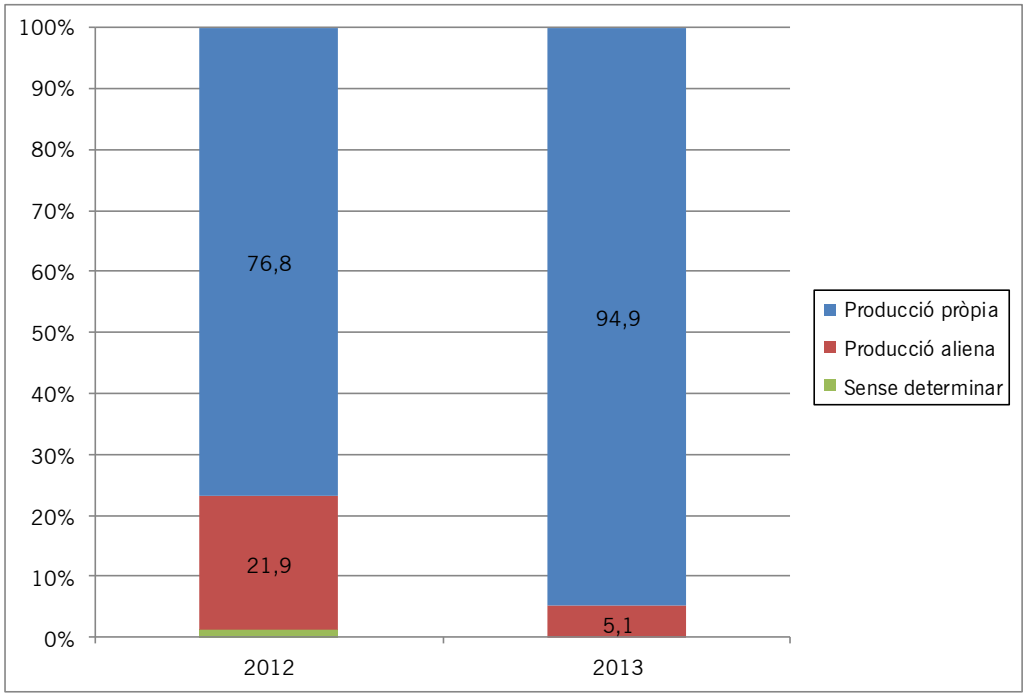
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

2.4.7.1 Tipus de producció de les produccions amb origen a Catalunya a 8tv

Pel que fa a la producció catalana a 8tv, destaca el considerable augment de la proporció de producció pròpia durant el bienni analitzat, atès que passa de

representar el 76,8% del temps d'emissió amb origen a Catalunya el 2012 al 94,9% durant el 2013 (vegeu gràfic 11).

Gràfic 16. 8tv. Producció pròpia i producció aliena amb origen a Catalunya. Anys 2012 i 2013



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

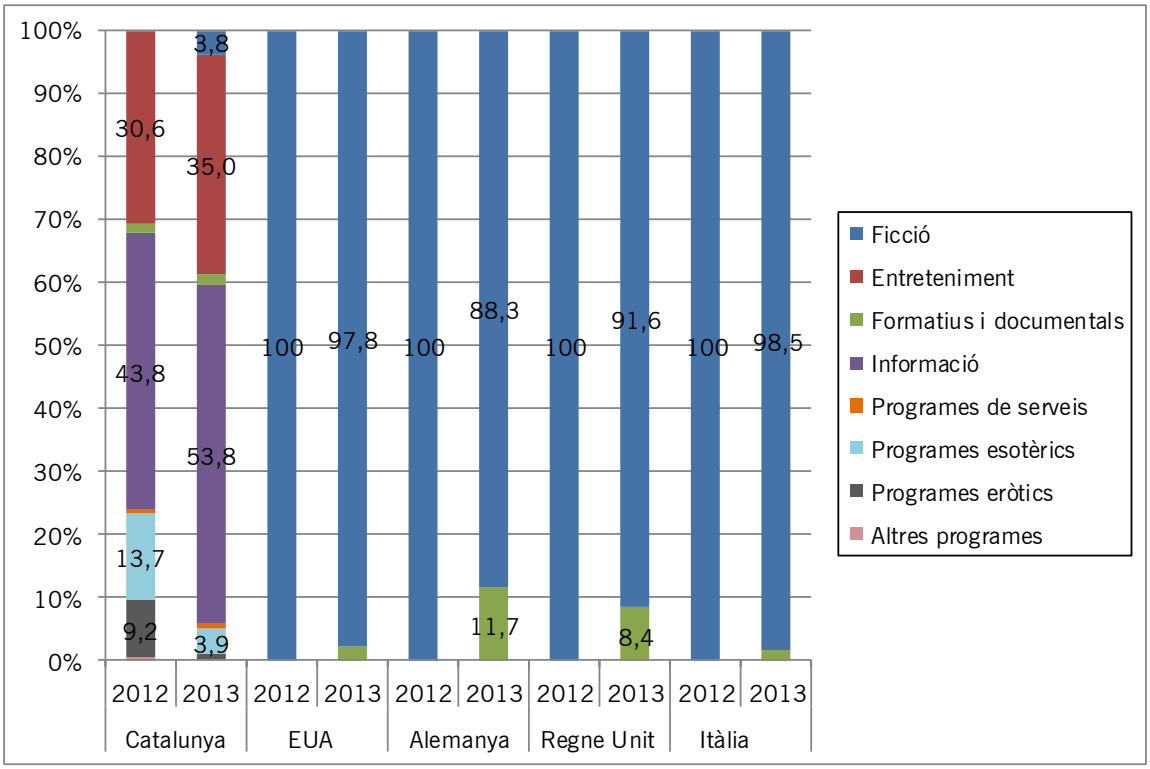
2.4.7.2 Origen de les produccions i gènere dels continguts a 8tv

La producció catalana és la que presenta una major varietat de gèneres dins la programació de 8tv, tant el 2012 com el 2013. La resta d'orígens tendeix a concentrar-se en una o dues tipologies de programes.

No obstant aquesta diversitat, les produccions amb origen a Catalunya responen majoritàriament a la informació, que representa al voltant de la meitat del temps d'emissió –un 43,8% el 2012 i un 53,8 el 2013– i l'entreteniment, que constitueix el 30,6% i el 35%, respectivament.

Per contra, durant els dos anys analitzats la ficció constitueix pràcticament l'únic gènere de la resta d'orígens presents a la graella de 8tv, acompanyada de la presència testimonial d'espais formatius i documentals.

Gràfic 17. 8tv. Tipologia de programes emesos durant els anys 2012 i 2013 segons l'origen de la producció (països principals). Proporció sobre el total de cada país (en %)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.5 El pluralisme en els teleinformatius

El pluralisme en la comunicació audiovisual, tant l'extern (el lligat a l'existència d'una pluralitat de prestadors), com l'intern (el relacionat amb la presència de veus diverses en la programació), constitueixen elements definidors d'un sistema de comunicació determinat. En aquest apartat s'aborda un aspecte del pluralisme intern: el pluralisme polític en els teleinformatius de TV3, TVE a Catalunya, 8tv i de la televisió d'àmbit local Barcelona TV.[9]

Així, en el conjunt del monitorat de l'observança del pluralisme dels anys 2012 i 2013, s'han analitzat 3.113 hores d'informació corresponents a 4.942 teleinformatius que inclouen la indexació de 44.533 inserts[10] d'actors polítics amb un temps de paraula total de més de 215 hores.

[9] Per motius tècnics, no es disposa de dades de Barcelona TV corresponents als mesos de setembre i d'octubre de 2012 i setembre de 2013.
[10] *Insert* es defineix com la inserció d'imatges i veu d'un actor sense que hi intervingui cap mena de locució per part del mitjà.

2.5.1 El pluralisme polític en les televisions d'àmbit català

L'anàlisi dels teleinformatius monitoritzats permet observar el pluralisme en les televisions des de diferents perspectives. En aquest apartat es tracta el context informatiu que han transmès els teleinformatius (a partir del temps de notícia que les televisions dediquen a les diverses informacions), la presència dels actors i de les agrupacions polítiques (a partir del temps de paraula que han obtingut en les informacions) i les aparicions de dones com a representants de partits polítics o d'institucions (a partir de les seves intervencions).

2.5.1.1 El context informatiu

Durant el període comprés entre gener de 2012 i desembre de 2013, l'agenda informativa de les televisions d'àmbit català analitzades (TV3, TVE a Catalunya i 8tv) es concentra de forma molt accentuada en els diferents vessants de la crisi econòmica i financera mundial (278 hores de temps de notícia). A continuació, tot i que lluny d'aquesta xifra, les informacions que aborden les relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol sumen 87 hores de temps de notícia i, les eleccions al Parlament de Catalunya del mes de novembre de 2012, més de 28 hores. Aquest conjunt d'informacions representa aproximadament el 20% del total de temps d'informació dels teleinformatius analitzats, resultat que s'eleva fins el 26% si s'exclou del càlcul la informació esportiva,[11] la informació meteorològica i la informació del trànsit.[12]

L'atenció a la **crisi econòmica** manté, així, el protagonisme de l'agenda informativa, i continua el 2012 (165 hores) la tendència al creixement que ja experimentava des del 2009 (76 hores l'any 2009, 93 l'any 2010 i 130 l'any 2011). L'any 2013, però, el temps de notícia sobre la crisi econòmica disminueix i se situa en 113 hores. A més, aquest grup d'informacions ha estat el més recurrent en vint-i-un dels vint-i-quatre mesos que conformen el període analitzat. Les úniques excepcions a aquest patró informatiu tenen lloc el mes de novembre de 2012, coincidint amb les eleccions a la cambra catalana; el mes de setembre de 2013, amb la intensificació del debat sobre el model d'organització política de

[11] El concepte *informació esportiva* inclou totes les notícies sobre esports, independentment de la seva ubicació o no en el bloc esportiu (secció d'esports del teleinformatiu).
[12] Aquests tres elements informatius suposen, conjuntament, el 24% del total de temps de notícia dels teleinformatius.

Catalunya que acompanya la celebració de la Diada Nacional de Catalunya i el mes de desembre de 2013, quan es va produir l'anunci de l'acord sobre la data i la pregunta de la consulta sobre el futur polític de Catalunya. Les informacions sobre la crisi es poden agrupar en cinc grans blocs temàtics: les qüestions genèriques relacionades amb la gestió i incidència de la crisi en l'àmbit català, estatal i mundial (que ocupen aproximadament un terç del temps total dedicat a la crisi), el control del dèficit per part de les administracions a través, principalment, de reduccions pressupostàries en diferents àmbits (que n'agrupa un altre terç del total), l'atur i les repercussions de la crisi en l'àmbit laboral (entorn del 17,5%), les conseqüències de la crisi en el sistema bancari de l'Estat espanyol (aproximadament el 10%) i la crisi del mercat de l'habitatge i el debat entorn dels procediments de desnonament (7%). Tot i la rellevància informativa de la crisi es constata una lleu però progressiva tendència a la baixa al llarg del període analitzat: 85 hores durant el primer semestre del 2012, 80 durant el segon semestre de 2012, 75 hores durant el primer semestre del 2013 i 38 hores durant el segon semestre de 2013.

El segon grup d'informacions del bienni 2012-2013, el constitueixen les **relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol**, tant des del punt de vista del model d'organització política com des de la perspectiva econòmica. Aquest conjunt de notícies, en el seu conjunt, experimenta una evolució temàtica al llarg d'aquest període. Així, durant el primer semestre del 2012, les informacions se centren exclusivament en les propostes d'un nou model de finançament autonòmic per a Catalunya, basat en el concert econòmic (a prop de 6 hores). Al llarg del segon semestre del 2012, la demanda d'un nou sistema de finançament manté la seva presència (5 hores i mitja) però sorgeix amb força un debat sobre el model d'organització política de Catalunya i de relació amb l'Estat espanyol (gairebé 15 hores), sobretot arran de la celebració de la manifestació "Catalunya, nou estat d'Europa", de l'11 de setembre (més de 4 hores). Durant el primer semestre de 2013, el concert econòmic queda reduït a 10 minuts, mentre que el debat polític entorn del model d'organització política i de relació amb l'Estat pren embranzida i ocupa pràcticament 22 hores. Finalment, al llarg del segon semestre de 2013 l'atenció informativa sobre aquest debat s'intensifica i assoleix les 26 hores, a les

quals s'afegeixen les dedicades a informar sobre la celebració de la Via Catalana cap a la Independència organitzada per l'Assemblea Nacional Catalana (5 hores) i sobre l'anunci de l'acord sobre la data i la pregunta de la consulta sobre el futur polític de Catalunya (gairebé 4 hores).

La **contesa electoral** del mes de novembre de 2012 (eleccions al Parlament de Catalunya) es posiciona com el tercer ítem amb 28 hores, una atenció informativa similar a la de les eleccions generals de novembre del 2011. Cal matissar que aquest còmput no es limita als quinze dies de període de campanya electoral legalment establert sinó que inclou informacions prèvies i posteriors a aquest període que representen, aproximadament, 2/3 del total de temps (la mateixa proporcionalitat que en les informacions sobre els processos electorals celebrats l'any 2011: eleccions municipals i eleccions generals).

A banda d'aquests tres grups d'informacions, els teleinformatius també presten una atenció preferent al **conflicte bèl·lic a Síria**, que assoleix entorn de 21 hores entre gener de 2012 i desembre del 2013.

L'anomenat **cas Bárcenas**, de presumpte finançament il·legal del PP acumula més de 14 hores de temps de notícia al llarg de l'any 2013, amb una especial incidència en els mesos de gener i febrer (4 hores i mitja), coincidint amb la irrupció dels cas als mitjans de comunicació, i en el mes de juliol (a prop de 5 hores), quan el diari El Mundo va publicar els papers suposadament originals de la comptabilitat del PP i Luis Bárcenas, extresorer del partit, va comparèixer davant del jutge.

Un altre tema que també se situa en més de 14 hores de temps de notícia, entre gener de 2012 i desembre de 2013, són els **incendis forestals**. Aproximadament el 85% del temps de notícia dedicat als incendis forestals correspon a l'any 2012 quan va tenir lloc, entre altres, un incendi de gran envergadura a la comarca de l'Alt Empordà.

Altres ítems informatius han tingut una atenció més puntual que s'ha concentrat en alguns mesos en concret: el temporal de fred siberià a l'Estat espanyol i la resta d'Europa (a prop de 5 hores el febrer de 2012), la vaga general del 29 de març a l'Estat espanyol (4 hores), el relleu del Papa Benet XVI pel Papa Francesc al capdavant de l'Església Catòlica (6 hores i mitja entre febrer i març del

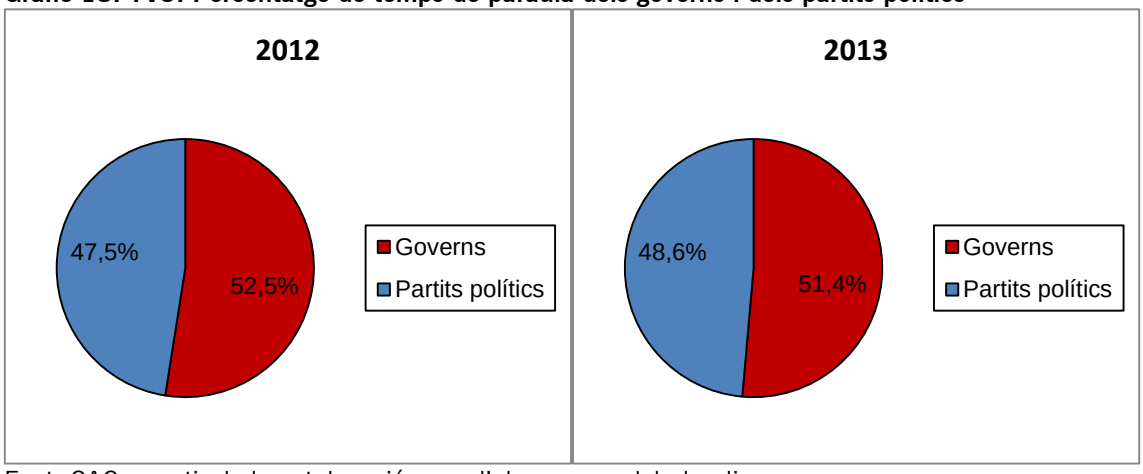
2013), les inundacions al Pirineu català i d'Osca (3 hores i mitja el juny de 2013), el descarrilament d'un tren Alvia a Santiago de Compostel·la (3 hores entre el 24 de juliol de 2013, data de l'accident, i el mes d'agost del mateix any), l'alerta sísmica a la costa del Montsià i el Baix Maestrat arran de l'activitat del magatzem subterrani de gas natural de l'anomenat projecte Castor (gairebé 3 hores durant l'octubre del 2013).

2.5.1.2 La presència dels actors en les televisions de titularitat pública: TV3 i TVE a Catalunya

La presència dels actors en la informació es mesura, en aquest apartat, mitjançant el temps de paraula que obtenen. És a dir, el temps dels inserts de cada actor i, per extensió, de cada agrupació.

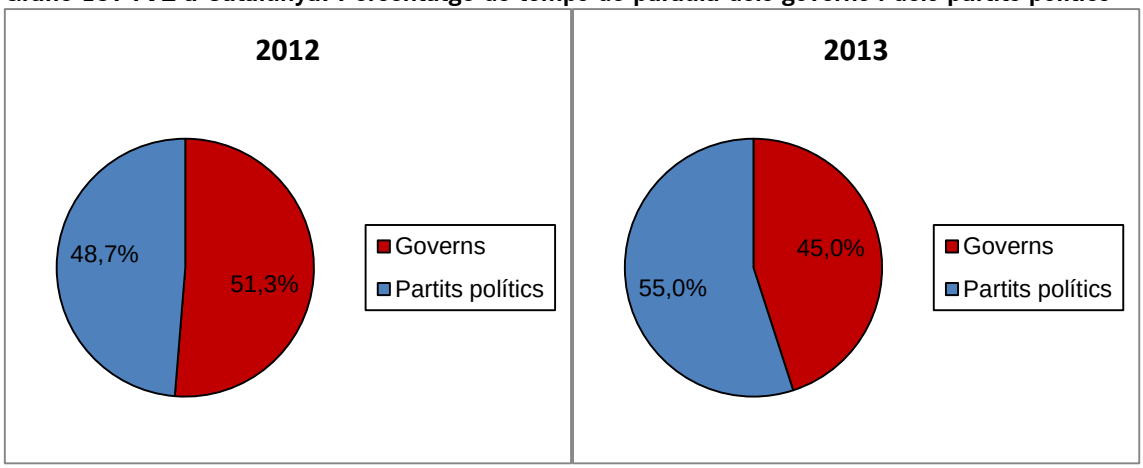
A TV3, el sumatori del temps de paraula dels membres dels governs (Govern de Catalunya, de l'Estat i locals) és lleument superior al dels actors que apareixen en representació dels partits polítics tant el 2012 (52,5% davant de 47,5%) com el 2013 (51,4% davant de 48,6%). A TVE a Catalunya, el 2012 també es registra més temps de paraula de representants dels governs que dels partits polítics (51,3% davant de 48,7%). Per contra, el 2013 s'inverteixen aquestes xifres i el temps de paraula dels representants dels partits (55%) supera el dels membres del govern (45%) (vegeu els gràfics 18 i 19).

Gràfic 18. TV3. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 19. TVE a Catalunya. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Més enllà de la dada global de governs i partits durant aquest període, el comportament de les dues televisions públiques, mes a mes, presenta un patró força similar en el qual la convocatòria anticipada i la celebració de les eleccions al Parlament representen un punt d'inflexió les eleccions al Parlament, tal i com es reflecteix en els gràfics 20 i 21.

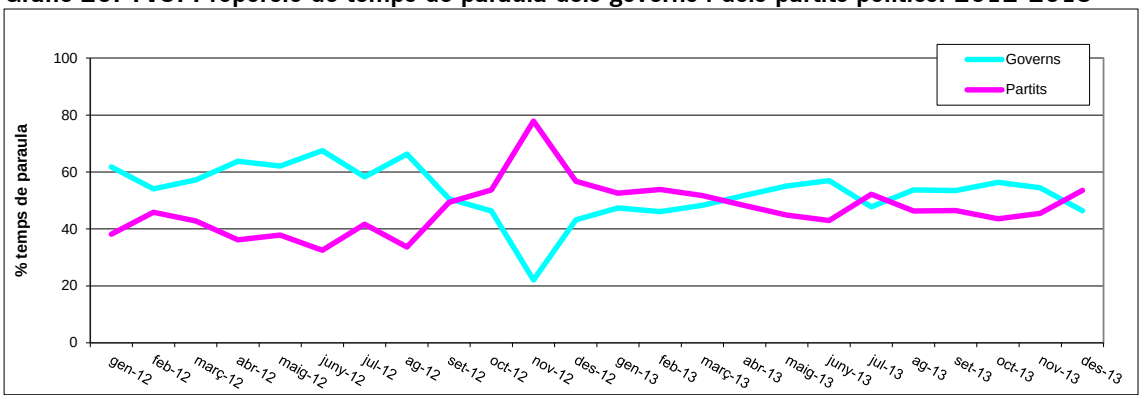
Així, entre els mesos de gener i agost de 2012, el predomini dels executius és clar a les dues televisions. L'atenció mediàtica a la gestió de la crisi econòmica i el control del dèficit de les administracions contribueixen a aquest resultat i esdevenen, per tant, el principal tema d'intervenció dels representats governamentals durant aquests mesos.

El mes de setembre, la intensificació del debat públic entorn de les relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol arran de la manifestació "Catalunya, nou estat d'Europa" i la convocatòria d'eleccions anticipades per part del President Artur Mas es tradueixen en una proporció molt similar de temps de paraula del conjunt dels executius i del conjunt de les forces polítiques.

A partir del mes d'octubre, la proximitat de les eleccions fa que el resultat s'inverteixi clarament a favor dels partits, tant a TV3 com a TVE a Catalunya, especialment durant el mes de novembre, en què es localitza íntegrament el període de quinze dies de campanya electoral. El predomini en temps dels partits, habitual durant els processos electorals, es manté a TV3 fins el mes de març del 2013 (amb repunts posteriors el juliol i el desembre del 2013) i s'allarga tot el 2013 a TVE a Catalunya (amb una proporció al 50% durant el mes d'octubre). A banda de la incidència de les eleccions al Parlament en l'agenda informativa en el

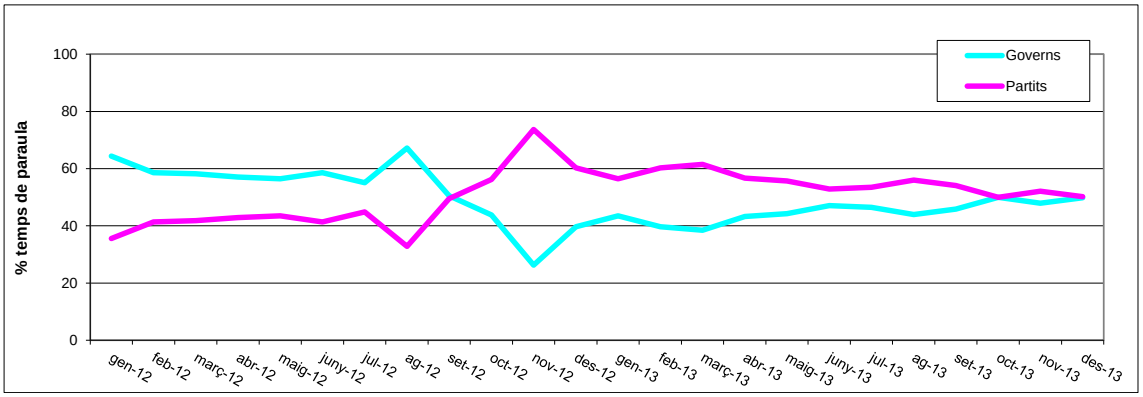
darrer trimestre del 2012, aquest resultat s'explica pel protagonisme d'alguns temes durant el 2013 en què els partits polítics han desenvolupat un paper principal. És el cas, entre d'altres, del debat entorn del model d'organització política de Catalunya i de relació amb l'Estat espanyol, els casos de presumpte espionatge a partits polítics a Catalunya o el casos de presumpta corrupció.

Gràfic 20. TV3. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. 2012-2013



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 21. TVE a Catalunya. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. 2012-2013



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Quant al temps de paraula dels diversos executius, les dues televisions públiques analitzades presenten el mateix ordre: el Govern de Catalunya és el que obté el màxim de temps, seguit del Govern de l'Estat, els governs de les administracions locals catalanes i el Govern de l'Ajuntament de Barcelona.

Les proporcions que representen aquests executius respecte el total de temps de paraula dels actors polítics a TV3 i TVE a Catalunya són força similars: el Govern de Catalunya suposa un percentatge entorn el 27% a TV3 i el 25% a TVE a Catalunya; el Govern de l'Estat representa al voltant del 17,5% i del 15%

respectivament; els governs de les administracions locals catalanes obtenen un temps de paraula entorn el 5% tant a TV3 com a TVE a Catalunya, mentre que el Govern de l'Ajuntament de Barcelona oscil·la en unes xifres de l'1,5% a TV3 i el 3,4% a TVE a Catalunya.

La distància entre el percentatge obtingut pel Govern de Catalunya i el Govern de l'Estat (els dos executius que apleguen més temps de paraula) s'amplia en ambdues televisions el 2013 respecte el 2012. A TV3, la diferència de 6,7 punts percentuals el 2012, passa a ser d'11,1 punts el 2013 (aquesta distància s'amplia perquè la proporció de temps de paraula del Govern català creix 1,7 punts mentre que la del Govern de l'Estat decreix 2,7 punts). A TVE a Catalunya, el 2012 la diferència és de 9,6 punts percentuals mentre que el 2013 creix fins als 10,5 punts (tot i que el percentatge de temps de paraula dels dos executius disminueix el 2013 respecte l'any anterior, el del Govern de l'Estat ho fa en major mesura).

Pel que fa la presència dels governs locals de Catalunya, excepte el de la ciutat de Barcelona, aquesta és del 5% a TV3 (tant el 2012 com el 2013) i d'un 4,6% el 2012 i d'un 6% el 2013 a TVE a Catalunya. Durant els anys 2012 i 2013, en el conjunt de les dues televisions públiques, els executius locals van intervenir principalment en informacions relacionades amb la crisi econòmica en sentit ampli (25,2% el 2012 i el 14,5% el 2013). A banda de la crisi econòmica, els temes que concentren més temps de paraula dels representants municipals són: diversos casos de corrupció (4,3% el 2012 i 10% el 2013), els incendis forestals (6,5% el 2012 i 2% el 2013), les inundacions als Pirineus català i d'Osca del 2013 (4,1%) i la polèmica per la possibilitat que l'Ajuntament de Rasquera llogués terrenys a una associació cannàbica sorgida durant el 2012 (3,4%).

Quant a la distribució dels temps de paraula dels partits polítics sobre el total de temps de paraula de governs més partits (vegeu les taules 16, 17, 18 i 19), tal i com ja succeïa l'any 2011, tant el 2012 com el 2013, el PSC+PSOE apareix com l'agrupació amb més temps de paraula als dos canals analitzats en aquest apartat, amb una proporció de temps de paraula molt similar (12,4% i

14,2% a TV3 i 13% i 15,3% a TVE a Catalunya, l'any 2012 i 2013, respectivament).

L'ordre de les agrupacions polítiques amb representació al Parlament de Catalunya, de més a menys temps de paraula, segueix un patró similar tant a TV3 com a TVE a Catalunya en els dos anys analitzats. A TV3 l'ordre de les agrupacions el 2012 és: PSC+PSOE, CiU, PPC+PP, ERC, ICV-EUiA+IU, C's, SI i CUP. L'any següent l'ordre només varia en l'alternança de posicions entre CiU i PPC+PP.[13] Pel què fa a TVE l'ordre registrat el 2012 és: PSC+PSOE, PPC+PP, CiU, ICV-EUiA+IU, ERC, C's, SI i CUP. Un any després ICV-EUiA+IU i ERC intercanvien les posicions.

L'epígraf "Resta de formacions polítiques" (que computa el temps de paraula de les formacions polítiques sense representació al Parlament de Catalunya), experimenta un descens progressiu a TV3 ja que el percentatge de temps de paraula que representa sobre el total és del 2,5% l'any 2011, de l'1,8% el 2012 i del 0,9% el 2013. La dada de TVE a Catalunya es manté estable els anys 2011 (0,5%) i 2012 (0,6%) però també decreix el 2013 (0,1%). Aquest podria guardar relació, en part, amb l'absència de processos electorals durant el 2013, respecte als anys anteriors (eleccions municipals del 2011 i diversos comicis autonòmics, incloses les eleccions al Parlament de Catalunya, durant el 2012) ja que en els períodes electorals, acostumen a aparèixer forces polítiques no representades a l'arc parlamentari català.

Taula 16. TV3. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2012

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**21:46:52**	**52,5**
Govern de Catalunya	10:53:37	26,3
Govern de l'Estat	8:08:07	19,6
Govern de les adm. locals catalanes	2:03:52	5,0
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:41:16	1,7
Partits polítics	**19:40:03**	**47,5**
PSC + PSOE	5:08:04	12,4
CiU	4:08:29	10,0
PPC + PP	3:52:20	9,3
ERC	2:12:52	5,3
ICV-EUiA + IU	2:03:26	5,0
Resta de formacions polítiques[A]	0:45:12	1,8

[13] L'any 2013, el temps de paraula de SI es computa en l'epígraf Resta de formacions polítiques, atesa la pèrdua de la seva condició de força parlamentària.

C's	0:43:35	1,8
SI	0:40:31	1,6
CUP	0:05:34	0,2
Total	**41:26:55**	**100,0**

[A] Formacions polítiques sense representació al Parlament de Catalunya en la IX ni en la X Legislatura

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 17. TV3. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2013

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**20:27:49**	**51,4**
Govern de Catalunya	11:08:20	28,0
Govern de l'Estat	6:43:44	16,9
Govern de les adm. locals catalanes	2:00:12	5,0
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:35:33	1,5
Partits polítics	**19:18:59**	**48,6**
PSC + PSOE	5:37:51	14,2
PPC + PP	4:03:20	10,2
CiU	3:09:57	8,0
ERC	2:42:44	6,8
ICV-EUiA + IU	2:09:18	5,4
C's	0:47:38	2,0
CUP	0:26:30	1,1
Resta de formacions polítiques	0:21:41	0,9
Total	**39:46:48**	**100,0**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 18. TVE a Catalunya. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2012

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**9:52:46**	**51,3**
Govern de Catalunya	4:58:01	25,8
Govern de l'Estat	3:06:49	16,2
Govern de les adm. locals catalanes	1:09:06	6,0
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:38:50	3,4
Partits polítics	**9:22:58**	**48,7**
PSC + PSOE	2:29:48	13,0
PPC + PP	1:59:23	10,3
CiU	1:47:02	9,3
ICV-EUiA + IU	1:08:20	5,9
ERC	1:04:50	5,6
C's	0:29:00	2,5
SI	0:16:33	1,4
Resta de formacions polítiques[A]	0:06:26	0,6
CUP	0:01:36	0,1
Total	**19:15:44**	**100,0**

[A] Formacions polítiques sense representació al Parlament de Catalunya en la IX ni en la X Legislatura

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 19. TVE a Catalunya. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2013

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**9:52:43**	**45,0**
Govern de Catalunya	5:18:11	24,2
Govern de l'Estat	3:00:18	13,7
Govern de les adm. locals catalanes	1:00:53	4,6
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:33:21	2,5
Partits polítics	**12:03:58**	**55,0**
PSC + PSOE	3:21:37	15,3
PPC + PP	2:46:04	12,6
CiU	1:54:16	8,7
ERC	1:37:13	7,4
ICV-EUiA + IU	1:17:07	5,9
C's	0:52:04	4,0
CUP	0:13:56	1,1
Resta de formacions polítiques	0:01:41	0,1
Total	**21:56:41**	**100,0**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Quant als actors polítics, 1.171 persones diferents tenen temps de paraula a TV3 el 2012 i 1.140 el 2013. A TVE a Catalunya aquesta xifra és de 708 actors polítics diferents el 2012 i 678 el 2013. Pel que fa als tres representants polítics amb més temps de paraula, a TV3 són Artur Mas, Mariano Rajoy i Pere Navarro el 2012 i Artur Mas, Mariano Rajoy i Francesc Homs el 2013; mentre que a TVE a Catalunya són Artur Mas, Alícia Sánchez-Camacho i Pere Navarro ambdós anys.

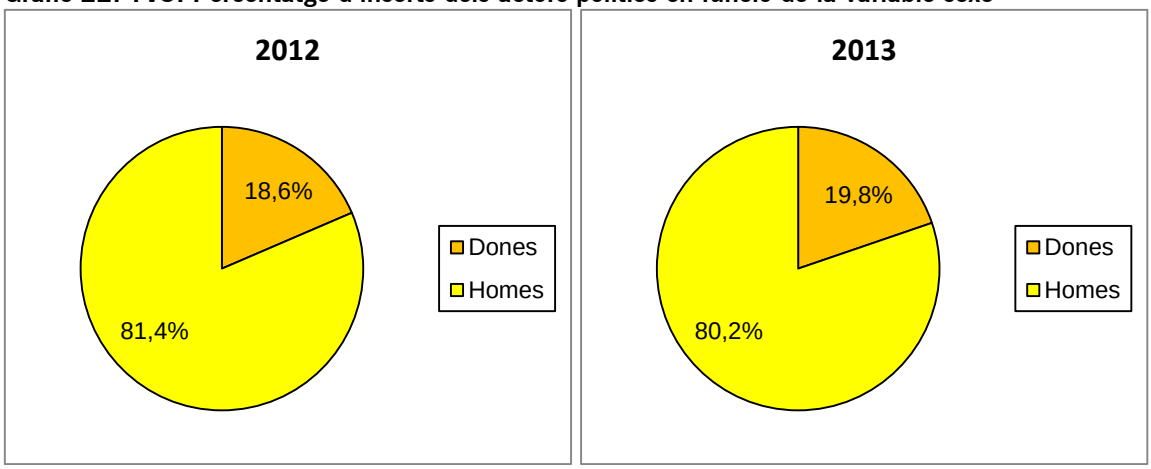
Així, es constata la coincidència en el primer lloc, ja que en els dos anys analitzats tant a TV3 com a TVE a Catalunya aquesta posició l'ocupa Artur Mas. Per contra, a TV3 Mariano Rajoy obté ambdós anys la segona posició, mentre que a TVE a Catalunya l'ocupa Alícia Sánchez-Camacho. Aquesta diferència guarda relació amb el caràcter de desconnexió territorial dels teleinformatius de TVE a Catalunya, on les informacions d'àmbit estatal obtenen un pes menor que en els teleinformatius de TV3. Pel que fa a la tercera posició, les dues televisions coincideixen el 2012 (Pere Navarro) però no el 2013: el mateix líder del PSC a TVE a Catalunya, però Francesc Homs a TV3.

La presència de les dones en el conjunt de les agrupacions polítiques no arriba al 20% a TV3 (18,6% el 2012 i 19,8% el 2013) i se situa entorn el 21% a TVE a Catalunya (21,1% el 2012 i 21,2% el 2013). Amb tot, TV3 incrementa lleugerament la proporció de dones respecte l'any 2011 (18,4%). A TVE a Catalunya la proporció d'inserts de dones ha augmentat 2,7 punts percentuals des

de l'any 2010 (18,5% el 2010, 18,9% el 2011, 21,1% el 2012 i 21,2% el 2013).

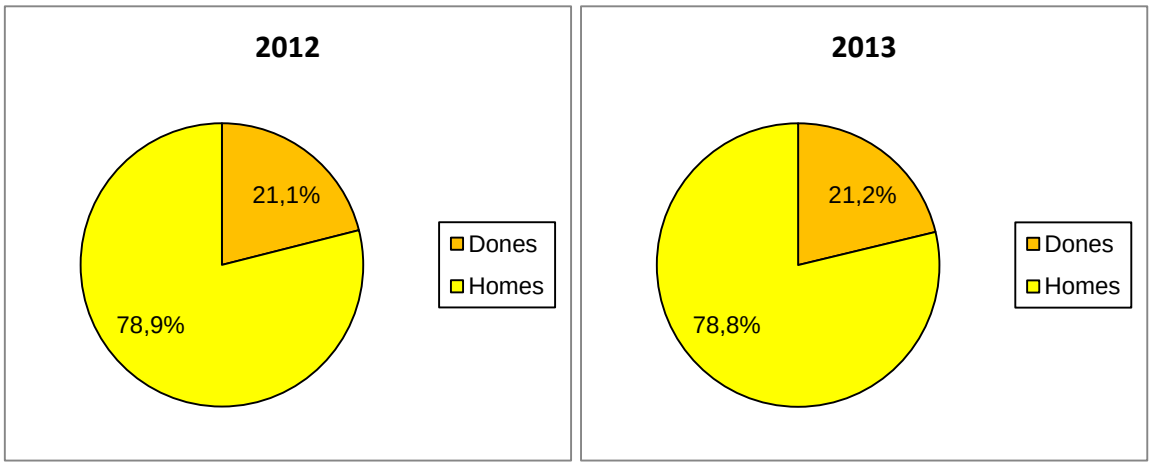
Entre els deu primers actors polítics per temps de paraula del 2012 hi figuren Alícia Sánchez-Camacho (en el 4rt lloc a TV3 i en el 2n a TVE a Catalunya) i Soraya Sáenz de Santamaría (en el 10è lloc a TV3 i en el 9è a TVE a Catalunya). La presidenta del PPC avança quatre posicions a TV3 i cinc a TVE a Catalunya respecte del 2011, a causa de l'atenció mediàtica sobre les eleccions al Parlament del mes de novembre de 2012. Pel què fa al 2013, només Alícia Sánchez Camacho apareix com l'única dona en els deu primers llocs dels actors amb més temps de paraula (en 5è lloc a TV3 i en 2n lloc a TVE a Catalunya).

Gràfic 22. TV3. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 23. TVE a Catalunya. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe

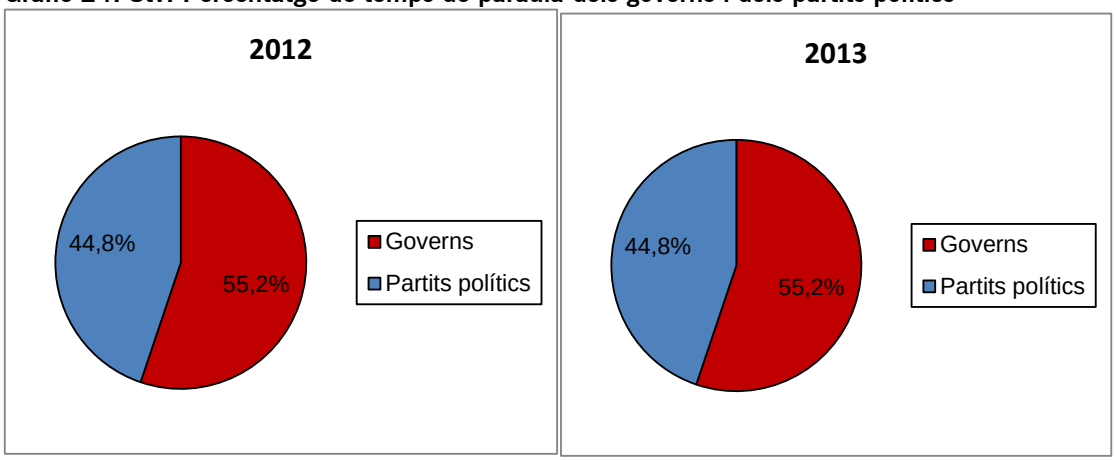


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

2.5.1.3 La presència dels actors en la televisió de titularitat privada: 8tv

A diferència dels anys 2011 i 2010, 8tv dóna en aquest període més temps de paraula a persones que actuen com a representants de governs (55,2% tant el 2012 com el 2013) que de partits polítics (44,8%). El canvi de format (entre d'altres, nova direcció i durada més llarga) dels teleinformatius d'aquesta televisió que es va iniciar el setembre de 2011 i es va consolidar al llarg de 2012 podria haver incidit en aquest resultat (vegeu el gràfic 24).

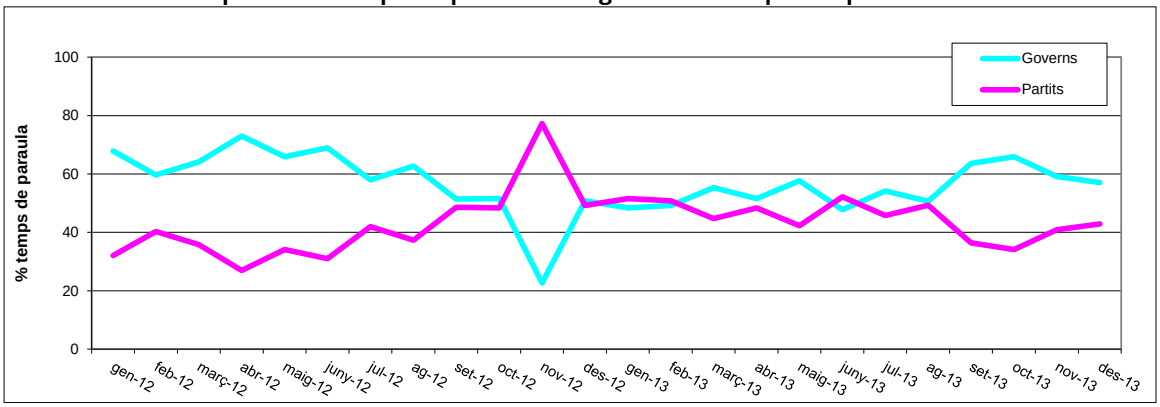
Gràfic 24. 8tv. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

L'anàlisi mes a mes mostra que els partits polítics únicament superen en temps de paraula als governs en quatre dels vint-i-quatre mesos analitzats: de forma inequívoca el mes de novembre de 2012, coincidint amb les eleccions al Parlament, i amb un marge més estret els mesos de gener, febrer i juny de 2013 (vegeu el gràfic 25).

Gràfic 25. 8tv. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. 2012-2013



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Quant als governs, a 8tv el Govern de l'Estat és qui té més temps de paraula el 2012 (25,7%) per bé que amb un resultat molt similar al del Govern de Catalunya (24,4%). Es trenca així la tendència a la baixada de la proporció de temps del govern estatal observada els darrers anys i que havia passat del 34,3% el 2009 al 14,8% l'any 2011. Per contra, el 2013, 8tv dóna més temps de paraula al Govern de Catalunya (26,6%) que al Govern de l'Estat (22,3%). A més distància se situen els governs de les administracions locals catalanes (3,1% el 2012 i 4,2% el 2013) i de l'Ajuntament de Barcelona (2,1% ambdós anys).

Quant als partits polítics, la distribució del temps de paraula que fa 8tv ambdós anys és PSC+PSOE, PPC+PP, CiU, ERC, ICV-EUiA+IU, C's i CUP (l'epígraf "Resta de formacions polítiques" varia de posició en funció de l'any i l'any 2013 no es comptabilitza SI com a grup parlamentari). Aquesta distribució és similar en ordre i valors relatius a la que presenten el 2013 les dues televisions públiques analitzades.

Taula 20. 8TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2012

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**8:15:15**	**55,2**
Govern de l'Estat	3:50:04	25,7
Govern de Catalunya	3:39:13	24,4
Govern de les adm. locals catalanes	0:27:30	3,1
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:18:28	2,1
Partits polítics	**6:41:23**	**44,8**
PSC + PSOE	2:03:14	13,7
PPC + PP	1:44:29	11,7
CiU	1:13:12	8,2
ERC	0:41:45	4,7
ICV-EUiA + IU	0:28:24	3,2
Resta de formacions polítiques[A]	0:10:15	1,1
C's	0:09:09	1,0
SI	0:08:35	0,9
CUP	0:02:20	0,3
Total	**14:56:38**	**100,0**

[A] Formacions polítiques sense representació al Parlament de Catalunya en la IX ni en la X Legislatura

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 21. 8TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2013

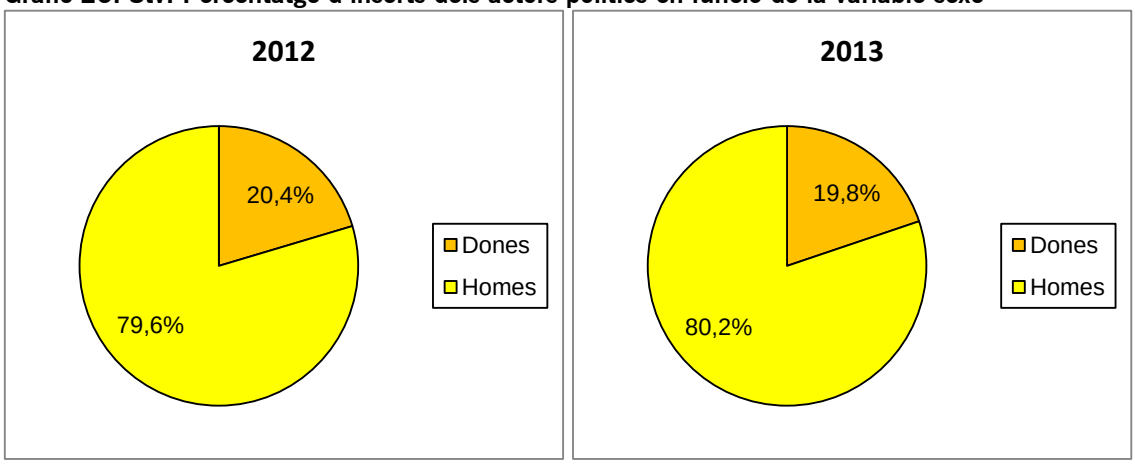
Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**7:42:22**	**55,2**
Govern de Catalunya	3:42:58	26,6
Govern de l'Estat	3:06:40	22,3
Govern de les adm. locals catalanes	0:35:05	4,2
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:17:39	2,1
Partits polítics	**6:15:18**	**44,8**
PSC + PSOE	1:59:29	14,3
PPC + PP	1:31:46	11,0
CiU	1:04:58	7,8
ERC	0:44:57	5,4
ICV-EUiA + IU	0:29:45	3,6
C's	0:12:27	1,5
Resta de formacions polítiques	0:07:50	0,9
CUP	0:04:06	0,5
Total	**13:57:40**	**100,0**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

En els teleinformatius de 8tv van tenir temps de paraula 495 actors diferents el 2012 i 510 el 2013, dels quals, els que n'obtenen més són Artur Mas, Mariano Rajoy i, en el tercer lloc, Alícia Sánchez Camacho (el 2012) i Pere Navarro (el 2013).

La proporció d'inserts que corresponen a dones, i que havia anat baixant progressivament des del 24,6% del 2009 fins el 18% el 2011, torna a pujar el 2012 i se situa en el 20,4%, tot i que el 2013 torna a patir un descens que la situa en el 19,8%. Entre els deu actors amb més inserts del 2012 figuren dues dones, Alícia Sánchez Camacho (3a) i Soraya Sáenz de Santamaría (5a), mentre que el 2013 només hi apareix Alícia Sánchez Camacho (4a).

Gràfic 26. 8tv. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

2.5.2 El pluralisme polític en la televisió d'àmbit local i de titularitat pública Barcelona TV

De la mateixa manera que per a les televisions d'àmbit nacional, en aquest apartat s'aporten dades sobre la informació oferta en els teleinformatius (temps de notícia), la presència d'actors polítics i d'agrupacions (temps de paraula) i de les dones com a representants d'institucions i de partits. A més, s'analitza el respecte del pluralisme a nivell estrictament local.

Cal recordar que, per motius tècnics, no es disposa de dades de Barcelona TV corresponents als mesos de setembre i d'octubre de 2012 i setembre de 2013, fet que caldrà tenir en compte a l'hora de llegir les dades, especialment les que s'ofereixen en termes absoluts.

2.5.2.1 El context informatiu

Les informacions sobre la **crisi econòmica**, tant des d'un punt de vista genèric com de la concreció a nivell local, constitueixen també el nucli central de l'agenda informativa de Barcelona TV durant el bienni 2012-2013, amb més de 65 hores de temps de notícia (11,1% del temps de notícia total, 15,7% si s'exclou la informació esportiva, meteorològica i del trànsit).

El conjunt d'informacions del **cicle festiu** contingudes en el període analitzat (festes majors, Sant Jordi, Nadal, Setmana Santa, Revetlla de Sant Joan, etc.) suposen gairebé 16 hores de temps de notícia a la televisió local de Barcelona.

En tercer lloc, amb més de 9 hores al llarg dels dos anys analitzats (1 hora i 18 minuts el 2012 i 7 hores i 48 minuts el 2013) se situa el **debat entorn de les relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol**, centrat en un primer moment en la qüestió del finançament i que deriva, posteriorment, cap a un debat entorn del model d'organització política de Catalunya i de relació amb l'Estat.

A continuació, les **eleccions al Parlament** reuneixen 7 hores i mitja durant el període analitzat, incloent-hi la dinàmica política prèvia i posterior a la campanya electoral i la celebració dels comicis.

També destaca l'atenció dedicada a les dues edicions del **Mobile World Congress** contingudes en el període analitzat, així com a l'activitat de la Mobile World Capital (amb seu a Barcelona) i al conflicte laboral dels treballadors i

treballadores de TMB coincidint amb la celebració de l'edició del congrés de l'any 2012. Aquestes informacions sumen a Barcelona TV més de 4 hores i mitja.

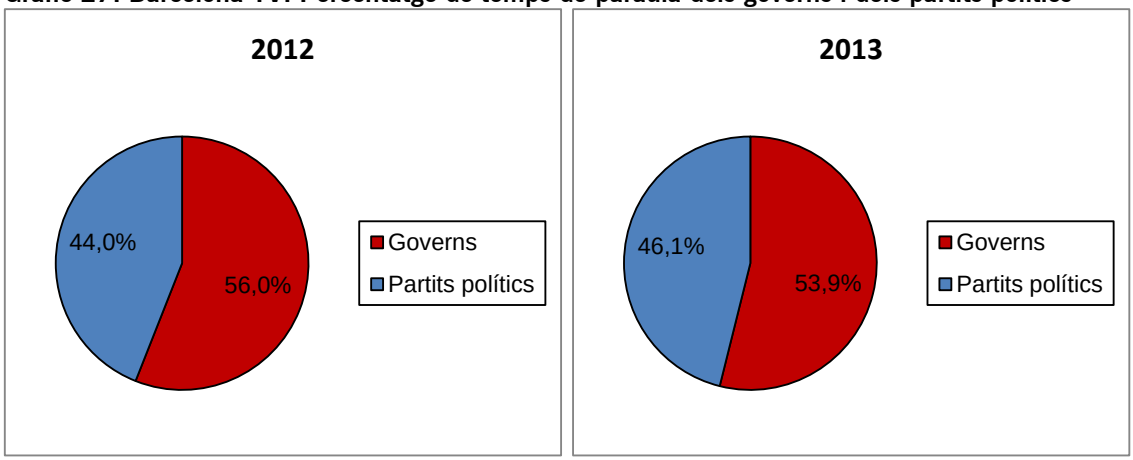
Els cinc primers ítems informatius concentren el 17,4% del temps de notícia total analitzat a Barcelona TV, xifra que s'eleva al 24,7% si s'exclouen del còmput les informacions esportives, la informació meteorològica i del trànsit.

Pel que fa a temes que han concentrat un volum de temps de notícia considerable durant un espai de temps limitat, destaca el cessament d'activitats de la companyia aèria Spanair (1 hora entre la darrera setmana de gener i la primera de febrer de 2012), les repercussions socials i econòmiques de la celebració del Campionat del Món de Natació (més d'1 hora entre juliol agost de 2013) i la polèmica per l'actuació dels Mossos d'Esquadra en el cas de la mort de l'empresari Juan Andrés Benítez al barri del Raval de Barcelona (1 hora i 37 el darrer trimestre del 2013, dues terceres parts de les quals el mes de novembre).

2.5.2.2 La presència dels actors

La televisió local de Barcelona torna a situar el conjunt dels governs per davant del conjunt dels partits pel que fa a temps de paraula (56% davant de 44% el 2012 i el 53,9% davant el 46,1% el 2013), després que l'any 2011 els partits registressin el 54,6% del sumatori total a causa, sobretot, de la influència exercida per la celebració d'eleccions municipals i el conseqüent increment de protagonisme dels partits polítics en l'àmbit local. Així, les dades corresponents al 2012 i el 2013 reflecteixen un comportament semblant al del 2010.

Gràfic 27. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

A Barcelona TV, el govern amb més temps de paraula és el Govern de l'Ajuntament de Barcelona (22,7% el 2012 i el 21,9% el 2013). Aquesta dada també difereix de l'any 2011, quan el primer lloc l'ocupava el Govern de Catalunya, amb el 20,3%. La dada del govern català es manté estable, però la del govern local de referència s'incrementa 7,3 punts respecte del 2011, fet que provoca aquest canvi en l'ordre.

Pel que fa als partits polítics, la seva presència està vinculada a tres factors: el seu paper com a oposició a l'Ajuntament de Barcelona; la incidència de les forces en la dinàmica política d'àmbit català, tenint en compte que el període analitzat inclou les eleccions al Parlament del mes de novembre de 2012 i finalment, el rol dels partits a escala estatal.

Taula 22. Barcelona TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2012

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**10:02:46**	**56,0**
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	4:04:33	22,7
Govern de Catalunya	3:33:14	19,8
Govern de l'Estat	2:14:18	12,5
Govern de les adm. locals catalanes	0:10:41	1,0
Partits polítics	**7:53:32**	**44,0**
PSC + PSOE	2:08:48	12,0
PPC + PP	1:38:16	9,1
ERC	1:14:11	6,9
ICV-EUiA + IU	1:11:52	6,7
CiU	1:04:30	6,0
C's	0:14:56	1,4
SI	0:14:03	1,3
Resta de formacions polítiques[A]	0:03:53	0,4
CUP	0:03:03	0,3
Total	**17:56:18**	**100,0**

[A] Formacions polítiques sense representació al Parlament de Catalunya en la IX ni en la X Legislatura.

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 23. Barcelona TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2013

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**10:08:45**	**53,9**
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	4:06:44	21,9
Govern de Catalunya	3:55:44	20,9
Govern de l'Estat	1:51:44	9,9
Govern de les adm. locals catalanes	0:14:33	1,3
Partits polítics	**8:40:14**	**46,1**
PSC + PSOE	2:25:41	12,9
PPC + PP	2:09:23	11,5
ERC	1:22:30	7,3
ICV-EUiA + IU	1:15:06	6,7
CiU	0:47:08	4,2
CUP	0:20:13	1,8
C's	0:13:49	1,2
Resta de formacions polítiques	0:06:24	0,6
Total	**18:48:59**	**100,0**

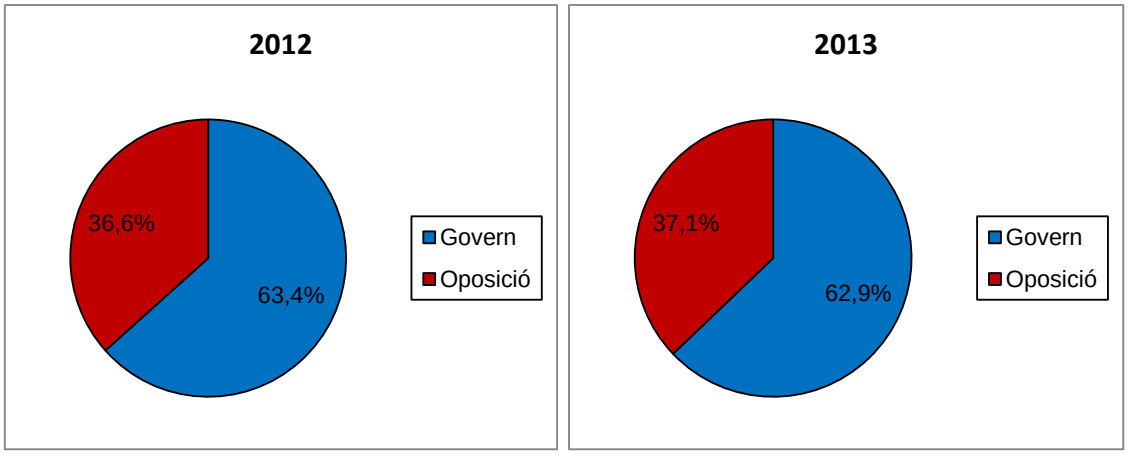
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

L'anàlisi del repartiment del temps de paraula entre *govern* i *oposició* a nivell estrictament local revela que l'executiu de Barcelona supera en temps de paraula el conjunt de les forces de l'oposició. Així el Govern de l'Ajuntament de Barcelona obté el 63,4% del sumatori del temps de paraula de govern local i oposició el 2012 i el 62,9% el 2013. Aquests percentatges són lleugerament inferiors al registrat el 2011 quan la representació del govern de l'Ajuntament de Barcelona va suposar el 65% del temps de paraula.

En relació amb els grups de l'oposició, Barcelona TV inclou temps de paraula a totes les forces polítiques amb representació al Ple municipal. El temps dels diferents grups de l'oposició va oscil·lar el 2012 entre el 7,8% del Grup Municipal d'Unitat per Barcelona i el 10,2% del Grup Municipal del PPC, i entre el 6,3% i el 13,4% d'aquests mateixos grups, el 2013 (vegeu les taules 24 i 25).

Quant als principals actors en temps de paraula, Barcelona TV situa en el primer lloc a l'alcalde de Barcelona, Xavier Trias. En segon lloc hi figura el president de la Generalitat, Artur Mas. I en el tercer lloc hi apareix el president del Govern de l'Estat, Mariano Rajoy.

Gràfic 28. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició de l'Ajuntament de Barcelona



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 24. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2012

Agrupació	Temps de paraula	% sobre total
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	**4:04:33**	**63,4**
Oposició de l'Ajuntament de Barcelona	**2:21:13**	**36,6**
• PPC	0:39:23	10,2
• PSC	0:38:38	10,0
• ICV-EUiA	0:33:05	8,6
• UpB	0:30:07	7,8
Total	**6:25:46**	**100,0**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 25. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2013

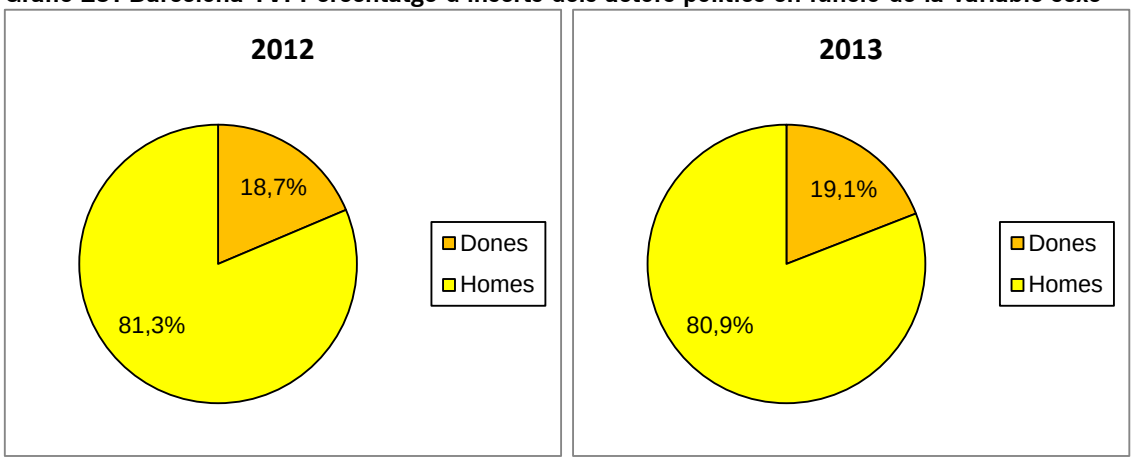
Agrupació	Temps de paraula	% sobre total
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	**4:06:44**	**62,9**
Oposició de l'Ajuntament de Barcelona	**2:25:44**	**37,1**
• PPC	0:52:33	13,4
• PSC	0:35:47	9,1
• ICV-EUiA	0:32:32	8,3
• UpB	0:24:52	6,3
Total	**6:32:28**	**100,0**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

La distribució del nombre d'inserts d'actors polítics segons la variable sexe, posa de manifest que les dones han registrat un petit increment progressiu de la seva presència a Barcelona TV. Així, els inserts de dones van representar l'any 2012 el 18,7% (0,9 punts percentuals més que la dada assolida l'any 2011) i un

19,1% el 2013. La presidenta del PPC, Alícia Sánchez-Camacho, és l'única dona que apareix entre els deu actors amb més temps de paraula a la televisió local de Barcelona (en 5a posició el 2012 i en 6a el 2013). La representant del govern municipal que suma més temps de paraula a Barcelona TV és Sònia Recasens, que apareix en el lloc 15è el 2012 i en el 17è el 2013.

Gràfic 29. Barcelona TV. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

3. La programació de ràdio a Catalunya

Aquest apartat se centra en les característiques de l'oferta radiofònica generalista durant els anys 2012 i 2013, que inclou tres temporades de programació: 2011-2012, 2012-2013 i 2013-2014. Els productes objecte d'anàlisi són tres d'àmbit català: Catalunya Ràdio, La Xarxa i RAC1; i tres d'àmbit estatal: SER, Onda Cero i COPE. Els criteris d'audiència i d'implantació a Catalunya determinen l'elecció d'aquestes emissores.

La presència dels gèneres programàtics a les diferents ofertes es calcula a partir de la classificació següent:[14]

- *Informació*: programes i parts de programes -magazins de llarga durada, principalment- basats en l'actualitat. Adopta formats periodístics diversos (butlletí, servei principal de notícies, magazins, debats, etc.).

[14] Aquesta classificació en gèneres de programació conté un ajustament metodològic respecte dels informes d'anys anteriors pel que fa a la informació i a l'entreteniment, a fi de reflectir més acuradament l'evolució dels gèneres radiofònics.

- *Entreteniment*: programes i parts de programes -magazins de llarga durada, principalment- que pretenen entretenir la persona oient i que poden incloure continguts d'humor, participació, música, etc.
- *Esports*: programes que tracten sobre l'actualitat esportiva. S'inclouen les retransmissions.
- *Divulgatius*: programes d'informació especialitzada en alguna temàtica concreta (gastronomia, història, noves tecnologies, etc.).
- *Musicals*: programes en els quals la música és el contingut principal, independentment del format en què es presenti.
- *Culturals*: programes amb continguts de literatura, art, cinema, etc.
- *Religiosos*: programes de caràcter religiós, ja siguin oficis religiosos o programes de temàtica relacionada.
- *Esoterisme i paraciència*: programes en els quals es posen en pràctica tècniques que contradiuen els postulats dels paradigmes científics i reservades a un petit nucli d'iniciats, com a ara la màgia negra o la vidència.
- *Altres programes*: programes que no s'ajusten a cap de les categories definides. Poden incloure, entre altres, espais de participació -s'articulen entorn de la col·laboració activa de l'audiència- i d'opinió -es basen en el contrast d'opinions per part de col·laboradors fixos i algun convidat, fent ús de la tertúlia com a format.

A continuació s'exposa una visió general de la programació radiofònica generalista durant els anys 2012 i 2013, basada en els productes analitzats. La font d'informació principal ha estat el monitoratge de les emissions realitzat pel CAC. D'aquesta manera s'ha obtingut una radiografia de l'evolució de les sis ofertes. S'ha aprofundit especialment en l'etapa més recent, corresponent a la temporada 2013-2014. Per últim, cal advertir que l'anàlisi se centra en la programació regular i no tracta els períodes de vacances.

3.1 Característiques generals de la programació

En termes generals, les ofertes programàtiques dels anys 2012 i 2013 conjuguen l'estabilitat de les graelles i els canvis interns referits a diferents programes: moviments de presentadors i col·laboradors, introducció de noves seccions i diversos ajustos horaris.

La programació de les diferents emissores manté una **estructura força similar** a la dels anys anteriors. De dilluns a divendres, l'infoentreteniment[15] ocupa les franges de matí i de tarda, mentre que el migdia acostuma a incloure informatius i programes que repassen l'actualitat esportiva. La informació torna a estar present al vespre-nit, i l'anàlisi esportiva es reserva per la nit-matinada. Pel que fa als caps de setmana, l'infoentreteniment es troba al matí, la informació al migdia i els esports (retransmissions i comentari de la jornada) a la tarda.

La Xarxa és qui presenta més diferències respecte d'aquesta estructura. La pròpia naturalesa del producte -el canvi de model que es va produir durant el període analitzat suposa un gir cap a un nombre més elevat de continguts realitzats per les emissores associades- fa que tingui unes característiques particulars.[16] Així, a la nit-matinada de dilluns a divendres s'emet música, i els matins del cap de setmana es programa informació i divulgació. En el còmput global, la informació i la música registren percentatges similars (entorn del 30% cadascuna), mentre que l'entreteniment -que està per sobre del 20% en la resta d'emissores- se situa entorn del 10% a La Xarxa.

Pel que fa als **canvis** observats en el període 2012-2013 en relació amb el conjunt de productes, cal destacar que són especialment visibles en els magazins d'infoentreteniment de llarga durada. La seva evolució es concreta, d'una banda, en la tendència a l'increment del temps d'emissió. És el cas d'*El matí de Catalunya Ràdio* i *El suplement* a Catalunya Ràdio, *La ventana* a la SER i *La tarde* a la COPE. D'altra banda, la singularització de la part informativa i de la part d'entreteniment cada vegada es fa més palesa, i s'escenifica en algunes emissores amb una parella de conductors amb funcions diferenciades. Per exemple, Pepa Bueno i Gemma Nierga assumeixen la conducció de *Hoy por hoy* a la SER, i

[15] A efectes d'aquest capítol, s'utilitza el terme *infoentreteniment* per definir els programes -normalment, magazins de llarga durada- que combinen la presència dels gèneres *informació* i *entreteniment*.
[16] Al setembre de 2012, COMRàdio s'integra a La Xarxa. Vegeu l'apartat 1.2.2.

Ernesto Sáenz de Buruaga i Javi Nieves fan el mateix a *La mañana* de la COPE. Per últim, cal notar l'augment de la presència femenina en la conducció dels magazins matinals de dilluns a divendres: la temporada 2011-2012 tots aquests programes estaven presentats per homes; Pepa Bueno i Gemma Nierga s'estrenen a *Hoy por hoy* la temporada 2012-2013; i Mònica Terribas s'afegeix al capdavant d'*El matí de Catalunya Ràdio* la temporada 2013-2014.

Taula 26. Dilluns a divendres. Catalunya Ràdio, La Xarxa, RAC1, SER, Onda Cero i COPE. Comparació de la programació per franja horària i gènere. Any 2013[17]

Franja horària[18]	**Gènere**	**Catalunya Ràdio**	**La Xarxa**	**RAC1**	**SER**	**Onda Cero**	**COPE**
Matí	Informació i entreteniment	*El matí de Catalunya Ràdio*	*Matins en xarxa*	*El món a RAC1*	*Hoy por hoy*	*Herrera en la Onda*	*La mañana*
Migdia	Informació i esports	*Catalunya migdia* (inclou informació esportiva)	*Esports en xarxa + Notícies en xarxa*	*14/15 + 100 metres*	*Hora 14 + La graderia*	*Noticias mediodía+ Ona esportiva*	*Mediodía COPE + Esports COPE*
Tarda	Informació i entreteniment	*La tribu de Catalunya Ràdio*	*La tarda*	*Versió RAC1*	*La ventana*	*Julia en la Onda*	*La tarde*
Vespre - nit	Informació	*El cafè de la República*	*Notícies en xarxa*	*La nit a RAC1*	*Hora 25*	*La Brújula*	*La linterna*
Nit - Matinada	Esports	*El club de la mitjanit*	*iCat.cat* (música)	*Tu diràs*	*El larguero*	*Al primer toque*	*El partido de las 12*

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

[17] La programació indicada en la taula correspon a la temporada 2013-2014.
[18] Les franges horàries establertes són genèriques, és a dir, no representen amb exactitud al mateix interval horari en tots els casos.

Taula 27. Caps de setmana. Catalunya Ràdio, La Xarxa, RAC1, SER, Onda Cero i COPE. Comparació de la programació per franja horària i gènere. Any 2013[19]

Franja horària	Gènere	Catalunya Ràdio	La Xarxa	RAC1	SER	Onda Cero	COPE
Matí	Informació i entreteniment	*El suplement*	*Notícies en xarxa* + *Maneres de viure* (informació i divulgació)	*Via LIiure*	*A vivir que son dos días*	*Te doy mi palabra*	Dissabte: *Tira Milles* + *Converses* (divulgació i informació) Diumenge: *Fin de semana* (informació i entreteniment)[20]
Migdia	Informació	*Catalunya migdia*	*Notícies en xarxa*	*14/15*	*Hora 14 fin de semana*	*Noticias fin de semana*	*Mediodía COPE*
Tarda	Esports	*Tot gira* / *La transmissió d'en Puyal*	*En joc*	*Superdiumenge* / *El Barça juga a RAC1*	*Carrusel deportivo*	*Radioestadio*	*Tiempo de juego*

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

[19] Vegeu les notes 17 i 18.

[20] El magazín *Fin de semana* s'emet, per a la resta de l'Estat espanyol, el dissabte i el diumenge de 10 a 14h. La presència d'infoentreteniment en aquesta franja és menor a Catalunya, atesa l'emissió de programes divulgatius en desconnexió. Font: <http://www.cope.es/programas/Fin-de-Semana>.

En relació amb els **gèneres**, Catalunya Ràdio és la que aglutina una diversitat major (7 gèneres de 8). La segueixen La Xarxa i SER (ambdues amb 6), COPE (5), i RAC1 i Onda Cero (ambdues amb 4).[21] Amb l'excepció de RAC1, la resta de programacions registra la informació com el gènere majoritari, amb un rang que oscil·la entre el 35,3% i el 28,1% del temps d'emissió.

La comparativa entre les emissores públiques -Catalunya Ràdio i La Xarxa- mostra que la informació, l'entreteniment i els esports són alguns dels gèneres amb major presència a les graelles respectives. No obstant això, un quart gènere diferencia els dos productes pel que a fa a les primeres posicions: la divulgació a Catalunya Ràdio i la música a La Xarxa.

En concret, a Catalunya Ràdio la informació suposa el 28,1%, l'entreteniment el 26%, els esports el 17,3% i la divulgació, l'11,9%. A La Xarxa, els gèneres amb major presència són la informació (32,6%) la música (28,6%), l'entreteniment (11,2%) i els esports (10,1%) (vegeu la taula 28).

Taula 28. Productes de prestadors públics. Catalunya Ràdio i La Xarxa. Tipologia dels programes (%). Any 2013[22]

Gènere	Catalunya Ràdio	La Xarxa
Informació	28,1	32,6
Entreteniment	26,0	11,2
Esports	17,3	10,1
Divulgatius	11,9	8,0
Musicals	4,2	28,6
Culturals	3,3	3,6
Religiosos	0,3	--
Esoterisme i paraciència	--	--
Altres programes	*8,9*	*6,0*
Total percentatge	**100,0**	**100,0**
Total nombre gèneres	**7**	**6**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

En termes generals, els productes analitzats dels prestadors privats també registren la informació, l'entreteniment i els esports com a gèneres majoritaris, tot i que amb proporcions diverses. La diferència més destacada es troba en l'entreteniment, que oscil·la entre el 37,1% de presència a RAC1 i el 21,1% a la COPE. Per contra, el rang corresponent a la informació se situa entre el 35,3% a la COPE i el 25,3% a RAC1. Els esports obtenen una presència més uniforme en les graelles, que es concreta entre el 28% de la SER i el 20,5% d'Onda Cero.

[21] El còmput del nombre de gèneres exclou l'agrupació *altres programes*.

[22] Les dades es basen en l'anàlisi de la programació d'una setmana tipus, al quart trimestre del 2013.

A banda, cada producte mostra elements específics de diversificació que la singularitzen. RAC1, per exemple, és l'única que situa l'entreteniment en primera posició, per davant de la informació. La SER i la COPE presenten com a particularitat la programació cultural (1,5%) i la religiosa (2,1%), respectivament. Quant a Onda Cero, la divulgació (24,7%) assoleix la segona posició per davant de l'entreteniment i els esports. En aquest sentit, cal indicar que el gènere divulgatiu té un pes específic en les desconnexions d'Onda Cero per a Catalunya (vegeu la taula 29).

Taula 29. Productes de prestadors privats. RAC1, SER, Onda Cero i COPE. Tipologia dels programes (%). Any 2013[23]

Gènere	RAC1	SER	Onda Cero	COPE
Informació	25,3	31,2	30,7	35,3
Entreteniment	37,1	28,9	24,1	21,1
Esports	27,8	28,0	20,5	22,2
Divulgatius	--	0,6	24,7	2,7
Musicals	--	--	--	--
Culturals	--	1,5	--	--
Religiosos	--	--	--	2,1
Esoterisme i paraciència	2,4	1,5	--	--
Altres programes	*7,4*	*8,3*	--	*16,7*
Total percentatge	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Total nombre gèneres	**4**	**6**	**4**	**5**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

3.2 Productes de prestadors d'àmbit català

3.2.1 Catalunya Ràdio

La característica principal de la programació de Catalunya Ràdio durant el bienni 2012-2013 és la continuïtat de l'estructura de la graella i de la majoria dels programes.

Així, la temporada 2012-2013, Manel Fuentes encapçala de nou *El matí de Catalunya Ràdio*. S'incorporen col·laboradors com el poeta Pere Gimferrer -que parla sobre literatura i cinema- i el físic Jorge Wagensberg -que aborda temes científics-. La temporada següent, el magazín estrena Mònica Terribas com a presentadora i allarga una hora la seva durada (de 6 a 13h), fet que suposa la desaparició d'*El mirall*. Es posa el focus en la informació, però també s'ocupa de temes com les noves tecnologies, les tendències, la gastronomia, la literatura i els esports. A més, recorre Catalunya amb un concurs per descobrir el territori a partir

[23] Vegeu les notes 21 i 22.

de propostes de cultura i lleure. L'última part del programa està protagonitzada per "Els minoristes", que repassen l'actualitat en clau d'humor.

A la tarda continua *La tribu de Catalunya Ràdio*, que estrena una secció cultural i una humorística. La temporada següent també incorpora noves seccions. La informació es troba en programes magazín com *El Matí de Catalunya Ràdio* (amb una primera part que adopta un format d'informatiu diari), *El suplement* o *La tribu*, en els butlletins horaris i en espais d'actualitat informativa. *L'informatiu migdia* -que presenta Neus Bonet en substitució de Marta Romagosa- i el *Catalunya vespre* són els dos espais de notícies d'actualitat. Cal destacar que ambdós espais emeten una part d'informació territorial en desconnexió. *El cafè de la República* de Joan Barril continua oferint informació, tertúlies i entrevistes amb personatges d'actualitat. La temporada 2013-2014, la informació es continua articulant, de dilluns a divendres, a través del *Catalunya migdia* (abans, *L'informatiu migdia*), el *Catalunya vespre* i *El cafè de la República*. Amb una durada més reduïda, aquest últim ofereix el repàs de l'actualitat, una entrevista d'autor i un espai on té cabuda la història, la filosofia, la literatura i la música, entre altres temes.

La informació esportiva es troba a *El club de la mitjanit* de Pere Escobar i el *Tot gira* de Marc Negre. També cal esmentar *La transmissió d'en Puyal*, que segueix narrant els partits del FC Barcelona, i *La transmissió de l'Espanyol*. La temporada 2013-2014, David Clupés pren el relleu de Marc Negre en la conducció del *Tot gira*.

La temporada 2012-2013 torna a la graella el programa *Els viatgers de la gran anaconda*, sobre geografia, natura i antropologia. S'incorpora l'espai d'iCat fm *Delicatessen*, que ofereix una selecció musical. I, els caps de setmana, s'amplia una hora la durada del magazín *El suplement*, de Sílvia Cóppulo. Aquest temps es dedica a la informació, tal com feia el *Catalunya matí* -que desapareix- fins aquell moment.

Al marge de la programació regular, neix el microespai *Factoria sensible*. Es tracta de càpsules de 2 a 3 minuts que aborden aspectes de la cultura catalana de la mà de personalitats de diferents àmbits culturals. S'emeten dins de l'informatiu

Catalunya vespre i del programa *El cafè de la República*, a més de a Catalunya Informació.

El juny de 2013 se celebra el 30è aniversari de l'emissora i, en aquest context, es crea un arxiu sonor que pretén recollir documents històrics que ha generat la ràdio pública des de la seva creació, així com entrevistes a personalitats fetes per a l'ocasió. També es considera la col·laboració d'altres entitats per a què cedeixin el seu fons d'àudio, amb l'objectiu de configurar un patrimoni que esdevingui "referència sonora del país".[24] El primer document publicat va ser la dramatització de la novel·la *Incerta glòria*, de Joan Sales. L'arxiu està a disposició de la ciutadania a través d'internet.

La temporada 2013-2014 s'estrena *Les mil i una nits de Maria de la Pau Janer*. El programa s'emet a la franja de nit, al lloc que abans ocupava la segona hora d'*El cafè de la República* (de 22 a 23h). A més de l'escriptora, hi participen experts que aporten una visió científica de la sexualitat i altres persones que aborden el tema des d'una perspectiva quotidiana.

També cal indicar que el programa *El visitant* d'Enric Lucena, que ocupava la franja de matinada i es basava en l'emissió de fragments d'altres programes, desapareix de la graella. En el seu lloc s'emeten redifusions de programes íntegres.

Quant a la renovació interna dels programes, *El suplement* i *Mans* incorporen noves seccions; l'espai de divulgació tecnològica *Generació digital* estrena com a presentador el fins ara director Albert Murillo, i per últim, el programa *En guàrdia!* dedica la temporada a repassar els últims tres-cents anys de la història de Catalunya (1714-2014).

Completen la graella programes divulgatius com *L'ofici de viure* i *Solidaris;* musicals com *Geografia humana*, *A deshora* i *L'audiovisual*; culturals com *La finestra indiscreta;* religiosos com *Paraules de vida*; i *altres* programes com *L'oracle* i *La nit dels ignorants 2.0* (basats en l'opinió i la participació, respectivament).[25]

Durant el quart trimestre de 2013, els programes d'informació (28,1%) són els que tenen més presència, seguits dels d'entreteniment (26%), esportius

[24] <http://www.catradio.cat/noticia/6686/LArxiu-Sonor-de-Catalunya-Radio>
[25] <http://www.catradio.cat/pdf/DossierCR_Temporada2012_2013.pdf>i <http://issuu.com/catradio/docs/dossier_programes_cr_2013_2014>

(17,3%), divulgatius (11,9%), musicals (4,2%), culturals (3,3%) i religiosos (0,3%). Els *altres* programes, que no s'ajusten a cap d'aquestes tipologies, representen el 8,9% del temps d'emissió. L'emissora emet 27 programes diferents, que engloben aquests 7 gèneres (vegeu la taula 28).

Cal indicar que el còmput de la *informació*, a més dels programes informatius pròpiament dits, suma els continguts informatius dels magazins *El matí de Catalunya Ràdio*, *La tribu de Catalunya Ràdio* i *El suplement*.

A part de la programació regular pròpiament dita, cal considerar altres aspectes relacionats amb l'emissora analitzada. En primer lloc, s'observa un augment de les sinergies respecte de la televisió pública catalana. A la franja final d'*El matí de Catalunya Ràdio* s'emet la secció "Els minoristes", protagonitzada per actors dels programes *Polònia* i *Cràckòvia* de TV3. El concurs musical del migdia *Els optimistes* visita cada divendres el municipi que ha acollit el programa *Divendres* durant la setmana. I, com ja succeïa la temporada anterior, *La tribu de Catalunya Ràdio* inclou una versió radiofònica de l'*APM?*.

La comunicació amb l'audiència es reforça a través de les aplicacions, les xarxes socials i una oferta major de continguts per internet. En aquest sentit, la pàgina web incorpora programes específics com *Meteomauri*, presentat per meteoròleg Francesc Mauri; un espai adreçat al públic infantil, que es dedica inicialment a l'obra *El petit príncep* amb motiu del 70è aniversari de la seva publicació; i l'arxiu sonor que recull els documents més destacats dels 30 anys de l'emissora, entre altres.

La taula següent presenta la graella tipus de Catalunya Ràdio, que és representativa de la temporada 2013-2014.[26]

[26] Els horaris d'emissió de les graelles són aproximats, sobretot el cap de setmana, per la possible incidència, principalment, d'esdeveniments esportius. Aquesta advertència és vàlida per a totes les graelles tipus.

Taula 30. Catalunya Ràdio. Graella tipus. Any 2013

<table>
<tr><th>Hora</th><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td>00:00</td><td colspan="5">El club de la mitjanit</td><td rowspan="2">Delicatessen</td></tr>
<tr><td>01:00</td><td colspan="4" rowspan="2">La nit dels ignorants 2.0</td><td rowspan="2">La finestra indiscreta</td></tr>
<tr><td>02:00</td><td>L'audiovisual</td></tr>
<tr><td>03:00</td><td>Geografia humana</td><td colspan="4">El matí de Catalunya Ràdio - Els minoristes (r)</td><td>Geografia humana</td></tr>
<tr><td>04:00</td><td>A deshora</td><td colspan="4">Les mil i una nits de Maria de la Pau Janer (r)</td><td>A deshora</td></tr>
<tr><td>05:00</td><td>L'ofici de viure (r)</td><td colspan="4">Els optimistes (r)</td><td>L'ofici de viure (r)</td></tr>
<tr><td>06:00</td><td colspan="5" rowspan="6">El matí de Catalunya Ràdio</td><td rowspan="2">Mans</td><td>Paraules de vida</td></tr>
<tr><td>07:00</td><td>Mans</td></tr>
<tr><td>08:00</td><td colspan="2" rowspan="5">El suplement</td></tr>
<tr><td>09:00</td></tr>
<tr><td>10:00</td></tr>
<tr><td>11:00</td></tr>
<tr><td>12:00</td></tr>
<tr><td>13:00</td><td colspan="5">Els optimistes</td><td colspan="2">L'ofici de viure</td></tr>
<tr><td>14:00</td><td colspan="5" rowspan="2">Catalunya migdia</td><td colspan="2">Catalunya migdia</td></tr>
<tr><td colspan="2">Tot gira migdia</td></tr>
<tr><td>15:00</td><td colspan="5">L'oracle</td><td>Solidaris</td><td>En guàrdia! 1714-2014</td></tr>
<tr><td>16:00</td><td colspan="5" rowspan="3">La tribu de Catalunya Ràdio</td><td rowspan="2">Generació digital</td><td>Els viatgers de la gran anaconda</td></tr>
<tr><td>17:00</td><td>Generació digital</td></tr>
<tr><td>18:00</td><td rowspan="6">Tot gira</td><td>Tot gira</td></tr>
<tr><td>19:00</td><td colspan="4">Catalunya vespre</td><td rowspan="5">La transmissió d'en Puyal</td></tr>
<tr><td>20:00</td><td colspan="4">Catalunya vespre esports</td></tr>
<tr><td>21:00</td><td colspan="4">El cafè de la República</td></tr>
<tr><td>22:00</td><td colspan="4">Les mil i una nits de Maria de la Pau Janer</td></tr>
<tr><td>23:00</td><td colspan="4">El club de la mitjanit</td><td>El club de la mitjanit</td></tr>
</table>

(r) redifusions

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.2.2 La Xarxa

En la temporada 2011-2012, COMRàdio seguia oferint una programació caracteritzada per grans blocs de programació en directe, acompanyats de continguts produïts o coproduïts per emissores municipals. Destacava *El dia a la COM* (matí), *Extraradi* (tarda), *Tots x tots* (vespre-nit) i *La nit* (nit). Els caps de setmana s'emetia una franja de programació divulgativa al matí –que es concretava en els programes *Mil maneres de viure* i *Eureka!*- i de programació esportiva a la tarda –el contenidor *COMEsports Competició*.

L'estiu de l'any 2012 s'anuncia la cancel·lació d'aquests i altres espais, en un context de reestructuració general de la programació i al setembre d'aquell mateix any, COMRàdio s'integra a La Xarxa.

La **temporada 2012-2013** té lloc, doncs, una renovació profunda de la graella, la meitat del temps de la qual es basarà en les produccions de les emissores municipals associades.

Les novetats principals de la programació es refereixen a la incorporació d'Alfred Rodríguez Picó i Lluís Gavaldà. El meteoròleg presenta el magazín *Picó.cat* al matí (de 10 a 13h), mentre que el cantant condueix el programa musical *El celobert* -produït per Constantí Ràdio- a primera hora de la tarda (de 15 a 16h). També es reformula la franja de tarda, on s'emeten tres edicions del magazín *La tarda* (de 16 a 19h): una per Barcelona, una per Girona i una altra per la resta del territori, feta des de Cugat Ràdio, i basada en continguts aportats per la resta d'emissores associades.

No obstant això, la graella canvia abans d'acabar la temporada. A partir de l'1 d'abril del 2013 desapareixen el magazín matinal *Picó.cat*, el divulgatiu gastronòmic *La cuina de Carbó* (migdies de dilluns a divendres), el divulgatiu científic *Sapiència* (migdies del cap de setmana) i l'agenda cultural *Amunt i avall* (matins del cap de setmana). Aquests buits s'omplen amb programació produïda per les emissores locals. Així, al matí s'estrenen dos magazins -*El mirador de Barcelona* per aquesta demarcació i *Matins en xarxa* per la resta del territori- i, al migdia, s'avança l'horari i s'allarga la durada dels espais *Esports en xarxa* i *Notícies en xarxa*. Els caps de setmana comença el programa de reportatges *La setmana* i s'incorporen tres programes de ràdios associades: *Pluja d'estels* (Ràdio Arenys), *Cor country* (Ràdio Canet) i *A cau d'orella* (Ràdio L'Escala).[27]

La Xarxa consolida la **temporada 2013-2014** l'aposta iniciada la temporada anterior de donar més protagonisme a les ràdios locals i actuar com a plataforma de continguts per a les emissores adherides. Alguns dels programes produïts per aquestes emissores són: *L'última trobada* i *Va de castells* (Ràdio Vilafranca), *Via verda* (Ràdio Arenys), *Colors primaris* (Ràdio Silenci), *Valors a l'alça* (Mataró Ràdio), *Deixa'm tastar* (Ràdio Santa Perpètua), *Som terra* (Emun FM), *Moments*

[27] <http://comunicacio21.cat/2013/04/la-xarxa-radio-remodela-la-seva-graella>

d'òpera (Olesa Ràdio), *Can Tuyus* (Ràdio Granollers), *Blaumarí* (La Cala RTV) i *Jazz club* (Ràdio Municipal de Terrassa). La majoria d'aquests espais són divulgatius o culturals.

Pel que fa a la distribució de gèneres, durant el quart trimestre de 2013 la informació és el que ocupa més temps a la graella (32,6%), seguit de prop per la música (28,6%). A continuació se situen els programes d'entreteniment (11,2%), d'esports (10,1%), divulgatius (8%) i culturals (3,6%). La categoria a*ltres programes* suposa el 6% de les emissions setmanals. Es concreta en un espai de matinada (*Fora d'hora*, de Ràdio Vic) basat en la participació de les persones oients. La Xarxa emet 27 programes diferents, que representen aquests 6 gèneres (vegeu taula 3).

D'una banda, el gènere informatiu augmenta la presència respecte d'anys anteriors perquè s'inclouen diverses franges del *Notícies en xarxa* al llarg del dia, en lloc d'espais que abans ocupaven altres gèneres com l'entreteniment. En termes generals, el percentatge d'*informació* inclou les franges informatives i els continguts informatius dels magazins *Matins en xarxa* i *La tarda*. De l'altra, el fet que la música representi més de la quarta part de la graella s'explica, en bona mesura, per l'emissió de programes d'iCat fm. És el cas d'*iCat.cat* –que ocupa la franja de matinada-, *Delicatessen*, *5 songs* i *Independents*.

Quant als magazins, el *Matins en xarxa* (de 10 a 13h), presentat per Marc Lobato, compta amb la participació de 17 emissores locals que realitzen diferents seccions, estructurades en mòduls. Aquestes ràdios emeten el magazín sota la mateixa marca, però el poden personalitzar i adaptar a les seves necessitats gràcies a l'estructura modular. L'altre magazín de referència continua sent *La tarda* (de 16 a 19h).[28]

[28] <http://www.laxarxa.com/llistat-programes>

Taula 31. La Xarxa. Graella tipus. Any 2013

Hora	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
00:00	*L'altra cara de la lluna*	*iCat.cat*				*iCat.cat*	*El celobert (r)*
01:00	*iCat.cat*						*iCat.cat*
02:00							
03:00							
04:00	*Fora d'hora*						
05:00							
06:00	*Notícies en xarxa*						
07:00						*Som terra*	*Blaumarí*
08:00						*Notícies en xarxa*	*Notícies en xarxa*
09:00	*L'entrevista*					*Maneres de viure*	*Maneres de viure*
10:00	*Matins en xarxa*						
11:00							
12:00						*En joc*	
13:00	*Esports en xarxa*						
14:00	*Notícies en xarxa*						
15:00	*El celobert*					*5 songs*	*Independents*
16:00	*La tarda*					*L'internauta*	*En joc*
17:00						*Moments d'òpera*	
18:00						*En joc*	
19:00	*Notícies en xarxa*						
20:00	*Delicatessen*						*Jazz Club*
21:00	*L'última trobada*	*Via verda*	*Colors primaris*	*Valors a l'alça*	*Deixa'm tastar*	*Famílies i escola*	*Va de castells*
22:00	*Notícies en xarxa*					*Can Tuyus*	
23:00							

(r) redifusions

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.2.3 RAC1

Al marge de canvis relacionats amb noves seccions i persones col·laboradores, l'oferta de RAC1 la **temporada 2012-2013** no presenta canvis en l'estructura de la graella. La programació de la **temporada 2013-2014** també és continuista i només presenta algunes novetats referides a la incorporació de persones col·laboradores.

El món a RAC1 suma les opinions de Jaume Barberà a la tertúlia política i de Carles Moyà a la tertúlia esportiva. També s'incorporen col·laboradors com Josep Maria Mainat (secció sobre avenços científics), Pedro García Aguado (secció sobre com tractar joves en situacions de conflicte) i Sergi Mas (secció sobre històries de la ràdio). La temporada 2013-2014, el programa introdueix el comentari de Tian Riba i Pere Mas -"els crítics dels crítics"- en acabar la tertúlia,

per tal de qüestionar les intervencions dels col·laboradors habituals. A més, les sèries de televisió guanyen presència amb Toni de la Torre i Pep Prieto. També s'estrena la secció musical "Els vinils del Raül".

Quant a *Versió RAC1*, Toni Clapés estrena un consultori esportiu, una secció musical i la col·laboració del periodista Ernesto Ekáizer per parlar d'històries relacionades amb el món judicial, polític i econòmic. La temporada següent, s'incorporen les veus dels humoristes Berto Romero i Juan Carlos Ortega, així com la del presentador Ramon Gener (*Òpera en texans*, TVC). El programa introdueix una secció sobre curiositats de l'actualitat esportiva i un concurs setmanal amb els oients, que participen des de l'estudi.

En l'àmbit esportiu, el programa vespertí *Primer toc* reforça el seguiment de la lliga anglesa i del futbol base del Barça. Per la seva banda, el *Tu diràs* consolida les novetats que va introduir Dani Senabre la temporada anterior. Es potencia la tertúlia i la participació de les persones oients, i es dóna més pes al futbol internacional. La temporada 2013-2014, el *Primer toc* subratlla el seguiment del Bayern de Pep Guardiola i de la lliga alemanya. S'estrena un nou espai de debat ("L'un contra un"), una secció sobre la Lliga de Campions ("Champions Master Class") i una altra sobre l'esport americà amb Jordi Graupera. Pel que fa al *Tu diràs*, aquesta temporada es dóna més protagonisme als oients, que poden assistir a l'estudi els dijous i participar al programa en directe. Les retransmissions d'*El Barça juga a RAC1* i *L'Espanyol juga a RAC1* completen l'oferta esportiva.

Els caps de setmana, *La primera pedra* de Jordi Margarit estrena una tertúlia d'actualitat i obre un consultori per respondre preguntes de l'audiència sobre temes sentimentals i socials. Pel que fa al *Via lliure* de Marta Cailà, s'incorpora una secció per aprendre a interpretar els somnis; es fa un seguiment de les cartes al director que publiquen els diaris; i es recomanen indrets que val la pena visitar. La temporada següent es conviden analistes per interpretar l'actualitat des d'una perspectiva més humana.[29]

La temporada 2013-2014 s'accentuen els temes socials en el programa *Tot és possible* d'Elisenda Camps. S'inclouen entrevistes a personatges famosos de

[29] <http://www.rac1.org/wp-content/banners/RAC1_2012-2013.pdf> i<http://www.rac1.org/wp-content/banners/RAC1_Programacio_2013-2014.pdf>

diferents àmbits per explicar el seu vessant més solidari, i també s'aborda la feina d'entitats que treballen per millorar la vida de les persones desfavorides.

Quant als gèneres, durant el quart trimestre de 2013, la categoria principal que configura la graella es refereix als programes d'entreteniment (37,1%), seguits dels esportius (27,8%), d'informació (25,3%) i d'esoterisme i paraciència (2,4%). Els *altres* programes representen el 7,4% del temps total d'emissió. Aquests 4 gèneres representen 16 programes diferents (vegeu taula 4).

El còmput de la *informació* suma els informatius i la part informativa dels magazins *El món a RAC1, Versió RAC1, La primera pedra, Via Iliure i RAC1centrat.*

Taula 32. RAC1. Graella tipus. Any 2013

<table>
<tr><th>Hora</th><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td>00:00</td><td colspan="7">Tu diràs</td></tr>
<tr><td>01:00</td><td rowspan="2">Misteris</td><td colspan="5">La competència (r)</td><td rowspan="2">Misteris</td></tr>
<tr><td>02:00</td><td colspan="5">La segona hora (r)</td></tr>
<tr><td>03:00</td><td>Via Lliure (r)</td><td colspan="5">Tot és possible (r)</td><td>Via Lliure (r)</td></tr>
<tr><td>04:00</td><td colspan="7" rowspan="2">Tu diràs (r)</td></tr>
<tr><td>05:00</td></tr>
<tr><td>06:00</td><td colspan="5" rowspan="6">El món a RAC1</td><td colspan="2" rowspan="4">La primera pedra</td></tr>
<tr><td>07:00</td></tr>
<tr><td>08:00</td></tr>
<tr><td>09:00</td></tr>
<tr><td>10:00</td><td colspan="2" rowspan="4">Via Iliure</td></tr>
<tr><td>11:00</td></tr>
<tr><td>12:00</td><td colspan="5">La competència</td></tr>
<tr><td>13:00</td><td colspan="5">La segona hora</td></tr>
<tr><td rowspan="2">14:00</td><td colspan="7">14/15</td></tr>
<tr><td colspan="7">100 metres</td></tr>
<tr><td rowspan="2"></td><td colspan="5" rowspan="2">Tot és possible</td><td rowspan="8">RAC1centrat</td><td>RAC1centrat</td></tr>
<tr><td>15:00</td></tr>
<tr><td>16:00</td><td colspan="5" rowspan="3">Versió RAC1</td><td rowspan="3">Super-diumenge</td></tr>
<tr><td>17:00</td></tr>
<tr><td>18:00</td></tr>
<tr><td>19:00</td><td colspan="5" rowspan="2">Primer toc</td></tr>
<tr><td>20:00</td><td rowspan="3">El Barça juga a RAC1</td></tr>
<tr><td>21:00</td><td colspan="5" rowspan="2">La nit a RAC1</td></tr>
<tr><td>22:00</td></tr>
<tr><td>23:00</td><td colspan="7">Tu diràs</td></tr>
</table>

(r) redifusions

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.3 Productes de prestadors d'àmbit estatal amb desconnexions

3.3.1 SER

L'oferta de la SER la **temporada 2012-2013** es distingeix pels canvis en la programació. La **temporada 2013-2014** consolida les novetats, tot i que s'observen algunes modificacions.

Pepa Bueno i Gemma Nierga es posen al capdavant del magazín matinal *Hoy por hoy*, en substitució de Carles Francino. La primera, procedent dels informatius de TVE, s'encarrega de la part centrada en la informació, l'anàlisi i l'opinió. La segona, que fins aquell moment havia presentat *La ventana*, aborda la part d'entreteniment. L'acompanyen alguns dels col·laboradors que tenia al magazín de tarda, com Juanjo Millás, Boris Izaguirre i Javier Cansado. La temporada 2013-2014 introdueix canvis en aquesta segona part. En concret, s'eliminen continguts humorístics, es potencien els temes socials i s'estrena una secció sobre crònica negra. A més, es prescindeix de col·laboradors com Boris Izaguirre –a partir d'aquest moment a Onda Cero-, Javier Cansado i Joaquín Reyes.

La ventana estrena Carles Francino com a conductor i amplia una hora la seva durada (de 16 a 20h). El periodista trasllada a la tarda seccions que abans s'incloïen a *Hoy por hoy*. És el cas de "Todo por la radio", la "Universidad de vigilancia lingüística", el concurs literari "Relatos en cadena", les receptes de cuina i la crònica futbolística. S'incorpora a l'equip Roberto Sánchez, presentador fins aquell moment de l'espai de matinada *Si amanece nos vamos*, que desapareix de la graella. La temporada següent es reforcen els continguts informatius del programa. El comentari de l'actualitat incorpora la participació de Cristina Fallarás i comença una secció sobre ciència i una altra sobre televisió.

Una altra novetat de la temporada 2012-2013 es refereix al magazín del cap de setmana *A vivir que son dos días*. Javier del Pino, que havia estat corresponsal de l'emissora a Washington, pren el relleu de la presentadora Montserrat Domínguez. En la nova etapa es potencia el contingut humorístic de l'espai.

En l'àmbit esportiu, l'abril del 2013 s'estrena *Acento Robinson*, on Michael Robinson aporta la seva visió de l'esport. L'espai té col·laboradors com Liam Robinson o John Carlin.

Les desconnexions per a Catalunya compten durant aquest període amb Gemma Nierga com a copresentadora del magazín *L'hora L* -que s'emet després de *Hoy por hoy*-, juntament amb Frederic Vicent. El programa inclou desconnexions per a Girona, Lleida i el Camp de Tarragona. Pel que fa a l'espai *El balcó*, que s'emet al tram final de *La ventana*, redueix la seva durada 40 minuts i es passa a emetre de 19.20 a 19.40h. En relació amb els esports, Jordi Martí s'estrena com a presentador de *La graderia* al vespre.

La temporada 2013-2014, l'informatiu *Hora 14* incorpora la col·laboració del periodista Juan Cruz, que dedica el seu espai als protagonistes de la jornada. Pel que fa a *Hora 25*, que presenta Àngels Barceló, els dilluns compta amb representants dels principals grups parlamentaris al Congrés per comentar l'actualitat política, amb la novetat que en la primera part s'inclou l'anàlisi d'experts de diferents àmbits. A més, l'espai satíric "Carne cruda" augmenta la seva presència en el programa.

En relació amb els esports, José Ramón de la Morena continua liderant *El larguero* cada nit, mentre que Manu Carreño i José Antonio Ponseti segueixen al capdavant de *Carrusel deportivo* els caps de setmana. L'oferta esportiva es completa amb *Acento Robinson* i *SER aventureros*.

Després de dos anys en antena, aquesta temporada desapareix de la graella el programa d'entreteniment *El mundo Today*, basat en el diari satíric homònim.[30]

Durant el quart trimestre de 2013, els programes amb més presència a la graella de l'emissora són els informatius (31,2%), seguits dels d'entreteniment (28,9%) i els esportius (28%). A continuació, els programes culturals i d'esoterisme i paraciència registren el mateix pes (1,5% cadascun). La divulgació representa el 0,6% i els *altres* programes, el 8,3%.

Cal indicar que el percentatge d'*informació* té en compte els continguts informatius dels magazins *Hoy por hoy, La ventana, A vivir que son dos días, L'hora L, El balcó, El dia de la marmota* i *Tot és comèdia.* A això cal afegir els programes íntegrament informatius.

[30] <http://www.cadenaser.com/sociedad/articulo/ser-presenta-temporada-2012-2013-profunda-remodelacion-parrilla/csrcsrpor/20120903csrcsrsoc_8/Tes>, <http://www.cadenaser.com/sociedad/articulo/23lanovaser/csrcsrpor/20120904csrcsrsoc_6/Tes> i <http://www.cadenaser.com/sociedad/articulo/cadena-ser-afronta-temporada-objetivo-revalidar-liderazgo/csrcsrpor/20130912csrcsrsoc_6/Tes>

La programació de la SER presenta diversos espais emesos en desconnexió en llengua catalana. Aquests suposen prop de 60 hores setmanals. Una part són programes realitzats exclusivament per a Catalunya: *L'hora L*, *Especialistas secundarios*, *La graderia*, *El dia de la marmota*, *Punt de llibre*, *Tot és comèdia* i els butlletins informatius en desconnexió. Altres, en canvi, són versions en català de programes que també s'ofereixen en castellà per a la resta de l'Estat: *El balcó* (*La ventana*) i *Parlar per parlar* (*Hablar por hablar*). A Catalunya es pot escoltar *El balcó* en les dues versions, ja que s'inclou dins l'emissió de *La ventana*. A banda, es mantenen les diferents desconnexions locals del magazín *L'hora L* a Catalunya.

Taula 33. SER Barcelona. Graella tipus. Any 2013

Hora	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
00:00	*El larguero*						
01:00							
02:00	*El dia de la marmota*	*Parlar per parlar*				*Acento Robinson*	*Milenio 3*
03:00	*Punt de llibre (r)*					*Parlar per parlar*	
04:00	*Tot és comèdia (r)*	*L'hora L (r)*					*Tot és comèdia (r)*
05:00		*La graderia (r)*					
06:00	*Hoy por hoy*					*SER aventureros*	*SER consumidor*
07:00						*Matinal SER*	
08:00						*La hora extra*	*Matinal SER*
09:00						*A vivir que son dos días*	
10:00							
11:00							
12:00						*Tot és comèdia*	
13:00	*L'hora L*						
14:00	*Especialistas secundarios*						
15:00	*Hora 14*					*Hora 14 fin de semana*	
16:00	*La graderia*					*Punt de llibre*	
17:00	*La ventana (inclou El balcó, de 19.20h a 19.40h)*					*Carrusel deportivo*	*Carrusel deportivo*
18:00							
19:00							
20:00	*Hora 25*						
21:00	*La graderia*						
22:00	*Hora 25*						
23:00							*El larguero*

(r) redifusions

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.3.2 Onda Cero

Onda Cero, la **temporada 2012-2013**, continua amb els noms propis de la temporada anterior en les principals franges horàries: *Herrera en la Onda* amb Carlos Herrera (matí), *Julia en la Onda* amb Julia Otero (tarda) i *Te doy mi palabra* amb Isabel Gemio (matí del cap de setmana). El mateix to de continuïtat programàtica caracteritza la **temporada 2013-2014**. Els canvis es concentren en les seccions i les persones col·laboradores.

El magazín *Herrera en la Onda* manté les seccions habituals de tertúlia política, actualitat social i cultural, crònica taurina i "Los fósforos", entre altres. Pilar Gómez, subdirectora del diari *La Razón*, s'incorpora com a tertuliana. A més, es reforça la presència del programa a internet i les xarxes socials. La temporada següent, el programa estrena com a col·laboradors José Luis Martín Prieto, Javier Sierra i Boris Izaguirre, aquest últim procedent de la SER.

Julia en la Onda inaugura la secció "Tea Party", on Arcadi Espada, José Maria Calleja, Antonio Naranjo i Máximo Pradera s'alternen de dilluns a dijous per opinar sobre l'actualitat. Continuen en antena les seccions de crítica televisiva, successos, economia, cultura, borsa, tendències, medi ambient, etc. L'espai "El gabinete" recupera aquesta temporada Manuel Delgado i Juan Carlos Girauta. La temporada 2013-2014, *Julia en la Onda* inclou noves seccions: "Con un par", on Máximo Pradera i Antonio Naranjo confronten opinions sobre l'actualitat de la jornada; un espai dedicat a l'educació amb José Antonio Marina; i un altre sobre el que succeeix a l'activisme social. La música amplia la seva presència en el programa a través del productor musical Javier Limón i, a més, les xarxes socials guanyen protagonisme.

L'informatiu *La Brújula*, de Carlos Alsina, consolida els seus espais de debat sobre l'actualitat política i l'econòmica ("La Brújula de la economia"). A més, s'introdueix l'humor a través de Guillermo Fesser -del duo Gomaespuma-, que exerceix de corresponsal de la vida quotidiana des de Nova York a la secció "A cien millas de Manhattan". A la temporada 2013-2014 s'hi incorporen el columnista del diari *El Mundo* Manuel Jabois i el periodista econòmic Luis Vicente Muñoz. També s'aposta per la divulgació científica amb l'expert Alberto Aparici.

Una altra novetat de la temporada 2012-2013 es troba en el programa esportiu nocturn *Al primer toque*, que inicia una nova etapa amb Héctor Fernández. La renovació de part del planter de col·laboradors va associada a aquest canvi. S'aprofundeix en l'esport europeu i americà de la mà de corresponsals de diferents mitjans de comunicació estrangers. La temporada següent, el programa reforça l'equip de comentaristes amb Ángel Cappa i amplia mitja hora l'emissió (de 0 a 2h). El *Radioestadio* del cap de setmana manté Javier Ares i Javier Ruiz Taboada al capdavant.

Els caps de setmana, Isabel Gemio inclou la participació de Javier Gurruchaga a *Te doy mi palabra* per explicar històries de la música i anècdotes d'algunes cançons. Altres noms nous són el periodista Ramón Miravitlles, l'humorista David Guapo i l'esportista paralímpica Gemma Hassen-Bey. La temporada 2013-2014 s'agrega a l'equip el periodista Matías Antolín, el divulgador científic Antonio Martínez Ron i el filòleg i poeta Alfonso Levy.

Pel que fa a les desconnexions per a Catalunya, la temporada 2012-2013 cal destacar la renovació del programa d'esports *Ronda esportiva*, que incorpora Albert Lesán com a copresentador al costat d'Albert Arranz. A banda, s'estrena el programa econòmic *Balanç* amb Víctor Bottini, que emfasitza models d'èxit en l'actual context de crisi.[31]

Els programes amb més presència a la graella de l'emissora el quart trimestre de 2013 són els informatius (30,7%), seguits dels divulgatius (24,7%), els d'entreteniment (24,1%) i els esportius (20,5%).

A part dels programes informatius pròpiament dits, la *informació* conté la part informativa dels programes *Herrera en la Onda, Julia en la Onda, Te doy mi palabra* i *La ciutat.*

Onda Cero emet entorn de 60 hores setmanals de programes en desconnexió, en llengua catalana. Més de la meitat d'aquests continguts són divulgatius. Es concreten en els espais *La gran vida* (benestar), *Dos a la cuina* (gastronomia), *Pont Barcelona-Madrid* (comparació de les dues ciutats en positiu), *Gent viatgera* (viatges), *En bones mans* (salut) i *Nits de ràdio* (temes diversos).

[31] <http://www.atresmediapublicidad.com/a3document/2013/09/16/DOCUMENTS/00008/00008.pdf>, <http://www.ondacero.es/noticias/onda-cero-apuesta-nuevo-continuidad-seguir-creciendo_2012090600034.html> i <http://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/noticies/onda-cero-catalunya-engega-nova-temporada-20122013_2012083100148.html>.

S'emeten franges informatives per a Catalunya al llarg de tot el dia (*Notícies matí*, *Notícies migdia* i *Notícies vespre*), així com espais setmanals d'anàlisi de l'actualitat (*Balanç* i *La Brúixola*). A banda, el magazín *La ciutat*, presentat per Albert Lesán, compta amb desconnexions territorials que aporten informació de proximitat. Completen l'oferta el programa esportiu *Ona esportiva* i l'espai d'entreteniment *Els imperdibles*.

Taula 34. Onda Cero. Graella tipus. Any 2013

<table>
<tr><th>Hora</th><th>Dilluns</th><th>Dimarts</th><th>Dimecres</th><th>Dijous</th><th>Divendres</th><th>Dissabte</th><th>Diumenge</th></tr>
<tr><td>00:00</td><td colspan="5" rowspan="2">Al primer toque</td><td colspan="2">Radioestadio</td></tr>
<tr><td>01:00</td><td colspan="2" rowspan="4">Nits de ràdio</td></tr>
<tr><td>02:00</td><td colspan="5" rowspan="4">Nits de ràdio</td></tr>
<tr><td>03:00</td></tr>
<tr><td>04:00</td></tr>
<tr><td>05:00</td></tr>
<tr><td>06:00</td><td colspan="5" rowspan="5">Herrera en la Onda
(inclou Notícies matí, de 7.20h a 7.30h; i de 8.20h a 8.30h)</td><td>Dos a la cuina (r)</td><td>La gran vida (r)</td></tr>
<tr><td>07:00</td><td colspan="2">En bones mans</td></tr>
<tr><td>08:00</td><td colspan="2" rowspan="4">Te doy mi palabra</td></tr>
<tr><td>09:00</td></tr>
<tr><td>10:00</td></tr>
<tr><td>11:00</td></tr>
<tr><td>12:00</td><td colspan="5" rowspan="2">La ciutat</td><td colspan="2" rowspan="2">Gente viajera</td></tr>
<tr><td>13:00</td></tr>
<tr><td>14:00</td><td colspan="5">Noticias mediodía
(inclou Notícies migdia, de 14.20h a 14.30h)</td><td colspan="2">Noticias fin de semana</td></tr>
<tr><td>15:00</td><td colspan="5">Ona esportiva</td><td colspan="2">Como el perro y el gato</td></tr>
<tr><td>16:00</td><td colspan="5" rowspan="3">Julia en la Onda</td><td colspan="2" rowspan="6">Radioestadio</td></tr>
<tr><td>17:00</td></tr>
<tr><td>18:00</td></tr>
<tr><td>19:00</td><td colspan="5">Els imperdibles</td></tr>
<tr><td rowspan="2">20:00</td><td colspan="5">La Brújula</td></tr>
<tr><td colspan="5">Notícies vespre</td></tr>
<tr><td rowspan="2">21:00</td><td rowspan="2">Balanç</td><td rowspan="2">La gran vida</td><td rowspan="2">La Brúixola</td><td>Dos a la cuina</td><td rowspan="2">Gent viatgera</td></tr>
<tr><td>Pont Barcelona-Madrid</td></tr>
<tr><td>22:00</td><td colspan="5">La Brújula</td></tr>
</table>

(r) redifusions

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.3.3 COPE

La **temporada 2012-2013**, la COPE trenca el caràcter continuista de l'anterior, especialment pel que fa a la renovació de professionals. El **2013-2014** aquest producte manté l'estructura de la programació i incorpora noves persones col·laboradores.

La mañana -el magazín matinal adopta aquest nom en lloc de *Así son las mañanas*- estrena la modalitat de dos presentadors: Ernesto Sáenz de Buruaga es manté com a conductor de la part informativa (de 6 a 10h), mentre que Javi Nieves s'encarrega de la part d'entreteniment (de 10 a 12h). En aquesta última franja hi tenen cabuda temes com el cinema, la ciència o l'economia, explicada per Leopoldo Abadía. La temporada 2013-2014, el programa suma les veus del publicista Lluís Bassat i l'economista Fernando Fernández. De l'humor es fa càrrec el Grupo Risa, procedent de esRadio. I el periodista Juan Antonio Alcalá reapareix a l'emissora, dins del magazín matinal, per explicar les novetats esportives.

Ramón García passa a presentar *La tarde*, que amplia el seu horari de 15 a 19h, i ocupa bona part de l'espai on abans s'emetia *La atalaya*. El programa aborda temes d'interès per a l'audiència com l'ocupació i l'habitatge, i inclou una tertúlia femenina sobre futbol i una secció sobre activitats per fer amb infants el cap de setmana. Tot seguit s'emet el programa informatiu *La linterna* de Juan Pablo Colmenarejo, que augmenta una hora la seva durada.

El partido de las 12 prescindeix de Juan Antonio Alcalá i manté Joseba Larrañaga, que està acompanyat per José Luis Corrochano, Manolo Lama i Paco González. Aquest últim segueix encapçalant *Tiempo de juego* els caps de setmana juntament amb Pepe Domingo Castaño. A més, l'equip d'esports de la COPE guanya protagonisme a *Mediodía COPE*, *La tarde* i *La linterna*, amb espais dins d'aquests programes. La temporada 2013-2014, l'equip d'esports de l'emissora es reforça amb analistes com Quique Sánchez Flores i David Albelda.

La programació religiosa, que respon a la línia editorial pròpia de la COPE, es concreta en programes emesos principalment els diumenges durant la

programació regular i, també, en dates assenyalades del calendari litúrgic com el Nadal i la Setmana Santa.[32]

Pel que fa a la distribució de gèneres, durant el quart trimestre de 2013 els programes que ocupen més temps a la graella són els d'informació (35,3%), seguits dels esportius (22,2%) i d'entreteniment (21,1%). Amb percentatges menors es troben els programes divulgatius (2,7%) i religiosos (2,1%). Els *altres* programes suposen un 16,7%, que fa referència a un espai de matinada basat en la participació de les persones oients (*Momentos*).

La part informativa dels magazins *La mañana, La tarde, La mañana fin de semana, Fin de semana, El matí* i *La tarda* està inclosa en la *informació*, juntament amb els programes íntegres d'aquest gènere.

Les desconnexions per a Catalunya, en llengua catalana, s'apropen a les 60 hores setmanals. La majoria són versions de programes que s'emeten en castellà per a la resta de l'Estat: *El matí* (tram final de *La mañana*), *La tarda* (tram final de *La tarde*), *Esports COPE* (*Deportes COPE*), *Santa Missa* (*Santa Misa*) i *Informatiu diocesà* (*Informativo diocesano*). També s'emeten programes exclusivament per a Catalunya, com el divulgatiu de turisme i oci *Tira Milles*, l'informatiu *Converses* i l'espai de participació *Momentos*. A banda, s'emeten desconnexions informatives en català a *La mañana*, *Mediodía COPE*, *La tarde* i *La linterna*.

Per últim, cal indicar que el magazín *El matí* compta amb edicions en desconnexió local per a diferents territoris.

[32] <http://www.cope.es/detalle/Arranca-la-nueva-temporada-de-COPE.html>i <http://www.cope.es/detalle/El-Grupo-COPE-presenta-su-programacion-2013-14.html>.

Taula 35. COPE Barcelona. Graella tipus. Any 2013

Hora	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
00:00	*Tiempo de juego*	*El partido de las 12*					*Tiempo de juego*
01:00							
02:00	*Momentos*						
03:00							
04:00							
05:00							
06:00	*La mañana*					*La mañana fin de semana*	
07:00							
08:00						*Agropopular*	*Iglesia noticia*
09:00							*Santa Missa*
							Informatiu diocesà
10:00						*Tira Milles*	*Fin de semana*
11:00							
12:00	*El matí*						*Tiempo de juego*
13:00						*Converses*	
14:00	*Mediodía COPE*					*El espejo*	
						Mediodía COPE	
15:00	*La tarde*					*El golpe de gracia*	*Tiempo de juego*
	Esports COPE					*Tiempo de juego*	
16:00	*La tarde*						
17:00							
18:00	*La tarda*						
19:00	*La linterna*				*La linterna*		
20:00							
21:00							
22:00							
23:00					*La linterna de la Iglesia*		

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

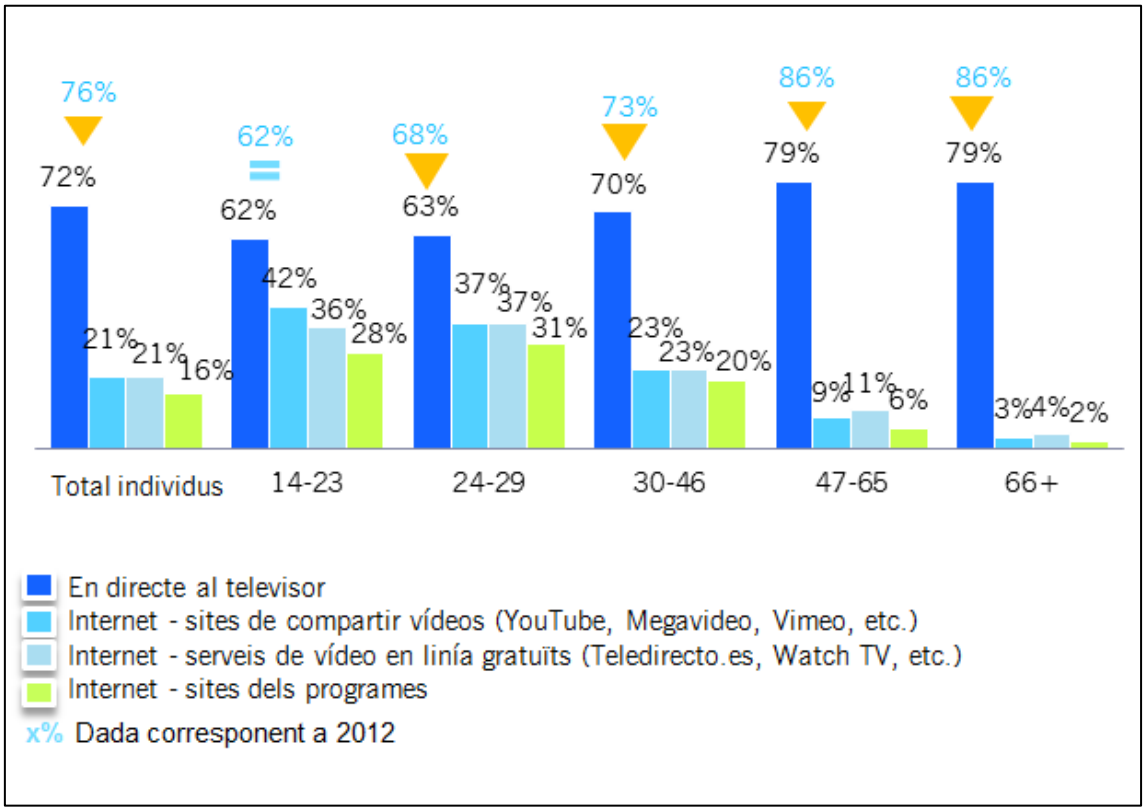
Capítol IV. El consum audiovisual a Catalunya

1. Presentació

Els canvis produïts en els darrers anys en els hàbits de consum mediàtic fan que sigui més difícil conèixer les audiències reals de l'oferta audiovisual, que cada vegada és més fragmentada i especialitzada, i que es consumeix mitjançant pantalles múltiples i no sempre en temps real. Els audímetres, per exemple, no comptabilitzen les descàrregues de continguts audiovisuals.

Tot i que el televisor segueix sent l'aparell preferit, el consumidor es mou cada cop més en un entorn digital i, per tant, el consum audiovisual també es dóna en dispositius nous. D'acord amb les dades de Deloitte, el 72% de les persones teleespectadores continua preferint consumir continguts audiovisuals en directe i per mitjà del televisor. Aquest percentatge augmenta en les franges de més edat.

Gràfic 1. Formes de consumir els continguts televisius favorits. Estat espanyol. Any 2012



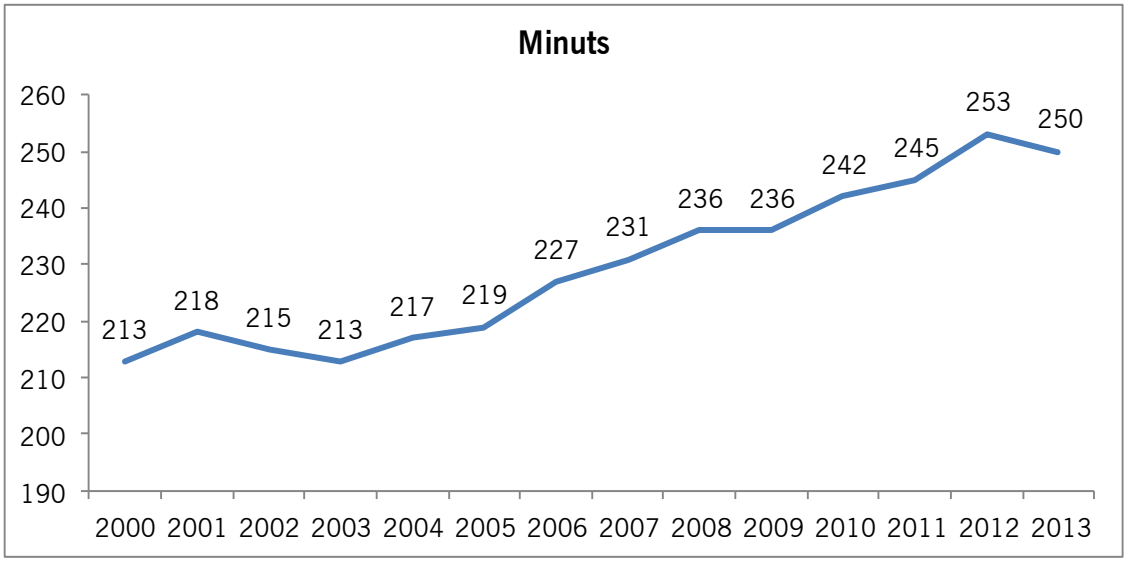
Font: Deloitte. *The State of Media Democracy 2013*. Dades corresponents a l'Estat espanyol.

En aquest capítol s'utilitzen principalment dades d'EGM Baròmetre Catalunya,[1] que és l'empresa de mesura i anàlisi d'audiència que compta amb una mostra més gran a escala catalana, i de Kantar Media a través de Barlovento Comunicación, Deloitte i *Notícias de la Comunicación*.

En els darrers temps han aparegut noves formes de comptabilitzar les audiències socials a partir de la interactivitat del públic a les xarxes socials, principalment via Twitter. L'audiència es mesura tradicionalment mitjançant audímetres o entrevistes personals, mentre que l'audiència social recull les persones que miren un programa i alhora interactuen per mitjà de les xarxes socials.

En termes quantitatius, cal remarcar que el consum de mitjans per persona i dia ha anat en augment a la darrera dècada, tant pel que fa a la televisió com a la ràdio. Així, per exemple, el 2013, a Catalunya es van consumir 250 minuts de televisió per persona i dia. Això suposa 37 minuts diaris més que el 2000, quan es consumien 213 minuts per persona i dia. El consum televisiu va arribar al màxim històric l'any 2012 amb 253 minuts.

Gràfic 2. Evolució del consum de minuts de televisió per persona i dia a Catalunya. Període 2000-2013



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de Kantar Media/Barlovento Comunicación.

[1] Dades en base a entrevistes a persones de 14 anys i més a Catalunya. 3a onada acumulada mòbil corresponent als mesos de febrer a novembre de 2013. Dades publicades el 28 de novembre de 2013. L'1 de gener de 2013 l'EGM i el Baròmetre unifiquen la mostra i la periodicitat de les onades en l'EGM Baròmetre Catalunya. http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/Resum-3a-onda-2013-EGM-Barometre-Catalunya.pdf

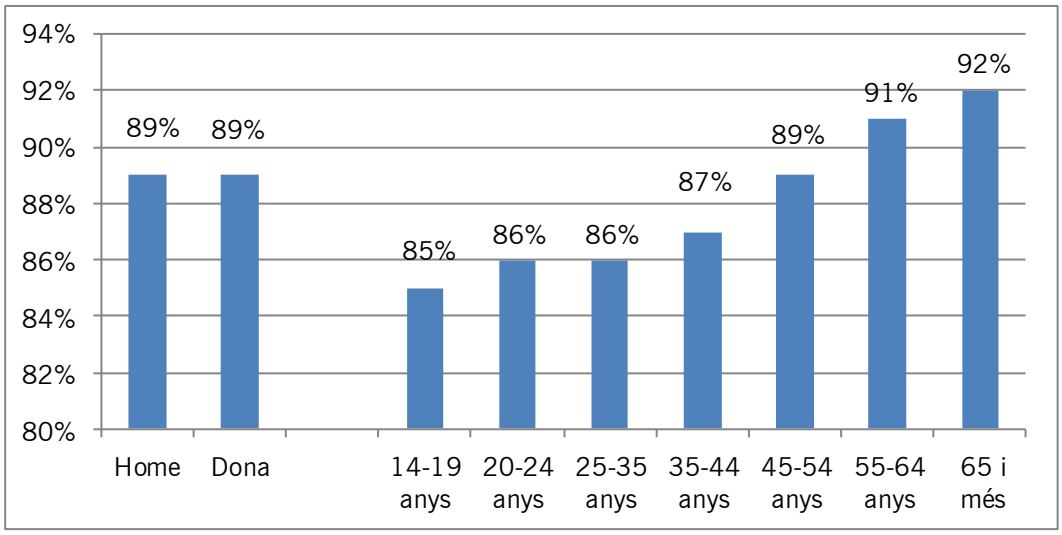
Segons Deloitte, a Catalunya es consumeixen diàriament gairebé 20 minuts més de televisió que la mitjana europea.[2]

Pel que fa al sistema de distribució de televisió, i d'acord amb dades de Kantar Media presentades per Barlovento Comunicación, la TDT és, amb diferència, el sistema més usat a Catalunya, amb un 88,3%. És el percentatge més alt de tot l'Estat espanyol. La resta de sistemes són minoritaris: un 6,7% de cable i un 5,1% mitjançant satèl·lit.

2. El consum i l'audiència de televisió

La televisió és el mitjà que té una major penetració el 2013: arriba a gairebé el 90% de la població catalana i la miren el mateix percentatge d'homes i de dones. La penetració del mitjà televisiu és més gran quan més edat té l'audiència, segons l'EGM Baròmetre.

Gràfic 3. Penetració de l'audiència del mitjà televisió per variables de gènere i edat a Catalunya. Any 2013

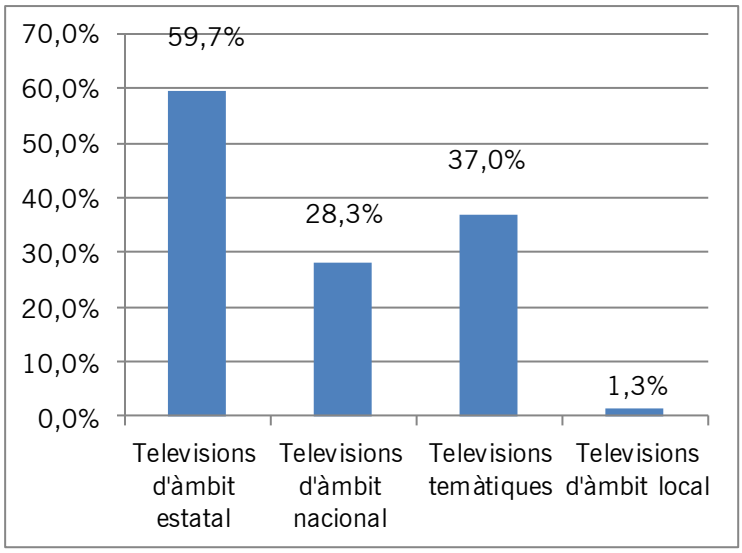


Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013. (febrer-novembre 2013)

A Catalunya, l'audiència tria preferentment les televisions amb cobertura d'àmbit estatal. Amb tot, el lideratge de TV3 fa que el consum sigui diferent a la resta de l'Estat: es dóna una menor penetració de la televisió pública espanyola i, tot i que ha disminuït el seu consum, encara és present la televisió local.

[2] Aquesta mitjana s'obté a partir del consum per persona i dia d'Espanya (244 minuts), Gran Bretanya (236 minuts), França (225 minuts) i Alemanya (221 minuts).

Gràfic 4. Penetració de l'audiència del mitjà televisió per àmbit territorial de cobertura a Catalunya. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013 (febrer-novembre 2013)

El 2013, TV3 lidera la quota de pantalla a Catalunya amb 2,6 punts de mitjana anual per sobre del segon canal que és Antena 3 TV, i amb 3 punts més que el situat en tercera posició que és Telecinco.

Taula 1. Quota de pantalla de les televisions a Catalunya. Any 2013 (en %)

Cadenes	2013
TV3	13,5
Antena 3 TV	10,9
Telecinco	10,5
La1	7,1
laSexta	5,8
Cuatro	5,5
Temàtiques pagament	5,5
8tv	3,4
FDF	2,5
Neox	2,3
Temàtiques obertes	2,2
Divinity	2,2
La 2	2,1
Clan	1,9
Nitro	1,9
Super3/33	1,7
Nova	1,7
Xplora	1,7
Paramount Channel	1,6
laSexta3	1,6
Discovery Max	1,6
Boing	1,5
Esports3	1,4
3/24	1,2
Disney Channel	1,2

Cadenes	2013
Energy	1,2
laSiete	0,9
Teledeporte	0,6
MTV	0,6
Intereconomía	0,5
Resta autonòmiques	0,4

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de CCMA/Kantar Media.

Si s'observa l'evolució de la quota de pantalla de les principals televisions que emeten a Catalunya des de l'any de l'encesa digital, veiem que les cadenes perden percentatge en detriment de l'agrupació de temàtiques TDT. TV3 es manté en primera posició tots aquests anys. En canvi, Telecinco que es trobava en segona posició entre el 2010 i el 2012, es veu avançada per Antena 3 TV el 2013. La 1, en quarta posició, pateix una davallada de dos punts el 2013.

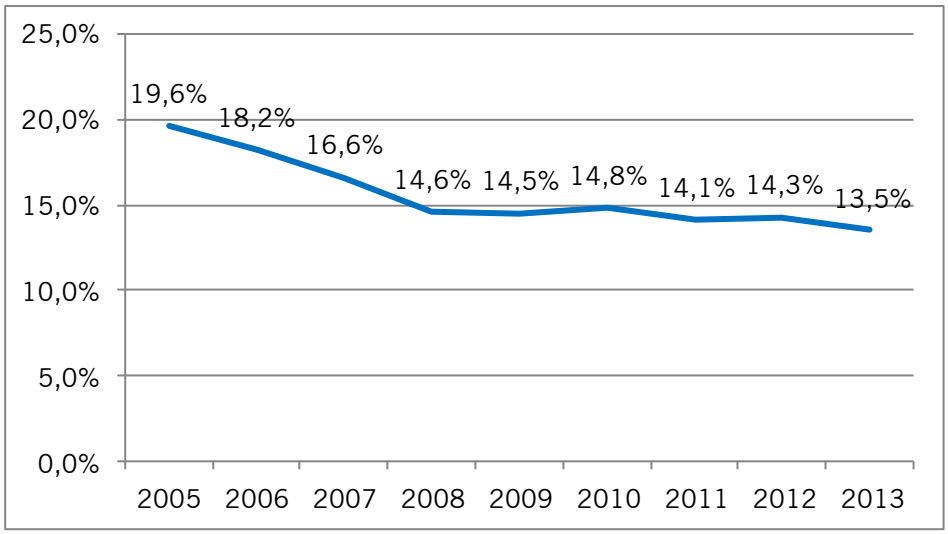
Taula 2. Quota de pantalla de les principals televisions a Catalunya. Període 2010-2013 (en %)

Cadenes	2010	2011	2012	2013
TV3	14,8	14,1	14,3	13,5
Antena 3 TV	10,0	10,1	10,6	10,9
Telecinco	12,7	12,1	11,2	10,5
La 1	11,8	10,9	9,3	7,1
laSexta	6,2	5,3	4,6	5,8
Cuatro	6,8	5,3	5,1	5,5
8tv	3,3	2,7	3,2	3,4
La2	2,6	2,3	2,2	2,1
Super3/33	1,6	1,6	1,6	1,7
Temàtiques TDT d'abast estatal	19,0	26,4	29,9	30,3

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

Del 2005 al 2009 Telecinco és líder d'audiència a Catalunya. Però, d'ençà que el 2010 TV3 li va prendre el primer lloc del rànquing, la televisió pública catalana es manté en la primera posició, tot i que, com ja s'ha assenyalat, ha anat perdent quota de pantalla.

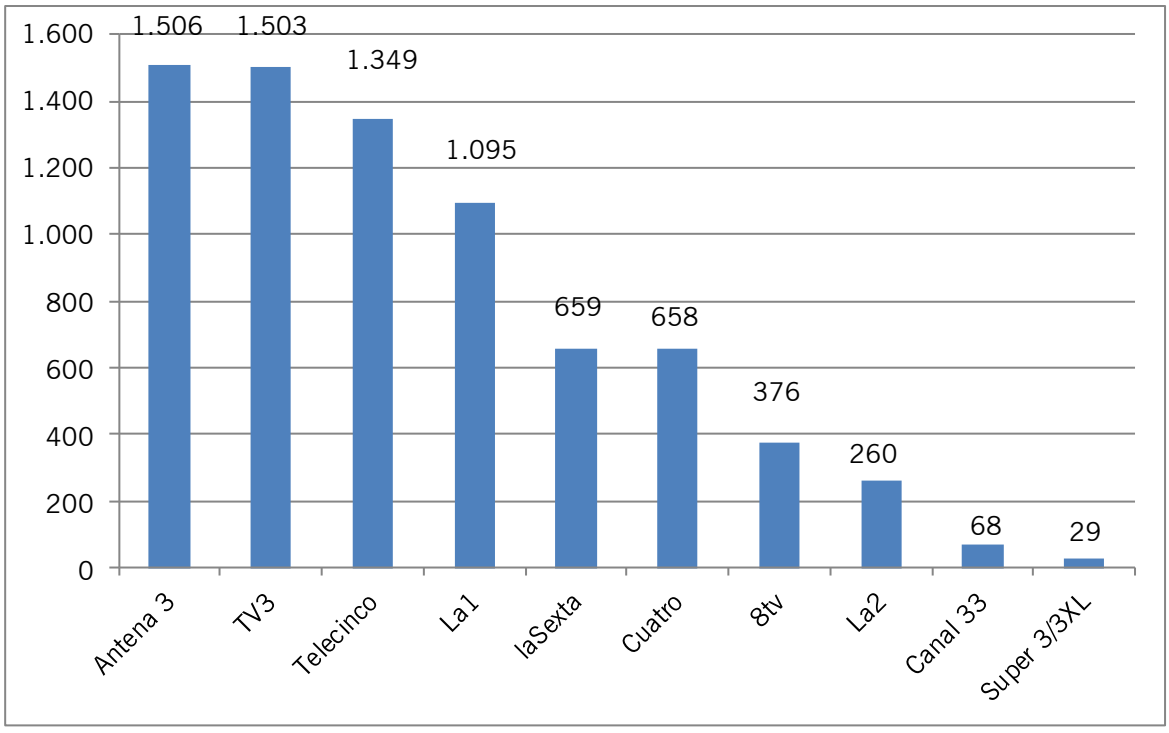
Gràfic 5. Evolució del *share* de TV3 a Catalunya. Període 2005-2013 (en %)



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

Segons les dades d'audiència absoluta de l'EGM Baròmetre, Antena 3 TV i TV3 encapçalen el rànquing de les televisions més vistes a Catalunya, amb una diferència de tres-mil persones.

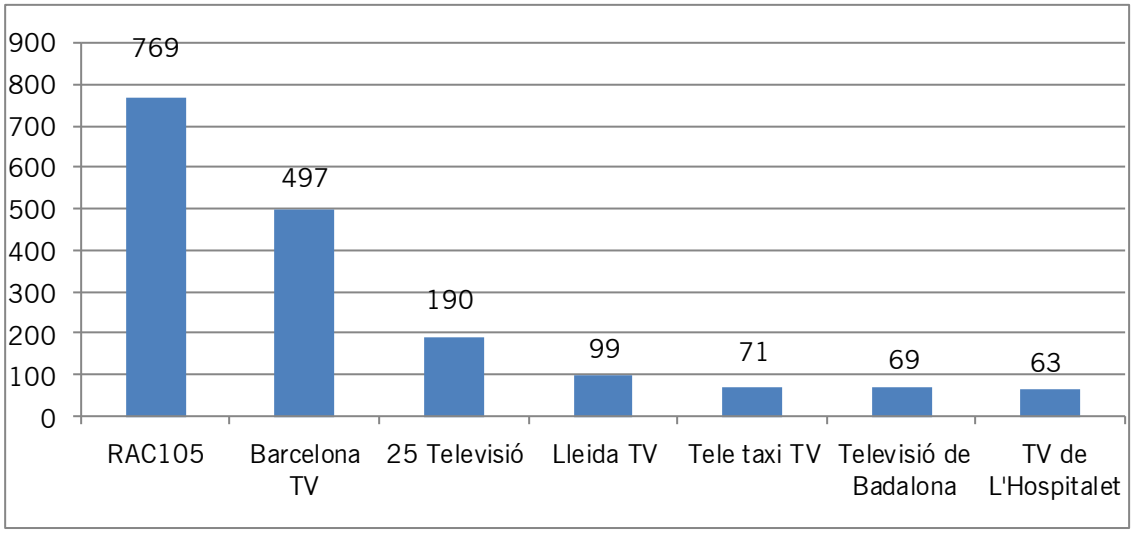
Gràfic 6. Rànquing de les principals televisions a Catalunya. Audiència absoluta en milers de persones. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013 (febrer-novembre 2013).

En l'àmbit de la televisió de proximitat, RAC105 és el canal amb més audiència. Cal considerar, però, pel que fa al conjunt de la televisió de proximitat *l'Informe de la Comunicació a Catalunya 2011-2012 de l'InCom (UAB)* constata, a partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, que la televisió local ha sofert un descens d'audiència important: el 2010 tenia un 5,2% de quota de pantalla i el 2012 havia baixat fins l'1,1%.

Gràfic 7. Rànquing de les principals televisions locals a Catalunya. Audiència absoluta en milers de persones. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013 (febrer-novembre 2013)

Televisió de Catalunya, com s'ha vist, lidera el *share* a Catalunya. Però per grups mediàtics, Atresmedia és el que obté una major quota de pantalla amb un 26,0%, seguit de Mediaset amb un 24,9%, de les emissores de la CCMA amb un 17,7%, del grup de RTVE amb un 12,3% i, finalment, del Grup Godó amb un 3,5%.

Taula 3. Rànquing dels grups televisius a Catalunya. Quota de pantalla. Any 2013 (en %)

Grup televisiu	Cadenes	Audiència
Atresmedia	Antena 3 TV, laSexta, Neox, Nova, Nitro, laSexta3, Xplora	26,0
Mediaset España	Telecinco, Cuatro, FDF, Boing, Divinity, La Siete, Energy, Nueve	24,9
CCMA	TV3, Super3/33, 3/24, Esports3	17,7
CRTVE	La 1, La 2, Clan, Teledeporte, 24h	12,3
Grupo Vocento	Disney Channel, Paramount Channel, Intereconomía, MTV	3,9
Grup Godó	8tv, RAC105	3,5
Unidad Editorial	Discovery Max, 13 TV, Marca TV[A]	1,6

[A] Finalitza les emissions el 31/07/2013.

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

Les retransmissions esportives, especialment de futbol i de fórmula 1, són els espais que agrupen més audiència davant el televisor. TV3 col·loca 27 programes entre els 40 més vistos el 2013, xifra que suposa el 67,5% dels programes. A més dels esportius, en aquest rànquing hi apareixen altres programes com ara el *Telenotícies*, *El convidat* o les Campanades de Cap d'any.

Taula 4. Rànquing dels 40 programes més vistos a la televisió a Catalunya. Any 2013 (en milers)

Ordre	Cadenes	Data	Emissió	(000)
1	TV3	12/03/2013	*Futbol Lliga de Campions: Barcelona-Milan*	1.730
2	Telecinco	27/06/2013	*Prórroga futbol Copa Confederaciones España-Italia*	1.534
3	La1	17/05/2013	*Prórroga futbol Copa del Rey: R.Madrid-At.Madrid*	1.466
4	Telecinco	26/03/2013	*Futbol clasificación mundial: Francia-España*	1.380
5	Telecinco	24/01/2013	*Futbol Copa de Rey: Málaga-Barcelona*	1.355
6	Telecinco	27/06/2013	*Futbol Copa Confederaciones: España-Italia*	1.276
7	La1	17/05/2013	*Futbol Copa del Rey: R.Madrid-At.Madrid*	1.149
8	TV3	28/08/2013	*Futbol Supercopa: Barcelona-At.Madrid*	1.045
9	TV3	15/12/2013	*Telenotícies Cap de Setmana Vespre*	1.002
10	TV3	10/01/2013	*Futbol Copa del Rei: Barcelona-Còrdova*	995
11	Telecinco	13/11/2013	*Cine: Avatar*	965
12	TV3	11/09/2013	*Telenotícies Vespre*	964
13	TV3	16/09/2013	*El convidat: Andrés Iniesta*	936
14	TV3	31/12/2013	*Campanades Fi d'Any*	937
15	Telecinco	10/11/2013	*Motociclismo:Mundial MotoGP G.P. C. Valenciana*	934
16	TV3	15/09/2013	*30 Minuts: 400 Km*	905
17	TV3	12/05/2013	*Post Fórmula 1: G.P. España*	886
18	TV3	16/12/2013	*Entrevista president Generalitat de Catalunya: Artur Mas*	872
19	TV3	18/03/2013	*Crackòvia*	865
20	TV3	14/01/2013	*Polseres Vermelles*	842
21	Telecinco	21/04/2013	*Post Motociclismo: Mundial MotoGP G.P. Las Américas*	841
22	TV3	12/09/2013	*Polònia*	838
23	TV3	12/05/2013	*Fórmula 1: G.P. España*	817
24	La1	05/03/2013	*Futbol Liga de Campeones: Manchester United-R.Madrid*	798
25	laSexta	28/04/2013	*Salvados: Los olvidados*	787
26	TV3	13/03/2013	*Telenotícies Migdia*	782
27	Antena 3 TV	02/09/2013	*La Cúpula*	770
28	TV3	13/01/2013	*Telenotícies Cap de Setmana Migdia*	767
29	TV3	14/03/2013	*Veterinaris*	755
30	TV3	21/05/2013	*Sense Ficció: Pujol Catalunya El consell de guerra*	748
31	TV3	23/10/2013	*El Foraster: Belianes*	747
32	La1	18/05/2013	*Eurovisión: votaciones*	729
33	TV3	11/09/2013	*Pel·lícula: Fènix 11-23*	724
34	TV3	02/01/2013	*APM?*	712
35	TV3	03/01/2013	*Una línia fina*	711
36	TV3	29/06/2013	*Concert per la Llibertat*	704
37	TV3	02/05/2013	*La meva*	701
38	TV3	12/03/2013	*Zona Champions*	686
39	TV3	15/10/2013	*Olor de Colònia*	685
40	TV3	02/08/2013	*Futbol Trofeu Joan Gamper: Barcelona-Santos*	681

Font: CCMA/ Kantar Media.

En l'àmbit espanyol, Telecinco i Antena 3 TV comparteixen el lideratge de les audiències, amb només un 0,1 punt percentual de diferència el 2013. El 2010 i el 2011, La 1 encapçalava el rànquing d'audiència a Espanya, però a partir del 2012 Telecinco passa a la primera posició. També el seu grup, Mediaset España, és el més vist a les llars espanyoles amb el 29,0 de quota de pantalla. El segueix a poca distància Atresmedia (28,7%), el grup CRTVE (16,7%), Vocento (4,3%) i Unidad Editorial (3,5%).

Taula 5. Quota de pantalla de les principals televisions a Espanya. Període 2010-2013 (en %)

Cadenes	2010	2011	2012	2013
Telecinco	14,6	14,2	13,9	13,5
Antena 3 TV	11,7	11,5	12,5	13,4
La 1	16,0	14,5	12,2	10,2
Autonòmiques	11,3	10,4	9,8	8,7
Cuatro	7,1	6,1	6,0	6,0
laSexta	6,6	5,7	4,9	6,0
Temàtiques de pagament	7,0	6,8	6,2	5,6
FDF	1,5	2,6	2,9	2,9
Clan TVE	3,2	3,2	2,5	2,4
La 2	3,1	2,6	2,5	2,4
Neox	2,2	2,7	2,6	2,3
Nova	1,5	1,5	1,6	2,1
Boing	0,2	1,1	1,7	1,7
Nitro	0,4	1,4	1,6	1,7
Xplora[A]	-	-	1,4	1,7
Divinity	-	0,7	1,4	1,7
laSexta 3	0,1	1,4	1,6	1,7
Discovery[B]	-	-	1,3	1,6
Disney Channel	2,1	1,6	1,7	1,5
Paramount[C]	-	-	1,1	1,4
13 TV	-	0,4	1,0	1,3
La Siete	1,4	1,5	1,4	1,2
Energy	-	-	0,9	1,2
Intereconomía	1,1	1,4	1,2	0,9
Teledeporte	1,1	1,0	0,8	0,9
24 Horas	0,7	0,9	0,9	0,8
Autonòmiques privades	0,7	-	0,9	0,8
Nueve	-	-	-	0,7
Marca TV	0,2	0,8	1,0	0,6
MTV	0,1	0,5	0,7	0,6
La 10	0,1	0,5	-	-
laSexta 2	0,1	0,6	-	-

[A] Mitjana anual d' Xplora des de l'1 de maig de 2012.
[B] Mitjana anual de Discovery des del 12 de gener de 2012.
[C] Mitjana anual de Paramount des del 30 de març de 2012.

Font: Barlovento Comunicación a partir de dades de Kantar Media.

Tal i com es pot observar en la taula anterior, les televisions autonòmiques en conjunt pateixen una davallada de quota de pantalla i passen del 11,3% el 2010 al 8,7% el 2013. TV3 lidera els canals d'àmbit autonòmic i, tot i que la majoria de canals perden quota de pantalla, 8tv, Super3/33 i Esports3 aconsegueixen incrementar els percentatges.

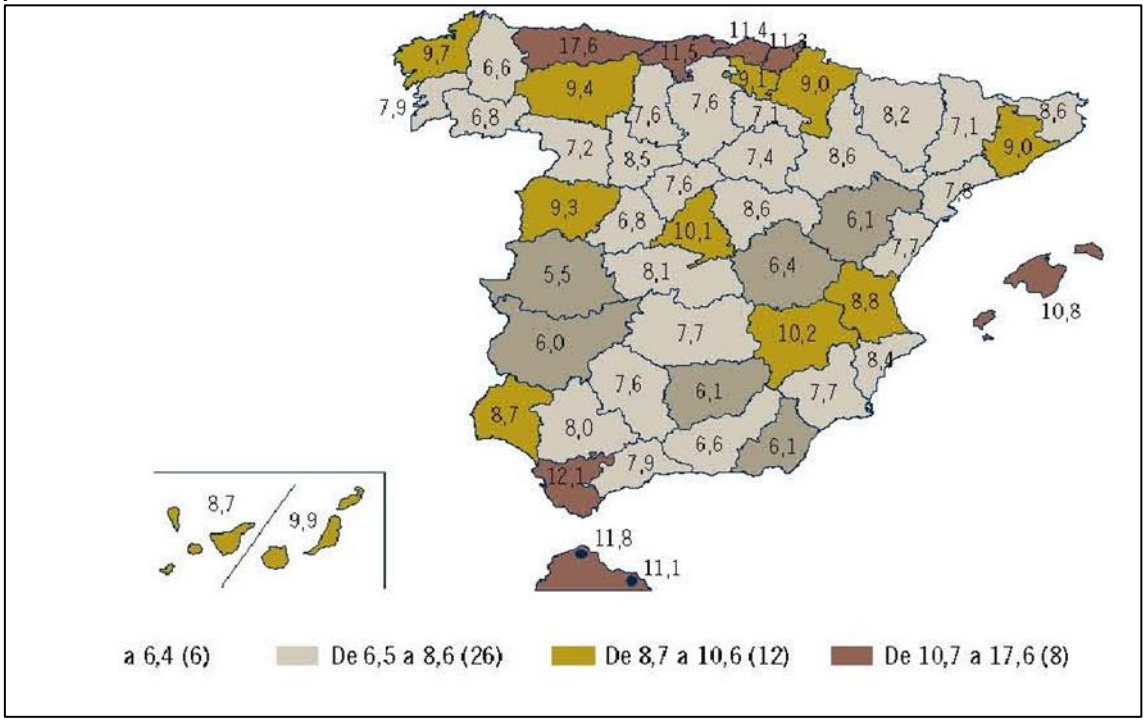
Taula 6. Quota de pantalla de les televisions autonòmiques de l'Estat espanyol. Període 2012-2013 (en %) (en negreta les cadenes de Catalunya)

Cadenes	2012	2013
TV3	**14,3**	**13,5**
TVG	11,5	10,8
Aragón TV	11,3	11,5
Canal Sur	10,1	9,9
ETB2	9,9	9,6
TV de Canarias	7,6	7,1
TPA	6,9	5,4
IB3	6,3	5,9
Telemadrid	5,3	3,8
CMT	5,1	4,4
Canal 9[A]	5,0	3,8
8tv	**3,2**	**3,4**
7RM	2,5	0,5
ETB1	2,1	2,0
Super3/33[B]	**1,6**	**1,7**
C. Extremadura	1,5	4,4
CYLTV	1,6	1,5
3/24	**1,3**	**1,2**
Esports3	**1,1**	**1,4**
CS2[C]	1,0	-
Laotra	0,9	0,7
TVG2	0,9	0,9
ETB3	0,9	0,9
A3 Canarias	0,9	0,3
TPA2	0,8	0,7
La 8	0,8	0,6
8Madrid	0,7	0,6
V Televisión	0,6	0,4
TVCAN2[D]	0,5	-
Nueve TV	0,4	0,2
NouDos	0,4	0,2
Nou24	0,3	0,4
RAC105	**0,2**	**0,2**
Estil9[E]	**0,1**	-

[A] Canal 9 finalitza les emissions el novembre de 2013.
[B] El 33 i el Super3 s'integren el 2012. La mitjana anual es comptabilitza des de l'1 d'octubre.
[C] Canal Sur duplica el senyal a través de Canal Sur 2.
[D] Deixa d'emetre el juliol de 2012.
[E] Desapareix el desembre de 2012.
Font: Barlovento Comunicación a partir de dades de Kantar Media.

Segons l'informe del 2012 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones,[3] el 8,1% de la població catalana té televisió de pagament. El percentatge de població catalana abonada a la televisió de pagament no ha variat gaire en els darrers anys. De fet, el 2012 trobem el mateix percentatge que hi havia el 2007.

Mapa 1. Penetració de la televisió de pagament[A] per províncies a Espanya. Any 2012 (abonats per cada 100 habitants)

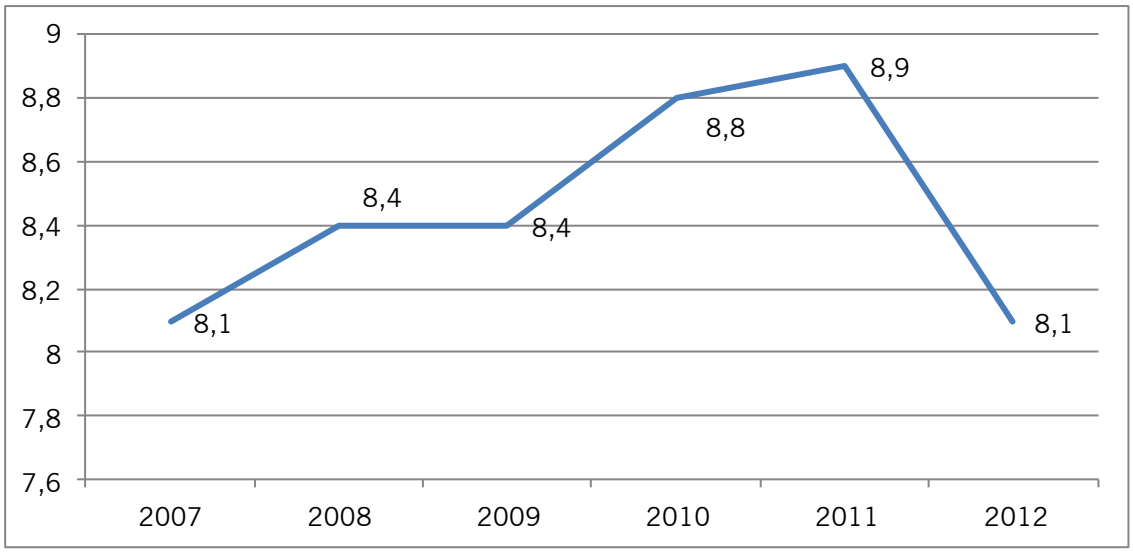


[A] No inclou la televisió per mòbil

Font: CMT.

[3] Des de l'octubre de 2013 la CMT està integrada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe económico sectorial 2012*. <http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf_anual.jsp>

Gràfic 8. Evolució de la penetració de la televisió de pagament a Catalunya. Període 2007-2012 (en %)



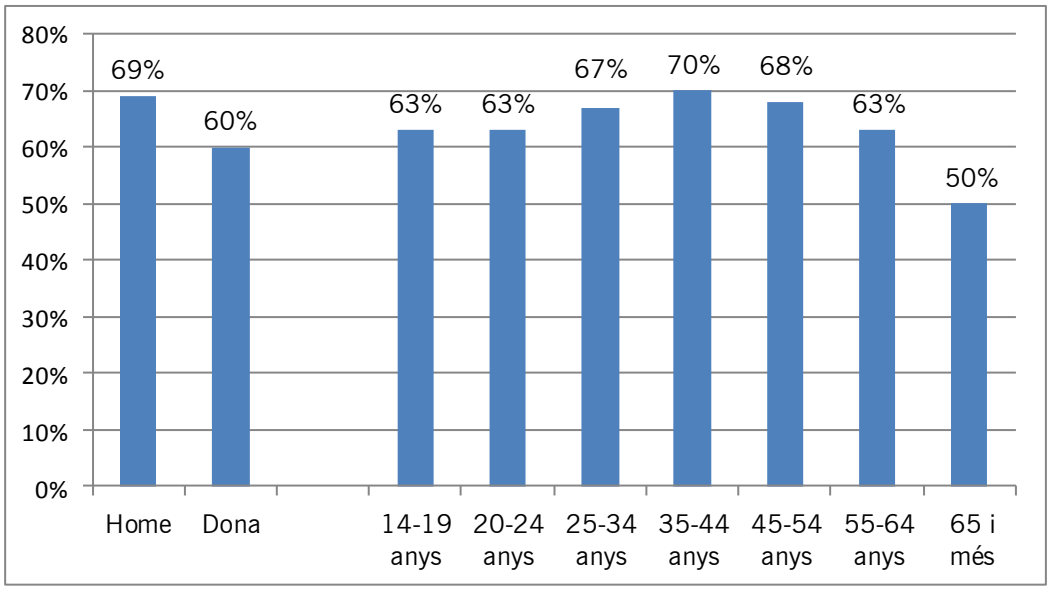
Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la CMT.

D'acord amb l'informe trimestral de la CMT, el tercer trimestre de 2013 la penetració de la televisió de pagament era del del 7,9% a Catalunya i del 8,3% a Espanya. Deloitte, a partir d'aquestes dades de la CMT, apunta que la menor penetració a Catalunya es deu a dos factors principals: a la presència important de continguts esportius d'alt valor a la televisió en obert i a la poca presència de la llengua catalana en les emissions de pagament.

3. El consum i l'audiència de ràdio

El 65,7% de la població catalana escolta ràdio durant el 2013. Aquest percentatge és superior entre els homes (69%) que entre les dones (60%) i el col·lectiu que escolta més ràdio té entre 35 i 44 anys.

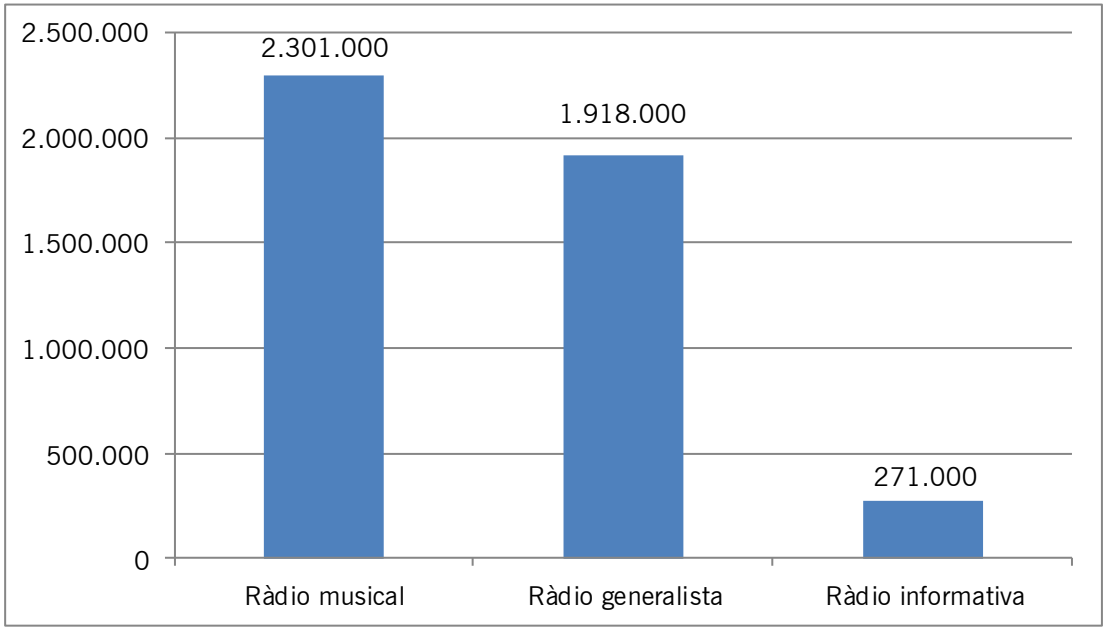
Gràfic 9. Penetració de l'audiència del mitjà ràdio per variables de gènere i edat a Catalunya. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013. (febrer-novembre 2013)

Per tipologies, la ràdio musical és la més escoltada a Catalunya, amb més de dos milions tres-cents mil oients diaris. La segueix de prop la ràdio generalista i a molta més distància, la ràdio informativa.

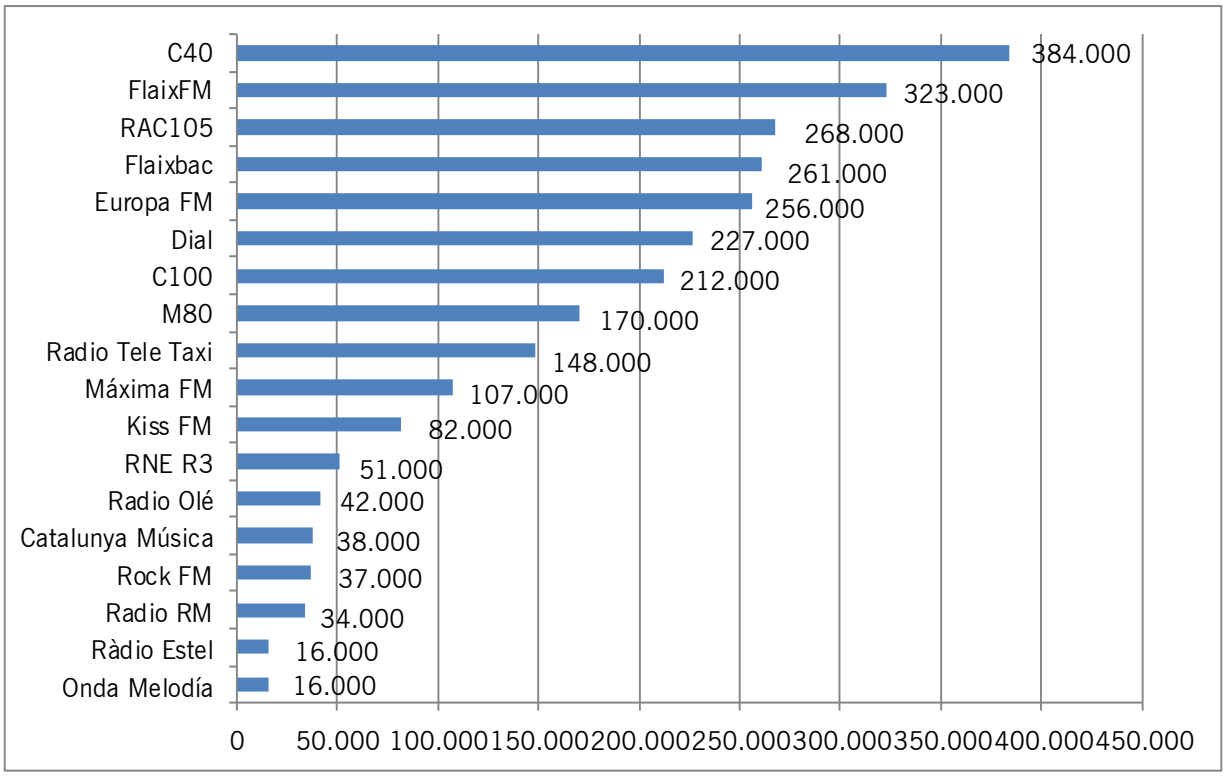
Gràfic 10. Penetració de l'audiència del mitjà ràdio per tipologia d'emissores a Catalunya. Audiència absoluta de dilluns a divendres. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013. (febrer-novembre 2013)

Los 40 Principales de la Cadena SER (C40) lidera el rànquing de la ràdio musical amb 384.000 oients.

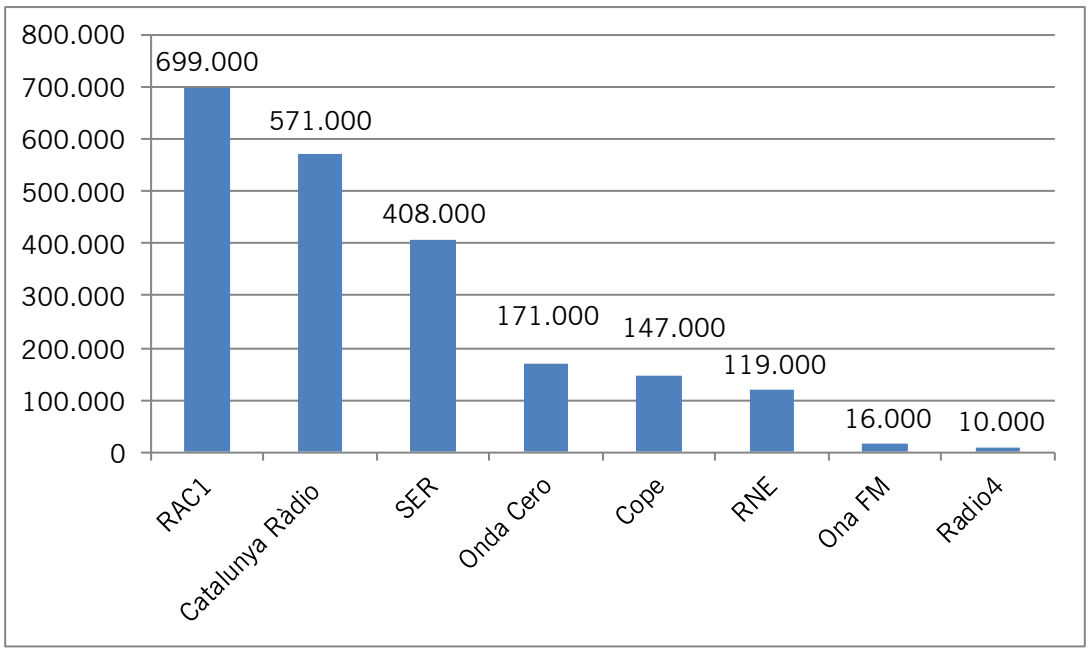
Gràfic 11. Rànquing de les ràdios musicals a Catalunya. Audiència absoluta de dilluns a divendres. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013. (febrer-novembre 2013)

RAC 1 és l'emissora generalista més escoltada, amb 699.000 oients, seguida de Catalunya Ràdio amb 571.000 seguidors.

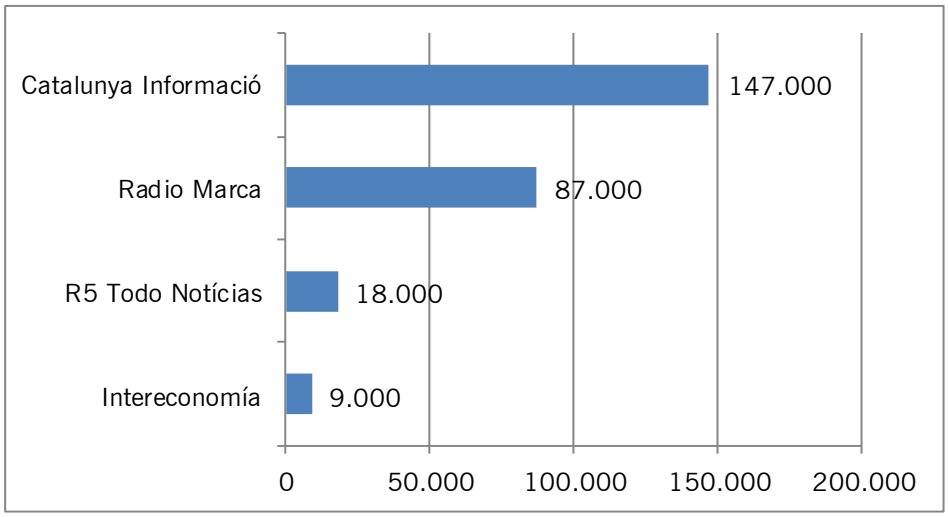
Gràfic 12. Rànquing de les ràdios generalistes a Catalunya. Audiència absoluta de dilluns a divendres. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada 2013. (febrer-novembre 2013)

Catalunya Informació, amb 147.000 oients, és la primera ràdio temàtica informativa a molta distància de la segona.

Gràfic 13. Rànquing de les ràdios temàtiques informatives a Catalunya. Audiència absoluta de dilluns a divendres. Any 2013



Font: EGM Baròmetre Catalunya. 3a onada de 2013. (febrer-novembre 2013)

Taula 7. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Catalunya. Període 2010-2013 (en milers d'oients) (de dilluns a divendres)

	2010[A]	2011[A]	2012[A]	2013
Total oients	**3.477**	**3.651**	**3.818**	**4.052**
Emissores generalistes				
RAC1	457	583	673	699
Catalunya Ràdio	512	605	697	571
Cadena SER	378	437	419	408
Onda Cero	166	192	201	171
COPE	90	134	117	147
RNE	141	173	187	119
ABC Punto Radio[B]	71	80	70	-
Ona FM	31	44	55	16
Ràdio 4	17	26	21	10
COMRàdio[C]	45	64	67	-
Emissores musicals				
Los 40 Principales	515	560	500	384
Flaix FM	351	425	422	323
RAC105	276	370	392	268
Ràdio Flaixbac	238	281	310	261
Europa FM	185	242	319	256
Cadena Dial	233	257	264	227
Cadena 100	222	253	212	212
M80 Radio	141	132	156	170
Ràdio Tele-Taxi	161	171	140	148
Máxima FM	141	170	173	107
Kiss FM	130	122	124	82
Radio 3	48	78	71	51
Radiolé	58	54	59	42

Catalunya Música	47	68	65	38
Rock & Gol	7	16	16	37
Radio RM	39	61	61	34
Radio Estel	14	20	20	16
Onda Melodía	-	2	-	16
iCat fm[D]	52	87	-	-
Radio Clásica	19	23	24	9
Emissores temàtiques				
Catalunya Informació	120	165	161	147
Ràdio Marca	71	88	75	87
Radio 5 TN	14	20	22	18
Radio Intereconomía	19	15	14	9

[A] Dades corresponents a l'onada de novembre-octubre.

[B] Fins octubre de 2011, Punto Radio. El desembre de 2012 COPE i Vocento acorden associar les emissores d'ABC Punto Ràdio a la xarxa d'emissores de la COPE.

[C] El 2012 s'integra a la Plataforma La Xarxa i abandona l'EGM.

[D] L'octubre de 2012 deixa d'emetre per FM.

Font: Baròmetre de la comunicació i la Cultura / EGM Baròmetre Catalunya (febrer-novembre 2013)

A l'Estat espanyol el Grupo SER lidera la ràdio, tant pel que fa a les emissores generalistes amb la Cadena SER que té gairebé quatre milions i mig d'oients, com en l'àmbit de les emissores musicals, que lidera amb Los 40 Principales amb prop de tres milions i mig de seguidors.

Taula 8. Rànquing de cadenes de ràdio per temàtica i número d'oients per dia a Espanya. Període 2010-2013 (en milers d'oients) (de dilluns a diumenge)

	2010[A]	**2011**	**2012**	**2013**
Total oients	**22.435**	**23.115**	**24.409**	**24.180**
Emissores generalistes				
Cadena SER	4.415	4.078	4.500	4.491
Onda Cero	2.043	2.255	2.343	2.354
COPE	1.384	1.655	1.668	1.859
RNE	1.355	1.529	1.675	1.280
RAC1	497	540	640	644
Catalunya Ràdio	480	528	611	570
ABC Punto Radio[B]	488	-	453	-
Canal Sur Radio	324	326	337	355
Es Radio	-	-	170	247
Radio Euskadi	168	166	177	183
Radio Galega	147	143	159	176
Euskadi Irratia	68	88	77	70
Ràdio 9	68	68	61	67
Emissores musicals				
Los 40 Principales	3.557	3.675	3.731	3.485
Cadena Dial	1.913	2.057	2.233	2.124
Europa FM	1.165	1.410	1.855	1.893
Cadena 100	1.536	1.551	1.618	1.679
Kiss FM	1.023	997	1.002	872
Máxima FM	642	689	740	771

Rock&Gol/Rock FM	112	242	384	688
M80	488	452	544	599
Radiolé	436	478	457	475
RNE R3	311	328	420	408
Flaix	314	379	400	355
Canal Fiesta Radio	319	328	331	334
Flaixbac	216	229	268	267
RAC105	213	228	278	255
Hit FM	-	91	205	191
Onda Melodía	74	79	132	169
Radio Clásica	118	129	139	144
Radio Tele Taxi	-	-	-	139
Euskadi Gaztea	84	108	119	104
MegaStar FM[C]	-	-	-	80
Cadena Top	87	93	66	
Emissores temàtiques				
Radio Marca	583	554	608	557
Radio 5 TN	302	315	330	312
Catalunya Informació	130	136	146	143
Radio Intereconomía	183	197	174	110

[A] Període de febrer a novembre de cada any

[B] El 2011 Punto Radio absent de l'EGM

[C] MegaStar FM inicia les emissions el setembre de 2013.

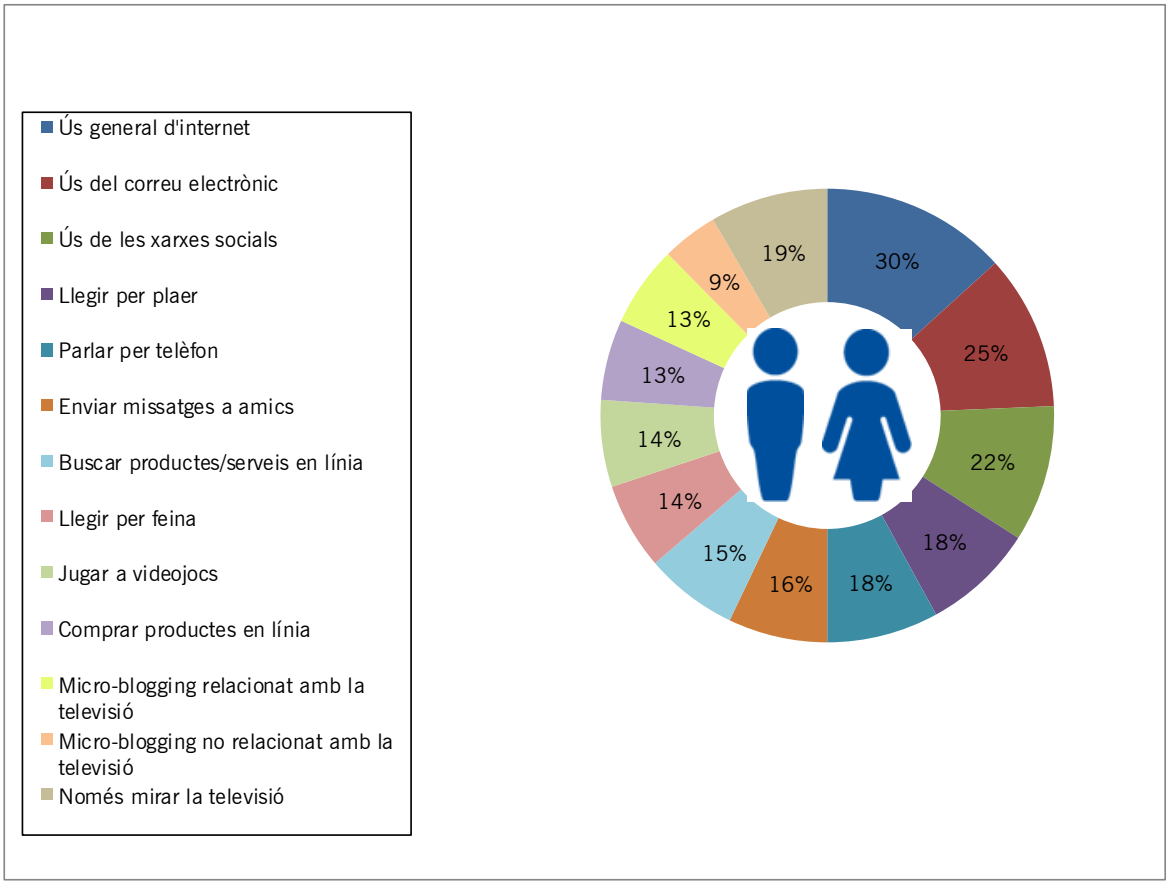
Font: EGM/AIMC.

4. L'audiència social

Segons els resultats de *The State of Media Democracy* de Deloitte, a l'Estat espanyol augmenta durant el 2013 el consum audiovisual a través de diferents dispositius, tot i que el televisor continua sent el preferit. El canvi, però, rau en el fet que veure la televisió és una activitat a la qual no es dedica l'atenció en exclusiva. El 2012 el 43% de les persones espectadores no feia cap altra tasca mentre mirava la televisió. El 2013 aquesta xifra baixa fins al 19%. Augmenta, doncs, clarament l'ús de segones pantalles mentre es consumeix televisió.

Les activitats principals més habituals que es fan al mateix temps que es mira la televisió són navegar per internet, consultar el correu electrònic i interactuar a les xarxes socials.

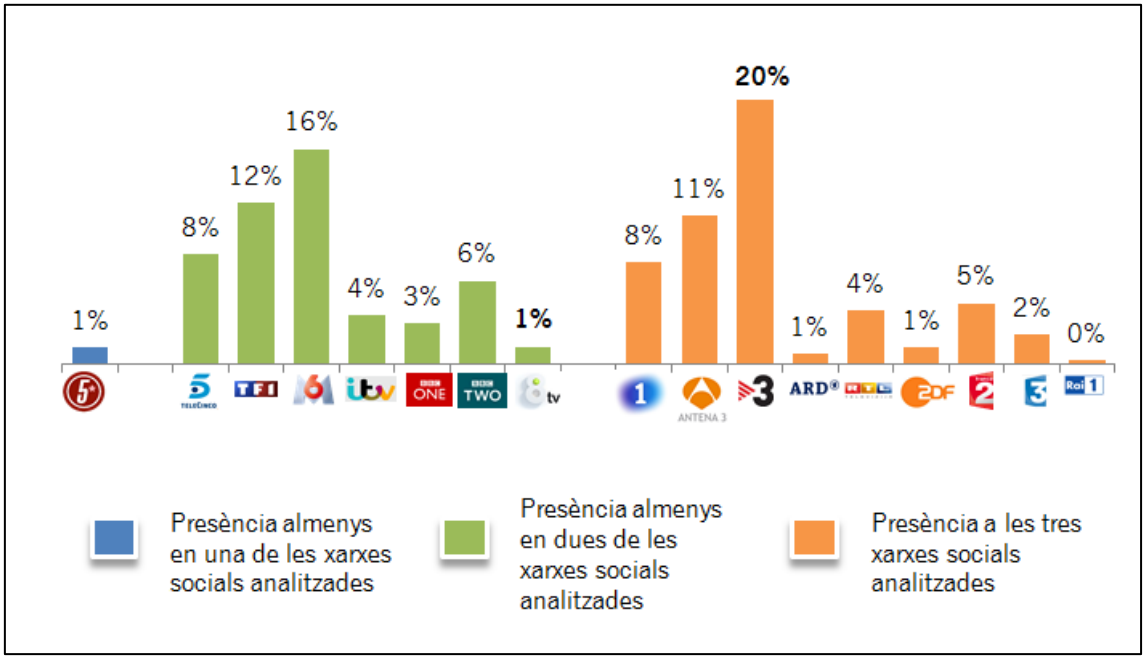
Gràfic 14. Activitats que fan les persones consumidores normalment mentre miren la televisió. Estat espanyol. Any 2013



Font: Deloitte. *The State of Media Democracy* 2013.

Deloitte estableix una relació entre la presència dels canals a les xarxes socials (Twitter, Facebook i YouTube), la quota de pantalla i el mercat potencial, i conclou que TV3 és líder europeu en *social share*, la qual cosa representa que compta amb un grau elevat de fidelitat de l'audiència.

Gràfic 15. Comparativa de social *share* de les principals televisions europees. Any 2013



Font: Deloitte a partir de dades ofertes per Wildfire de Youtube, Twitter i Facebook.

Tuitele[4] en el seu informe *Un año de televisión social en España septiembre 2012-agosto 2013*, recull que prop de 4 milions de persones han comentat programes de televisió al Twitter en aquest període a l'Estat espanyol. Les cadenes amb més audiència social són Telecinco i Antena 3 TV , i els formats televisius amb més participació a través de les xarxes socials són els *talent shows* i els *realitys*.

[4] *Tuitele* mesura l'audiència social a Espanya i és una iniciativa de The Data Republic, empresa de monitorització i anàlisi de dades 2.0. El març de 2014 Kantar Media compra The Data Republic. http://informes.tuitele.tv/emailing/tuitele_informe_diciembre_2013.pdf

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Carrer dels Vergós, 36-42 - 08017 Barcelona
Tel. 93 557 50 00 - Fax 93 557 50 01
www.cac.cat - audiovisual@gencat.cat

Generalitat de Catalunya