



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

Tercer cuatrimestre de 2018
Número 12. Enero de 2019

Sumario

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña	3
Directiva de servicios de comunicación audiovisual 2018	5



Televisión	7
Distribución de canales de televisión en Cataluña	8
La televisión de ámbito nacional	9
La televisión de ámbito estatal	10
La televisión de ámbito local	11
La televisión local pública	12
La televisión local privada	13
Audiencia de la televisión	15
Audiencia de la televisión: los programas más vistos	19
Audiencia de la televisión temática de pago	20



Radio	21
Distribución de emisoras de radio en Cataluña	22
La radio pública	23
La radio privada	24
Audiencia de la radio	25
Audiencia de la radio por franjas horarias	31



Internet	32
Uso de internet	33
Penetración de internet en Cataluña	34
Uso de internet y entretenimiento	35
Participación en redes sociales	36
Consumo de contenidos audiovisuales	37
Consumo de contenidos audiovisuales en línea	38



El apunte. e-Sports: una realidad conectada	40
Presentación	41
Principales competiciones y actores globales	43
Principales competiciones y actores en España	44

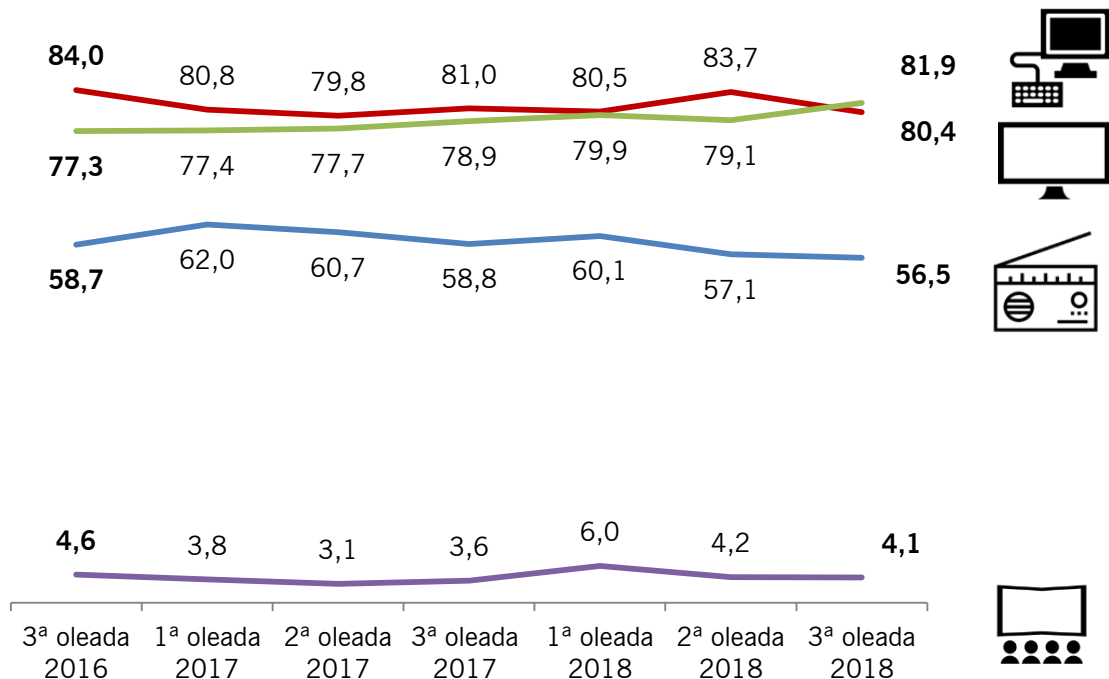


Flashes	45
----------------	-----------



Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (1)

Penetración de los medios audiovisuales en Cataluña (en % sobre el total de la población)



La población de Cataluña ve diariamente una media de 3 horas y 23 minutos de televisión.

Nota: La penetración indica el porcentaje que la audiencia de cada medio representa en relación con el total de la población.

Los datos relativos a internet hacen referencia a la conexión, indistintamente del uso que se haga de ella. Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista); cine (última semana).

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (y 2)

Penetración de los medios audiovisuales en Cataluña por sexo y franja de edad (en % sobre el total de la población)



SEXO / EDAD	TELEVISIÓN	RADIO	INTERNET	CINE
Total población	80,4	56,5	81,9	4,1
Hombres	79,1	62,4	84,4	4,8
Mujeres	81,6	51,0	79,7	3,4
De 14 a 19 años	68,2	46,9	95,8	6,7
De 20 a 24 años	69,3	51,9	97,6	7,5
De 25 a 34 años	74,9	58,5	96,8	6,4
De 35 a 44 años	76,4	61,0	95,0	4,0
De 45 a 54 años	81,6	61,5	88,4	3,1
De 55 a 64 años	85,9	61,9	78,0	4,0
Mayores de 65 años	88,9	48,3	51,2	1,9
Promedio de edad	49,9	47,7	44,5	40,6

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

Directiva de servicios de comunicación audiovisual 2018 (1)

El 28 de noviembre de 2018, el *Diario Oficial de la Unión Europea* (DOUE) publicó la nueva revisión de la [Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual \(DSCAV\)](#). Los estados miembros deberán transponerla a los respectivos ordenamientos jurídicos antes del 19 de septiembre de 2020.



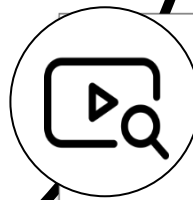
Se ratifica el **PRINCIPIO DE PAÍS DE ORIGEN**, en coherencia con la DSCAV en vigor hasta ahora y otras normas europeas como la [Directiva del satélite y el cable](#).



Además de la **TELEVISIÓN LINEAL** y los **SERVICIOS DE VÍDEO BAJO DEMANDA (VBD)**, en la Directiva se incorpora la regulación de las **PLATAFORMAS DE INTERCAMBIO DE VÍDEOS (PIV)** y de los elementos de vídeo de las **REDES SOCIALES**.



La **PROTECCIÓN DE MENORES** es transversal. En las plataformas de intercambio de vídeos se refuerza la señalización y la indexación de contenidos, así como los sistemas de control parental y de verificación de edad para el acceso.



Los servicios de vídeo bajo demanda deben reservar al menos un 30% de la oferta de sus catálogos a **OBRA EUROPEAS**, que tendrán una “**PROMINENCIA**” que las haga visibles a los usuarios de Europa.

Directiva de servicios de comunicación audiovisual 2018 (y 2)



Se refuerza la protección de los ciudadanos y usuarios contra los **CONTENIDOS QUE INCITAN AL ODIO**, la violencia, el terrorismo y otros delitos criminales, incluso en las plataformas de intercambio de vídeo.



Se flexibiliza la regulación en **PUBLICIDAD EN LA TELEVISIÓN LINEAL**. En lugar del máximo de 12 minutos por hora natural, los prestadores podrán ubicarla como quieran hasta un 20% del tiempo de emisión en las franjas horarias de 6 a 18 h y de 18 a 24 h.



Se refuerza la **PROTECCIÓN DE LOS MENORES EN LA PUBLICIDAD DE COMIDA** con altos contenidos en grasas, sal, sodio y azúcar. Ello incluye la promoción de un código de conducta de ámbito europeo y que las plataformas de intercambio de vídeo asuman obligaciones.



El **GRUPO EUROPEO DE AUTORIDADES DE REGULACIÓN AUDIOVISUAL** ([ERGA](#)) se convierte en el interlocutor oficial de la Comisión Europea para implementar la DSCAV revisada.



Se reconoce, se recomienda y se promueve la **EDUCACIÓN MEDIÁTICA** (*media literacy*) como una necesidad estratégica, compartida entre las autoridades públicas, los medios tradicionales y las nuevas plataformas de distribución.



Distribución de canales de televisión en Cataluña



91 canales de televisión en abierto

En el sector televisivo hay una mayor oferta de canales privados, un 74%, frente a un 26% de televisión pública.



El hogar catalán recibe entre 41 y 43 canales de televisión en abierto: 8 de ámbito nacional, 32 estatal y los canales de ámbito local.

Oferta TV por ámbito territorial

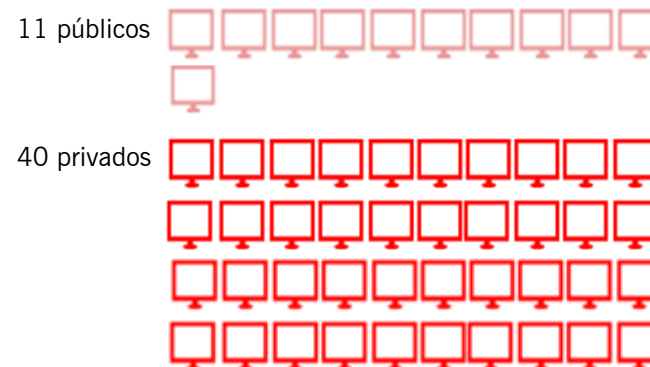
8 canales nacionales



32 canales estatales



51 canales locales



Nota: en el BIAC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada múltiplex (MUX).
Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Economía y Empresa (canales TDT estatal). Diciembre de 2018.

La televisión de ámbito nacional

 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

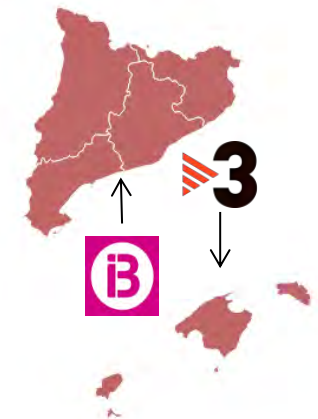
Por ámbito, titularidad, oferta y lengua vehicular

 Catalán

8 canales nacionales	5 canales públicos 62%	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)     
	3 canales privados 37%	Grupo Godó   Futbol Club Barcelona 

✚ Reciprocidad de emisiones

El canal balear IB3 Global se ve en Cataluña desde abril de 2016.



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2018.

La televisión de ámbito estatal

 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Per àmbit, titularitat, oferta i llengua vehicular

 Castellano

32 canales estatales	7 canales públicos 22%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)       				
	25 canales privados 78%	Atresmedia Televisión     neox NOVA MEGA 	Mediaset España         	NET Televisión   VEO Televisión DMAX GOL	13 Televisión TRECE Real Madrid Televisión  Real Madrid TV	Grupo Secuoya  Grupo Kiss Media DKISS

Nota: El prestador CRTVE emite contenidos en catalán para Cataluña a través de los canales La 1, La 2 y Canal 24 Horas.

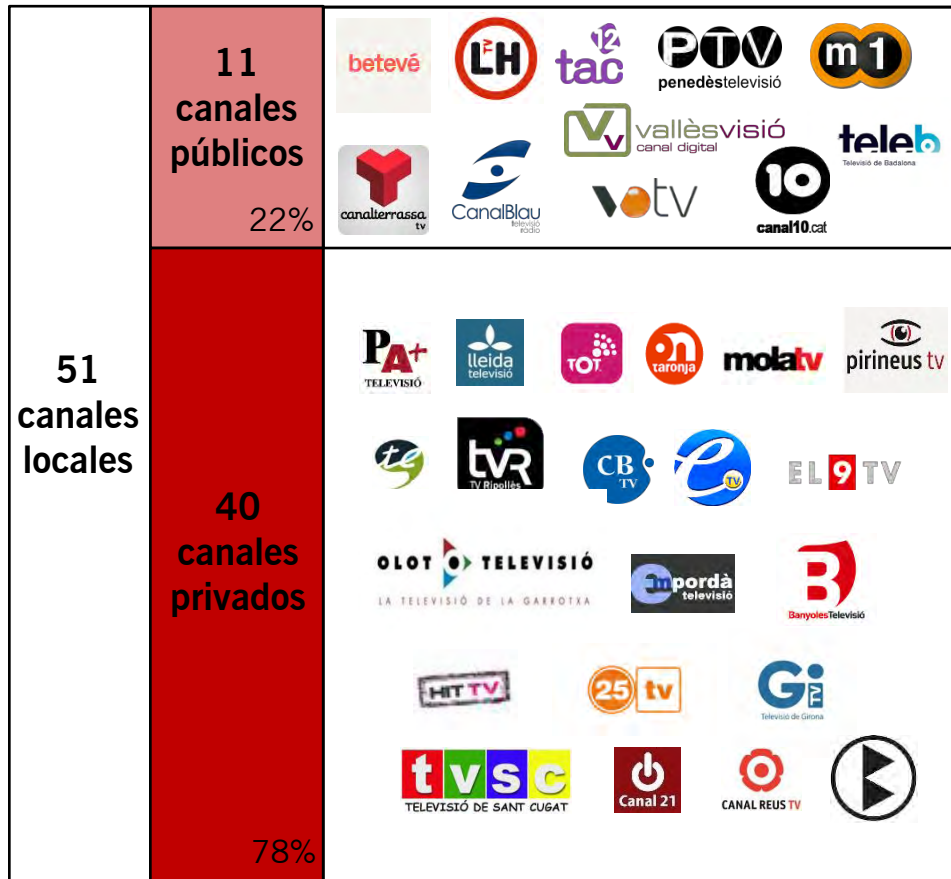
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Diciembre de 2018.

La televisión de ámbito local

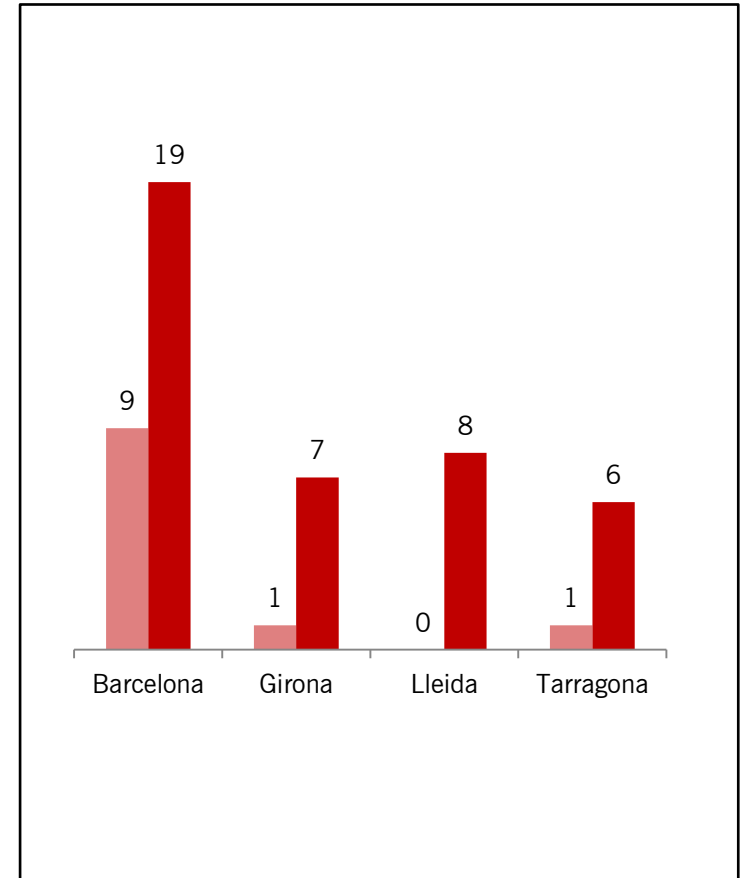
 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Canales y programas de TDT por ámbito, titularidad y lengua

 Catalán



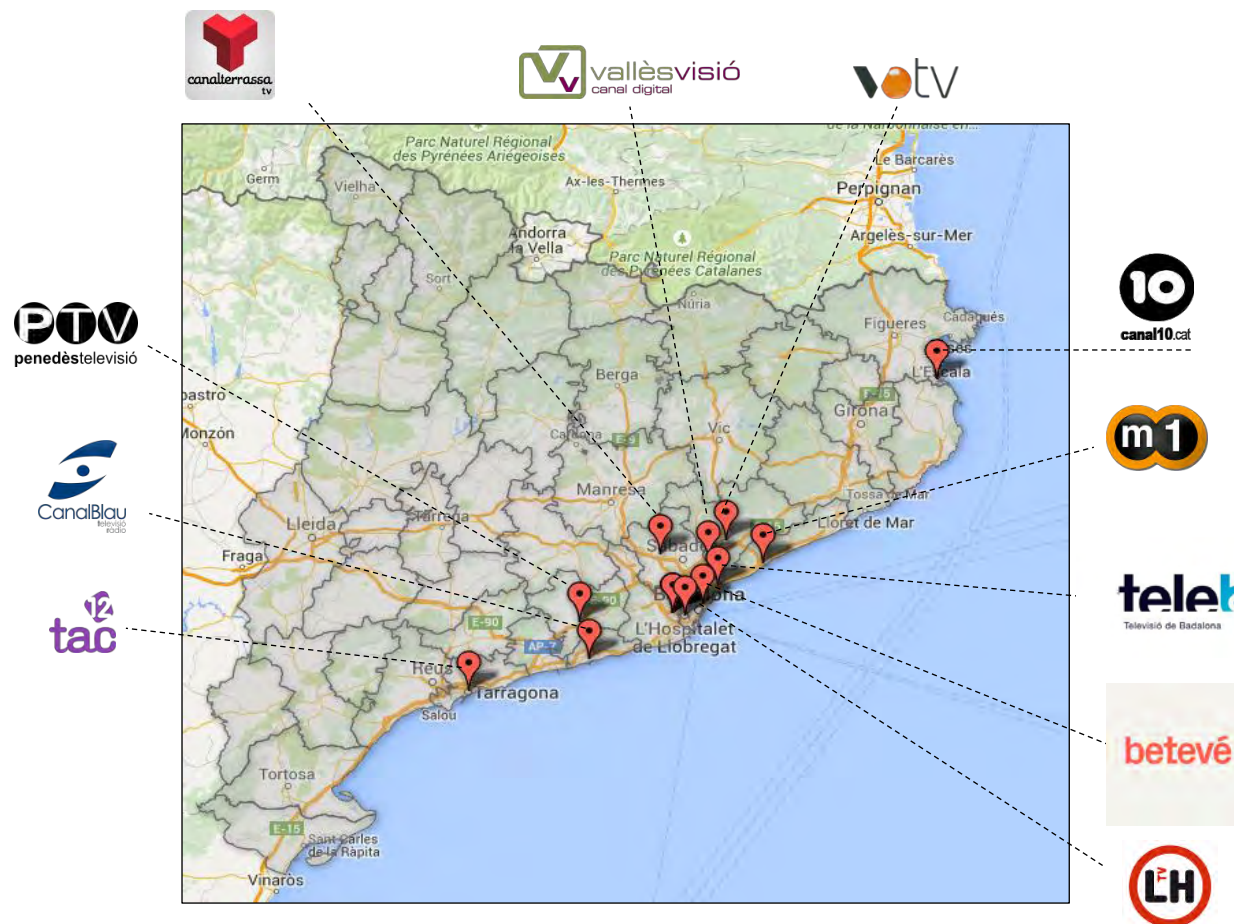
Distribución geográfica programas TDT



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2018.

La televisión local pública

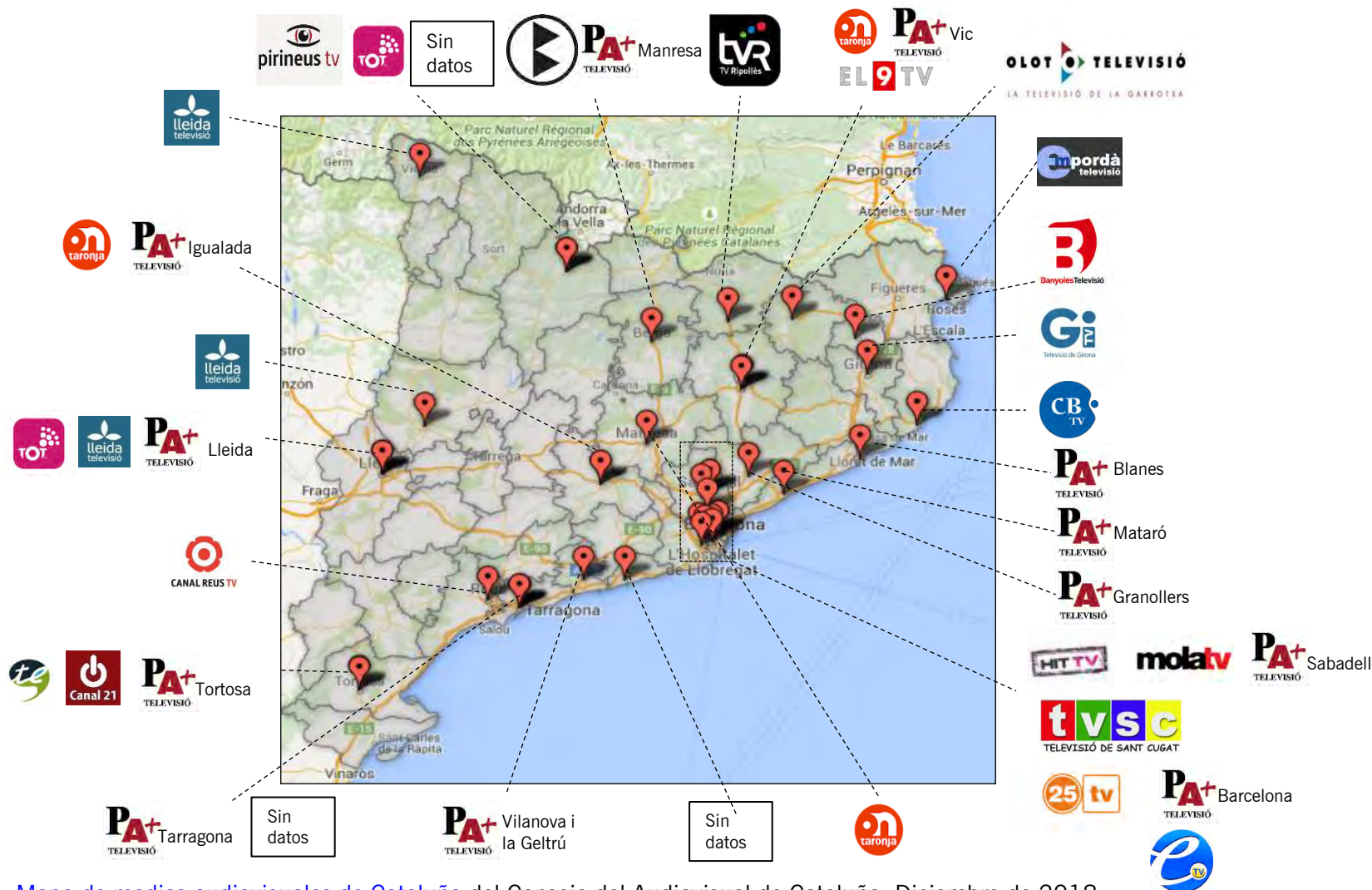
Oferta de las 11 televisiones públicas de ámbito local



Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2018.

La televisión local privada (1)

Oferta de las 40 televisiones privadas de ámbito local

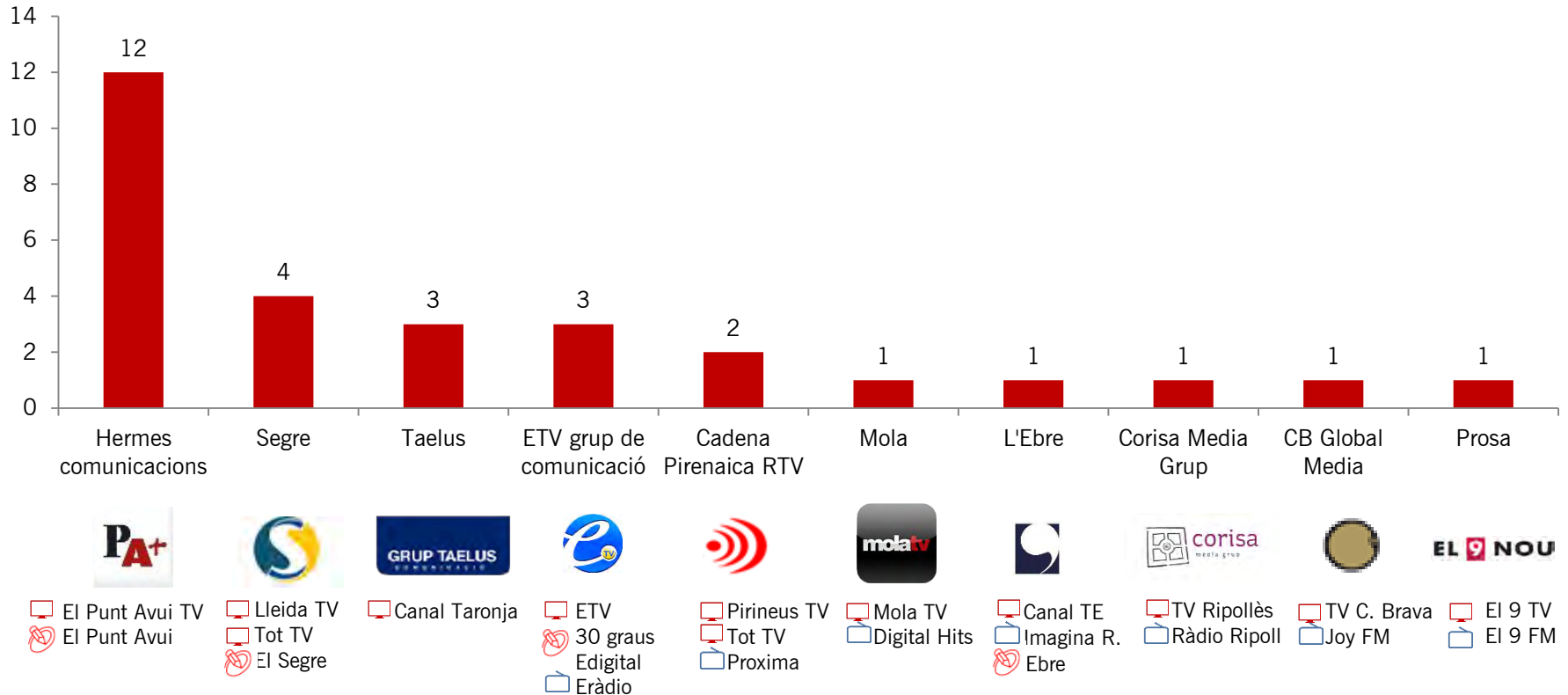


Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2018.

La televisión local privada (y 2)

Grupos de comunicación local privados con presencia en el sector televisivo local

 Canal TV
  Emisora radio
  Prensa

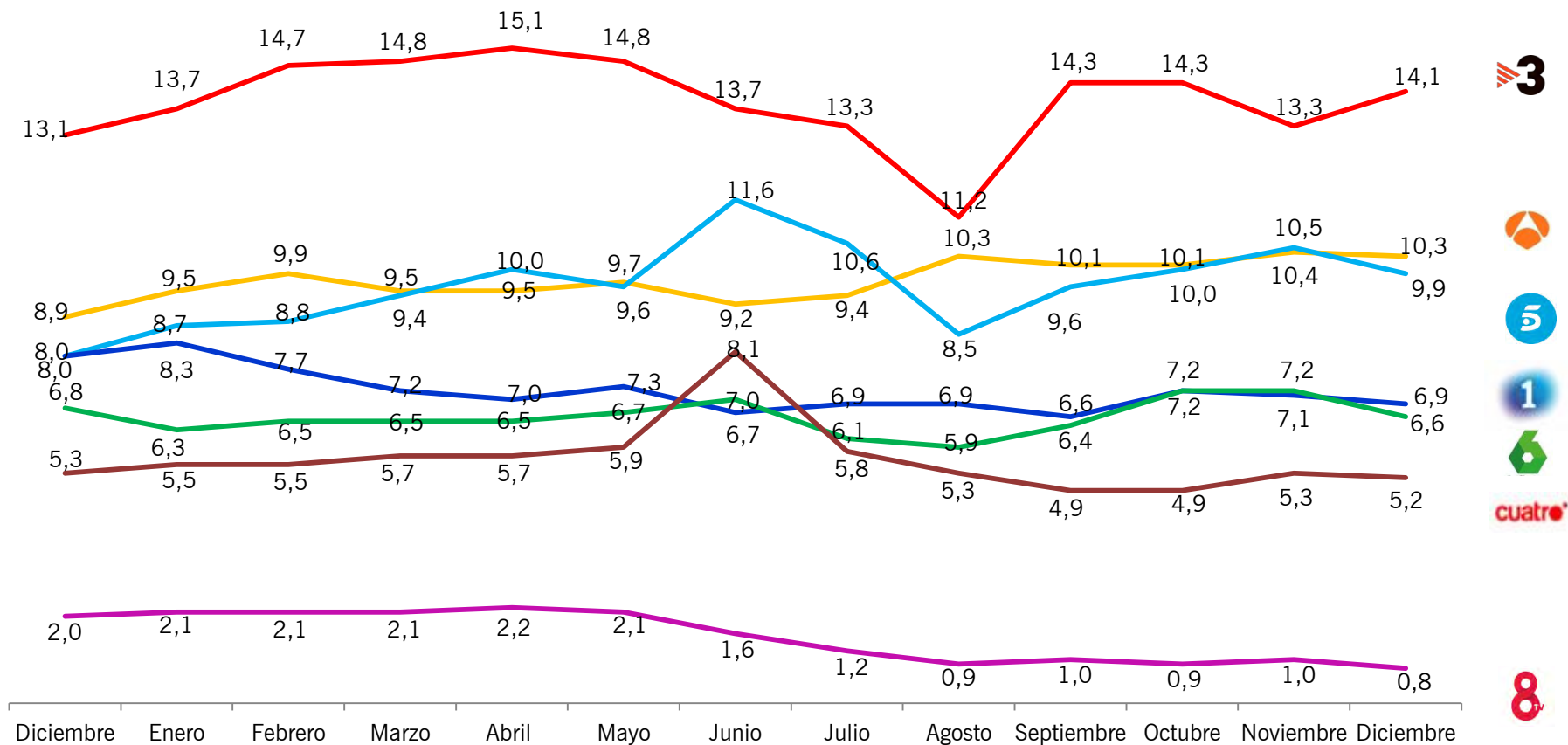


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2018.

Audiencia de la televisión (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales en Cataluña

(en %, de diciembre de 2017 a diciembre de 2018)



Nota: la cuota de pantalla o *share* és el percentatge d'individus que miren una cadena determinada respecte del total de persones que miren la televisió en aquell moment.

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

Audiencia de la televisión (2)

Cuota mensual de pantalla por canales en Cataluña

(en %, de enero a diciembre de 2018, en orden descendente según el ranking de diciembre)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
TV3	13,7	14,7	14,8	15,1	14,8	13,7	13,3	11,2	14,3	14,3	13,3	14,1
Antena 3 TV	9,5	9,9	9,5	9,5	9,7	9,2	9,4	10,3	10,1	10,1	10,4	10,3
Telecinco	8,7	8,8	9,4	10,0	9,6	11,6	10,6	8,5	9,6	10,0	10,5	9,9
La1	8,3	7,7	7,2	7,0	7,3	6,7	6,9	6,9	6,6	7,2	7,1	6,9
laSexta	6,3	6,5	6,5	6,5	6,7	7,0	6,1	5,9	6,4	7,2	7,2	6,6
Cuatro	5,5	5,5	5,7	5,7	5,9	8,1	5,8	5,3	4,9	4,9	5,3	5,2
Energy	2,0	1,8	2,0	1,8	2,0	2,4	2,6	3,3	3,1	3,2	3,4	3,2
Factoría de Ficción	3,2	3,1	3,0	3,1	2,7	2,7	3,5	3,2	3,1	3,0	3,0	3,1
Neox	2,6	2,7	2,6	2,4	2,6	2,5	2,6	2,8	2,5	2,5	2,3	2,8
Paramount Channel	2,1	2,2	2,2	2,0	2,0	1,9	2,2	2,5	2,1	2,4	2,3	2,5
La2	2,1	2,2	2,1	2,0	2,1	1,9	2,1	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3
TRECE	2,2	2,0	2,0	2,1	2,3	1,9	2,4	2,5	1,9	1,6	1,7	2,0
DMax	1,8	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	2,2	2,0	2,0	1,9	1,9
Nova	1,9	1,9	1,8	2,1	2,0	1,8	2,4	2,3	1,9	1,7	1,7	1,9
Divinity	2,4	2,5	2,3	2,4	2,1	2,1	2,3	2,5	2,3	2,0	2,1	1,8
3/24	1,9	1,9	2,2	2,0	2,0	1,8	1,5	1,7	1,7	1,9	1,7	1,7
Mega	1,6	1,2	1,5	1,4	1,5	1,5	1,7	1,7	1,5	1,5	1,6	1,7
Atreseries	1,5	1,4	1,4	1,6	1,5	1,4	1,5	1,8	1,7	1,7	1,8	1,6
Clan	1,6	1,5	1,5	1,3	1,2	1,4	1,5	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4
Dkiss	0,9	0,9	0,8	1,0	1,1	1,0	1,2	1,2	1,2	1,0	1,2	1,1
Disney Channel	0,7	0,9	0,6	0,7	0,7	0,9	0,7	0,7	0,9	0,8	1,0	0,9
Boing	0,8	1,0	0,9	0,7	0,9	0,9	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
8tv	2,1	2,1	2,1	2,2	2,1	1,6	1,2	0,9	1,0	0,9	1,0	0,8
Super3/33	1,0	1,1	1,1	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
BeMad	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,9	0,7	0,8	0,7	0,8
24h	0,7	0,8	0,9	0,7	0,8	0,9	0,8	0,6	0,7	0,8	0,6	0,7
Gol	1,0	0,9	0,6	1,0	0,9	0,7	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7
Esport3	0,6	0,5	0,6	0,7	0,6	0,5	0,3	0,4	0,5	0,6	0,5	0,4
Teledporte	0,5	0,4	0,4	0,6	0,6	0,4	1,4	0,9	0,8	0,5	0,4	0,4
TEN	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2
RAC105	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión (3)

Cuota de pantalla por canales de televisión en Cataluña (en % y promedio de 2018)

Posición	Cadenas	Promedio
1ª		14,0
2ª		9,8
3ª		9,8
4ª		7,2
5ª		6,6
6ª		5,6
7ª		3,1
8ª		2,6
9ª		2,5
10ª		2,2
11ª		2,2
12ª		2,2
13ª		2,0
14ª		1,9
15ª		1,9
16ª		1,8
17ª		1,6

Posición	Cadenas	Promedio
18ª		1,5
19ª		1,5
20ª		1,4
21ª		1,0
22ª		0,9
23ª		0,9
24ª		0,8
25ª		0,8
26ª		0,7
27ª		0,7
28ª		0,6
29ª		0,5
30ª		0,4
31ª		0,4
	Temáticas pago	6,9

TV3 aumenta más de dos puntos su cuota de pantalla respecto al 2017 y se convierte en líder de audiencia en Cataluña, por noveno año consecutivo.

Antena 3 TV se encuentra en segunda posición, empatando con la cuota de pantalla de Telecinco, cuya audiencia baja significativamente respecto al año anterior.

La1 sigue en cuarto lugar con un porcentaje similar al alcanzado en 2017.

La Sexta también mantiene la quinta posición.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión (y 4)

Cuota de pantalla en Cataluña (en % por grupos, promedio de enero a diciembre de 2018)

MEDIASETespaña.



rtve



grupoGodó



Mediaset sigue siendo el grupo televisivo que concentra más audiencia en Cataluña.

Atresmedia, en segundo lugar, se acerca a menos de un punto porcentual y reduce la diferencia del año anterior respecto a Mediaset.

La CCMA se mantiene por delante de la CRTVE, con una diferencia de casi 5 puntos porcentuales.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión: los programas más vistos

Septiembre de 2018

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
30 MINUTS / MARCATS PER L'1 D'OCTUBRE	3	30/09/2018	854	29,2
POLÒNIA	3	13/09/2018	766	28,5
TELENOTÍCIES VESPRE	3	11/09/2018	756	26,9
TELENOTÍCIES VESPRE	3	12/09/2018	689	27,3
POLÒNIA	3	27/09/2018	659	25,1
PIROMUSICAL	3	24/09/2018	629	22,9
TELENOTÍCIES VESPRE	3	13/09/2018	622	24,8
TELENOTÍCIES VESPRE	3	19/09/2018	618	25,1
TELENOTÍCIES VESPRE	3	27/09/2018	611	24,7
POLÒNIA	3	20/09/2018	604	23,5

Noviembre del 2018

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
TELENOTÍCIES VESPRE	3	20/11/2018	699	25,7
TELENOTÍCIES VESPRE	3	15/11/2018	669	23,5
POLÒNIA	3	08/11/2018	664	23,5
TELENOTÍCIES VESPRE	3	07/11/2018	658	25,6
TELENOTÍCIES VESPRE	3	05/11/2018	654	23,5
POLÒNIA	3	15/11/2018	654	22,7
TELENOTÍCIES VESPRE	3	21/11/2018	652	24,2
TELENOTÍCIES VESPRE	3	19/11/2018	642	23,0
POLÒNIA	3	22/11/2018	640	24,2
TELENOTÍCIES VESPRE	3	08/11/2018	633	25,8

Octubre de 2018

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
TELENOTÍCIES VESPRE	3	01/10/2018	795	28,7
TELENOTÍCIES VESPRE	3	18/10/2018	703	27,3
TELENOTÍCIES VESPRE	3	15/10/2018	696	24,5
POLÒNIA	3	04/10/2018	686	25
TELENOTÍCIES VESPRE	3	29/10/2018	661	25,2
TELENOTÍCIES VESPRE	3	17/10/2018	652	25,7
POLÒNIA	3	18/10/2018	644	22,8
SENSE FICCIÓ / LA GENT DE L'ESCALA	3	01/10/2018	638	24,5
TELENOTÍCIES VESPRE	3	09/10/2018	632	23,2
TELENOTÍCIES VESPRE	3	02/10/2018	631	23,6

Diciembre de 2018

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
CAMPANADES FI D'ANY	3	31/12/2018	751	36,8
TELENOTÍCIES VESPRE	3	20/12/2018	680	28,2
SENSE FICCIÓ / VOX: LA AMBICIÓN DE SANTIAGO ABASCAL	3	04/12/2018	675	25,3
POLÒNIA	3	13/12/2018	675	25,1
POLÒNIA	3	20/12/2018	657	24,7
TELENOTÍCIES VESPRE	3	13/12/2018	635	24,3
SENSE FICCIÓ / CAUSA ESPECIAL 20907/2017	3	18/12/2018	635	24,5
TELENOTÍCIES VESPRE	3	18/12/2018	631	25,7
TELENOTÍCIES VESPRE	3	04/12/2018	627	23,0
FUTBOL: COPA DEL REI / BARCELONA-CULTURAL LEONESA	3	05/12/2018	625	23,6

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión temática de pago

En Cataluña, la televisión de pago tiene un promedio de audiencia diaria de más de 70.000 espectadores.

Promedio de audiencia diaria de las principales cadenas de pago. Cataluña. Diciembre de 2018 (en miles)

						
4,1	3,3	2,8	2,6	2,4	2,1	1,9
						
1,8	1,7	1,6	1,6	1,5	1,5	1,5
						
1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	0,9	0,9
						
0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.



Distribución de emisoras de radio en Cataluña

Radio pública
Radio privada

263 emisoras de radio

El número total de frecuencias usadas por el sector radiofónico es de 787, el 75% (589) de las cuales emiten la oferta de radio pública.



El hogar catalán recibe más de 30 emisoras: 10 radios de ámbito nacional, 20 estatal y las emisoras de ámbito local.

Por zona de servicio

12 emisoras nacionales

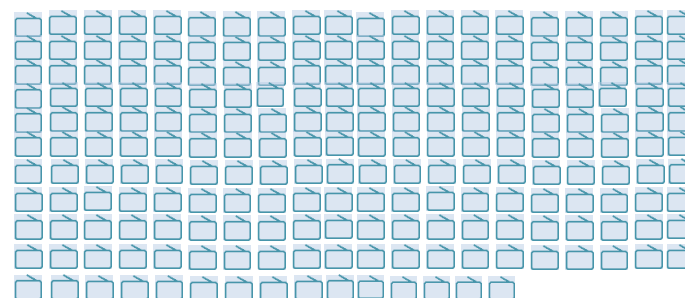
4 públicas
8 privadas

20 emisoras estatales

5 públicas
15 privadas

231 emisoras locales

215 públicas



16 privadas



Nota: en el BIAC se entiende por *emisora* el medio de comunicación que emite un producto radiofónico a través de una o más frecuencias.
Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional y FM estatal privadas) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal públicas). Diciembre de 2018.

La radio pública

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

224 emisoras públicas	4 emisoras nacionales	      Catalán
	5 emisoras estatales	       Castellano y catalán (solo Ràdio 4)
	215 emisoras locales	                    Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (FM local), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (FM nacional) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal). Diciembre de 2018.

La radio privada

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

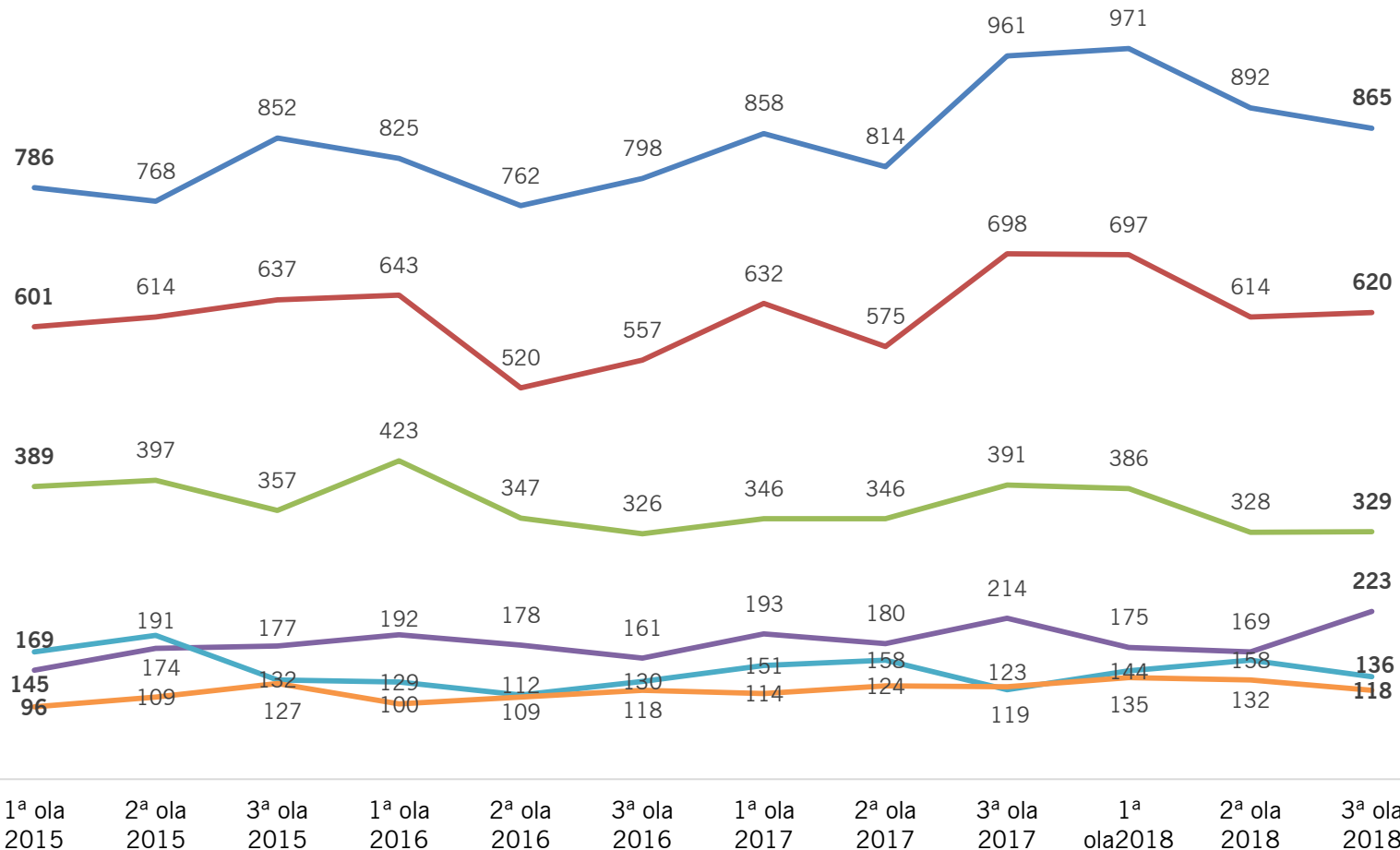
39 emisoras privadas	8 emisoras nacionales	          Catalán
	15 emisoras estatales	                   Castellano (excepto desconexiones)
	16 emisoras locales ^A	               Catalán

^A Las emisoras de los prestadores Publicacions Penedès, SL, y Llegeix Escriu Escolta Català, SL, son baja por extinción de la licencia.
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2018.

Audiencia de la radio (1)

Ranking de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a viernes)

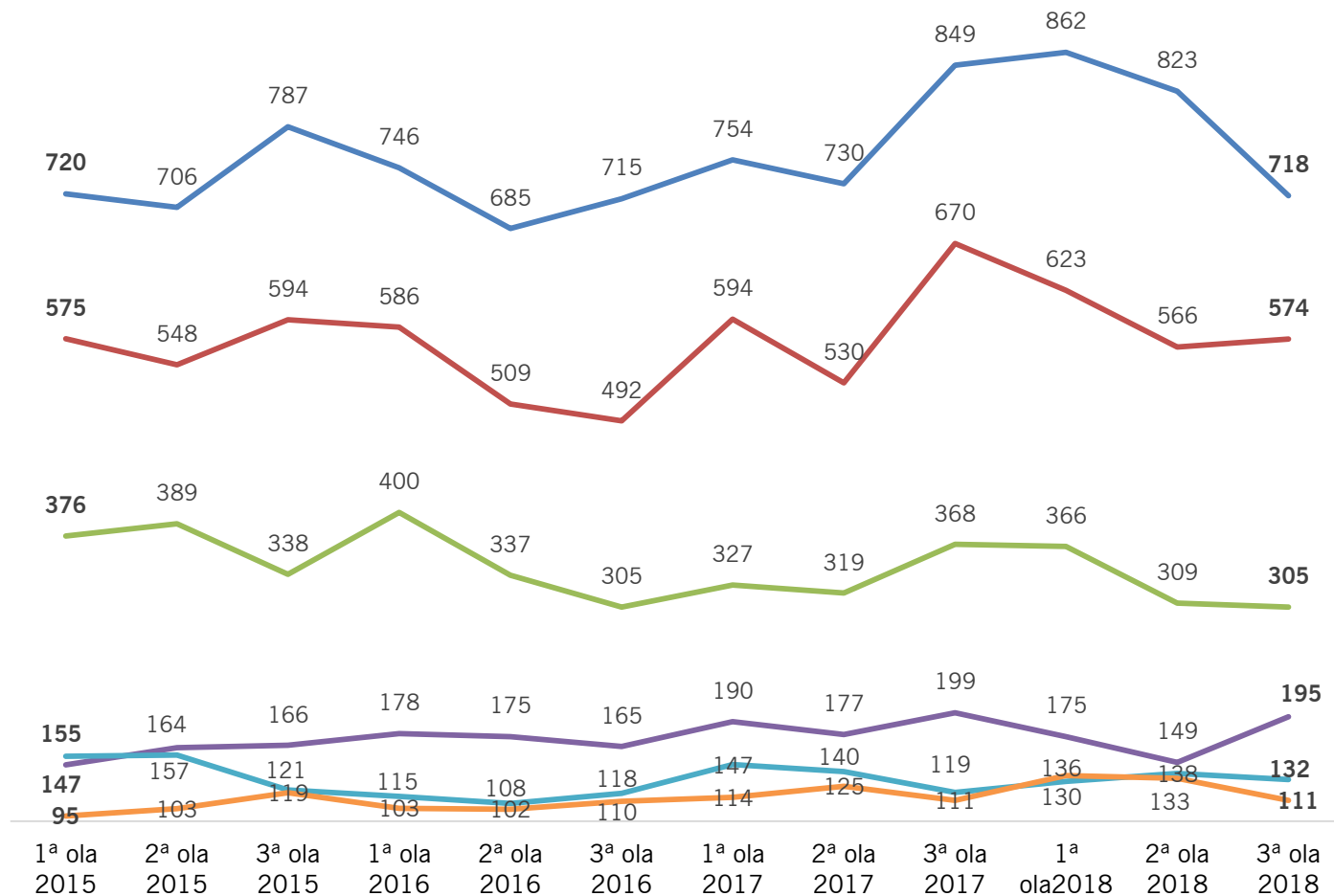


Fuente: EGM – Datos Catalunya – 3ª oleada de 2018.

Audiencia de la radio (2)

Ranking de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)

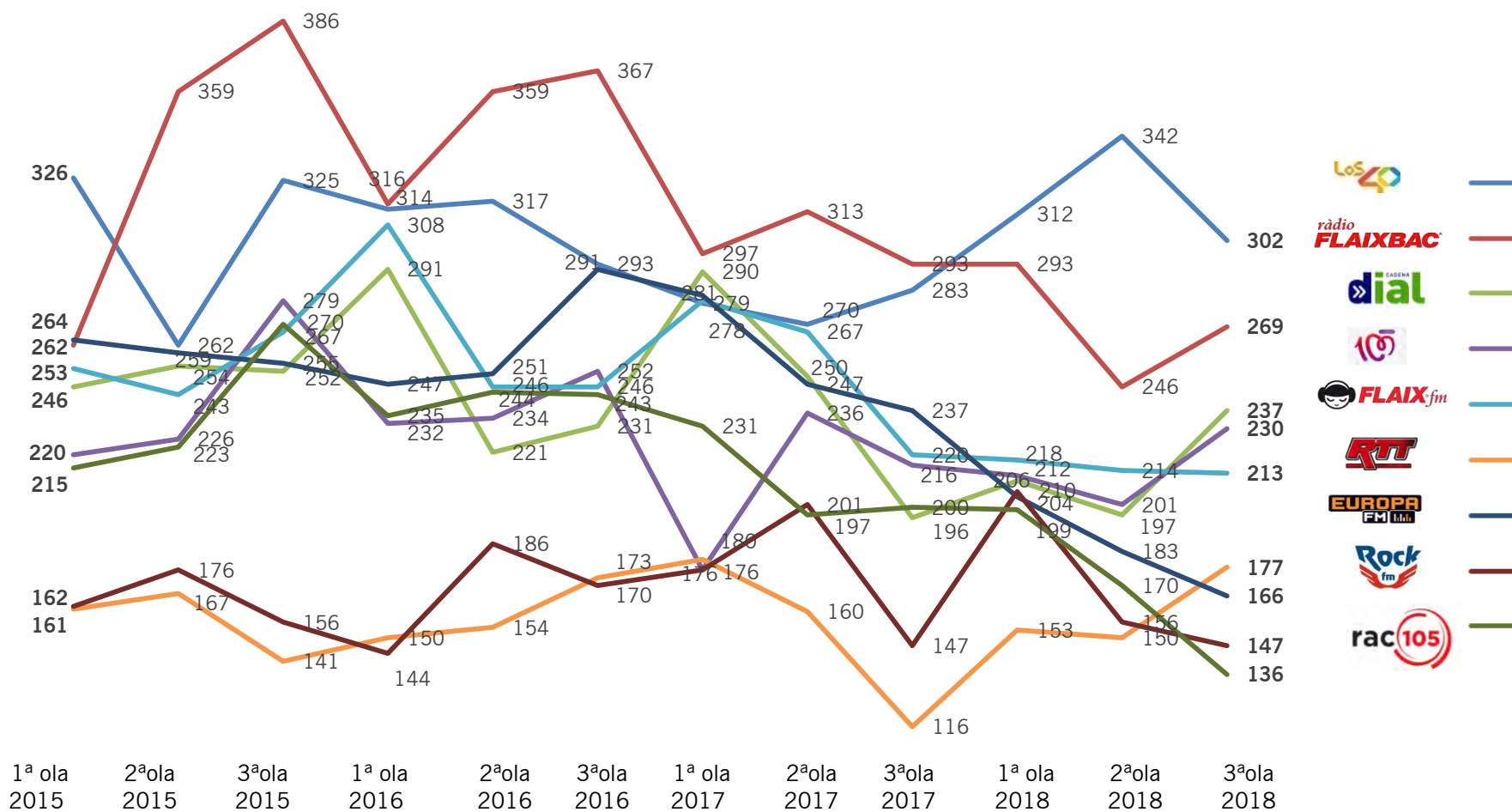


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

Audiencia de la radio (3)

Ranking de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a viernes)

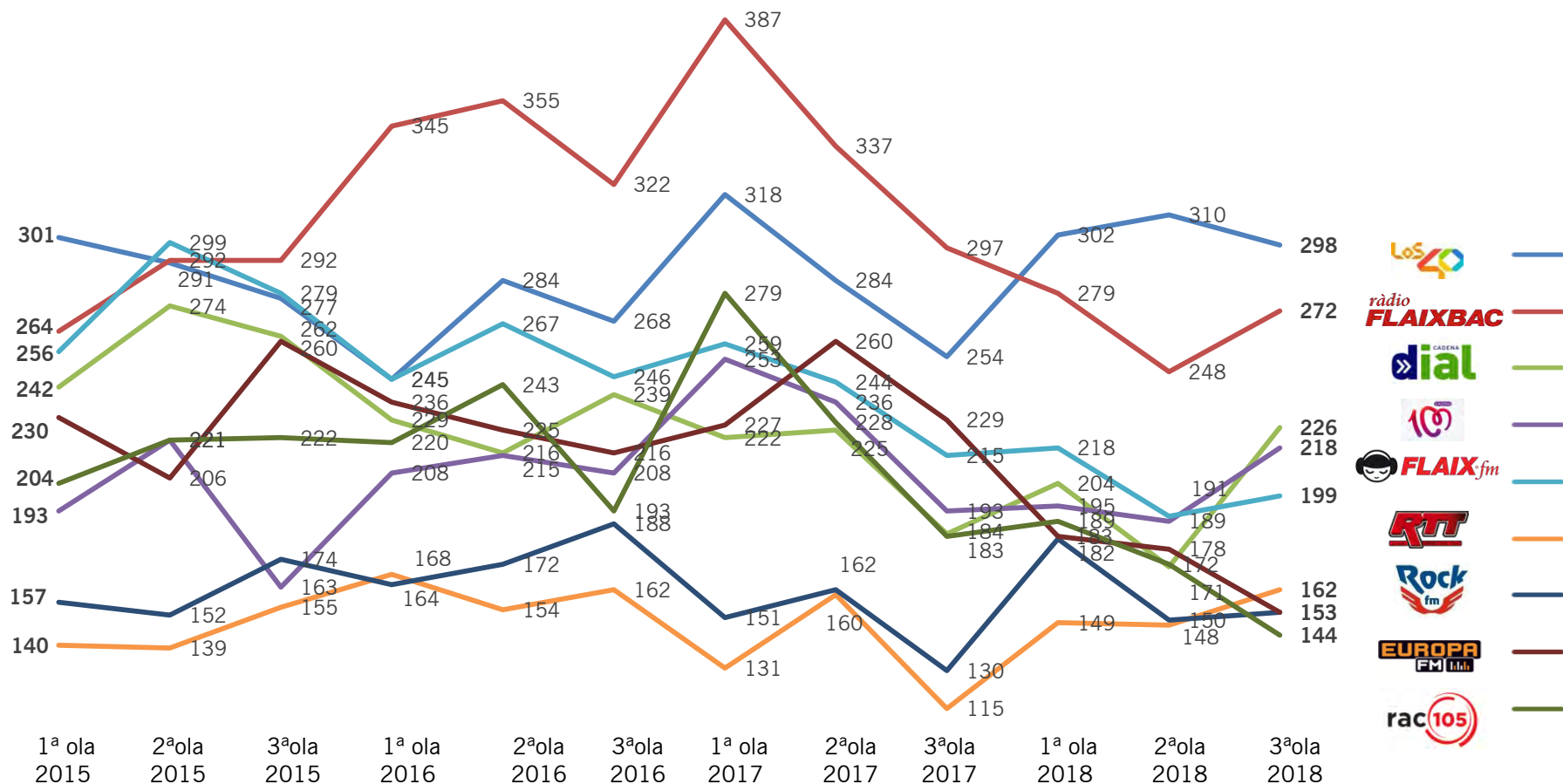


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

Audiencia de la radio (4)

Ranking de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las última doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)

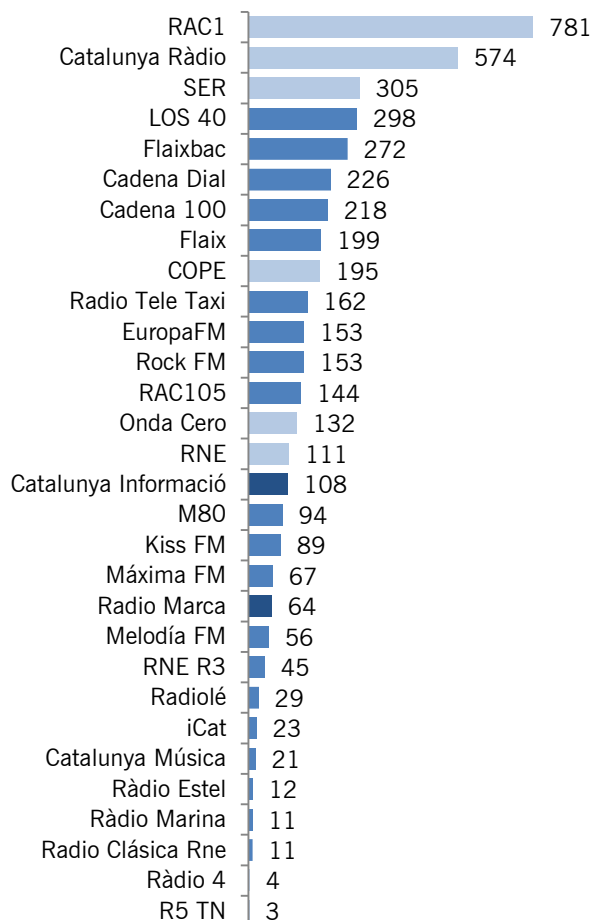


Font: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

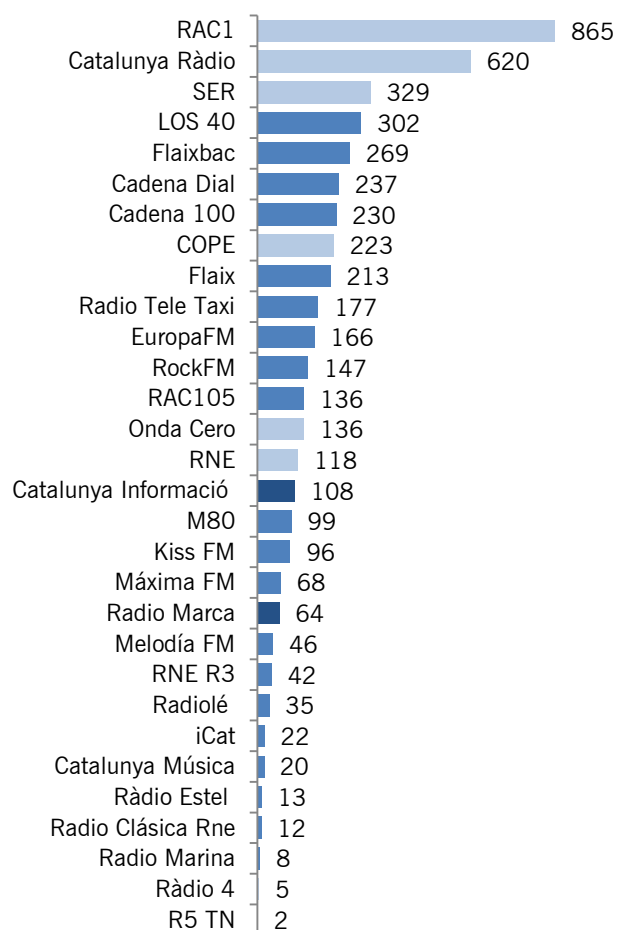
Audiencia de la radio (5)

Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en miles sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)

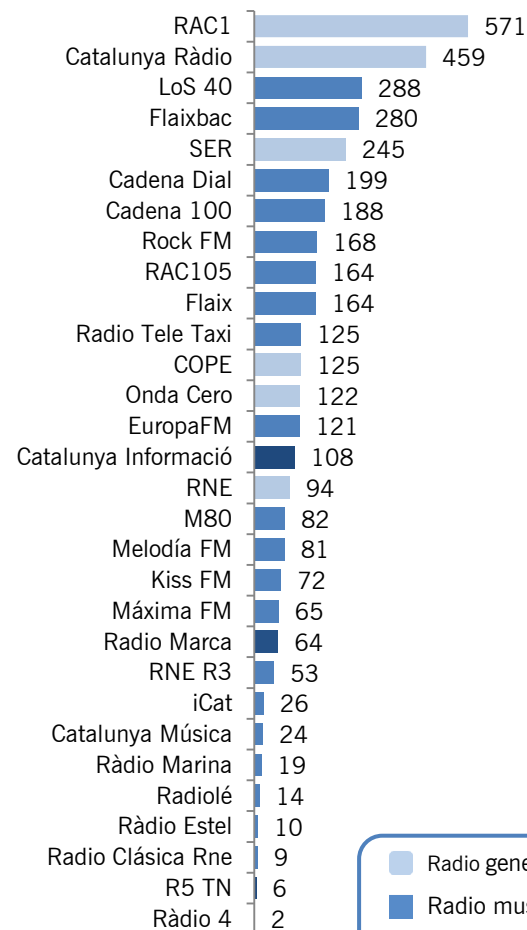
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



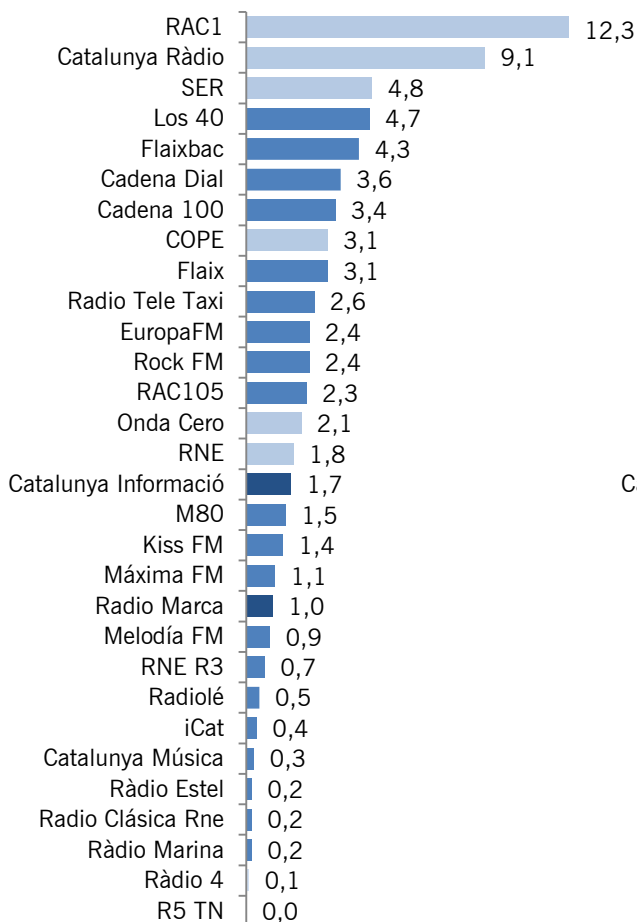
Radio generalista
Radio musical
Radio informativa

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

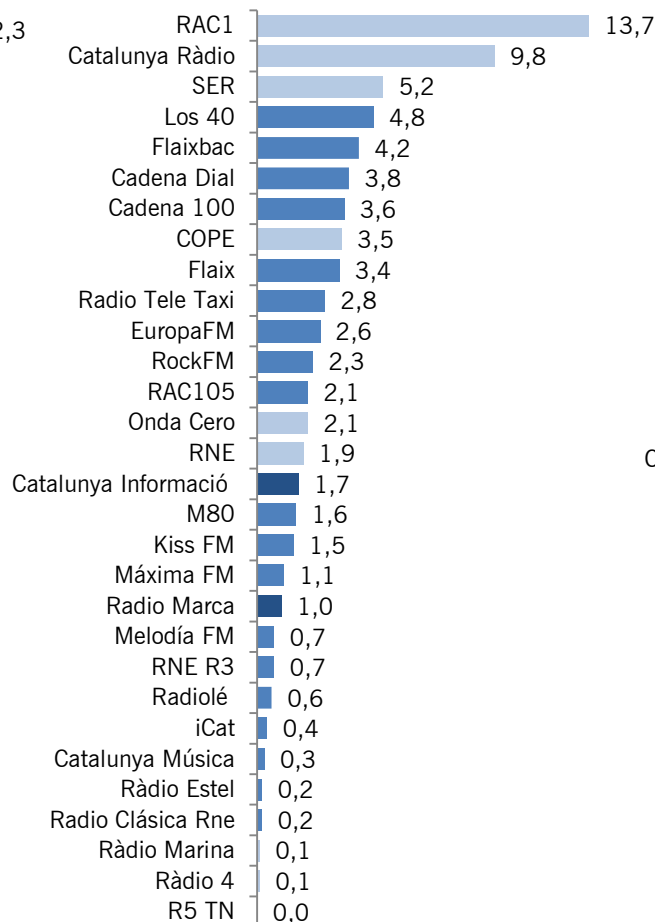
Audiencia de la radio (y 6)

Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en % sobre el total de población, día anterior a la entrevista)

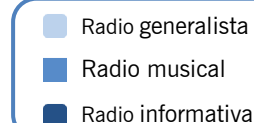
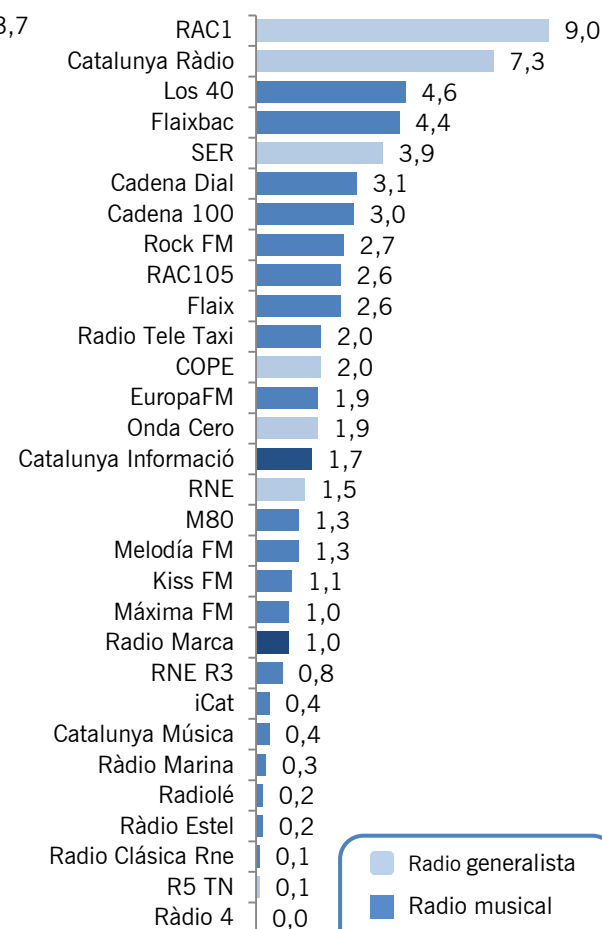
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.

Audiencia de la radio por franjas horarias

En Cataluña, cada día 1.996.000 escuchan la radio generalista y de éstas, 1.541.000 lo hacen en la franja matinal de 6 a 12 h de lunes a viernes.

Audiencia de la radio por franjas horarias de las principales cadenas generalistas en Cataluña

(en miles de oyentes, de lunes a viernes y ordenado por audiencia acumulada y, entre paréntesis, oleada anterior)

Emisora	Audiencia acumulada	 de 6 a 12 h	 de 12 a 16 h	 de 16 a 20 h	 de 20 a 6 h
	865 (892)	644 (701)	350 (365)	262 (324)	212 (202)
	620 (614)	456 (446)	216 (185)	143 (122)	142 (136)
	329 (328)	198 (203)	67 (76)	80 (77)	121 (145)
	223 (169)	149 (114)	34 (44)	27 (20)	99 (80)
	136 (158)	78 (95)	46 (26)	39 (57)	41 (33)
	118 (132)	82 (77)	40 (28)	21 (26)	39 (52)

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2018.



Internet

Uso de internet

Frecuencia de uso de internet

(por sexo y edad, en %, sobre el conjunto de personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos 3 meses)

	Absolutos	Diariamente, al menos 5 días por semana	Todas las semanas, pero no cada día	Menos de una vez por semana	Uso de internet varias veces al día
Sexo					
Hombre	2.403.399	82,8	14,5	2,7	79,4
Mujer	2.460.373	80,1	16,2	3,7	77,0
Edad					
De 16 a 24 años	644.559	90,2	7,8	2,0	90,2
De 25 a 34 años	807.441	86,4	10,0	3,7	86,4
De 35 a 44 años	1.190.540	83,3	15,3	1,4	80,6
De 45 a 54 años	1.097.964	81,5	16,2	2,3	77,5
De 55 a 64 años	732.889	73,7	21,9	4,3	66,5
De 65 a 74 años	390.379	65,1	24,4	10,5	58,0
TOTAL	4.863.772	81,4	15,3	3,2	78,2



En Cataluña 4,8 millones de personas son usuarias habituales de internet.

La franja de jóvenes de entre 16 y 24 años es la que la utiliza con más frecuencia a lo largo de la semana y en más de una ocasión al día.

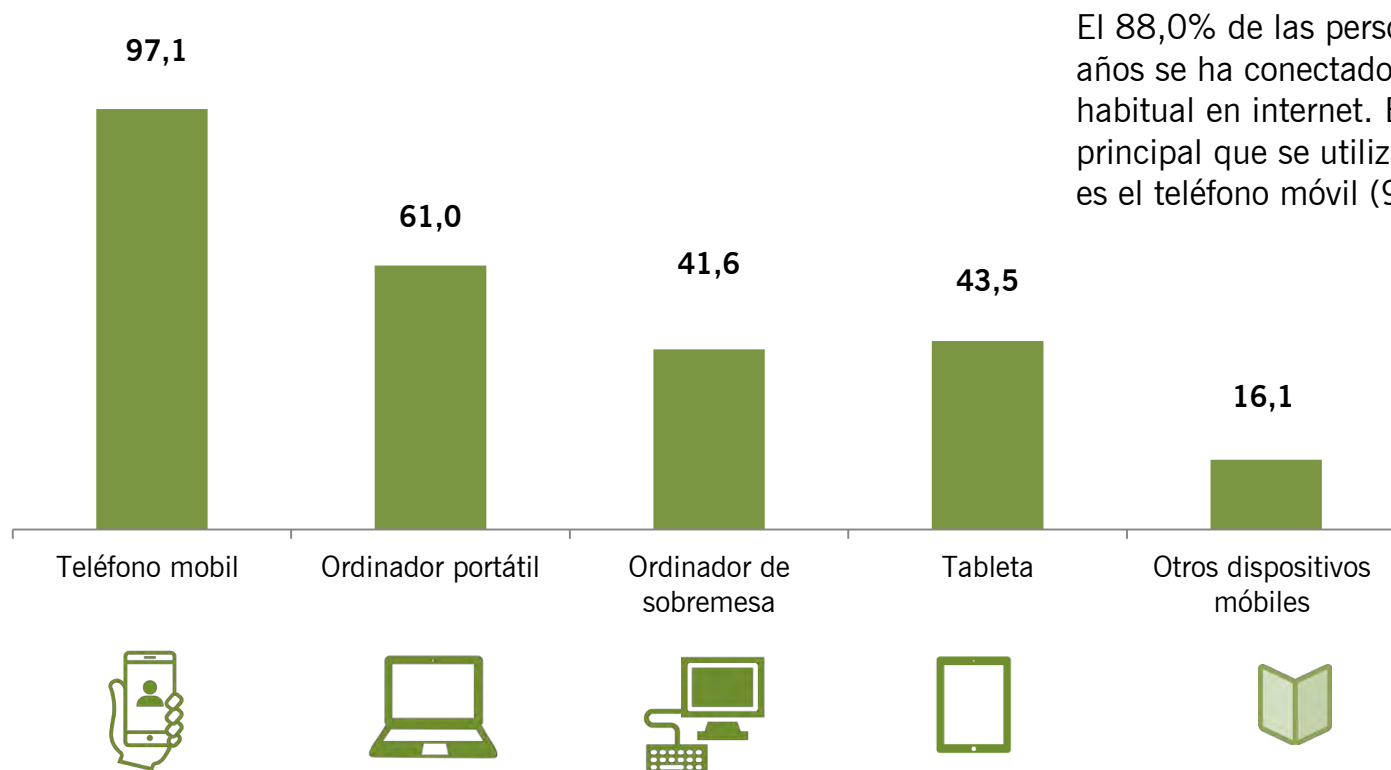
La frecuencia de uso de internet decae a medida que la franja de edad aumenta. No se observan diferencias significativas entre mujeres y hombres.

Fuente: Idescat, a partir de la [Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y de la comunicación en los hogares](#) del INE. Año 2018

Penetración de internet en Cataluña

Dispositivos utilizados para conectarse a internet

(en %, sobre el conjunto de personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos 3 meses)



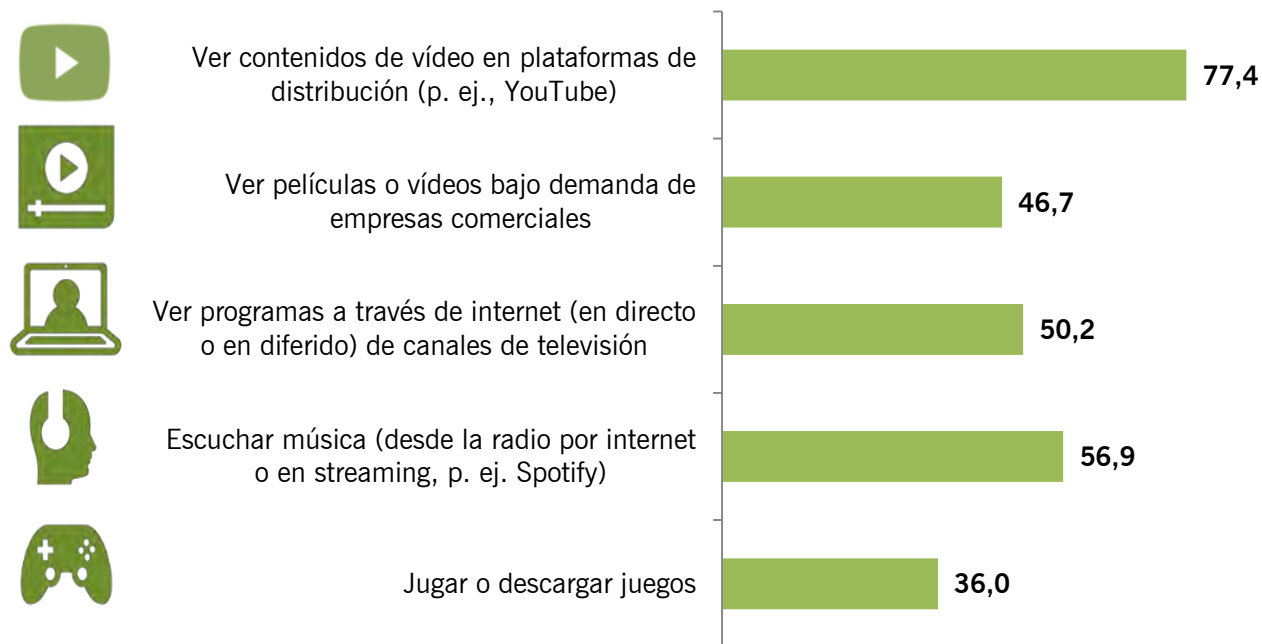
Nota: la opción *otros dispositivos móviles* incluye consola de juego, lector de libros electrónicos, reloj inteligente, etc.

Fuente: Idescat, a partir de la [Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y de la comunicación en los hogares](#) del INE. Año 2018

Uso de internet y entretenimiento

Uso de servicios de internet relacionados con el entretenimiento en Cataluña. Año 2018

(en %, sobre el conjunto de personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos 3 meses)



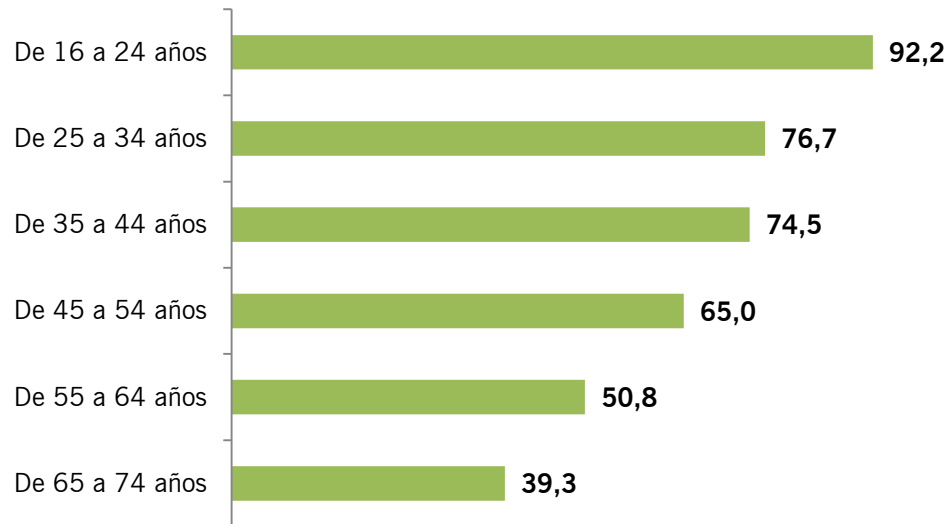
La actividad de entretenimiento que prefieren los internautas en Cataluña es consumir contenidos de vídeo publicados en plataformas de intercambio de vídeos, seguida de escuchar música y ver programas de televisión por internet.

Fuente: Idescat, a partir de la [Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y de la comunicación en los hogares](#) del INE. Año 2018.

Participación en redes sociales

Participación en redes sociales. Cataluña. Año 2018

(en %, sobre el conjunto de personas de 16 a 74 años que han utilizado internet en los últimos 3 meses)



El 71,8% de los internautas catalanes participan en redes sociales y, en menor medida, el 65,8% de usuarios hombres.

Por edad, destaca el 92,2% de participación en la franja de 16 a 24 años. También cabe señalar que 1 de cada 3 internautas mayores de 65 años utiliza las redes sociales.

Fuente: Idescat, a partir de la [Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y de la comunicación en los hogares](#) del INE. Año 2018.

Consumo de contenidos audiovisuales

Horas de consumo de contenidos audiovisuales según dispositivo y edad. España.

	Televisión		Ordenador		Tableta		Móvil	
Edad	Días laborables	Fines de semana y festivos	Días laborables	Fines de semana y festivos	Días laborables	Fines de semana y festivos	Días laborables	Fines de semana y festivos
De 10 a 15 años	2,0	3,3	0,9	1,2	1,2	0,6	1,7	2,2
De 16 a 24 años	2,0	2,8	2,1	2,1	0,3	0,2	2,5	2,8
De 25 a 34 años	2,3	3,3	1,9	1,3	0,4	0,3	2,2	2,5
De 35 a 49 años	2,4	3,6	1,1	0,9	0,4	0,3	1,3	1,4
De 50 a 64 años	3,2	4,1	0,8	0,7	0,4	0,3	0,8	0,9
Mayores de 65 años	4,2	4,5	0,6	0,5	0,2	0,2	0,5	0,4



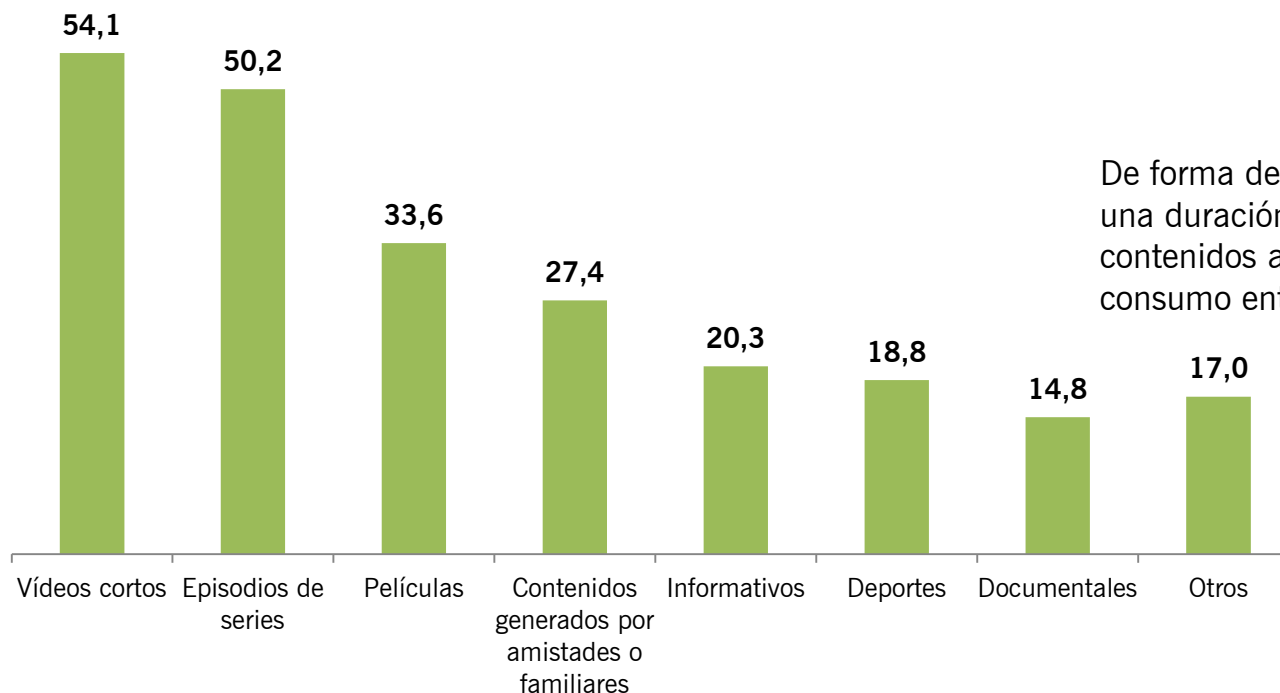
El consumo de contenidos audiovisuales crece, de manera generalizada, los fines de semana y los festivos, sobre todo el de televisión, que está entre casi las 3 horas y las 4 horas y media, según la franja de edad.

Los jóvenes entre 16 y 24 años consumen más contenidos audiovisuales a través del teléfono móvil que por televisión.

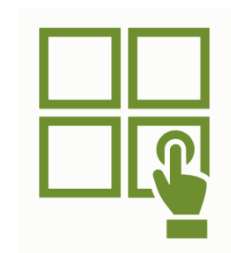
Fuente: CNMC. [Panel de Hogares de CNMC](#). Segundo trimestre de 2018.

Consumo de contenidos audiovisuales en línea (1)

Consumo de contenidos audiovisuales en línea. España



De forma destacada, los vídeos con una duración corta y las series son los contenidos audiovisuales de mayor consumo entre la población española.



Fuente: CNMC. [Panel de Hogares de CNMC](#). Segundo trimestre de 2018.

Consumo de contenidos audiovisuales en línea (y 2)

Plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales en línea (en %, hogares)



13,4

NETFLIX

12,5



5,8



4,5



4,0



2,9



2,5



0,9



0,7



0,6

En España, 1 de cada 3 hogares con acceso a internet utiliza plataformas de pago, una tendencia al alza en los últimos años. De estos servicios, Movistar+ y Netflix son las principales opciones para consumir contenidos audiovisuales en línea.

Las personas encuestadas prefieren ver los eventos deportivos y los programas informativos en directo, mientras que las películas y las series, las quieren ver a la carta.

Fuente: CNMC. [Panel de Hogares de CNMC](#). Segundo trimestre de 2018.



El apunte *e-Sports*: una realidad conectada

Presentación (1)

DEFINICIÓN:

e-Sports (*deportes electrónicos*) hace referencia a las competiciones de **videojuego multijugador** (*multiplayer video game*). Los más relevantes son los de **estrategia en tiempo real** (*real-time strategy*, RTS, en oposición a la estrategia por turnos), de **lucha** (*fighting games*), de **acción en primera persona** (*first person shooters*, FPS) y **multijugador en línea en campo de batalla** (*multiplayer online battle arena*, MOBA).

Los dos principales países en cuanto a industria y práctica de e-Sports son EE. UU. y China.

VALOR ECONÓMICO:

En 2018, el total de los ingresos de los e-Sports (derechos de emisión, publicidad, patrocinadores, *merchandising*, entradas y derechos de edición de los videojuegos) fue de 906M\$ (un 38,2% más que en 2017). En España fue de 14,5M€.

Para 2021, se esperan unos ingresos totales de 1.650M\$.

EE. UU. y Canadá generaron el 38% del total ingresos de 2018, China, el 18% y Corea del Sur, el 6%.



Presentación (y 2)

RECONOCIMIENTO:

En **EE. UU.**, los jugadores de e-Sports tienen estatus de **atletas profesionales**.

El **Comité Olímpico Internacional** (COI) reconoce su desarrollo.

Los **Juegos Asiáticos 2018** (Asiad 2018, organizados por el Comité Olímpico de Asia, OCASIA) contaron con **e-Sports como modalidad olímpica de demostración**, en los siguientes videojuegos:

- [League of Legends](#) (LoL, videojuego creado por la empresa Riot Games, California, EE. UU.).
- [Pro Evolution Soccer](#) (PES, videojuego creado por Konami, Japón).
- [Starcraft II](#) (creado por Blizzard Entertainment, California, EE. UU.)
- [Hearthstone](#) (creado por Blizzard Entertainment, California, EE. UU.)
- [Clash Royale](#) (videojuego para móvil, creado por Supercell, Finlandia).
- [Arena of Valor](#) (videojuego para móvil, creado por Wangzhe Rongyao, China).

Está previsto que los e-Sports sean disciplinas oficiales en el Asiad 2022 (Hangzhou, China).

Próximos Juegos Olímpicos: Tokio 2020 y Los Ángeles 2024.

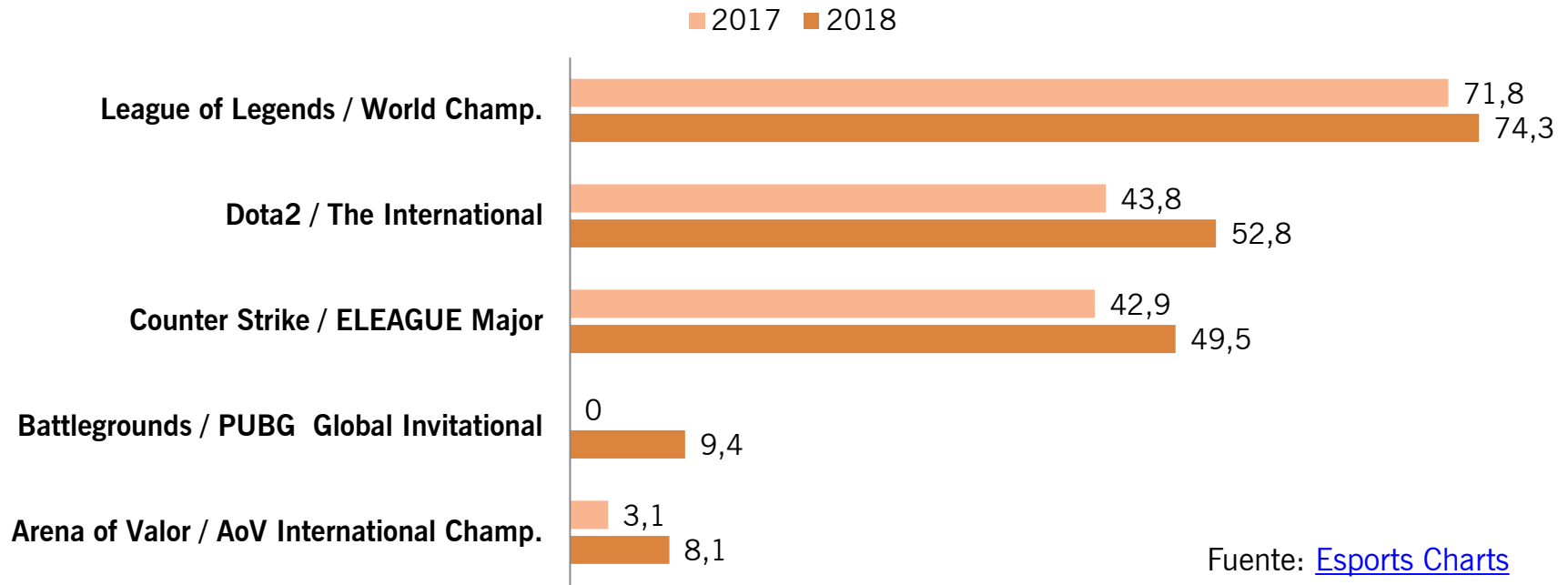


Logo olímpico e-Sports
(Juegos Asiáticos 2018,
Yakarta/Palembang)



Principales competiciones y actores globales

Millones de horas visionadas en Twitch y YouTube de los principales campeonatos de *e-Sports*



El principal canal de distribución de los *e-Sports* es [Twitch.tv](#), comprado por Amazon en 2014 por 970M\$, el valor más alto en aquel momento en la compra de una empresa tecnológica. También encontramos [YouTube](#), a mucha distancia de Twitch.

La final del [2018 World Championship](#) (*League of Legends*) fue entre [Fnatic](#) (Londres, Reino Unido) y el vencedor, [Invictus Gaming](#) (Shanghái, China), en noviembre de 2018. Tuvo una audiencia de 99,6 millones de usuarios únicos.

Por comparar, la audiencia televisiva de la final de la Super Bowl NFL de los EE. UU., en febrero de 2018, fue de 103,4 millones de espectadores.

Principales competiciones y actores en España

El mercado español es el 9º mundial en facturación de videojuegos.

En este contexto se desarrollan las competiciones de la **Liga de Videojuegos Profesional (LVP)**.

LVP organiza la **Superliga Orange** en:

- League of Legends (en colaboración con Riot Games)
- Clash Royale
- Counter Strike



En el [III Barcelona Games World 2018](#) se disputó la fase final de la [I Iberian Cup](#) (Superliga Orange y la liga portuguesa, LPLOF), organizada por LVP y Riot Games.

LVP es el **primer distribuidor mundial de e-Sports en lengua española a escala global**. Distribuye en castellano competiciones internacionales de terceros como: League of Legends Championship Series, el Paladins World Championship o la Rocket League Championship Series.



En 2016, **Mediapro** adquirió un porcentaje mayoritario del capital de Fandroid Entertainment, sociedad gestora de la LVP. En noviembre de 2018, Mediapro anunció el lanzamiento de [U-Beat](#), una OTT de e-Sports, inspirada en Twitch. El canal temático Movistar eSports dejó de emitir en diciembre de 2018, tras dos años de emisiones.



Fuentes de El apunte: [Comité Olímpico Internacional \(COI\)](#), [Comité Olímpico Asia \(OCASIA\)](#), [World Economic Forum](#), [Forbes](#), [International e-Sports Federation \(IESF\)](#), [The Guardian](#), [Statista](#), [Esports Charts](#), [EfeEmpresas](#), [League of Legends](#), [Nielsen](#), [Asociación española de videojuegos \(AEVI\)](#), [Cuatrecasas](#), [Expansión](#).



Flashes

Flashes (1)

IAB Spain publica el informe *Top Tendencias Digitales 2019*

En diciembre de 2018, IAB Spain publicó una nueva edición del [informe anual](#) con el objetivo de mostrar las 15 claves de negocio del sector de la publicidad y la comunicación digital en España, tales como el incremento de la inversión en *e-Sports*, la presencia creciente de la social TV en las redes sociales, la irrupción de plataformas de televisión conectada y las novedades del vídeo publicitario en línea.

Netflix estrena un formato audiovisual interactivo con *Black Mirror: Bandersnatch*

El 28 de diciembre de 2018, Netflix estrenó un capítulo especial de la serie *Black Mirror*, titulado [Bandersnatch](#). Se trata de un episodio interactivo que permite a la persona espectadora, mientras lo visiona, ir tomando decisiones que cambian el curso de la acción del protagonista, desembocando en uno u otro final. Aunque este formato no es nuevo, ha despertado una gran expectativa, ya que se enmarca dentro del paraguas de una serie de gran audiencia como es *Black Mirror*.

8tv suprime sus informativos

La televisión del Grup Godó decidió eliminar a finales de año los programas informativos en directo: *8 al dia* y *La nit a 8tv*. Durante la segunda mitad de 2018 la audiencia de [8tv](#) ha ido cayendo hasta llegar al 0,8% de cuota de pantalla, según Kantar Media.

3/24, Premi Nacional de Comunicació

El 10 de diciembre se celebró la 17ª edición de los [Premis Nacionals de Comunicació 2018](#).

El canal informativo de televisión de la CCMA 3/24 recibió el galardón en la categoría de televisión. Otros premiados fueron el magazín de humor *La competència* de RAC1 (en la categoría radio); el periódico *Núvol* (medios digitales); el fotoperiodista Tino Soriano (prensa); el grupo empresarial de proximidad Corisa Media Grup y la empresa catalana *Wallapop* (publicidad). La periodista Pepi Rafel recibió una mención de honor por su trayectoria en el mundo de la comunicación local.

Premios CAC a la investigación

El Consejo del Audiovisual de Cataluña ha hecho público el [veredicto](#) de los XXX Premios CAC a la investigación sobre comunicación audiovisual. Isadora García ha ganado el primer premio con su tesis doctoral, titulada "[La adaptación de formatos en televisión: los remakes transculturales de series de ficción](#)". Su investigación se centra en el impacto que un determinado contexto cultural puede ejercer en la narración durante el proceso de adaptación de una serie.

El segundo premio ha sido para el informe "[Serveis d'accessibilitat sensorial a les televisions catalanes: situació actual, necessitats i propostes de futur](#)", elaborado por Sara Rovira e Irene Tor.

Flashes (2)



La Cadena SER estrena emisora en catalán

El 15 de octubre de 2018 nace [SERCat](#), una nueva apuesta de la Cadena SER que desdobra la oferta radiofónica en Cataluña. SER Catalunya tiene como principal atractivo el magazín informativo matinal *Aquí, amb Josep Cuní*. La programación de la emisora se completa con programas que ya se emitían en desconexión desde Ràdio Barcelona-Cadena SER.



TV3 y IB3 se unen para lanzar Bon dia TV

La televisión pública de Cataluña y de las Islas Baleares puso en marcha el pasado 27 de noviembre [Bon dia TV](#), una nova plataforma gratuita de vídeo a la carta (VoD). Con esta apuesta, TV3 e IB3 quieren dar más visibilidad a la programación propia en lengua catalana. La oferta del canal incluye documentales, series, largometrajes y programas divulgativos, entre otros.



Loves TV se pone en marcha

RTVE, Mediaset y Atresmedia pusieron en marcha el pasado mes de noviembre una nueva plataforma gratuita de vídeo a la carta (VoD) con el objetivo de hacer frente común al auge de los servicios audiovisuales de VoD de pago. Loves TV permite a los espectadores ver los contenidos de los últimos 7 días de cualquiera de los canales de estos grupos televisivos.



Roger Loppacher, elegido presidente de la MNRA

El 17 de noviembre el presidente del CAC, Roger Loppacher, fue elegido [presidente](#) de la Red de Autoridades de Regulación Mediterráneas (MNRA por sus siglas en inglés o RIRM, en francés) en la 20ª sesión plenaria. Esta Red engloba a 26 autoridades reguladoras del audiovisual de 22 países de la cuenca mediterránea y tiene como principal objetivo establecer un marco para el diálogo, el intercambio de información y la investigación sobre la regulación audiovisual.



El ERGA publica un nuevo informe sobre pluralismo en los medios audiovisuales de la UE

En el marco de su [10ª encuentro](#), el ERGA ha aprobado el informe [Internal Media Plurality in Audiovisual Media Services in the EU: Rules & Practices](#). El informe se divide en cuatro partes que analizan el estado actual de la regulación en materia de pluralidad en los medios de comunicación audiovisuales de la Unión Europea, según los cambios recientes del panorama mediático.



Buenas prácticas de Media Literacy en Europa

El Consejo de Europa ha publicado un [Informe](#) sobre las autoridades reguladoras que llevan a cabo proyectos de educación mediática en sus países. El programa [eduCAC](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña aparece en él referenciado como ejemplo de buenas prácticas.

BIAC. Núm. 12 – Tercer cuatrimestre de 2018

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Kantar Media: Ámbito Cataluña. Datos obtenidos por audímetro relativos a individuos mayores de 4 años.
- EGM: datos de la 3ª oleada de 2018. Periodo octubre-noviembre de 2018. Ámbito Cataluña.
- CNMC: Panel de hogares CNMC. Segundo semestre de 2018.
- Iconografía: *Noun Project*, *Freepik*

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 12. Tercer cuatrimestre de 2018. Barcelona: CAC, enero de 2019. <www.cac.cat>