



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

Primer cuatrimestre de 2015
número 1. Mayo de 2015

Sumario

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña 3

Televisión 	4
Distribución de canales de televisión en Cataluña	5
Distribución de canales de televisión de ámbito nacional	6
Distribución de canales de televisión de ámbito estatal	7
Distribución de canales de televisión local	8
La televisión local pública	9
La televisión local privada por grupos de comunicación	10
Penetración y lengua de la televisión	11
Audiencia de la televisión (1)	12
Audiencia de la televisión (2)	13
Audiencia de la televisión (3)	14
Audiencia de la televisión: los programas más vistos	15
Audiencia de la televisión temática de pago	16
Audiencia de la televisión local	17

Radio 	18
Distribución de la emisoras de radio en Cataluña	19
Distribución de la radio pública	20
Distribución de la radio privada por grupos (1)	21
Distribución de la radio privada por grupos (2)	22
Penetración y lengua de la radio	23
Penetración de la radio por días de la semana	24
Audiencia de la radio (1)	25
Audiencia de la radio (2)	26

Internet 	27
Perfil del internauta en Cataluña	28
Consumo de contenidos audiovisuales en internet	29

Publicidad 	30
Inversión publicitaria en Cataluña	31
Inversión publicitaria en medios catalanes	32

El apunte 	33
El consumo infantil de televisión (1)	34
El consumo infantil de televisión (2)	35
El consumo infantil de televisión (3)	36

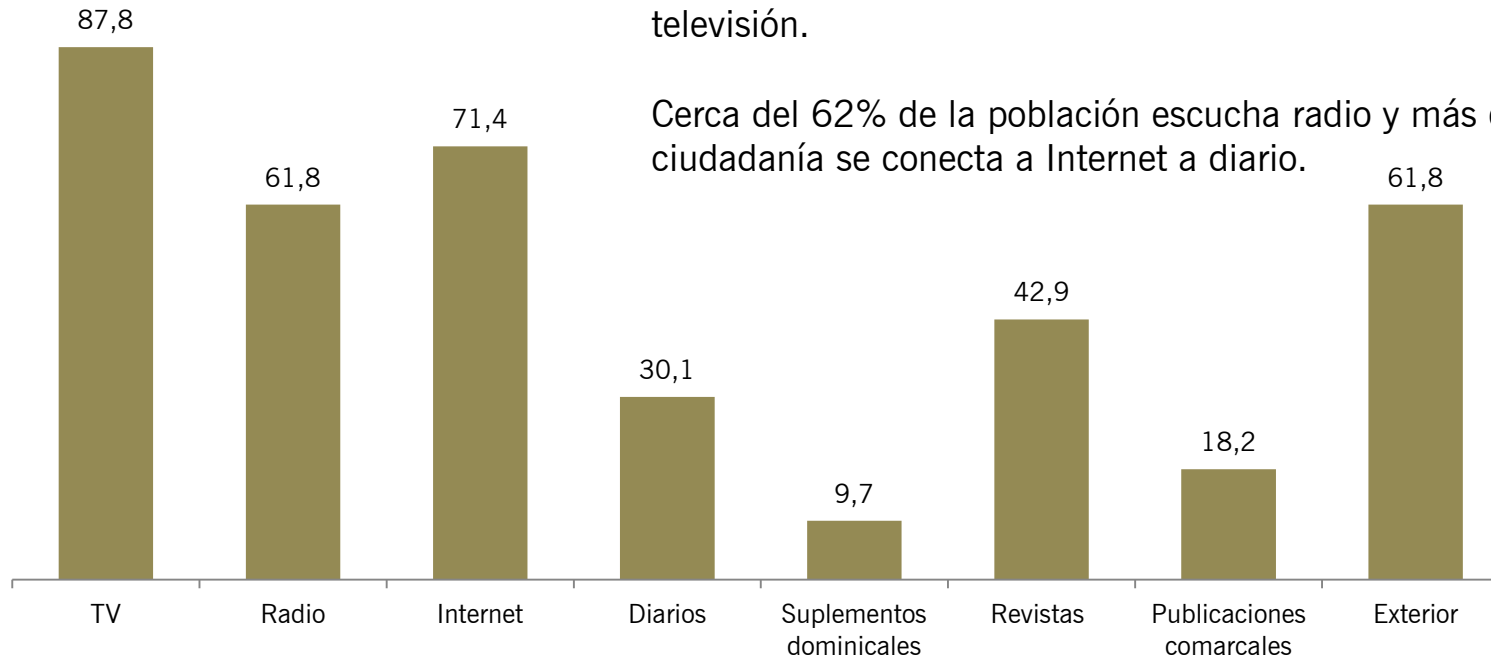
Flashes 	37
--	-----------



Penetración de los medios de comunicación en Cataluña

Penetración

(en % sobre el total de la población)



La televisión es el medio de comunicación con mayor penetración en Cataluña: casi el 88% de los catalanes y las catalanas miran televisión.

Cerca del 62% de la población escucha radio y más del 71% de la ciudadanía se conecta a Internet a diario.

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

El gráfico incorpora las respuestas en relación con los periodos y los siguientes medios:

- diarios (en papel), radio (lunes-domingo), televisión e internet: audiencia del día anterior a la entrevista.

- suplementos y exterior: audiencia de la semana.

- revistas y publicaciones comarcales: audiencia del periodo de la publicación.

Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

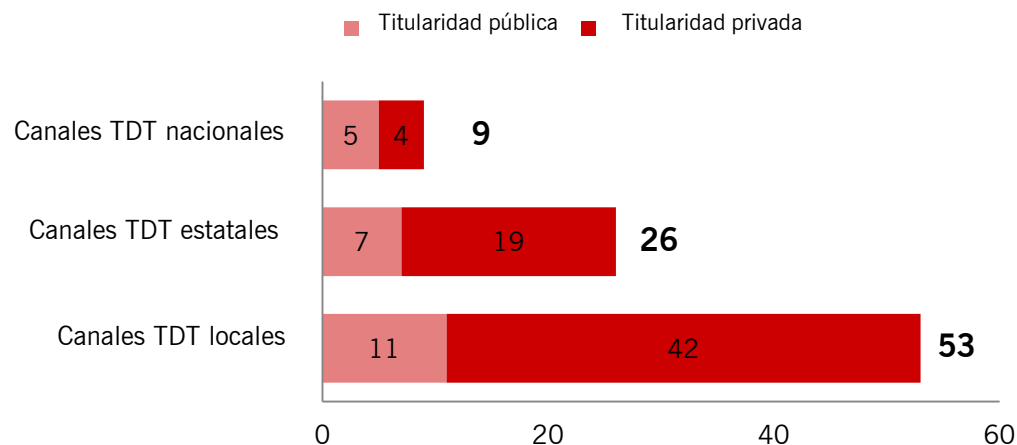
En Cataluña se ven una media diaria de 4 horas de televisión y se escucha 1 hora y 45 minutos de radio, según Kantar Media y EGM Baròmetre Catalunya.



Distribución de canales de televisión en Cataluña

Por zona de servicio

(en numero de canales de TDT)

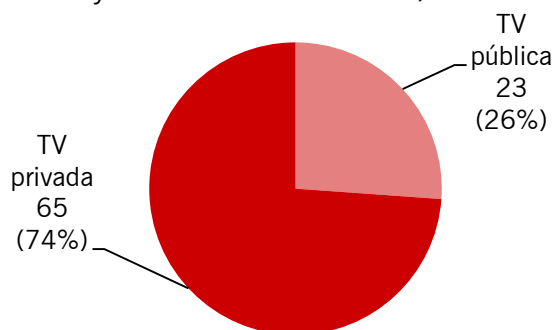


El espacio televisivo catalán se organiza en dos ámbitos: el nacional y el local (municipal y supramunicipal), que conviven con la oferta televisiva de cobertura estatal.

Una cuarta parte de la oferta corresponde a televisiones públicas y el resto son privadas.

Por titularidad

(en número y en % de canales de TDT)



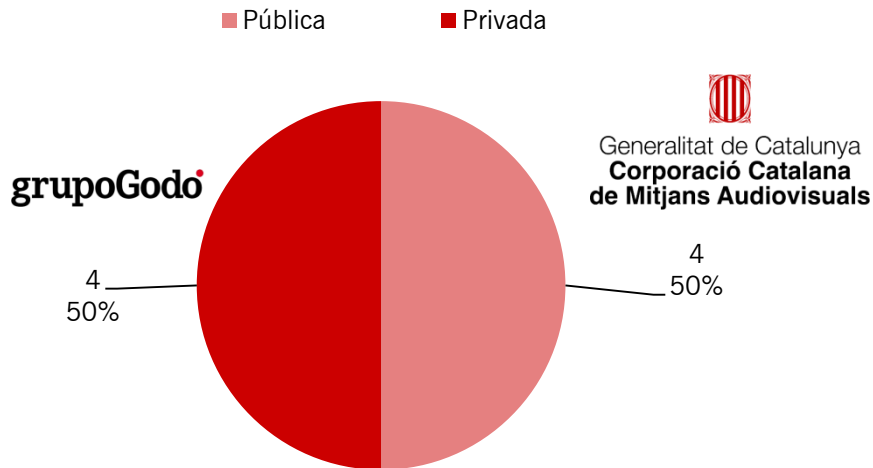
Los hogares catalanes reciben entre 36 y 40 canales de televisión en abierto: 26 canales de ámbito estatal, 9 de nacional y entre 1 y 5 de proximidad.

Nota: en el BiaC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada múltiplex (MUX).
Fuentes: Consejo del Audiovisual de Cataluña (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Industria, Energía y Turismo (canales TDT estatal).
Abril 2015.

Distribución de canales de televisión de ámbito nacional

Por titularidad

(en % de canales de TDT de ámbito nacional en Cataluña)



La oferta televisiva de cobertura nacional se estructura en dos ámbitos: el público y el privado.

Ámbito público:

- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

5 canales de televisión en abierto: TV3, Super3/33, 3/24, Esport3 y TV3 HD.

Ámbito privado:

- Emissions Digitals de Catalunya (EDC), sociedad vinculada al Grupo Godó.

3 canales: 8tv, RAC105 y Barça TV.

Por oferta

CANALES PÚBLICOS	CANALES PRIVADOS
CCMA	GRUPO GODÓ
TV3	8tv
Super3/33	RAC105
3/24	BARÇA TV
Esport3	
TV3 HD	

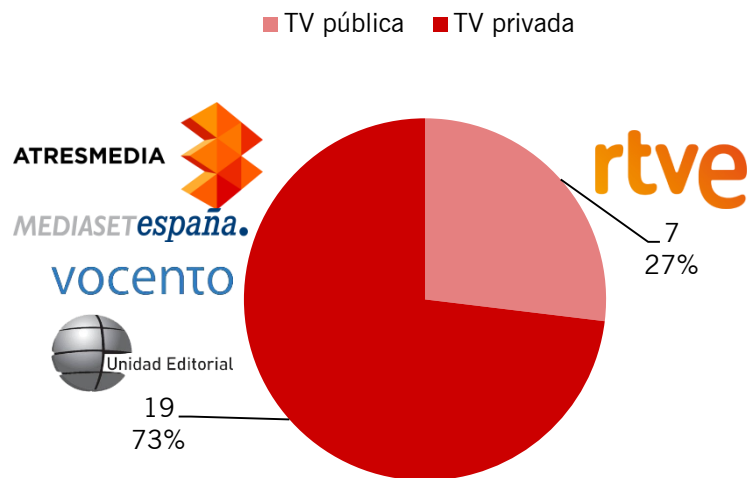
El 22 de diciembre de 2014, EDC arrendó 1 de sus 4 canales a la CCMA para emitir TV3HD a partir de enero de 2015. El canal Bom que emitía por este programa deja de hacerlo.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y grupos de comunicación. Abril 2015.

Distribución de canales de televisión de ámbito estatal

Por titularidad

(en % de canales de TDT de ámbito estatal en Catalunya)



En la oferta de canales televisivos de ámbito estatal también hay televisiones públicas y privadas.

El ente público Corporación de Radio Televisión Española (CRTVE) presenta una oferta de 7 canales (27% del total).

La oferta televisiva de titularidad privada la forman un total de 19 canales (un 73% del total) distribuidos en los grupos de comunicación:

- Atresmedia Corporación: 7 canales.
- Mediaset: 8 canales.
- Unidad Editorial: 2 canales.
- Vocento: 2 canales

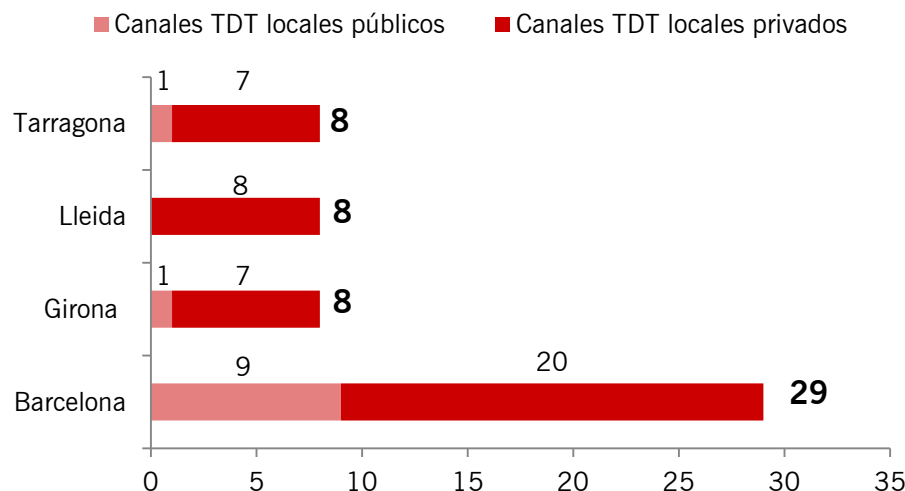
CANALES PÚBLICOS	CANALES PRIVADOS			
CRTVE	ATRESMEDIA	MEDIASET	VOCENTO (NET TV)	UNIDAD EDITORIAL (VEO TV)
LA 1	ANTENA 3	TELECINCO	DISNEY CHANNEL	DISCOVERY MAX
LA 2	ANTENA 3 HD	TELECINCO HD	PARAMOUNT CHANNEL	13 TV
24H	NEOX	BOING		
CLAN	NOVA	FDF		
LA 1 HD	LA SEXTA	CUATRO		
TELEDEPORTE	LA SEXTAHD	CUATRO HD		
TELEDEPORTE HD	GOL TV	ENERGY		
		DIVINITY		

Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y grupos de comunicación. Abril 2015.

Distribución de canales de televisión local

Por demarcaciones

(en número de canales de TDT)



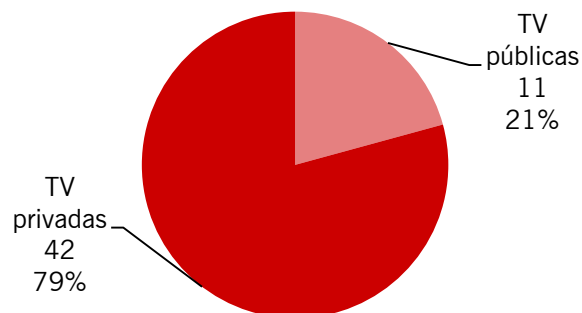
En Cataluña hay 53 canales de TV local de los cuales más de la mitad (29) se ubican en la demarcación de Barcelona (un 54%).

Los 24 canales restantes se distribuyen a partes iguales en el resto de demarcaciones (Girona, Tarragona y Lleida).

8 de cada 10 canales de televisión local o de proximidad son privados.

Por titularidad

(en número y en % de canales de TDT)

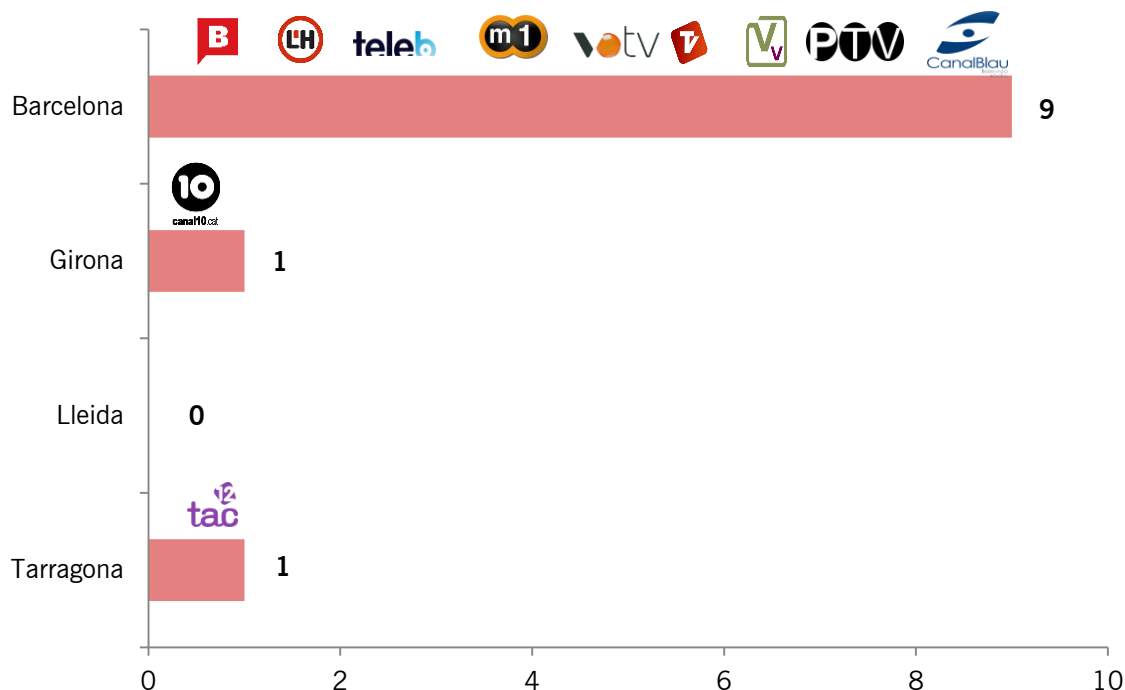


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril 2015.

La televisión local pública

Canales de TDT local pública en Cataluña

(por demarcaciones)



La oferta de televisión local pública en Cataluña se concentra en 11 canales y la mayoría (9) se ubican en la demarcación de Barcelona.

Esta es la distribución por demarcaciones:

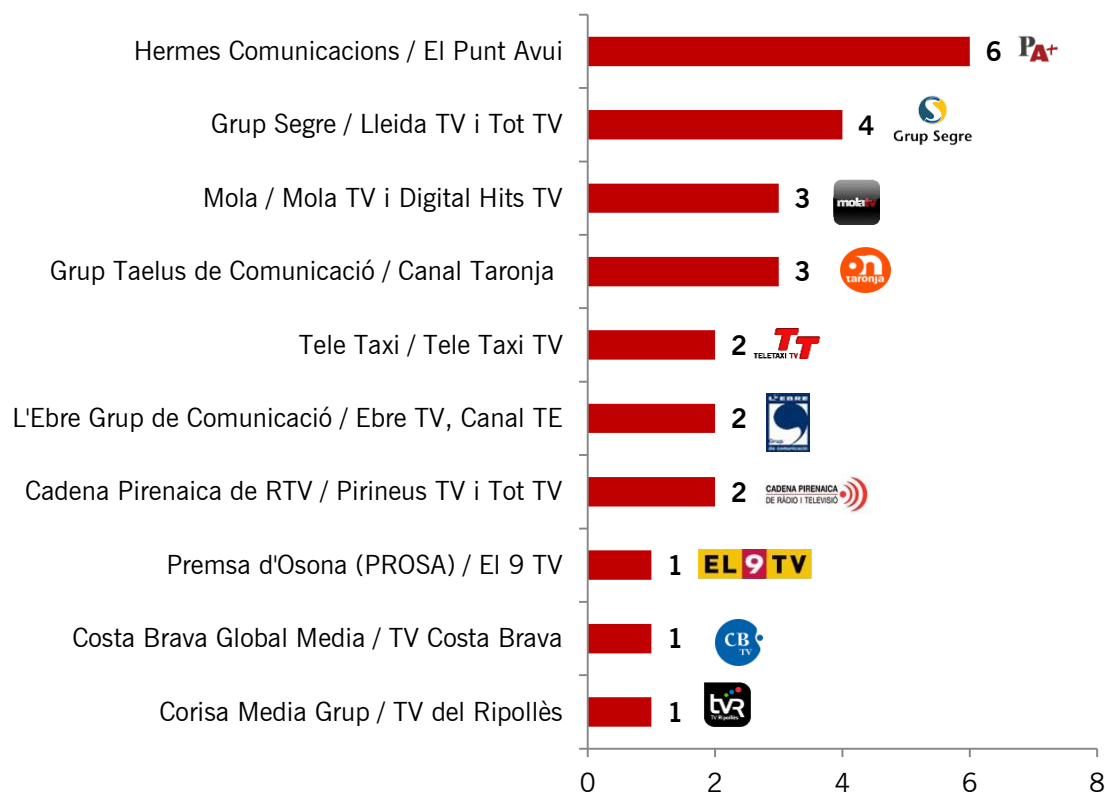
- En Barcelona, 9 canales: BTV, Televisión de Badalona, Televisión de L'Hospitalet, Vallès Oriental TV (VOTV), m1tv, Canal Terrassa Vallès, Canal Azul, Penedès Televisión, Vallès Visió.
- En Girona, 1 canal: Canal 10 Empordà.
- En Tarragona, 1 canal: TAC 12.
- Lleida no tiene ningún canal de televisión local pública en emisión.

La mayoría de canales de TV local pública forman parte de algún grupo multimedia (vinculados con la radio municipal), excepto VOTV (Granollers) y TAC 12 (Tarragona).

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril 2015.

La televisión local privada por grupos de comunicación

Principales grupos de comunicación de TDT local privada en Cataluña (por número de canales)



El número de canales de televisión local privada en emisión en Cataluña es de 42.

De éstos, 25 están vinculados a grupos de comunicación de ámbito municipal y supramunicipal (un 59,5%). Los 17 canales restantes son empresas de televisión de proximidad que no pertenecen a ningún grupo, como 25TV, Banyoles TV, Canal 21, Canal Reus TV, Empordà TV, ETV, Olot TV, Maresme TV, TV Berguedà, TVCS Vallés, TV Girona, entre otros.

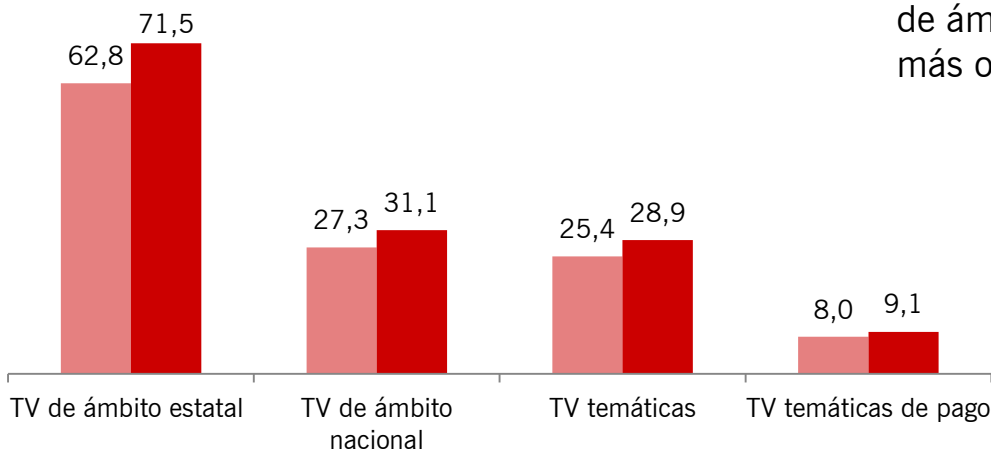
El grupo Hermes Comunicaciones (editor del diario El Punt Avui) gestiona 6 canales de televisión local privada en Cataluña

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y de los grupos de comunicación. Abril 2015.

Penetración y lengua de la televisión

Penetración

(en %, día anterior a la entrevista)



En Cataluña se ve mayoritariamente televisión de ámbito estatal, que en su conjunto tiene más oferta y más audiencia.

TV estatal: TVE1, La 2, Antena3 TV, La Sexta, Telecinco y Cuatro.

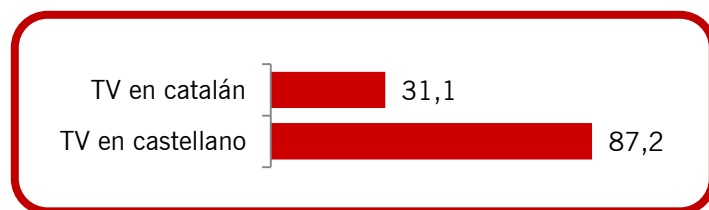
TV nacional: TV3, Super3/33, 3/24, Esport3 y 8TV.

TV temáticas: principales televisiones temáticas en abierto (FDF, Divinity, Energy, Boing, Neox, Nova, 24h, Teledeporte, 24h, Boing, etc.).

■ % sobre el total de la población (6.284.400) ■ % sobre los espectadores TV (5.519.700)

Distribución por lengua de consumo sobre el total de telespectadores

(en %, día anterior a la entrevista)



La lengua de consumo televisivo en Cataluña es principalmente el castellano.

Nota: dado que la persona telespectadora suele mirar más de un canal en el mismo día, los datos están tratadas teniendo en cuenta la multiplicidad de respuestas. Esto explica que la suma de los porcentajes sea superior al 100%.

Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

Audiencia de la televisión (1)

Cuota mensual de pantalla en Cataluña

(en % por canales, enero-abril 2015. En orden descendente según el ranking de abril)

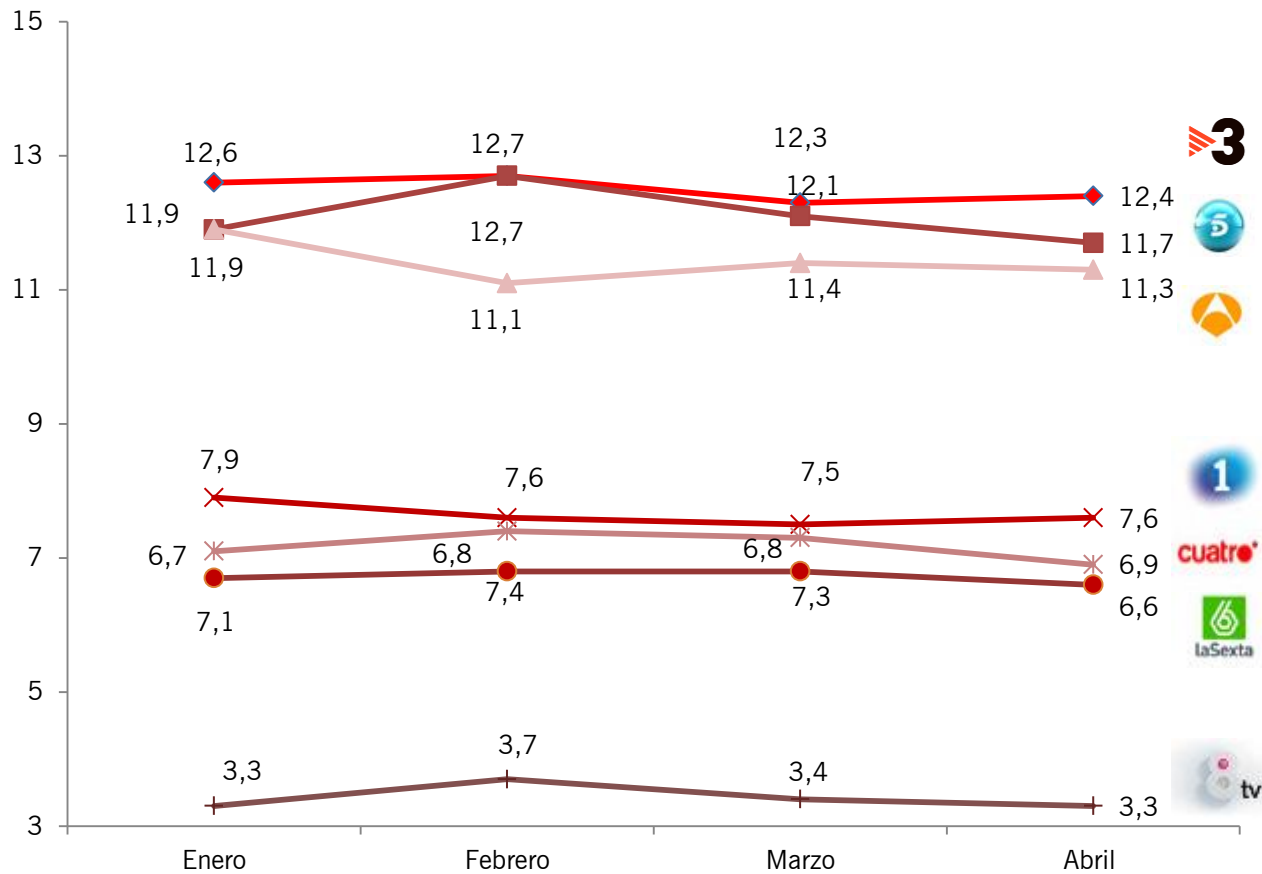
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
TV3	12,6	12,7	12,3	12,4
Telecinco	11,9	12,7	12,1	11,7
Antena 3 TV	11,9	11,1	11,4	11,3
La1	7,9	7,6	7,5	7,6
Cuatro	7,1	7,4	7,3	6,9
laSexta	6,7	6,8	6,8	6,6
8tv	3,3	3,7	3,4	3,3
Factoría de Ficción	3,2	3,0	3,0	3,2
Divinity	2,8	2,8	2,4	2,9
Neox	2,5	2,8	2,7	2,5
La 2	2,7	2,5	2,4	2,3
Nova	2,4	2,4	2,3	2,3
Discovery Max	2,1	2,1	2,1	2,3
Paramount Channel	1,9	1,8	2,0	1,9
Energy	1,6	1,8	1,8	1,8
Clan	1,3	1,4	1,5	1,7
Super3/33	1,6	1,5	1,6	1,5
13TV	1,1	1,0	1,3	1,4
Esport3	1,2	1,1	1,3	1,4
3/24	1,4	1,4	1,5	1,2
Boing	1,2	1,1	1,1	1,2
Disney Channel	1,3	1,2	1,2	1,1
24h	0,6	0,6	0,6	0,6
Teledeporte	0,3	0,4	0,4	0,5
RAC105	0,1	0,1	0,1	0,1

Nota: la cuota de pantalla o *share* es el porcentaje de individuos que son audiencia de una cadena (en un programa o franja) respecto al porcentaje de individuos que estaban mirando televisión durante este programa o franja.

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

Audiencia de la televisión (2)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales en Cataluña
(en %, enero-abril 2015)

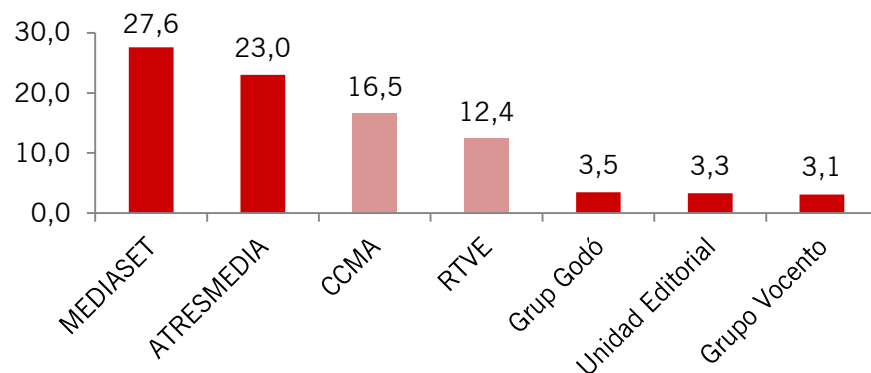


Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión (3)

Cuota de pantalla en Cataluña

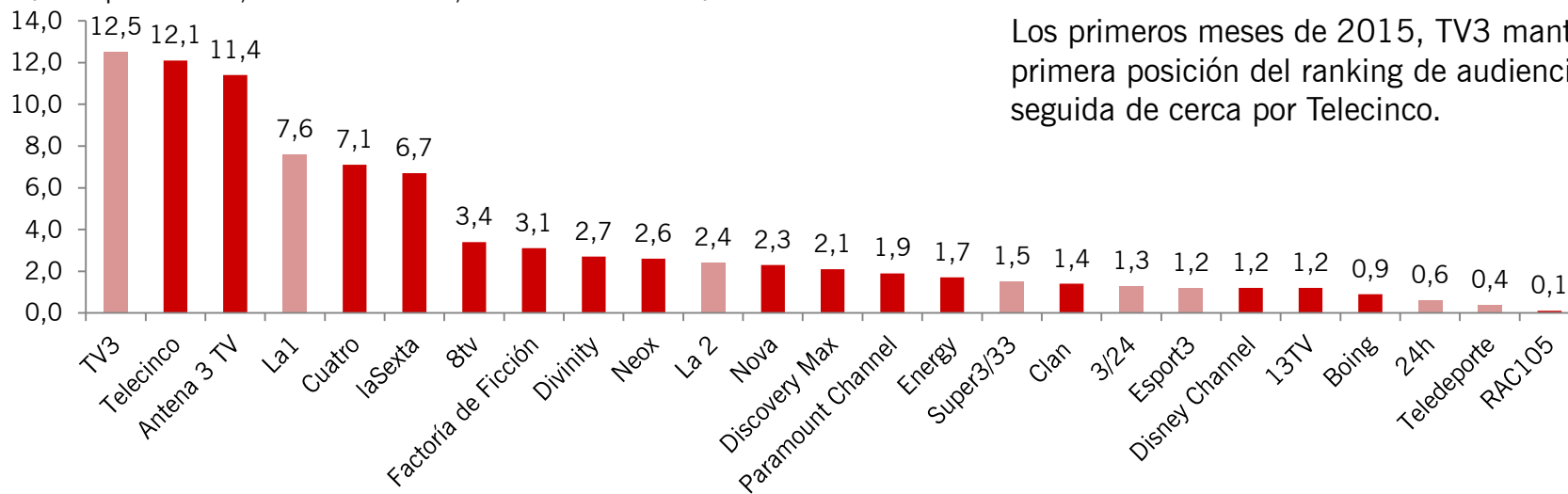
(en % por grupos, enero-abril 2015, media cuatrimestral)



Los grupos privados superan claramente la oferta pública durante el primer cuatrimestre de 2015. Mediaset, con 6 canales, lidera la audiencia de los grupos televisivos, a pesar de haber perdido dos en 2014. Atresmedia Corporación pierde tres, y con cuatro cadenas se mantiene en segunda posición. El grupo público catalán, con 4 canales, se sitúa en tercera posición. Los grupos que emiten en catalán -CCMA y Godó- suman el 20% de audiencia.

Cuota de pantalla en Cataluña

(en % por canales, enero-abril 2015, media cuatrimestral)



Los primeros meses de 2015, TV3 mantiene la primera posición del ranking de audiencia, seguida de cerca por Telecinco.

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

Audiencia de la televisión: los programas mas vistos

Ranking de los programas más vistos en Cataluña

Enero de 2015

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
El Peliculón: The Karate Kid		01/01/15	759	30,4
Futbol: Copa del Rei / FC Barcelona-Elx		08/01/15	738	23,1
Telenotícies cap de setmana vespre		25/01/15	729	21,9
Telenotícies vespre		20/01/15	702	22,3
Telenotícies vespre		08/01/15	659	22,2
Telenotícies vespre		06/01/15	651	21,9
El Peliculón: Venganza (2008)		18/01/15	651	19,7
Telenotícies vespre		12/01/15	647	20,4
Telenotícies migdia		15/01/15	630	31,2
Telenotícies cap de setmana vespre		18/01/15	637	19,7

Febrero de 2015

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Futbol: Lliga de Campions / M. City- FC Barcelona		24/02/15	1.180	33,7
Polònia		26/02/15	675	21,3
Telenotícies cap de setmana vespre		22/02/15	661	21,1
Telenotícies migdia		02/02/15	639	30,4
Telenotícies vespre		09/02/15	630	20,3
Telenotícies cap de setmana vespre		15/02/15	623	19,7
Telenotícies migdia		03/02/15	621	29,5
Telenotícies migdia		04/02/15	616	26,7
Telenotícies vespre		05/02/15	612	20,7
Telenotícies cap de setmana vespre		08/02/15	603	19,1

Marzo de 2015

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Telenotícies vespre		24/03/15	695	21,7
El foraster / Barberà de la Conca		09/03/15	659	21,1
Telenotícies cap de setmana vespre		01/03/15	656	21,1
Telenotícies Vespre		09/03/15	645	20,3
La Voz: Audiciones a ciegas		30/03/15	642	24,4
El foraster / Llavorsí		23/03/15	640	19,2
Salvados / Zaida: La Historia De Una Derrota		08/03/15	618	18,3
El foraster / Queralbs		02/03/15	608	19,5
Telenotícies Migdia		25/03/15	598	28,8
Polònia		26/03/15	597	18,4

Abril de 2015

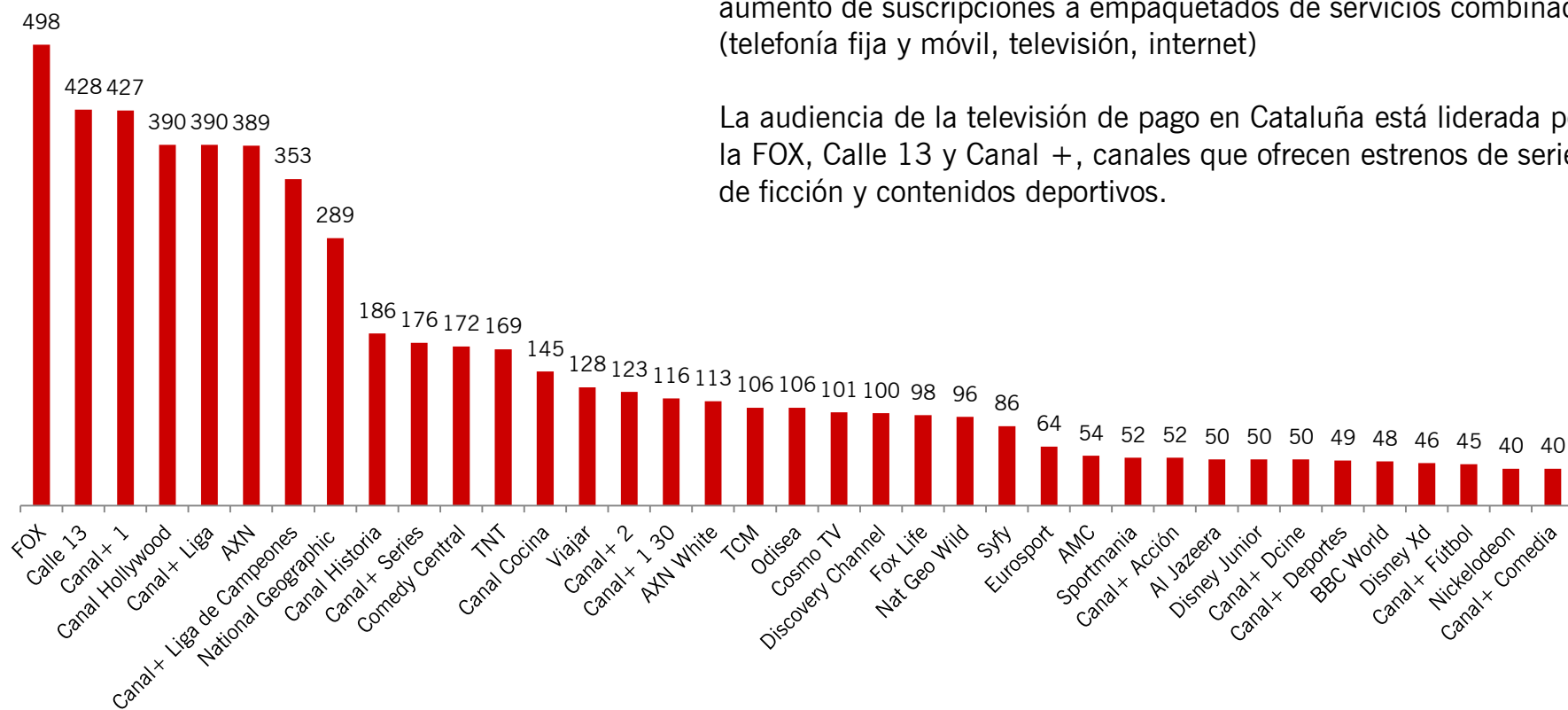
Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Futbol: Lliga de Campions / Barcelona-París St. Germain		21/04/15	1.189	35,6
Motociclismo: Mundial MotoGP Las Américas		12/04/15	769	23,7
Futbol: Champions League / At.Madrid- R.Madrid		14/04/15	749	24,3
Futbol: Lliga De Campions / At.Madrid- R.Madrid		14/04/15	719	23,3
El foraster / Sant Feliu Sasserra		06/04/15	647	20,3
Els Internats de la por		28/04/15	635	19,1
Post Motociclismo: Mundial MotoGP Las Américas		12/04/15	626	18,8
Telenotícies vespre		20/04/15	621	21,5
Sense Ficció		28/04/15	618	18,7
Telenotícies vespre		06/04/15	617	19,8

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

Audiencia de la televisión temática de pago

Audiencia acumulada de las cadenas temáticas de pago en Cataluña

(en miles, últimos 30 días)



En Cataluña, la televisión de pago tiene una penetración del 8%. Este porcentaje es relativamente bajo en relación con los países de nuestro entorno, aunque se percibe una tendencia al alza por el aumento de suscripciones a empaquetados de servicios combinados (telefonía fija y móvil, televisión, internet)

La audiencia de la televisión de pago en Cataluña está liderada por la FOX, Calle 13 y Canal +, canales que ofrecen estrenos de series de ficción y contenidos deportivos.

Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

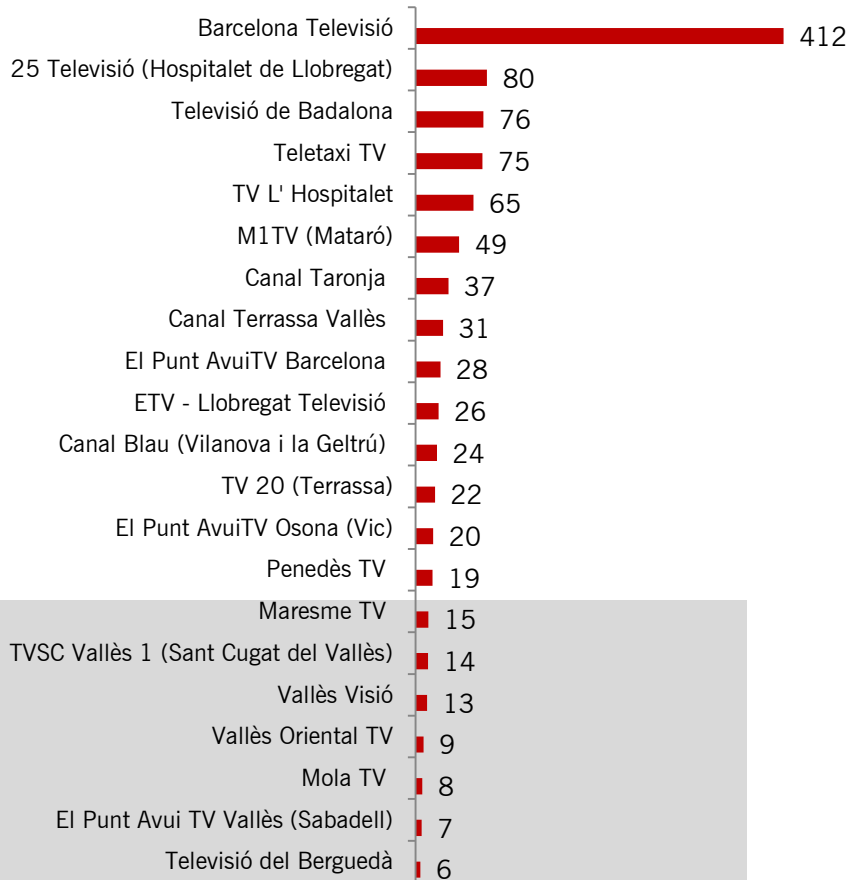
Audiencia de la televisión local

Ranking de TDT local en Cataluña según la audiencia acumulada mensual

(por demarcaciones, en miles, últimos 30 días)

Barcelona Televisió, la televisión local con más audiencia potencial, lidera el ranking de audiencia de las televisiones de proximidad.

Barcelona

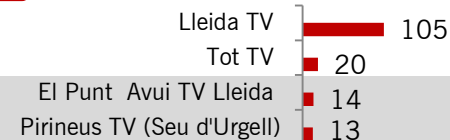


⚠️ sombreadas las cifras de audiencia que superan el 50% de error muestral.

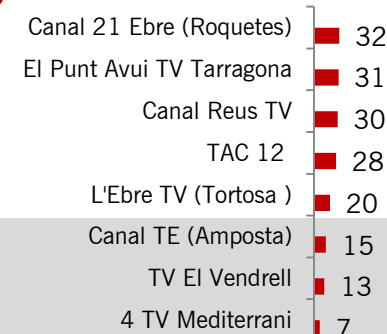
Girona



Lleida



Tarragona



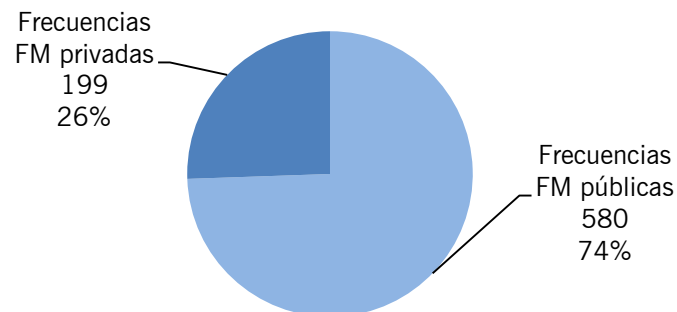
Fuente: elaboración propia a partir de datos de EGM Baròmetre Catalunya – Año móvil acumulado febrero-noviembre 2014.



Distribución de emisoras de radio en Cataluña

Por titularidad

(en número y en % de frecuencias de FM)

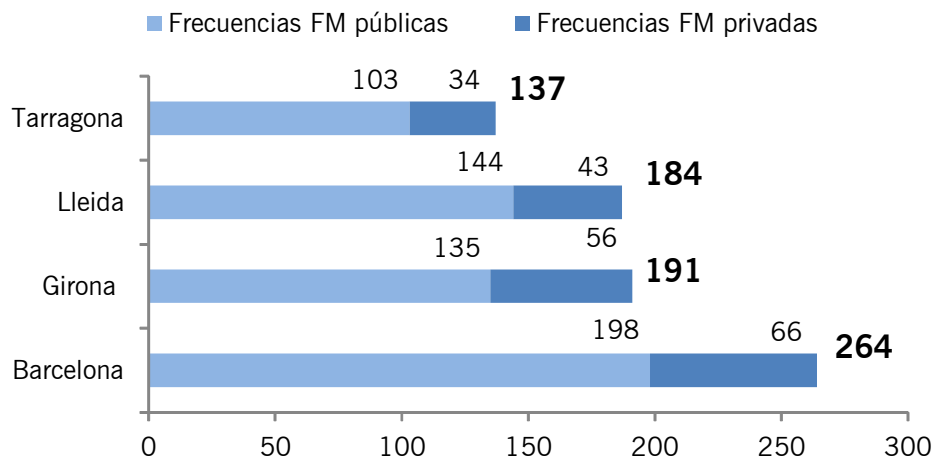


En el sistema radiofónico catalán cohabitan emisoras de titularidad pública (580 frecuencias) y privada (199 frecuencias) de diferentes dimensiones.

Por demarcaciones, del total de 779 frecuencias en FM en Cataluña:

- Barcelona recoge un 33,8% (264).
- Girona: 191 frecuencias (un 24,5%).
- Lleida: 184 frecuencias (un 23,6%).
- Tarragona: 137 frecuencias (un 17,5%).

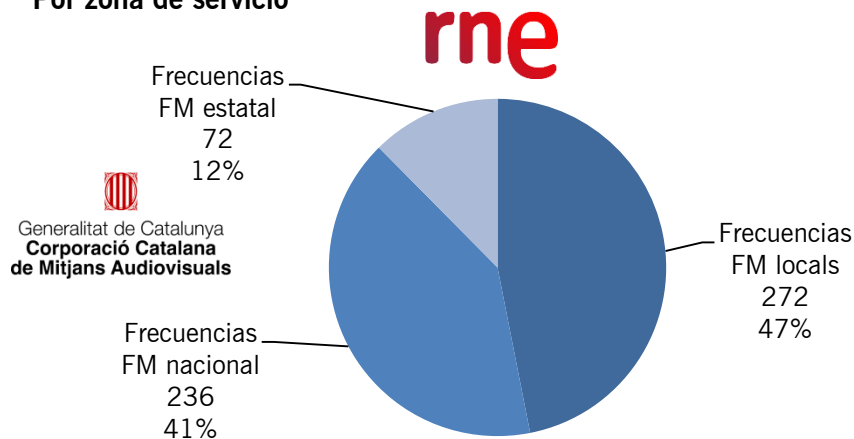
Por demarcación



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña a partir de datos de la CCMA (FM nacional) y Ministerio de Industria, Energía y Turismo (FM estatal). Abril 2015

Distribución de la radio pública

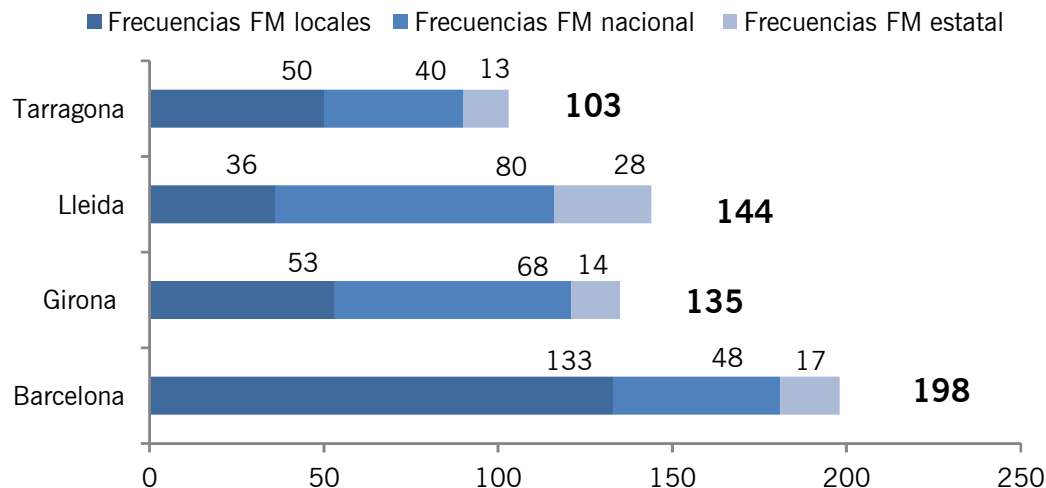
Por zona de servicio



La oferta de radio pública en Cataluña se concentra en un total de 580 frecuencias repartidas en tres ámbitos:

- Nacional, con las emisoras de la CCMA y 236 frecuencias (un 40,6%);
- Estatal, con las emisoras de la CRTVE y 72 frecuencias (un 12,4%); y
- Local o de proximidad, con las emisoras municipales y 272 frecuencias (un 46,8%).

Por demarcación



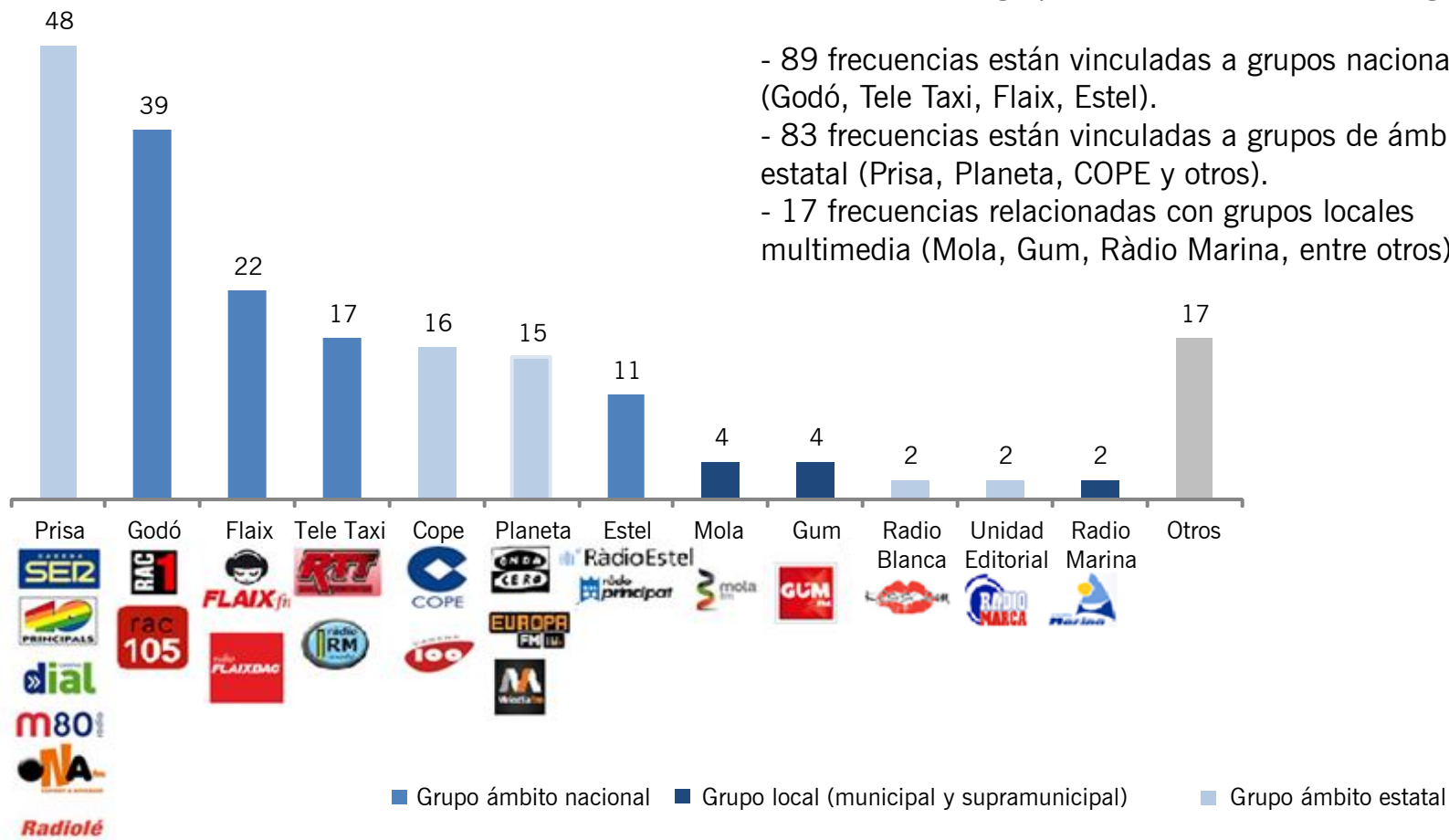
En cuanto a la distribución geográfica por demarcaciones, Barcelona tiene el número más alto de emisoras locales municipales del conjunto de frecuencias, entre las cuales, Barcelona FM, El Noucinc.2 (Terrassa), Canal Blau FM (Vilanova i la Geltrú), Radio Villafranca (Vilafranca del Penedès), etc.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña a partir de datos de la CCMA (FM nacional) y Ministerio de Industria, Energía y Turismo (FM estatal). Abril 2015.

Distribución de la radio privada por grupos de comunicación (1)

Emisoras de radio en FM en Cataluña

(en número de frecuencias y por grupos de comunicación)



En el ámbito privado, la distribución de las frecuencias relacionadas con grupos de comunicación es la siguiente:

- 89 frecuencias están vinculadas a grupos nacionales (Godó, Tele Taxi, Flaix, Estel).
- 83 frecuencias están vinculadas a grupos de ámbito estatal (Prisa, Planeta, COPE y otros).
- 17 frecuencias relacionadas con grupos locales multimedia (Mola, Gum, Ràdio Marina, entre otros).

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y de los grupos de comunicación. Abril 2015

Distribución de la radio privada por grupos de comunicación (2)

Emisoras de radio en FM

(entre paréntesis, las frecuencias adjudicadas por concurso del mes de septiembre de 2014)

Grups d'abast nacional	Freqüències
GODÓ	30 (+9)
RAC1	16 (+7)
RAC105	14 (+2)
FLAIX	16 (+6)
Flaix FM	8 (+4)
Ràdio Flaixbac	8 (+2)
TELE TAXI	15 (+2)
Ràdio Tele Taxi	12 (+2)
Ràdio RM	3
ESTEL	11
Radio Estel	7
Radio Principat	4
Grups d'abast estatal	Freqüències
PRISA	48
SER	16
40 Principales	11
Cadena Dial	7
Ona FM	7
Maxima FM	3
M 80	3
Radiolé	1
COPE	16
COPE	4
Cadena 100	4
Rock FM	3
s/d	5
PLANETA	15
Onda Cero	6
Europa FM	6
Onda Melodía	3
RADIO BLANCA	2
Kiss FM	2
UNIDAD EDITORIAL	2
Radio Marca	2

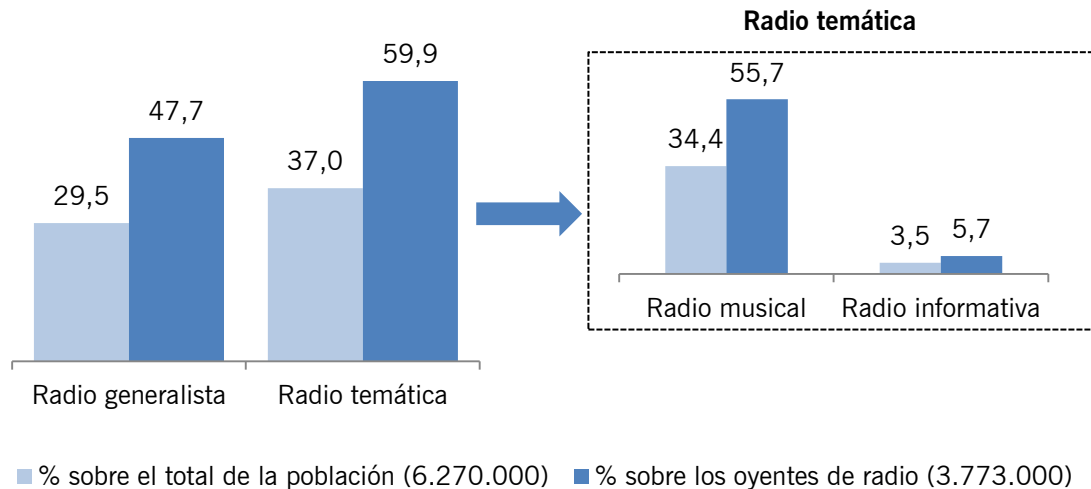
Grups locals multimèdia i empreses de ràdio local	Freqüències
MOLA	2 (+2)
Amb2 FM	2
Digital Hits FM	(+2)
GUM	2 (+2)
Gum FM	2 (+2)
LA MANYANA	3
s/d	3
RÀDIO MARINA	2
Ràdio Marina	2
COSTA BRAVA GLOBAL MEDIA	1
Joy FM	1
PROSA	1
El 9 FM	1
EL 3 DE VUIT	1
El 3 de vuit ràdio	1
L'EBRE	1
Imagina Ràdio	1
CADENA PIRENAICA	1
Pròxima FM	1
TLB	1
Styl FM	1
SIMALRO	1
Ràdio UA1	1
MONTSERRAT RTV	1
Montserrat ràdio	1
Ràdio Olot	1
Ràdio Ripoll	1
Ràdio Vic	1
Ràdio Aran	1
Hit 103	1
Radio Adventista	(+1)

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril 2015

Penetración y lengua de la radio

Penetración

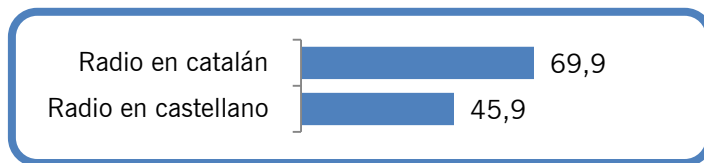
(en %, día anterior a la entrevista)



La radio más escuchada en Cataluña es la musical, que tiene una penetración del 55,7% entre los oyentes, seguida de la generalista, con un 47,7%. La más minoritaria es la temática informativa, con un 5,7%.

Distribución por lengua de consumo sobre el total de oyentes

(en %, día anterior a la entrevista)



A diferencia de lo que ocurre con la televisión, donde la lengua principal tanto de consumo como de oferta es el castellano, los oyentes de Cataluña eligen mayoritariamente la radio en catalán.

Radio en catalán: emisoras con programación en catalán y las desconexiones en catalán de las principales emisoras en castellano (generalistas y temáticas).

Radio en castellano: emisoras con programación en castellano (generalistas y temáticas).

Nota: dado que la persona radioyente suele escuchar más de una emisora en el mismo día, los datos están tratados teniendo en cuenta la multiplicidad de respuestas. Esto explica que la suma de los porcentajes sea superior al 100%

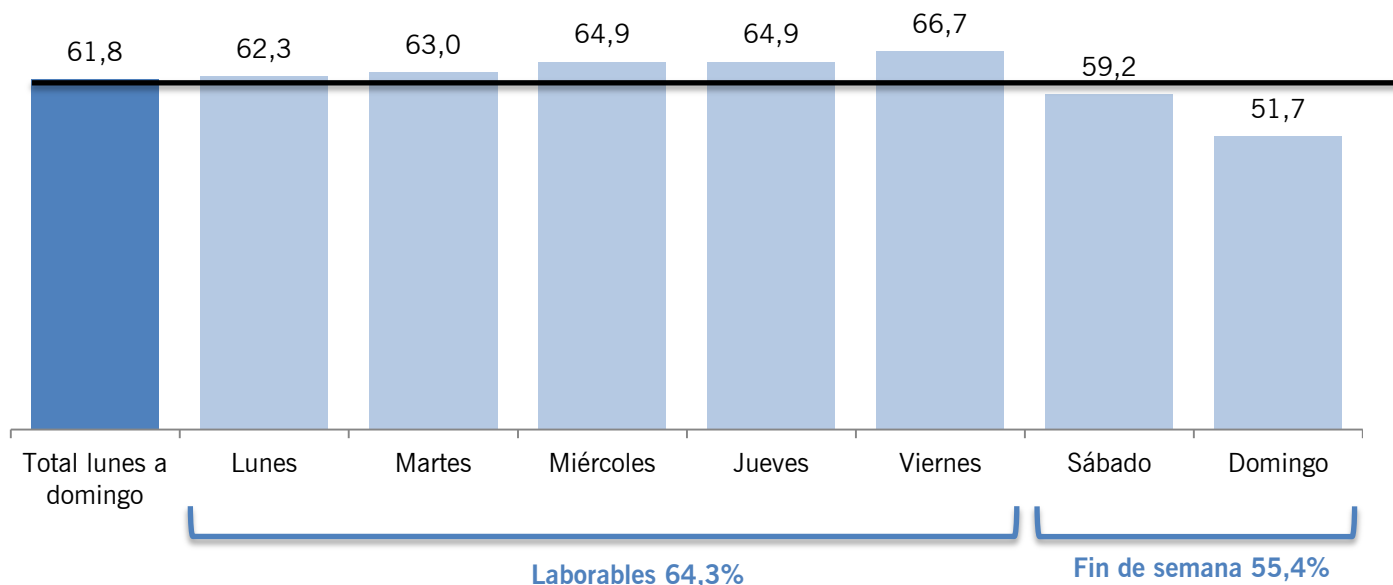
Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

Penetración de la radio por días de la semana

Penetración

(en % sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)

Los catalanes y las catalanas escuchan más la radio entre semana (64,3%) que el fin de semana (55,4%).



En cuanto a la audiencia, la emisora privada RAC1 se consolida como líder del ranking de la radio generalista en Cataluña. Los 40 Principales de la Cadena SER es la más escuchada de las radios musicales seguida a poca distancia de Flaix FM, que la adelanta los fines de semana. Cataluña Información encabeza el ranking de la radio temática informativa en Cataluña (véase la página 25).

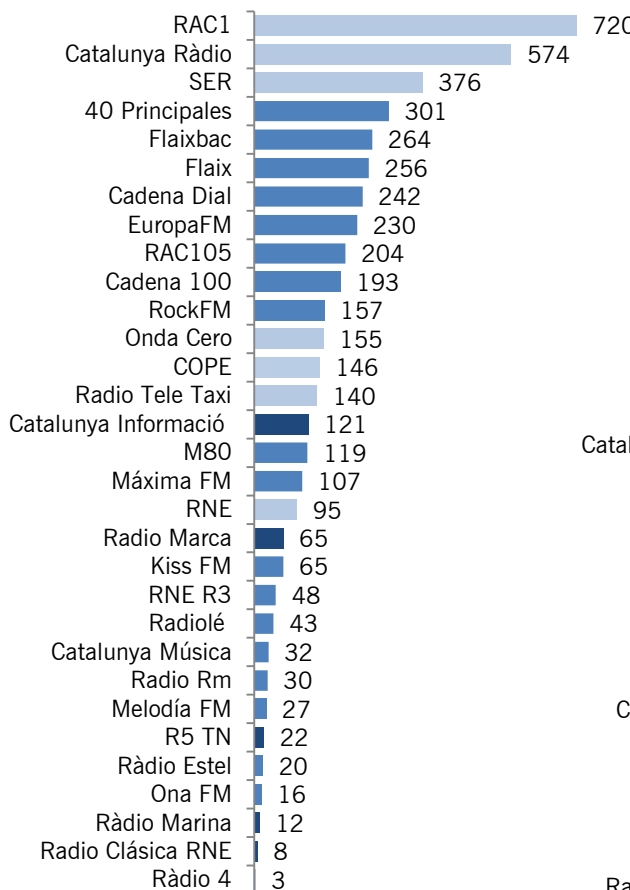
Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

Audiencia de la radio (1)

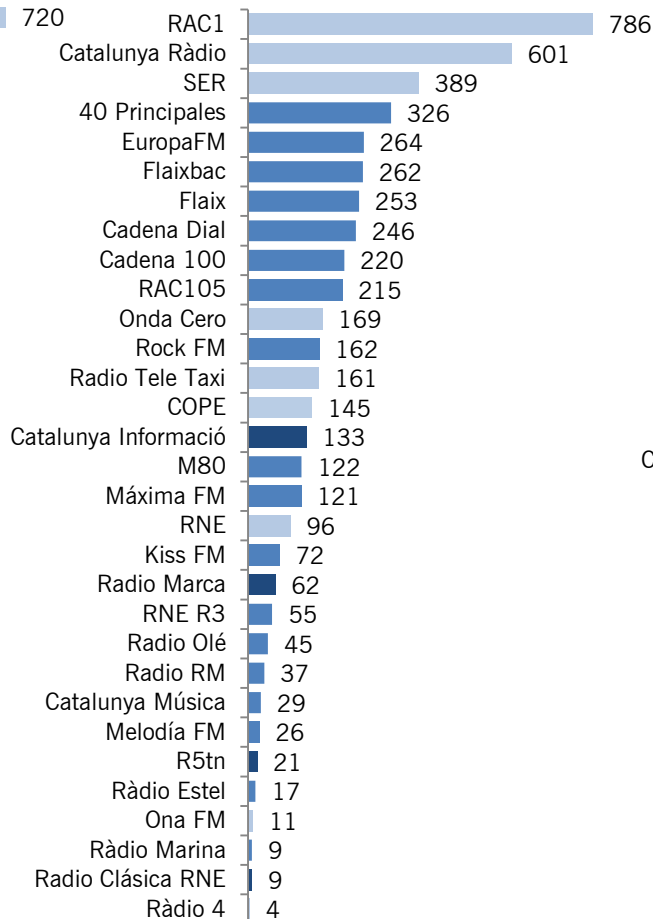
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña

(en miles, día anterior a la entrevista)

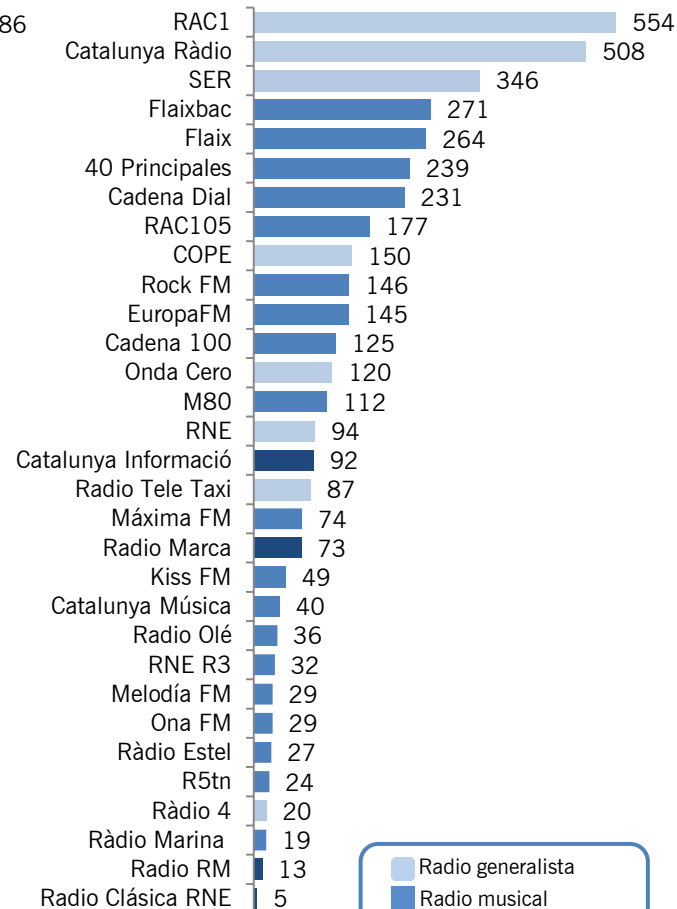
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Radio generalista
Radio musical
Radio informativa

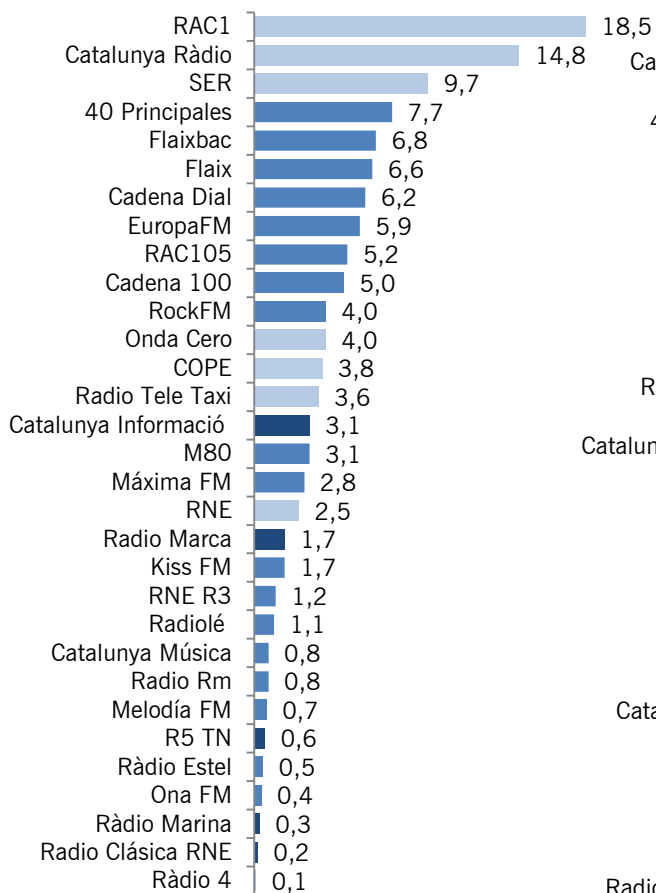
Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

Audiencia de la radio (2)

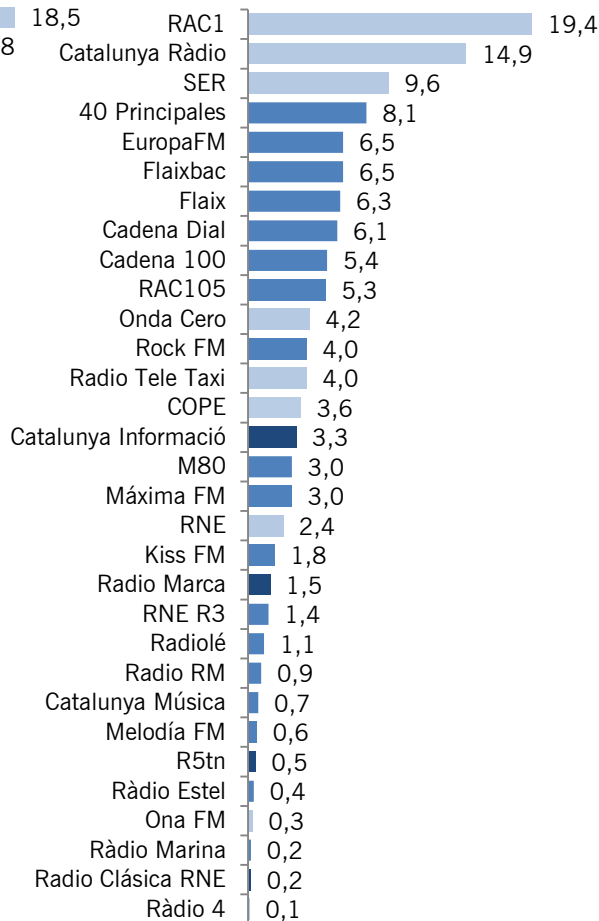
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña

(en %, día anterior a la entrevista)

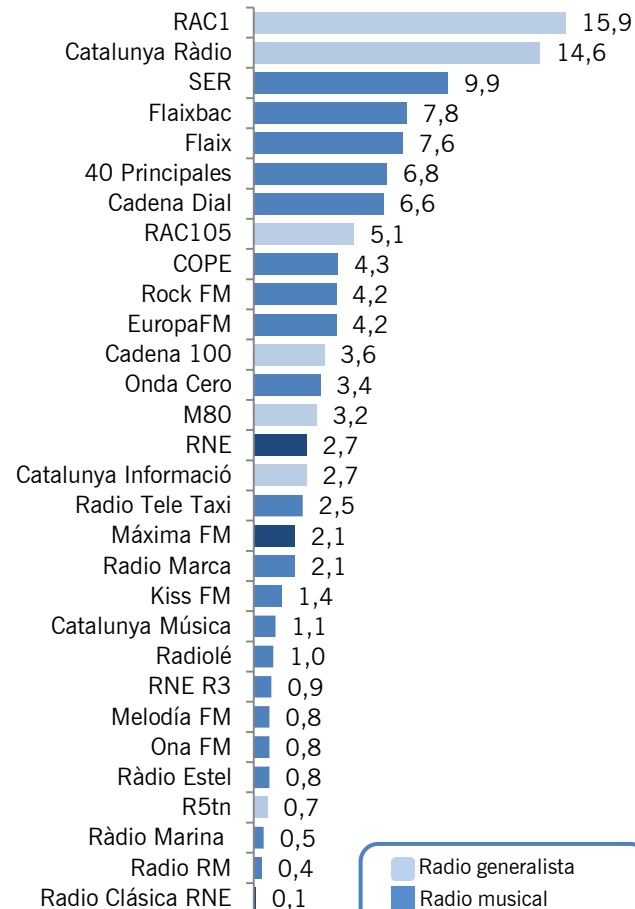
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Radio generalista
Radio musical
Radio informativa

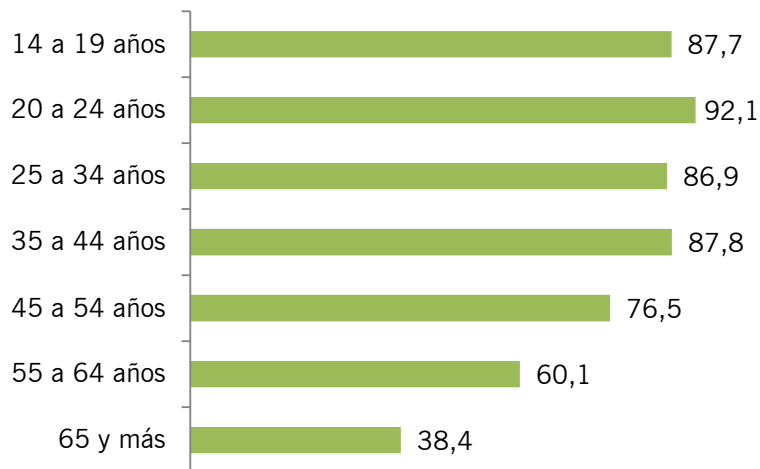
Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.



Internet

Perfil del internauta en Cataluña

Conexión a internet por edades (en %, día anterior a la entrevista)



En Cataluña, la penetración de internet se sitúa en el 71,4% de la población, aunque esta cifra varía bastante según la edad y el nivel de estudios.

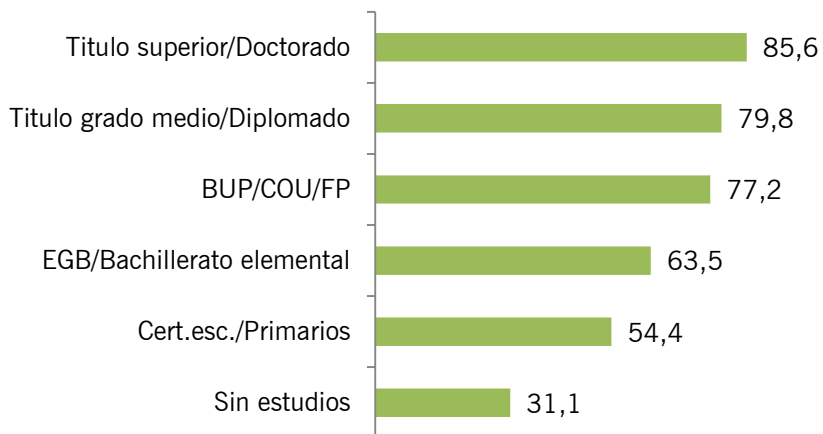
Entre los jóvenes, el uso de internet es muy generalizado. Así, por ejemplo, más del 92% de los que tienen entre 20 y 24 años utilizan la red a diario.

Igualmente, el porcentaje de personas que se conectan aumenta progresivamente con su nivel de estudios. En este sentido, los internautas que más usan internet son los que tienen estudios superiores

Nota: considerando los cambios de planes de estudios, las personas han sido asignadas según su respuesta y su edad a las siguientes categorías:

- sin estudios.
- estudios primarios/certificado de escolaridad/ ingreso/ 1º ciclo ESO.
- EGB /graduado/bachillerato elemental/certificado de estudios primarios/ESO completo.
- bachillerato superior/BUP, COU, PREU, bachillerato LOGSE/FPII
- diplomatura (3 años de carrera)
- licenciatura, grado, master, doctorado.

Conexión a internet por nivel de estudios (en %, día anterior a la entrevista)



Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.

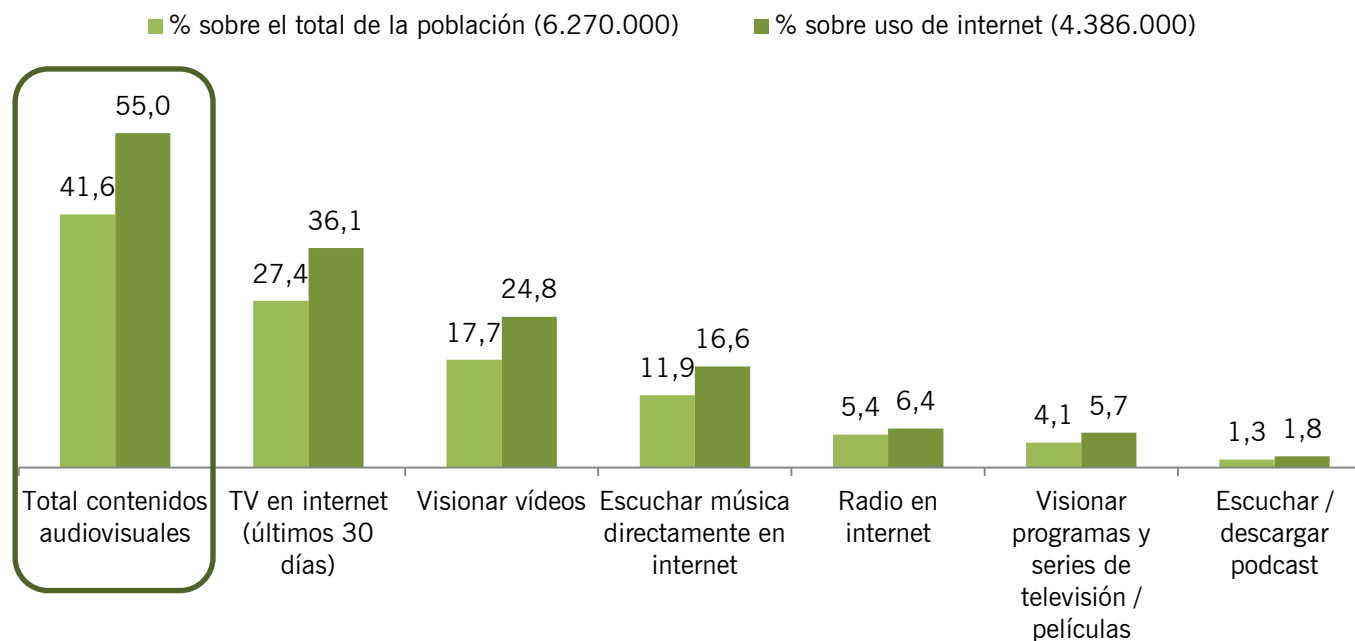
Consumo de contenidos audiovisuales en internet

De las personas que se conectan a internet, más de la mitad lo hace para consumir contenidos audiovisuales (55%), principalmente televisión y vídeos.

El 43% de la población catalana se conecta a una o más redes sociales, y entre ellos el consumo de contenidos audiovisuales en internet es superior al resto de internautas (64%).

Uso de internet para el consumo de contenidos audiovisuales

(en %, día anterior a la entrevista)



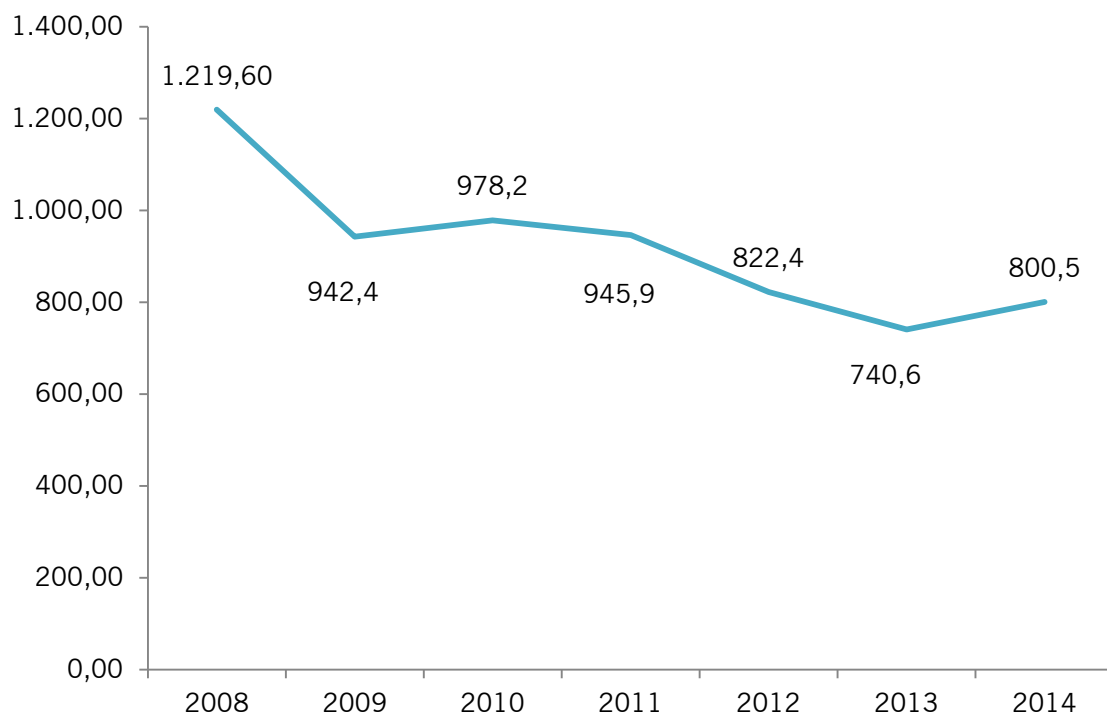
Fuente: EGM Baròmetre Catalunya – 1ª oleada de 2015.



Publicidad

Inversión publicitaria en Cataluña

Inversión publicitaria que llega a Cataluña (en millones de euros, años 2008-2014)



La inversión publicitaria que llega a Cataluña se incrementa en 2014 un 8,1% respecto de 2013, año en que se alcanzó la cifra más baja en inversión desde el inicio de la crisis.

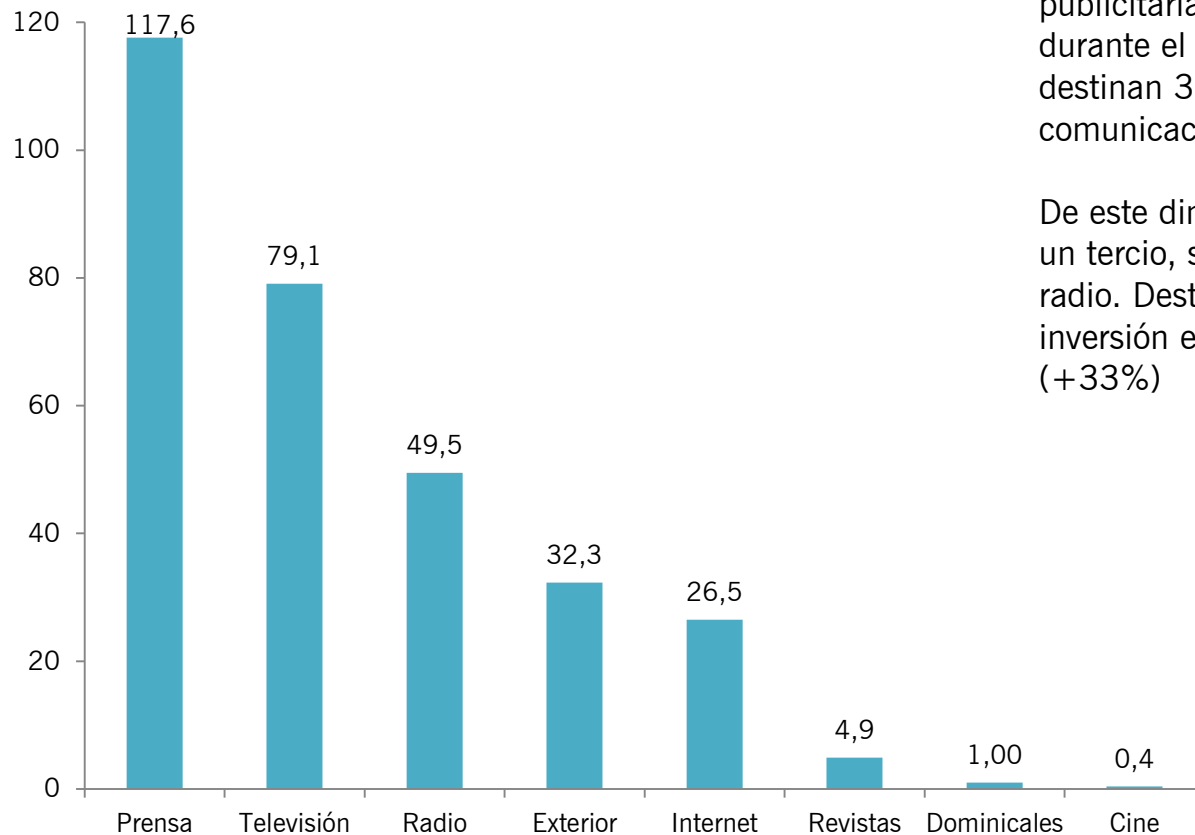
Cataluña representa el 21,2% de la inversión publicitaria en España, según la Asociación Empresarial de Publicidad.

Fuente: Associació Empresarial de Publicitat. *Estudi 2015 de la inversió publicitària a Catalunya*.

Inversión publicitaria en medios catalanes

Inversión publicitaria en medios catalanes

(en millones de euros. año 2014)



De los 800,5 millones de inversión publicitaria que llegan a Cataluña durante el 2014, los anunciantes destinan 313,3 millones a medios de comunicación catalanes.

De este dinero, la prensa se lleva más de un tercio, seguida de la televisión y de la radio. Destaca el crecimiento de la inversión en internet (+21%) y el cine (+33%)

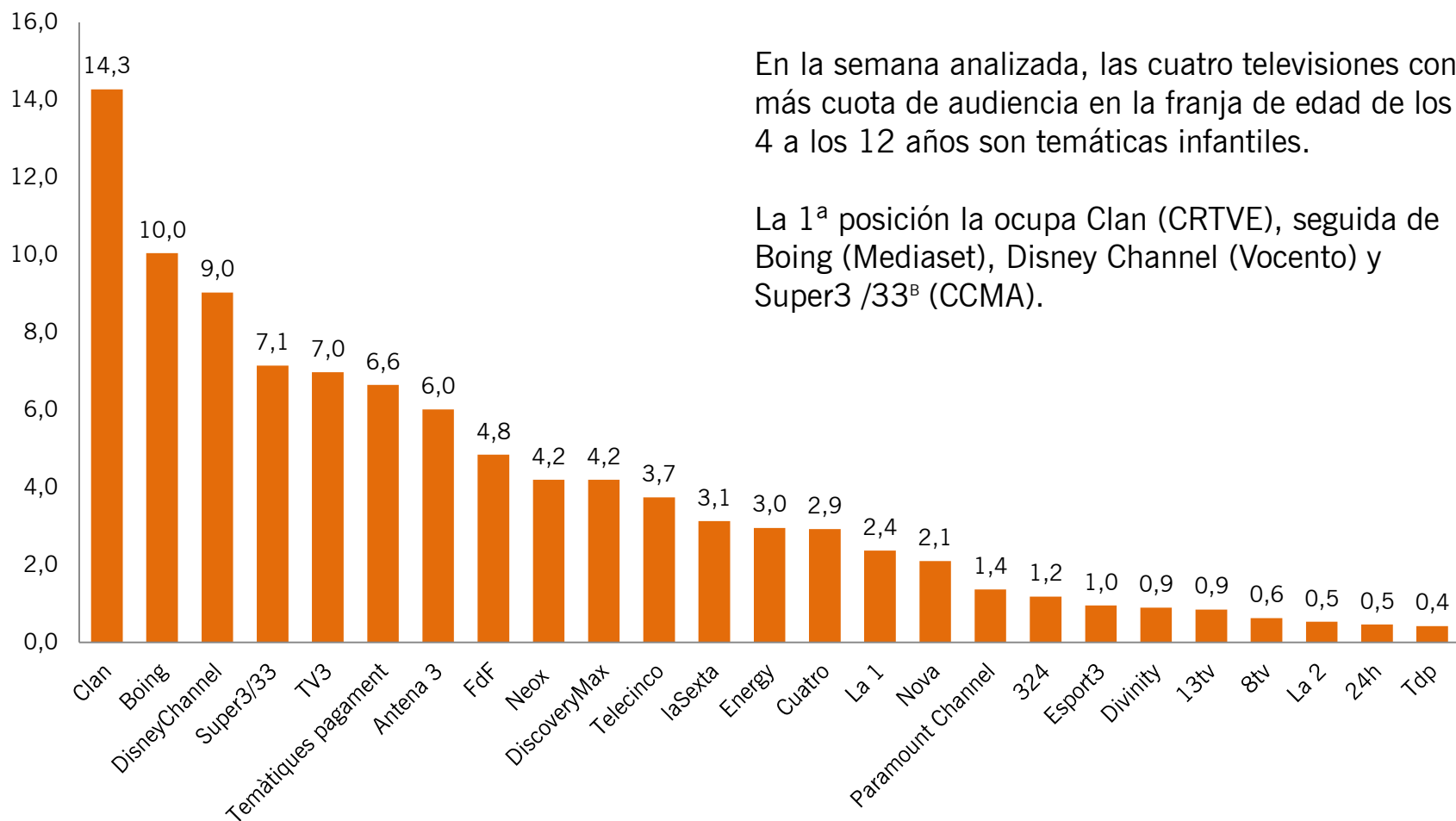
Font: Associació Empresarial de Publicitat. *Estudi 2015 de la inversió publicitària a Catalunya.*



El apunte: el consumo infantil de televisión

El consumo infantil de televisión (1)

Cuota de audiencia de los canales de televisión en la franja de edad de 4 a 12 años en Cataluña
(semana del 20 al 26 de abril^A)



^A Se ha considerado la última semana de abril de muestra y se han contrastado los resultados con dos muestras equivalentes más.

^B El canal Super3 comparte frecuencia con el 33 desde el 2012. Emite de las 6.00 a las 21.30 h

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

El consumo infantil de televisión (2)

Ranking de los veinte programas más vistos por telespectadores infantiles (franja 4-12 años) en Cataluña
(semana del 20 al 26 de abril de 2015)

Cadena	Fecha	Hora de inicio	Título/descripción	AM(000)	Cuota (%)
TV3	21/04	20:45	<i>Futbol: Lliga de Campions / Barcelona Paris Sant Germain</i>	91	41,9
Clan	22/04	20:51	<i>Bob Esponja</i>	64	28,2
Super3/33	26/04	09:38	<i>Doraemon</i>	46	34,7
Clan	23/04	07:58	<i>La panda de la selva al rescate</i>	45	30,9
Boing	20/04	08:28	<i>Hora de aventuras</i>	43	36,5
Clan	25/04	15:14	<i>Kung Fu Panda: La leyenda de Po</i>	42	39,4
Clan	21/04	19:54	<i>Slugterra</i>	41	25,4
Boing	23/04	13:37	<i>Doraemon Gato Cósmico</i>	40	25,3
TV3	20/04	21:00	<i>Telenotícies vespre</i>	40	15,7
Antena 3 TV	26/04	14:40	<i>Los Simpson</i>	39	32,8
Clan	21/04	21:14	<i>Icarly / Icarly conoce a Fred</i>	38	14,7
Clan	23/04	18:11	<i>El pequeño reino de Ben y Holly</i>	37	46,5
Super3/33	21/04	19:43	<i>La familia del Super3</i>	37	24,1
Disney Channel	20/04	20:33	<i>The next step</i>	37	16,3
Antena 3 TV	23/04	21:45	<i>El hormiguero 3.0</i>	35	22,0
Clan	24/04	18:25	<i>Peppa Pig</i>	34	54,9
Clan	25/04	11:58	<i>La patrulla canina</i>	34	45,5
Disney Channel	25/04	21:32	<i>Cine / El emperador y sus locuras</i>	34	28,3
Super3/33	24/04	20:54	<i>Bola de Drac Z</i>	34	25,7
Boing	23/04	21:08	<i>El asombroso mundo de Gumball</i>	33	17,7

^A Únicamente se contabiliza una emisión por programa cuando coinciden diversas de ellas entre los más vistos. Es el caso de *Bob Esponja*, *La Panda de la Selva al rescate*, *Doraemon Gato Cósmico*, *Hora de Aventuras*, *The next step*, *La patrulla canina*, *Peppa Pig* y *Kung Fu Panda*.

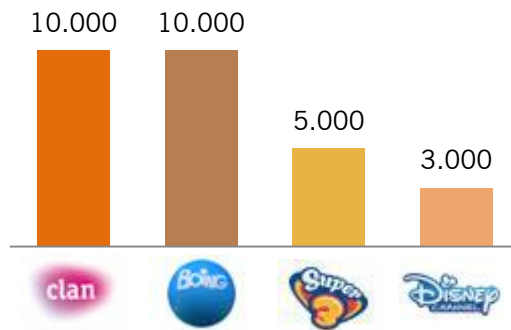
Fuente: elaboración propia con datos de Kantar Media.

El consumo infantil de televisión (3)

Consumo infantil por cadenas: canales más vistos en Cataluña
(20 de abril de 2015)

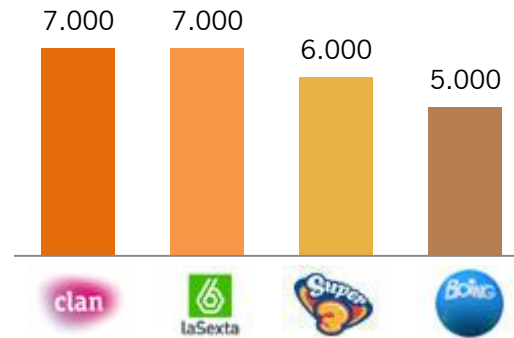
Franja horaria de 7.00 a 14.00

Audiencia total 4-12: 39.000



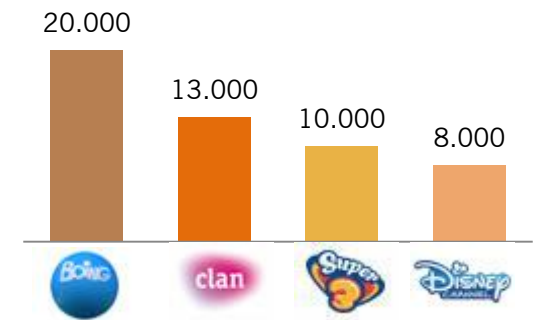
Franja horaria de 14.00 a 17.00

Audiencia total 4-12: 54.000



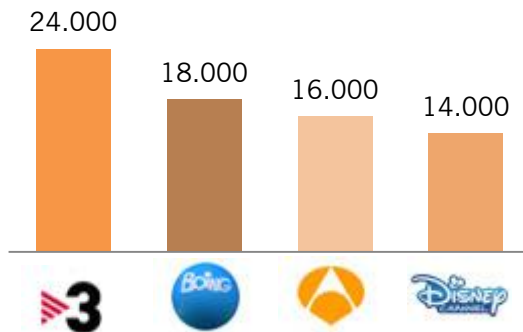
Franja horaria de 17.00 a 20.30

Audiencia total 4-12: 86.000



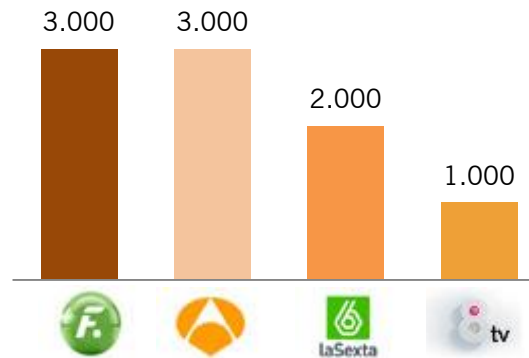
Franja horaria de 20.30 a 24.00

Audiencia total 4-12: 173.000



Franja horaria de 24.00 a 26.30

Audiencia total 4-12: 12.000



Entre las 7 y las 14 h. y las 17 y las 20.30 h, las niñas y los niños catalanes de entre 4 y 12 años consumen principalmente canales temáticos infantiles. En cambio, en las franjas horarias en las que comparten la pantalla con la familia miran sobre todo televisión generalista, coincidiendo con la emisión de los informativos y los programas del *prime time*.

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



Flashes

Flashses



El Gobierno de la Generalidad aprueba una tasa que revertirá en el fomento de la industria cinematográfica, audiovisual y la cultura digital. En noviembre de 2014, mediante la Ley 15/2014, se crea este impuesto para los operadores de internet que grava en 0,25 € mensuales cada contrato de servicios de acceso a redes. Meses más tarde, en febrero, [la norma es cuestionada por el Ministerio de Hacienda y Administraciones públicas](#), que plantea su posible inconstitucionalidad e insta la Generalidad a abrir un proceso negociador.



El CAC autoriza el arrendamiento de un programa de EDC a la CCMA

La [autorización](#) permite a la CCMA mantener la emisión en alta definición. Esta señal se emitía mediante el segundo canal múltiple de la Corporación que, por decisión del Ministerio de Industria, hay que destinar al dividendo digital. Esta medida tiene carácter provisional y excepcional.



Telefónica publica la 15ª edición de [La Sociedad de la Información en España](#)

El informe constata que en España más de 25 millones de personas accedieron regularmente a internet en el 2014, 1,45 millones más que en el año anterior. Uno de los datos destacados es el aumento del consumo de vídeo por internet, hecho que Telefónica atribuye en buena medida a la implantación de la fibra óptica.



La AIMC publica el [Marco General de Medios 2015](#)

Este informe de carácter anual recoge datos relevantes sobre el equipamiento en los hogares y el consumo de medios audiovisuales en España durante el 2014. Se elabora partir de los datos recopilados por el EGM, lo que da la posibilidad de conocer la evolución histórica del uso y el consumo de los medios



25 millones de euros per fomentar el audiovisual catalán. El 29 de enero de 2015, el Departamento de Cultura, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i los Productors Audiovisuals Federats (PROA) firmaron un [acuerdo para el fomento del audiovisual](#).

El objetivo es establecer las bases para el desarrollo y la coordinación de las políticas del Departamento de Cultura y las de la CCMA y prevé una inversión de 25 millones de euros. La validez del acuerdo es hasta el 31 de diciembre y cada parte asume unos compromisos.



Fusión de las dos asociaciones de televisión privada local de Cataluña

El 19 de marzo de 2015, en el marco del [Fòrum de la comunicació](#) organizado por el CAC, se anunció la fusión de la Associació Catalana de TDT Local y la Associació de Mitjans de Proximitat. El objetivo es que el sector televisivo local tenga una única voz ante la administración.

Flashses



¿Dónde nos informamos sobre la actualidad política?

Según los datos obtenidos en la primera oleada de 2015 del Barómetro de Opinión Política del Centro de Estudios de Opinión de la Generalidad, el 81,4% de los catalanes se informan de los temas políticos por medio de la televisión. El canal preferido para ver los informativos es TV3 (41,4%) y, en segundo lugar, laSexta (13,3%).

El 32,5% siguen la información política a través de la radio y los informativos de Catalunya Ràdio (27,8%) y de RAC1 (26,2%) son los más escuchados..



Se inicia el concurso para seis nuevas licencias de televisión en abierto de ámbito estatal

El 17 de abril de 2015, el Consejo de Ministros anunció la [convocatoria del concurso público para la adjudicación de 6 licencias para la explotación en abierto del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal](#). El concurso saca a subasta los nuevos canales de TDT previstos en el plan del Ministerio de Industria a raíz de la liberalización del dividendo digital. Tres de los canales son en alta definición (HD) y tres, en definición estándar.



Finaliza el plazo de la liberalización del dividendo digital en España

El 31 de marzo se da por finalizado [el proceso de liberación de la banda de los 800 MHz](#). En algunos casos conlleva tan sólo resintonizar el televisor, pero en otros ha sido necesario adaptar la antena colectiva por parte de un instalador registrado. En Cataluña, la madrugada del 30 al 31 de marzo se produce el apagón en los centros donde se estaban emitiendo en *simultcast* los contenidos de televisión en los canales definitivos y desde la Generalidad se informa de los [centros emisores donde todavía se mantiene el servicio](#) hasta finalizar la adaptación.



La CNMC aprueba la adquisición de Canal+ por parte de Telefónica. El 23 de abril de 2015 la [Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia aprueba la operación de concentración de Telefónica y DTS](#), el negocio de televisión de pago de Prisa del que ya controlaba el 44%. La compraventa está sujeta a determinados compromisos relativos al mercado de la televisión de pago en España y en el acceso a la red de Telefónica en España -entre otros- que deben ser sometidos a vigilancia, con una vigencia de cinco años desde que la resolución del expediente sea firme en vía administrativa, prorrogables por tres años más.

BIAC. Nº1 – Primer cuatrimestre de 2015

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Kantar Media: datos del Primer cuatrimestre de 2015. Ficha técnica: Ámbito Cataluña. Datos obtenidos mediante audímetro relativos a individuos de 4 y más años.
- EGM Baròmetre Catalunya: datos de la 1ª oleada de 2015. Período enero-marzo 2015. Ficha técnica: ámbito Cataluña. Muestra prevista para 2015: 33.584 entrevistas a individuos de 14 o más años (7.106 entrevistas multimedia, 15.612 monomedia radio, 3.894 monomedia prensa y 6.972 monomedia revistas).
- EGM Baròmetre : Año móvil acumulado febrero-noviembre de 2014.

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Nº 1. Primer cuatrimestre de 2015. Barcelona: CAC, mayo de 2015. www.cac.cat