





Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

PRIMER CUATRIMESTRE DE 2016
Número 4. Mayo de 2016


Sumario

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña 3

Televisión 	4
Distribución de canales de televisión en Cataluña	5
La televisión de ámbito nacional	6
La televisión de ámbito estatal	7
La televisión de ámbito local	8
La televisión local pública	9
La televisión local privada (1)	10
La televisión local privada (y 2)	11
Penetración de la televisión	12
Audiencia de la televisión (1)	13
Audiencia de la televisión (2)	14
Audiencia de la televisión (y 3)	15
Audiencia de la televisión: los programas más vistos	16
Audiencia de la televisión temática de pago	17
Abonados a la televisión de pago	18
Noticias desde la parrilla (1)	19
Noticias desde la parrilla (2)	20
Noticias desde la parrilla (y 3)	21

Radio 	22
Distribución de frecuencias de radio en Cataluña	23
La radio pública	24
La radio privada (1)	25
La radio privada (y 2)	26
Penetración de la radio	27
Audiencia de la radio (1)	28
Audiencia de la radio (2)	29

Audiencia de la radio (y 3)	30
Audiencia de la radio por franjas	31

Internet 	32
Perfil del internauta en Cataluña	33
Consumo de contenidos audiovisuales en internet (1)	34
Consumo de contenidos audiovisuales en internet (2)	35
Consumo de contenidos audiovisuales en internet (y 3)	36

El apunte 	37
Los servicios audiovisuales OTT (1)	38
Los servicios audiovisuales OTT (2)	39
Los servicios audiovisuales OTT (y 3)	40

Flashes 	41
--	-----------

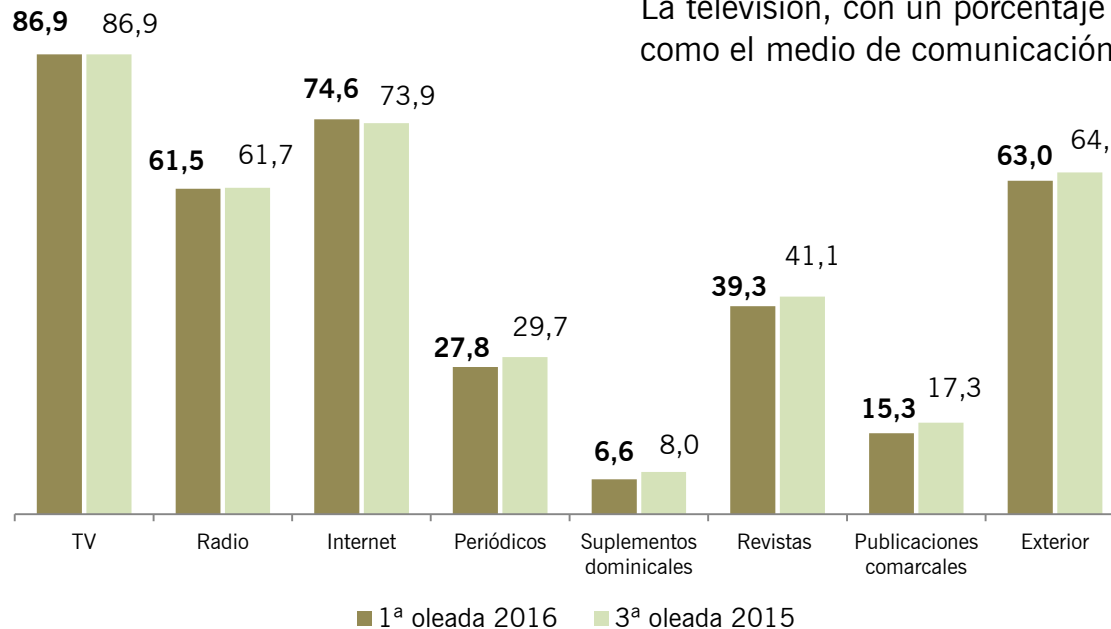


Penetración de los medios de comunicación en Cataluña

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

No se detectan variaciones significativas respecto a la oleada anterior. Continúa la tendencia descendente de las publicaciones en papel (periódicos, revistas, suplementos) al mismo tiempo que crece la penetración de internet.

La televisión, con un porcentaje idéntico a la oleada anterior, se mantiene como el medio de comunicación más presente en Cataluña.




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 medios siguientes:

- Periódicos (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 – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.



El primer cuatrimestre de 2016 los catalanes y las catalanas vieron 242 minutos al día de televisión, unas cuatro horas diarias, según Kantar Media.

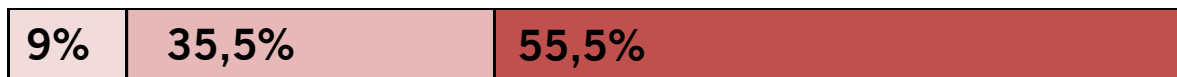
Según el EGM, de entre los que se conectan a internet, el 92,8% lo hace diariamente. Esta cifra es todavía superior en la población menor de 44 años.



Distribución de canales de televisión en Cataluña

90 canales de televisión

Por zona de servicio (en % y número de canales de TDT en emisión y en abierto)



8 canales nacionales
32 canales estatales (+6)*
50 canales locales

* Se suman los canales privados estatales otorgados en el último concurso de la TDT en octubre de 2015 (véase la diapositiva 7)

Por titularidad



67 canales privados (+6)*

23 canales públicos



El hogar catalán recibe entre 41 y 44 canales en abierto:

Con la aparición de los nuevos canales, el promedio por hogar catalán es de 8 de ámbito nacional, 32 de ámbito estatal y entre 1-4 de proximidad, según la demarcación.

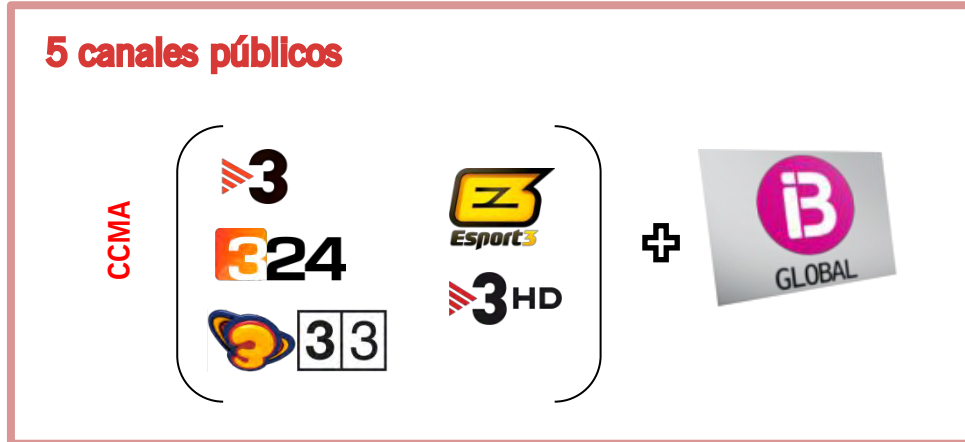
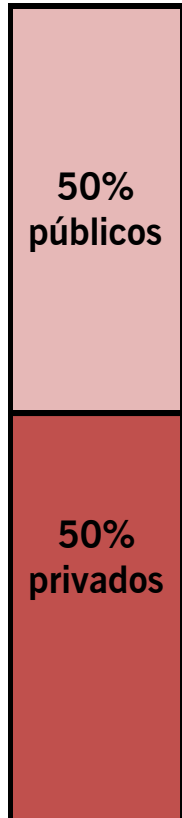
Nota: dentro del BIAC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada multiplex (MUX).
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Industria, Energía y Turismo (canales TDT estatal). Abril de 2016.


La televisión de ámbito nacional

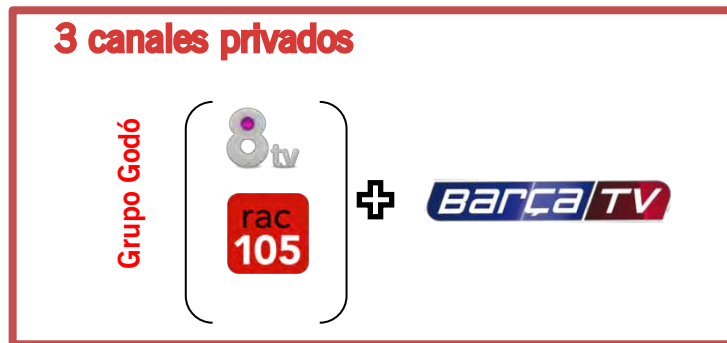
8 canales nacionales

Por titularidad
(en % de canales de TDT)

Por oferta
(en número de canales de TDT)



 **Lengua vehicular:**
catalán



 **Lengua vehicular:**
catalán

Notas: TV3HD emite desde 2015 por el MUX privado del Grupo Godó, en régimen de arrendamiento.

Fuera del cómputo, se ha añadido a la oferta pública el canal balear IB3 Global, que se ve en Cataluña desde abril de 2016 por reciprocidad de emisiones.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

La televisión de ámbito estatal

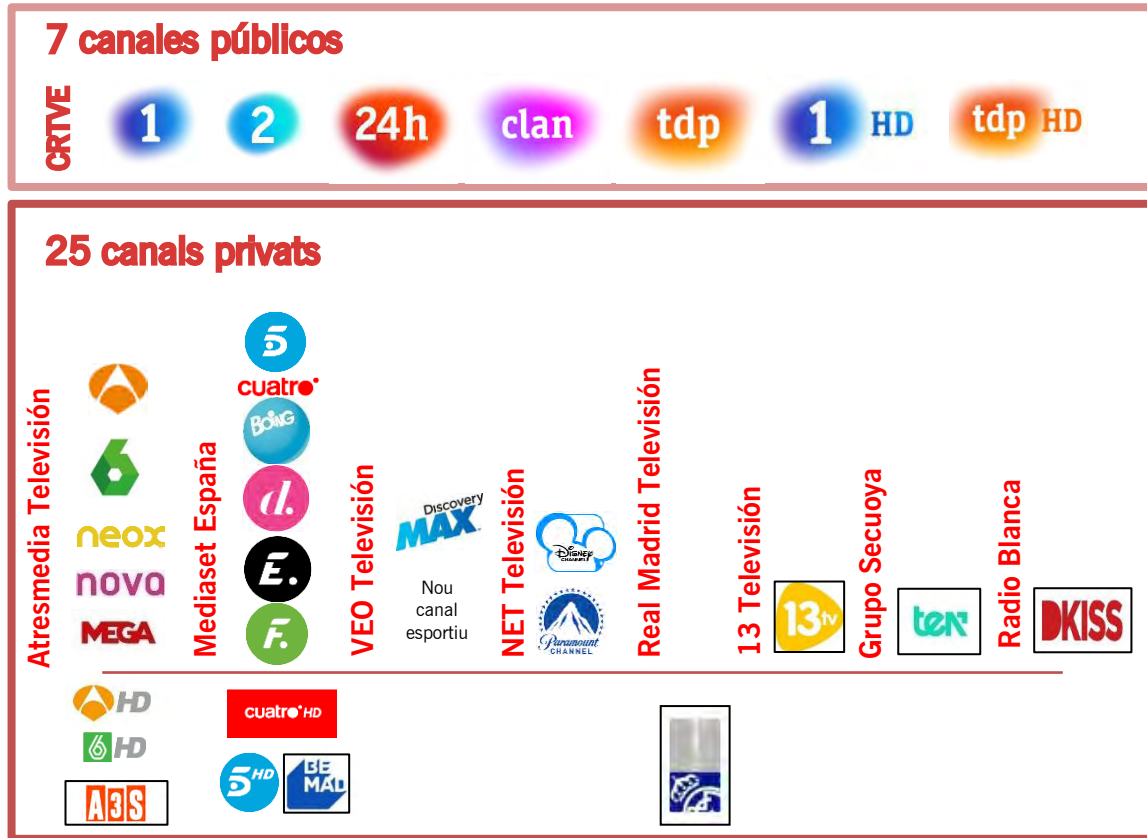
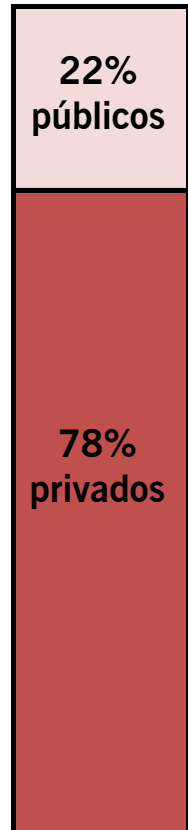
32 canales estatales

Por titularidad

(en % de canales de TDT)

Por oferta

(en número de canales de TDT)



Lengua vehicular: castellano (excepto desconexiones)

Lengua vehicular: castellano

Nota: enmarcados en negro, los canales otorgados en el último concurso de TDT en el mes de octubre de 2015.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Abril de 2016.

La televisión de ámbito local

50 canales locales

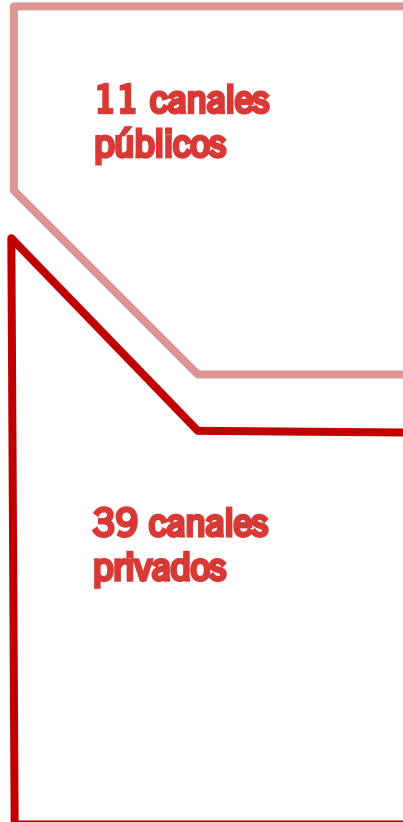
Por titularidad

(en % de canales de TDT)



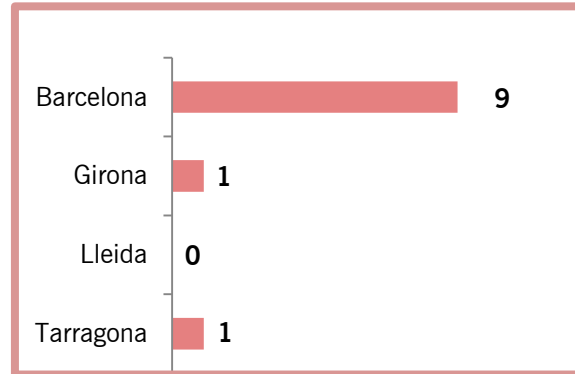
Por oferta


(en número de canales de TDT)

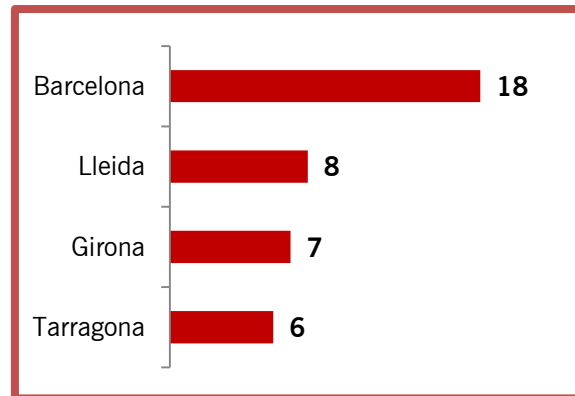


Por demarcaciones

(en número de canales de TDT)



 **Lengua vehicular: catalán**



 **Lengua vehicular: catalán**

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

La televisión local pública

Oferta de TV locales públicas en Cataluña
(canales de TDT)

11 canales públicos



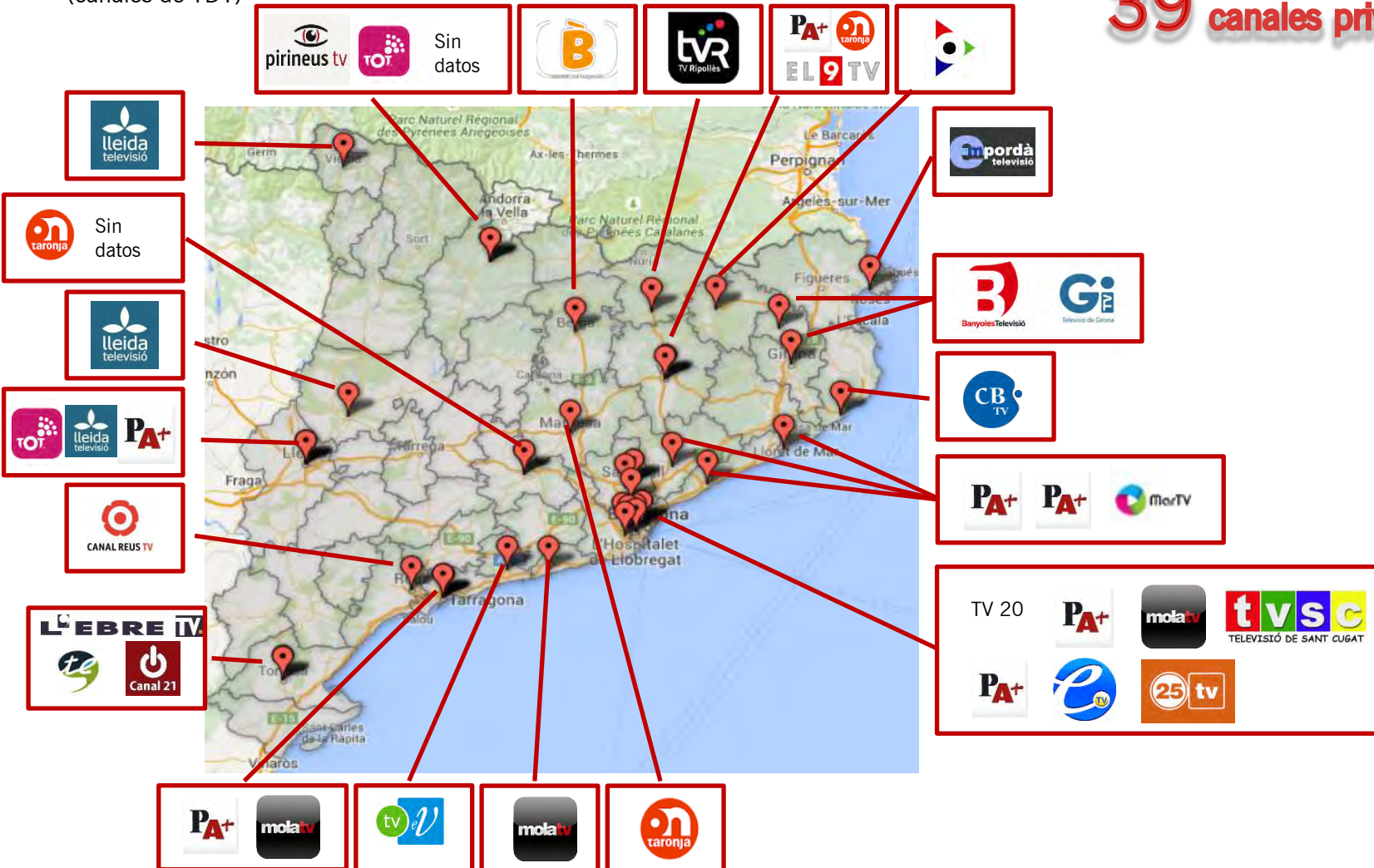
En el canal de TDT local de titularidad pública de la demarcación de la Seu d'Urgell se emite la programación de Ràdio y Televisió d'Andorra (ATV).

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

La televisión local privada (1)

Oferta de TV locales privadas de Cataluña
(canales de TDT)

39 canales privados



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

La televisión local privada (y 2)

Principales grupos de comunicación de proximidad privados en Cataluña
(ordenados per número de canales)

Seis de cada diez canales de TV privada de proximidad se integran en un grupo de comunicación de ámbito municipal o supramunicipal.

HERMES COMUNICACIONS

PA+ 7 canales

El Punt Avui TV
El Punt Avui



SEGRE

 4 canales

Lleida TV
Tot TV
El Segre



TAEUS

GRUP TAEUS 3 canales

Canal Taronja




MOLA

molatv 3 canales


Mola TV
Digital Hits



CADENA PIRENAICA RTV

 2 canales

Pirineus TV
Tot TV
Proxima



L'EBRE

 2 canales

Ebre TV
Canal TE
L'Ebre
Imagina Ràdio




CORISA MEDIA GRUP

 1 canal

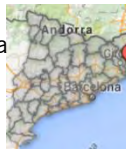
TV Ripollès
Ràdio Ripoll



CB GLOBAL MEDIA

 1 canal


TV Costa Brava
Joy FM



PROSA

EL 9 NOU 1 canal

El 9 TV
El 9 FM

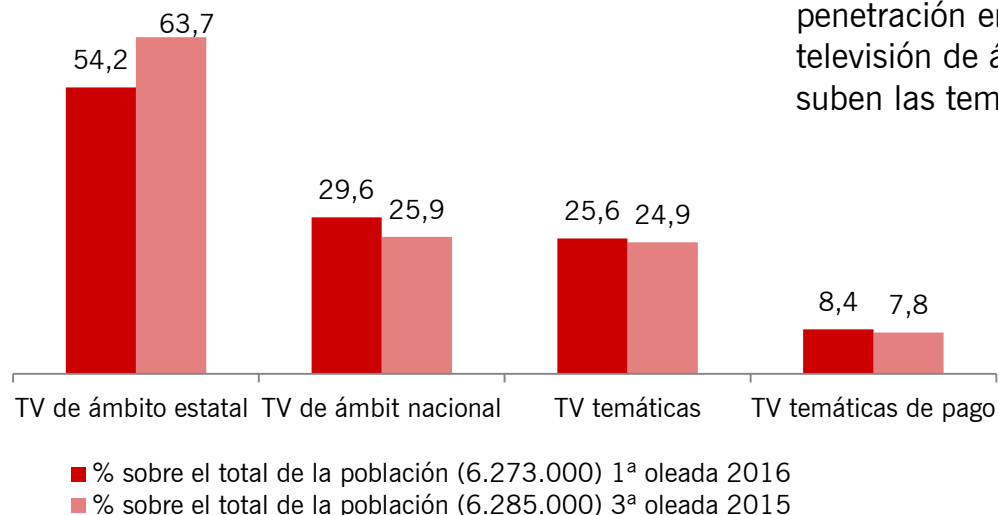


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

Penetración de la televisión

Penetración

(en %, día anterior a la entrevista)



La televisión de ámbito nacional ha aumentado su penetración en Cataluña (del 25,9 al 29,6%). La televisión de ámbito estatal generalista baja, pero a la vez suben las temáticas en abierto y de pago.

TV estatal: La 1, La 2, Antena 3 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.).

A pesar del crecimiento de la penetración de la televisión en catalán en el primer cuatrimestre de 2016, el castellano sigue siendo la lengua principal de oferta televisiva en Cataluña.

La penetración de la televisión de ámbito nacional es superior en las circunscripciones de Lleida (42,4%) y de Girona (42,1%) que en las circunscripciones de Tarragona (32,9%) y de Barcelona (26,5 %).

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

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.

Audiencia de la televisión (1)

Quota mensual de pantalla a Catalunya (en % per canals, gener-abril de 2016, en ordre descendent segons el rànquing d'abril)

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL
TV3	12,3	13,2	12,0	12,0
Telecinco	10,6	10,7	11,0	11,5
Antena 3 TV	11,3	10,4	10,0	10,4
Temàtiques pagament	6,8	7,1	7,5	7,7
La1	7,2	6,9	6,8	7,2
laSexta	6,6	7,1	6,8	6,9
Cuatro	6,3	6,6	6,9	6,6
8tv	3,6	3,7	3,6	3,8
Factoría de Ficción	2,9	2,6	3,0	3,0
Divinity	2,5	2,6	2,7	2,7
Neox	2,6	2,9	2,9	2,6
La2	2,0	2,0	2,1	2,0
Clan	1,6	1,8	1,9	2,0
Nova	2,0	1,9	1,9	1,9
Discovery Max	1,8	1,9	1,9	1,8
Paramount Channel	2,0	2,0	2,0	1,7
Energy	1,7	1,7	1,8	1,7
13TV	1,7	1,6	1,3	1,7
Mega	1,8	1,8	1,8	1,6
3/24	2,1	1,5	1,6	1,5
Esport3	1,3	1,2	1,3	1,3
Super3/33	1,3	1,3	1,4	1,2
Boing	1,4	1,1	1,1	1,1
Disney Channel	0,9	0,9	0,8	0,7
24h	0,6	0,7	0,7	0,6
Atresseries	0,6	0,6	0,6	0,6
Teledeporte	0,5	0,4	0,5	0,4
RAC105	0,2	0,2	0,3	0,2
Be Mad (desde abril)				0,1

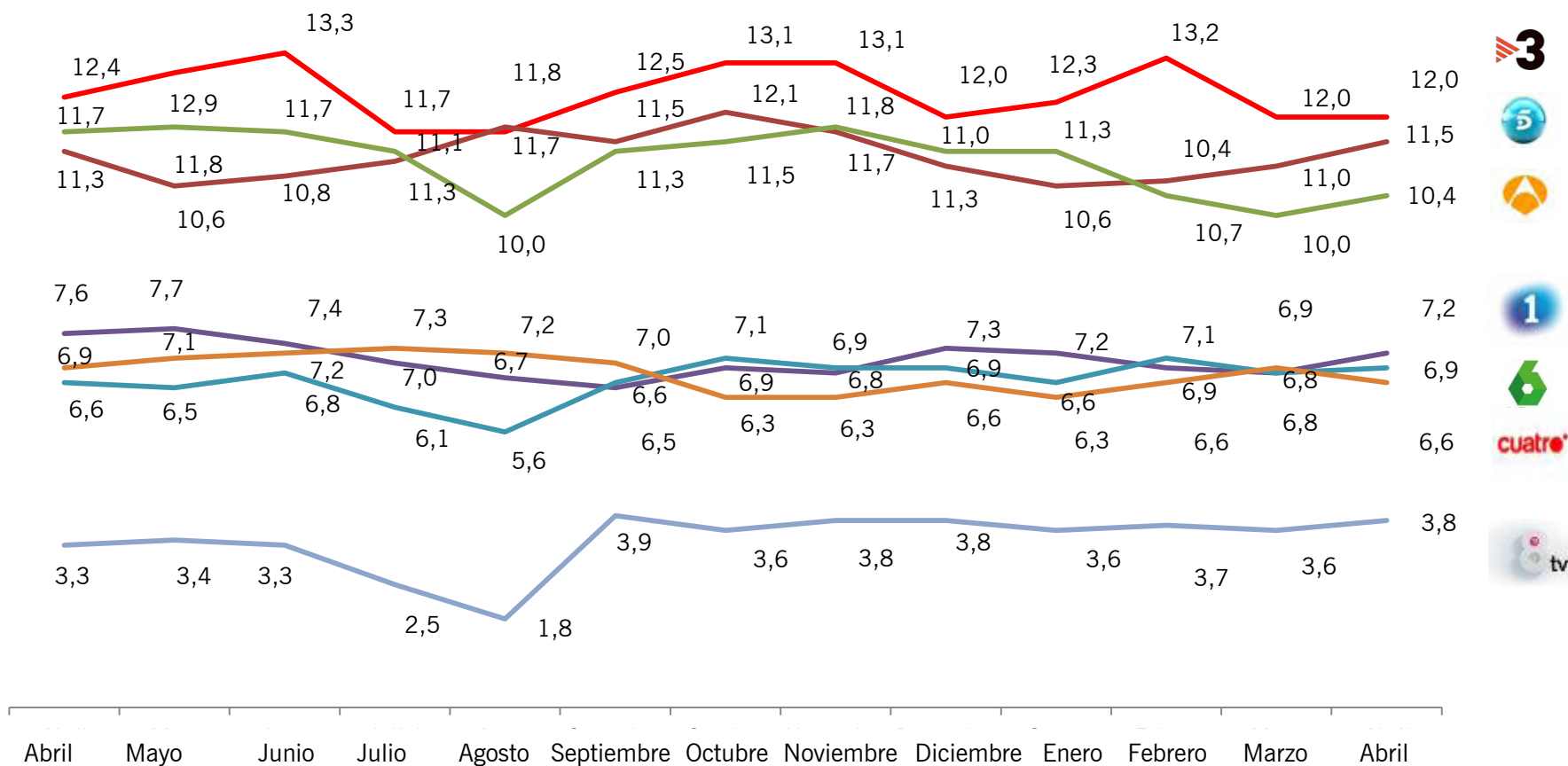
Nota: la cuota de pantalla o *share* es el porcentaje de individuos que miran una determinada cadena respecto al total de personas que ven la televisión en ese momento.

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 %, de abril de 2015 a abril de 2016)

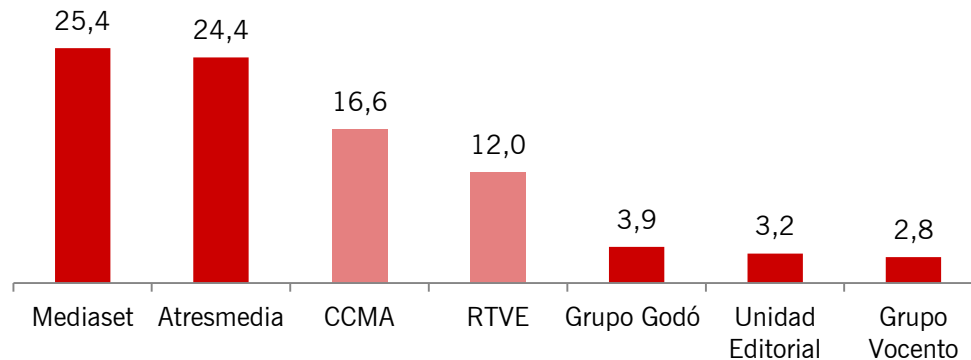


Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión (y 3)

Cuota de pantalla en Cataluña

(en % por grupos, media enero-abril 2016)



MEDIASETespaña.



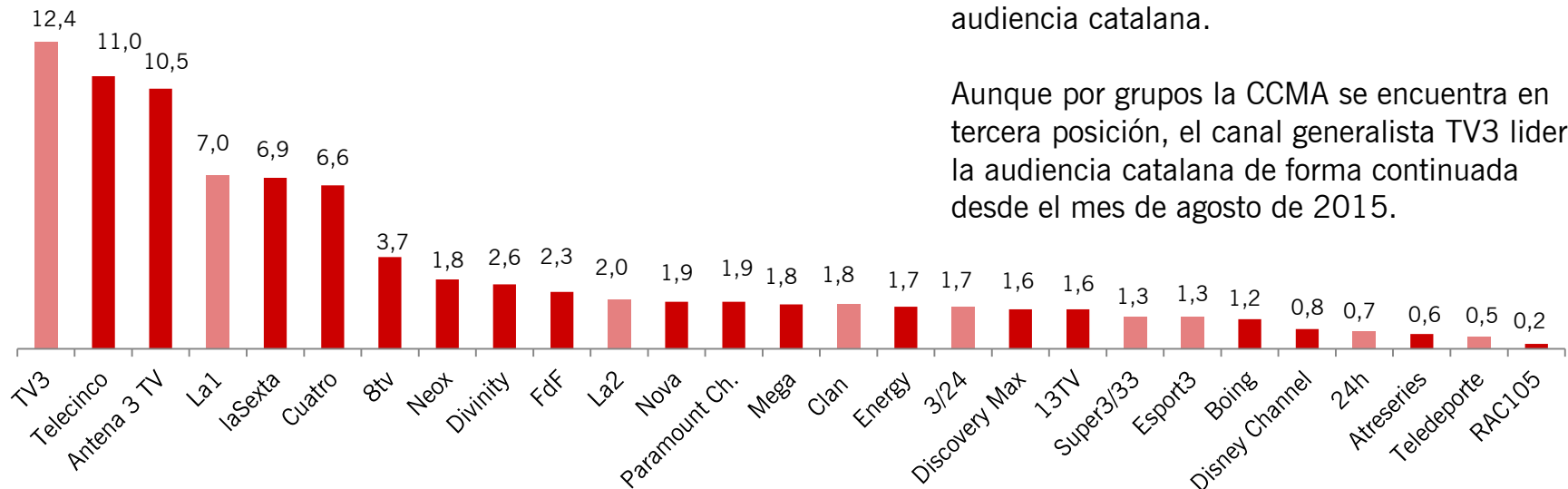
ATRESMEDIA



Mediaset y Atresmedia Corporación suman el 50% de la audiencia en Cataluña. Los canales públicos de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales se sitúan en tercera posición, pero a bastante distancia de los dos grupos privados españoles.

Cuota de pantalla en Cataluña

(en % por canales, media enero-abril 2016)



Los grupos televisivos que emiten en catalán, CCMA y Godó, representan el 20% de la audiencia catalana.

Aunque por grupos la CCMA se encuentra en tercera posición, el canal generalista TV3 lidera la audiencia catalana de forma continuada desde el mes de agosto de 2015.

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

Audiencia de la televisión: los programas más vistos

Ranking de los programas más vistos en Cataluña

Enero de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Polònia		16/01/16	807	26,2
TN migdia		07/01/16	658	30,7
El foraster. Castellfollit de la Roca		20/01/16	655	24,5
Polònia		21/01/16	653	19,7
El foraster.Cases d'alcanar		13/01/16	649	22,5
TN vespre		28/01/16	645	21,9
TN migdia		13/01/16	639	31,7
TN vespre		12/01/16	619	18,9
El foraster. Hospital U. Vall d'Hebron		04/01/16	614	19,4
TN migdia		18/01/16	613	31,2

Marzo de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
El foraster. Organyà		02/03/16	750	24,8
El foraster. Maçanet de Cabrenys		09/03/16	748	24,3
El foraster. La Vall d'Assua		30/03/16	621	20,4
TN migdia		07/03/16	610	31,7
APM?		09/03/16	608	17,3
TN migdia		09/03/16	607	31,6
Polònia		10/03/16	604	19,4
TN cap de setmana vespre		06/03/16	597	18,4
Polònia		03/03/16	593	18,9
El foraster. Ventalló		23/03/16	587	21,9

Febrero de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Lliga de Campions:Arsenal-Barcelona		23/02/16	1.168	34,9
El foraster. Castellar de N'Hug		17/02/16	829	27,4
Polònia		25/02/16	737	22,0
Salvados. Fashion victims		21/02/16	715	20,8
Polònia		18/02/16	701	21,3
APM?		17/02/16	690	20,6
El foraster. Poblenou del Delta		24/02/16	689	22,7
TN cap de setmana vespre		27/02/16	686	24,9
TN cap de setmana vespre		21/02/16	683	21,1
TN vespre		18/02/16	653	22,2

Abril de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Lliga de Campions: Barcelona-At.Madrid		05/04/16	1.375	38,9
Champions League:Manchester C. -R.Madrid		26/04/16	777	25,8
Champions League:Barcelona-At. Madrid		05/04/16	756	21,4
Salvados: una hora en la Moncloa		03/04/16	726	21,4
Desmuntant Polònia		07/04/16	725	22,3
Champions League: R. Madrid-Wolfsburgo		12/04/16	687	23,3
30 minuts. Trànsit		10/04/16	684	19,7
El foraster: Viladrau		06/04/16	676	22,1
TN Migdia		05/04/16	626	31,3
La que se avvicina. Una sonàmbula, un hombre florero y un ácaro en chandal		05/04/16	590	22,3

Nota: en el caso de las emisiones de fútbol sólo se recoge el partido, no las previas ni los postpartidos.

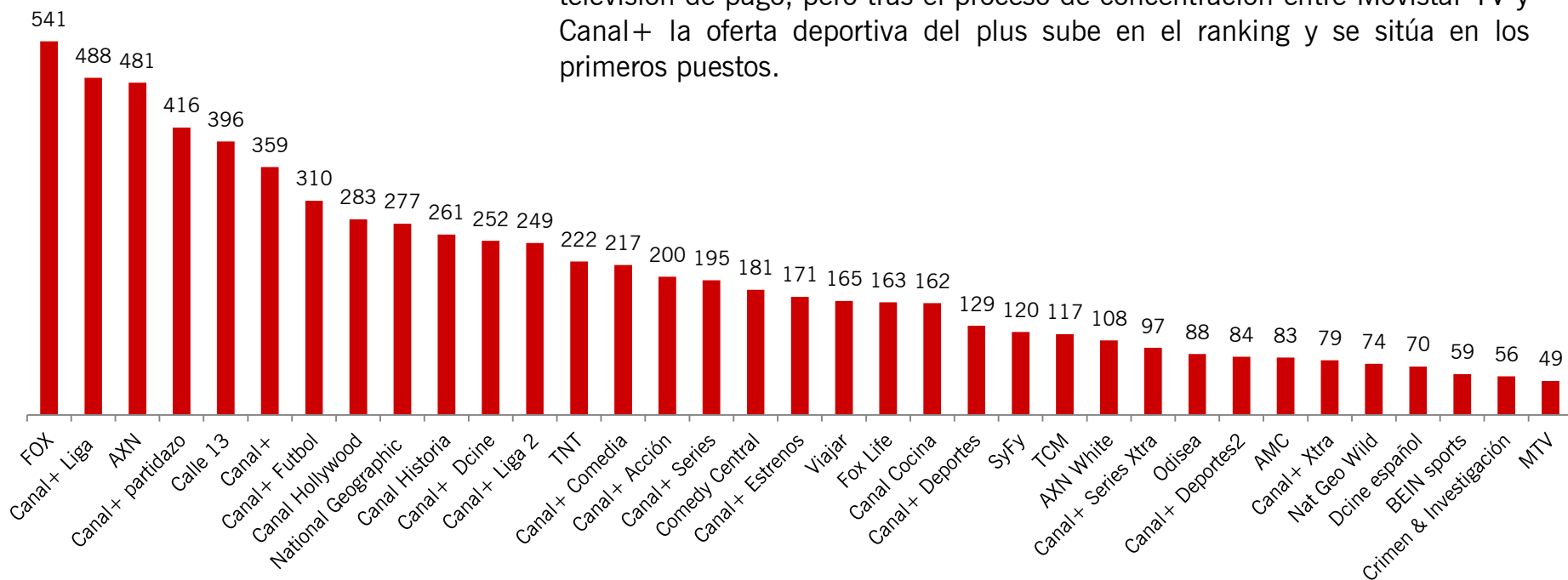
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión temática de pago

Audiencia acumulada de las cadenas temáticas de pago en Cataluña
(en miles, últimos 30 días)

De acuerdo con el EGM, la televisión de pago tiene una penetración del 8,4% entre la población catalana.

Respecto al BIAC anterior, la FOX continúa liderando las audiencias de la televisión de pago, pero tras el proceso de concentración entre Movistar TV y Canal+ la oferta deportiva del plus sube en el ranking y se sitúa en los primeros puestos.



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.

Abonados a la televisión de pago

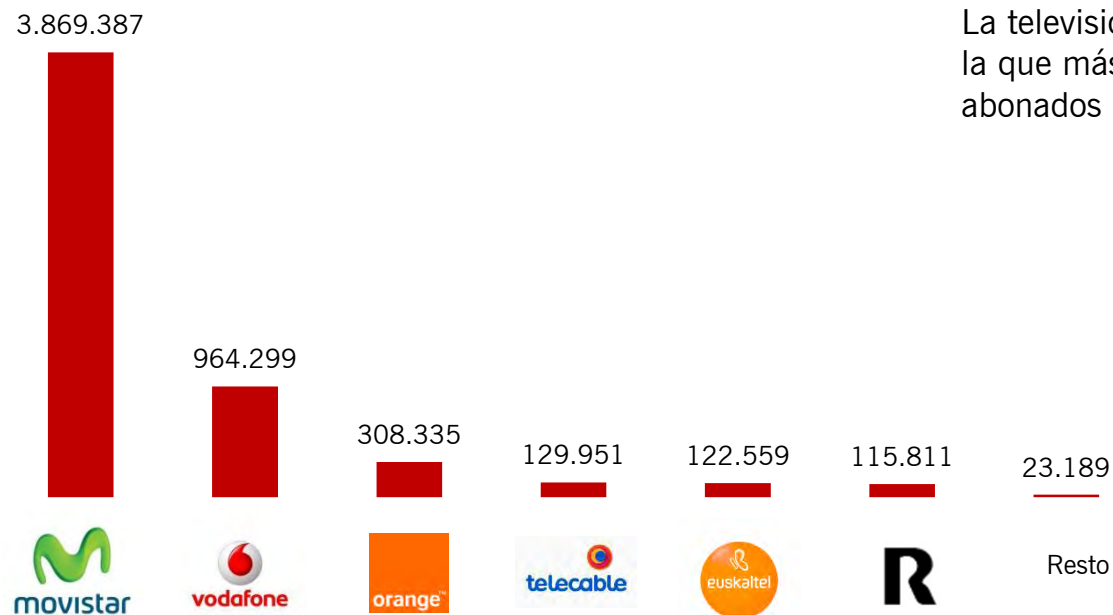
Número total de abonados: 5.533.531

Número de abonados a la televisión de pago en el Estado español

(datos correspondientes al cuarto trimestre de 2015)

Al finalizar 2015, en España hay más de 5,5 millones de abonados a la televisión de pago.

La televisión distribuida por redes XDSL/FTTH es la que más aumenta, con casi 900.000 abonados más que en diciembre de 2014



* Gol TV deja de operar en el tercer trimestre de 2015 y, por tanto, desaparecen los abonados de pago de la televisión digital terrestre.

Fuente: CNMC. Informe Trimestral. IV Trimestre de 2015. <http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf_trim.jsp>

Noticias desde la parrilla (1)

Cambios en el dial de la TDT

Entre diciembre de 2015 y abril de 2016 se han estrenado cinco canales de televisión de los seis adjudicados por el Consejo de Ministros en octubre de 2015.

El sexto se corresponde con 13tv, que hasta ahora tenía arrendado el canal a Unidad Editorial y que, tras el concurso de 2015, obtiene uno propio. Para ello únicamente tiene que cambiar de frecuencia, y lo hace en marzo.

También en marzo Unidad Editorial ha llegado a un acuerdo con Mediapro para arrendar nuevamente esta frecuencia, donde se prevé un canal de contenido deportivo.

Desaparece Canal+ y nace #0

El 1 de febrero se pone en marcha #0, nuevo canal de Movistar+ que sustituye a Canal+, disponible para los clientes de la plataforma de televisión de pago.



Fecha de inicio de emisiones

 19/03/16	 28/04/2016	 28/04/2016
 21/04/2016	 22/12/2015	 28/04/2016

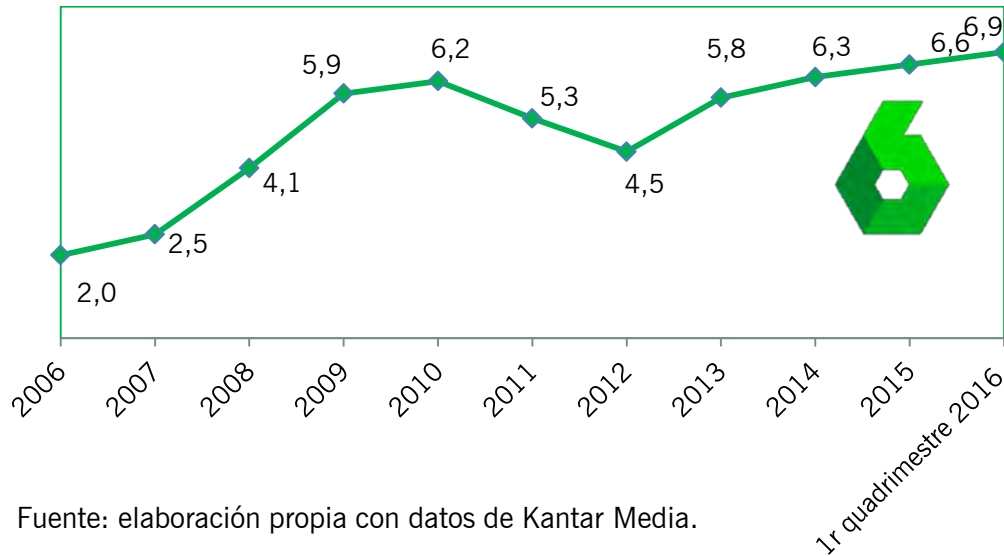
Se recuperan las emisiones de IB3 Global

Desde el 15 de abril los televisores del Principado recuperan las emisiones de IB3 Global, la señal exterior de IB3. Únicamente hay que resintonizar el aparato, ya que se ubica en el mismo múltiplex que los canales de televisión de la CCMA.



Noticias desde la parrilla (2)

Evolución de las audiencias de laSexta en Cataluña. Periodo 2006-2016



Fuente: elaboración propia con datos de Kantar Media.

Años y años... 25 años

El canal infantil de Televisió de Catalunya ha celebrado el mes de febrero los primeros 25 años de existencia. Actualmente, en Cataluña hay medio millón de niños con carnet de Súper. Comparte canal con el 33 y la audiencia media es del 1,5% de cuota, según Kantar Media. En la franja de telespectadores de 4 a 12 años esta cuota es de casi el 6%.

10º aniversario de laSexta

laSexta inició sus emisiones en marzo de 2006 y desde entonces ha ido aumentando su audiencia en Cataluña.

Algunos de sus programas, como *Salvados*, presentado y dirigido por Jordi Évole, y otros magazines informativos, se sitúan entre los más vistos en Cataluña en los rankings mensuales.



Noticias desde la parrilla (y 3)

Polònia, diez años de sátira política

Polònia, el programa de sátira política de TV3, se mantiene en la parrilla de Televisió de Catalunya desde hace 10 años y como líder de audiencia del *prime time* los jueves en Cataluña.

El aniversario se celebró el 7 de abril con el programa especial *Desmuntant Polònia*, que reunió a imitadores e imitados, con una audiencia de 725.000 espectadores y un *share* del 22,3%, según Kantar Media. En la red, éste también ha sido el vídeo más visto del mes, con 87.679 visualizaciones.

Temporadas del <i>Polònia</i>	AM (000)	Cuota %	Emisiones
1ª temporada	728	25,5	21
2ª temporada	766	25,8	40
3ª temporada	714	25,1	48
4ª temporada	696	22,1	39
5ª temporada	670	22,1	40
6ª temporada	615	20,1	46
7ª temporada	573	18,5	43
8ª temporada	607	19,3	43
9ª temporada	540	17,4	43
10ª temporada	544	17,2	37

* Hasta febrero de 2016

Fuente: CCMA.





Distribución de frecuencias de radio en Cataluña

779 frecuencias de radiodifusión

Por zona de servicio (en % y número de frecuencias de FM)



155 FM estatales

299 FM locales

325 FM nacionales

Por titularidad



199 privadas

580 públicas



El hogar catalán recibe más de 30 emisoras en FM:

10 de ámbito nacional y 20 de ámbito estatal, además de las emisoras locales o de proximidad.

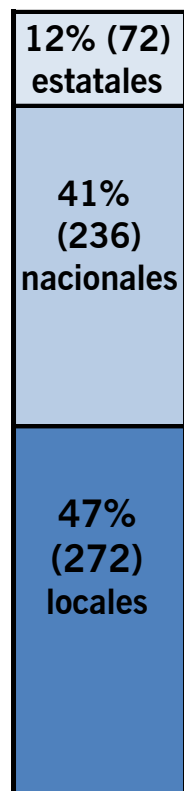
Nota: dentro del BIAC se entiende por *emisora* el medio de comunicación que emite un producto radiofónico mediante una o más frecuencias.
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (FM local), CCMA (FM nacional) y Ministerio de Industria, Energía y Turismo (FM estatal).
Abril de 2016.

La radio pública

580
frecuencias públicas

Por zona de servicio
(en % y núm. frec. FM)

Por oferta
(en emisoras FM)



Lengua vehicular: castellano (excepto Ràdio 4)

Lengua vehicular: catalán

280 emisoras públicas

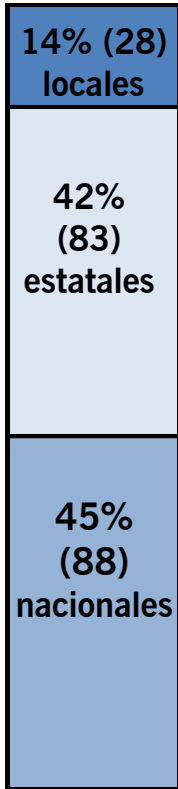
Lengua vehicular: catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña a partir de datos de la CCMA (FM nacional) y del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (FM estatal). Abril de 2016.

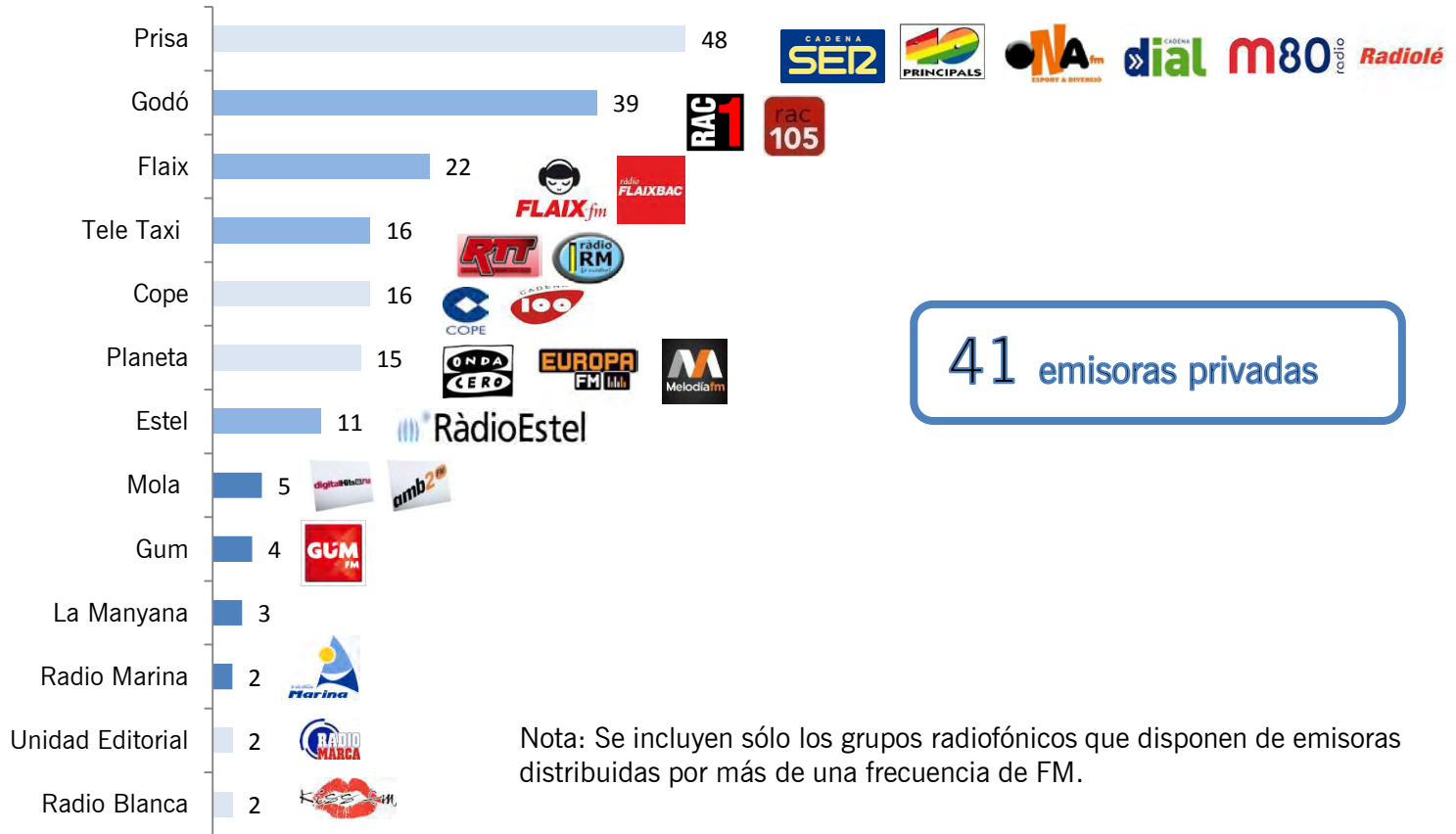
La radio privada (1)

199
frecuencias privadas

Por zona de servicio
(en % y núm. frec. FM)



Por grupos radiofónicos
(en emisoras FM)



Nota: Se incluyen sólo los grupos radiofónicos que disponen de emisoras distribuidas por más de una frecuencia de FM.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

La radio privada (y 2)

Oferta radiofónica privada

(por tipología de grupos, nombre del grupo y del producto radiofónico y en número de frecuencias)

GRUPOS RADIOFÓNICOS ÁMBITO LOCAL Y/O SUPRACOMARCAL	
Grupo	Frecuencias
MOLA	5
Amb2 FM	1
Digital Hits FM	4
GUM	4
Gum FM	4
LA MANYANA	3
s/d	3
RÀDIO MARINA	2
Ràdio Marina	2
COSTA BRAVA GLOBAL MEDIA	1
Joy FM	
PROSA	1
EI 9 FM	
EL 3 DE VUIT	1
EI 3 de vuit Ràdio	
L'EBRE	1
Imagina Ràdio	
CADENA PIRENAICA	1
Pròxima FM	
SIMALRO	1
Ràdio UA1	
MONTSERRAT RTV	1
Montserrat Ràdio	
TOTAL 12 emisoras	21

EMPRESAS DE RADIO	
Emisoras locales o supracomarcals	
Emisora	Frecuencias
Ràdio Olot	1
Ràdio Ripoll	1
Ràdio Vic	1
Ràdio Aran	1
Hit 103	1
Emisoras temàtiques	
Radio Adventista	1
Capital Radio	1
TOTAL 7 emisoras	7

GRUPOS RADIOFÓNICOS ÁMBITO NACIONAL	
Grupo	Frecuencias
GODÓ	39
RAC1	23
RAC105	16
FLAIX	22
Flaix FM	12
Ràdio Flaixbac	10
TELE TAXI	16
Ràdio Tele Taxi	13
Ràdio RM	3
ESTEL	11
Ràdio Estel	11
TOTAL 7 emisoras	88

GRUPOS RADIOFÓNICOS ÁMBITO ESTATAL	
Grupo	Frecuencias
PRISA	48
SER	19
40 Principales	11
Cadena Dial	7
Ona FM	4
Máxima FM	3
M 80	3
Radiolé	1
COPE	16
COPE	8
Cadena 100	4
Rock FM	4
PLANETA	15
Onda Cero	6
Europa FM	6
Melodía FM	3
RADIO BLANCA	2
Kiss FM	2
UNIDAD EDITORIAL	2
Radio Marca	2
TOTAL 15 emisoras	83

Nota: Dentro de esta categoría se incluyen emisoras con una programación especializada y no específicamente de proximidad.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Abril de 2016.

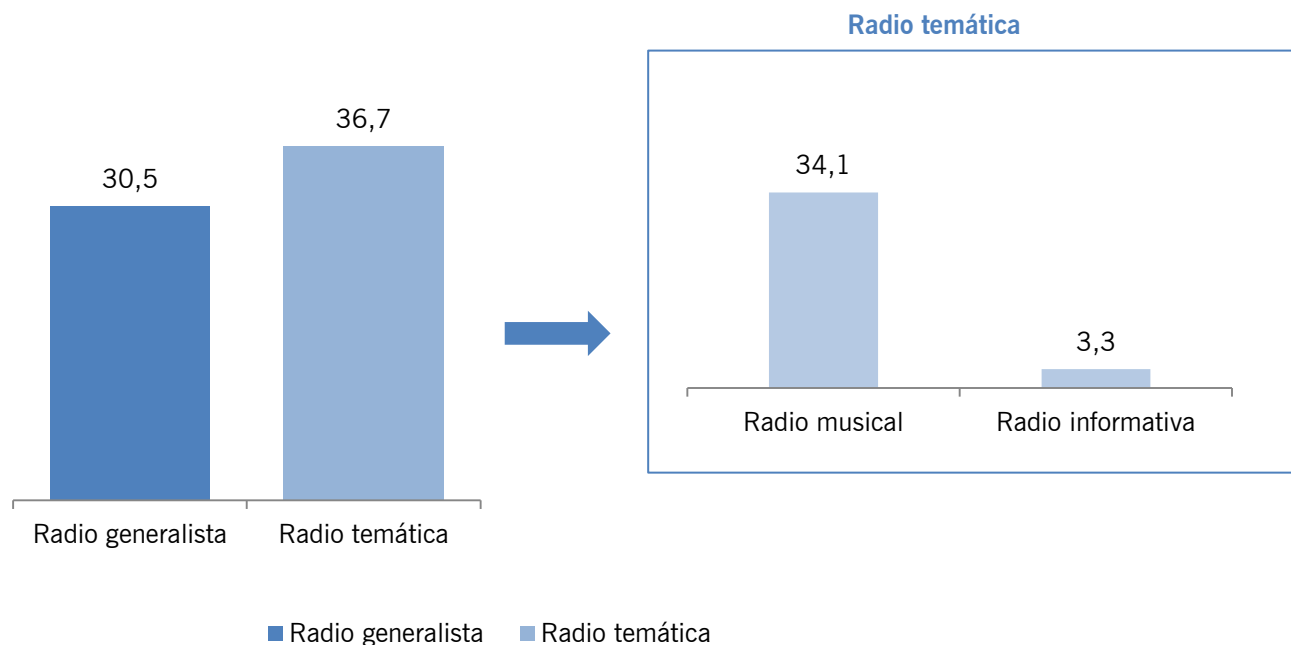
Penetración de la radio

La penetración del medio radio entre la población catalana es del 61,5%, del 65,4% entre los hombres y del 57,8% entre las mujeres. Esta penetración también es superior a la media entre la población de 35 a 44 años (69,2%) y de 45 a 54 años (67,4%).

La radio musical es la más escuchada y también la que tiene más presencia en el dial.

Penetración

(en %, día anterior a la entrevista)



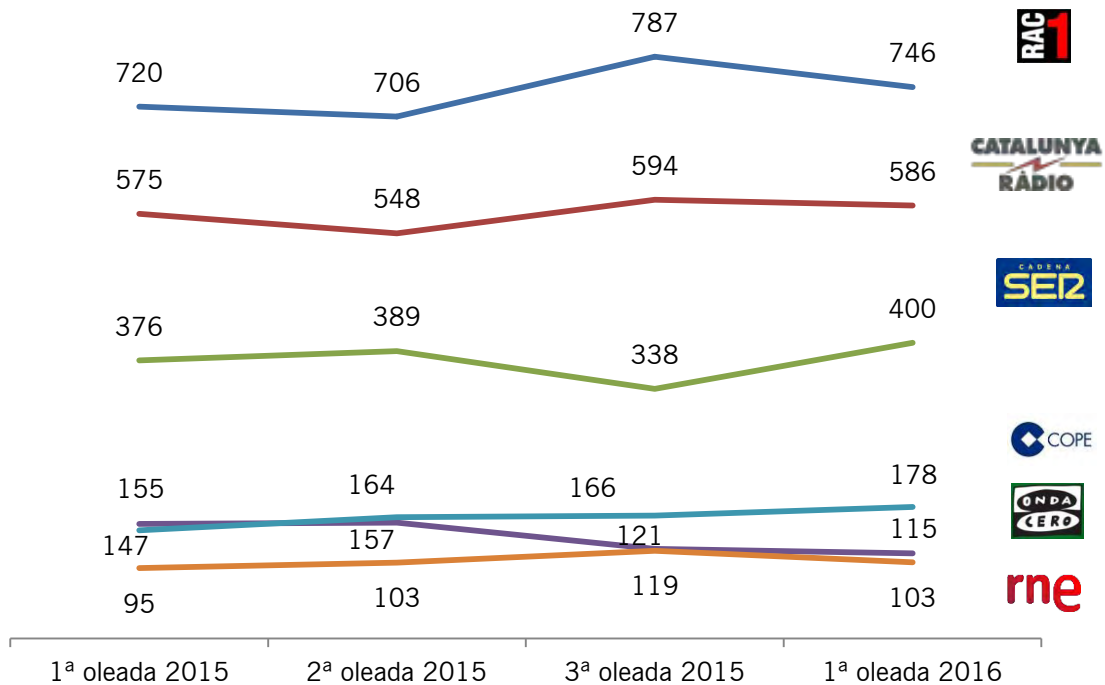
Nota: dado que la persona radioyente suele escuchar más de una emisora en el mismo día, los datos están tratados teniendo en cuenta la multiplicidad de respuestas. Ello explica que la suma de los porcentajes sea superior al 100%.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.

Audiencia de la radio (1)

Ranking de las radios generalistas. Audiencia

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



RAC1 i Catalunya Ràdio, a pesar de perder oyentes, continúan liderando la radio generalista en Cataluña.

La emisora que gana más oyentes en esta oleada es la Cadena SER, en tercera posición.

La radio musical en Cataluña está liderada por Flaixbac y Los 40 principales



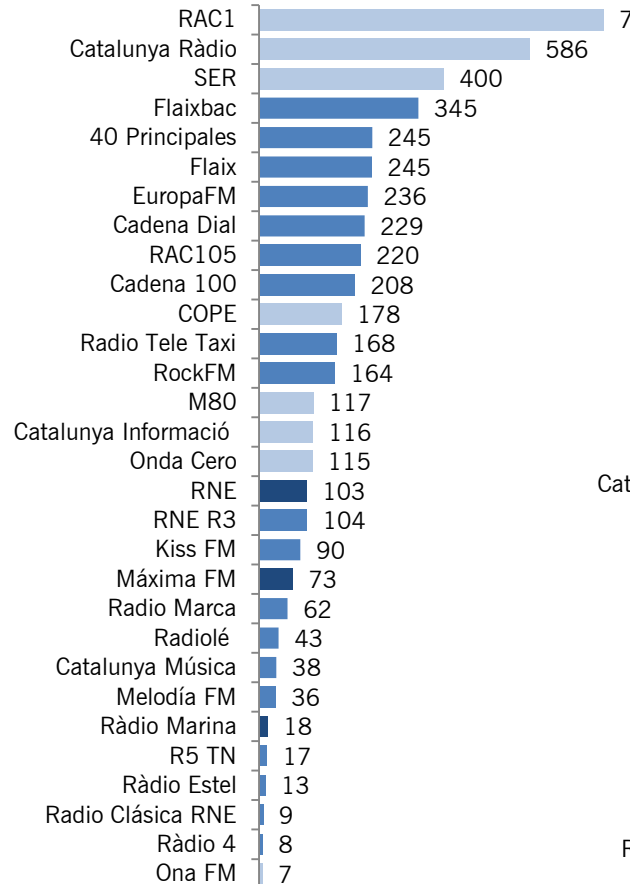
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.

Audiencia de la radio (2)

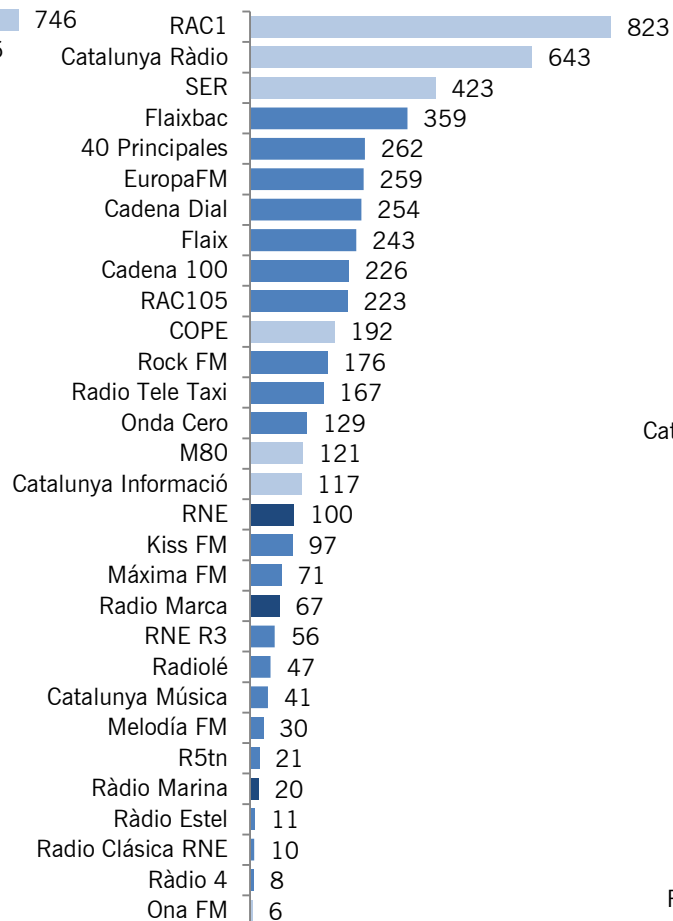
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña

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

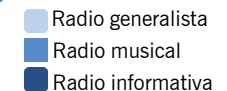
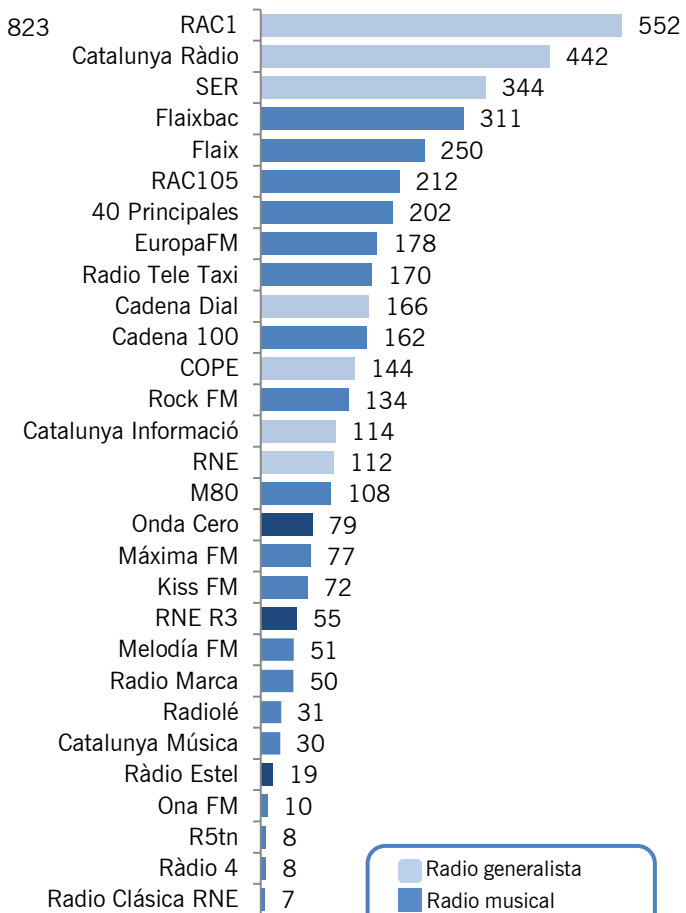
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



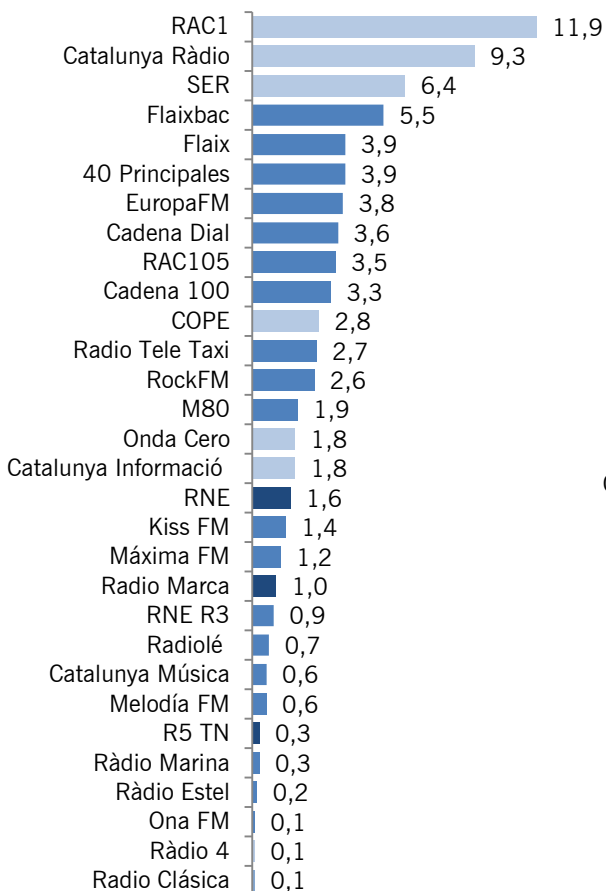
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.

Audiencia de la radio (y 3)

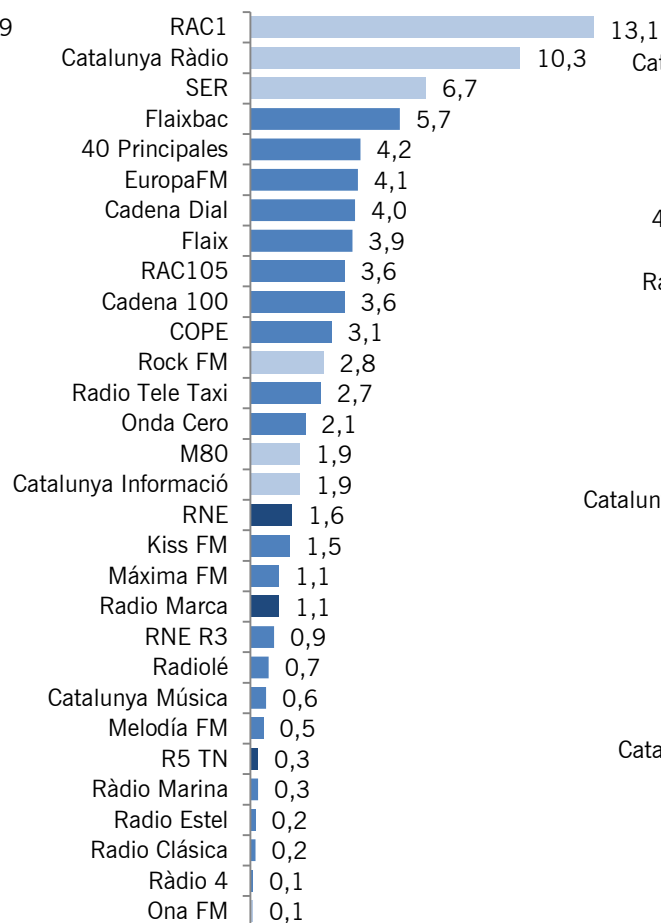
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña

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

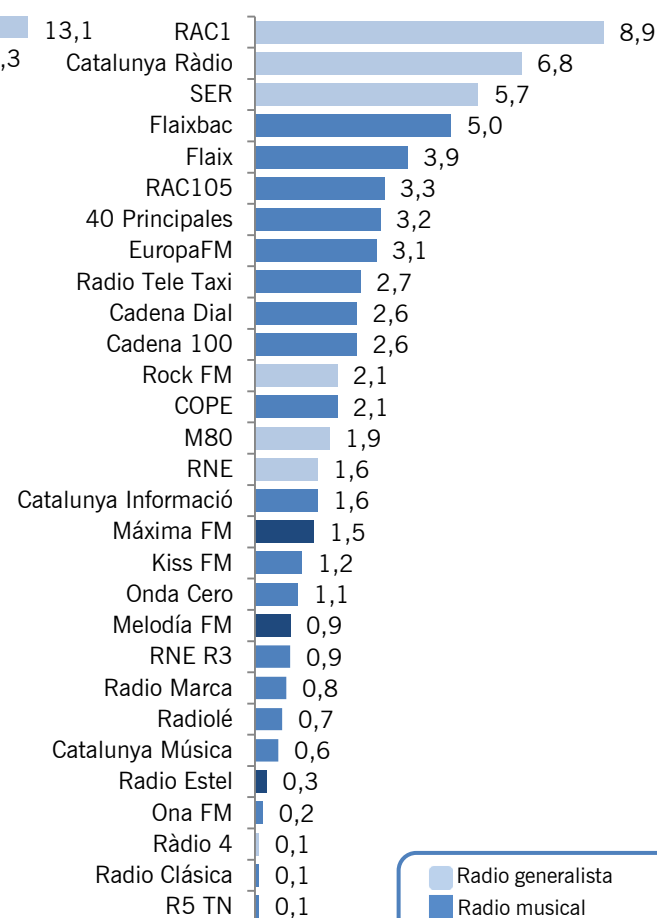
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Radio generalista
Radio musical
Radio informativa

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1a oleada de 2016.

Audiencia de la radio por franjas

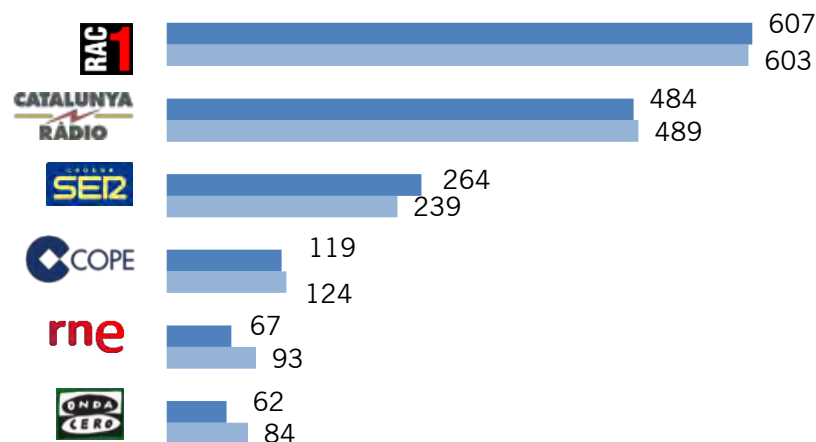
RAC1 lidera todas las franjas horarias de la radio en Cataluña.

La radio pública de la CCMA es la que suma más oyentes por la tarde, mientras que la radio pública de la CRTVE pierde seguidores tanto por la mañana como por la tarde.

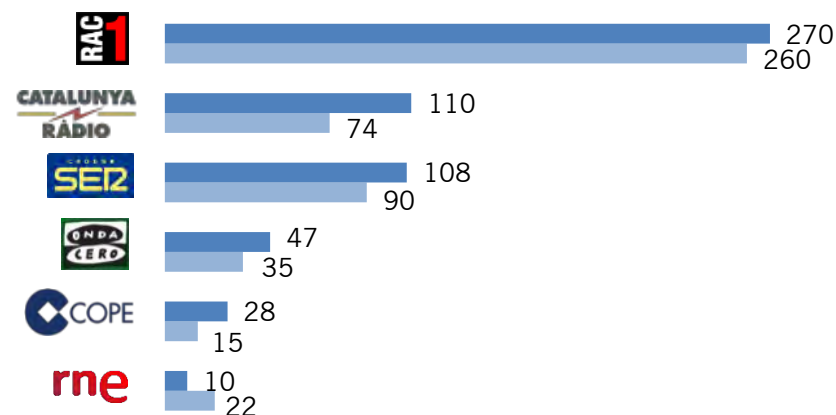
Audiencia de la radio en la franja de la mañana (de 6 a 12 h) y de la tarde (de 16 a 20 h) de las principales cadenas generalistas en Cataluña

(en miles de oyentes, de lunes a viernes)

Mañana



Tarde



■ 1a onada 2016 ■ 3a onada 2015

■ 1a onada 2016 ■ 3a onada 2015

Nota: las franjas horarias establecidas por el EGM no coinciden con los horarios de los magazines de mañana y de tarde de las diferentes emisoras.

Los programas matinales son de las 6 h a las 12 h en RNE, COPE, Catalunya Ràdio y RAC1; y de 6 h a 12.30 h en Onda Cero y la SER.

Los magazines de tarde de Onda Cero, Catalunya Ràdio y RAC1 se emiten de 16 a 19 h; los de la COPE y RNE, de 15 a 19 h, y los de la SER, de 16 a 20 h.

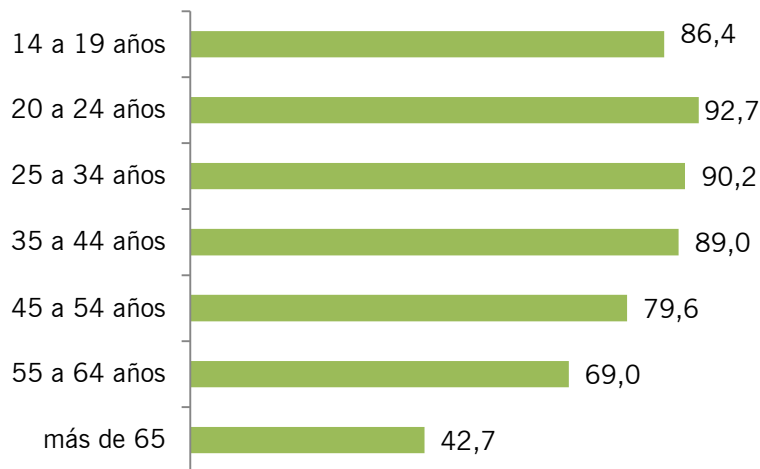
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.



Internet

Perfil del internauta en Cataluña

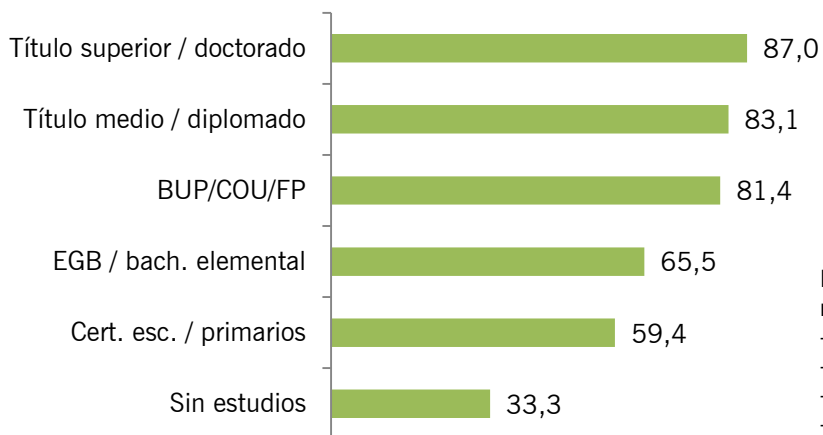
Conexión a internet por edades (en %, día anterior a la entrevista)



La penetración de internet entre la población catalana ha aumentado ligeramente respecto a la oleada anterior y ha pasado del 73,9 al 74,5%.

La conexión a internet es superior entre los segmentos de edad más joven, aunque los incrementos porcentuales son más elevados entre la población de más de 55 años.

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



El uso de la red es más elevado entre los titulados superiores que entre los que no tienen estudios.

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

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

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1ª oleada de 2016.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (1)

Según la AIMC, los internautas siguen mirando la televisión por la pantalla convencional y escuchando la radio a través del aparato tradicional mayoritariamente, pese al uso de otras pantallas.

Uso de internet para el consumo de contenidos audiovisuales en Cataluña

(En%) Pregunta: Durante los últimos 30 días, ¿cuáles de las siguientes actividades ha hecho a través de internet? (solo se han seleccionado las actividades relacionadas con el audiovisual)



Fuente: AIMC. *18a encuesta Navegantes en la red*. 17.928 entrevistas en línea a internautas voluntarios en toda España.

Datos correspondientes a Cataluña facilitados por la AIMC: 2.617 participantes, de los que 1.889 son hombres y 721, mujeres (7 no se identifican). Entre octubre y diciembre de 2015.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (2)

En Cataluña, más del 72% de los internautas utiliza internet mientras mira la televisión. La mayoría de ellos lo usan para interactuar con el programa que están mirando, pero casi el 40% hace otras actividades

Uso de segundas pantallas

(en %) Pregunta: Durante los últimos 30 días, mientras miraba algún programa en la televisión, hizo alguna de las siguientes actividades en internet?



La red social más utilizada es Facebook (85,4%), seguida de Twitter (49,6%) e Instagram (38,4%). Cerca del 53% de los internautas encuestados utiliza una aplicación en el móvil o la tableta para mirar televisión a la carta ofrecida por los propios grupos televisivos (Mitele, Atresplayer, CCMA ...) y/o webs que permiten acceder a distintos canales de televisión.

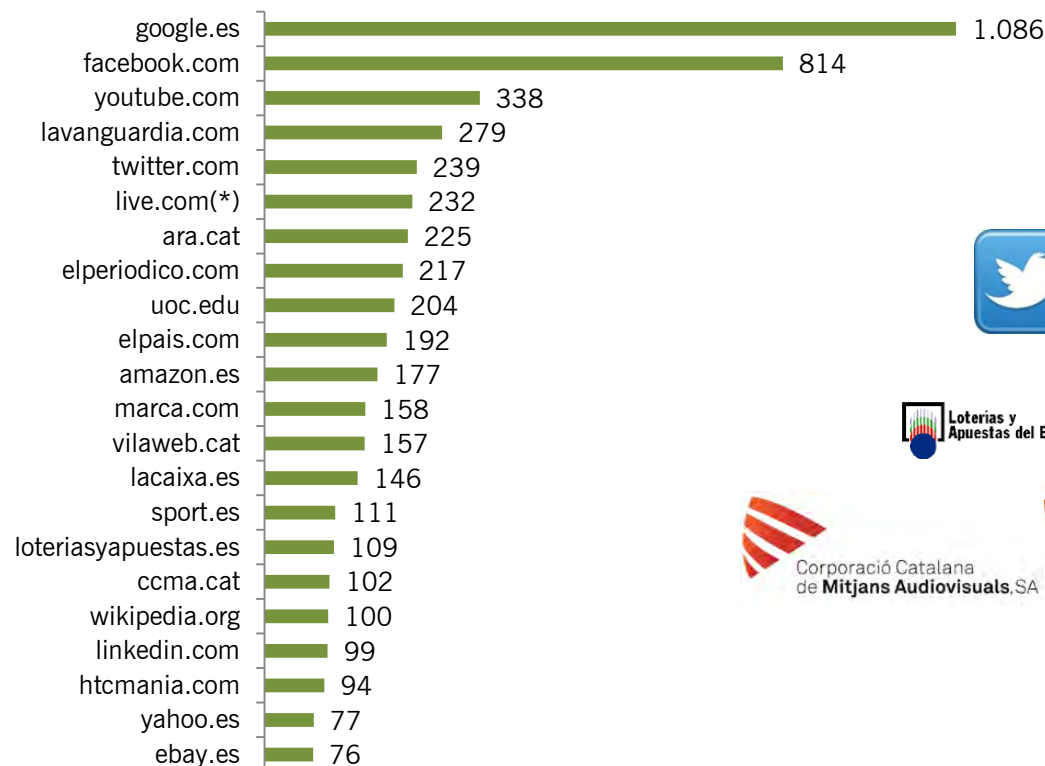
Fuente: AIMC. 18ª encuesta Navegantes en la red. 17.928 entrevistas en línea a internautas voluntarios en todo el Estado español. Datos correspondientes a Cataluña facilitados por la AIMC: 2.617 participantes, de los que 1.889 son hombres y 721, mujeres (7 no se identifican). Entre octubre y diciembre de 2015

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (y 3)

El lugar más visitado entre los internautas catalanes es el buscador de Google. Lo siguen las redes sociales, los diarios digitales y el correo electrónico.

Lugares más visitados

(en miles) Pregunta: Trata de recordar los últimos cinco webs más visitados



(*) Incluye outlook.com/hotmail



Fuente: AIMC. 18ª encuesta Navegantes en la red. 17.928 entrevistas en línea a internautas voluntarios en todo el Estado español. Datos correspondientes a Cataluña facilitados por la AIMC: 2.617 participantes, de los que 1.889 son hombres y 721, mujeres (7 no se identifican). Entre octubre y diciembre de 2015.



El apunte: los servicios audiovisuales OTT

Los servicios audiovisuales OTT (1)



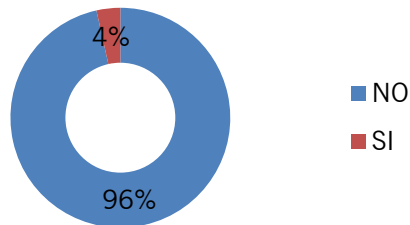
La Comisión Europea define los servicios audiovisuales de libre transmisión o *over-the-top* (OTT) como aquellos que proveen contenido en línea sin ser operadores de red o de servicios de telecomunicaciones.



Para la CNMC, los servicios OTT son aquellos que se ofrecen sobre internet sin ningún control ni gestión específica por parte de los operadores de red. Los contraponen a los servicios IP (que incluyen, según la CNMC, los prestados por redes xDSL o NGA —accesos de nueva generación—), que proveen los operadores de comunicaciones electrónicas.

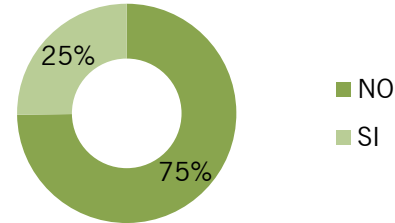
Subscripción de vídeo *streaming* en el hogar

(base: hogares)



Uso de vídeo *streaming* OTT por internet

(base: usuarios de internet de 15 años o más)



La suscripción a servicios audiovisuales bajo demanda es un mercado en crecimiento en la Unión Europea, aunque en España todavía está por desarrollar: según datos del panel de hogares de la CNMC-ONTSI, sólo un 3,5% de hogares paga para tener acceso a servicios de *streaming* de vídeo y, del total de hogares que tienen televisión de pago, únicamente el 2,5% también paga por un servicio OTT.

Fuente: [Comisión Europea](#); Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. [Caracterización de algunos servicios over the top en España \(Comunicaciones electrónicas y servicios audiovisuales\)](#); ONTSI. [Las TIC en los hogares españoles. Estudio de demanda y uso de servicios de telecomunicaciones y sociedad de la información](#). Julio-septiembre de 2015.

Los servicios audiovisuales OTT (2)



2015
Cine, series,
documentales



2010
Cine y series



2012
Cine, series,
deportes, emisión
en directo de
canales temáticos



2008
Cine de autor
mayoritariamente



2012
Cinema de autor
español e
iberoamericano



2007
Cine y series
españolas



2007
Cine

Netflix, Wuaki.tv, Filmin o TotalChannel son algunos de los operadores OTT nativos (*pure OTT players*) disponibles mediante suscripción en España.

Su oferta se centra en catálogos de ficción, fundamentalmente películas y series, pero también documentales y emisión en directo de canales de televisión temáticos.

El acceso es multidispositivo, con conexión a la red y descarga previa de aplicación; también están presentes de fábrica en algunos dispositivos, como reproductores Blu-ray, televisores inteligentes, dispositivos tipo Chromecast y Apple TV.



Google y Apple también cuentan con una oferta cinematográfica de compra y/o alquiler.

Los catálogos de Filmin o Wuaki cuentan con producciones en catalán. Netflix ha incorporado recientemente a su oferta algunos títulos doblados al catalán.

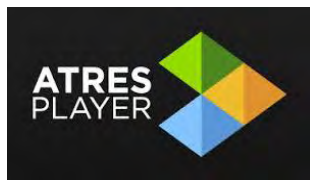


Los servicios audiovisuales OTT (y 3)

Los prestadores de servicios audiovisuales de ámbito nacional, estatal y local con emisión por TDT difunden el grueso de su oferta en **directo** y **a la carta** (con o sin limitación temporal) por internet a través de las webs corporativas y también mediante aplicaciones para dispositivos móviles con conexión a la red.



Programación local en directo y a la carta



Programación en directo y a la carta; cine, telefilmes, series emitidas, cortometrajes contenido exclusivo como flooxer y webs



Programación en directo y a la carta; telefilmes y series emitidas



Programación en directo y a la carta; cine, telefilmes y series emitidas



Programación en directo y a la carta; series emitidas



Los operadores de telecomunicaciones que prestan servicios de telefonía, datos y audiovisuales también comercializan servicios OTT, con catálogos integrados fundamentalmente por ficción, series y cine y acceso multidispositivo.

También integran la oferta de los servicios OTT nativos: desde el 2015, Vodafone con Netflix y Orange TV con Wuaki.



Flashes

Flashes



La violencia machista es noticia?

El Consejo del Audiovisual de Cataluña, el Instituto Catalán de las Mujeres y el Colegio de Periodistas de Cataluña celebraron en enero unas jornadas sobre el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres donde se reclamó un papel activo de los periodistas para ayudar a erradicar esta lacra social.



CSA: actualización de la normativa sobre producción audiovisual en Francia

Como conclusión del estudio [*La diversité des producteurs sollicités par les groupes historiques de services de télévision*](#), el CSA francés anunció repensar cuestiones clave de la política audiovisual en Francia (definición y proporción de la producción independiente, exportación de programas, estructura del sector, relación entre productores y editores de servicios, etc.). A partir de aquí, el CSA abrió la consulta pública [*Concertation sur la production audiovisuelle*](#). El 27 de enero de 2016, el regulador francés propone flexibilizar la normativa y encontrar una “[*tercera vía*](#)” que supere la dicotomía estanca “producción independiente” / “producción no independiente”, tal como está regulada actualmente.



Francia: tráfico en el HD de la TDT local

El 3 de febrero de 2016 el CSA francés abrió una [*convocatoria de candidaturas*](#) para la migración a la alta definición (HD) de los prestadores de TDT local. Como resultado de dicha convocatoria, el [*comunicado del CSA*](#) daba cuenta del acuerdo, por el que 23 canales locales pasan a emitir en HD el 5 de abril de 2016; tres canales, el 1 de octubre, y un canal, el 1 de enero de 2017.



Nueva edición del Mobile World Congress

Barcelona ha acogido el MWC 2016, con 101.000 asistentes. Destaca la presentación formal de cómo puede ser el futuro de la tecnología 5G, una herramienta que permitirá un uso más optimizado del espectro radioeléctrico. También, Facebook y Samsung, dos empresas punteras en el mundo de la tecnología, reconocen que el futuro está en la realidad virtual. Otras novedades destacadas han sido el video en 360º y las gafas 3D.



WhatsApp llega a los mil millones de usuarios en el mundo

WhatsApp ha alcanzado esta cifra redonda de clientes en el mes de febrero. Facebook compró este servicio de mensajería instantánea hace dos años. Se calcula que cada día circulan un promedio de 42 mil millones de mensajes entre sus usuarios.

Flashes

La Comisión Europea publica el *Digital Economy and Society Index (DESI) 2016*

El 25 de febrero de 2016, la Comisión Europea publicó la última oleada del [Digital Economy and Society Index \(DESI\)](#), un índice integrado por los indicadores sobre la evolución de los estados miembros en la competitividad digital. Entre estos indicadores está la conectividad a banda ancha, el capital humano, el uso de internet, la integración de la tecnología digital y los servicios públicos digitales.

La Fórmula1 sigue en TV3

Televisió de Catalunya y Movistar+, propietaria de los derechos de transmisión de la Fórmula1 en España, han llegado a un acuerdo para ofrecer en directo por el canal catalán el GP de España-Circuito de Barcelona en abierto y un resumen del resto de carreras que se celebrarán en 2016.

#NetflixInCatalan

Netflix, la plataforma de televisión en *streaming* con 75 millones de suscriptores en el mundo, ha incorporado la lengua catalana a su oferta. El doblaje y la subtitulación de algunas películas y series han recibido ayudas del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña.

Nuevos informativos en Ràdio Tele Taxi

Ràdio Tele Taxi enlazará en las conexiones horarias de las horas en punto con Catalunya Informació para ofrecer los boletines informativos, según un acuerdo al que han llegado ambas emisoras de radio en marzo.

La Sociedad de la Información en España 2015

Telefónica, en su informe anual, destaca en 2015 el despliegue de la fibra óptica y la contratación de servicios empaquetados que incluyen banda ancha móvil, fija y televisión. Esta situación impulsa lo que Telefónica define como la evolución de la televisión de masas a la televisión a medida.

Radiografía de la producción audiovisual

El Clúster Audiovisual de Catalunya ha presentado un informe con datos que permiten conocer la capacidad de generar riqueza del sector, el número de empresas que lo integran y el empleo que genera en Cataluña. Igualmente, aporta información sobre la inversión publicitaria, las ayudas públicas, la recaudación en taquilla y las importaciones y exportaciones.

Flashes

Ofcom publica informe sobre los servicios de accesibilidad 2015

El 7 de abril de 2016, el regulador británico publicó el [Television Access Services Report for 2015](#), en el que se da cuenta de los servicios de accesibilidad (subtitulación, lenguaje de signos y audiodescripción) a los que están obligados los prestadores audiovisuales bajo su licencia. El año pasado, todos los canales que emiten en el Reino Unido cumplieron o incluso excedieron la cuota impuesta. Asimismo, 2015 fue el segundo año en el que los prestadores no domésticos con licencia de la Ofcom se les exigía el cumplimiento de la normativa en accesibilidad. En este apartado, sólo un canal (Travel Channel, que emite en Polonia) no cumplió la normativa.

Cambios en la estructura de gobierno de la CCMA

En enero Saül Gordillo ha sido nombrado director del grupo de emisoras de Catalunya Ràdio y de los medios digitales en mayo. En febrero, Jaume Peral se convierte en director de TV3 en sustitución de Eugeni Sallent, que dejaba el cargo en diciembre. A principios de abril Brauli Duart anuncia que deja la presidencia temporalmente y Núria Llorach, nombrada vicepresidenta, ejercerá las funciones de presidenta.

Debate sobre las leyes del CAC y la CCMA

El Parlamento de Cataluña ha admitido a trámite la Proposición de Ley de modificación de la legislación sobre la comunicación audiovisual de Cataluña. Entre otras cuestiones, propone que los miembros de la CCMA y del CAC sean elegidos con el apoyo de dos tercios de la cámara.

Hábitos televisivos de los menores de edad

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) ha publicado el estudio *Menores y televisión. Panorámica de la audiencia en 2015*. Hecho a partir de una muestra de espectadores de entre 4 y 18 años, constata que los menores de edad consumen 133 minutos de televisión al día –125 en Cataluña– y que se concentran ante la pantalla mayoritariamente fuera del horario protegido, entre las 22 y las 24 h.

El CAC inicia una campaña para impulsar la protección de los menores de edad en Internet

El objetivo es facilitar a las personas usuarias herramientas y recursos para aumentar la protección, especialmente de los niños y de los adolescentes, ante los contenidos perjudiciales de internet. Desde abril una nueva sección de la web incluye un documento de recomendaciones dirigidas a las familias, unos vídeos cortos con consejos para los menores de edad, un conjunto de filtros de control parental y un sistema más ágil para presentar denuncias.

BIAC. Núm. 4 – Primer cuatrimestre de 2016

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Kantar Media: Ámbito Cataluña. Datos obtenidos por audímetro relativos a individuos de 4 y más años.
- EGM: datos de la 1ª oleada de 2016. Periodo febrero y marzo 2016. Ficha técnica: ámbito Cataluña. Muestra de la primera oleada: 11.499 entrevistas a individuos de 14 o más años (2.380 entrevistas multimedia, 5.421 monomedia radio, 1.310 monomedia prensa y 2.388 monomedia revistas).
- AIMC: *18a encuesta Navegantes en la red*. 17.928 entrevistas en línea a internautas voluntarios en todo el Estado español. Datos correspondientes a Cataluña facilitados por la AIMC: 2.617 participantes, de los que 1.889 son hombres y 721, mujeres (7 no se identifican). Trabajo de campo llevado a cabo entre octubre y diciembre de 2015.

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 4. Primer cuatrimestre de 2016. Barcelona: CAC, mayo de 2016. <www.cac.cat>