



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

SEGON QUADRIMESTRE DE 2016
Número 5. Setembre de 2016

Sumari

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya 3



Televisió 4

Distribució de canals de televisió a Catalunya	5
La televisió d'àmbit nacional	6
La televisió d'àmbit estatal	7
La televisió d'àmbit local	8
La televisió local pública	9
La televisió local privada (1)	10
La televisió local privada (i 2)	11
Audiència de la televisió (1)	12
Audiència de la televisió (2)	13
Audiència de la televisió (i 3)	14
Audiència de la televisió: els programes més vistos	15
Audiència de la televisió temàtica de pagament	16
Serveis de televisió de pagament	17
Llengua de la televisió	18



Ràdio 19

Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya	20
La ràdio pública	21
La ràdio privada (1)	22
La ràdio privada (i 2)	23
Penetració de la ràdio	24
Audiència de la ràdio (1)	25
Audiència de la ràdio (2)	26
Audiència de la ràdio (3)	27
Audiència de la ràdio (i 4)	28
Audiència de la ràdio per franges	29



Internet 30

Penetració d'internet a Catalunya	31
Consum de continguts audiovisuals a internet (1)	32
Consum de continguts audiovisuals a internet (2)	33
Consum de continguts audiovisuals a internet (i 3)	34
Protecció de menors a internet	35



L'apunt 36

Revisió de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV)	36
Principals objectius de la proposta de nova DCSAV	37
Ampliació de la DCSAV	38
Principis reguladors de la nova DSCAV	39



Flaixos 40

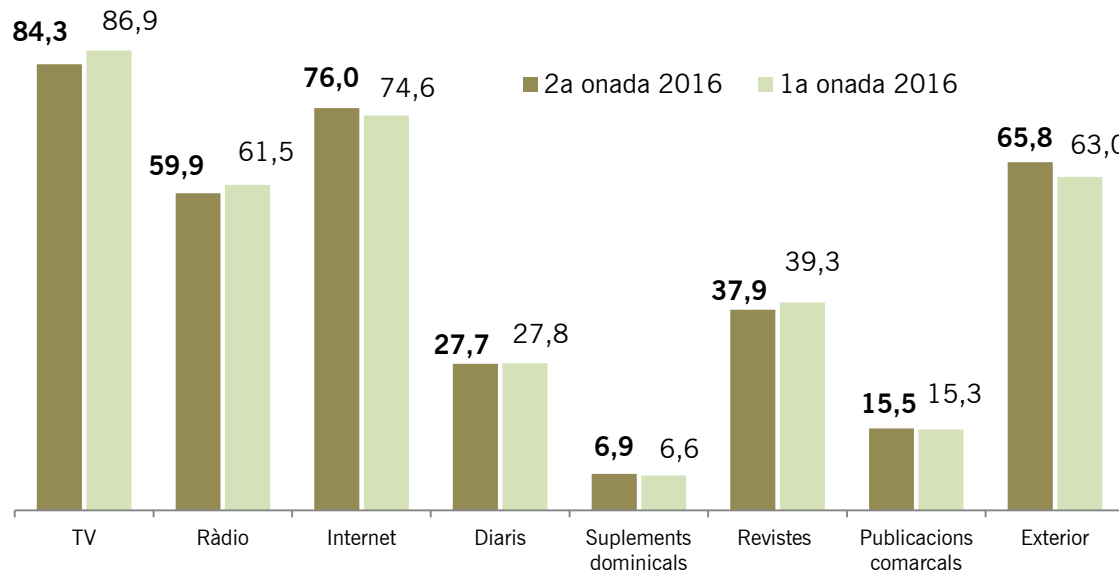


Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya

Penetració de mitjans a Catalunya (en % sobre el total de la població)

En la majoria de mitjans es dona una tendència a la baixa, tot i que les variacions respecte de l'onada anterior de l'EGM no són significatives.

La penetració d'internet continua a l'alça, però la televisió es manté com el mitjà de comunicació més present entre la població catalana.



Nota: la penetració reflecteix el percentatge que l'audiència de cada mitjà representa en relació amb el total de la població.

El gràfic incorpora les respostes en relació amb els períodes i els mitjans següents:

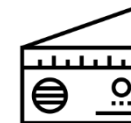
- diaris (en paper), ràdio (dilluns-diumenge), televisió i internet; audiència del dia anterior a l'entrevista.
- suplements i exterior: audiència de la setmana.
- revistes i publicacions comarcals: audiència del període de la publicació.

Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

Minuts de consum de mitjans per persona i dia a Catalunya:



227'



103'

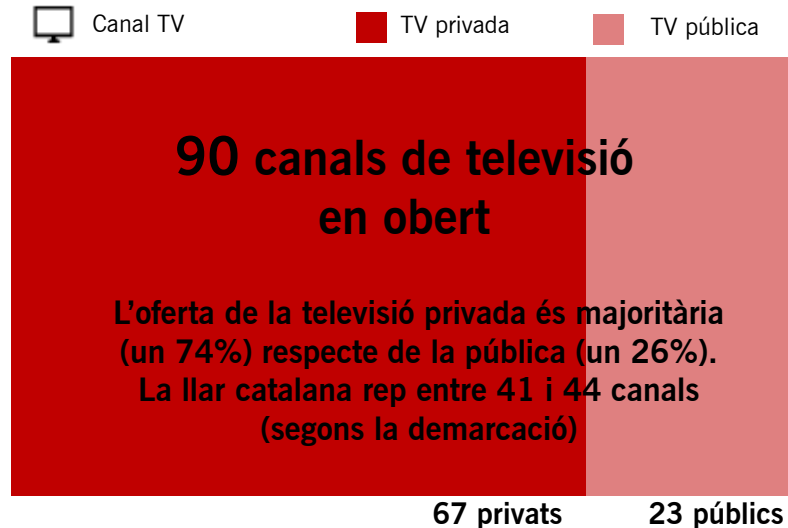


160'

Font: Kantar Media/EGM



Distribució de canals de televisió a Catalunya



Oferta TV per àmbit territorial

TV nacional 8 canals

5 públics



3 privats



TV estatal 32 canals

7 públics



25 privats

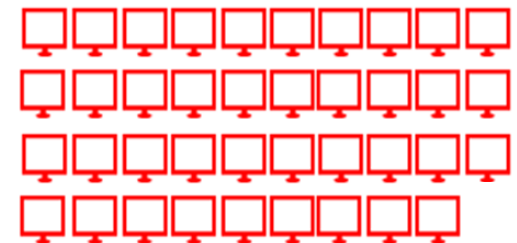


TV local 50 canals

11 públics



39 privats



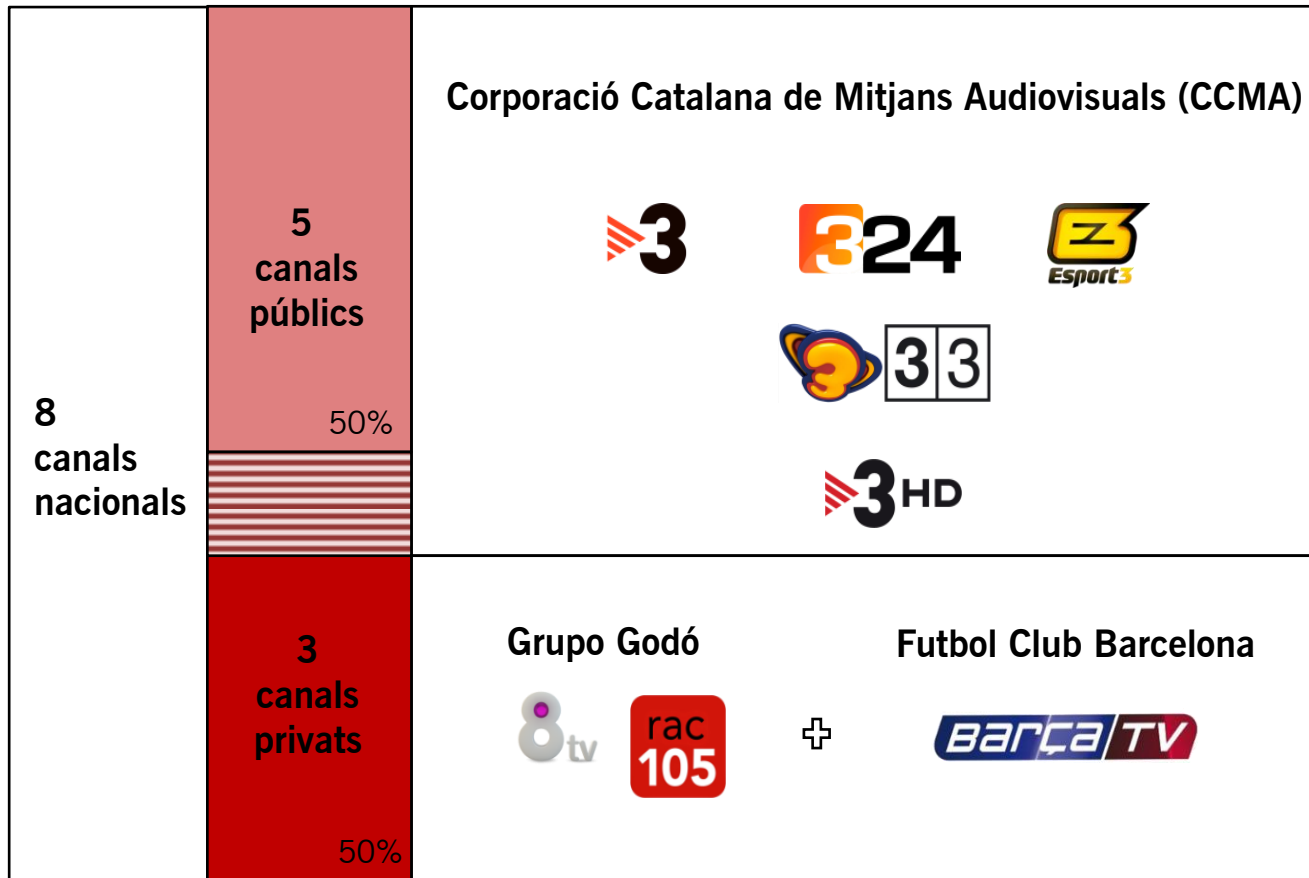
Nota: dins del BIAC es denomina *canals* (terme usual) als *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada múltiplex (MUX).
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (canals TDT estatal). Setembre de 2016.

La televisió d'àmbit nacional

TV pública
 TV privada
 TV pública que emet per un MUX privat
 3 Llengua vehicular

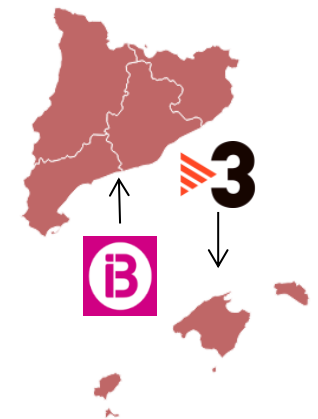
Per titularitat i oferta (en nombre i % de canals de TDT)

3 Català



+ Reciprocitat d'emissions

El canal balear IB Global es veu a Catalunya des de l'abril de 2016.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.

La televisió d'àmbit estatal

TV pública
 TV privada
 Llengua vehicular

Per titularitat i oferta (en nombre i % de canals de TDT)

S Castellà



Nota: El canal GOL emet en proves des del juny de 2016.

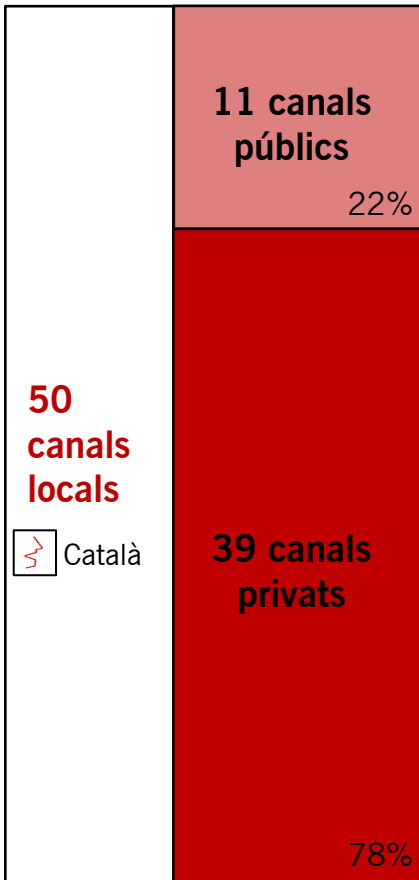
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Setembre de 2016

La televisió d'àmbit local

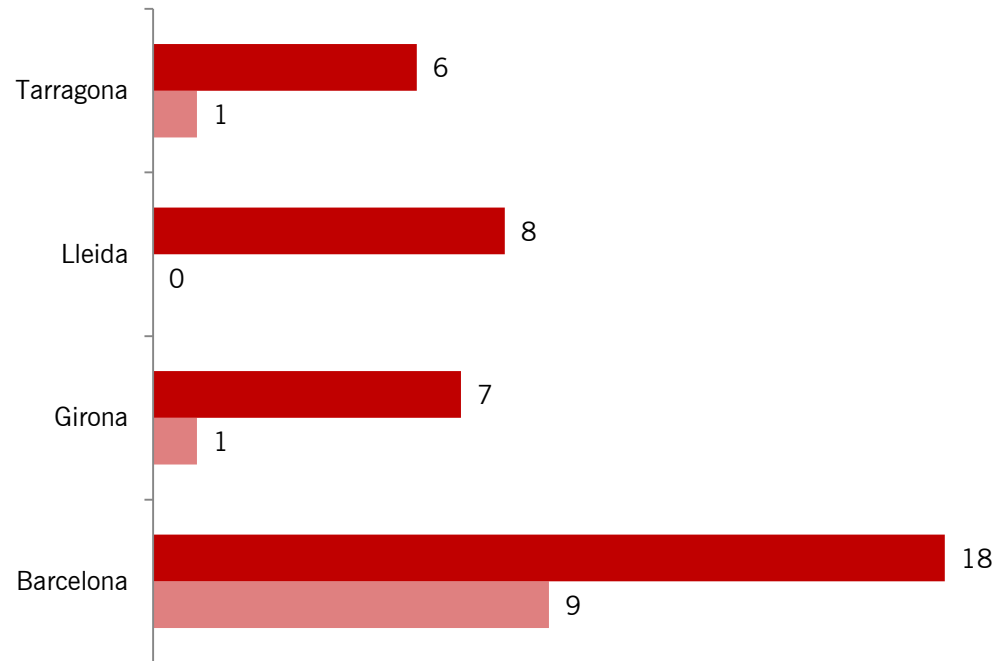
TV pública
 TV privada

Llengua vehicular

Per titularitat i oferta
(en nombre i % de canals de TDT)



Per províncies
(en nombre de canals de TDT)

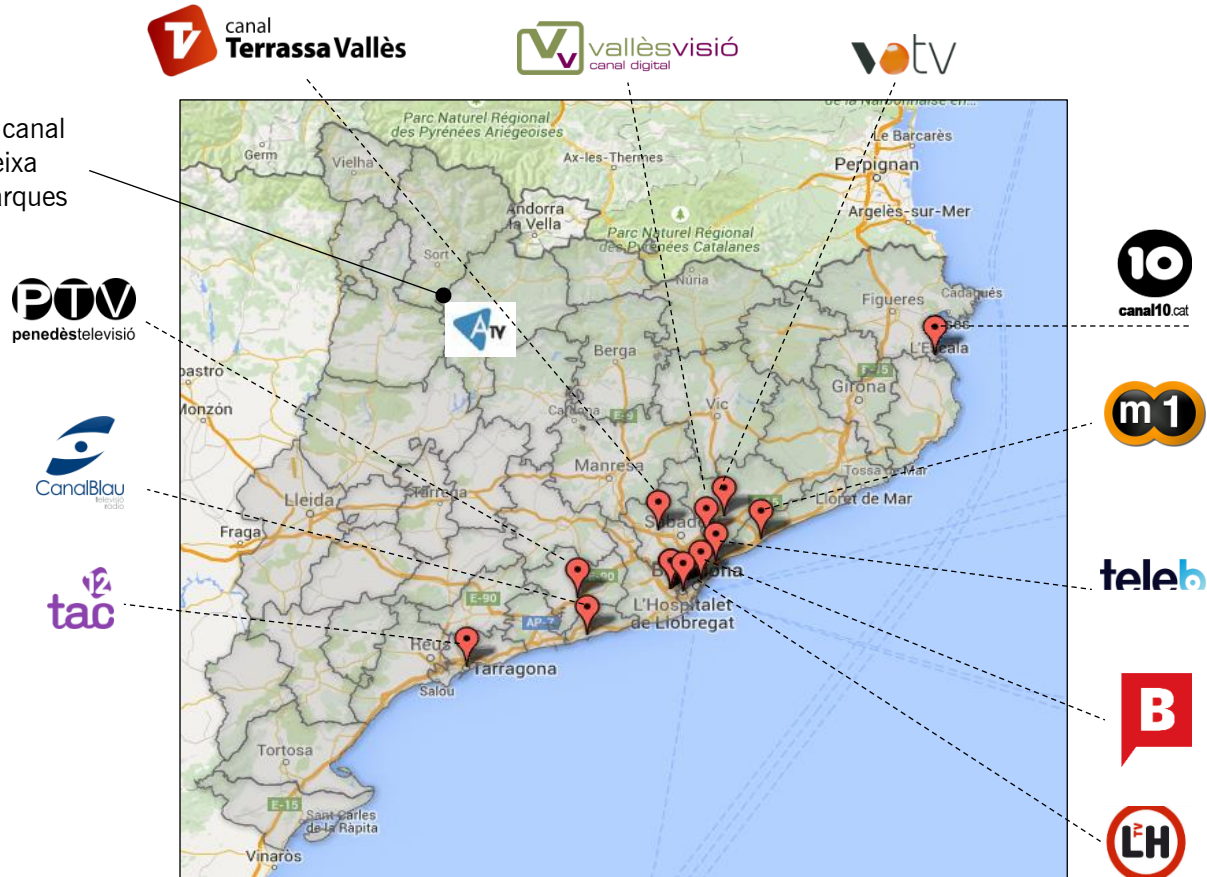


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.

La televisió local pública

Oferta de les 11 televisions públiques d'àmbit local

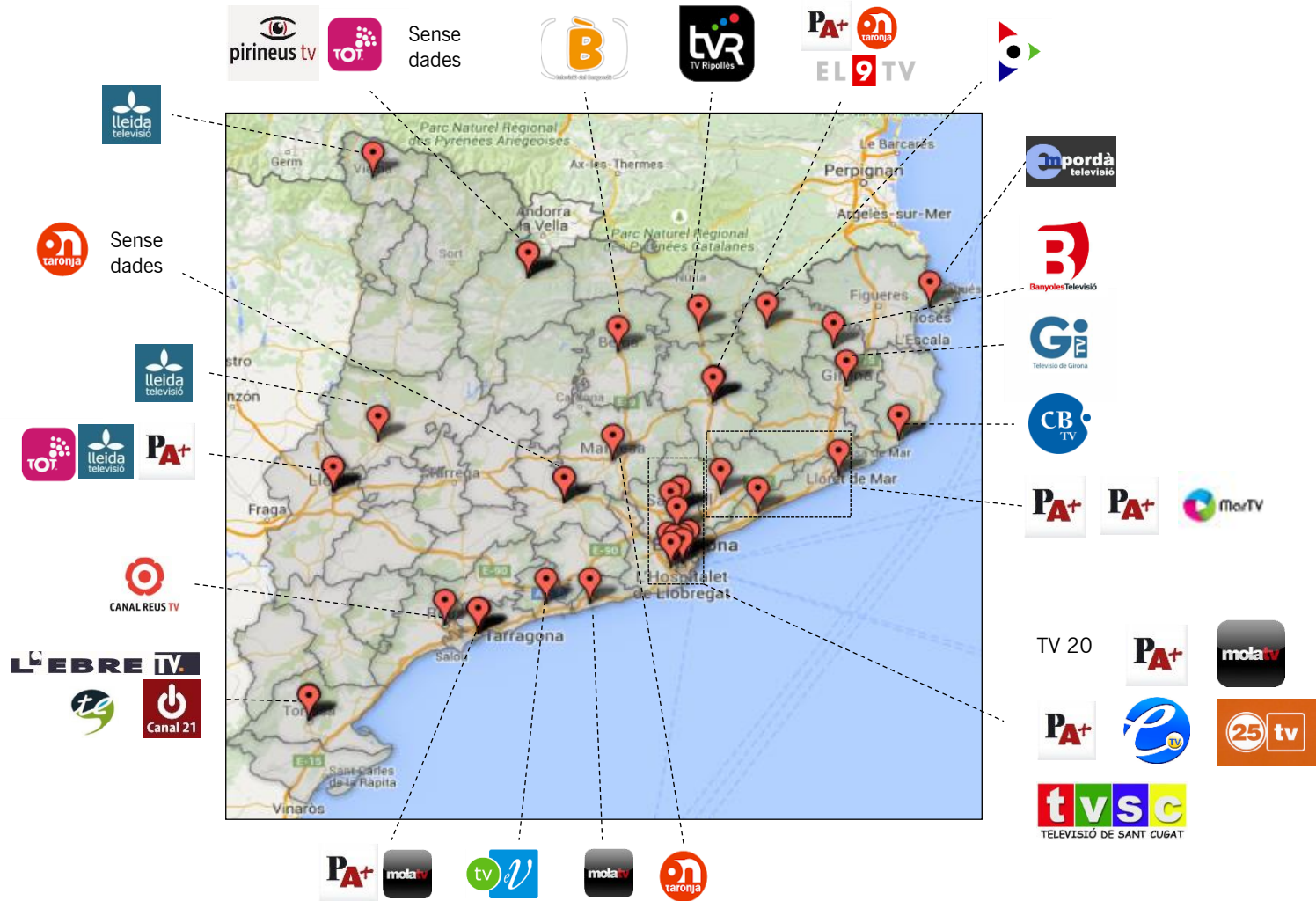
El juliol de 2016 el canal Andorra Televisió deixa d'emetre a les comarques del Pirineu català.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.




La televisió local privada (1)

Oferta de les 39 televisions privades d'àmbit local

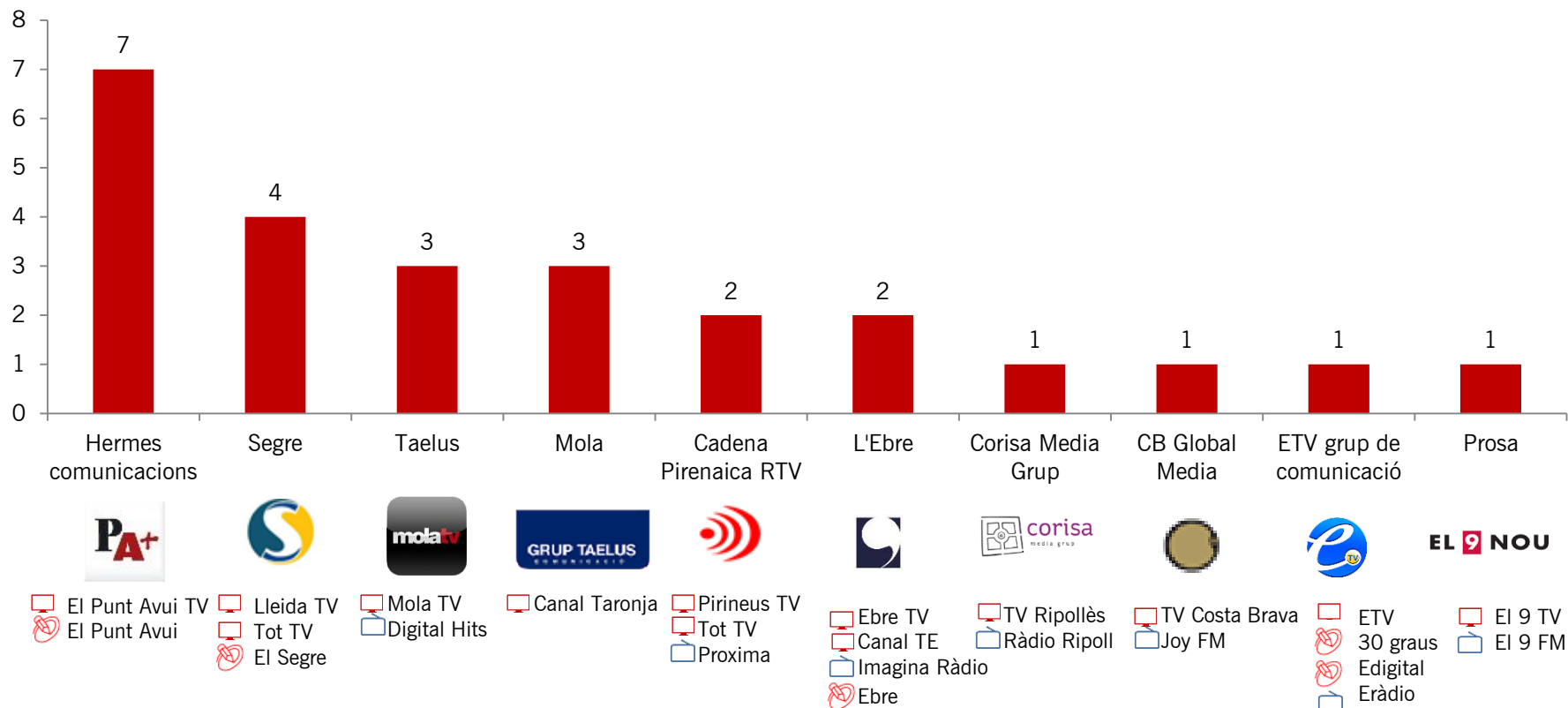


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.

La televisió local privada (i 2)

 Canal TV
  Emissora ràdio
  Premsa

Grups de comunicació local privats amb presència al sector televisiu local



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.

Audiència de la televisió (1)

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

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost
Telecinco	10,6	10,7	11,0	11,5	11,3	13,5	12,0	10,2
Antena 3 TV	11,3	10,4	10,0	10,4	10,8	9,8	10,7	9,8
TV3	12,3	13,2	12,0	12,0	11,9	10,5	10,1	9,4
La1	7,2	6,9	6,8	7,2	7,6	7,2	7,2	7,8
Cuatro	6,3	6,6	6,9	6,6	6,5	6,8	6,7	6,8
Temàtiques pagament	6,8	7,1	7,5	7,7	7,1	6,3	6,2	6,4
laSexta	6,6	7,1	6,8	6,9	6,5	6,8	5,8	5,9
Factoría de Ficción	2,9	2,6	3,0	3,0	2,8	3,2	3,5	3,8
Divinity	2,5	2,6	2,7	2,7	2,6	2,5	2,4	3,0
Neox	2,6	2,9	2,9	2,6	2,6	2,6	3,0	2,7
Teledeporte	0,5	0,4	0,5	0,4	0,7	0,5	0,9	2,6
8tv	3,6	3,7	3,6	3,8	3,5	3,7	2,9	2,5
La2	2,0	2,0	2,1	2,0	1,9	2,0	2,2	2,3
Energy	1,7	1,7	1,8	1,7	1,7	1,9	2,0	2,3
Paramount Channel	2,0	2,0	2,0	1,7	1,8	1,7	2,0	2,1
Clan	1,6	1,8	1,9	2,0	2,0	2,3	2,2	2,0
Nova	2,0	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	2,0	2,0
Discovery Max	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8
Mega	1,8	1,8	1,8	1,6	1,5	1,5	1,7	1,7
13TV	1,7	1,6	1,3	1,7	1,6	1,5	1,7	1,6
3/24	2,1	1,5	1,6	1,5	1,3	1,4	1,5	1,4
Super3/33	1,3	1,3	1,4	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Boing	1,4	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1
Atreseries	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,9
Be Mad				0,1	0,6	0,6	0,6	0,9
Esport3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,0	0,9	0,7	0,8
Disney Channel	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
24h	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6	0,7	0,8	0,7
Dkiss					0,5	0,7	0,8	0,7
TEN					0,3	0,3	0,6	0,6
Gol							0,1	0,2
RAC105	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Real Madrid HD							0,1	0,1

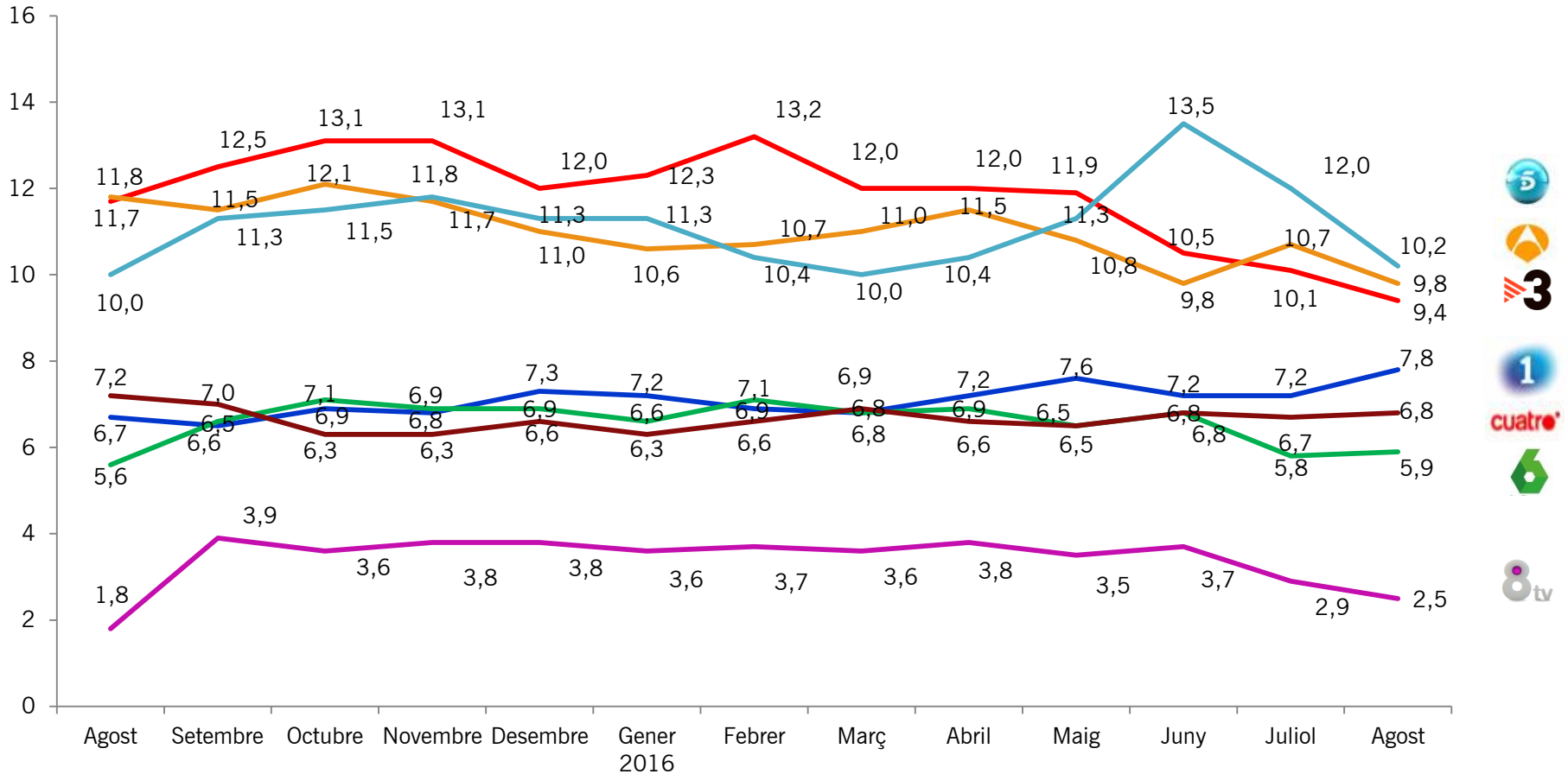
Nota: la quota de pantalla o *share* és el percentatge d'individus que miren una cadena determinada respecte del total de persones que miren la televisió en aquell moment.

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

Audiència de la televisió (2)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals a Catalunya

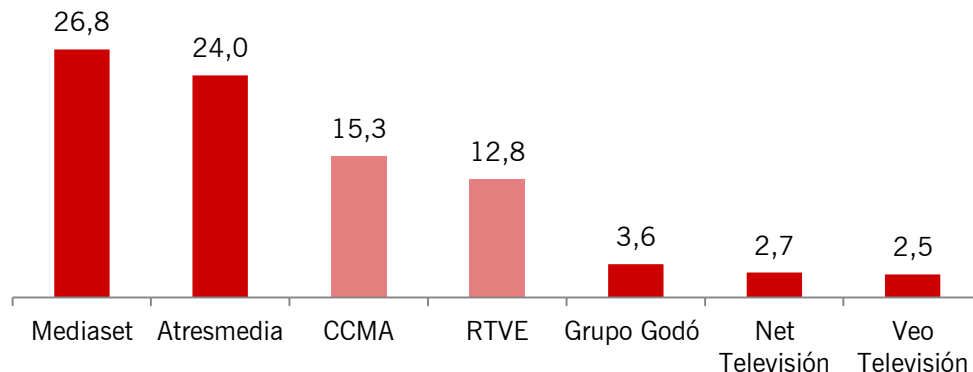
(en %, d'agost de 2015 a agost de 2016)



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

Audiència de la televisió (i 3)

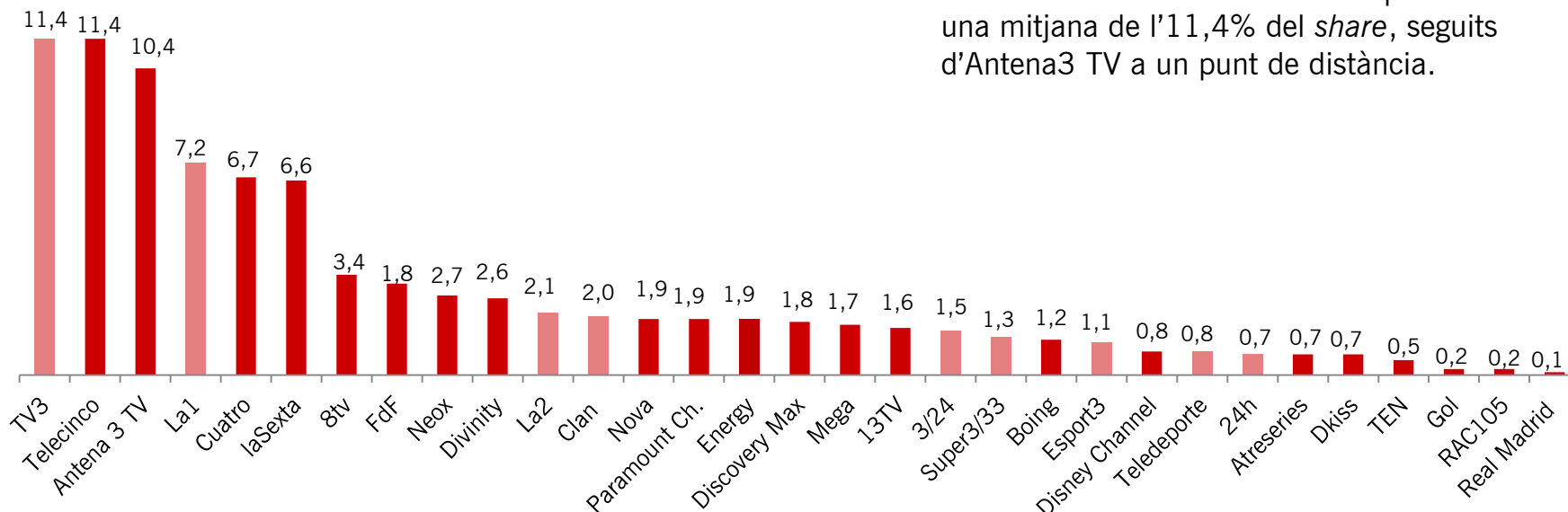
Quota de pantalla a Catalunya (en % per grups, mitjana gener-agost 2016)



Els grups privats espanyols Mediaset i Atresmedia concentren més de la meitat de l'audiència a Catalunya.

La CCMA i el grup Godó, que apleguen els canals que emeten en llengua catalana, sumen gairebé el 19% de l'audiència a Catalunya.

Quota de pantalla a Catalunya (en % per canals, mitjana gener-agost 2016)











TV3 i Telecinco acaben l'estiu empatats amb una mitjana de l'11,4% del *share*, seguits d'Antena3 TV a un punt de distància.

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



Audiència de la televisió: els programes més vistos

Rànquing dels programes més vistos a Catalunya









Maig de 2016

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Copa del Rei Barcelona-Sevilla		22/05/16	1.393	39,1
La Copa		22/05/16	1.014	36,8
Copa del Rey Barcelona-Sevilla		22/05/16	918	25,8
Champions: R. Madrid-At.Madrid		28/05/16	868	32,8
Lliga Campions: Bayern Munich-At.Madrid		03/05/16	721	23,5
Champions: Bayern Munich-At. Madrid		03/05/16	695	22,6
Lliga Campions: R.Madrid-At.Madrid		28/05/16	672	25,4
Festival Eurovisión		14/05/16	602	26,6
TN vespre cap de setmana		08/05/16	594	19,3
El doblet		23/05/16	594	17,9











Juny de 2016

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Eurocopa: Croàcia-Espanya		21/06/16	1.317	45,9
Eurocopa: Espanya-Turquia		17/06/16	1.234	46,7
Eurocopa: Espanya-R.Checa		13/06/16	913	41,4
Eurocopa: Italia-Espanya		27/06/16	900	49,1
Eurocopa: Alemanya - Polònia		16/06/16	731	25,3
El foraster. Forasters a Madrid		16/06/16	677	23,1
Eurocopa: Croàcia-Portugal		25/06/16	647	31,7
Eurocopa: Portugal-Islandia		14/06/16	638	21,4
E16: els resultats		26/06/16	610	20,8
Eurocopa: Alemanya-Ucraïna		12/06/16	607	19,9

Juliol de 2016

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Eurocopa:Portugal-Francia final		10/07/16	1.135	45,0
Eurocopa:Alemanya-Francia		07/07/16	875	35,2
Eurocopa: Portugal-Gales		06/07/16	751	30,5
El Foraster: Formentera		13/07/16	609	24,4
Eurocopa: Francia - Islandia		03/07/16	581	22,8
Eurocopa: Alemanya - Italia		02/07/16	560	28,4
Blindspot		19/07/16	517	20,6
TN migdia		15/07/16	488	24,9
TN migdia		18/07/16	481	22,8
APM?		13/07/16	465	17,8

Agost de 2016

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Supercopa d'Espanya: Sevilla-Barcelona		14/08/16	654	30,2
Supercopa d'Espanya:Barcelona - Sevilla		17/08/16	589	31,1
TN migdia		30/08/16	444	22,2
Trofeu Joan Gamper: Barcelona - Sampdoria		10/08/16	432	23,2
Supercopa Europa: R.Madrid-Sevilla		09/08/16	413	17,6
TN migdia		18/08/16	410	23,5
TN migdia		24/08/16	407	23,6
TN migdia		09/08/16	405	24,3
TN migdia		22/08/16	401	21,5
TN migdia		17/08/16	399	23,0

Nota: en els cas de les emissions de futbol només es recull el partit, no les prèvies ni els postpartits.

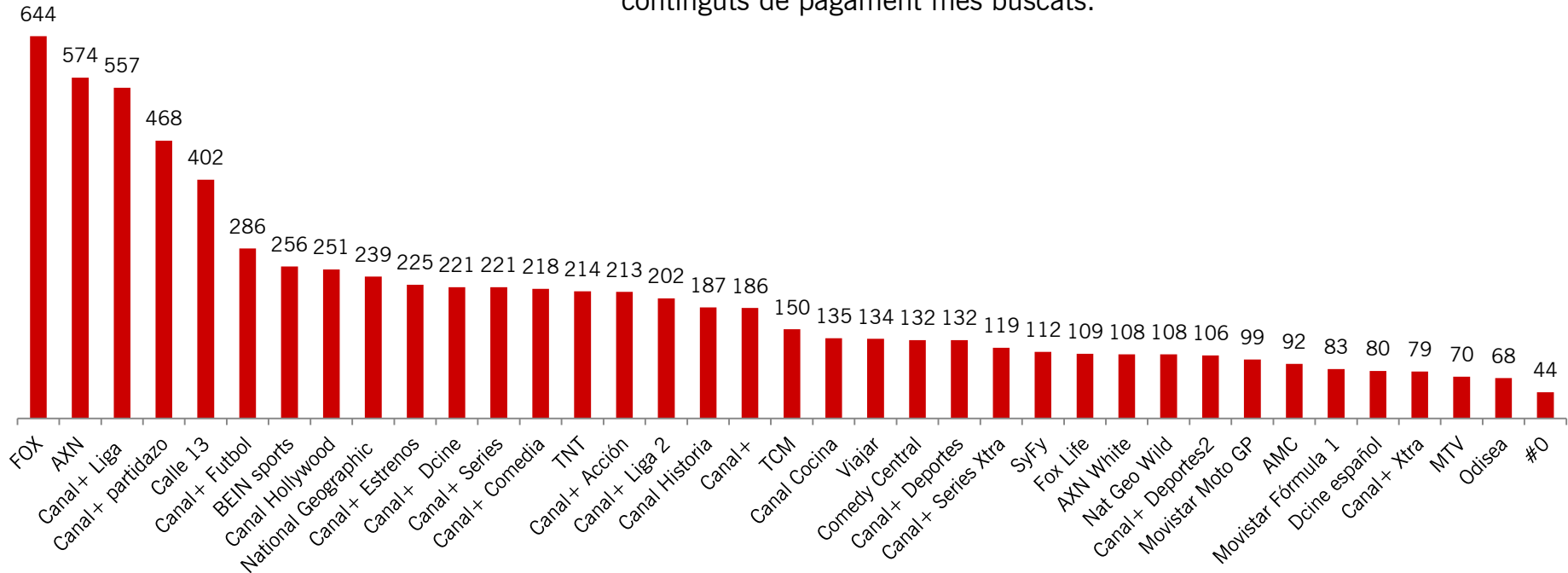
Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

Audiència de la televisió temàtica de pagament

Audiència acumulada de les cadenes temàtiques de pagament a Catalunya
(en milers, últims 30 dies)

Segons les dades de l'EGM, la FOX lidera les audiències de la televisió de pagament a Catalunya.

Les sèries de ficció i els esports –molt en especial el futbol– són els continguts de pagament més buscats.

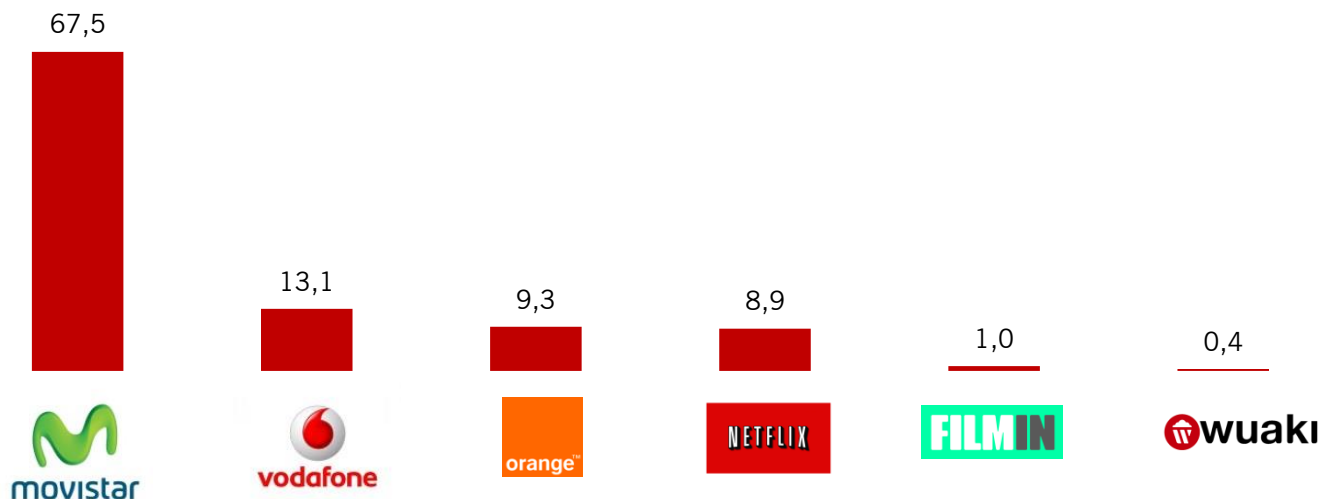


Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

Serveis de televisió de pagament

D'acord amb l'enquesta del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya, 1 de cada 4 persones que viuen a Catalunya (27,5%) està abonada a un servei de televisió de pagament i d'aquestes, la gran majoria ho estan a Movistar+.

Servei de televisió de pagament on s'està abonat (en %)



Font: Centre d'Estudis d'Opinió. Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2016-1. Treball de camp realitzat entre 20 d'abril i 11 de maig de 2016.

Al llarg del 2016 Movistar oferirà 230 pel·lícules i 20 sèries en versió original subtitulades en català, d'acord amb el conveni de col·laboració que manté amb el Departament de Cultura del Govern de Catalunya.

Llengua de la televisió

Tot i que habitualment la televisió pública catalana lidera les audiències a Catalunya, el castellà és la llengua principal de consum televisiu. Els grups espanyols compten amb més oferta i més audiència (vegeu les pàgines 7 i 8).

La distància entre el castellà i el català ha augmentat: l'increment de l'oferta de canals TDT, l'entrada de noves plataformes de distribució de continguts audiovisuals i el creixement de la televisió de pagament s'ha fet, majoritàriament, en llengua castellana.

Audiència per la llengua en què emeten els grups televisius

(en %, mitjana de gener a agost de 2016)



Castellà 69,6%



Català 18,9%

MEDIASETespaña.



Corporació Catalana
de Mitjans Audiovisuals, SA

rtve



grupoGodó



Nota: Els percentatges no sumen 100% perquè es refereixen només al *share* dels canals en obert d'àmbit estatal i nacional. Caldria sumar la *televisió de pagament* a l'oferta en castellà i la *televisió local* a l'oferta en català. RTVE emet en català en les desconexions, que aquí no estan comptabilitzades.

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

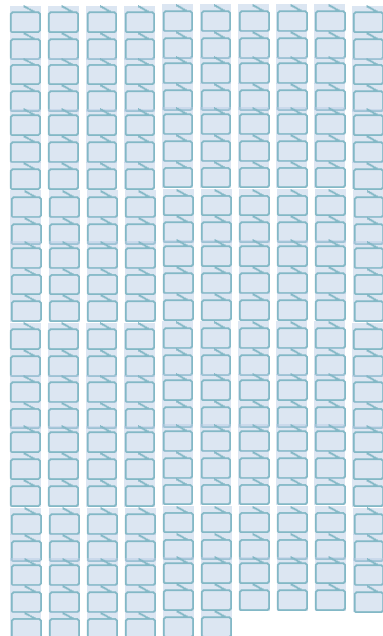


Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya

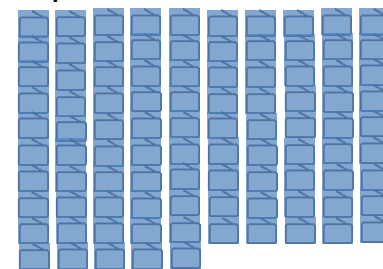
Oferta ràdio per zona de servei

Ràdio nacional: 331 FM

236 públiques

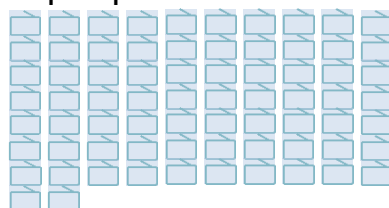


95 privades

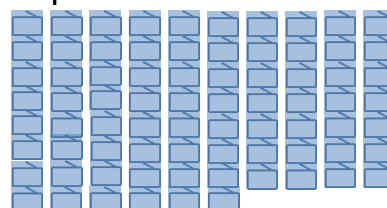


Ràdio estatal: 148 FM

72 públiques



76 privades



FM pública FM privada

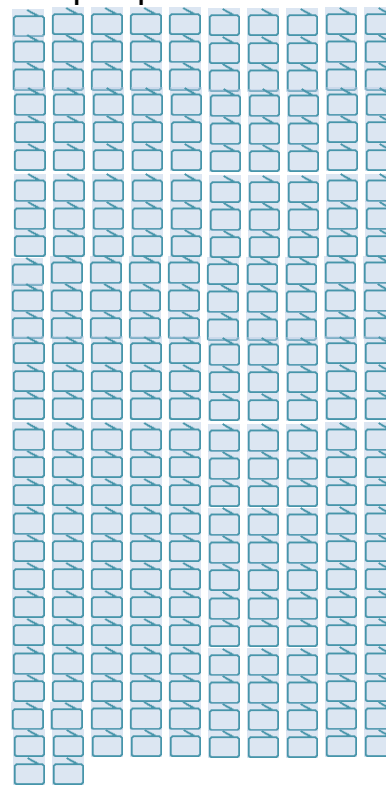
778 freqüències de ràdio en FM

Al contrari que en la televisió, en el sector radiofònic l'oferta majoritària és pública, un 74%, davant el 26% de privada. La llar catalana rep més de 30 emissores d'FM (10 d'àmbit nacional i 20 d'estatals, a més de les emissores locals)

580 públiques 198 privades

Ràdio local: 299 freqüències

272 públiques




27 privades



Nota: dins del BIAC s'entén per *emissora* el mitjà de comunicació que emet un producte radiofònic per mitjà d'una o més freqüències.






Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (FM estatal). Setembre de 2016.

La ràdio pública

 Llengua vehicular


Per zona de servei
(en freqüències)

Per oferta
(en emissores)

580 freqüències	72 FM estats 12%	280 emissores	5 emissores estats	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)   Castellà (excepte Ràdio 4, en català)
	236 FM nacionals 41%		3 emissores nacionals	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)   Català
	272 FM locals 47%		272 emissores locals	Ens locals (exemples ràdios municipals)   Català






























Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de dades de la CCMA (FM nacional) i del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (FM estatal). Setembre de 2016.

La ràdio privada (1)

 Llengua vehicular

Per zona de servei
(en freqüències)

Per oferta
(en nombre d'emissores i per grups de comunicació)

198 freqüències	27 FM locals 14%	41 emissores	18 emissores locals ¹	Mola 	Gum 	Ràdio Marina 	(exemples)	 Català	
	76 FM cadena estatal 38%		15 emissores estats	PRISA       	COPE   	Planeta   	Radio Blanca 	Unidad Editorial 	 Castellà (excepte desconnexions)
	95 FM cadena nacional 48%		8 emissores nacionals	Godó  	Flaix  	Tele Taxi  	Estel 	PRISA 	 Català

¹ S'hi inclouen només els grups radiofònics amb emissores que emeten per a Catalunya per més d'una freqüència. Vegeu la pàgina 23.

² El grup PRISA activa al maig una nova marca en català, SERCat.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.

La ràdio privada (i 2)

Grups de comunicació local amb presència al sector radiofònic i cadenes de ràdio d'abast local i/o supracomarcal
(nom del grup/cadena ràdio, nombre de freqüències i producte radiofònic)



Empreses de ràdio de gestió privada²
(per nom del producte radiofònic i nombre de freqüències)



¹ El CAC revoca una de les cinc llicències d'FM del grup Mola per manca d'emissions (89.4 Terrassa).

² La categoria *empreses de ràdio* inclou emissores locals o supracomarcal i emissores amb una programació especialitzada i no específicament de proximitat.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre de 2016.

Penetració de la ràdio

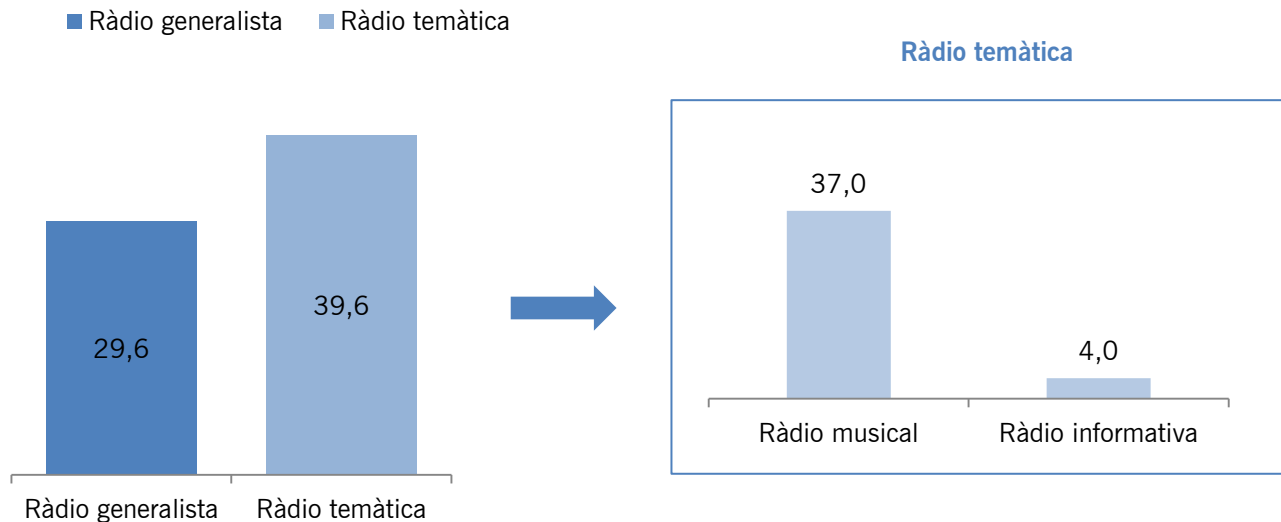
Pràcticament el 60% de la població catalana escolta la ràdio i ho fan més els homes (63,8%) que les dones (56,2%).

A Catalunya la ràdio musical és la més escoltada i la seva penetració augmenta respecte de l'onada anterior de l'EGM. Cal tenir en compte que el nombre d'emissores musicals és superior al de cadenes generalistes.

En aquesta onada augmenta lleugerament la penetració de la ràdio informativa, que encapçala Catalunya Informació.

Penetració

(en %, dia anterior a l'entrevista)



Nota: atès que la persona radiooient acostuma a escoltar més d'una emissora el mateix dia, les dades estan tractades tenint en compte la multiplicitat de respostes. Això explica que la suma dels percentatges sigui superior al 100%.

Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

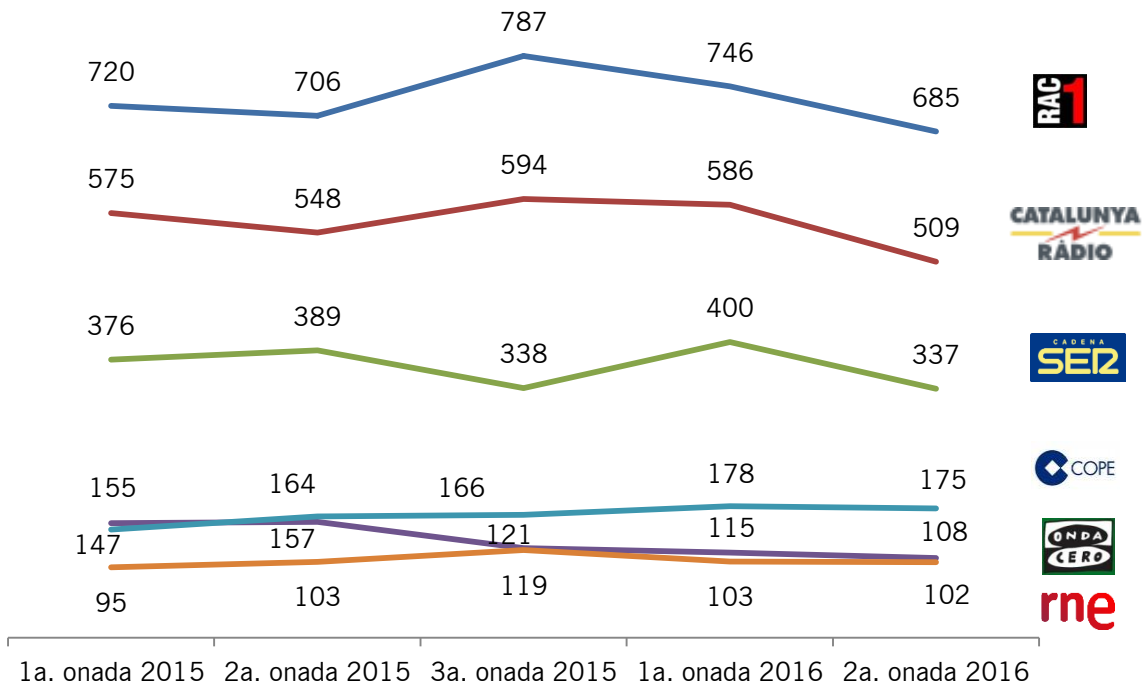
Audiència de la ràdio (1)

En la darrera onada de l'EGM, totes les ràdios generalistes perden oients, però es mantenen en la mateixa posició en el rànquing d'audiències, amb RAC1 al capdavant.



Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

(evolució de les últimes cinc onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a diumenge)



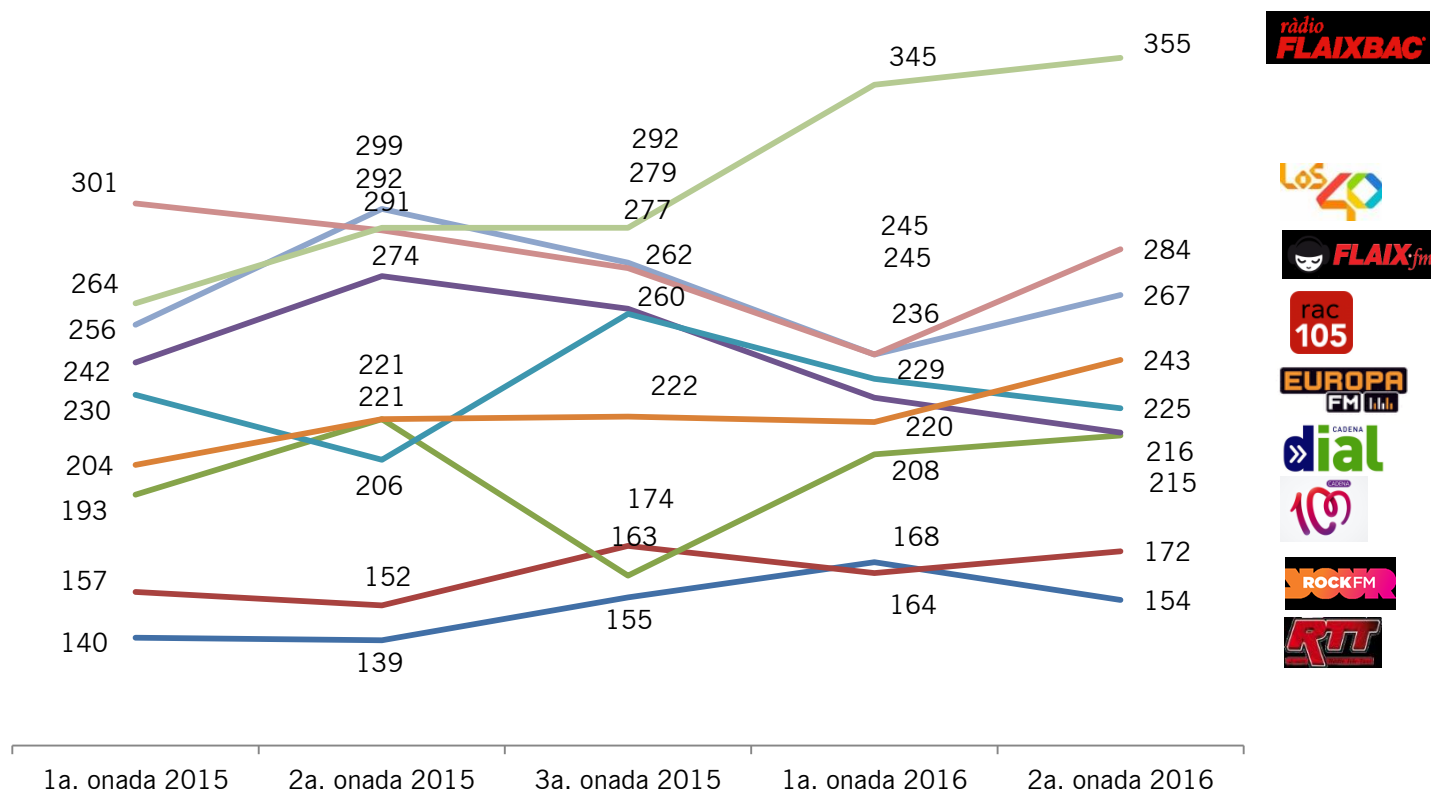
Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

Audiència de la ràdio (2)

A diferència de les ràdios generalistes, gairebé totes les ràdios musicals sumen oients.

Rànquing de les ràdios musicals. Audiència

(evolució de les últimes cinc onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a diumenge)



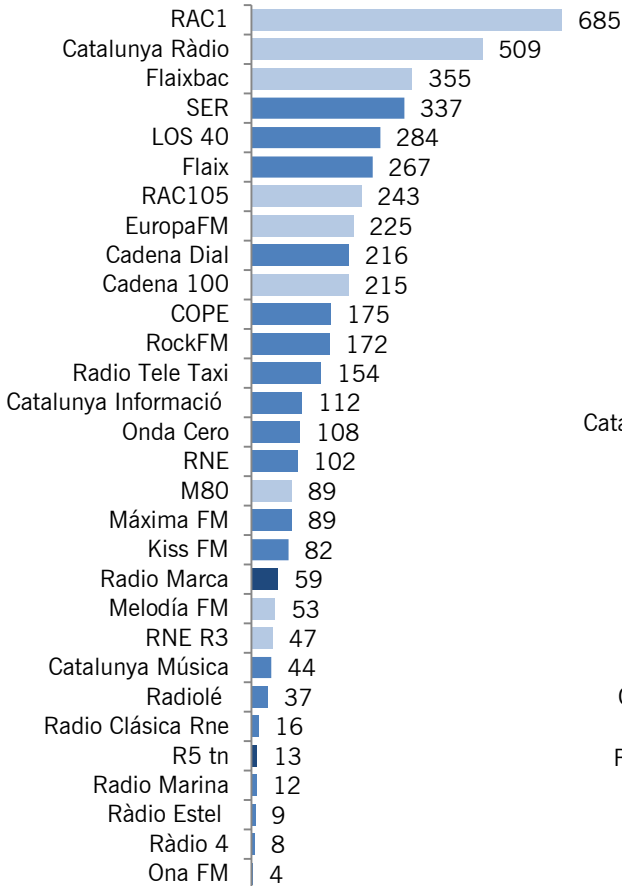
Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

Audiència de la ràdio (3)

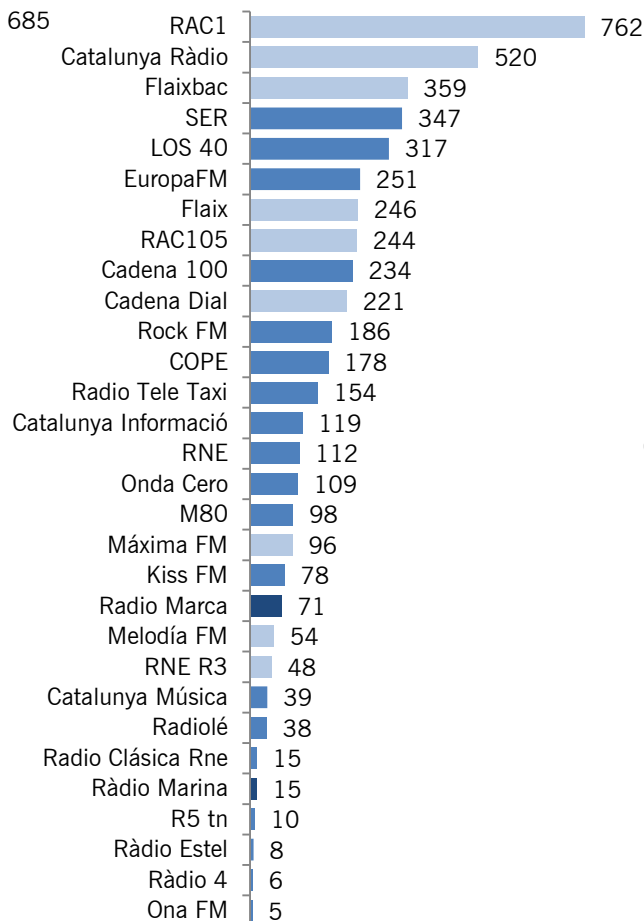
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

(en milers, sobre el total de la població, dia anterior a l'entrevista)

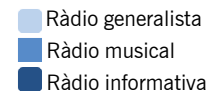
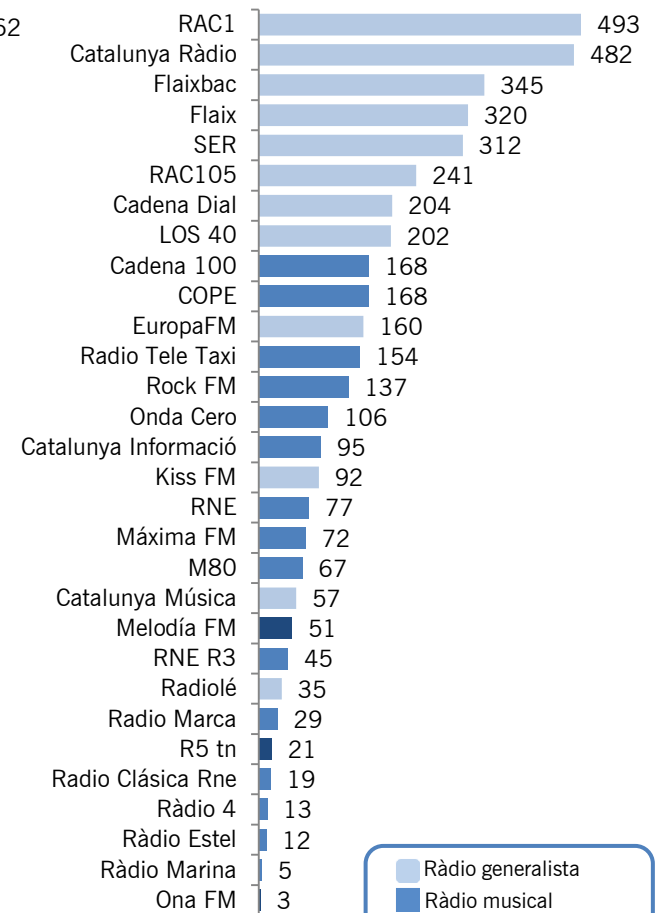
Dilluns a diumenge



Dilluns a divendres



Dissabte i diumenge



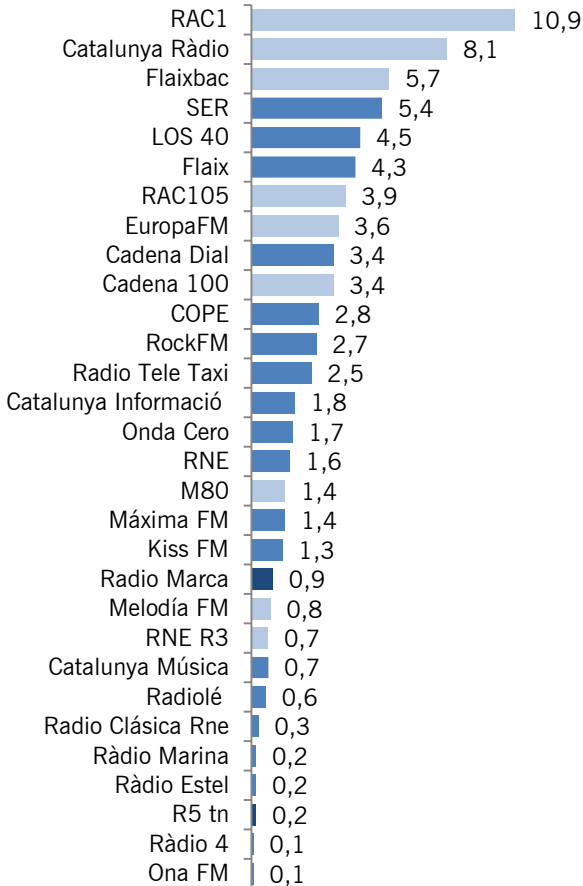
Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

Audiència de la ràdio (i 4)

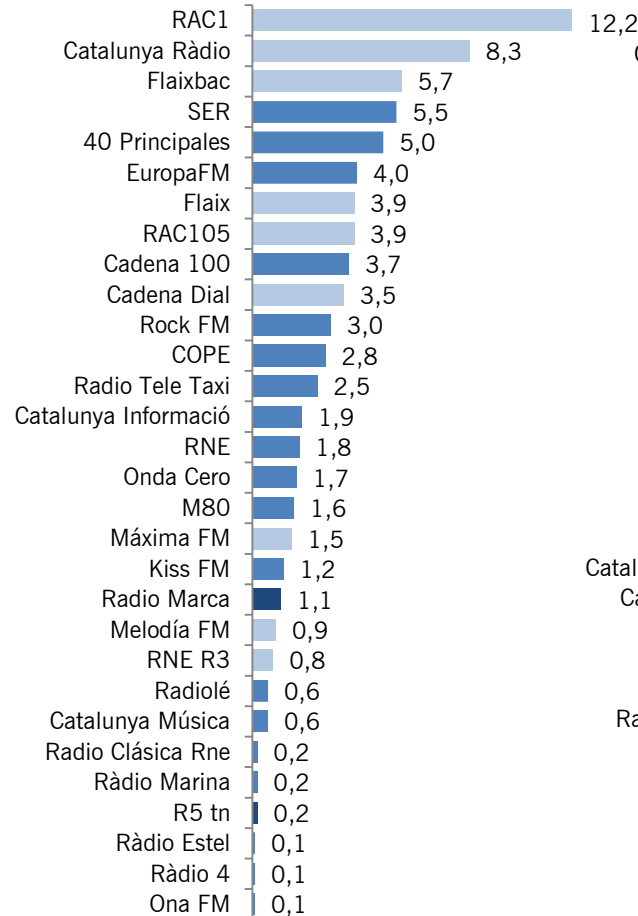
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya.

(en % sobre el total de població, dia anterior a l'entrevista)

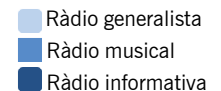
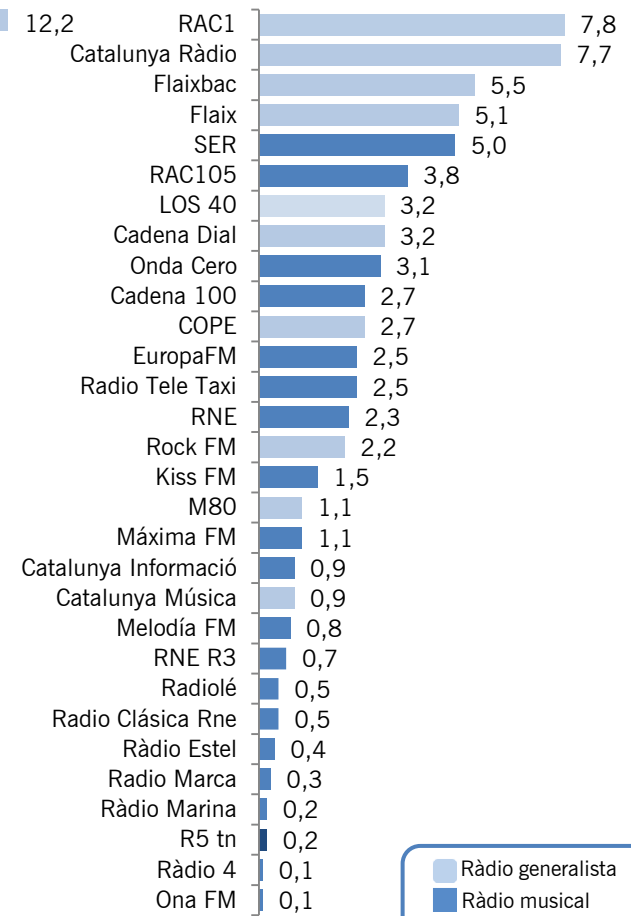
Dilluns a diumenge



Dilluns a divendres



Dissabte i diumenge



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2016.

Audiència de la ràdio per franges

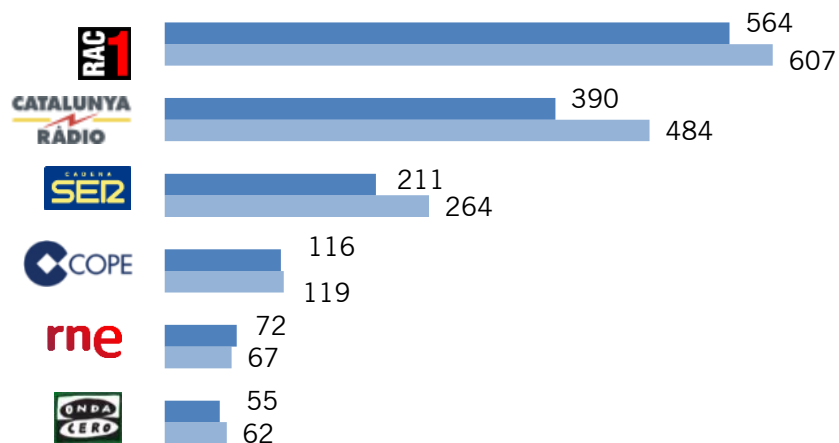
Tots els matinals i els programes de tarda, excepte els de RNE, perden audiència en aquesta onada de l'EGM. RAC1 continua liderant les diferents franges radiofòniques i amplia la distància amb els seus competidors.

Audiència de la ràdio a la franja del matí i de la tarda de les principals cadenes generalistes a Catalunya

(en milers d'oients, de dilluns a divendres)

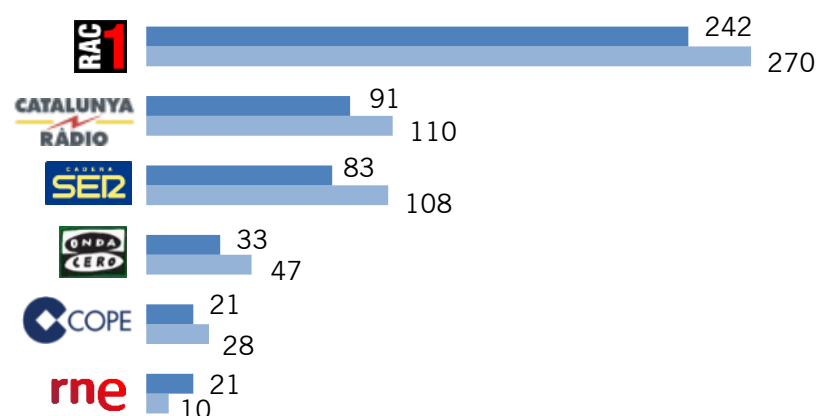
Matí (de 6 a 12h)

■ 2a. onada 2016 ■ 1a. onada 2016



Tarda (de 16 a 20h)

■ 2a. onada 2016 ■ 1a. onada 2016



Nota: les franges horàries establertes per l'EGM no coincideixen amb els horaris dels magazins de matí i de tarda de les diferents emissores.

Els programes matinals són de 6 h a 12 h a RNE, COPE, Catalunya Ràdio i RAC1; i de 6 h a 12.30 h a Onda Cero i la SER.

Els magazins de tarda d'Onda Cero, Catalunya Ràdio i RAC1 s'emeten de 16 a 19 h; els de la COPE i RNE, de 15 a 19 h, i els de la SER, de 16 a 20 h.

Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.



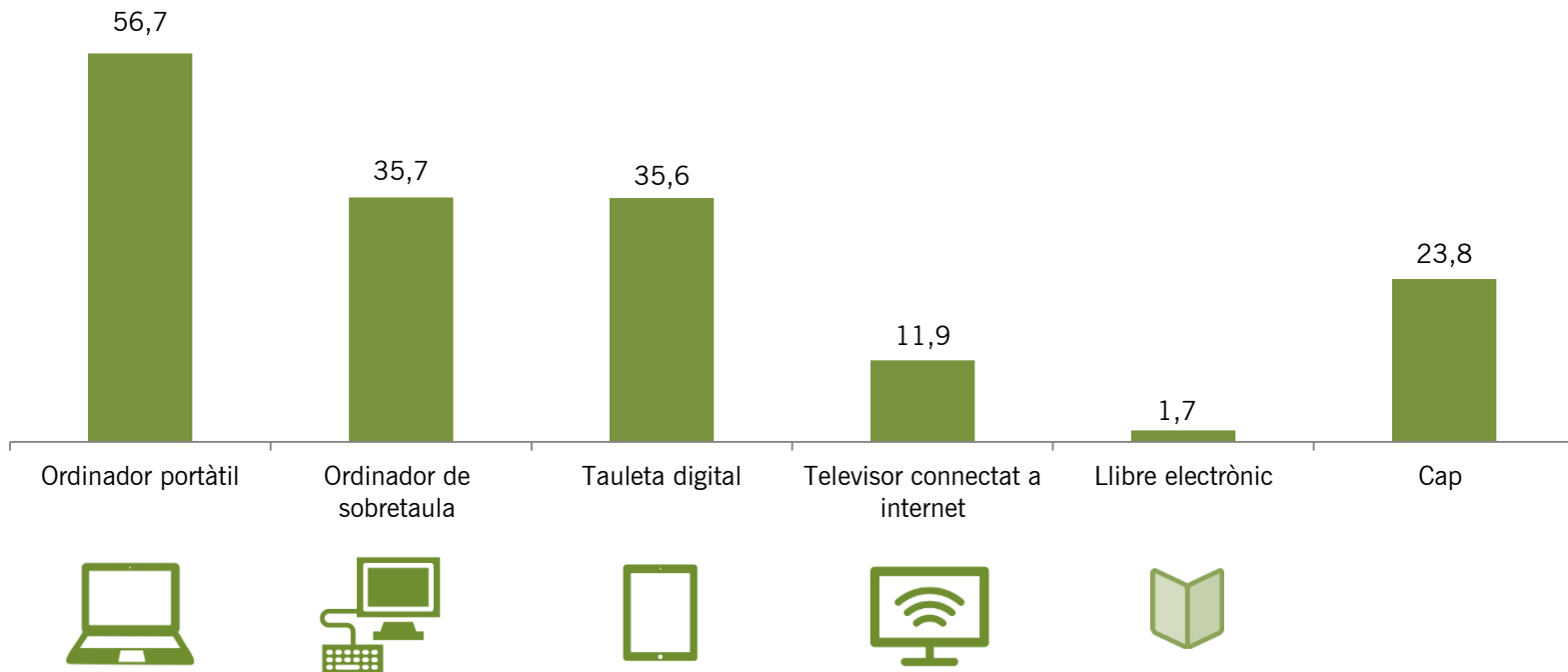
Internet

Penetració d'internet a Catalunya

El 71,4% de la població catalana té, com a mínim, un ordinador a casa. Entre els que diuen no tenir cap mena d'aparell informàtic són majoria els més grans de 65 anys (49,5%).

Gairebé tots els internautes (91,6%) es connecten a internet cada dia una mitjana de 2 hores i 40 minuts.

Equipament informàtic a la llar (en %)



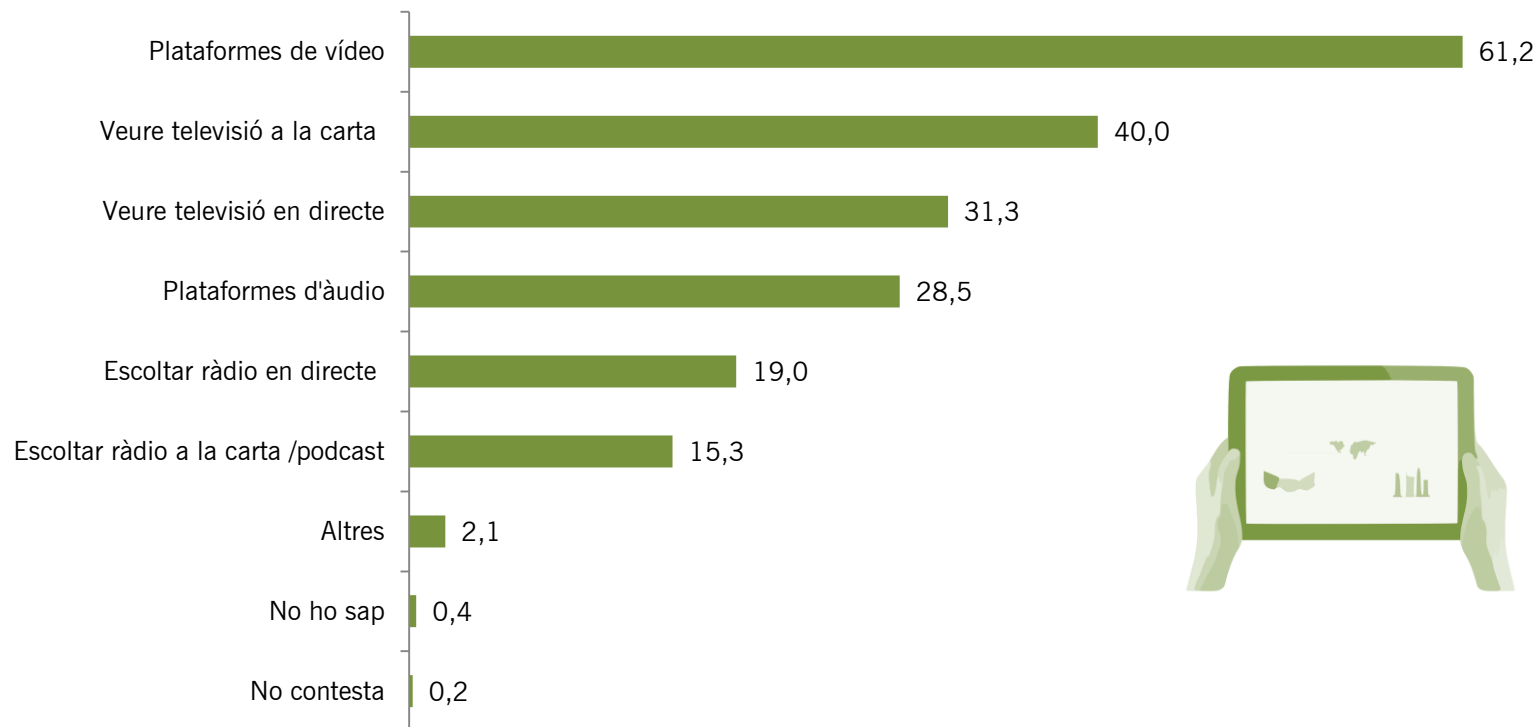
Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada de 2016.

Consum de continguts audiovisuals a internet (1)

Segons el Centre d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya, gairebé un de cada dos residents a Catalunya (46,7%) consumeix continguts audiovisuals per internet. Les principals aplicacions que fan servir són les plataformes de vídeo i veure la televisió a la carta o en directe. La població més jove i amb més estudis en fa un consum més elevat.

Ús d'internet per al consum de continguts audiovisuals a Catalunya

(en %) Pregunta: consumeix continguts audiovisuals (televisió, vídeo i/o ràdio per internet)?



Font: Centre d'Estudis d'Opinió (CEO). Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2016-1. Treball de camp realitzat entre 20 d'abril i 11 de maig de 2016.













Consum de continguts audiovisuals a internet (2)

Entre els internautes, el 76,6% accedeix habitualment a continguts audiovisuals. Aquesta xifra és superior al 90% entre les franges d'edat més joves. Els gèneres més consumits són informació, música, humor i ficció.

Es dona força diferència en els hàbits de consum de continguts entre dones i homes, especialment en l'àmbit dels esports.

Tipus de continguts audiovisuals buscats a internet

(en %, la darrera setmana)

	 Informació	 Música	 Entreteniment	 Ficció	 Esports	 Tutorials	 Informació local	 Adults	 Documentals
	50,2	42,0	33,9	32,6	27,7	15,4	9,3	3,9	1,5
	48,4	40,1	33,8	33,0	44,0	13,4	7,8	5,4	1,6
	52,2	44,1	34,0	32,2	8,9	17,7	11,1	2,2	1,3

Font: Centre d'Estudis d'Opinió (CEO). Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2016-1. Treball de camp realitzat entre 20 d'abril i 11 de maig de 2016.

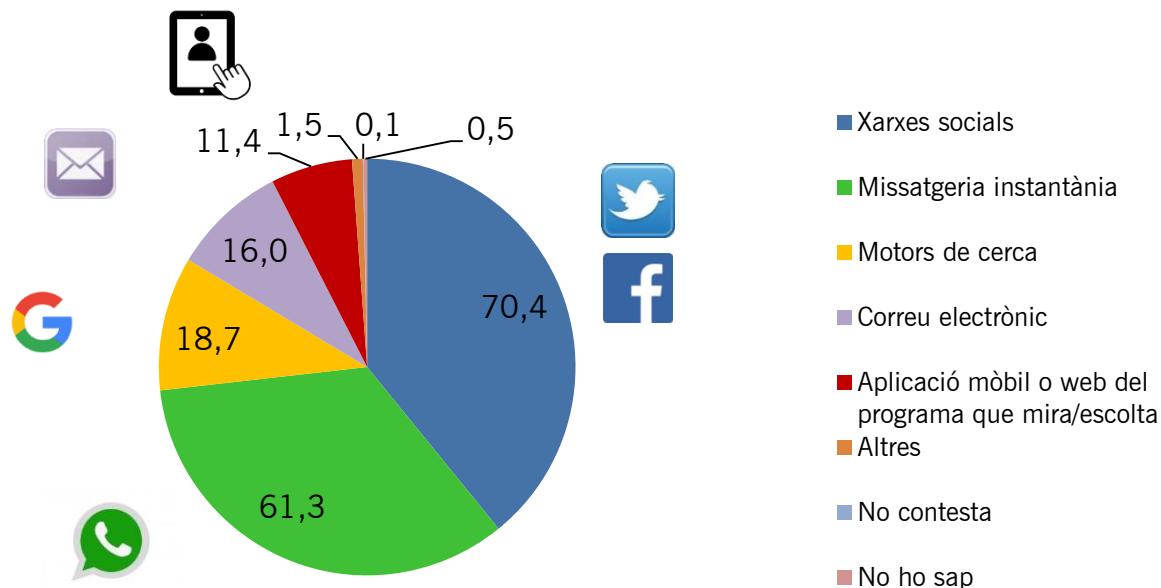
Consum de continguts audiovisuals a internet (i 3)

Només un 20,8% dels telespectadors o oients de ràdio utilitzen internet per comentar, interactuar o completar la informació sobre el programa. Les principals aplicacions que s'utilitzen són les xarxes socials i la missatgeria instantània. Encara és força reduït l'ús de les aplicacions pròpies dels programes amb els quals l'audiència interactua.

Com més jove és el públic, més elevat és l'ús d'internet quan es mira la televisió o s'escolta la ràdio.

Aplicacions que es fan servir quan s'utilitza internet mentre es mira la televisió o s'escolta la ràdio

(en %)



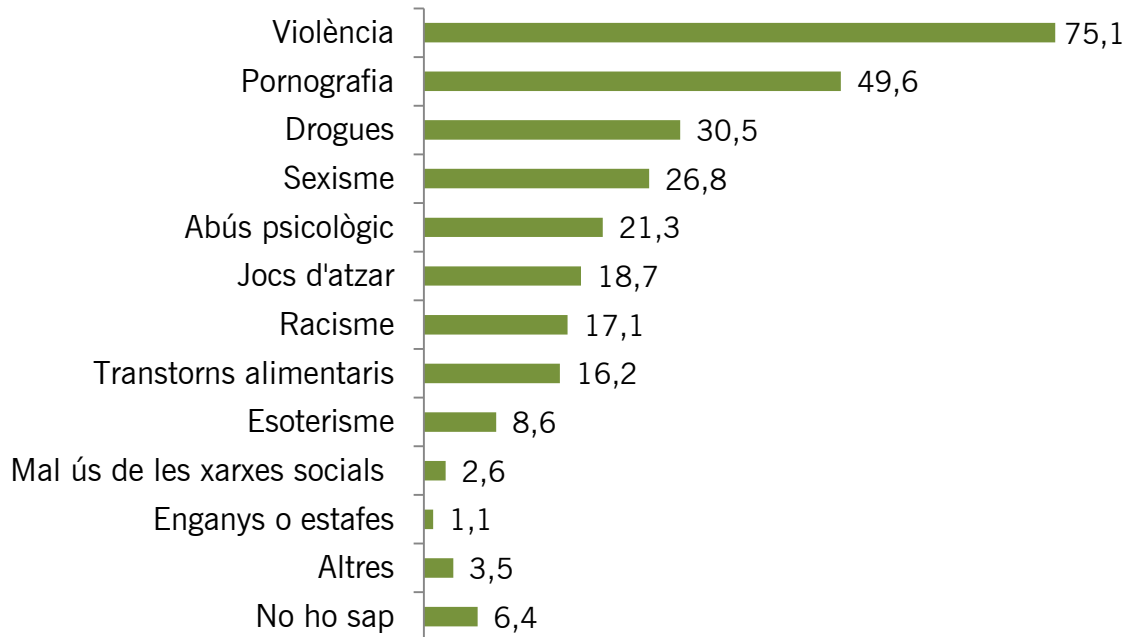
Font: Centre d'Estudis d'Opinió (CEO). Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2016-1. Treball de camp realitzat entre 20 d'abril i 11 de maig de 2016.

Protecció de menors a internet

Segons el CEO, gairebé 9 de cada 10 adults (88,5%) consideren que els menors d'edat que utilitzen internet s'exposen a continguts que poden ser perjudicials per al seu desenvolupament.

Els continguts de risc que els menors d'edat poden trobar a la xarxa i que més preocupen són els de violència, pornografia i drogues.

Tipus de continguts que preocupen més (en %)



El CAC ha elaborat tres informes sobre continguts de risc a internet i ha denunciat els fets a Fiscalia en defensa dels drets dels menors d'edat.

Aquests informes estan relacionats amb la [pornografia infantil](#), l'[anorèxia](#) i la [violència masclista](#).

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya considera que els nous serveis audiovisuals han d'estar sotmesos al mateix nivell de protecció que la televisió.

Font: Centre d'Estudis d'Opinió (CEO). Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2016-1. Treball de camp realitzat entre 20 d'abril i 11 de maig de 2016.



L'apunt.

Revisió de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV)

Principals objectius de la proposta de la nova DSCAV



CONTEXT:

- La Comissió Europea proposa actualitzar la [Directiva de serveis de comunicació audiovisual \(DSCAV\)](#), en vigor des del 2010.
- La revisió de la DSCAV s'inscriu dins de la [Digital Single Market Strategy \(DSMS\)](#).
- La DSMS pretén establir el mercat únic digital europeu, com ja succeeix amb el mercat tradicional *offline*.
- A més de la revisió de la DSCAV, la Digital Single Market Strategy inclou mesures en:
 - comerç electrònic
 - accés a infraestructures
 - seguretat i privacitat
 - *copyright*, entre altres matèries.

Ampliació de la DSCAV

Actualment, la DSCAV regula la radiodifusió televisiva i els serveis de vídeo sota demanda. La seva regulació es manté amb certes flexibilitzacions.

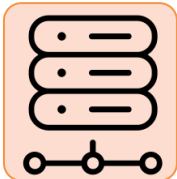
La proposta de nova DSCAV amplia la seva jurisdicció a plataformes d'intercanvi de vídeos (PIV), com YouTube o Dailymotion.

Això **no inclou les xarxes socials** com Facebook.

L'article 1b de la Proposta DSCAV defineix les PIV:



Emmagatzemen una gran quantitat de programes o de vídeos autogenerats pels usuaris.



Organitzen els continguts, en especial el *hosting*, disposició, etiquetatge (*tagging*) i ordre. Són distribuïdes mitjançant **xarxes electròniques de comunicació**.



No tenen responsabilitat editorial sobre els continguts. Tenen com a principal propòsit (del servei en el seu conjunt o d'una secció) **informar, entretenir o educar**.

Principis reguladors de la nova DSCAV



Es ratifica el **PRINCIPI DE PAÍS D'ORIGEN**, en coherència amb la DSCAV en vigor i altres normes europees com la [Directiva del satèl·lit i el cable](#).



Els serveis sota demanda reservaran almenys un 20% del *share* de la seva oferta a **OBRES EUROPEES** en els seus catàlegs. Aquestes obres tindran una “prominència adequada” que les faci visibles als usuaris europeus (article 13).



La **PROTECCIÓ DE MENORS** és transversal (articles 6a, 9, 12 i 28a). En les PIV, es reforça la senyalització i la indexació de continguts, així com els sistemes de control parental i de verificació d'edat per a l'accés.



Els sistemes d'**AUTOREGULACIÓ I COREGULACIÓ** són estratègies per implicar tots els actors en la defensa dels principis bàsics, com protecció de menors, incitació a l'odi, etc. (articles 4 i 9(2)).



El **Grup europeu d'autoritats de regulació audiovisual** ([ERGA](#)) esdevé interlocutor oficial de la Comissió Europea per a la implementació de la nova DSCAV i per al disseny de polítiques del mercat únic audiovisual (article 30a).



Flaixos



EPRA a Barcelona

Del 25 al 27 de maig el CAC va organitzar a Barcelona la 43a reunió de la Plataforma Europea d'Autoritats Reguladores (EPRA). En la [conferència](#) hi van participar 180 delegats de 50 consells reguladors pertanyents a 45 països. Les qüestions principals abordades van ser el futur de la televisió en obert, el paper dels mitjans audiovisuals en situacions de crisi, la protecció dels menors en els *reality* i *talent shows*, la protecció de dades i la seva relació amb la regulació audiovisual, i les polítiques d'aplicació de la normativa audiovisual.



Reciprocitat televisiva

Els governs català i valencià van acordar la reciprocitat de les emissions de TV3 i la televisió valenciana, quan la darrera repreneu les seves emissions. La Generalitat valenciana va extingir les emissions de Canal 9 el novembre del 2013 i s'espera que la nova televisió pública en llengua valenciana es torni a posar en marxa abans que finalitzi el 2016.



La Xarxa a Movistar+

Des del juny, les televisions de proximitat, coordinades per La Xarxa, es poden veure per Movistar+. La plataforma els hi ha reservat el canal 159. L'oferta televisiva inclou la transmissió de les actuacions castelleres més importants, les festes populars i les competicions esportives d'àmbit local i comarcal.



Nova edició del Mercat Audiovisual de Catalunya (MAC)

L'última edició del [MAC](#) es va centrar en les noves eines tecnològiques al servei de la comunicació. La Xarxa hi va presentar la nova plataforma de distribució i intercanvi de continguts. També s'hi va parlar dels formats transmèdia i de la indústria dels videojocs. Una de les taules, amb participació del CAC, va debatre sobre la conveniència de reformar la Llei de comunicació audiovisual catalana.



La diversitat està prou representada en la ficció?

La Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual va dedicar la seva VIII Jornada a l'anàlisi de la representació de la diversitat en les sèries de ficció de proximitat. S'hi van lliurar els Premis per a la Diversitat al programa *30 minuts* de TV3 pel reportatge [CIE, presó administrativa](#); al programa [Annour](#), de Ràdio Mollet; al projecte [Gitanos en present](#), del Museu Virtual del Poble Gitano a Catalunya; i el premi a la trajectòria per a [Drac Màgic](#).



Campanya sense blocs electorals

L'informe de pluralisme del CAC sobre la [campanya de les eleccions generals del 26J](#) constata que els mitjans de la CCMA, que van fer per primer cop una campanya sense blocs electorals, van respectar el pluralisme, van aplicar el principi d'equitat i no estrictament el de proporcionalitat. La televisió pública espanyola, tant en l'emissió general com en les desconexions, va aplicar la proporcionalitat directa. En canvi, les televisions privades estatals no van reflectir la pluralitat.



Informe de la Comissió Europea "European Digital Progress Report"

El 23 de maig la Comissió Europea va publicar l'informe "[European Digital Progress Report](#)", en què detalla les desigualtats en el desenvolupament de l'economia digital entre els Estats membres de la UE. S'hi analitzen qüestions com la connectivitat, les capacitats digitals, l'ús d'internet, la integració de les TIC a la indústria i l'administració pública digital i consta d'un capítol específic per cada Estat membre.



Campanya per impulsar la presència de les dones als mitjans.

[#onsónlesdones](#). Amb aquesta etiqueta un grup de dones ha impulsat una campanya per denunciar l'escassa presència femenina en els mitjans, i molt especialment en els espais d'opinió. Les impulsores pretenen evidenciar la marginació de les dones a les tertúlies, debats i columnes d'opinió, alhora que volen facilitar recursos als professionals dels mitjans perquè tinguin accés a possibles expertes i opinadores. En el darrer [informe sobre el compliment de les missions de servei públic dels canals de la CCMA](#) corresponent al 2015, el CAC alertava que la presència de les dones havia augmentat respecte del 2014, però que encara s'estava molt lluny de la plena igualtat. L'informe constata que, pel que fa als informatius, les dones apareixen en un 26,5% dels inserts a TV3 i un 24,5% a Catalunya Ràdio.



CSA lab, el *think tank* sobre l'audiovisual i el sector digital

El 14 de juny, el regulador francès Conseil Supérieur de l'Audiovisuel va crear el comitè de reflexió i prospectiva [CSA lab](#), format per set experts externs i copresidit per dos consellers de l'organisme, Nathalie Sonnac i Nicolas Curien. El perfil dels membres del *think tank* abasta totes les dimensions de l'audiovisual i la digitalització: economia, tecnologia, dret, administració, consultoria, periodisme, etc. El CSA lab presentarà dos informes anuals al regulador.



Ofcom: publicació de l'informe Public Service Broadcasting Annual Report 2016

El juliol l'Ofcom va publicar el [Public Service Broadcasting Annual Report 2016](#). Més de la meitat de l'audiència britànica mira els canals de servei públic: BBC One, BBC Two, Channel 3 (ITV, STV, UTV), Channel 4 i Channel 5. En conjunt, aquests prestadors van invertir 2.500 milions de lliures (gairebé 3.000 milions d'euros) en la provisió de servei públic l'any 2015. Quant a la recepció, tres quartes parts de l'audiència es manifestava satisfeta amb el servei públic rebut.



L'estat tecnològic de Catalunya

CTecno va presentar els resultats del [Baròmetre del Sector Tecnològic a Catalunya 2016](#), un document que fa una radiografia del sector i n'analitza l'oferta i la demanda; el procés de transformació digital; el talent, la formació i els recursos humans; amb un apartat monogràfic sobre l'ecosistema de *startups* a Catalunya. El 2015 ha augmentat el nombre d'empreses del sector i l'ocupació. En aquest sentit, es reclamen nous perfils professionals que donin resposta a l'entorn canviant.



Denuncien la situació professional dels guionistes

[En un manifest, Guionistes Associats de Catalunya](#) denuncien que la crisi ha colpejat amb força el sector audiovisual i ha deixat en situació de precarietat laboral el col·lectiu de guionistes i reivindiquen el paper de creadors i generadors d'idees. Bona part de la producció audiovisual de Catalunya pivota al voltant de la televisió pública catalana, que en els darrers anys ha retallat el nombre de produccions de ficció i documental.



Amb els joves no s'hi juga

El Fòrum d'Entitats de Persones Usuàries de l'Audiovisual, organisme impulsat pel CAC, ha elaborat el document *Amb els joves no s'hi juga*, en què analitza la publicitat del joc en línia i proposa bones pràctiques per minimitzar-ne els efectes en col·lectius vulnerables. Segons dades de l'EGM, prop del 68% dels internautes catalans fan apostes en línia cada dia.



Com mesurem els nous consums audiovisuals?

A la jornada tecnològica del CAC del mes de juliol es va debatre sobre els reptes en el mesurament d'audiències televisives davant el nou panorama audiovisual en l'entorn digital de la mà d'experts en aquest àmbit com Joan M. Corbella, professor i director de l'Observatori de la Producció Audiovisual de la UPF; Eduard Nafria, director general tècnic i comercial de Kantar Media; i Elena Neira, experta en màrqueting i autora del llibre *La otra pantalla*. L'aparició d'agents com Amazon i Netflix i l'hàbit cada vegada més estès de consumir continguts audiovisuals en segones pantalles requereix noves formes de comptabilitzar les audiències.



BCN Games World

Del 6 al 9 d'octubre se celebrarà el BGW al recinte Montjuïc de Fira de Barcelona. La trobada donarà a conèixer les novetats del sector i possibilitarà el negoci. A més, Barcelona esdevindrà escenari de grans competicions entre *gamers* internacionals. Segons el [Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2015](#), elaborat per la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento, el 25% de les empreses de videojocs de l'Estat tenen la seu a Catalunya.

BIAC. Núm. 5 – Segon quadrimestre de 2016

Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Kantar Media: Àmbit Catalunya. Dades obtingudes per audímetre relatives a individus de 4 i més anys.
- EGM: dades de la 2a onada de 2016. Període abril-maig de 2016. Fitxa tècnica: àmbit Catalunya. Mostra de la primera onada: 18.696 entrevistes a individus de 14 o més anys (2.410 entrevistes multimèdia, 7.807 monomèdia ràdio, 3.709 monomèdia premsa i 4.770 monomèdia revistes).
- Centre d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya. Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2016-1. 1.200 enquestes personals domiciliàries de població de 18 i més anys residents a Catalunya. Treball de camp realitzat entre 20 d'abril i 11 de maig de 2016.

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 5. Segon quadrimestre de 2016. Barcelona: CAC, setembre de 2016. <www.cac.cat>