BUTLLETÍ OFICIAL
DEL PARLAMENT DE CATALUNYA

IX legislatura
Cinquè període

Número 393
2 d'octubre de 2012

SUMARI

1. TRAMITACIONS CLOSES AMB TEXT APROVAT O CLOSES EN LA FORMULACIÓ

1.40. Acords amb relació a les institucions de la Unió Europea

1.40.03. Coneixements de les propostes

——— Control del principi de subsidiarietat amb relació a la Proposta de directiva del Consell de modificació de la Directiva 2006/12/CE, relativa al sistema comú de l'impost sobre el valor afegit, pel que fa al tractament dels bons
Tram. 295-00223/09
Coneixement de la proposta p. 3

4. INFORMACIÓ

4.70. Comunicacions del president de la Generalitat i comunicacions del Govern i d'altres òrgans

4.70.05. Documentació tramesa en compliment de lleis i altres normes

——— Informe sobre l'audiovisual a Catalunya corresponent al 2010
Tram. 334-00078/09
Presentació p. 3

ÍNDEX

Introducció p. 5

Capítol I. Marc legal del sector audiovisual p. 8
1. Presentació p. 8
2. Catalunya p. 14
2.1 Aprovació del primer Mandat marc del sistema públic audiovisual p. 14
2.2 Modificació de la Llei de la CCMA p. 15
2.3 Nomenament del nou director general de la CCMA p. 17
2.4 Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema p. 17
2.5 Llei 17/2010, de 3 de juny, de la llengua de signes catalana p. 21
2.6 Consell de l'Audiovisual de Catalunya p. 24
3. Estat p. 35
3.1 Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual p. 35
3.2 Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de la televisió terrestre amb tecnologia analògica p. 61
3.3 Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició p. 64
3.4 Informe final de la implantació de la televisió digital terrestre (TDT) a l'Estat p. 66
3.5 Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, pel qual es desenvolupa la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE p. 69
3.6 Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, pel qual es modifica el Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desplega la Llei 55/2007, de 28 de desembre, del cinema p. 70
3.7 Ordre CUL/1767/2010, de 30 de juny per la qual es modifica l'Ordre CUL/2834/2009, de 19 d'octubre p. 72
3.8 Transformació de les concessions en llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual televisiva d'àmbit estatal p. 73
3.9 El Govern de l'Estat aprova l'assignació d'un múltiple a cada societat concessionària de TDT d'àmbit estatal p. 73
3.10 Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de radiodifusió sonora digital terrestre p. 74
3.11 Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònic en ones mitjanes (hectomètriques) p. 75
3.12 Arrendaments de canals digitals de TDT d'àmbit estatal p. 78
3.13 Constitució del Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual p. 78
3.14 Modificació del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges sms Premium p. 81
3.15 Actualització del Quadre nacional d'atribució de freqüències p. 84
3.16 Designació de l'operador obligat a la prestació del servei universal de telecomunicacions p. 84
3.17 Principals activitats reglamentadores en l'audiovisual de les comunitats autònomes p. 86
4. Unió Europea p. 87
4.1 Actuacions relatives a l'emplaçament de producte de diverses autoritats reguladores de l'audiovisual p. 87
4.2 Qualificació com a publicitat dels programes basats en la participació mitjançant telèfons de tarifació addicional p. 88
4.3 Nova autoritat reguladora de l'audiovisual a Suècia p. 89
4.4 La Comissió Europea autoritza els ajuts d'Estat per als prestadors neerlandesos de servei públic p. 89
4.5 La Comissió Europea es pronuncia sobre les taxes als operadors de telecomunicacions per compensar la supressió de la publicitat als serveis públics audiovisuals de França i Espanya p. 89
4.6 Transposició de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual al estats membres de la Unió Europea p. 91
4.7 Ratificació i entrada en vigor a la Unió Europea del tractat de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual p. 102
5. Àmbit internacional p. 102
5.1 La Unió Internacional de Telecomunicacions i el desenvolupament de la societat de la informació p. 102
5.2 Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals p. 112

Capítol II. Estructura econòmica i empresarial del sector audiovisual p. 118
1. Presentació p. 118
2. Estructura i evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio p. 119
2.1 Estructura empresarial dels principals prestadors de serveis de comunicació audiovisual p. 119
2.2 Evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio p. 141

3. L'activitat econòmica en el sector audiovisual p. 147
3.1 Dades macroeconòmiques p. 149
3.2 Activitat econòmica dels prestadors públics de serveis de ràdio i televisió p. 153
3.3 Activitat econòmica dels prestadors privats de serveis de televisió p. 168
3.4 Activitat econòmica dels prestadors privats de serveis de ràdio p. 182
4. La producció audiovisual a Catalunya p. 188
4.1 Situació i evolució del sector de la producció a Catalunya p. 189
4.2 La indústria cinematogràfica a Catalunya p. 194
5. Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya p. 202
6. Ajuts econòmics i financers de caràcter públic al sector audiovisual p. 205
6.1 Ajuts de la Generalitat de Catalunya p. 206
6.2 Ajuts de la Unió Europea p. 218

Capítol III. La ràdio a Catalunya p. 222
1. Presentació p. 222
2. L'oferta de ràdio a Catalunya p. 226
2.1 Les emissores en FM i OM p. 226
2.2 La ràdio digital p. 246
3. L'audiència de ràdio a Catalunya p. 247
4. La programació radiofònica: l'oferta generalista p. 262
4.1 Característiques generals de la programació p. 264
4.2. Emissores d'àmbit català p. 268
4.3 Emissores d'àmbit estatal amb desconnexions p. 275
5. Ràdio per internet p. 283

Capítol IV. La televisió a Catalunya p. 290
1. Presentació p. 290
2. Prestadors de serveis de televisió a Catalunya p. 295
2.1 Televisió d'abast nacional p. 295
2.2 Televisió d'abast estatal p. 303
2.3 Televisió local p. 325
2.4 El televisor connectat p. 343
3. El consum i l'audiència de televisió a Catalunya p. 354
4. Origen de les produccions emeses per TV3, 33 i Super3/300/3XL durant l'any 2010 p. 385
4.1 La difusió d'obra europea a TV3, 33 i Super3/300/3XL p. 386
4.2 Origen de les produccions a TV3, 33 i Super3/300/3XL p. 388
4.3 Les produccions en col·laboració entre diferents països p. 393
4.4 Origen de les produccions a TV3, 33 i Super3/300/3XL, i gènere dels continguts p. 395
5. La producció pròpia de TVE a Catalunya p. 407
6. El pluralisme en els teleinformatius de les televisions p. 411
6.1. El pluralisme polític en les televisions d'àmbit català p. 412
6.2 El pluralisme polític en les televisions d'àmbit local p. 423
6.3 Els altres pluralismes: la informació esportiva p. 440

Capítol V. El sector de les telecomunicacions i internet p. 454
1. Presentació p. 454
2. Infraestructures de telecomunicació p. 454
3. Situació d'internet al món p. 461
4. Situació d'internet a Europa i a Espanya p. 463
5. Equipament TIC i usos d'internet a Catalunya p. 466
6. Mitjans de comunicació p. 471
7. Subvencions de la Generalitat de Catalunya a la digitalització en mitjans de comunicació p. 474
8. Continguts en català a internet p. 477

Capítol VI. La publicitat p. 480
1. Presentació p. 480
2. La inversió publicitària a Catalunya p. 482
3. La inversió publicitària en ràdio p. 503
4. La inversió publicitària en televisió p. 508
5. La inversió publicitària a internet p. 521

Síntesi p. 526

Annex 1 - Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals deCatalunya 2010 p. 538

——— Estats de desenvolupament i d'execució del Pressupost de la Generalitat en data del 30 de juny de 2012
Tram. 334-00079/09
Presentació p. 576

NOTES

Aquesta publicació és impresa en paper ecològic (definició europea ECF), en compliment del que estableix la Resolució 124/III del Parlament, sobre la utilització del paper reciclat en el Parlament i en els departaments de la Generalitat, adoptada el 30 d'abril de 1990.

Els documents publicats en el *Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya* (BOPC) són una reproducció fidel dels documents originals entrats al Registre. La reproducció de l'informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya respecta també la compaginació de l'original.

La numeració del BOPC no està necessàriament vinculada a una sola data.

ISSN: 0213-7798 · Dipòsit legal: B-20.066-1980 · Imprès a Multitext, SL
www.parlament.cat

1. TRAMITACIONS CLOSES AMB TEXT APROVAT O CLOSES EN LA FORMULACIÓ

1.40. ACORDS AMB RELACIÓ A LES INSTITUCIONS DE LA UNIÓ EUROPEA

1.40.03. CONEIXEMENTS DE LES PROPOSTES

Control del principi de subsidiarietat amb relació a la Proposta de directiva del Consell de modificació de la Directiva 2006/12/CE, relativa al sistema comú de l'impost sobre el valor afegit, pel que fa al tractament dels bons

Tram. 295-00223/09

Coneixement de la proposta

D'acord amb l'article 181 del Reglament, el Parlament ha conegut la proposta.

4. INFORMACIÓ

4.70. COMUNICACIONS DEL PRESIDENT DE LA GENERALITAT I COMUNICACIONS DEL GOVERN I D'ALTRES ÒRGANS

4.70.05. DOCUMENTACIÓ TRAMESA EN COMPLIMENT DE LLEIS I ALTRES NORMES

Informe sobre l'audiovisual a Catalunya corresponent al 2010

Tram. 334-00078/09

Presentació

Conseller, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Reg. 76814 / Coneixement: Mesa del Parlament, 02.10.2012

A LA SECRETARIA GENERAL

Senyora,

Hem detectat que, per error, en la carta de sol·licitud de compareixença per presentar l'Informe de l'Audiovisual a Catalunya que vàrem enviar-vos el 4 de juny de 2012 (Registre de sortida del CAC 0003S/216/2012) no vàrem adjuntar l'informe.

Per tal d'esmenar-ho, juntament amb aquesta carta us enviem un CD que conté la versió digital de l'Informe de l'audiovisual a Catalunya 2010.

Aprofito l'avinentesa per saludar-vos ben cordialment.

Barcelona, 19 de setembre de 2012

Daniel Sirera i Bellés
Conseller secretari

ÍNDEX

Introducció

Capítol I. Marc legal del sector audiovisual

1. Presentació
2. Catalunya
2.1 Aprovació del primer Mandat marc del sistema públic audiovisual
2.2 Modificació de la Llei de la CCMA
2.3 Nomenament del nou director general de la CCMA
2.4 Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema
2.5 Llei 17/2010, de 3 de juny, de la llengua de signes catalana
2.6 Consell de l'Audiovisual de Catalunya
2.6.1 Transformacions dels títols habilitants per a la prestació dels serveis de ràdio i televisió
2.6.2 Nomenaments
3. Estat
3.1 Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual
3.2 Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de la televisió terrestre amb tecnologia analògica
3.3 Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició
3.4 Informe final de la implantació de la televisió digital terrestre (TDT) a l'Estat
3.5 Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, pel qual es desenvolupa la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE
3.6 Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, pel qual es modifica el Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desplega la Llei 55/2007, de 28 de desembre, del cinema
3.7 Ordre CUL/1767/2010, de 30 de juny per la qual es modifica l'Ordre CUL/2834/2009, de 19 d'octubre
3.8 Transformació de les concessions en llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual televisiva d'àmbit estatal
3.9 El Govern de l'Estat aprova l'assignació d'un múltiple a cada societat concessionària de TDT d'àmbit estatal
3.10 Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de radiodifusió sonora digital terrestre
3.11 Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònic en ones mitjanes (hectomètriques)
3.12 Arrendaments de canals digitals de TDT d'àmbit estatal
3.13 Constitució del Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual
3.14 Modificació del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges sms Premium
3.15 Actualització del Quadre nacional d'atribució de freqüències
3.16 Designació de l'operador obligat a la prestació del servei universal de telecomunicacions
3.17 Principals activitats reglamentadores en l'audiovisual de les comunitats autònomes
4. Unió Europea
4.1 Actuacions relatives a l'emplaçament de producte de diverses autoritats reguladores de l'audiovisual
4.2 Qualificació com a publicitat dels programes basats en la participació mitjançant telèfons de tarifació addicional
4.3 Nova autoritat reguladora de l'audiovisual a Suècia

4.4 La Comissió Europea autoritza els ajuts d'Estat per als prestadors neerlandesos de servei públic
4.5 La Comissió Europea es pronuncia sobre les taxes als operadors de telecomunicacions per compensar la supressió de la publicitat als serveis públics audiovisuals de França i Espanya
4.6 Transposició de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual al estats membres de la Unió Europea
4.7 Ratificació i entrada en vigor a la Unió Europea del tractat de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual
5. Àmbit internacional
5.1 La Unió Internacional de Telecomunicacions i el desenvolupament de la societat de la informació
5.2 Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals

Capítol II. Estructura econòmica i empresarial del sector audiovisual
1. Presentació
2. Estructura i evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio
2.1 Estructura empresarial dels principals prestadors de serveis de comunicació audiovisual
2.1.1 Prestadors públics de serveis de ràdio i televisió
2.1.2 Prestadors privats de serveis de televisió
2.1.3 Prestadors privats de serveis de ràdio
2.2 Evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio
2.2.1 Evolució del mercat de la televisió
2.2.2 Evolució del mercat de la ràdio
3. L'activitat econòmica en el sector audiovisual
3.1 Dades macroeconòmiques
3.2 Activitat econòmica dels prestadors públics de serveis de ràdio i televisió
3.3 Activitat econòmica dels prestadors privats de serveis de televisió
3.4 Activitat econòmica dels prestadors privats de serveis de ràdio
4. La producció audiovisual a Catalunya
4.1 Situació i evolució del sector de la producció a Catalunya
4.2 La indústria cinematogràfica a Catalunya
4.2.1 La producció cinematogràfica
4.2.2 L'oferta i el consum cinematogràfics
4.2.3 El cinema en català
5. Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya
6. Ajuts econòmics i financers de caràcter públic al sector audiovisual
6.1 Ajuts de la Generalitat de Catalunya
6.1.1 Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC)
6.1.2 Departament de Cultura
6.1.3 Institut Català de Finances (ICF)
6.1.4 Finançament d'obres audiovisuals europees
6.2 Ajuts de la Unió Europea
6.2.1 Programa MEDIA i MEDIA Mundus
6.2.2 Balanç de resultats del programa MEDIA 2007. Any 2010

Capítol III. La ràdio a Catalunya
1. Presentació
2. L'oferta de ràdio a Catalunya
2.1 Les emissores en FM i OM
2.1.1 Els prestadors públics
2.1.2 Els prestadors privats
2.2 La ràdio digital
3. L'audiència de ràdio a Catalunya
4. La programació radiofònica: l'oferta generalista
4.1 Característiques generals de la programació
4.2. Emissores d'àmbit català
4.2.1 Catalunya Ràdio
4.2.2 RAC1
4.3 Emissores d'àmbit estatal amb desconnexions
4.3.1 SER
4.3.2 Onda Cero
4.3.3 COPE
4.3.4 Punto Radio
5. Ràdio per internet

Capítol IV. La televisió a Catalunya
1. Presentació
2. Prestadors de serveis de televisió a Catalunya
2.1 Televisió d'abast nacional
2.2 Televisió d'abast estatal
2.2.1 Televisió per ones
2.2.2 Televisió mitjançant altres tecnologies
2.3 Televisió local
2.3.1 Televisió local pública
2.3.2 Televisió local privada
2.3.3 El procés d'implantació de la TDTL
2.4 El televisor connectat
3. El consum i l'audiència de televisió a Catalunya
4. Origen de les produccions emeses per TV3, 33 i Super3/300/3XL durant l'any 2010
4.1 La difusió d'obra europea a TV3, 33 i Super3/300/3XL
4.2 Origen de les produccions a TV3, 33 i Super3/300/3XL
4.3 Les produccions en col·laboració entre diferents països
4.4 Origen de les produccions a TV3, 33 i Super3/300/3XL, i gènere dels continguts
5. La producció pròpia de TVE a Catalunya
6. El pluralisme en els teleinformatius de les televisions
6.1. El pluralisme polític en les televisions d'àmbit català
6.1.1 Context informatiu
6.1.2 Televisions de titularitat pública: TV3, 3/24 i TVE a Catalunya
6.1.3 Televisió de titularitat privada: 8tv
6.2 El pluralisme polític en les televisions d'àmbit local
6.2.1 Context informatiu
6.2.2 Televisions locals de titularitat pública: Barcelona TV, Canal Terrassa Vallès, Garraf TV, TAC 12 i Penedès TV
6.3 Els altres pluralismes: la informació esportiva
6.3.1 Context informatiu
6.3.2 Presència global de la informació esportiva en el conjunt de la informació
6.3.3 Presència informativa de les diferents modalitats esportives
6.3.4 Les temàtiques abordades als blocs esportius
6.3.5 Els principals actors esportius en els blocs esportius
6.3.6 L'abast territorial de la informació esportiva
6.3.7 El sexe de referència a les informacions esportives

Capítol V. El sector de les telecomunicacions i internet
1. Presentació
2. Infraestructures de telecomunicació
3. Situació d'internet al món
4. Situació d'internet a Europa i a Espanya
5. Equipament TIC i usos d'internet a Catalunya
6. Mitjans de comunicació
7. Subvencions de la Generalitat de Catalunya a la digitalització en mitjans de comunicació
8. Continguts en català a internet

Capítol VI. La publicitat
1. Presentació
2. La inversió publicitària a Catalunya
3. La inversió publicitària en ràdio
4. La inversió publicitària en televisió
5. La inversió publicitària a internet

Síntesi

Annex 1 - Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010

Introducció

L'article 12 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, estableix que "el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha d'elaborar anualment un informe sobre la seva actuació i la situació del sistema audiovisual a Catalunya, incloent-hi les propostes i les observacions que calguin per a facilitar el desenvolupament equilibrat del sector. L'informe anual, que ha d'ésser publicat, ha d'ésser lliurat al Parlament per mitjà de la corresponent comissió parlamentària, i també al Govern".

D'acord amb aquest mandat legal, el CAC ha elaborat l'*Informe sobre l'audiovisual de Catalunya 2010*, centrat en les principals novetats que s'han produït en l'any de referència. L'informe manté l'estructura expositiva d'anys anteriors, basada en la presentació, sis capítols i l'annex.

En una primera aproximació als continguts, es pot observar que l'estudi presenta dos eixos. En primer lloc, els dos primers capítols obeeixen a una lògica temàtica, atès que descriuen el sector audiovisual des d'enfocaments jurídics i econòmics, respectivament; en segon lloc, els quatre capítols següents se centren en la divisió clàssica de mitjans i activitats, com són la ràdio, la televisió, el sector de les telecomunicacions i internet, i la publicitat.

El capítol primer duu per títol "Marc legal del sector audiovisual" i s'hi detallen els canvis ocorreguts durant l'any 2010 en el sector audiovisual, amb una referència especial a la ràdio i a la televisió. Com en les edicions anteriors, l'atenció es focalitza a Catalunya, tot i que s'hi inclouen dades i informació relatives a altres nivells institucionals que afecten Catalunya, com ara la Unió Europea i l'Estat espanyol.

El segon capítol, "Estructura econòmica i empresarial del sector audiovisual", dóna informació des d'un vessant econòmic. S'hi analitza l'oferta i la demanda en els mercats de la televisió i la ràdio a Catalunya, independentment de la titularitat, el sistema de transmissió, el suport o el tipus d'accés. Així mateix, també referencia l'activitat econòmica dels principals prestadors del sector, la producció audiovisual a Catalunya al llarg de 2010, l'estructura empresarial de l'activitat publicitària al Principat, com també els ajuts públics al sector audiovisual.

Com s'ha dit, els tres capítols següents enfoquen les anàlisis per mitjans: ràdio, televisió i telecomunicacions i internet.

Seguint l'estructura d'informes anteriors, el tercer capítol versa sobre la ràdio a Catalunya l'any 2010. Descriu els fets més rellevants que s'han produït en aquest sector, atenent especialment als canvis i als aspectes relacionats amb la convergència, fonamentalment tecnològica i de continguts. D'aquesta manera, detalla l'oferta radiofònica tant de prestadors públics com privats i dels diversos sistemes d'emissió (FM, OM, DAB). També són objecte d'aquest capítol l'audiència d'aquest mitjà a Catalunya, la programació radiofònica dels prestadors generalistes, temàtics i municipals, i la ràdio per internet.

El següent capítol dedicat als mitjans es titula "La televisió a Catalunya" i exposa les principals novetats d'aquest sector a Catalunya, essent la cobertura territorial (nacional, estatal i local) i la tecnologia (televisió per ones, cable, satèl·lit, ADSL) els primers vectors d'anàlisi. En segon lloc, s'hi descriuen les transformacions tecnològiques que representa el televisor connectat a internet: aspectes tècnics, continguts disponibles, serveis interactius, disponibilitat i adaptabilitat de terminals i detall dels principals actors. I, per tancar el capítol, s'explica detalladament l'audiència i el consum de televisió a Catalunya.

El cinquè capítol, "El sector de les telecomunicacions i internet", s'interessa pels punts d'intersecció entre les telecomunicacions i l'audiovisual, tant pel que fa a les modalitats fixes (parell de coure, cable coaxial, fibra) com mòbils o per satèl·lit. A més, també s'hi descriu la penetració d'internet al món, a Europa i a Catalunya, així com els usos socials que té la xarxa al nostre país. Quant a la llengua, també es dóna compte dels continguts en català a internet i de les subvencions de la Generalitat a la digitalització dels mitjans.

L'últim capítol analitza la inversió publicitària a Catalunya, especialment en ràdio, televisió i internet. Partint de les dades que sovint són globals per a tot Espanya i no ofereixen desagregacions per a Catalunya, es dóna una panoràmica de la dinàmica econòmica del mercat publicitari al Principat i dels seus agents (anunciants, agències i participació dels mitjans de comunicació convencionals i no convencionals al mercat publicitari).

Finalment, la síntesi aplega els aspectes centrals més destacables de 2010 en l'audiovisual a Catalunya.

L'Informe es clou amb l'annex que resumeix de manera extensiva l'*Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010*, el vuitè elaborat pel CAC.

Capítol I. Marc legal del sector audiovisual

1. Presentació

En aquest capítol s'analitzen les principals accions legislatives i reglamentadores en matèria de serveis de comunicació audiovisual que s'han adoptat en els àmbits nacional, estatal i comunitari, així com a escala internacional, el 2010.

Amb caràcter previ, i com s'explica, entre les actuacions dutes a terme aquest any, cal assenyalar-ne especialment dues: d'una banda, l'apagada analògica el 3 d'abril de 2010 i, de l'altra, l'entrada en vigor, l'1 de maig de 2010 (a excepció de la secció 2a del capítol II del títol II relatiu a les comunicacions comercials audiovisuals, que ho ha fet l'1 d'agost), de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (en endavant, LGCA).

Pel que fa a Catalunya, s'ha aprovat, mitjançant la Resolució del Parlament 612/VIII, d'11 de febrer de 2010, el primer Mandat marc del sistema públic audiovisual, que té per objecte establir les línies bàsiques que han d'inspirar l'acció del sistema públic audiovisual català. Aquest nou instrument normatiu té una vigència de sis anys, prorrogable per dos anys més, fins que el Parlament de Catalunya n'aprovi un de nou. El contingut del Mandat marc (previsions relatives als objectius generals del servei públic audiovisual i finançament dels mitjans audiovisuals públics, entre d'altres) s'ha de desplegar en els contractes programa corresponents que cadascun dels prestadors públics de serveis de comunicació audiovisuals ha de signar amb l'administració o administracions de referència.

El Govern de la Generalitat ha aprovat el Decret llei 2/2010, de 30 de març, que addiciona un nou apartat 5 a l'article 7 de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (en endavant, CCMA), en el sentit de permetre l'elecció dels membres del Consell de Govern de la CCMA per majoria absoluta, en els supòsits que estableix l'apartat 5 de l'article 9 de la Llei de la CCMA: cessament per renúncia o traspàs, per incapacitat permanent per exercir càrrecs públics o per condemna ferma per delicte dolós. Posteriorment, aquest Decret llei ha estat convalidat per la Resolució del Parlament de Catalunya 676/VIII, de 28 d'abril de 2010.

En relació amb l'elecció dels membres del Consell de Govern de la CCMA, el 25 de març de 2010 la Presidència del Parlament de Catalunya va trametre al Consell de l'Audiovisual de Catalunya el perfil de la persona candidata proposada per tres grups parlamentaris per formar part del Consell de Govern de la CCMA. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va informar, "[...] en estricte compliment de les funcions que li encomana l'article 7 de la Llei 11/2007 [...]", la proposta presentada en l'Acord del Ple 70/2010, de 25 de març, "circumscrivint-se, exclusivament, a la verificació de la capacitat i la idoneïtat professional del candidat".

També el 2010 ha entrat en vigor la Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema. La nova llei té un doble objectiu: d'una banda, establir el marc normatiu que regeix la indústria cinematogràfica i audiovisual catalana pel que fa, entre altres aspectes, a la producció, la distribució, la comercialització, la promoció, la projecció internacional i l'exhibició d'obres cinematogràfiques i audiovisuals; i, de l'altra, regular els aspectes relacionats amb la preservació i la protecció de les arts cinematogràfiques i del patrimoni cinematogràfic, amb el foment de l'educació i la formació en l'audiovisual i amb la difusió de la cultura cinematogràfica.

Durant el 2010 també s'ha aprovat la Llei 17/2010, de 3 de juny, de la llengua de signes catalana, l'objecte de la qual és regular aquesta llengua com a sistema lingüístic propi de les persones sordes i sordcegues signants de Catalunya. En aquest sentit, cal tenir presents les obligacions que incorpora la LGCA en matèria de serveis d'accessibilitat als continguts audiovisuals. Concretament, pel que fa a la llengua de signes, la LGCA disposa que els prestadors de serveis de televisió estatal i autonòmics de gestió privada han d'oferir, de manera progressiva, el 2013, almenys dues hores de llengua de signes, mentre que els prestadors del servei públic de televisió hauran de garantir el 2013 deu hores setmanals de continguts en obert en llengua de signes.

Quant a l'activitat del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, aquest organisme va transformar les concessions per a la prestació dels serveis de ràdio i televisió sota la seva competència, atès el canvi de règim jurídic operat per la LGCA. En total, es van transformar 293 concessions en llicències, d'un total de 298 sol·licituds presentades.

A escala estatal, el fet més destacable, com s'ha apuntat, és l'aprovació de la LGCA, norma bàsica en matèria audiovisual, que té com a objectius i funcions principals la incorporació a l'ordenament jurídic estatal de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (Directiva 2007/65/CE del Parlament Europeu i del Consell, d'11 de desembre de 2011, codificada per la Directiva 2010/13/UE del Parlament Europeu i del Consell), la compilació de la normativa audiovisual estatal vigent encara vàlida, així com l'actualització dels aspectes d'aquesta normativa que han patit modificacions importants.

La LGCA s'aplica a tots els serveis de comunicació audiovisual d'àmbit estatal, autonòmic i local, sense perjudici de les competències reservades en els seus àmbits respectius (article 1), i va entrar en vigor un mes després d'haver estat publicada al Butlletí Oficial de l'Estat (en endavant, BOE) amb l'excepció de la secció segona del capítol II del títol II de la Llei, relativa al dret a realitzar comunicacions comercials, que ho va fer tres mesos després, és a dir, l'1 d'agost de 2010.

La nova llei bàsica audiovisual preveu, entre d'altres, disposicions relatives als drets dels menors, als drets de les persones amb discapacitat i al dret a realitzar comunicacions comercials audiovisuals. Així mateix, la LGCA estableix un canvi en el règim jurídic de la prestació dels serveis de comunicació audiovisual, liberalitza l'activitat privada i considera la prestació d'aquests serveis d'interès general. Aquest fet comporta la substitució del règim concessional per un de llicències, si el prestador de serveis de comunicació audiovisual utilitza l'espectre radioelèctric per difondre els seus continguts, i de comunicació prèvia, si els continguts es transmeten mitjançant tecnologies altres que l'espectre.

A banda del que s'ha exposat més amunt, el títol V de la LGCA crea el Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals (en endavant, CEMA), establint per primera vegada una autoritat independent supervisora i reguladora dels serveis de comunicació audiovisual d'àmbit estatal, i en fixa les funcions, l'organització, les garanties d'independència i la responsabilitat. Amb la seva entrada en vigor, la LGCA s'erigeix com el marc legal de referència per a la prestació dels serveis de comunicació audiovisual a l'Estat.

Amb la vigència de la LGCA, a partir del segon quadrimestre de 2010, es comença a adoptar normativa de desenvolupament d'alguna de les seves previsions. La primera és l'aprovada mitjançant el Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició, i en el qual s'estableixen les condicions tècniques per dur a terme les emissions en alta definició que preveu l'article 35 de la LGCA, així com la disposició addicional cinquena del Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, pel qual s'aprova el Pla tècnic estatal de la televisió digital terrestre.

Així mateix, mitjançant els acords del Consell de Ministres de 28 de maig i d'11 de juny de 2010, les concessions, renovades pel Consell de Ministres el 26 de març de 2010, es transformen en llicències per a la prestació dels serveis de TDT d'àmbit estatal. El 16 de juliol, el Consell de Ministres va aprovar un Acord mitjançant el qual s'assigna un múltiple a cada societat llicenciatària de TDT d'àmbit estatal. Més endavant, l'1 d'octubre de 2010, es transformen les concessions en llicències per a la prestació del servei de radiodifusió sonora digital terrestre. Finalment, mitjançant la Resolució de 15 d'octubre de 2010 de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, es fa públic l'Acord del Consell de Ministres d'1 d'octubre en el qual es transformen les concessions en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònic en ones mitjanes (hectomètriques).[1]

Atesa la possibilitat que inclou l'article 29 de la LGCA, el Consell de Ministres de 22 d'octubre de 2010 va autoritzar l'arrendament d'un dels canals digitals de TDT assignats a la societat VEO Televisión, SA a la societat KW Televisión. Amb posterioritat, el Govern de l'Estat va autoritzar, en sessió de 23 de desembre de 2010, un altre arrendament d'un dels canals assignats a la societat Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA a la societat Gol Televisión, SL.

Una altra de les accions derivades de l'entrada en vigor de la LGCA és la publicació de la Resolució de 21 de juny de 2010, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (en endavant, CMT), que dóna publicitat a la seva Resolució de 10 de juny de 2010 per la qual es constitueix el Registre Estatal de Prestadors de

[1] Atès l'àmbit territorial de les FM, aquestes freqüències són competència de cada comunitat autònoma. Vegeu l'apartat 2.6.1. d'aquest mateix capítol.

Serveis de Comunicació Audiovisual. Si bé la tinença del Registre figura com una de les competències del CEMA, la CMT és l'organisme que, fins a la constitució efectiva del regulador audiovisual estatal, en té cura. La Resolució de la CMT consta de dos annexos: un relatiu a l'estructura del Registre i un altre dedicat a la informació mínima necessària que han de contenir les comunicacions prèvies per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual.

Un altre fet rellevant que ha succeït el 2010, concretament el 3 d'abril de 2010, ha estat l'apagada analògica dels serveis de televisió terrestre. Aquest fet ha comportat l'adopció d'un seguit de normativa destinada a reassignar l'espai radioelèctric existent després del cessament de les emissions analògiques. Entre d'altres, cal remarcar l'aprovació del Reial decret 365/2010, de 26 de març, el qual, com ja disposava el Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, pel qual s'aprova el Pla tècnic estatal de la televisió digital terrestre, té com a objectiu determinar els criteris que s'han d'aplicar per planificar els múltiples digitals d'àmbit estatal que s'han de posar a disposició dels prestadors de serveis de televisió d'àmbit estatal i autonòmic.

La regulació de l'assignació dels múltiples digitals que duu a terme el Reial decret 365/2010, de 26 de març, preveu dues fases. La fase 1 està formada per 2 etapes (etapa 1, que s'inicia en el moment en què s'autoritzi l'accés a la nova capacitat i finalitza al cap de sis mesos; i l'etapa 2, que s'estén durant tres mesos addicionals). La fase 2 té com a objectiu que, abans de l'1 de gener de 2015, la subbanda de freqüències 790 a 862 MHz (canals radioelèctrics 61 a 69) pugui quedar reservada principalment per a la prestació de serveis avançats de comunicacions electròniques.

El 2010 també s'ha aprovat el Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, pel qual es desenvolupa la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación Radio Televisión Española (en endavant, Corporación RTVE) i en el qual es preveu, d'una banda, la gestió, la recaptació i l'ingrés del percentatge de la taxa sobre la reserva del domini públic radioelèctric i, de l'altra, el procediment per efectuar l'aportació dels operadors de comunicacions electròniques i dels prestadors de serveis de televisió.

Quant a la regulació del cinema, en l'àmbit estatal s'han aprovat, d'una banda, el Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, pel qual es modifica el Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desplega la Llei de l'Estat 55/2007, de 28 de desembre, del cinema; i, de l'altra, l'Ordre CUL/1767/2010, de 30 de juny, per la qual es modifiquen els articles 58 i l'apartat 1 de l'article 59 de l'Ordre CUL/2834/2009, de 19 d'octubre, per la qual es dicten normes d'aplicació del Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desplega la Llei de l'Estat 55/2007, de 28 de desembre, del cine, en les matèries de reconeixement del cost d'una pel·lícula i inversió del productor, d'establiment de les bases reguladores dels ajuts estatals i d'estructura del Registre administratiu d'empreses cinematogràfiques i audiovisuals.

En el context de reordenació i optimització de l'espectre radioelèctric, el Govern de l'Estat ha aprovat l'Ordre ITC/332/2010, de 12 de febrer, mitjançant la qual s'actualitza el Quadre nacional d'atribució de freqüències, que substitueix el vigent fins aleshores, adoptat mitjançant l'Ordre ITC/3391/2007, de 15 de novembre.

En relació amb l'activitat de la Unió Europea, diverses han estat les actuacions de la Comissió Europea envers el sector audiovisual. Entre d'altres, cal assenyalar l'autorització per part de la Comissió dels ajuts d'Estat per als prestadors neerlandesos de servei públic, així com el doble pronunciament per part d'aquesta mateixa instància sobre les taxes que França i Espanya han establert per tal de compensar la supressió de publicitat dels serveis públics de televisió respectius. Cal assenyalar que, si bé a l'Estat espanyol aquesta supressió es va dur a terme des de l'1 de gener de 2010, l'Estat francès va decidir modificar, el desembre de 2010, la Llei 2009-258, de 5 de març, que establia el 30 de novembre de 2011 com a data final per a la supressió publicitària al servei públic de televisió i ampliava aquest termini fins al 2016. D'una banda, la Comissió Europea considera que l'establiment de les taxes de referència és compatible amb el mercat interior, d'acord amb el que estableix l'apartat 2 de l'article 106 del Tractat de funcionament de la Unió Europea. De l'altra, la Comissió ha decidit exigir a tots dos estats que suprimeixin les taxes específiques sobre el volum de negoci dels operadors de telecomunicacions, atès que són incompatibles amb la normativa de la Unió Europea en matèria de telecomunicacions.

Una altra de les actuacions a ressaltar el 2010 és l'entrada en vigor a la Unió Europea i als seus estats membres, el 14 de març de 2010, del tractat de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (en endavant, OMPI) sobre interpretacions i execucions i sobre fonogrames.

En darrer lloc, a escala internacional cal esmentar que la Unió Internacional de Telecomunicacions (en endavant, UIT) ha elaborat l'informe *Medición de la Sociedad de la Información 2010*, en el qual l'Agència de Nacions Unides mostra el grau de desenvolupament de 159 països d'arreu del món pel que fa a les tecnologies de la informació i la comunicació (en endavant, TIC), mitjançant l'anàlisi de diferents dades i índexs, entre d'altres el de la cistella de preus d'accés a les TIC.

A banda de l'anterior, durant el 2010 onze països més formen part de la Convenció sobre la protecció i promoció de la diversitat de les expressions culturals, aprovada per la UNESCO. Sis Estats l'han ratificada, mentre que l'Azerbaidjan, Lesotho, Malawi, República Txeca i Hondures han optat per la fórmula de l'adhesió.

2. Catalunya

2.1 Aprovació del primer Mandat marc del sistema públic audiovisual

Mitjançant la Resolució del Parlament de Catalunya 612/VIII, d'11 de febrer de 2010, s'ha aprovat el primer Mandat marc del sistema públic audiovisual de Catalunya.[2] Les previsions que s'hi contenen tenen per objecte establir les línies bàsiques que han d'inspirar l'acció del sistema públic audiovisual català. Tal com es disposa en el mateix mandat, aquest emana de la LCA[3] i de la Llei de la CCMA.[4]

El Mandat marc, que té una vigència de sis anys, prorrogables per dos anys més, fins que el Parlament n'aprovi un de nou, s'estructura en quatre grans blocs: *Objecte i vigència*; *Objectius generals del servei públic audiovisual*; *El finançament dels mitjans audiovisuals públics*, i *Llibre d'estil dels mitjans audiovisuals públics*.

[2] <http://www.parlament.cat/activitat/bopc/08b636.pdf>
[3] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Llei_22-2005.pdf>. Apartat 1 de l'article 30 de la LCA.
[4] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5600/10089140.pdf>. Articles 11, 21, 22 i disposició addicional tercera de la Llei de CCMA.

En el primer bloc, a banda de l'objecte i la vigència, es preveu que el contingut del Mandat marc es desplegui en els contractes programa corresponents que els prestadors públics dels serveis audiovisuals han de signar amb l'administració o les administracions de referència.

Quant als objectius generals del servei públic audiovisual, el mandat marc n'estableix nou: la qualitat informativa, el pluralisme i la igualtat entre homes i dones; la promoció de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès; la diversitat i la cohesió social; la difusió del coneixement; la potenciació de la indústria audiovisual; la transició a la televisió digital terrestre; l'accés universal als continguts audiovisuals; la protecció de la infància i la joventut; i la professionalitat, la independència i la responsabilitat.

El tercer gran bloc el constitueixen els ítems relatius al finançament dels mitjans audiovisuals públics. El quart, i darrer bloc, tracta sobre el llibre d'estil que els mitjans audiovisuals públics han d'elaborar en el termini de dos anys a comptar de l'aprovació d'aquest mandat marc.

2.2 Modificació de la Llei de la CCMA

El Govern de la Generalitat ha aprovat el Decret Llei 2/2010, de 30 de març, pel qual es modifica la Llei de la CCMA. El Decret Llei, que es publica al DOGC núm. 5600, d'1 de març,[5] conté un article únic que modifica l'article 7 de la Llei de la CCMA,[6] en el sentit d'introduir un nou apartat cinquè en els termes següents: "[...] 5. En els supòsits enumerats a l'article 9.5, el membre substitut és elegit pel Parlament, per majoria de dos terços, seguint el mateix procediment que estableix l'article present. Si en una primera votació no s'obtingués aquesta majoria, el membre substitut és elegit per majoria absoluta en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió. Si el membre que s'ha de substituir és el president o presidenta del Consell de Govern, el nou president o presidenta ha de ser elegit pel Parlament, entre els dotze membres, per una majoria de dos terços. Si en una primera votació no s'obtingués aquesta

[5] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5600/10089140.pdf>
[6] <http://www.ccma.cat/regulacio/LleiCCMA_cat.pdf>

majoria, el president o presidenta és elegit per majoria absoluta en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió."

Posteriorment, el Decret Llei s'ha convalidat per la Resolució 676/VIII, de 28 d'abril de 2010, publicada al DOGC núm. 5620, de 3 de maig de 2010.[7]

En relació amb aquesta qüestió, el 25 de març de 2010, la Presidència del Parlament de Catalunya va trametre al Consell de l'Audiovisual de Catalunya el perfil de la persona candidata proposada per tres grups parlamentaris, a l'empara del que preveu l'apartat 1 de l'article 157 del Reglament del Parlament de Catalunya[8], per formar part del Consell de Govern de la CCMA.

Atesa la naturalesa i les funcions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya com a autoritat de regulació de la comunicació audiovisual, i en estricte compliment del mandat que estableix l'apartat 3 de l'article 7 de la Llei de la CCMA,[9] el Consell va informar sobre la proposta presentada, en l'Acord del Ple del Consell 70/2010, de 25 de març,[10] "circumscrivint-se, exclusivament, a la verificació de la capacitat i la idoneïtat professional del candidat", tot informant "[...] al Parlament, en estricte compliment de les funcions que li encomana l'article 7 de la Llei 11/2007, sobre la idoneïtat i la capacitat professional del senyor Enric Marin i Otto per ocupar el càrrec de membre del Consell de Govern de la CCMA [...]", en els termes expressats en la part dispositiva de l'Acord del Ple del Consell 70/2010, de 25 de març.

Un cop membre del Consell de Govern de la CCMA, Enric Marin en va ser nomenat nou president.

[7] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5620/10119068.pdf>
[8] <http://www.parlament.cat/activitat/reglament.pdf>
[9] Pel que fa a la composició del Consell de Govern i l'elecció dels membres que l'integren i del president o presidenta, l'apartat 2 de l'article 7 de la Llei CCMA disposa que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya n'ha de verificar la idoneïtat. A aquest efecte, l'apartat determina que s'ha de valorar especialment que hagin exercit funcions d'administració, d'alta direcció, de control o d'assessorament, o funcions de responsabilitat similar, en entitats públiques o privades. Per tal que el Consell dugui a terme aquesta funció, l'apartat 3 de l'article 7 de la Llei de la CCMA preveu que el Parlament hagi d'enviar a aquest organisme la llista de les persones candidates a formar part del Consell de Govern de la CCMA, en un nombre que pot ser superior al de les vacants existents. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha d'emetre un informe sobre cadascun dels candidats relatiu a llur capacitat i idoneïtat per ocupar el càrrec, que ha de trametre al Parlament abans de la compareixença i l'examen públic dels candidats davant la comissió que correspongui.
[10] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac__70-2010_Enric_Marin_WEB.pdf>

2.3 Nomenament del nou director general de la CCMA

El 14 de juliol de 2010, la directora general de la CCMA, Rosa Cullell, va presentar la dimissió, efectiva el 6 de setembre de 2010, davant el Consell de Govern d'aquest ens. El mateix 14 de juliol de 2010, el president de la CCMA va designar Ramon Mateu, director de Catalunya Ràdio, perquè, a partir del 6 de setembre de 2010, també assumís les funcions de director general de la CCMA, d'acord amb el que estableix l'apartat 5 de l'article 14 de la Llei de la CCMA.

2.4 Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema

Com ja s'anuncia al preàmbul, l'objecte de la Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema,[11] és establir "[...] el marc normatiu que regeix la indústria cinematogràfica i audiovisual pel que fa, entre altres, a la producció, la distribució, la comercialització i l'exhibició d'obres cinematogràfiques i audiovisuals; als aspectes relacionats amb el foment, la preservació i la difusió del patrimoni cinematogràfic, i al foment de l'oferta cinematogràfica original, doblada i subtitulada en català [...]".[12] La nova Llei del cinema s'estructura sobre el nou marc competencial establert per l'Estatut d'autonomia de Catalunya (en endavant, EAC) de 2006, així com sobre la necessitat de regular de manera coordinada l'activitat cinematogràfica i audiovisual desenvolupada a Catalunya.

Pel que fa al primer aspecte, la lletra *a* de l'apartat 1 de l'article 127 de l'EAC estableix "[...] les competències de la Generalitat en matèria cinematogràfica dins l'àmbit de les competències exclusives en matèria de cultura [...]", des del foment fins a l'exhibició i altres aspectes relatius al règim administratiu.[13]

---

[11] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5672/10187134.pdf>

[12] Atès que tal com estableix el preàmbul de la nova Llei "[...] Fins a l'entrada en vigor d'aquesta llei, la normativa catalana de cinematografia ha quedat restringida bàsicament al Decret 267/1999, del 28 de setembre, sobre règim administratiu de la cinematografia i l'audiovisual. El marc normatiu anterior a aquesta llei s'ha de completar amb alguns preceptes de la Llei 22/2005, del 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, que regulen el foment de la indústria cinematogràfica i del sector de l'audiovisual, i amb l'article 28 de la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística. [...]".

[13] "Article 127. Cultura. 1. Correspon a la Generalitat la competència exclusiva en matèria de cultura. Aquesta competència exclusiva comprèn en tot cas: [...]. Segon. La regulació i la inspecció de les sales d'exhibició cinematogràfica, les mesures de protecció de la indústria cinematogràfica i el control i la concessió de llicències de doblatge a les empreses distribuïdores domiciliades a Catalunya. Tercer. La qualificació de les pel·lícules i els materials audiovisuals en funció de l'edat i dels valors culturals. [...]".

Així mateix, la Llei del cinema esmenta com a referents que s'han tingut en compte la Declaració universal de la UNESCO sobre la diversitat cultural de 2001,[14] la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, aprovada el 20 d'octubre de 2005 en el marc de la 33a Conferència de la UNESCO,[15] així com la Comunicació de la Comissió al Consell, al Parlament Europeu, al Comitè Econòmic i Social i al Comitè de les Regions sobre determinats aspectes jurídics vinculats a les obres cinematogràfiques i a altres produccions del sector audiovisual (2002/C43/04).[16]

D'acord amb el preàmbul de la nova Llei del cinema, tots aquests documents assenyalen el paper important que les obres cinematogràfiques i audiovisuals tenen en la conformació de les identitats europees, tant pel que fa als aspectes comuns compartits amb el conjunt d'Europa com pel que fa a la diversitat cultural que caracteritza les diferents tradicions i històries, tot posant un èmfasi especial en aspectes com el pluralisme i la diversitat cultural i lingüística.

La nova Llei s'estructura en sis capítols, sis disposicions addicionals, una de transitòria, una de derogatòria i dues de finals. En el primer capítol (articles 1 a 4) es delimita l'àmbit objectiu i subjectiu d'aplicació de la nova llei, es defineixen els conceptes clau que s'empren al llarg de l'articulat de la Llei i, s'atorguen, a excepció de les potestats d'inspecció i de sanció, les competències en matèria cinematogràfica "[...] al departament competent en matèria de cultura [...]", el qual les ha de fer efectives mitjançant "[...] l'Institut Català de les Indústries Culturals [...]" –actualment denominat Institut Català de les Empreses Culturals (en endavant, ICEC).[17] En el capítol II (articles 5 a 8) es regulen els principis de coordinació i col·laboració de les

14 <http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html>

15 <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/RELEXT/UNESCO/Convenció%20per%20a%20la%20Promoció%20i%20la%20Protecció%20de%20la%20Diversitat%20de%20les%20Expressions%20C/Documents/Arxiu/Convenció_diversitat.pdf>

16 <http://www.conselleriadefacenda.es/export/sites/default/Economia/Biblioteca/Documentos/Area_Planificacion_Economica/Ayudas_Estado/Com_Comision_2002_C_43_04_aspectos_xurid_obras_cinem_e_prod_audiov.pdf>

17 L'article 53 de la Llei 11/2011, del 29 de desembre, de reestructuració del sector públic per a agilitar l'activitat administrativa (*http://www.gencat.cat/eadop/imatges/6035/11362096.pdf*), canvia la denominació de l'Institut Català de les Indústries Culturals per la d'Institut Català de les Empreses Culturals.

polítiques públiques. Entre d'altres, en la nova llei del cinema es preveu l'*Acord marc per al foment de la indústria cinematogràfica i audiovisual*, que, tal com estableix l'apartat 1 de l'article 6, "[...] és un instrument de coordinació de les polítiques públiques de la Generalitat en el foment de la indústria cinematogràfica i audiovisual. [...]"; i s'hi estableixen les diverses fórmules de col·laboració entre la Generalitat i l'Administració general de l'Estat i entre el Govern català i els governs d'altres territoris de parla catalana.

El tercer capítol (articles 9 a 25) se subdivideix en quatre seccions. La primera (articles 9 a 11) preveu les disposicions relatives al Registre d'empreses audiovisuals de Catalunya. La nova llei en regula la naturalesa jurídica i l'adscripció, com també l'obligació d'inscripció de les empreses amb domicili social a Catalunya que, entre d'altres, vulguin produir, distribuir, exhibir, doblar i/o subtitular obres cinematogràfiques o audiovisuals. La secció segona (articles 12 i 13) estableix la qualificació i la publicitat de les obres cinematogràfiques i audiovisuals; la secció tercera (articles 14 i 15) regula el certificat de nacionalitat espanyola i les coproduccions internacionals. Finalment, la secció quarta del capítol tercer (articles 16 a 25) estableix previsions relatives a la producció, la distribució i l'exhibició d'obres cinematogràfiques i audiovisuals.

El capítol quart de la llei (articles 26 a 42) preveu les mesures de foment de la indústria cinematogràfica i audiovisual a Catalunya. La secció primera d'aquest capítol (articles 26 a 31) regula les disposicions generals en relació amb aquesta qüestió, especialment quant al règim jurídic de les mesures de foment, a l'ICEC com a òrgan competent per gestionar els fons, i els ajuts destinats a fomentar la indústria cinematogràfica i ausiovisual a Catalunya. En aquesta secció també es troba la funció de l'ICEC de garantir un marc de finançament adequat per al "[...] desenvolupament de la indústria cinematogràfica mitjançant l'articulació d'instruments financers de naturalesa diversa i diferent grau de risc [...]", entre d'altres, amb l'atorgament de subvencions i de préstecs de naturalesa diversa; així com l'establiment d'acords de coproducció.

La secció primera d'aquest capítol relaciona (article 29) els cinc fons de foment mitjançant els quals s'han de dotar i finançar les mesures per estimular la indústria

cinematogràfica i audiovisual a Catalunya. Són els següents: Fons per al foment de la producció d'obres cinematogràfiques i audiovisuals; Fons per al foment de la distribució independent; Fons per al foment de l'exhibició; Fons per al foment de la difusió i la promoció de les obres i la cultura cinematogràfiques, i Fons per al forment de la competitivitat empresarial. L'article 30 estableix quina ha de ser la dotació d'aquests cinc fons. D'altra banda, l'article 31 preveu quins són els requisits per poder-se beneficiar dels recursos públics que contempla aquesta llei.

A continuació, la nova llei del cinema desenvolupa en cinc seccions diferents (de la 2 a la 6) els objectius, els criteris per a l'atorgament de subvencions, ajuts i recursos i, en alguns casos, els requisits concrets per accedir als ajuts de cada fons en particular.

El capítol cinquè de la Llei (articles 43 a 46) regula les previsions que tracten sobre la conservació, la promoció i la difusió del patrimoni fílmic i documental i de la cultura cinematogràfica, que correspon a l'ICEC. L'Administració de la Generalitat és la competent per exercir els drets de tanteig i retracte sobre "[...] els béns mobles cinematogràfics o audiovisuals que, per llur interès artístic o històric, siguin catalogats o declarats béns culturals d'interès nacional d'acord amb la Llei 9/1993, de 30 de setembre, del patrimoni cultural català [...]."[18] Aquest capítol de la nova Llei del cinema conté un article, el 46, dedicat expressament a la Filmoteca de Catalunya, la qual ha de vetllar "[...] per la preservació i la difusió del patrimoni audiovisual i de la cultura cinematogràfica per mitjà, entre altres activitats pròpies, de la recerca i la conservació i restauració de negatius originals, nous suports fílmics, materials intermedis, còpies, fotografies, músiques, llibres, revistes, cartells i documents cinematogràfics de qualsevol tipus, peces de museu pertanyents a la història del cinema i altres materials. [...]". A més, la Filmoteca de Catalunya té les funcions de "[...] recuperar, preservar, catalogar i restaurar el patrimoni fílmic i documental, i fer recerca i donar suport a l'educació i a la difusió de la cultura cinematogràfica, amb una atenció especial a la producció i a la cultura cinematogràfica catalanes".

[18] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/1807/93274086.pdf>.
Correcció d'errades <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/1825/93326004.pdf>

El capítol VI (articles 47 a 58) tracta sobre el règim sancionador i estableix el catàleg d'infraccions i sancions –i la seva graduació–, així com la competència inspectora i sancionadora que recau en el departament competent en matèria de cultura.

De les sis disposicions addicionals, cal remarcar especialment la relativa a l'accés de les persones amb discapacitat a les obres cinematogràfiques i audiovisuals (disposició addicional primera). Pel que fa a la disposició transitòria única, la Llei del cinema estableix la vigència temporal del Decret 267/1999, de 28 de setembre, sobre el règim administratiu de la cinematografia i l'audiovisual,[19] mentre no s'aprovi la disposició reglamentària que desplegui la nova llei.

Cal assenyalar que la nova Llei del cinema deroga els articles 120 (polítiques d'impuls al sector audiovisual) i 123 (accions de foment), l'apartat 1 de l'article 125 (protecció del patrimoni audiovisual català) i el darrer incís de l'apartat 2 de l'article 125 – "a què es refereix l'apartat 1"– de la Llei 22/2005, del 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (en endavant, LCA).[20]

Amb posterioritat a l'entrada en vigor de la Llei del cinema, el 3 de novembre de 2010 es va interposar un recurs d'inconstitucionalitat, el núm. 7454/2010, contra la lletra *a* de l'apartat 1 de l'article 17, els apartats 1, 2 i 3 de l'article 18, la lletra b de l'apartat 1 de l'article 19 i la regulació del règim sancionador de les lletres *b* i *c* de l'apartat 2 de l'article 50, les lletres *b* i *c* de l'apartat 3 de l'article 50, les lletres *b* i *c* de l'apartat 4 de l'article 50, les lletres *a*, *b* i *c* de l'apartat 2 de l'article 51, l'apartat 3 de l'article 51 i la lletra *d* de l'article 52 d'aquesta llei, el qual ha estat promogut per més de cinquanta diputats del Grup Parlamentari Popular en el Congrés dels Diputats.[21]

2.5 Llei 17/2010, de 3 de juny, de la llengua de signes catalana

La Llei 17/2010, de 3 de juny, de la llengua de signes catalana, publicada al DOGC núm. 5647, de 10 de juny de 2010,[22] s'estructura en onze articles, sistematitzats en

[19] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/2994/99264072.pdf>
[20] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Llei_22-2005.pdf>
[21] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5761/10322117.pdf>
[22] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5647/10153092.pdf>

tres capítols, dues disposicions addicionals i dues de finals. El primer capítol conté les previsions relatives a l'objecte i a les finalitats de la Llei, com també les definicions (*llengua de signes catalana*, *les llengües orals i escrites*, *persona signant, intèrpret i guia intèrpret de la llengua de signes* i *modalitat educativa bilingüe*). D'altra banda, el capítol segon estableix previsions sobre el dret d'ús de la llengua de signes catalana als serveis de caràcter públic que ofereixen les diferents administracions públiques catalanes, així com a l'aprenentatge, a la docència i a la recerca, i a la interpretació de la llengua de signes catalana.

El capítol tercer inclou disposicions relatives a la difusió i normativització de la llengua de signes catalana, així com a la participació social en la política lingüística del Govern en relació amb la llengua de signes. Així, pel que fa al foment i la difusió de la llengua de signes catalana, l'Administració de la Generalitat ha de "difondre l'existència de la llengua de signes catalana" i ha de "fomentar l'accés del personal de les administracions públiques a l'aprenentatge [...]" d'aquesta llengua. Així mateix, el Govern de la Generalitat, a proposta del departament competent en matèria de política lingüística, "[...] ha d'establir per reglament l'òrgan competent per a la direcció, la planificació i la coordinació interdepartamental de la política lingüística amb relació a la difusió i el foment de la llengua de signes catalana [...]".

Quant a la normativització de la llengua de signes catalana, l'Institut d'Estudis Catalans és "[...] la institució acadèmica que determina les normes lingüístiques de la llengua de signes catalana i n'impulsa la recerca i la sistematització. [...]". Finalment, en relació amb la participació social, la nova Llei insta el Govern de la Generalitat a crear el Consell Social de la Llengua de Signes Catalana "[...] com a òrgan d'assessorament, consulta i participació social en la política lingüística del Govern amb relació a la llengua de signes [...]".

La disposició addicional primera fixa la normativa complementària d'aplicació a la nova llei de llengua de signes catalana. D'acord amb aquesta disposició, té aquesta consideració la normativa sobre accessibilitat en la comunicació de les persones cegues i sordcegues, "(...) que regula les condicions d'ús de la llengua de signes catalana com a mitjà de comunicació i els mitjans de suport a la comunicació oral, i que, en tot cas, els garanteix l'accés als serveis públics en condicions d'igualtat." Per

la seva banda, la disposició addicional segona estableix l'accés a la modalitat educativa bilingüe.

Cal recordar que, en matèria audiovisual, d'acord amb l'article 8 i l'apartat 1 de la disposició transitòria cinquena de la LGCA,[23] els prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'àmbit estatal i autonòmic han d'oferir a la setmana, progressivament des de l'entrada en vigor de la Llei estatal i fins al 2013, continguts en llengua de signes (vegeu la taula 1).

Taula 1. Progressivitat dels serveis d'accessibilitat que han d'oferir els prestadors de serveis de televisió de gestió privada d'àmbit estatal i autonòmic

Servei d'accessibilitat	2010	2011	2012	2013
Subtitulació	25%	45%	65%	75%
Hores llenguatge de signes	0,5	1	1,5	2
Hores audiodescripció	0,5	1	1,5	2

Font: Apartat 1 de la disposició transitòria cinquena de la LGCA.

Pel que fa als prestadors de servei públic de televisió, d'acord amb l'apartat 2 de la disposició transitòria cinquena de la LGCA, també han de garantir una presència progressiva de continguts accessibles, entre d'altres en llengua de signes (vegeu la taula 2).

Taula 2. Progressivitat dels serveis d'accessibilitat que han d'oferir els prestadors de serveis de televisió de servei públic

Servei d'accessibilitat	2010	2011	2012	2013
Subtitulació	25%	50%	70%	90%
Hores llengua de signes	1	3	7	10
Hores audiodescripció	1	3	7	10

Font: Apartat 2 de la disposició transitòria cinquena de la LGCA.

Tal com disposa la mateixa LGCA, la progressivitat en el compliment dels percentatges i valors està subjecta a l'estat de la tecnologia en matèria d'accessibilitat, i és en aquest sentit que l'apartat 3 de la disposició transitòria cinquena autoritza el Govern de l'Estat per ampliar per reglament els terminis, d'acord amb l'evolució del mercat audiovisual, el procés d'implantació de la tecnologia digital i el desenvolupament dels mitjans tècnics disponibles en cada moment.

[23] <http://boe.es/boe_catalan/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292-C.pdf> Vegeu també l'apartat 3.1 d'aquest mateix capítol.

2.6 Consell de l'Audiovisual de Catalunya

2.6.1 Transformacions dels títols habilitants per a la prestació dels serveis de ràdio i televisió

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar, mitjançant l'Acord del Ple 193/2010 de 28 de juliol,[24] la transformació en llicència de 289 concessions per a la gestió indirecta de serveis de ràdio i de televisió d'àmbit autonòmic i local, tal com estableix l'apartat 3 de l'article 22 de la LGCA. D'acord amb la nova llei bàsica estatal, els serveis de comunicació audiovisual que es presten mitjançant ones hertzianes terrestres requereixen una llicència prèvia atorgada mitjançant concurs per l'autoritat audiovisual competent que, en el cas de Catalunya, és el Consell.[25] En aquest sentit, de conformitat amb l'apartat primer de la disposició transitòria segona de la llei, "[...] les concessions per a la gestió indirecta del servei públic de ràdio o televisió per ones hertzianes terrestres d'àmbit estatal, autonòmic o local, atorgades abans de l'entrada en vigor de la Llei, i que no hagin estat declarades extingides, hauran de transformar-se en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual [...]."[26] Així mateix, mitjançant els acords del Ple 194/2010 i 195/2010, de 28 de juliol, s'han transformat quatre concessions provisionals per a la gestió indirecta de serveis de comunicació audiovisual.[27]

En total, es van rebre 298 sol·licituds, de les quals s'aproven 293 transformacions i 5 peticions s'inadmeten, mitjançant els acords del Ple 196/2010, 197/2010,198/2010, 199/2010 i 200/2010, de 28 de juliol.[28] Les noves llicències

[24] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_193___annex.pdf>.

[25] D'acord amb la lletra e de l'article 115 de la LCA, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya té com a funció atorgar les llicències que habiliten per a prestar el servei de comunicació audiovisual i garantir-ne el compliment de les condicions, i, per tant, és l'autoritat competent davant la qual els titulars de concessions per a la gestió indirecta del servei públic de ràdio i de televisió, en l'àmbit de Catalunya, han de sol·licitar la transformació.

[26] A banda de Catalunya, durant el 2010, la Rioja (acord del Consell de Govern de 20 d'agost de 2010), Cantàbria (Acord del Consell de Govern de 8 d'octubre de 2010), Castella-La Manxa (Acord del Consell de Govern de 28 de desembre de 2010), Castella i Lleó (Ordre FOM/1272/2010, de 23 d'agost) i les Illes Balears (Acords del Consell de Govern d'1 i de 8 d'octubre de 2010) han transformat les concessions per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual en llicències.

[27] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_194_2010_transformaci__3_Provisionals.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_195_2010_transfromaci__Provisional_Sant_Feliu.pdf>

[28] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_196_2010_Inadmissibilitat_Associaci__Cultural_CIB.pdf>;<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_197_2010_Inadmissibilitat_Avante.pdf>; <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_198_2010_Inadmissibilitat_Pilot_Manresa.pdf>;

corresponen a 48 concessions de televisió digital local i una concessió de televisió d'àmbit nacional a Emissions Digitals de Catalunya, SAU (vegeu la taula 3); 173 concessions de gestió indirecta del servei públic de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència (FM) amb caràcter comercial (vegeu la taula 4); 60 concessions de gestió indirecta de l'explotació del servei públic de radiodifusió sonora digital terrestre (DAB) (vegeu la taula 5), i 4 concessions provisionals per a la gestió indirecta de serveis de ràdio en FM (vegeu la taula 6). Com ja s'ha esmentat més amunt, 5 de les 298 sol·licituds de transformació es van inadmetre per diversos motius.

Les noves llicències tenen una vigència de quinze anys, a comptar de la data de transformació. A més, el nou règim de liberalització de la prestació de serveis audiovisuals no requereix el manteniment de les fiances. Per aquest motiu, el Consell va autoritzar la Caixa General de Dipòsits de la Generalitat de Catalunya a retornar els dipòsits als prestadors de serveis de ràdio i televisió que al seu dia havien dipositat les garanties corresponents. Així mateix, les transformacions de títols no comporten, en cap cas, l'alteració de les obligacions i els compromisos particulars assumits en els concursos corresponents mitjançant els quals aquests prestador de serveis havien esdevingut adjudicataris dels títols habilitants.

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_199_2010_Inadmissibilitat_Pilots_Taelus.pdf> i
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_200_2010_Inadmissibilitat_Radiocat_XXI_unitat_mobil.pdf>.

Taula 3. Persones titulars de serveis de televisió digital terrestre a les quals se'ls ha transformat el títol habilitant

Concessionària TDT	Demarcació	Programa
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	La Seu d'Urgell	programa número 3, canal 55, amb referència TL03L
Canal 21 Ebre, SL	Tortosa	programa número 2, canal 34, amb referència TL03T
Canal Audiovisual Lleida, SL (abans Lleida Televisió, SLU)	Lleida	programa número 4, canal 50, amb referència TL02L
Canal Català, SL	Lleida	programa número 3, canal 50, amb referència TL02L
Canal Taronja, SL (abans Cat 4 TV Catalunya, SL)	Manresa	programa número 3, canal 49, amb referència TL05B
Cat 4 TV, SL	Vilanova i la Geltrú	programa número 3, canal 30, amb referència TL09B
Cat 4 TV, SL	Tarragona	programa número 3, canal 54, amb referència TL02T
D-9 Comunicació, SL	Palafrugell	programa número 2, canal 25, amb referència TL05GI
Dracvisió , SL	Girona	programa número 3, canal 39, amb referència TL03GI
Ebe Imatge i Comunicació , SL	Tortosa	programa número 4, canal 34, amb referència TL03T
ETV-Llobregat TV, SL	Cornellà de Llobregat	programa número 1, canal 36, amb referència TL03B
Emissions Digitals de Catalunya, SAU	Catalunya	canal múltiple, de multifreqüència (canals números: 33-Barcelona, 36-Girona, 53-Lleida i 51-Tarragona).
Gibson Time, SL	Barcelona	programa número 3, canal 48, amb referència TL10B
IG Media Produccions, SL	Igualada	programa número 3, canal 37, amb referència TL04B
Iniciatives de Televisió, SL	Reus	programa número 4, canal 56, amb referència TL01T
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	Vic	programa número 4, canal 35, amb referència TL08B
Mola TV, SL	Sabadell	programa número 2, canal 39, amb referència TL07B
Olot Televisió, SL	Olot	programa número 4, canal 51, amb referència TL04GI
Publicacions Penedès, SA	Vilanova i la Geltrú	programa número 4, canal 30, amb referència TL09B
Publi 20, SL	Sabadell	programa número 4, canal 39, amb referència TL07B
Prensa Leridana, SA	Vielha e Mijaran	programa número 2, canal 51, amb referència TL04L
Prensa Leridana, SA	Balaguer	programa número 3, canal 48, amb referència TL01L
Prensa Leridana, SA	Lleida	programa número 2, canal 50, amb referència TL02L

Prensa Leridana, SA	La Seu d'Urgell	programa número 2, canal 55, amb referència TL03L
Produccions Alt Empordà TV, SLU	Figueres	programa número 2, canal 26, amb referència TL02GI
Produccions Alt Empordà TV, SLU	Palafrugell	programa número 3, canal 25, amb referència TL05GI
Produccions de la Llum, SL	Vic	programa número 3, canal 35, amb referència TL08B
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Vic	programa número 2, canal 35, amb referència TL08B
Ràdio i Televisió de Manresa, SL	Manresa	programa número 4, canal 49, amb referència TL05B
Smile Advertising, SL	Barcelona	programa número 2, canal 48, amb referència TL10B
Taelus, SL	Igualada	programa número 4, canal 37, amb referència TL04B
Tarraco Visió, SL	Tarragona	programa número 2, canal 54, amb referència TL02T
Tele Taxi Televisió Digital, SL	Cornellà de Llobregat	programa número 3, canal 36, amb referència TL03B
Tele Taxi Televisió Digital, SL	Sabadell	programa número 4, canal 45, amb referència TL12B
Tele Taxi Televisió Digital, SL	Tarragona	programa número 4, canal 54, amb referència TL02T
Televisió Comtal, SL	Vielha e Mijaran.	programa número 3, canal 51, amb referència TL04L
Televisió Comtal, SL	La Seu d'Urgell	programa número 4, canal 55, amb referència TL03L
Televisió de Girona, SL	Girona	programa número 4, canal 39, amb referència TL03GI
Televisió de Lloret, SL	Blanes	programa número 3, canal 42, amb referència TL01GI
Televisió de Roses, SL	Figueres	programa número 3, canal 26, amb referència TL02GI
Televisió Sant Cugat, SL	Sabadell	programa número 3, canal 39, amb referència TL07B
Televisió Sense Fronteres, SL	Figueres	programa número 4, canal 26, amb referència TL02GI
Televisió del Ripollès, SL	Olot	programa número 3, canal 51, amb referència TL04GI
Televisió de Manresa, SL	Manresa	programa número 2, canal 49, amb referència TL05B
Tortosa Televisió, SL	Tortosa	programa número 3, canal 34, amb referència TL03T
UTE Promocions Audiovisuals 3 i Acció, SL/Vallès Serveis de Televisió, SL	Granollers	programa número 3, canal 40, amb referència TL02B
UTE Wai Entertaiment, SL/Vallès Serveis de Televisió, SL	Mataró	programa número 4, canal 24, amb referència TL06B
UTE Masquefa Televisió, SL/Vallès Serveis de Televisió, SL	Igualada	programa número 2, canal 37, amb referència TL04B
Vallès Serveis de Televisió, SL	Sabadell	programa número 1, canal 39, amb referència TL07B

Font: Annex de l'Acord del Ple del Consell 193/2010, de 28 de juliol.

Taula 4. Persones titulars de serveis de ràdio en FM a les quals se'ls ha transformat el títol habilitant

Concessionària FM	Localitat	MHz
Agrupación Radiofónica, SA (Agrurasa)	Barcelona	90.5
Antena 3 de Radio, SA	Lleida	101.3
Antena 3 de Radio, SA	Tarragona	96.2
Antena 3 de Radio, SA	Vilafranca del Penedès	103.1
Aranesa de Ràdio i Televisió, SAU	Vielha	91.0
Associació Local de l'Emissora d'FM Ràdio Mora d'Ebre	Mora d'Ebre	87.6
Avante Radio, SA	Amposta	93.2
Bisbat de Girona	Girona	103.4
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Puigcerdà	89.1
Calçada Olivella, Miquel i Cuní Llaudet, Carles	Terrassa	105.6
Catalana i Aranesa de Telecomunicacions, SL	Vielha e Mijaran	93.9
Catalana i Aranesa de Telecomunicacions, SL	Pont de Suert	99.3
Chest Game, SLU	El Vendrell	104.0
Club de Ràdio Terrassa, SA	Terrassa	95.5
Comunicacions Pla, SA	Miralcamp	98.4
D-9 Comunicació, SL	Castell d'Aro	95.6
Edicions Intercomarcals, SA	Manresa	106.8
Editorial Catalana de Televisión y Radio, SA	Barcelona	102.0
Emissions Miramar, SA	Montblanc	101.8
Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat,SL	Girona	97.4
Ens de Comunicacions, SL	Bossòst	106.0
Ens de Comunicacions, SL	Puigcerdà	104.4
Ens de Comunicacions, SL	Lleida	91.5
Fundació Missatge Humà i Cristià	Barcelona	106.6
Fundació Missatge Humà i Cristià	Sant Pere de Ribes	96.8
Fundació Missatge Humà i Cristià	Tarragona	100.6
Fundació Missatge Humà i Cristià	Tortosa	90.1
Fundació Missatge Humà i Cristià	Vic	98.4
Fundació Missatge Humà i Cristià	Sant Sadurní d'Anoia	93.7
Grupo Simalro, SL	Lleida	104.5
Inversiones Radiofónicas Río San Pedro, SA	Barcelona	104.2
La Veu de l'Ebre, SL	Tortosa	103.9
La Seva Llar El Seu Món, SL	Manresa	100.6
Llegeix, Escriu, Escolta Català, SL	Sort	94.5
Llegeix, Escriu, Escolta Català, SL	Vall de Boí	93.9
Llegeix, Escriu, Escolta Català, SL	Vielha	103.0
Manuel Vicente de Ramon Ferré i altres	Amposta	106.0
Metropolitana Audiovisuals, SL	Terrassa	89.4
Mola TV, SL	Puigcerdà	93.3
Onda Ramblas, SA	Barcelona	89.8
Onda Ramblas, SA	Balaguer	105.8
Onda Ramblas, SA	Igualada	92.2
Onda Ramblas, SA	Girona	89.9
Onda Ramblas, SA	La Seu d'Urgell	98.1
Onda Ramblas, SA	Tarragona	91.0
Onda Ramblas, SA	Tortosa	98.0
Onda Ramblas, SA	La Jonquera	88.0
Osonenca de Ràdio i Televisió, SA	Vic	90.3
Premsa d'Osona, SA	Vic	92.8
Publicacions Penedès, SA	Sant Pere de Ribes	100.9
Ràdio 13 de Catalunya, SAU	Barcelona	100.0

Ràdio 13 de Catalunya, SAU	Manresa	92.7
Ràdio 13 de Catalunya, SAU	Puigcerdà	92.0
Ràdio 13 de Catalunya, SAU	Tarragona	93.5
Ràdio Associació de Catalunya, SCCL	Barcelona	105.0
Ràdio Associació de Catalunya, SCCL	Castell d'Aro	91.4
Ràdio Associació de Catalunya, SCCL	Lloret de Mar	89.0
Ràdio Ciutat de Manresa, SL	Manresa	101.7
Radio España de Barcelona, SA	Barcelona	96.9
Radio España de Barcelona, SA	Girona	88.1
Radio España de Barcelona, SA	Lleida	92.6
Ràdio i Televisió de la Catalunya Nova, SL	Valls	103.2
Ràdio Marina, SA	Calella	96.2
Ràdio Marina, SA	Blanes	100.3
Ràdio Olot, SA	Olot	98.1
Radio Popular, SA	Figueres	89.4
Radio Popular, SA	Lleida	96.0
Radio Popular, SA	Reus	89.6
Ràdio Ripoll, SL	Ripoll	90.5
Radio Salud, SA	Sabadell	89.1
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Rubí	97.7
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Manresa	88.5
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Sant Pere de Ribes	101.9
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Vic	105.3
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Girona	105.1
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Olot	94.2
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Ripoll	97.6
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Puigcerdà	90.3
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Tremp	89.8
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Tarragona	92.9
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Lleida	93.4
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Lleida	103.6
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Sort	89.6
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Vielha	97.2
Radiocat XXI, SLU	Banyoles	91.9
Radiocat XXI, SLU	Vic	91.8
Radiocat XXI, SLU	Vic	101.2
Radiocat XXI, SLU	Tremp	98.8
Radiocat XXI, SLU	Tortosa	94.2
Radiocat XXI, SLU	Tarragona	89.3
Radiocat XXI, SLU	Tarragona	99.2
Radiocat XXI, SLU	Sort	90.1
Radiocat XXI, SLU	Sant Pere de Ribes	91.2
Radiocat XXI, SLU	Sant Celoni	102.5
Radiocat XXI, SLU	Sant Carles de la Ràpita	101.0
Radiocat XXI, SLU	Ripoll	105.0
Radiocat XXI, SLU	Ripoll	87.7
Radiocat XXI, SLU	Puigcerdà	91.4
Radiocat XXI, SLU	Puigcerdà	87.7
Radiocat XXI, SLU	Olot	92.1
Radiocat XXI, SLU	Olot	100.3
Radiocat XXI, SLU	Manresa	104.8
Radiocat XXI, SLU	Lloret de Mar	87.6
Radiocat XXI, SLU	Lleida	90.3

Radiocat XXI, SLU	La Seu d'Urgell	92.9
Radiocat XXI, SLU	Igualada	101.1
Radiocat XXI, SLU	Girona	100.1
Radiocat XXI, SLU	El Masnou	87.7
Radiocat XXI, SLU	Sitges	104.5[A]
Radiocat XXI, SLU	Sitges	104.5[B]
Radiocat XXI, SLU	Castell d'Aro	99.9
Rkor Ràdio, SLU	Granollers	93.5
Rkor Ràdio, SLU	Girona	106.8
Rkor Ràdio, SLU	Tarragona	102.7
Rkor Ràdio, SLU	Lleida	102.7
Rkor Ràdio, SLU	Vielha	99.3
Rkor Ràdio, SLU	Sant Pere de Ribes	90.6
RM Radio, SA	Mataró	88.7
RM Radio, SA	Cabrils	90.2
RM Radio, SA	Calella	94.2
RM Radio, SA	Castell d'Aro	89.6
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Girona	99.6
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Manresa	95.2
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Manresa	99.8
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Vic	93.2
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Vic	105.9
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Girona	100.7
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Puigcerdà	106.6
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Puigcerdà	96.1
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Lleida	104.1
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Tarragona	90.4
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Tortosa	89.1
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Tortosa	102.9
Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SA	Vila-Seca i Salou	92.5[C]
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Barcelona	93.9
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Barcelona	99.4
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Barcelona	103.5
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Girona	95.1
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Berga	95.7
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Bossòst	88.2
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Cambrils	97.6
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Castell d'Aro	101.9
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Cervera	99.2
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Figueres	104.4
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Gandesa	95.7
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Girona	98.5
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Lleida	102.2
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Martorell	96.0
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Olot	95.5
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Palamós	96.3
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Puigcerdà	89.8
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Puigcerdà	99.1
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Reus	97.1
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Reus	101.4
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Ripoll	94.9
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Sant Pere de Ribes	89.0
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Sant Pere de Ribes	98.8

Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Santa Coloma de Farners	92.3
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Tortosa	105.6
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Vic	92.1[D]
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Vic	89.6
Taelus, SL	Manresa	91.8
Unidad Editorial Internet, SLU	Tortosa	101.9
Uniprex, SAU	Barcelona	94.9
Uniprex, SAU	Sant Feliu de Guíxols	90.3[E]
Uniprex, SAU	Vilanova i la Geltrú	96.3
Uniprex, SAU	Girona	98.9
Uniprex, SAU	Calella	102.4
Uniprex, SAU	Lleida	99.7
Uniprex, SAU	Lleida	94.1
Uniprex, SAU	Reus	95.3
Zeta Rock and Gol, SL	Roses	94.4
Zeta Rock and Gol, SL	La Bisbal	101.3

[A] Malgrat que el prestador va sol·licitar la transformació de la freqüència 94.1 MHz, aquesta transformació es refereix a la 104.5 MHz, ja que és la freqüència planificada en el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència aprovat per Reial decret 964/2006, d'1 de setembre.

[B] Malgrat que el prestador va sol·licitar la transformació de la freqüència 94.1 MHz, aquesta transformació es refereix a la 104.5 MHz, ja que és la freqüència planificada en el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència aprovat per Reial decret 964/2006, d'1 de setembre.

[C] Malgrat que el prestador va sol·licitar la transformació de la freqüència 92.4 MHz, aquesta transformació es refereix a la 92.5MHz,que és la freqüència planificada en el Pla tècnic nacional de Radiodifusió Sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència aprovat per Real decret 964/2006, d'1 de setembre.

[D] Malgrat que el prestador va sol·licitar la transformació de la freqüència 92.3 MHz, aquesta transformació es refereix a la 92.1 MHz, ja que és la freqüència planificada en el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència aprovat per Reial decret 64/2006, d'1 de setembre.

[E] Malgrat que el prestador va sol·licitar la transformació de la freqüència 90.4 MHz, aquesta transformació es refereix a la 90.3 MHz, ja que és la freqüència planificada en el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència aprovat per Reial decret 964/2006, d'1 de setembre.

Font: Annex de l'Acord del Ple del Consell 193/2010, de 28 de juliol.

Taula 5. Persones titulars de serveis de ràdio de DAB a les quals se'ls ha transformat el títol habilitant

Concessionària DAB	Àmbit	Lot
Agrupación Radiofónica, SA (Agrurasa)	Nacional amb desconnexions regionals	lot 7
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 1
Comit Audiovisual, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 2
Comit Audiovisual, SL	Supracomarcal comarques de Tarragona	lot 13
Comit Audiovisual, SL	Supracomarcal Montsià-Baix Ebre	lot 31
Comit Audiovisual, SL	Comarcal Gironès	lot 19
Comit Audiovisual, SL	Comarcal Bages	lot 37
Comit Audiovisual, SL	Comarcal Osona	lot 43
Compañía de Emisiones y Publicidad, SA (CEPSA)	Comarcal Osona	lot 44
Comunicacions Pla, SA	Comarcal Segrià	lot 25
Diari Segre, SLU	Comarcal Segrià	lot 26
Enciclopèdia Catalana, SAU	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 3
Fundació Missatge Humà i Cristià	Nacional amb desconnexions regionals	lot 8
Grupo Editorial 100x100, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 4
Grupo Editorial 100x100, SL	Supracomarcal comarques de Tarragona	lot 14
Grupo Editorial 100x100, SL	Supracomarcal comarques de Montsià-Baix Ebre	lot 32
Grupo Editorial 100x100, SL	Comarcal Gironès	lot 20
Grupo Editorial 100x100, SL	Comarcal Segrià	lot 27
Grupo Editorial 100x100, SL	Comarcal Bages	lot 38
Grupo Editorial 100x100, SL	Comarcal Osona	lot 45
Mediaproducción, SL	Nacional amb desconnexions provincials	lot 1
Mediaproducción, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 5
Mediaproducción, SL	Supracomarcal comarques de Tarragona	lot 15
Mediaproducción, SL	Supracomarcal comarques de Montsià-Baix Ebre	lot 33
Mediaproducción, SL	Comarcal Gironès	lot 21
Mediaproducción, SL	Comarcal Segrià	lot 28
Mediaproducción, SL	Comarcal Bages	lot 39
Mediaproducción, SL	Comarcal Osona	lot 46
Onda Ramblas, SA	Nacional amb desconnexions provincials	lot 2
Onda Ramblas, SA	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 7
Onda Ramblas, SA	supracomarcal comarques de Tarragona	lot 17
Onda Ramblas, SA	Supracomarcal comarques de Montsià-Baix Ebre	lot 35
Onda Ramblas, SA	Comarcal Osona	lot 48
Onda Ramblas, SA	Comarcal Bages	lot 41
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 8
Ràdio Associació de Catalunya, SCCL	Nacional amb desconnexions provincials	lot 3
Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA	Macional amb desconnexions regionals	lot 10
Ràdio Marina, SA	Comarcal Gironès	lot 23
Radiocat XXI, SLU	Nacional amb desconnexions provincials	lot 4
Radiocat XXI, SLU	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 9
Rkor Ràdio, SLU	Nacional amb desconnexions provincials	lot 5
RM Radio, SA	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 10
RM Radio, SA	Supracomarcal comarques de Montsià-Baix Ebre	lot 36
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Nacional amb desconnexions provincials	lot 6
Sistema Català de Radiodifusió, SL	Nacional amb desconnexions regionals	lot 11
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Nacional amb desconnexions regionals	lot 9
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 6
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 11
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Supracomarcal comarques de Tarragona	lot 16
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Supracomarcal comarques de Tarragona	lot 18
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Comarcal Gironès	lot 22

Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Comarcal Gironès	lot 24
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Comarcal Segrià	lot 29
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Comarcal Segrià	lot 30
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Supracomarcal comarques de Montsià-Baix Ebre	lot 34
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Comarcal Bages	lot 40
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	Comarcal Osona	lot 47
Taelus, SL	Comarcal Bages	lot 42
Uniprex, SAU	Supracomarcal comarques de Barcelona	lot 12
UTE Radio Salud,SA, Radio Club 25, SA, Ràdio Ciutat de Manresa, SL, Chest Game, SLU, Catalana i Aranesa de Telecomunicacions, SLU i Ràdio i Televisió de la Catalunya Nova, SL	Nacional amb desconnexions regionals	lot 12

Font: Annex de l'Acord del Ple del Consell 193/2010, de 28 de juliol.

Taula 6. Transformació en llicència de concessions provisionals per a la gestió indirecta de serveis de ràdio en FM

Concessionària FM	**Localitat**	**MHz**
Comunicacions Lleidatanes, SAU	Tàrrega	89.8
Comunicacions Pla, SA	Solsona	104.4
Ens de Comunicacions, SL	La Seu d'Urgell	105.0
Miquel Calçada i Olivella/Carles Cuní i Llaudet	Sant Feliu de Llobregat	106.1

Font: Annexos dels Acords del Ple del Consell 194 i 195/2010, de 28 de juliol.

Per la seva banda, l'Acord del Ple del Consell 201/2010, de 28 de juliol,[29] realitza una declaració de reconeixement de la vigència de l'assignació efectuada al Consorci de Comunicació Local per prestar el servei de radiodifusió sonora en FM en les freqüències que es relacionen a la taula 7.

[29] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_201_2010_Conversi__t_tol_CCL.pdf>

Taula 7 . Freqüències relacionades a l'Acord del Ple del Consell 201/2010, de 28 de juliol

Província	Localitat	Freqüència	Estat
B	Berga-Figuerassa	90.9 MHz	EX
B	Guardiola	98.0 MHz	EX
B	Igualada	97.9 MHz	EX
B	Manresa-Montserrat	88.1 Mhz	EX
B	Sant Celoni-Montseny	91.3 MHz	EX
B	Sant Pere de Ribes-Mongros	89.9 MHz	EX
B	Vic-Collsuspina	95.7 MHz	EX
GI	Calonge-Platja d'Aro	90.8 MHz	EX
GI	Lloret de Mar	93.7 MHz	EX
GI	Olot	92.9 MHz	EX
GI	Portbou-Colera	89.6 MHz	EX
GI	Puigcerdà-Alp	94.2 MHz	EX
GI	Ripoll	91.0 MHz	EX
L	Cervera	88.1 MHz	EX
L	Pont de Suert	91.0 MHz	EX
L	Solsona-Olius	88.2 MHz	EX
L	Sort-Soriguera	91.7 MHz	EX
L	Tremp	88.1 MHz	EX
L	Vielha-Eth Aro	91.7 MHz	EX
T	Montblanc-Figuerola	87.6 MHz	EX
T	Tortosa-Mont Caro	99.0 MHz	EX
T	Vendrell-Baix Penedès	89.6 MHz	EX

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Acord del Ple del Consell 201/2010, de 28 de juliol.

2.6.2 Nomenaments

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en sessió duta a terme el 30 de juliol de 2010, va nomenar Josep Pont vicepresident de l'organisme. El conseller Pont, que és membre del Consell des de l'any 2008, va substituir en la vicepresidència Domènec Sesmilo, el qual, juntament amb Rafael Jorba i Fernando Rodríguez Madero, va finalitzar el seu mandat al Consell el 30 de juny de 2010.

D'altra banda, la Resolució del Parlament de Catalunya 748/VIII, de 14 de juliol de 2010, publicada al *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* núm. 5682, de 30 de juliol,[30] fa publica la designació de Carme Figueras com a nova consellera. Amb aquest nomenament es cobreix una de les tres vacants que van deixar els consellers que van finalitzar el mandat el 30 de juny de 2010, d'acord amb els articles 4 i 7 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya[31] i la disposició addicional primera de la LCA.

[30] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5682/10201021.pdf>
[31] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Llei_CAC_text_consolidat_.pdf>

3. Estat

3.1 Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual

La nova llei reguladora del sector audiovisual a l'Estat, publicada al BOE núm. 79, d'1 d'abril de 2010,[32] té com a objectius i funcions principals la incorporació a l'ordenament jurídic estatal de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual,[33] la compilació de la normativa audiovisual estatal vigent encara vàlida, l'actualització dels aspectes d'aquesta normativa que han sofert modificacions importants, així com la regulació de les noves situacions que no tenen marc legal. Tal com s'esmenta en el preàmbul, la LGCA forma part del paquet legislatiu iniciat pel Govern de l'Estat per reformar el marc audiovisual estatal, endegat amb l'aprovació de la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal[34] i, complementat, posteriorment, per la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE[35] i el Mandat marc de la Corporación RTVE, aprovat per les Corts Generals els dies 11 i 12 de desembre de 2007.[36]

La LGCA va entrar en vigor un mes després d'haver estat publicada al BOE – l'1 d'abril de 2010. Així, des de l'1 de maig de 2010, la nova llei bàsica audiovisual s'aplica a tots els serveis de comunicació audiovisual d'àmbit estatal, autonòmic i local, sense perjudici de les competències reservades als seus àmbits respectius, amb l'excepció de la secció segona del capítol II del títol II de la Llei, relativa al dret a realitzar comunicacions comercials, que va entrar en vigor tres mesos després de la publicació de la Llei al BOE, és a dir, l'1 d'agost de 2010.

Abans d'entrar en l'anàlisi de les principals previsions que estableix la LGCA, cal assenyalar que la nova llei presenta una estructura diferent de la utilitzada

[32] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292-C.pdf>
[33] La disposició final cinquena de la LGCA expressament estableix que "mitjançant aquesta Llei s'incorpora a l'ordenament espanyol la Directiva 2007/65/CE del Parlament Europeu i del Consell d'11 de desembre de 2007, per la qual es modifica la Directiva 89/552/CEE del Consell sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva."
[34] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2006/06/16/pdfs/A01839-01850.pdf>
[35] <http://www.boe.es/boe/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988.pdf>
[36] <http://www.boe.es/boe/dias/2008/06/30/pdfs/A28833-28843.pdf>

habitualment en la normativa audiovisual aprovada amb anterioritat. D'una sistemàtica en la qual s'establia una relació d'obligacions que els prestadors de serveis de ràdio i televisió havien de complir, es passa, amb la LGCA, a una sistematització de les previsions en matèria audiovisual que gira entorn d'un seguit de drets –drets del públic i dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual– i normes bàsiques per regular i coordinar el mercat de la comunicació audiovisual. Aquest nou enfocament legal s'articula a LGCA mitjançant seixanta-un articles agrupats en sis títols, sis disposicions addicionals, quinze disposicions transitòries, una de derogatòria i vuit de finals (vegeu la taula 8).

Taula 8. Sistemàtica de la LGCA

Sistemàtica de la LGCA (1)			
Títol I. Disposicions generals	Article 1. Objecte de la Llei. Article 2. Definicions. Article 3. Àmbit d'aplicació.		
Títol II. Normativa bàsica per a la comunicació audiovisual	Capítol I. El drets públics	Article 4. El dret a rebre una comunicació audiovisual plural. Article 5. El dret a la diversitat cultural i lingüística. Article 6. El dret a una comunicació audiovisual transparent. Article 7. Els drets del menor. Article 8. Els drets de les persones amb discapacitat. Article 9. El dret a la participació en el control dels continguts audiovisuals.	
	Capítol II. Els drets dels prestadors del servei de comunicació audiovisual	Secció 1a. Llibertat en la direcció editorial, el dret d'accés i el dret a l'autoregulació	Article 10. La llibertat de prestació del servei de comunicació audiovisual. Article 11. El dret d'accés als serveis de comunicació electrònica Article 12. El dret a l'autoregulació del prestador del servei de comunicació audiovisual.
		Secció 2a. El dret a realitzar comunicacions comercials	Article 13. El dret a crear canals de comunicació comercial i programes o anuncis d'autopromoció. Article 14. El dret a emetre missatges publicitaris. Article 15. El dret a emetre missatges de venda. Article 16. El dret al patrocini. Article 17. El dret a l'emplaçament de productes. Article 18. Comunicacions comercials prohibides en qualsevol de les seves formes.
		Secció 3a. La contractació en exclusiva de l'emissió per televisió de continguts audiovisuals	Article 19. El dret a contractar l'emissió en exclusiva de continguts audiovisuals. Article 20. La potestat per excloure l'emissió codificada d'esdeveniments d'interès general per a la societat. Article 21. Compravenda de drets exclusius de les competicions futbolístiques espanyoles regulars.
Títol III. Normes bàsiques per a la regulació i coordinació del Mercat de Comunicació Audiovisual	Capítol I. Règim jurídic bàsic de la prestació de serveis de comunicació audiovisual en un mercat transparent i plural	Secció 1a. Els serveis de comunicació audiovisual com a serveis d'interès general	Article 22. Règim jurídic dels serveis de comunicació audiovisual d'interès general. Article 23. La comunicació prèvia. Article 24. Règim jurídic de les llicències audiovisuals. Article 25. Requisits per ser titular d'una llicència de comunicació audiovisual. Article 26. Limitacions per raons d'ordre públic audiovisual. Article 27. Concursos per a la concessió de llicències de prestació de serveis audiovisuals. Article 28. Durada i renovació de les llicències audiovisuals. Article 29. Negocis jurídics sobre llicències de comunicació audiovisual. Article 30. Extinció de les llicències audiovisuals. Article 31. Explotació de xarxes de comunicació electrònica i serveis de comunicació audiovisual. Article 32. Serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre. Article 33. Registres de prestadors del servei de comunicació audiovisual.
		Secció 2a. Noves formes de comunicació audiovisual	Article 34. Televisió en mobilitat. Article 35. Televisió en alta definició.
		Secció 3a. Regles per al manteniment d'un mercat audiovisual competitiu, transparent i plural	Article 36. Pluralisme al mercat audiovisual televisiu. Article 37. Pluralisme al mercat audiovisual radiofònic.

Sistemàtica de la LGCA (2)		
Títol III. Normes bàsiques per a la regulació i coordinació del Mercat de Comunicació Audiovisual	Capítol II. La Llibertat de recepció dels serveis de comunicació audiovisual prestats des de fora d'Espanya	Article 38. Llibertat de recepció dels serveis prestats dins de l'Espai Econòmic Europeu. Article 39. Servei de comunicació audiovisual dirigit total o principalment al territori esp.
Títol V. El Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals (CEMA)	Capítol I. Naturalesa, fins i règim i règim jurídic	Article 44. Naturalesa. Article 45. Fins. Article 46. Règim jurídic
	Capítol II. Funcions	Article 47. Funcions. Article 48. Potestats i facultats.
	Capítol III. Organització i garanties d'independència	Article 49. Òrgans directius. Article 50. Estatut personal. Article 51. Comitè Consultiu. Article 52. Garantia patrimonial i financera.
	Capítol IV. Responsabilitat del CEMA	Article 53. Control parlamentari del CEMA Article 54. Esgotament de la via administrativa i control jurisdiccional.
Títol VI. Règim sancionador bàsic	Article 55. Principis generals Article 56. *Sense títol* Article 57. Infraccions molt greus. Article 58. Infraccions greus. Article 59. Infraccions lleus. Article 60. Sancions. Article 61. Responsabilitat per la comissió d'infraccions.	
Disposicions addicionals	1a. Constitució de l'Agencia Estatal de Radiocomunicacions 2a. Participació de les comunitats autònomes en la planificació estatal de l'espai radioelèctric. 3a. *Sense títol* 4a. Règim especial aplicable a les Canàries. 5a. Gestió directa del servei públic de ràdio i televisió de titularitat estatal. 6a. *Sense títol*	
Disposicions transitòries	1a. Procediment aplicable en els concursos convocats d'acord amb legislació anterior. 2a. Drets reconeguts i títols atorgats abans de l'entrada en vigor d'aquesta Llei. 3a. Conversió dels actuals registres de societats concessionàries per a la gestió indirecte del servei públic essencial de la televisió, d'empreses radiodifusores i especial d'operadors de cable, i creació del Registre estatal de prestadors del servei de comunicació audiovisual. 4a. Règim transitori d'incompatibilitats de llicències. 5a. Serveis de suport per a les persones amb discapacitat. 6a. Catàleg d'esdeveniments d'interès general per a la societat. 7a. El Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals. 8a. Primer mandat dels membres del Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals. 9a. Millora tecnològica i aprofitament del domini públic radioelèctric per a la prestació dels servei de comunicació audiovisual. 10a. Revisió de la planificació i de les concessions per a la gestió de les televisions locals per ones hertzianes. 11a. Cobertura de la televisió digital terrestre a les Canàries. 12a. Vigència dels contractes d'adquisició dels drets de les competicions futbolístiques. 13a. Emissió de comunicació comercial audiovisual. 14a. Serveis de comunicació comunitaris sense ànim de lucre existents. 15a. Digitalització del servei de radiodifusió sonora terrestre.	
Disposició derogatòria		
Disposicions finals	1a. Modificació de la Llei 6/1997, de 14 d'abril, d'organització i funcionament de l'Administració General de l'Estat. 2a. Modificació de la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal. 3a. Modificació de la Llei 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación Radio Televisión Española. 4a. Mandat marc a la Corporación RTVE. 5a. Incorporació de dret de la Unió Europea. 6a. Títol competencial. 7a. Habilitació normativa. 8a. Entrada en vigor.	

Font: Elaboració pròpia a partir de la LGCA.

El títol I de la LGCA (articles 1, 2 i 3) conté les disposicions generals d'aquesta Llei, i en delimita l'objecte i l'àmbit d'aplicació, així com les definicions necessàries per entendre millor els termes més rellevants utilitzats per la norma. Segons l'article 1, la LGCA regula la comunicació audiovisual de cobertura estatal i estableix les normes bàsiques en matèria audiovisual, sens perjudici de les competències reservades a les comunitats autònomes i als ens locals en els seus àmbits respectius. Pel que fa a les definicions (article 2), la LGCA ha pres com a referència les previstes a la Directiva de serveis de comunicació audiovisual, si bé de la seva lectura es desprèn que no són estrictament coincidents. Entre les definicions que incorpora la LGCA, hi ha les relatives a *prestador del servei de comunicació audiovisual*,[37] *serveis i modalitats de comunicació audiovisual*,[38] *servei de comunicació audiovisual de cobertura estatal*,[39] *cadena radiofònica*,[40] *responsabilitat editorial*,[41] *prestador d'un servei de catàleg de programes*,[42] *comunicació comercial audiovisual*.[43]

[37] "La persona física o jurídica que té el control efectiu, això és, la direcció editorial, sobre la selecció dels programes i continguts i la seva organització en un canal o en un catàleg de programes. L'arrendatari d'una llicència de comunicació audiovisual té la consideració de prestador de servei."

[38] "Són serveis de comunicació audiovisual els serveis la responsabilitat editorial dels quals correspon a un prestador del servei i la principal finalitat dels quals és proporcionar, a través de xarxes de comunicacions electròniques, programes i continguts amb l'objecte d'informar, entretenir o educar el públic en general, així com emetre comunicacions comercials.
Són modalitats del servei de comunicació audiovisual:
a) El servei de comunicació audiovisual televisiva, que es presta per al visionament simultani de programes sobre la base d'un horari de programació.
b) El servei de comunicació audiovisual televisiva a petició, que es presta per al visionament de programes i continguts en el moment elegit per l'espectador i a petició pròpia sobre la base d'un catàleg de programes seleccionat pel prestador del servei de comunicació.
c) El servei de comunicació audiovisual televisiva en mobilitat o «televisió en mobilitat», que es presta per al visionament de programes i continguts en un dispositiu mòbil.
d) El servei de comunicació audiovisual radiofònica, que es presta per a l'audició simultània de programes i continguts sobre la base d'un horari de programació.
e) Els serveis de comunicació audiovisual radiofònica a petició, que es presta per a l'audició de programes i continguts en el moment elegit per l'oient i a petició pròpia sobre la base d'un catàleg de programes seleccionat pel prestador del servei de comunicació.
f) El servei de comunicació audiovisual radiofònica en mobilitat o «ràdio en mobilitat», que es presta per a l'audició de programes i continguts en un dispositiu mòbil."

[39] "Es considera servei de comunicació audiovisual de cobertura estatal:
a) El servei públic de comunicació audiovisual la reserva del qual per a la gestió directa ha estat acordada per l'Estat.
b) El servei de comunicació audiovisual la llicència del qual ha estat atorgada per l'Estat.
c) El servei de comunicació audiovisual que es presta per al públic de més d'una comunitat autònoma.
Tanmateix, no es considera de cobertura estatal en els supòsits de desbordaments naturals del senyal en l'emissió per al territori en el qual s'ha habilitat la prestació del servei."

[40] "Conjunt d'emissions simultànies de ràdio organitzades dins d'un horari de programació que no pot ser alterat pel públic."

En relació amb l'àmbit d'aplicació, la LGCA preveu que els serveis de comunicació audiovisual hi resten subjectes, sempre que el prestador del servei de comunicació audiovisual estigui establert a Espanya, d'acord amb els criteris fixats al mateix article 3.[44]

El títol II inclou la normativa bàsica per a la comunicació audiovisual. El capítol I d'aquest títol (articles 4 a 9) estableix els drets del públic a rebre una comunicació audiovisual plural, a la diversitat cultural i lingüística i a una comunicació audiovisual transparent; declara els drets del menor i de les persones amb discapacitat i reconeix el dret de qualsevol persona física o jurídica a participar en el control dels continguts audiovisuals. L'article 4 de la LGCA estableix el dret a rebre una comunicació audiovisual plural, en el sentit de considerar que totes les persones tenen dret que "[...] la comunicació audiovisual es presti a través d'una

[41] "S'entén per responsabilitat editorial l'exercici de control efectiu tant sobre la selecció dels programes com sobre la seva organització, ja sigui en un horari de programació cronològic o en un catàleg dels serveis de comunicació audiovisual. La responsabilitat editorial no implica necessàriament una responsabilitat legal d'acord amb la legislació nacional pels continguts o els serveis prestats."

[42] "La persona física o jurídica reconeguda com a prestador de servei de comunicació audiovisual en la modalitat de «comunicació audiovisual a petició» que, directament o indirectament, ofereix sota demanda de clients detallistes el visionament de pel·lícules cinematogràfiques, pel·lícules per a televisió i sèries per a televisió en un reproductor fix, portàtil o mòbil amb accés a xarxes d'IP."

[43] "Les imatges o sons destinats a promocionar, de manera directa o indirecta, els béns, serveis o imatge d'una persona física o jurídica dedicada a una activitat econòmica. Aquestes imatges o sons acompanyen un programa o s'hi inclouen a canvi d'una contraprestació a favor del prestador del servei. En tot cas, són formes de comunicació comercial audiovisual: el missatge publicitari televisiu o radiofònic, el patrocini, la televenda i l'emplaçament de producte."

[44] D'acord amb l'apartat 1 de l'article 3 de la LGCA, es considera que un prestador de serveis de comunicació audiovisual "està establert a Espanya en els supòsits següents:
Quan el prestador de serveis de comunicació audiovisual té la seva seu central a Espanya i les decisions editorials sobre el servei de comunicació audiovisual es prenen a Espanya.
Quan el prestador de serveis de comunicació audiovisual té la seva seu central a Espanya però les decisions editorials sobre el servei de comunicació audiovisual es prenen en un altre Estat membre de l'Espai Econòmic Europeu, es considera que el prestador està establert a Espanya quan hi treballi una part significativa del personal que realitza les activitats dels serveis de comunicació audiovisual.
En cas que una part significativa del personal que realitza les activitats de serveis de comunicació audiovisual treballi a Espanya i en l'altre Estat membre, es considera que el prestador del servei de comunicació audiovisual està establert a Espanya quan tingui la seva seu central a Espanya.
En cas que una part significativa del personal que realitza les activitats de serveis de comunicació audiovisual no treballi ni a Espanya ni en cap Estat membre, es considera que el prestador del servei de comunicació audiovisual està establert a Espanya si va iniciar per primera vegada la seva activitat a Espanya, sempre que mantingui un vincle estable i efectiu amb l'economia d'Espanya.
Quan el prestador de serveis de comunicació audiovisual té la seva seu central a Espanya, però les decisions editorials sobre el servei de comunicació audiovisual es prenen en un tercer país, o viceversa, es considera que està establert a Espanya sempre que una part significativa del personal que realitza les activitats de comunicació audiovisual treballi a Espanya."

diversitat de fonts i de continguts i a l'existència de diferents àmbits de cobertura, d'acord amb l'organització territorial de l'Estat. Aquesta prestació plural ha d'assegurar una comunicació audiovisual la programació de la qual inclogui diferents gèneres i atengui els diversos interessos de la societat, especialment quan es realitzi a través de prestadors de titularitat pública [...]". En aquest sentit, al llarg dels sis apartats de l'article s'estableixen uns principis de caràcter general, entre d'altres, que la comunicació audiovisual ha de ser respectuosa amb la dignitat humana i els valors constitucionals, amb especial atenció a l'eradicació de conductes afavoridores de situacions de desigualtat de les dones; ha de respectar el dret a l'honor, la intimitat i la pròpia imatge; no incitar a l'odi o a la discriminació per raó de gènere o de qualsevol circumstància personal; ha de garantir que la comunicació informativa s'elabori d'acord amb el deure de diligència en la comprovació de la veracitat de la informació, etc.

L'article 5 de la LGCA disposa el dret a la diversitat cultural i lingüística, en el sentit que totes les persones tenen el dret que la comunicació audiovisual inclogui una programació en obert que reflecteixi la diversitat cultural i lingüística de la ciutadania. Per a l'efectivitat d'aquest dret, la LGCA modifica lleugerament les previsions que ja establia la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol. En aquest sentit, els prestadors de serveis de televisió de cobertura estatal o autonòmica han de reservar el 51% del temps d'emissió anual de "[...] cada canal o conjunt de canals [...]" a la difusió d'obra audiovisual europea (vegeu la taula 9). Si aquests prestadors de serveis de televisió emeten productes audiovisuals d'una antiguitat inferior a set anys, també han d'invertir anticipadament el 5% si són privats, i el 6% si són de servei públic, dels seus ingressos computables de l'exercici anterior a la producció d'obres audiovisuals europees. El finançament de les obres audiovisuals esmentades pot consistir en la participació directa en la producció o en l'adquisició dels drets d'explotació d'aquestes obres.

Taula 9. Obligacions de difusió d'obres audiovisuals europees (OAE) en la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol, i en la LGCA

Reserva d'OAE prestadors de serveis de televisió		Reserva OAE en qualsevol de les llengües europees		Reserva d'OAE de productors independents		Reserva d'OAE prestadors d'un catàleg de programes		Reserva d'OAE en alguna de les llengües oficials de l'Estat	
Llei 25/1994	**LGCA**	**Llei 25/1994**	**LGCA**	**Llei 25/1994**	**LGCA**	**Llei 25/1994**	**LGCA**	**Llei 25/1994**	**LGCA**
51%, amb exclusió del temps dedicat a informacions, transmissions esportives, concursos o jocs, publicitat, televenda i serveis de teletext.	51%, amb exclusió del temps dedicat a informacions, manifestacions esportives, jocs, publicitat, serveis de teletext i televenda.	Més del 50% del 51%.	El 50% del 51%.	Dintre del 51% de reserva, hi havia d'haver un mínim del 10%, més de la meitat del qual havia d'estar produït en els darrers cinc anys.	En tot cas, el 10% del total d'emissió. La meitat d'aquest 10% ha d'haver estat produïda en els darrers cinc anys.	No se'n preveu.	Reserva del 30% del catàleg. D'aquesta reserva, la meitat ho ha de ser en alguna de les llengües oficials a l'Estat.	El 60% del 5% s'ha de destinar a produccions la llengua original de les quals sigui qualsevol de les oficials a l'Estat.	En tot cas, el 60% del finançament.

Font: Elaboració pròpia a partir de les previsions contingudes a la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol i a la LGCA.

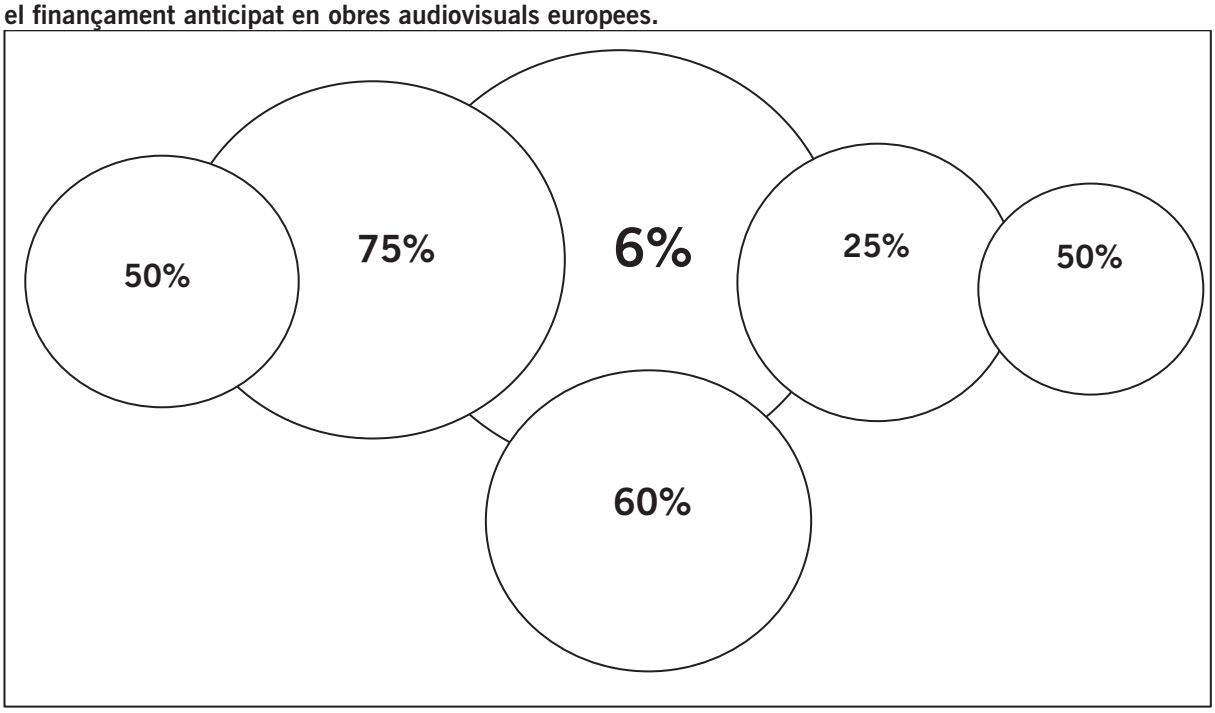
Si bé la LGCA no modifica, en termes generals, respecte a Catalunya, el percentatge d'inversió anticipada que ha de complir el prestador de serveis de televisió de gestió pública,[45] ni l'obligació d'inversió del 60% del finançament anticipat a obres audiovisuals europees la llengua originària de les quals sigui una de les llengües oficials a l'Estat,[46] sí que introdueix, a nivell de norma bàsica, més detall sobre el destí d'aquesta inversió anticipada. En el cas dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual de servei públic, la LGCA estableix que com a mínim el 75% de l'obligació de finançament s'haurà de dedicar al finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere. D'aquest import, almenys el 50% s'haurà d'aplicar, en el conjunt del còmput anual, a obres de productors independents (en les coproduccions no s'ha de comptabilitzar a aquest efecte l'aportació del productor independent).

Així mateix, els prestadors de serveis de comunicació audiovisual de titularitat pública hauran de dedicar com a mínim el 25% del total de la seva obligació de finançament a pel·lícules, sèries o minisèries de televisió i un mínim del 50% a pel·lícules o minisèries per a televisió (vegeu el gràfic 1).

[45] L'apartat 1 de l'article 24 de la Llei de la CCMA, que va entrar en vigor el 19 d'octubre de 2007, ja havia establert el percentatge del 6% d'inversió anticipada en obres audiovisuals europees per al prestador del servei públic de televisió de Catalunya.

[46] Previsió que estableix l'apartat 1 de l'article 5 de la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol, per la qual s'incorporava a l'ordenament jurídic estatal la Directiva 89/552/CEE. Aquesta llei ha estat una de les que ha derogat expressament la LGCA (disposició derogatòria).

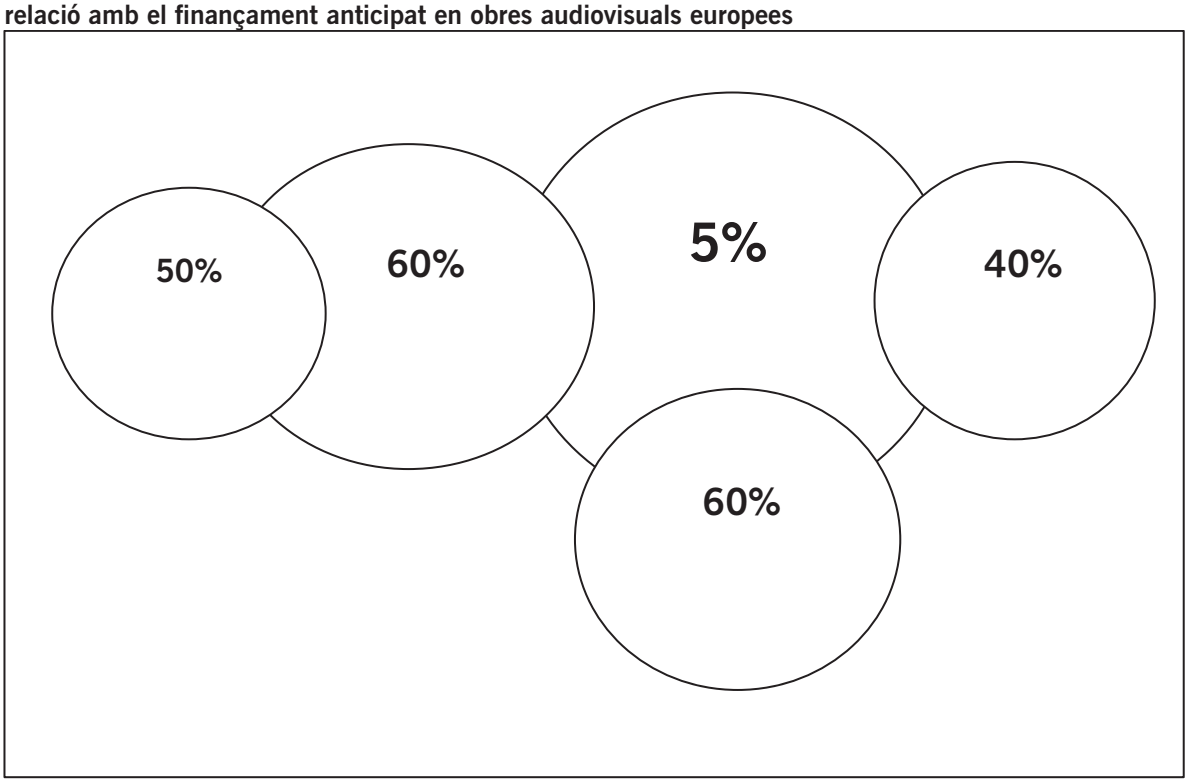
Gràfic 1. Obligacions dels prestadors de servei públic de televisió estatal o autonòmic en relació amb el finançament anticipat en obres audiovisuals europees.



Font: Elaboració pròpia a partir de les previsions de l'apartat 3 de l'article 5 de la LGCA.

En el cas dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual de gestió privada, la LGCA manté el 5% d'inversió anticipada, però, igual com per als prestadors de servei públic, desglossa el destí que cal donar a aquest percentatge. En coherència amb el que s'ha exposat, la LGCA estableix que com a mínim el 60% de l'obligació de finançament s'haurà de dedicar al finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere. D'aquest import, almenys el 50% s'haurà d'aplicar, en el conjunt del còmput anual, a obres de productors independents. Així mateix, els prestadors de serveis de comunicació audiovisual de gestió privada hauran de dedicar com a mínim el 40% del total de la seva obligació de finançament a pel·lícules, sèries o minisèries de televisió (vegeu el gràfic 2).

Gràfic 2. Obligacions dels prestadors de serveis de televisió estatal o autonòmic de gestió privada en relació amb el finançament anticipat en obres audiovisuals europees



Font: Elaboració pròpia a partir de les previsions de l'apartat 3 de l'article 5 de la LGCA.

Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual l'obligació d'inversió dels quals sigui derivada de l'emissió, en exclusiva o en un percentatge superior al 70% del seu temps total d'emissió anual, d'un únic tipus de continguts, on aquests són pel·lícules cinematogràfiques, sèries de televisió, produccions d'animació o documentals, poden materialitzar-la invertint únicament en aquest tipus de continguts sempre que es materialitzin en suport fotoquímic o en suport digital d'alta definició.

A banda del detall en la destinació del percentatge d'inversió, una altra de les novetats que incorpora la LGCA és l'aplicació de l'obligació de finançament establerta en aquest article als prestadors del servei de comunicació electrònica que difonguin canals de televisió i als prestadors de serveis de catàlegs de programes.

Queden exclosos de l'obligació d'inversió anticipada en obres audiovisuals europees els serveis de televisions locals que no formin part d'una xarxa estatal.

En darrer lloc, pel que fa a aquesta qüestió, cal assenyalar que l'organisme competent a Catalunya per verificar el compliment de les obligacions de difusió i

inversió anticipada en obres audiovisuals europees és el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'article 6 de la LGCA preveu el dret a una comunicació audiovisual transparent, mentre que l'article 7 tracta específicament sobre els drets del menor. En relació amb la protecció dels menors, la LGCA introdueix tres franges de protecció reforçada dintre de l'horari protegit de 6 del matí a 10 de la nit, que ja preveia la Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol. Aquestes tres franges són les següents: entre les 8 i les 9 hores i entre les 17 i les 20 hores en el cas dels dies laborables i entre les 9 i les 12 hores dissabtes, diumenges i festius d'àmbit estatal. Els continguts qualificats de *recomanats per a més grans de 13 anys* s'han d'emetre fora d'aquestes franges horàries, i al llarg de l'emissió del programa que els inclou s'ha de mantenir l'indicatiu visual de la seva qualificació per edats. És aplicable la franja de protecció horària de dissabtes i diumenges als dies següents: 1 i 6 de gener, Divendres Sant, 1 de maig, 12 d'octubre, 1 de novembre i 6, 8 i 25 de desembre.

L'obligació de senyalització orientativa i de qualificació dels continguts que s'emeten resta en idèntics termes que els que ja es preveien, si bé la LGCA actualitza aquesta previsió i disposa que "[...] tots els prestadors de serveis de comunicació audiovisual televisiva, inclosos els de petició, han d'utilitzar, per a la classificació per edats dels seus continguts, una codificació digital que permeti l'exercici del control parental. El sistema de codificació ha d'estar homologat per l'autoritat audiovisual. [...]".

Els programes dedicats a jocs d'atzar i apostes només es poden emetre entre la una i les cinc del matí. Aquells amb contingut relacionat amb l'esoterisme i les paraciències, només es poden emetre entre les 22 i les 7 del matí. En tot cas, els prestadors del servei de comunicació audiovisual tenen responsabilitat subsidiària sobre els fraus que es puguin produir a través d'aquests programes. Queden exclosos d'aquesta restricció horària els sortejos de les modalitats i productes de joc amb finalitat pública.

Finalment, l'article 7 de la LGCA recull previsions sobre els drets del menor en les comunicacions comercials audiovisuals; entre d'altres, que en horari de protecció al menor els prestadors del servei de comunicació audiovisual no poden inserir

comunicacions comercials que promoguin el culte al cos i el rebuig a l'autoimatge, com ara productes aprimadors, intervencions quirúrgiques o tractaments d'estètica, que apel·lin al rebuig social per la condició física, o a l'èxit degut a factors de pes o estètica. A banda, també s'estableixen les limitacions que, amb caràcter general, han de respectar les comunicacions audiovisuals comercials envers els menors.

Quan es realitzi el servei de comunicació audiovisual mitjançant un catàleg de programes, els prestadors han d'elaborar catàlegs separats per als continguts que no hagin de ser d'accés a menors.

Tal com s'ha avançat en l'apartat 2.5 d'aquest capítol, l'article 8 de la LGCA regula els drets de les persones amb discapacitat per garantir l'accés d'aquest col·lectiu als serveis de comunicació audiovisual d'acord amb les possibilitats tecnològiques. A aquest efecte, preveu que els prestadors privats de serveis de televisió de cobertura estatal o autonòmica subtitulin el 75% dels seus programes en obert i comptin almenys amb dues hores a la setmana d'interpretació amb llengua de signes. Així mateix, les persones amb discapacitat visual tenen el dret que la comunicació audiovisual televisiva, en obert i de cobertura estatal o autonòmica, compti almenys amb dues hores audiodescrites a la setmana. El percentatge de subtitulació s'incrementa fins al 90% per als prestadors de servei públic, com també s'incrementen fins a 10 les hores d'interpretació amb llengua de signes i d'audiodescripció a la setmana per a aquests prestadors.

Els percentatges i els valors que estableix la LGCA s'han d'aconseguir de manera progressiva. Amb aquest objectiu, la disposició transitòria cinquena de la nova llei estatal estableix els percentatges i valors que fins al 2013 han de complir els prestadors de serveis de televisió (vegeu les taules 1 i 2). El govern de l'Estat pot ampliar aquests terminis mitjançant un reglament, d'acord amb l'evolució del mercat audiovisual, el procés d'implantació de la tecnologia digital i el desenvolupament dels mitjans tècnics disponibles en cada moment.

El capítol II del títol II de la LGCA es refereix als drets dels prestadors del servei de comunicació audiovisual; i es divideix en tres seccions, la primera, relativa a la llibertat en la direcció editorial, el dret d'accés i el dret a l'autoregulació (articles 10 a 12); la segona, sobre el dret a realitzar comunicacions comercials (articles 13 a 18);

i, la tercera, quant a la contractació en exclusiva de l'emissió per televisió de continguts audiovisuals (articles 19 a 21).

L'article a destacar de la secció primera és el relatiu al dret a l'autoregulació dels prestadors dels serveis de comunicació audiovisual (article 12). Quant a la secció II, recull les previsions relatives a la comunicació comercial audiovisual. Pel que fa a aquesta qüestió, la LGCA regula (article 13) l'autopromoció i el temps dedicat als anuncis publicitaris sobre els mateixos programes i productes dels prestadors de serveis, i els limita a cinc minuts per hora de rellotge.

D'acord amb els apartats 1 i 2 de l'article 14 de la LGCA, es permet l'emissió de dotze minuts de missatges publicitaris per hora de rellotge en els serveis de televisió, mentre que en els de ràdio, els connexos i els interactius, tenen el dret a emetre missatges publicitaris lliurement. Per al còmput d'aquests dotze minuts només cal tenir en compte el conjunt dels missatges publicitaris i de televenda. D'acord amb la LGCA, també s'ha d'excloure del còmput la telepromoció quan el missatge individual de la telepromoció tingui una durada clarament superior a la d'un missatge publicitari i el conjunt de telepromocions no superi els trenta-sis minuts al dia, ni els tres minuts per hora de rellotge.

En l'emissió de publireportatges, de telepromocions i, en general, de formes de publicitat altres que els anuncis televisius que, per les característiques de la seva emissió, podrien confondre la persona espectadora sobre el seu caràcter publicitari, s'hi ha de superposar, permanentment i de forma clarament llegible, una transparència amb la indicació "publicitat".

En l'apartat 4 de l'article 14, la LGCA també preveu disposicions relatives a la inserció dels missatges publicitaris als serveis de televisió (vegeu la taula 10). Els prestadors de serveis de televisió han de respectar aquestes regles d'inserció a l'hora d'emetre els missatges publicitaris.

Taula 10. Regles d'inserció dels missatges publicitaris

Concepte	LGCA
Programes integrats per parts autònomes	Els missatges publicitaris a la televisió han de respectar la integritat del programa en el qual s'insereix i de les unitats que el conformen.
Pel·lícules de televisió/llargmetratges/ programes informatius televisius	La transmissió de pel·lícules per a la televisió (amb exclusió de les sèries, els serials i els documentals), llargmetratges i programes informatius televisius pot ser interrompuda una vegada per cada període previst de trenta minuts.
Programes infantils	La interrupció és possible una vegada per cada període ininterromput previst de trenta minuts, si el programa dura més de trenta minuts.
Retransmissions d'esdeveniments esportius	Únicament poden ser interrompudes per missatges de publicitat aïllats quan l'esdeveniment estigui aturat. En les esmentades retransmissions, disposin o no de parts autònomes, es poden inserir missatges publicitaris sempre que permetin seguir el desenvolupament de l'esdeveniment.
Serveis religiosos	No s'ha d'inserir publicitat televisiva ni televenda durant els serveis religiosos.

Font: Elaboració pròpia a partir de les previsions de l'apartat 4 de l'article 14 de la LGCA.

Les altres previsions relatives a les comunicacions comercials es troben a l'article 15, que regula el dret a emetre els missatges de venda, i al 16, que regula el dret al patrocini. Cal esmentar que la LGCA preveu, per primera vegada, tal com ho fa la Directiva de serveis de comunicació audiovisual, la figura de l'emplaçament de producte. Concretament, l'article 17 regula el dret a l'emplaçament de producte, mitjançant el qual els prestadors del servei de comunicació audiovisual tenen el dret a emetre amb emplaçament de producte llargmetratges, curtmetratges, documentals, pel·lícules i sèries de televisió, programes esportius i programes d'entreteniment. Pel que fa a la resta de programes, únicament es pot realitzar l'emplaçament de producte a canvi del subministrament gratuït de béns o serveis, així com les ajudes materials a la producció o els premis, amb vista a la seva inclusió en un programa.

Quan el programa hagi estat produït o encarregat pel prestador del servei o una de les seves filials, el públic ha de ser clarament informat de l'emplaçament del producte al principi i al final del programa, i quan es reprengui després d'una pausa publicitària. L'emplaçament no pot condicionar la independència editorial. Tampoc no pot incitar directament la compra o l'arrendament de béns o serveis, realitzar-ne promocions concretes o donar prominència indeguda al producte. Es prohibeix l'emplaçament de producte en la programació infantil.

Finalment, l'article 18 estableix la relació de comunicacions comercials prohibides en qualsevol de les seves formes. Cal recordar que a aquestes s'hi han

d'afegir les que preveu específicament per als menors l'apartat 3 de l'article 7 de la mateixa LGCA. Com s'ha esmentat, les previsions relatives a les comunicacions comercials audiovisuals han entrat en vigor l'1 d'agost de 2011, posteriorment a la resta de disposicions de la LGCA, per tal que els prestadors afectats poguessin fer una transició a les noves previsions en matèria publicitària.

La secció tercera del capítol II del títol II de LGCA (articles 19 a 21) tracta la contractació en exclusiva de l'emissió per televisió de continguts audiovisuals. Entre d'altres, l'article 20 preveu la potestat per excloure l'emissió codificada d'esdeveniments d'interès general per a la societat. En aquest sentit, el CEMA ha de fixar "[...] mitjançant decisió motivada un catàleg amb vigència biennal on es recullin els esdeveniments d'interès general per a la societat que s'han d'emetre per televisió en obert i amb cobertura estatal. En fer-ho, també s'ha de determinar si els esdeveniments han de ser transmesos totalment o parcialment en directe, o en cas que sigui necessari, per raons d'interès públic, totalment o parcialment en diferit".[47] Això no obstant, "[...] excepcionalment i per majoria de dos terços, el CEMA pot incloure dins del catàleg altres esdeveniments que consideri d'interès general per a la societat. El catàleg i les mesures per a la seva execució els ha de notificar [...] a la Comissió Europea [...]".

El títol III de la LGCA, normes bàsiques per a la regulació i coordinació del Mercat de Comunicació Audiovisual, (articles 22 a 39) s'estructura en dos capítols. El

[47] D'acord amb l'apartat 1 de l'article 20 de la LGCA, "[...] Els esdeveniments d'interès general per a la societat que es poden incloure en l'esmentat catàleg s'han d'escollir de l'elenc següent:
a) Els jocs olímpics d'hivern i d'estiu.
b) Els partits oficials de la selecció espanyola absoluta de futbol i de bàsquet.
c) Les semifinals i la final de l'Eurocopa de futbol i del Mundial de futbol.
d) La final de la *Champions League* de futbol i de la Copa del Rei de futbol.
e) Un partit per jornada de la Lliga Professional de Futbol de la Primera Divisió, designat per aquesta amb una antelació mínima de 10 dies.
f) Grans premis d'automobilisme que se celebrin a Espanya.
g) Grans premis de motociclisme que se celebrin a Espanya.
h) Participació de la selecció espanyola absoluta en els Campionats d'Europa i del Món d'handbol.
i) La Volta Ciclista a Espanya.
j) El Campionat del Món de ciclisme.
k) La participació espanyola a la *Copa Davis* de tennis.
l) La participació de tennistes espanyols en les semifinals i la final de *Roland Garros*.
m) Participació espanyola en els Campionats del Món i Europa d'atletisme i natació.
n) Grans premis o competicions nacionals i internacionals que se celebrin a Espanya i comptin amb subvenció pública estatal o autonòmica. [...]".

primer, dedicat al règim jurídic bàsic de la prestació de serveis de comunicació audiovisual en un mercat transparent i plural, l'integren tres seccions: la primera, relativa als serveis de comunicació audiovisual com a serveis d'interès general; la segona, sobre les noves formes de comunicació audiovisual; i, la tercera, que fa referència a les regles per al manteniment d'un mercat audiovisual competitiu, transparent i plural. El segon tracta sobre la llibertat de recepció dels serveis de comunicació audiovisual prestats des de fora de l'Estat. En el primer capítol (articles 22 a 37), s'hi introdueix un nou model de regulació aplicable al conjunt del sector audiovisual basat en el principi de liberalització dels serveis de comunicació audiovisual que, en virtut dels nous desenvolupaments tecnològics –bàsicament, la tecnologia digital–, ja no són qualificats com a serveis públics, sinó com a serveis d'interès general. D'aquesta manera, els articles 10, 22 i següents de la LGCA estableixen un règim de llicències i de comunicacions prèvies, atenent a la tecnologia de transmissió mitjançant la qual es difonguin els continguts televisius i radiofònics.

Cal tenir present que el servei de televisió per satèl·lit[48] i el de difusió per cable[49] ja s'havien liberalitzat, de manera que la liberalització de l'activitat audiovisual que efectua la LGCA afecta, especialment, els serveis de comunicació audiovisual que utilitzin l'espectre radioelèctric.

D'acord amb aquest nou règim jurídic, els prestadors de serveis de comunicació audiovisual que utilitzin l'espectre radioelèctric per difondre els seus continguts hauran d'obtenir una llicència, que tindrà una vigència de quinze anys –apartat 3 de l'article 22 de la LGCA–, mentre que aquells prestadors que utilitzin tecnologies altres que

[48] En efecte, la Llei de l'Estat 37/1995, de 12 de desembre, de telecomunicacions per satèl·lit, va ser derogada per la Llei de l'Estat 11/1998, de 24 d'abril, general de telecomunicacions, a excepció del règim previst pel servei de difusió de televisió (per satèl·lit).

[49] La Llei de l'Estat 42/1995, de les telecomunicacions per cable, va ser derogada en la major part per la Llei de l'Estat 32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions, la qual en la disposició addicional desena declarava plenament liberalitzada la prestació del servei de difusió de televisió per cable que deixava de ser servei públic, si bé la disposició transitòria desena aplaçava l'entrada en vigor d'aquesta liberalització fins al 31 de desembre de 2009. La mateixa disposició addicional desena disposava que el servei es prestaria en règim de lliure competència en les condicions que establís el Govern estatal mitjançant reglament, que establirà les obligacions dels titulars de les autoritzacions. La Llei de l'Estat 10/2005, de 14 de juny, va modificar la disposició transitòria desena de la Llei general de telecomunicacions, en el sentit de supeditar l'entrada en vigor de la liberalització, no al compliment d'un termini, sinó a la publicació del Reglament al qual es referia la disposició addicional desena de la Llei esmentada. Aquest reglament es va aprovar mitjançant el Reial decret 920/2006, de 28 de juliol, pel qual s'aprova el Reglament general de prestació del servei de difusió de ràdio i televisió per cable.

l'espectre hauran de realitzar una comunicació prèvia davant l'autoritat audiovisual competent –apartat 2 de l'article 22 de la LGCA. El règim de la comunicació prèvia s'explicita més a bastament a l'article 23, mentre que les previsions relatives al règim de les llicències audiovisuals (requisits, limitacions, concursos d'adjudicació, negocis jurídics, etc.) es troben als articles 24 a 30 de la LGCA.

Per adaptar els títols habilitants per a la prestació de serveis de ràdio i televisió al nou règim jurídic, la LGCA preveu en la disposició transitòria segona la transformació de les concessions atorgades abans de l'entrada en vigor de la nova llei estatal en llicències. D'acord amb aquesta previsió, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va transformar les concessions per prestar els serveis de comunicació audiovisual a Catalunya.[50] El Govern de l'Estat, així com Canàries, Extremadura, La Rioja, Cantàbria, Castella-la Manxa, Castella i Lleó i les Illes Balears també, durant el 2010, han adequat als paràmetres de la LGCA els títols habilitants dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual sota la seva competència.

La LGCA també estableix el marc legal bàsic dels serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre. En concret, la nova llei estableix previsions sobre quins serveis gaudeixen d'aquesta condició, així com els requisits, sobretot econòmics, que han de complir els referits prestadors.

El darrer article de la secció 1a del capítol I del títol III de la LGCA és el dedicat al Registre de prestadors del servei de comunicació audiovisual. Els prestadors del servei de comunicació audiovisual s'han d'inscriure en un registre estatal o autonòmic de caràcter públic, en atenció a l'àmbit de cobertura de l'emissió corresponent. A Catalunya, ho hauran de fer al Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya, creat per l'Acord de Ple 62/2008, de 7 de maig, del Ple del Consell, pel qual es regula el Registre de prestadors de serveis de comunicació audiovisual de Catalunya.[51]

Mitjançant aquest article de la LGCA s'unifiquen tots el registres estatals existents en matèria de prestadors del serveis de comunicació audiovisual en un de

[50] Vegeu l'apartat 2.6.1 d'aquest mateix capítol.
[51] <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5146/08140143.pdf>

sol que es denomina Registre estatal de prestadors de serveis de comunicació audiovisual, del qual ha de ser responsable el CEMA.

En la secció 2a del capítol I del títol III (articles 34 i 35), la LGCA recull sota la intitulació *Noves formes de comunicació audiovisual* disposicions relatives a la televisió en mobilitat i en alta definició. Finalment, la secció 3a (articles 36 i 37) tracta les regles per al manteniment d'un mercat audiovisual competitiu, transparent i plural.

El capítol II del títol III (articles 38 i 39) inclou previsions relatives a la llibertat de recepció dels serveis de comunicació audiovisual prestats des de fora de l'Estat.

El títol IV de la LGCA (articles 40 a 43) disposa el règim dels prestadors públics del servei de comunicació audiovisual. La LGCA defineix el servei públic de comunicació audiovisual com "[...] un servei essencial d'interès econòmic general que té com a missió difondre continguts que fomentin els principis i valors constitucionals, contribuir a la formació d'una opinió pública plural, donar a conèixer la diversitat cultural i lingüística d'Espanya, i difondre el coneixement i les arts, amb especial incidència en el foment d'una cultura audiovisual [...]". Els seus objectius generals s'establiran normativament per a un període de nou anys. Respecte al finançament, no s'admet que la ràdio i televisió pública de titularitat estatal emetin publicitat i es prohibeix que els prestadors de televisió de titularitat pública puguin dedicar canals exclusivament a emetre comunicació comercial.

Una de les novetats rellevants que introdueix la LGCA és la relativa a la creació de l'autoritat audiovisual estatal, el CEMA (títol V). La seva reglamentació se subdivideix en diversos capítols, el primer, en què se'n disposa la naturalesa, els fins i el règim jurídic (articles 44 a 46); el segon, en què se n'estableixen les funcions (articles 47 i 48); el tercer, regulador de l'organització i les garanties d'independència (articles 49 a 52), i el quart, sobre la seva responsabilitat (articles 53 i 54).

El CEMA es configura com l'òrgan regulador i supervisor del sector que, d'acord amb les previsions que conté la nova Llei, ha d'exercir les seves competències sota el principi d'independència dels poders polítics i econòmics. Té personalitat jurídica pròpia i plena capacitat d'obrar, i estarà adscrit al Ministeri de la

Presidència.[52] Té la finalitat, entre d'altres, de vetllar i garantir el lliure exercici de la comunicació audiovisual en matèria de ràdio, televisió i serveis connexos i interactius en les condicions que preveu la nova Llei i la plena eficàcia dels drets i les obligacions que estableix la LGCA, en especial tot el que fa referència al menor. Així mateix, ha de garantir la transparència i el pluralisme en el sector i la independència i la imparcialitat dels mitjans públics, així com el compliment de la seva funció de servei públic; ha d'avaluar l'efecte de nous entrants tecnològics al mercat audiovisual, i de nous serveis significatius en relació amb possibles modificacions en la definició i ampliació de l'encàrrec de servei públic; ha d'emetre un informe previ sobre els projectes i disposicions de caràcter general que puguin afectar el sector audiovisual i proposar al Govern de l'Estat l'elaboració de disposicions de caràcter general relatives a l'activitat audiovisual. El nou organisme disposa de potestat sancionadora. Pel que fa a la composició, el CEMA està format per la presidència, la vicepresidència i set conselleries, les persones titulars de les quals són nomenades pel Govern de l'Estat mitjançant un reial decret, a proposta del Congrés dels Diputats per majoria de tres cinquenes parts, entre persones de competència reconeguda en matèries relacionades amb el sector audiovisual en tots els seus vessants. No obstant això, en la primera designació dels consellers, si transcorreguts dos mesos des de la primera votació al Congrés dels Diputats no s'assoleix la majoria requerida de les tres cinquenes parts, aquesta Cambra ha de procedir a la designació per majoria absoluta. El Consell pren les seves decisions per majoria simple. El president té, en cas d'empat, vot de qualitat.

[52] El CEMA és un organisme públic dels que preveu la disposició addicional desena de la Llei de l'Estat 6/1997, de 14 d'abril, d'organització i funcionament de l'Administració General de l'Estat. D'acord amb el que estableix l'artice 46 de la LGCA, aquest organisme "[...] es regeix a més de pel que disposa la LGCA: a) Per les disposicions de la Llei de l'Estat 47/2003, de 26 de novembre, general pressupostària, que li siguin aplicables. Anualment ha d'elaborar un avantprojecte de pressupost amb l'estructura que estableixi el Ministeri d'Economia i Hisenda i l'ha de remetre al Ministeri de Presidència, per elevar-lo al Govern i posteriorment integrar-lo en els pressupostos generals de l'Estat, a través del Ministeri d'Economia i Hisenda; b) Per la Llei de l'Estat 30/2007, de 30 d'octubre, de contractes del sector públic; c) Per la Llei de l'Estat 33/2003, de 3 de novembre, del patrimoni de les administracions públiques i en el que aquesta no preveu, pel dret privat en les seves adquisicions patrimonials; d) Per les normes de dret laboral en matèria de mitjans personals. La selecció del personal, s'ha de dur a terme mitjançant convocatòria pública i d'acord amb sistemes basats en els principis d'igualtat, mèrit i capacitat; i, e) Per la Llei de l'Estat 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú i per la normativa que li sigui aplicable en l'exercici de les seves funcions públiques.[...]".

El CEMA ha d'aprovar un reglament de règim interior en el qual s'ha de determinar la distribució de competències entre els diferents òrgans; els procediments interns de funcionament; els procediments d'ingrés del personal, així com totes les qüestions relatives al funcionament i règim d'actuació que resultin necessàries, de conformitat amb les previsions de la LGCA. La seva estructura orgànica l'haurà de determinar el Consell de Ministres, mitjançant un reial decret, a proposta del Ministeri de la Presidència, amb l'informe previ del mateix CEMA.

D'acord amb l'article 50 de la LGCA, el mandat de les persones integrants del CEMA és de sis anys, i no és renovable.[53] Si en el període del seu mandat es produeix el cessament, la persona successora és nomenada pel temps que resti. El Consell es renova parcialment cada tres anys, per grups de quatre i cinc dels seus integrants, alternativament.

Els membres del Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals cessen en el càrrec per les causes següents: a) expiració del termini del seu mandat; b) renúncia acceptada pel Consell; c) separació acordada pel Consell de Ministres i ratificada pel Congrés dels Diputats per majoria de 3/5, amb la instrucció prèvia de l'expedient corresponent, per incapacitat permanent per a l'exercici de la seva funció, incompatibilitat sobrevinguda i incompliment greu de les seves obligacions; i d) per sentència ferma condemnatòria per delicte dolós. Els membres del Consell exerceixen el càrrec amb dedicació exclusiva, i independència absoluta del Consell del Govern i dels prestadors del sector i resten subjectes al règim d'incompatibilitats dels alts càrrecs de l'Administració General de l'Estat.

El CEMA pot coordinar la seva activitat amb les autoritats audiovisuals europees i autonòmiques, amb les quals, amb aquesta finalitat, ha de subscriure convenis de col·laboració, amb especial atenció al principi d'eficiència i economia administrativa.

[53] Pel que fa al primer mandat dels membres del Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals, cal tenir en compte la disposició transitòria vuitena de la LGCA "no obstant el que disposa l'article 50 d'aquesta Llei, el primer mandat de quatre dels integrants del Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals dura tres anys. En la primera sessió del Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals s'ha de determinar per sorteig, o de manera voluntària, quins quatre consellers han de cessar transcorregut el termini de tres anys des del seu nomenament."

Es crea, així mateix, un Comitè Consultiu de suport que garanteixi la participació de col·lectius i associacions ciutadanes. Aquest Comitè consultiu està presidit pel president del CEMA, que no disposa de vot en relació amb els seus informes. El nombre de membres del Comitè i la forma de la seva designació es determinen per reglament. Els membres són designats en representació dels prestadors del servei de comunicació audiovisual d'àmbit estatal, de les organitzacions representatives del sector de la producció audiovisual i dels anunciants, dels sindicats més representatius del sector d'àmbit estatal, d'associacions de defensa dels usuaris dels serveis de comunicació audiovisual, amb representació acreditada en l'àmbit estatal, així com del Consell de Consumidors i Usuaris.

En tot cas, el Comitè Consultiu té com a facultats: a) informar amb caràcter general sobre les orientacions de la política audiovisual, la situació del sector i l'oferta de programació dels serveis de comunicació audiovisual; b) ser consultat respecte les propostes de disposicions del Consell i sobre els criteris d'interpretacions i aplicació del règim d'infraccions i sancions previstes en aquesta Llei, c) informar i assessorar a petició del Consell sobre tots els assumptes que siguin sotmesos a la seva consideració; i d) elevar al Consell qualssevol informes i propostes que consideri oportú relacionats amb el funcionament del sector audiovisual.

El CEMA ha d'elevar, anualment, a les Corts Generals un informe sobre el desenvolupament de les seves activitats i sobre la situació del mercat audiovisual. La presidència del CEMA ha de comparèixer davant la comissió parlamentària competent per donar compte d'aquest informe, així com totes les vegades que sigui requerida per a això.

Finalment, les disposicions i els actes que dicti el CEMA en l'exercici de les potestats administratives que li confereix aquesta Llei posen fi a la via administrativa i són recurribles per la via contenciosa administrativa. D'acord amb la disposició transitòria setena de la LGCA, fins a la constitució efectiva del CEMA les seves funcions les ha d'exercir l'òrgan administratiu competent.[54]

[54] En aquest sentit, cal tenir present que el segon paràgraf de la disposició transitòria setena de la LGCA disposa que "per al cas de l'obligació de finançament que estableix l'article 5 d'aquesta Llei, segueix en

El CEMA encara no s'ha constituït i, per tant, les funcions que aquest organisme té assignades les desenvolupen, fins a la seva constitució, els òrgans i organismes administratius competents que fins aleshores les duien a terme. Per exemple, en el cas del nou Registre estatal de prestadors de serveis de comunicació audiovisual, la competència del qual és del CEMA, es troba transitòriament gestionat per la CMT, en virtut de la seva Resolució de 21 de juny de 2010, atès que, amb anterioritat a l'entrada en vigor de la LGCA, aquest era l'organisme competent dels diversos registres de prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Un altre exemple és el relatiu a les competències del CEMA en matèria de continguts audiovisuals, que les està desenvolupant el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, tal com ho estava fent amb anterioritat a l'adopció de la LGCA.

El títol VI, i últim, de la LGCA fixa el règim sancionador bàsic als articles 55 a 61. Entre d'altres, es tipifiquen les infraccions molt greus, greus i lleus, així com les sancions i la responsabilitat per la comissió d'infraccions.

Les sis disposicions addicionals de la nova llei bàsica estatal aborden les qüestions relatives a la constitució de l'Agència Estatal de Radiocomunicacions; la participació de les comunitats autònomes en la planificació de l'espectre radioelèctric; la funció d'arbitratge entre els prestadors de serveis audiovisuals, els productors audiovisuals, els proveïdors de continguts i els titulars dels canals; la gestió directa del servei públic de ràdio i televisió de titularitat estatal; l'obligació de preservació i conservació de l'arxiu d'imatges en moviment i àudio. D'altra banda, les quinze disposicions transitòries acullen les qüestions relatives al procediment aplicable en els concursos convocats d'acord amb la legislació anterior; els drets reconeguts i els títols atorgats abans de l'entrada en vigor de la LGCA; la conversió dels registres de societats concessionàries per a la gestió indirecta del servei públic essencial de la televisió, d'empreses radiodifusores i especial d'operadors de cable en el Registre estatal de prestadors del servei de comunicació audiovisual; les incompatibilitats de llicències; els serveis de suport per a les persones amb discapacitat; el catàleg

vigor el que disposa el Reial decret 1652/2004, de 8 de juliol, pel qual s'aprova el Reglament que regula la inversió obligatòria per al finançament anticipat de pel·lícules cinematogràfiques i pel·lícules per a televisió, europees i espanyoles, en tot el que fa referència a autoritats competents i procediment aplicable".

d'esdeveniments de gran interès per a la societat; l'exercici de funcions fins a la constitució del CEMA; la millora tecnològica i l'aprofitament del domini públic radioelèctric per a la prestació del servei de comunicació audiovisual; la revisió de la planificació i de les concessions per a la gestió de les televisions locals per ones hertzianes; la cobertura de la televisió digital terrestre a les Canàries; la vigència dels contractes d'adquisició dels drets de les competicions futbolístiques; l'emissió de comunicació comercial audiovisual; els serveis de comunicació comunitaris sense ànim de lucre existents; i la digitalització del servei de radiodifusió sonora.

La disposició derogatòria, a més d'una clàusula general referida a totes les disposicions de rang igual o inferior que s'oposin al que disposa la nova llei, específicament deroga deu lleis i un reial decret en la seva totalitat i parcialment, altres set lleis.

Les normes derogades expressament són les següents: la Llei de l'Estat 4/1980, de 10 de gener, de l'Estatut de la ràdio i la televisió;[55] la Llei de l'Estat 46/1983, de 26 de desembre, del tercer canal de televisió;[56] la Llei de l'Estat 31/1987, de 18 de desembre, d'ordenació de les telecomunicacions;[57] la Llei de l'Estat 10/1988, de 3 de maig, de televisió privada;[58] la Llei 11/1991, de 8 d'abril, d'organització i control de les emissores municipals de ràdio;[59] La Llei de l'Estat 25/1994, de 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinació de disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva;[60] la Llei de l'Estat 37/1995, de 12 de desembre, de telecomunicacions per satèl·lit, pel que fa als serveis de comunicació audiovisual per satèl·lit;[61] la Llei de l'Estat 41/1995, de 22 de desembre, de televisió local per ones terrestres;[62] la Llei de l'Estat 21/1997, de 3 de juliol, reguladora de les emissions i retransmissions de

[55] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/1980/12/30/pdfs/A00007-00013.pdf>
[56] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/1984/12/31/pdfs/A00003-00005.pdf>
[57] <http://www.boe.es/boe/dias/1987/12/19/pdfs/A37409-37419.pdf>
[58] <http://www.boe.es/boe/dias/1988/05/05/pdfs/A13666-13669.pdf>
[59] <http://www.boe.es/boe/dias/1991/04/09/pdfs/A10607-10608.pdf>
[60] <http://www.boe.es/boe/dias/1994/07/13/pdfs/A22342-22348.pdf>
[61] <http://www.boe.es/boe/dias/1995/12/13/pdfs/A35705-35708.pdf>
[62] <http://www.boe.es/boe/dias/1995/12/27/pdfs/A36940-36944.pdf>

competicions i esdeveniments esportius;[63] la disposició addicional quaranta-quatrena de la Llei de l'Estat 66/1997, de 30 de desembre, de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social;[64] la disposició addicional quaranta-quatrena de la Llei de l'Estat 50/1998, de 30 de desembre, de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social;[65] la disposició addicional segona de la Llei de l'Estat 15/2001, de 9 de juliol, de foment i promoció de la cinematografia i el sector audiovisual;[66] les disposicions addicional desena i transitòries sisena, vuitena i desena de la Llei de l'Estat 32/2003, de 3 de novembre, general de telecomunicacions;[67] la disposició addicional trentena de la Llei de l'Estat 62/2003, de 30 de desembre, de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social;[68] la Llei de l'Estat 10/2005, de 14 de juny, de mesures urgents per a l'impuls de la televisió digital terrestre, de liberalització de la televisió per cable i de foment del pluralisme, llevat de l'article 5, que modifica el Reial decret llei 1/1998, de 27 de febrer, sobre infraestructures comunes als edificis per a l'accés als serveis de telecomunicació, i llevat de la disposició addicional segona, relativa a la garantia d'accessibilitat per a persones amb discapacitat, i la disposició addicional setena, relativa a la cobertura per satèl·lit del servei de televisió digital terrestre d'àmbit estatal;[69] la Llei de l'Estat 7/2009, de 3 de juliol, de mesures urgents en matèria de telecomunicacions;[70] el Reial decret llei 11/2009, de 13 d'agost, pel qual es regula, per a les concessions d'àmbit estatal, la prestació del servei de televisió digital terrestre de pagament mitjançant accés condicional;[71] i el punt 6 de la lletra *a* de l'annex (definicions) de la Llei de l'Estat 34/2002, d'11 de juliol, de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic.[72]

Les disposicions finals preveuen la modificació de l'apartat 1 de la disposició addicional desena de la Llei de l'Estat 6/1997, de 14 d'abril, d'organització i funcionament de l'Administració general de l'Estat; la dels apartats 1 i 4 de l'article 3,

[63] <http://www.boe.es/boe/dias/1997/07/04/pdfs/A20742-20744.pdf>
[64] <http://www.boe.es/boe/dias/1997/12/31/pdfs/A38517-38616.pdf>
[65] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/1999/01/28/pdfs/A00178-00258.pdf>
[66] <http://www.boe.es/boe/dias/2001/07/10/pdfs/A24904-24909.pdf>
[67] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2003/11/17/pdfs/A03979-04012.pdf>
[68] <http://www.boe.es/boe/dias/2003/12/31/pdfs/A46874-46992.pdf>
[69] <http://www.boe.es/boe/dias/2005/06/15/pdfs/A20562-20567.pdf>
[70] <http://www.mityc.es/Telecomunicaciones/es-ES/Novedades/Documents/ley72009.pdf>
[71] <http://www.boe.es/boe/dias/2009/08/15/pdfs/BOE-A-2009-13497.pdf>
[72] <http://www.boe.es/boe/dias/2002/07/12/pdfs/A25388-25403.pdf>

els apartats 1, 2 , 3 i 5 de l'article 7, l'apartat 2 de l'article 11, l'apartat 4 de l'article 14, la lletra *o* de l'apartat 4 de l'article 16, l'apartat 1 de l'article 24, la lletra *d* de l'apartat 2 de l'article 24, l'apartat 1 de l'article 25, l'apartat 3 de l'article 28, l'article 29, els apartats 2 i 3 de l'article 30, el paràgraf primer de l'article 31, el paràgraf primer de l'article 33, l'apartat 2 de l'article 35, l'apartat 5 de l'article 37, el paràgraf segon de l'apartat 1 de l'article 38, l'apartat 2 de l'article 38 i l'article 42 de la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i televisió de titularitat estatal; la de l'encapçalament de l'apartat 1 de l'article 2, l'apartat 3 de l'article 4, l'apartat 1 de l'article 7, i la disposició transitòria primera de la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE.

La disposició final quarta fa referència al Mandat marc a la Corporación RTVE aprovat per les Corts Generals els dies 11 i 12 de desembre de 2007; la disposició final cinquena fa esment de la incorporació de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual a l'ordenament jurídic estatal; la disposició final sisena tracta dels títols competencials en els quals es fonamenta l'adopció dels articles de la LGCA; la disposició final setena tracta l'habilitació normativa al Govern de l'Estat per desenvolupar les previsions de la Llei; i, en darrer lloc, la disposició final vuitena incorpora el termini d'entrada en vigor de la Llei (a excepció, com s'ha apuntat, de les previsions relatives a l'emissió de comunicacions comercials audiovisuals que conté la secció 2a del capítol II del títol II, que entraran en vigor tres mesos després de l'entrada en vigor de la LGCA (disposició transitòria tretzena).

3.2 Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de la televisió terrestre amb tecnologia analògica

L'apartat 1 de la disposició addicional primera del Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, pel qual s'aprova el Pla tècnic estatal de la televisió digital terrestre,[73] fixa que el cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica s'ha de fer abans del 3 d'abril de 2010, de manera que, a partir d'aquesta data, tota televisió terrestre que es presti s'ha de difondre mitjançant tecnologia digital.

Alhora que estableix la data d'apagada analògica, el Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, preveu un esquema de canvi de la televisió analògica a la televisió digital terrestre, que es tradueix en diversos escenaris: a) un, de transició de la tecnologia analògica a la tecnologia digital i, b) un altre, després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica.

En l'escenari de transició de la televisió analògica a la televisió digital terrestre, s'acorda l'assignació de més capacitat de transmissió en la prestació de serveis de televisió digital. Per la seva banda, en l'etapa posterior al cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, es preveu, així mateix, l'assignació de capacitat addicional de transmissió en la prestació de serveis de televisió digital terrestre.

En aquest sentit, la disposició addicional tercera del Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, preveu que cada una de les societats concessionàries del servei públic de televisió terrestre d'àmbit estatal accedirà "[...] prèvia sol·licitud i després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, a un múltiple digital de cobertura estatal, sempre que acrediti el compliment de les condicions establertes, principalment relacionades amb l'impuls i el desenvolupament de la televisió digital terrestre [...]". Igualment, la Corporación RTVE accedirà a dos múltiples digitals de cobertura estatal per explotar-los en règim de gestió directa.

Finalment, per a cada una de les comunitats autònomes, després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, es reserven dos múltiples digitals de cobertura autonòmica.

[73] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2005/08/01/pdfs/A02217-02224.pdf>

El Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació de múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de televisió de televisió terrestre amb tecnologia analògica,[74] determina els criteris que s'han d'aplicar per a la planificació dels múltiples digitals d'àmbit estatal i autonòmic que s'han de posar a disposició dels prestadors de serveis de televisió d'àmbit estatal i de les comunitats autònomes, després del cessament de les emissions amb tecnologia analògica.

Tal com s'esmenta en el Reial decret 365/2010, de 26 de març, la regulació i planificació radioelèctrica dels múltiples digitals disponibles després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica ha de tenir en compte les diverses decisions reguladores dels organismes internacionals en aquesta matèria, entre d'altres, la Unió Internacional de Telecomunicacions (en endavant, UIT).[75]

La regulació de l'assignació dels múltiples digitals que porta a terme el Reial decret 365/2010, de 26 de març, preveu dues fases.

D'una banda, la fase 1, formada per 2 etapes (etapa 1, que s'inicia en el moment en què s'autoritzi l'accés a la nova capacitat i finalitza al cap de sis mesos; i l'etapa 2, que s'estén durant tres mesos addicionals) està referida a la situació després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica. Així, en aquesta fase, amb caràcter transitori, cada una de les societats concessionàries del servei públic de televisió terrestre d'àmbit estatal accedeix, si ha acreditat que ha complert les condicions establertes relacionades amb l'impuls i el desenvolupament de la televisió digital terrestre, a la capacitat equivalent d'un múltiple digital de cobertura estatal. Per això, s'han de planificar tres nous múltiples digitals de cobertura estatal,

[74] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/04/03/pdfs/BOE-A-2010-5400-C.pdf>. Aquest Reial decret es modifica, ja el 2011, mitjançant el Reial decret 169/2011, que també modifica el Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2011/02/12/pdfs/BOE-A-2011-2704-C.pdf>.

[75] La Conferència Regional de Radiocomunicacions de la regió 1 de la Unió Internacional de Telecomunicacions (UIT) que va aprovar el Pla de Ginebra el juny de 2006 va acordar l'ús de tota la banda UHF 470-862 MHz per als serveis de radiodifusió. Tanmateix, posteriorment, la Conferència Mundial de Radiocomunicacions de 2007 va aprovar, per a la regió 1, l'atribució al servei de comunicacions mòbils en ús coprimari amb els serveis de radiodifusió, de la subbanda de freqüències 790-862 MHz. S'està treballant perquè la subbanda de freqüències de 790 a 862 MHz (canals radioelèctrics 61 a 69), en el que s'ha denominat «dividend digital», pugui ser utilitzada per a altres usos, com els serveis avançats de comunicacions electròniques de caràcter paneuropeu. <http://www.boe.es/boe/dias/2010/08/03/pdfs/BOE-A-2010-12421.pdf>

planificació que s'ha de basar en els canals radioelèctrics que conformen el canal analògic de televisió que exploten les societats concessionàries Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA i Sogecable, SA. El servei de televisió digital terrestre s'ha d'explotar a la banda de freqüència de 470 a 862 MHz (canals radioelèctrics 21 a 69).

En l'etapa 1 de la fase 1, les societats concessionàries de serveis de televisió terrestre d'àmbit estatal poden continuar explotant la capacitat dels múltiples digitals associats als canals radioelèctrics 66, 67, 68 i 69. La cobertura mínima ha d'arribar a un 90% de la població. En l'etapa 2, les societats concessionàries del servei públic de televisió terrestre d'àmbit estatal han de continuar explotant els múltiples digitals en les condicions assenyalades en l'etapa anterior, si bé han de deixar d'explotar la capacitat del múltiple digital associat al canal radioelèctric 66 i en els múltiples digitals associats als canal radioelèctrics 67, 68 i 69 han de compartir-ne la capacitat mitjançant l'explotació per cada una d'aquestes de dos canals digitals de televisió. En aquesta etapa la cobertura mínima ha d'arribar al 96% de la població.

La planificació dels dos múltiples digitals de la Corporación RTVE s'ha de basar, respectivament, en els dos canals analògics i en el múltiple digital amb capacitat per efectuar desconnexions territorials d'àmbit autonòmic que explota. Així mateix, la planificació dels dos múltiples digitals reservats a les comunitats autònomes s'ha de basar, respectivament, en el canal analògic de televisió de cobertura autonòmica que la majoria d'aquestes exploten i en el múltiple digital que tenen assignat.

La fase 2 té com a objectiu que, abans de l'1 de gener de l'any 2015, la subbanda de freqüències de 790 a 862 MHz (canals radioelèctrics 61 a 69) pugui quedar reservada principalment per a la prestació de serveis avançats de comunicacions electròniques, en línia amb els usos harmonitzats que s'acordin a la Unió Europea, amb l'objectiu que, abans de l'1 de gener de 2015, la subbanda de freqüències de 790 a 862 MHz pugui quedar reservada per a altres usos i serveis, de manera que els canals radioelèctrics 61 a 69 que són utilitzats pels múltiples digitals de la fase anterior puguin ser substituïts, en aquesta fase, per d'altres situats per sota d'aquesta subbanda.

A l'annex del Reial decret 365/2010, de 26 de març, es recullen els canals radioelèctrics que estan inscrits en el Pla de Ginebra 2006, integrat a l'Acord de la Conferència Regional de Radiocomunicacions (CRR-2006), adoptat a Ginebra el juny de 2006, així com les inscripcions posteriorment introduïdes en aquest Pla sobre la base dels acords de coordinació signats per l'Estat amb altres països, ordenats per l'àmbit de cada un dels projectes tècnics identificats en el Pla nacional de transició a la televisió digital terrestre, aprovat per Acord del Consell de Ministres de 7 de setembre de 2007.[76] Aquests canals radioelèctrics s'han de prendre com a base per a la planificació dels múltiples digitals en els casos que preveu el mateix Reial decret en les diferents fases.

3.3 Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició

El Reial decret 691/2010, de 20 de maig,[77] fixa les condicions tècniques per poder portar a terme les emissions en alta definició, que requereixen més capacitat de transmissió que les de definició estàndard.

Amb caràcter previ, el Reial decret estipula que per a l'emissió de canals de televisió digital terrestre en alta definició és necessària la notificació prèvia del prestador del servei a l'autoritat administrativa que va atorgar el títol habilitant per a la prestació del servei; i, en el cas que l'explotació d'un múltiple digital no correspongui íntegrament a un mateix prestador de serveis de televisió, sinó que sigui compartida entre diversos, qualsevol d'aquests pot emetre canals de televisió digital terrestre en alta definició, sempre que existeixi acord entre tots els prestadors que comparteixin el múltiple i així sigui notificat prèviament a l'autoritat administrativa que va atorgar el títol habilitant per a la prestació del servei.

Així mateix, els conflictes de caràcter tècnic que sorgeixin entre els prestadors de serveis de televisió per l'emissió de canals de televisió digital terrestre en alta

[76] <http://www.televisiondigital.es/Documents/PlanNacionalTransicionTDT.pdf>
[77] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/06/02/pdfs/BOE-A-2010-8784-C.pdf>.
Aquest Reial decret ha estat modificat, ja el 2011, pel reial decret 169/2011:
<http://www.boe.es/boe/dias/2011/02/12/pdfs/BOE-A-2011-2704.pdf>.

definició en els supòsits en què l'explotació del múltiple sigui compartida per diversos prestadors els ha de resoldre la CMT.

Pel que fa a les especificacions tècniques d'emissió, el Reial decret preveu que els prestadors als quals s'assigni l'explotació íntegra d'un múltiple digital poden emetre canals digitals en alta definició, d'acord amb les característiques següents: a) la resolució vertical de la component de vídeo ha de ser igual o superior a 720 línies actives amb una relació d'aspecte de 16:9; b) el sistema de codificació de vídeo ha de ser conforme amb la norma internacional de telecomunicacions de la Recomanació UIT-T H.264: "Codificació de vídeo avançada per a serveis audiovisuals genèrics" equivalent a la norma ISO/IEC 14496-10, referenciada habitualment com a H.264/MPEG-4 AVC; c) les especificacions tècniques de transmissió han de ser conformes a la norma europea de telecomunicacions EN 300 744; d) en funció de l'evolució tecnològica, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç pot decidir l'ús d'altres sistemes de codificació de vídeo sempre que siguin almenys tan eficients com el que indica la lletra b) anterior.

D'acord amb la disposició addicional única del Reial decret 691/2010, de 20 de maig, "[...] els aparells receptors de televisió digital terrestre, dotats d'una pantalla amb una diagonal visible igual o superior a 53 centímetres (21 polzades), que es posin al mercat espanyol transcorregut el termini de sis mesos a comptar de l'entrada en vigor d'aquest Reial decret, a més d'estar preparats per sintonitzar les emissions de televisió digital terrestre, han d'incorporar el sintonitzador per a les emissions en alta definició amb les especificacions tècniques que indica aquest Reial decret [...]". En aquest sentit, els fabricants d'equips receptors de televisió "[...] han d'indicar i informar la persona usuària clarament i detalladament sobre les capacitats de cada receptor de televisió posat a la venda, i incloure, en particular, les especificacions relatives a la recepció de la televisió digital terrestre, l'alta definició, i altres funcionalitats addicionals. [...]"

3.4 Informe final de la implantació de la televisió digital terrestre (TDT) a l'Estat

El secretari d'Estat de Telecomunicacions i Societat de la Informació va presentar, el 25 de maig de 2010, l'*Informe final sobre la TDT* a l'Estat, realitzat per IMPULSA TDT, en què es resumeixen els aspectes més destacats de la transició al nou sistema tecnològic de difusió de continguts televisius.

En l'estudi s'hi analitzen l'estat del mercat televisiu estatal, la regulació aprovada per dur a terme la transició de la tecnologia analògica a la digital, com també els indicadors del procés de transició a la TDT (cobertura, adaptació d'antenes, vendes d'equips sintonitzadors de TDT, penetració de la TDT a les llars espanyoles, audiències, estudis *ad hoc* de la TDT, referències de la TDT al món), el cessament de les emissions analògiques per fases, les campanyes de comunicació de la TDT i l'oferta de canals.

Pel que fa a la regulació, l'informe de balanç destaca, entre d'altres, l'inici de la transició envers la TDT, realitzat mitjançant l'aprovació del Pla tècnic nacional de la TDT de 1998;[78] l'inici de les emissions de Quiero TV, una plataforma de pagament de 14 canals en TDT que, segons s'indica en l'informe, no va tenir el suport del mercat i es va veure forçada a cancel·lar les emissions dos anys després; la concessió de dues llicències de TDT en obert per a dos nous prestadors de serveis de televisió, Veo TV i Net TV, el juny de 2002; l'obligació de difondre simultàniament les emissions analògiques amb tecnologia digital.

També es posa en relleu la revisió, el 2005, de la normativa que s'havia adoptat fins aleshores, i que, entre d'altres, es va materialitzar en l'aprovació d'un Pla tècnic nacional de la TDT local, el març de 2004 (modificat el desembre d'aquell mateix any)[79] i en l'aprovació de la Llei de l'Estat 10/2005, de 14 de juny, de mesures urgents per a l'impuls de la TDT, de liberalització de la televisió per cable i de foment del pluralisme, i del Reial decret 944/2005, de 29 de juliol, mitjançant el qual s'aprova el nou Pla tècnic estatal de la TDT. Al final de novembre de 2005, tots els prestadors privats de serveis d'àmbit estatal existents (els 4 analògics i els 2

[78] Reial decret 2169/1998, 9 d'octubre <http://www.boe.es/boe/dias/1998/10/16/pdfs/A34244-34248.pdf>

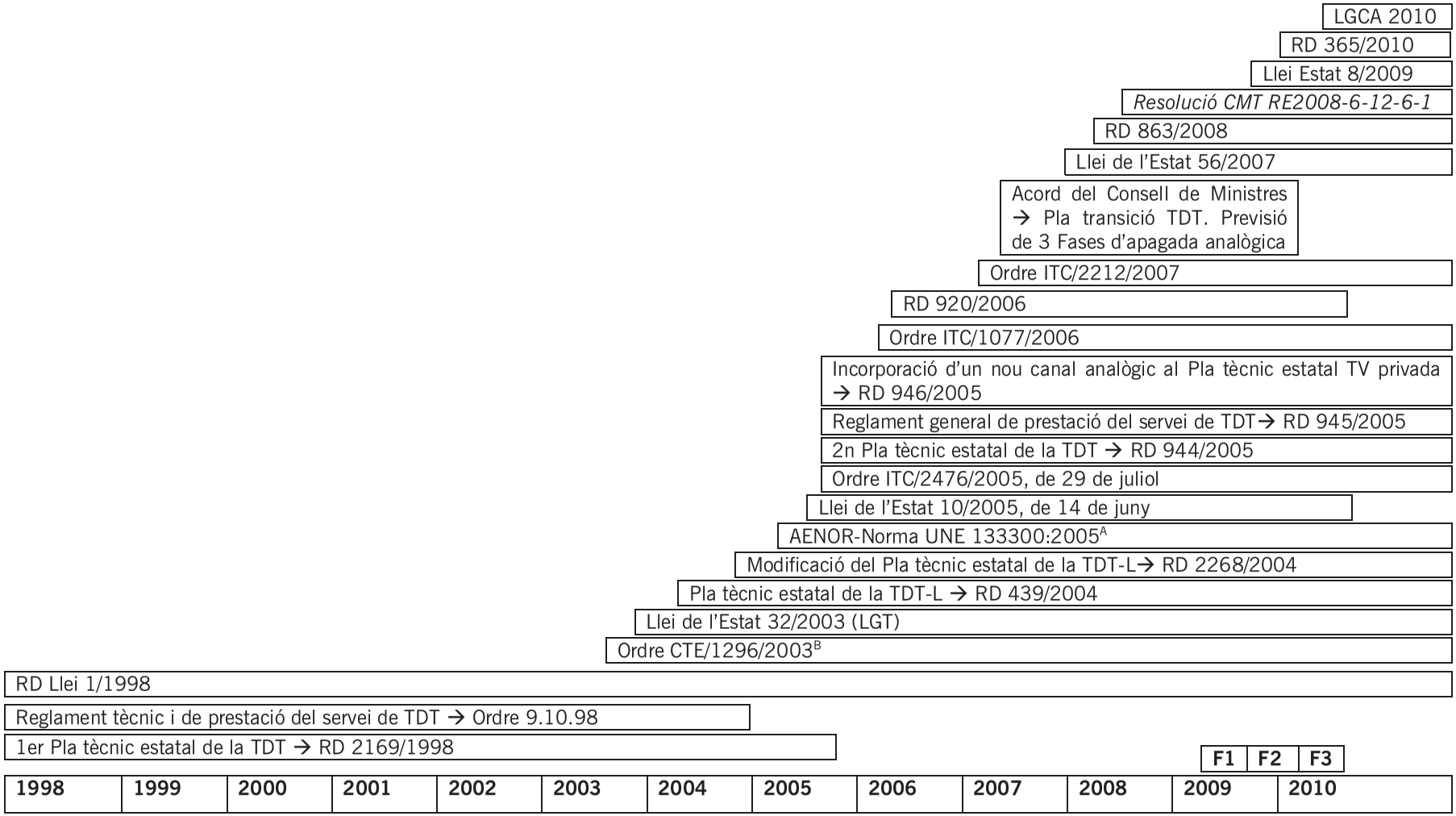
[79] Reial decret 439/2004, de 12 de març, modificat posteriorment pel Reial decret 2268/2004, de 3 de desembre.

exclusivament digitals) iniciaven les emissions dels nous canals de TDT en *simulcast*. S'hi afegiria la societat Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA que, fins al cessament de la tecnologia analògica, disposava d'una llicència mixta analògica i digital.

Amb posterioritat, el 2007, el Govern de l'Estat va aprovar l'informe de transició de la TDT, en el qual s'identificaven 73 àrees tècniques desagregades en 90 projectes de transició on s'establien, de forma individualitzada i progressiva, les dates límits per al cessament de les emissions de televisió analògica.

L'aprovació d'aquest conjunt de normes, juntament amb d'altres accions coordinades i implementades en paral·lel, van permetre que el 3 d'abril de 2010 totes les emissions dels serveis de televisió terrestres a l'Estat únicament es difonguessin amb tecnologia digital (vegeu la taula 11).

Taula 11. Legislació adoptada a l'Estat durant les fases de transició a la TDT



[A] Aquesta norma UNE serà anul·lada pel PE 133300 http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/fichanorma.asp?tipo=N&codigo=N0035127&pdf=

[B] Posteriorment, aquesta Ordre ha estat derogada per l'Ordre ITC 1644/2011, de 10 de juny http://www.boe.es/boe/dias/2011/06/16/pdfs/BOE-A-2011-10457.pdf

Font: Elaboració pròpia a partir de l'*Informe final sobre la TDT* d'Impulsa TDT i de l'informe de l'Observatori Nacional de les Telecomunicacions i de la Societat de la Informació, del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

3.5 Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, pel qual es desenvolupa la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE

El nou Reial decret, publicat al BOE núm. 190, de 6 d'agost de 2010,[80] desplega les previsions de la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE.[81] En aquest sentit, el Reial decret determina quins són els subjectes passius que, d'acord amb aquesta Llei, han de fer l'aportació per finançar la Corporación RTVE, alhora que preveu la gestió i la recaptació de la taxa sobre la reserva del domini públic radioelèctric i l'ingrés del percentatge del rendiment de la taxa sobre reserva del domini públic radioelèctric. El Reial decret també regula el procediment per efectuar l'aportació destinada a finançar la Corporación RTVE, mitjançant autoliquidació, dels operadors de comunicacions electròniques que prestin serveis audiovisuals o que incloguin publicitat (article 4), així com de les societats titulars de serveis de televisió (article 5), tant en obert com de pagament d'àmbit estatal o superior al d'una comunitat autònoma. L'article 6 del Reial decret inclou les disposicions relatives al procediment de gestió de les aportacions dels operadors de telecomunicacions. En relació amb aquesta qüestió, el Reial decret atribueix a la CMT la gestió, la liquidació, la inspecció i la recaptació de les aportacions que estableixen els articles 4 i 5 del Reial decret.

Els articles 9 i 10 del Reial decret disposen, respectivament, la dotació del fons de reserva i la seva utilització total o parcial, amb l'autorització prèvia expressa del ministre d'Economia i Hisenda, en exercicis posteriors.

Pel que fa a l'exercici de 2010, el Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, estableix, en la disposició transitòria segona, les regles aplicables per calcular els abonaments a favor de la Corporación RTVE. Quant al percentatge de la taxa sobre domini públic radioelèctric, s'ha de calcular el 2010 "[...] prenent com a referència la recaptació neta obtinguda en l'exercici 2009, en data 31 de desembre. Els altres aspectes relatius a l'ordenació d'aquests pagaments, liquidació i regularització es regeixen pel que disposa l'article 3 del present Reial decret. Si a l'entrada en vigor d'aquest últim hi ha pagaments a compte corresponents a mesos vençuts i no

[80] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/08/06/pdfs/BOE-A-2010-12625-C.pdf>
[81] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988-C.pdf>

abonats, se n'ha de fer el pagament a favor de la Corporación RTVE en el termini de vint dies comptats des de la data esmentada. [...]".

A l'últim, atès que encara no s'ha creat de manera efectiva l'Agència Estatal de Radiocomunicacions, el Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, preveu expressament que les competències i les funcions administratives que atribueix al llarg del seu articulat les exerceixin els òrgans competents del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, mitjançant la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions per a la Societat de la Informació, fins a la constitució efectiva d'aquesta agència.

3.6 Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, pel qual es modifica el Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desplega la Llei 55/2007, de 28 de desembre, del cinema

El Reial decret 490/2010, de 23 d'abril,[82] modifica diversos articles del Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre,[83] pel qual es desplega la Llei de l'Estat 55/2007, de 28 de desembre, del cinema.[84] En concret, modifica l'article 5, l'apartat 2 de l'article 6, els apartats 3 i 4 de l'article 8, l'apartat 1 de l'article 11, els apartats 1 i 2 de l'article 22, l'apartat 1 de l'article 35, l'apartat 3 de l'article 37 i la disposició addicional tercera, i afegeix un nou apartat 3 a l'article 20, relatiu a la concessió d'ajudes per a l'amortització de llargmetratges.

El nou Reial decret incorpora al Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, la classificació per grups d'edat del públic, efectuada inicialment per l'Ordre CUL/314/2010, de 16 de febrer, per la qual es modifiquen els grups d'edat per a la qualificació de les pel·lícules cinematogràfiques i altres obres audiovisuals.[85]

D'acord amb les previsions del nou Reial decret, les obres cinematogràfiques i audiovisuals són qualificades per l'Institut de la Cinematografia i de les Arts Audiovisuals (en endavant, ICAA) o, si s'escau, per l'òrgan competent de les comunitats autònomes (a Catalunya, l'ICIC), per grups d'edat, segons la classificació següent: a) especialment recomanada per a la infància; b) apta per a tots els públics;

[82] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/05/11/pdfs/BOE-A-2010-7531-C.pdf>
[83] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2009/01/12/pdfs/BOE-A-2009-503-C.pdf>
[84] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2007/12/31/pdfs/A05582-05597.pdf>
[85] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/02/18/pdfs/BOE-A-2010-2627.pdf>

c) no recomanada per a menors de set anys; d) no recomanada per a menors de dotze anys; e) no recomanada per a menors de setze anys; f) no recomanada per a menors de 18 anys i g) pel·lícula X. Així mateix, la qualificació *especialment recomanada per a la infància* s'acumula, quan correspongui, a la qualificació *apta per a tots els públics* o *no recomanada per a menors de set anys*. Les qualificacions atorgades per l'ICAA o pels òrgans corresponents de les comunitats autònomes competents en la matèria tenen validesa en tot el territori espanyol.

Amb l'objectiu de "[...] dotar de més transparència el procediment de qualificació [...]" el Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, també modifica l'apartat 2 de l'article 6 del Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, en el sentit de fer públics, mitjançant una resolució de l'ICAA, que s'ha de publicar al BOE, els criteris en base als quals es qualifiquin les pel·lícules cinematogràfiques i les altres obres audiovisuals.

D'altra banda, el Reial decret preveu la possibilitat que, mitjançant resolució, es relacionin els supòsits en què es pugui reconèixer a una pel·lícula cinematogràfica o una altra obra audiovisual la mateixa qualificació que la que ja li hagi estat atorgada per l'autoritat audiovisual corresponent d'un altre Estat.

En tot cas, d'acord amb les noves previsions que introdueix el Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, al Reial decret de desplegament de la llei del cinema estatal, "[...] la publicitat de tota pel·lícula o obra audiovisual, amb independència del mitjà o suport utilitzat, ha d'incloure obligatòriament la seva qualificació de manera que resulti clarament perceptible per al públic. A aquests efectes les empreses distribuïdores, productores o exhibidores per compte de les quals es porti a terme la publicitat, han de comunicar la qualificació de l'obra als titulars dels mitjans o suports en els quals aquesta publicitat s'insereixi, que són els responsables d'incloure la qualificació esmentada [...]".

A banda de les disposicions en matèria de qualificació d'obres audiovisuals, el Reial decret 490/2010,de 23 d'abril, estableix, mitjançant la modificació dels apartats 3 i 4 de l'article 8, de l'apartat 1 de l'article 11, de l'apartat 3 de l'article 20, els apartats 1 i 2 de l'article 22, l'apartat 1 de l'article 36 i l'apartat 3 de l'article 37, altres mesures encaminades a agilitar administrativament diversos procediments.

Entre d'altres, pel que fa a les ajudes de gestió centralitzada, el nou Reial decret elimina l'obligació d'inscripció en el Registre Administratiu d'Empreses Cinematogràfiques i Audiovisuals de l'ICAA les persones que sol·licitin ajudes per a la realització d'obres audiovisuals que utilitzin noves tecnologies o ajudes a la conservació. Així mateix, per estar al corrent del compliment de les obligacions contretes amb el personal creatiu, tècnic i indústries tècniques, únicament es necessita fer una declaració responsable.

Finalment, mitjançant la modificació de la disposició addicional tercera, s'adapten els terminis per a les ajudes a l'amortització.

3.7 Ordre CUL/1767/2010, de 30 de juny per la qual es modifica l'Ordre CUL/2834/2009, de 19 d'octubre

Posteriorment a la publicació del Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, el juliol de 2010 es publica al BOE l'Ordre CUL/1767/2010, de 30 de juny, per la qual es modifiquen els articles 58 i l'apartat 1 de l'article 59 de l'Ordre CUL/2834/2009, de 19 d'octubre, per la qual es dicten normes d'aplicació del Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre, pel qual es desplega la Llei de l'Estat 55/2007, de 28 de desembre, del cine, en les matèries de reconeixement del cost d'una pel·lícula i inversió del productor, establiment de les bases reguladores dels ajuts estatals i d'estructura del Registre administratiu d'empreses cinematogràfiques i audiovisuals.[86]

En concret, l'article 58 modifica els requisits específics que han de complir els llargmetratges per accedir als ajuts per a la seva amortització. Entre d'altres, cal destacar que la nova normativa requereix que la pel·lícula objecte de l'ajut tingui la nacionalitat espanyola i hagi estat qualificada per grups d'edat; que la pel·lícula hagi obtingut el certificat corresponent que acrediti el caràcter cultural del contingut, la vinculació amb la realitat cultural espanyola o amb la seva contribució a l'enriquiment de la diversitat cultural de les obres cinematogràfiques; així com que la pel·lícula hagi estat estrenada comercialment en sales d'exhibició en els terminis que marqui la convocatòria corresponent.

[86] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/07/02/pdfs/BOE-A-2010-10491.pdf>

L'apartat 1 de l'article 59 de l'Ordre de 2008 es modifica en el sentit d'establir uns imports màxims pel que fa als ajuts per a l'amortització de llargmetratges, sempre que aquests no superin el 50% del cost de la pel·lícula ni el 75% de la inversió del productor.

3.8 Transformació de les concessions en llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual televisiva d'àmbit estatal

Mitjançant l'Acord del Consell de Ministres de 28 de maig de 2010 es transforma la concessió de Sogecable, SA per a la prestació del servei de comunicació audiovisual televisiva en llicència. Així mateix, a petició de la mateixa societat, en la mateixa data el Consell de Ministres va aprovar un altre Acord mitjançant el qual s'autoritza la cessió d'aquesta llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual televisiva, de manera que la titularitat passa de Sogecable, SA a Sociedad General de Televisión Cuatro (Sogecuatro).

Amb posterioritat, l'11 de juny de 2010, el Consell de Ministres va transformar les concessions de les societats gestores dels serveis de televisió amb nom comercial Antena 3, Telecinco, Veo TV, Net TV i La Sexta en llicències.

Com ja s'ha esmentat en els apartats 2.6.1 i 3.1 d'aquest capítol, la disposició transitòria segona de la LGCA estableix que les concessions per a la gestió indirecta del servei públic de ràdio o televisió per ones hertzianes terrestres d'àmbit estatal, autonòmic o local que no haguessin estat declarades extingides a l'entrada en vigor de la Llei s'han de transformar en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual. La vigència de les noves llicències és de quinze anys a comptar des de la data de transformació de les concessions i imposa a les persones titulars de les concessions l'obligació de sol·licitar a l'autoritat competent la transformació corresponent en el termini de dos mesos des de l'entrada en vigor de la LGCA.

3.9 El Govern de l'Estat aprova l'assignació d'un múltiple a cada societat concessionària de TDT d'àmbit estatal

El 16 de juliol de 2010, el Consell de Ministres aprova un acord mitjançant el qual s'assigna un múltiple digital de cobertura estatal a cada una de les societats titulars

del servei de TDT d'àmbit estatal (Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, Sogecable, SA, Veo Televisión, SA, NET TV, SA i Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA). El múltiple digital està integrat per quatre canals digitals de televisió susceptibles d'ésser explotats les 24 hores del dia.

Aquesta assignació es produeix prèvia sol·licitud de les societats titulars i una vegada que s'ha verificat que aquestes han complert les obligacions que en matèria d'impuls i desenvolupament de la TDT havien assumit en el marc del Pla tècnic estatal de TDT i del Reial decret mitjançant el qual es regula l'assignació concreta dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de la televisió terrestre amb tecnologia analògica.

L'increment del nombre de canals digitals i, per tant, de la capacitat de l'espectre radioelèctric, ha de possibilitar més flexibilitat per emetre, d'acord amb la legislació vigent, nous continguts o per utilitzar diverses opcions tecnològiques, com la televisió d'alta definició o la televisió en 3D.

3.10 Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de radiodifusió sonora digital terrestre

El Consell de Ministres, en la sessió d'1 d'octubre de 2010,[87] va aprovar la transformació en llicències de les concessions per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei públic de radiodifusió sonora digital terrestre. En total, es transformen 12 concessions: deu atorgades mitjançant un Acord del Consell de Ministres de 10 de març de 2000 (Onda Digital [actualment, CRB digital], Radio Popular, Sociedad Española de Radiodifusión, Sauzal 66, Uniprex, Unión Ibérica de Radio [actualment, Uniprex], Unedisa Comunicaciones, Recoletos Cartera de Inversiones [actualment, Unidad Editorial Internet], Sociedad de Radio Digital Terrenal i Prensa Española de Radio por Ondas) i dues (Grupo Godó de Comunicaciones i Corporación de Medios Radiofónicos Digitales) adjudicades en la sessió del Consell de Ministres de 24 de novembre de 2000.

87
<http://www.lamoncloa.gob.es/ConsejodeMinistros/Referencias/_2010/refc20101001.htm#Radiodifusion>

3.11 Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònic en ones mitjanes (hectomètriques)

Mitjançant la Resolució de 15 d'octubre de 2010, de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació,[88] es publica l'Acord del Consell de Ministres d'1 d'octubre de 2010, pel qual es transformen les concessions per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei públic de radiodifusió sonora en ones mitjanes (hectomètriques) en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònic (vegeu la taula 12).

Taula 12. Persones titulars de serveis de ràdio en OM als quals se'ls ha transformat el títol habilitant

Concessionària OM	Província	Localitat	Freqüència KHz
Algarra, SA	Còrdova	Còrdova	1.575
Aromazoidar, SL	Zamora	Zamora	1.485
Club de Radio Terrasa, SA	Barcelona	Terrassa	828
Compañía de Emisiones de Publicidad, SA	Barcelona	Sabadell	882
Compañía de Radiodifusión Intercontinental, SA	Madrid	Madrid	918
Fundación ECCA	Las Palmas de GC	Las Palmas de GC	1.269
Onda Ramblas, SA	Barcelona	Vilanova i la G	1.485
Propulsora Montañesa, SA	Cantàbria	Santander	1.485
Protemas, SA	Astúries	Gijón	882
Radio Alcoy, SL	Alacant	Alcoi	1.485
Radio Asturias, SL	Astúries	Oviedo	1.026
Radio Castellon, SA	Castelló de la Pl.	Castelló de la Pl.	1.521
Radio Club Canarias, SA	Santa Cruz de T.	Santa Cruz de T.	1.179
Radio Coruña, SL	A Coruña	A Coruña	1.080
Radio Elche, SL	Alacant	Elx	1.539
Radio España de Barcelona, SA	Girona	Girona	1.008
Radio España de Barcelona, SA	Lleida	Lleida	1.287
Radio Gandia, SA	València	Gandia	1.584
Radio Granada, SA	Granada	Granada	1.080
Radio Huesca, SA	Osca	Osca	1.080
Radio Jaen, SL	Jaén	Jaén	1.026
Radio Jerez, SL	Cadis	Jerez de la Frontera	1.026
Radio Las Palmas, SL	Las Palmas de GC	Las Palmas de G	1.008
Radio Leon, SA	Lleó	Lleó	1.341
Radio Lugo, SA	Lugo	Lugo	1.287
Radio Murcia, SA	Múrcia	Múrcia	1.260
Radio Onteniente, SL	València	Ontinyent	1.602
Radio Orense, SA	Ourense	Ourense	1.584
Radio Pontevedra	Pontevedra	Pontevedra	1.116
Radio Popular, SA-COPE	A Coruña	Ferrol	837
Radio Popular, SA-COPE	Albacete	Albacete	1.224

[88] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/11/08/pdfs/BOE-A-2010-17201.pdf>

Radio Popular, SA-COPE	Alacant	Alacant	882
Radio Popular, SA-COPE	Almeria	Almeria	1.224
Radio Popular, SA-COPE	Astúries	Avilés	1.143
Radio Popular, SA-COPE	Badajoz	Badajoz	1.269
Radio Popular, SA-COPE	Barcelona	Barcelona	783
Radio Popular, SA-COPE	Burgos	Burgos	837
Radio Popular, SA-COPE	Cáceres	Cáceres	900
Radio Popular, SA-COPE	Cadis	Jerez de la F.	1.134
Radio Popular, SA-COPE	Cantàbria	Santander	1.215
Radio Popular, SA-COPE	Castelló de la Pl.	Villareal dels Inf.	1.053
Radio Popular, SA-COPE	Ciudad Real	Ciudad Real	1.269
Radio Popular, SA-COPE	Ciudad Real	Puertollano	1.134
Radio Popular, SA-COPE	Còrdova	Còrdova	1.215
Radio Popular, SA-COPE	Girona	Figueres	1.269
Radio Popular, SA-COPE	Granada	Granada	900
Radio Popular, SA-COPE	Guipúscoa	San Sebastian	1.224
Radio Popular, SA-COPE	Huelva	Huelva	1.224
Radio Popular, SA-COPE	Illes Balears	Ciutadella	1.134
Radio Popular, SA-COPE	Illes Balears	Eivissa	837
Radio Popular, SA-COPE	Illes Balears	Palma	1.224
Radio Popular, SA-COPE	Jaén	Jaén	1.143
Radio Popular, SA-COPE	Las Palmas de GC	Las Palmas de GC	837
Radio Popular, SA-COPE	Lleó	Astorga	1.134
Radio Popular, SA-COPE	Lleó	Lleó	1.215
Radio Popular, SA-COPE	Lleida	Lleida	1.224
Radio Popular, SA-COPE	Lugo	Lugo	1.224
Radio Popular, SA-COPE	Madrid	Madrid	999
Radio Popular, SA-COPE	Màlaga	Màlaga	882
Radio Popular, SA-COPE	Múrcia	Llorca	1.215
Radio Popular, SA-COPE	Múrcia	Múrcia	711
Radio Popular, SA-COPE	Navarra	Pamplona	1.134
Radio Popular, SA-COPE	Ourense	Ourense	1.143
Radio Popular, SA-COPE	Pontevedra	Vigo	900
Radio Popular, SA-COPE	Salamanca	Salamanca	1.134
Radio Popular, SA-COPE	Sta. Cruz Tf.	La Laguna	882
Radio Popular, SA-COPE	Sevilla	Sevilla	837
Radio Popular, SA-COPE	Tarragona	Reus	1.143
Radio Popular, SA-COPE	València	València	1.296
Radio Popular, SA-COPE	Valladolid	Valladolid	882
Radio Popular, SA-COPE	Biscaia	Bilbao	900
Radio Popular, SA-COPE	Zamora	Zamora	1.269
Radio Popular, SA-COPE	Saragossa	Saragossa	1.053
Radio Rioja, SA	La Rioja	Logronyo	1.179
Radio Salamanca, SA	Salamanca	Salamanca	1.026
Radio Segovia, SA	Segòvia	Segòvia	1.602
Radio Vigo, SA	Pontevedra	Vigo	1.026
Radio Vitoria-Gasteiz Irratia, SA	Àlaba	Vitòria	1.602
Radio Zaragoza, SA	Saragossa	Saragossa	873
Radiodifusora Navarra, SA	Navarra	Pamplona	1.575
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	A Coruña	Santiago de C	873
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Albacete	Albacete	1.116
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Alacant	Alacant	1.008
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Badajoz	Badajoz	1.008

Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Barcelona	Barcelona	666
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Burgos	Burgos	1.287
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Cadis	Algesires	1.260
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Cadis	Cadis	990
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Ceuta	Ceuta	1.584
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Guipúscoa	San Sebastian	1.044
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Illes Balears	Palma	1.080
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Jaén	Linares	1.602
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Madrid	Madrid	810
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Melilla	Melilla	1.485
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Múrcia	Cartagena	1.602
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Madrid	Madrid	810
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Melilla	Melilla	1.485
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Múrcia	Cartagena	1.602
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Sevilla	Sevilla	792
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Tarragona	Reus	1.026
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	València	València	1.179
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Valladolid	Valladolid	1.044
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Biscaia	Bilbao	990
Statement City, SL	Barcelona	Manresa	1.539
Uniprex, SA Unipersonal	Almeria	Almeria	1.341
Uniprex, SA Unipersonal	Barcelona	Barcelona	540
Uniprex, SA Unipersonal	Ciudad Real	Ciudad Real	1.341
Uniprex, SA Unipersonal	Madrid	Madrid	954
Uniprex, SA Unipersonal	Màlaga	Antequera	1.485
Uniprex, SA Unipersonal	Toledo	Toledo	1.080

Font: Annex de l'Acord del Consell de Ministres pel qual es transformen les concessions per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei públic de radiodifusió sonora en ones mitjanes (hectomètriques) en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual radiofònic (BOE, núm. 270, 8 de novembre de 2010).

3.12 Arrendaments de canals digitals de TDT d'àmbit estatal

El Consell de Ministres de 22 d'octubre de 2010 va autoritzar l'arrendament d'un dels canals digitals de TDT assignats a VEO Televisión, SA a la societat KW Televisión. Amb posterioritat, el Govern, en la sessió de 23 de desembre de 2010, va autoritzar un altre arrendament d'un dels canals assignats a la societat Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA a la societat Gol Televisión, SL.

La LGCA preveu (article 29) la possibilitat que les persones titulars de llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual puguin arrendar els seus serveis, sempre que es compleixin un seguit de requisits previs. L'arrendament implica la subrogació de l'arrendatari en tots els drets i les obligacions de l'arrendador com a prestador de serveis de comunicació audiovisual i com a responsable editorial del canal arrendat. Cal destacar que la LGCA prohibeix expressament el subarrendament.

3.13 Constitució del Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual

Mitjançant la Resolució de 21 de juny de 2010, de la CMT,[89] es publica la Resolució de 10 de juny de 2010, per la qual es constitueix el Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual. Aquesta Resolució consta de dos annexos, un relatiu a l'estructura del Registre i l'altre, dedicat a la informació mínima necessària que han de contenir les comunicacions prèvies per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual.

D'acord amb la Resolució, el Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual té per objecte la inscripció de les persones físiques o jurídiques prestadores de serveis de comunicació audiovisual d'àmbit estatal que hagin realitzat la comunicació prèvia fefaent davant l'autoritat audiovisual competent, prèvia a l'inici de l'activitat, i de les persones físiques o jurídiques titulars de llicències atorgades per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual prestats mitjançant ones hertzianes terrestres d'àmbit estatal.

La inscripció en aquest Registre té caràcter declaratiu i els assentaments registrals són de lliure accés per a qualsevol persona que ho sol·liciti. La primera

[89] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/08/12/pdfs/BOE-A-2010-13096.pdf>

inscripció en el Registre estatal la realitza d'ofici la CMT des de la recepció de la comunicació prèvia prevista en la LGCA, o des de la recepció de les llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual atorgades per l'òrgan competent.

Tal com es disposa en la Resolució de constitució del Registre, respecte al prestador de serveis de comunicació audiovisual, en la primera inscripció, s'han de consignar les dades següents: 1. Nom i cognoms o, si s'escau, denominació o raó social i la seva nacionalitat. 2. Les dades relatives a la inscripció en el Registre corresponent, en el seu cas. 3. El seu número d'identificació fiscal. 4. El nom i la resta de dades personals de la persona representant legal, en el seu cas. 5. El domicili a l'Estat, a efectes de notificacions. 6. La persona responsable a efectes de notificacions a l'Estat. 7. El domicili social, en el seu cas. 8. Noms i cognoms o, en el seu cas, denominació o raó social, incloent el número d'identificació fiscal, de les persones titulars de participacions significatives en el capital social, amb indicació dels percentatges corresponents, tant directament como indirecta.

Pel que fa al servei de comunicació audiovisual que es vulgui prestar, en la primera inscripció, s'ha de fer constar la informació que hagi hagut d'ésser aportada per la persona interessada, sempre que aquesta no tingui caràcter confidencial, i que es consideri necessària per a la determinació del servei audiovisual.

Una vegada practicada la primera inscripció, es podrà modificar, ja sigui en relació amb la persona titular com amb el servei de comunicació audiovisual que es presti. El prestador de serveis de comunicació audiovisual, segons s'estableix en la Resolució, ha de comunicar la modificació de les dades en el termini màxim d'un mes, des del dia en què es produeixi la modificació, amb l'aportació de la documentació acreditativa. La Resolució també preveu que quan la modificació tingui origen en un acte emanat per una administració pública, la Resolució per la inscripció s'ha de realitzar d'ofici per la CMT. En aquests casos, l'administració pública de què es tracti hi haurà d'adjuntar la documentació corresponent.

En el Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual també s'inclourà, com a nota d'ofici al marge, la inscripció corresponent als prestadors de serveis de comunicació audiovisual que reculli la imposició de qualsevol sanció ferma imposada de conformitat amb el títol VI de la LGCA i, en particular, es farà

constar el cessament de les emissions i la clausura provisional dels equips i de les instal·lacions. En aquest cas, les administracions públiques competents han de comunicar a la CMT les resolucions fermes i els actes que, en el marc de les seves respectives competències, imposin les sancions referides anteriorment. Igualment, es poden inscriure's com a anotacions preventives les situacions extraregistrals que puguin afectar els fets inscrits.

Finalment, la cancel·lació de la inscripció registral d'un prestador de serveis de comunicació audiovisual es pot dur a terme quan l'habilitació d'aquest prestador s'extingeixi per qualsevol de les causes que estableix la LGCA.[90] Aquesta cancel·lació és practicada d'ofici per la persona encarregada del Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual.

Com s'ha assenyalat més amunt, la Resolució de la CMT de 21 de juny de 2010 incorpora un segon annex en el qual es preveu la informació mínima que han de contenir les comunicacions prèvies per a la prestació dels serveis de comunicació audiovisual, subjectes a competència estatal.

Així, quan una persona física sigui la que consigni la comunicació prèvia, aquesta ha d'aportar la informació següent: a) el nom i cognoms i, en el seu cas, els de la persona que els representi; b) el número del document nacional d'identitat o, si fos estrangera, la nacionalitat i el número de passaport; c) el domicili a l'Estat als efectes de notificacions i, d) la documentació que acrediti la capacitat i la representació de la persona representant, si s'escau.

D'altra banda, quan es tracti d'una persona jurídica,[91] s'ha d'aportar: a) la raó social; b) el número d'identificació fiscal i les dades registrals; c) el domicili social; d) el domicili a l'Estat, a efectes de notificacions; e) el nom i cognoms de la persona responsable als efectes de notificacions.

[90] Article 30 de la LGCA.

[91] D'acord amb la Resolució de constitució del Registre de prestadors, la documentació que acrediti la capacitat d'obrar de les persones jurídiques estrangeres nacionals d'estats membres de la Unió Europea i d'estats signataris de l'Acord sobre l'Espai Econòmic consistirà en una certificació que acrediti la inscripció en els registres que, d'acord amb la legislació en cada Estat, sigui preceptiva. Per a la resta de persones jurídiques estrangeres serà necessària la presentació d'una certificació expedida per la respectiva representació diplomàtica espanyola en la qual es faci constar que figuren inscrites en el Registre local professional, comercial o anàleg o, en el seu defecte, que actuen legalment i habitualment en l'àmbit de les activitats corresponents.

Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual que realitzin la comunicació prèvia també han d'incloure entre la documentació la descripció del servei de comunicació audiovisual que es pretén prestar; el canal o els canals que s'emetin, així com el contingut de la programació i la llengua en què aquests continguts es difonen; també s'han d'incloure les dades tècniques del servei, incloent-hi les relatives a la persona titular de la xarxa suport del servei audiovisual, en el seu cas, i l'àmbit de cobertura del servei a prestar.

Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual també han d'incloure la data prevista per a l'inici de l'activitat i la declaració responsable de compliment dels requisits legals.

3.14 Modificació del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges sms Premium

Mitjançant la Resolució de 2 de juliol de 2010 (BOE de 23 de juliol de 2010) de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions per a la Societat de la Informació, es publica la modificació del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges, aprovat el 29 de juny de 2009.[92]

Les previsions d'aquest Codi s'apliquen als operadors que prestin serveis d'emmagatzament i reenviament de missatges subjectes a tarifació addicional, als operadors de xarxa que proveeixin l'accés al serveis de missatges a la persona usuària i a l'operador responsable de facturar-los, de conformitat amb les definicions previstes a l'apartat 3 del Codi.

En concret es modifiquen els apartats 3.5, 5.1.2, 5.1.3, 5.1.5, 5.1.6, 5.2.2, 6.3.4.3, 6.3.5, 6.3.8 del Codi; s'afegeix un nou paràgraf (cinquè) a la lletra *c* de l'annex 2 (definicions) i una nova lletra a l'apartat 2 de l'annex I del Codi.

A més, s'introdueix al Codi de conducta un nou apartat 6.1.1.12 on es preveu que les limitacions horàries d'emissió de continguts que estableix la LGCA són d'aplicació, en tot cas, als serveis SMS Premium inclosos en aquestes emissions. En aquest sentit, el Codi és taxatiu en preveure expressament que les limitacions horàries d'emissió de continguts audiovisuals establerts a la Llei 7/2010, de 31 de març,

[92] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/07/23/pdfs/BOE-A-2010-11807.pdf>

general de la comunicació audiovisual seran d'aplicació, en tot cas als serveis SMS Premium inclosos en aquestes emissions.

En relació amb els serveis de tarifació addicional, la Comisión de Supervisión de los Servicios de Tarificación Adicional (en endavant, CSSTA) ha elaborat el seu Informe anual, publicat el 2011, amb les actuacions realitzades en relació amb el control i el seguiment del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarificació addicional (codis 803-806-807), de 23 de juliol de 2004, i del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarificació addicional basats en l'enviament de missatges sms Premium.[93]

Pel que fa a les actuacions en relació amb els codis 803, 806, 807 i 905, durant el 2010 hi ha 421 denúncies. Segons l'informe, 27 corresponen a denúncies o actuacions d'ofici realitzades l'any 2009 pendents de resoldre a l'inici de 2010, i 394 a denúncies o actuacions d'ofici realitzades el 2010. De les 421 denúncies analitzades, la CSSTA va proposar a la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació la retirada d'un total de 271 números de telèfon, va arxivar 117 denúncies, i restaven pendents d'estudi i tramitació per a l'exercici de 2011 un total de 33 números. Entre d'altres, onze dels expedients oberts ho van ser per denúncies contra concursos, 163 per frau i sis per frau en els premis que s'hi donaven.

Segons l'informe, les causes més freqüents d'incompliment del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional (codis 803-806-807) han estat la vulneració dels apartats 3.1.2. (identificació del prestador), 3.2.1 (informació relativa a preus), així com l'omissió de la referència "majors de 18 anys" en els codis 803.

Quant a les actuacions de la CSSTA en relació amb els serveis de text SMS Premium, el 2010 es van rebre un total de 173 denúncies. D'aquestes, 90 de persones particulars, 15 provinents de comunitats autònomes, 35 emeses des de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades, 4 mitjançant les associacions de consumidors i 4 vehiculades per l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor.

[93] <http://www.usuariosteleco.es/Documents/InformeCSSTA2010.pdf>

D'acord amb la modificació del punt 6.1.1.12 del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges SMS Premium assenyalada més amunt, el 2010 la CSSTA va realitzar un Pla d'inspecció dels serveis SMS premium emesos en programes de ràdio i televisió fruit del qual va obrir els expedients corresponents la tramitació dels quals va portar al bloqueig d'accés del número per incompliment del Codi (vegeu la taula 13).

Taula 13. Expedients la tramitació dels quals ha portat al bloqueig d'accés del número per incompliment del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges SMS Premium. Any 2010.

Núm. sms	Operador titular	TV o ràdio	Programa	Servei	Incompliment[A]
27640	Alterna Project Marketing, SL	Cadena SER	*Carrusel deportivo*	Opinions	5.1.4.2
25044	Alterna Project Marketing, SL	Cadena SER	*Carrusel deportivo*	Apostes *Betfair*	5.1.4.2
27444	Alterna Project Marketing, SL	Telecinco TV	*Más que baile*	Vot	5.1.4.1 5.1.4.2
25220	Mobile Solutions Consulting Group, SL	La Sexta TV	*El partido de La Sexta*	Concurs	5.1.4.1 5.1.4.2 6.1.1.9
25522	Nvía Gestión de datos, SL	Intereconomía Radio	*El gato al agua*	Opinions	5.1.4.2
25522	Nvía Gestión de datos, SL	Intereconomia Radio	*Punto pelota*	Opinions	5.1.4.2
25933	Step2u, SL	Es Radio	*La mañana*	Opinions	5.1.4.2

[A] Descripció dels incompliments:
27640: Incompliment de l'obligació d'indicar oralment el preu en programes de ràdio.
25044: Incompliment de l'obligació d'indicar oralment el preu en programes de ràdio.
27444: Manca de llegibilitat en el rètol informatiu en programes de TV.
25220: Manca de llegibilitat en el rètol informatiu en programes de TV.
Exigir l'enviament de dos o més missatges per a una sola prestació.
25522: Incompliment de l'obligació d'indicar oralment el preu en programes de ràdio.
25933: Incompliment de l'obligació d'indicar oralment el preu en programes de ràdio.

Font: Informe actuacions de la CSSTA. Any 2010.

Una vegada comprovat l'incompliment, la CSSTA dóna trasllat de la Resolució a la CMT perquè procedeixi a la cancel·lació temporal del número durant un any.

3.15 Actualització del Quadre nacional d'atribució de freqüències

Mitjançant l'Ordre ITC/332/2010, de 12 de febrer, s'ha aprovat l'actualització del Quadre nacional d'atribució de freqüències,[94] que substitueix al vigent fins aleshores, adoptat mitjançant l'Ordre ITC/3391/2007, de 15 de novembre.[95] Al llarg de 292 pàgines, el nou Quadre estableix la distribució de l'espectre radioelèctric entre els diferents serveis de radiocomunicacions, per als quals constitueix el suport de transmissió de la informació i dels continguts, entre d'altres, els de radiodifusió sonora en ona mitjana, els de radiodifusió sonora en ones mètriques amb modulació de freqüència, els que han d'utilitzar les entitats habilitades per a la prestació dels serveis de radiodifusió sonora digital terrestre per a la prestació dels serveis de televisió terrestre, tant amb tecnologia analògica com digital, així com per a la prestació del servei de televisió digital terrestre en mobilitat.

3.16 Designació de l'operador obligat a la prestació del servei universal de telecomunicacions

El Reglament sobre les condicions per a la prestació de serveis de comunicacions electròniques, el servei universal i la protecció de les persones usuàries, aprovat pel Reial Decret 424/2005, de 15 de abril,[96] estableix que el procediment de designació d'operadors obligats a la prestació del servei universal s'efectuï mitjançant una Ordre del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. D'acord amb aquest procediment es va dictar l'Ordre ITC/3808/2008, de 23 de desembre,[97] per la qual es designa Telefónica de España, SAU com a operador obligat a la prestació dels elements i serveis que integren el concepte de servei universal de telecomunicacions relatius a la connexió a la xarxa electrònica pública fixa i accés al servei telefònic disponible al públic, l'existència d'una oferta suficient de telèfons públics de pagament i l'elaboració i l'entrega a les persones abonades al servei telefònic disponible al públic de les guies. Aquesta designació es va realitzar per un període comprès entre l'1 de gener de 2009

[94] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/02/19/pdfs/BOE-A-2010-2719.pdf>
[95] <http://www.boe.es/boe/dias/2007/11/23/pdfs/A48121-48122.pdf>
[96] <http://www.boe.es/boe/dias/2005/04/29/pdfs/A14545-14588.pdf>
[97] <http://www.boe.es/boe/dias/2008/12/31/pdfs/A52870-52871.pdf>

i el 31 de desembre de 2010.[98] Això no obstant, i tal com s'esmenta en l'Ordre ITC/3379/2010, de 28 de desembre,[99] amb posterioritat a l'aprovació de l'Ordre ICT de 2008, es va aprovar la Directiva 2009/136/CE del Parlament Europeu i del Consell de 25 de novembre de 2009 per la que es modifiquen la Directiva 2002/22/CE relativa al servei universal i als drets de les persones usuàries en relació amb les xarxes i els serveis de comunicacions electròniques,[100] la Directiva 2002/58/CE relativa al tractament de les dades personals i a la protecció de la intimitat en el sector de les comunicacions electròniques i el Reglament (CE) núm. 2006/2004 sobre la cooperació en matèria de protecció de les persones consumidores.[101]

L'adopció d'aquestes normatives, juntament amb la tramitació del Projecte de llei de l'Estat d'economia sostenible i la convocatòria d'una consulta pública per part de la Comissió Europea, amb data de tancament de 7 de maig de 2010, sobre el futur del servei universal, han comportat la modificació de l'apartat 3 de l'Ordre ITC/3808/2008, de 23 de desembre, que ha ampliat un any, fins al 31 de desembre de 2011, el període de designació de Telefónica de España, SAU com a operador obligat a prestar els elements i els serveis que integren el servei universal de telecomunicacions relatius a la connexió a la xarxa electrònica pública fixa i accés al servei telefònic disponible al públic, l'existència d'una oferta suficient de telèfons públics de pagament i l'elaboració i l'entrega a les persones abonades al servei telefònic disponible al públic de les guies.

[98] Vegeu el capítol I de l'*Informe de l'Audiovisual a Catalunya* corresponent a l'any 2009.
[99] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/12/30/pdfs/BOE-A-2010-20120.pdf>
[100] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:337:0011:0036:Es:PDF>
[101] >http://ec.europa.eu/justice/data-protection/law/files/recast_20091219_es.pdf>

3.17 Principals activitats reglamentadores en l'audiovisual de les comunitats autònomes

Aprovació del Decret del Govern de Canàries 80/2010, de 8 de juliol, sobre serveis de comunicació audiovisual

El Govern de Canàries va aprovar el Decret 80/2010, de 8 de juliol, sobre serveis de comunicació audiovisual,[102] que té per objecte regular l'exercici de les competències que, com a autoritat audiovisual, corresponen a l'administració pública de la comunitat autònoma de Canàries. Aquest Decret constitueix la primera norma de desenvolupament de les previsions que conté la LGCA que ha adoptat un Govern autonòmic. Això no obstant, el desplegament de la LGCA es focalitza en el règim jurídic de la prestació del servei, en la inspecció de les condicions d'emissió, en el règim sancionador i en la creació del Registre canari de prestadors de serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre.

El capítol primer del Decret (articles 2 a 21) preveu, en tres seccions, el que s'anomena "aspectes procedimentals". La primera secció d'aquest capítol (articles 2 a 4) regula la competència, el procediment i el control en relació amb les comunicacions prèvies; la segona (articles 5 a 18) disposa els articles relatius a les llicències. En concret, s'hi estableix el procediment per al concurs públic (convocatòria pública, criteris de valoració, mesa d'avaluació, valoració de l'aptitud, sol·licituds i dels mèrits, atorgament de les llicències, inscripció en el Registre canari de prestadors de serveis, entre d'altres). Així mateix, la secció segona del capítol I també inclou la regulació dels negocis jurídics sobre llicències de comunicació audiovisual. Finalment, la secció tercera (articles 19 a 21) regula la llicència, l'avaluació de la gestió financera i la inscripció en el Registre canari de prestadors de serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre.

El capítol II del Decret 80/2010, de 8 de juliol (articles 22 a 25), preveu la inspecció de les condicions d'emissió i/o de recepció dels serveis de comunicació audiovisual i del compliment de les obligacions i dels compromisos derivats de la llicència corresponent, el personal d'inspecció i les actuacions d'inspecció.

[102] <http://www.gobcan.es/libroazul/pdf/63679.pdf>

El capítol III (articles 26 a 28) estableix les disposicions relatives al règim sancionador (la potestat sancionadora, les infraccions i les sancions i l'òrgan competent per acordar la incoació i la resolució dels expedients sancionadors), mentre que el capítol IV crea i regula el Registre canari de prestadors del servei de comunicació audiovisual.

4. Unió Europea

4.1 Actuacions relatives a l'emplaçament de producte de diverses autoritats reguladores de l'audiovisual

El 5 de març de 2010, i amb la consulta prèvia als sectors afectats, el Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (en endavant, CSA) de França va publicar una deliberació[103] en la qual s'estableixen les condicions per autoritzar l'emplaçament de productes al serveis de televisió. El text comença per definir *emplaçament de producte* com la col·locació a canvi d'una contraprestació en diners, és a dir, l'oferta contractual de productes o serveis amb una marca que sigui identificable dins del programa. La deliberació autoritza l'emplaçament de producte en les obres cinematogràfiques, obres audiovisuals de ficció i clips musicals, però no durant la informació o els programes de notícies, documentals o programes infantils.

Entre altres consideracions, el CSA estableix que l'emplaçament de producte no pot influir, en cap cas, de manera que afecti la responsabilitat i la independència editorial de l'editor; no pot constituir una incitació directa a la compra i és obligatòria la inclusió d'un pictograma per informar les persones televidents que un producte ha estat col·locat en el programa.

Amb posterioritat, el 28 de juny de 2010, l'Office of Communications britànic (en endavant, Ofcom) va publicar unes consultes sobre la revisió parcial de diverses seccions del *Broadcasting Code*[104] en relació amb la introducció de l'emplaçament de producte als serveis de televisió, així com sobre les "referències pagades" de productes

103
<http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20100305&numTexte=88&pageDebut=&pageFin=>

104 <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/broadcast-codes/broadcast-code/>

en els programes de ràdio.[105] Una vegada finalitzat aquest període de consultes, l'Ofcom va aprovar la revisió del *Broacasting Code*.

Quant a l'emplaçament de producte als serveis de televisió, les modificacions introduïdes al *Broadcasting Code* tenen per objecte permetre'n la realització i assegurar, entre d'altres, que els prestadors de serveis mantenen la independència editorial i el control sobre la programació, que existeix una distinció entre contingut editorial i publicitat, i que es protegeix les persones consumidores. Aquestes noves normes, que modifiquen diversos apartats de la secció 9 del *Broadcasting Code*, entren en vigor el 28 de febrer de 2011.

D'altra banda, el propòsit principal de les noves normes sobre referències pagades a marques i productes en la programació de ràdio és garantir la transparència de les comunicacions comercials com a vehicle per assegurar la protecció de la persona consumidora. Aquestes modificacions tenen efecte immediat, i s'han incorporat a la secció 10 del *Broadcasting Code*.[106]

4.2 Qualificació com a publicitat dels programes basats en la participació mitjançant telèfons de tarifació addicional

El 3 de juny de 2010, l'Ofcom britànic va publicar el seu informe sobre els serveis de televisió de participació (*Participation TV* [PTV]) i el seu reglament sobre la promoció dels telèfons de tarifació addicional (*Premium Rate Services, [PRS]*).

L'informe considera que aquesta mena de programes (com els concursos tipus test, per exemple), el propòsit principal dels quals és promoure la participació a partir de *PRS*, s'han de regular com a publicitat en comptes de com a programes generals, amb l'objectiu de garantir més protecció a les persones consumidores. D'acord amb la conclusió a la qual s'arriba, aquest tipus de programes passen a ser regulats pel *Broadcast Advertising Standards Code*, el codi britànic que regula les emissions publicitàries. La qualificació d'aquesta tipologia de programes com a publicitat

[105] <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/bcrtv2010/>
i <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/bcrradio2010/>
[106] <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/bcrradio2010/statement>
Declaració sobre referències comercials a la programació de televisió (emplaçament de producte): <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/other-codes/tacode.pdf>

comporta, entre altres aspectes, que els prestadors de serveis de televisió que els emetin els hagin de tenir en compte als efectes del còmput dels límits quantitatius d'emissió publicitària.

4.3 Nova autoritat reguladora de l'audiovisual a Suècia

L'1 d'agost de 2010 va entrar en vigor la nova Llei sobre la ràdio i la televisió. Entre altres previsions, mitjançant aquesta llei es crea a Suècia una nova instància de regulació en matèria audiovisual. El nou ens regulador, *Myndigheten för radio och tv*,[107] reemplaça l'Autoritat per la ràdio i la televisió i la Comissió sueca de l'audiovisual. La fusió de totes dues instàncies vol obtenir una estructura reglamentària més senzilla i eficaç, que concentri les responsabilitats en temes de tecnologia i de continguts.

4.4 La Comissió Europea autoritza els ajuts d'Estat per als prestadors neerlandesos de servei públic

El 26 de gener de 2010, la Comissió Europea va autoritzar, amb algunes modificacions, el règim de finançament anual dels prestadors neerlandesos de servei públic. Les autoritats holandeses van acceptar limitar aquest finançament a la quantitat indispensable per assegurar el servei públic de radiodifusió. La resolució dóna resposta a les queixes de diversos prestadors de serveis privats que posaven en relleu l'absència d'una definició precisa de la missió de servei públic, sobretot respecte de les activitats en línia, i també la proporcionalitat d'aquest finançament.[108]

4.5 La Comissió Europea es pronuncia sobre les taxes als operadors de telecomunicacions per compensar la supressió de la publicitat als serveis públics audiovisuals de França i Espanya

Durant el 2010 la Comissió Europea s'ha pronunciat dues vegades, en sectors específics diferents, en relació amb l'establiment per part dels estats francès i

[107] <http://www.radioochtv.se/>

[108] <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/52&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en>

espanyol de les taxes específiques per contribuir al sosteniment dels serveis públics de comunicació audiovisual respectius.

La primera ha estat en relació amb si la imposició d'aquestes taxes en tots dos països era incompatible amb el mercat interior, d'acord amb el que estableix l'apartat 2 de l'article 106 del Tractat de funcionament de la Unió Europea. En sengles decisions[109] de 20 de juliol,[110] la Comissió Europea considera que la imposició d'aquestes taxes per part d'aquests dos estats no és incompatible amb la normativa comunitària.

El segon pronunciament de la Comissió Europea envers l'establiment d'aquestes taxes en tots dos països data de 30 de setembre de 2010.[111] En aquest, la Comissió ha decidit exigir a França i Espanya que suprimeixin les taxes específiques imposades sobre el volum de negocis dels operadors de telecomunicacions, atès que considera que aquestes taxes, introduïdes a l'efecte de compensar la pèrdua d'ingressos en concepte de publicitat de pagament en els serveis públics de televisió, són incompatibles amb les normes de la UE en matèria de telecomunicacions (comunicacions electròniques); en especial, amb l'article 12 de la Directiva 2002/20/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 7 de març, relatiu a l'autorització de xarxes i serveis de comunicacions electròniques, que estableix que les taxes específiques cobrades als operadors de telecomunicacions han d'estar relacionades específicament i directament amb els costos de regular el sector de les telecomunicacions (principalment, adopció d'autoritzacions i funcions de reglamentació).

Una vegada rebuts els dictàmens motivats per part de la Comissió Europea, França i Espanya disposen de dos mesos per notificar a la Comissió les disposicions adoptades per donar compliment a les normes de la UE sobre les telecomunicacions.

---

109 <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/979&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en>

110 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:001:0009:0019:ES:PDF> i <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/978&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

111 <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1211&format=HTML&aged=1&language=ES&guiLanguage=fr>

Si no ho fan, la Comissió pot portar aquests països davant el Tribunal de Justícia de la UE.[112]

Cal assenyalar que, en aquest context, l'Estat francès ha decidit posposar la supressió total de la publicitat en el servei públic audiovisual fins al 2016.[113]

4.6 Transposició de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual al estats membres de la Unió Europea

Els 27 estats membres de la Unió Europea disposaven fins al 19 de desembre de 2009 per transposar als seus ordenaments jurídics interns respectius les previsions de la Directiva 2007/65/CE de serveis de comunicació audiovisual del Parlament Europeu i del Consell d'11 de desembre del 2007, la qual ha estat codificada el 2010, mitjançant la Directiva 2010/13/UE, del Parlament Europeu i del Consell.[114]

Cal assenyalar que, a data 19 de desembre de 2009, només Bèlgica, Romania i Eslovàquia havien notificat a la Comissió Europea la implementació de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual. El gener de 2010, la Comissió va requerir als estats membres informació en relació amb l'estat de transposició de la Directiva, com a pas previ a l'inici del procediment d'incompliment. Dotze d'aquests estats –Bulgària, la República Txeca, Dinamarca, França, Alemanya, Irlanda, Itàlia, Malta, els Països Baixos, Espanya, Suècia i el Regne Unit– van informar de la modificació de la seva legislació estatal per adequar-la als paràmetres de la Directiva el juny de 2010. Posteriorment, la Comissió Europea va requerir formalment, mitjançant la forma de les anomenades "opinions raonades", a dotze estats membres (Àustria, Xipre, Estònia, Grècia, Finlàndia, Hongria, Lituània, Luxemburg, Letònia, Polònia, Portugal i Eslovènia) que transposessin sense més dilació la Directiva de serveis de comunicació

112
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1211&format=HTML&aged=0&language=ES&guiLanguage=en>
113 <http://www.legipresse.com/feedactu.asp?numero=163>
114 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:ES:PDF>

audiovisual als seus ordenaments jurídics respectius.[115] La majoria d'aquests països va comunicar a la Comissió la transposició de la Directiva (vegeu la taula 14).

Pel que fa a aquesta qüestió, la Comissió Europea ha anat publicant quines han estat les mesures de transposició adoptades pels diversos estats membres de la UE. Tal com es recull a la taula 14, en alguns casos, els estats membres han optat per una implementació mitjançant un sol text normatiu; en d'altres, s'ha realitzat modificant diversos textos legals.

115

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1400&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

Taula 14. Transposició de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual als estats membres de la Unió Europea (2010-2011)

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Alemanya	S'han adoptat 39 modificacions <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT#FIELD_DE>
Àustria	1. Bundesgesetz, mit dem das Privatfernsehgesetz und das Privatradiogesetz geändert werden Legal act: *Bundesgesetz*, number: *I Nr. 7/2009*; Official Journal: *Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich (BGBl.)*, number: *I Nr. 7/2009*, Publication date: *23/02/2009*, Entry into force: *01/03/2009*; Reference: *(MNE(2010)51787)* 2. Bundesgesetz, mit dem das Bundes-Verfassungs-gesetz, das KommAustria-Gesetz, das Telekommunikationsgesetz 2003, das Verwertungs-gesellschaftengesetz 2006, das ORF-Gesetz, das Privatfernsehgesetz, das Privatradiogesetz und das Fernseh-Exklusivrechtegesetz geändert werden Legal act: *Bundesgesetz*, number: *I Nr. 50/2010* ; Official Journal: *Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich (BGBl.)*, number: *I Nr. 50/2010* , Publication date: *19/07/2010*, Entry into force: *01/10/2010*; Reference: *(MNE(2010)54947)*
Bèlgica	1. MINISTERIUM DER DEUTSCHSPRACHIGEN GEMEINSCHAFT - 3. DEZEMBER 2009 - Dekret zur Änderung des Dekrets vom 27. Juni 2005 über den Rundfunk und die Kinovorstellungen. Legal act: *Décret*; Official Journal: *Moniteur Belge*, Publication date: *15/12/2009*, Page: *79011-79027*; Reference: *(MNE(2009)55363)* 2. VLAAMSE OVERHEID -27 MAART 2009. - Decreet betreffende radio-omroep en televisie Legal act: *Decreet*; Official Journal: *Staatsblad*, number: *N.151*, Publication date: *30/04/2009*, Page: *34470-34509*; Reference: *(MNE(2009)51969)* 3. MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANÇAISE - 5 FEVRIER 2009. - Décret modifiant le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion et le décret du 9 janvier 2003 relatif à la transparence, à l'autonomie et au contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française Legal act: *Décret*; Official Journal: *Moniteur Belge*, Publication date: *18/03/2009*, Page: *22845-22864*; Reference: *(MNE(2009)51254)* 4. MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANÇAISE - 26 MARS 2009. - Arrêté du Gouvernement de la Communauté française portant coordination du décret sur les services de médias audiovisuels. Legal act: *Arrêté du Gouvernement*; Official Journal: *Moniteur Belge*, Publication date: *24/07/2009*, Page: *50609-50682*; Reference: *(MNE(2010)53047)* 5. MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANÇAISE - 30 AVRIL 2009. - Décret portant ratification de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 26 mars 2009 portant coordination du décret sur les services de médias audiovisuels Legal act: *Décret*; Official Journal: *Moniteur Belge*, Publication date: *24/07/2009*, Page: *50607-50608*; Reference: *(MNE(2010)53046)* .
Bulgària	S'ha adoptat 1 modificació <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT#FIELD_BG>

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Dinamarca	1. Bekendtgørelse om vedtægt for DR Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *102*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *102*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00005*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50973)* 2. Bekendtgørelse om korte nyhedsuddrag fra begivenheder af stor interesse for offentligheden Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *106*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *106*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00002*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50974)* 3. Bekendtgørelse om TV 2/DANMARK A/S' programvirksomhed 4. Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *103*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *103*, Publication date: *28/01/2009*, Page: *00001-00002*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50975)* . 5. Bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *104*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *104*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00005*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50977)* 6. Lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed og lov om ophavsret Legal act: *Lov*, number: *1269*; Official Journal: *Lovtidende A*, Publication date: *16/12/2009*, Entry into force: *18/12/2009*; Reference: *(MNE(2009)55466)* 7. Bekendtgørelse om programvirksomhed på grundlag af registrering samt on-demand audiovisuel programvirksomhed Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *100*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *100*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00004*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50980)* 8. Bekendtgørelse om ændring af bekendtgørelse om ikke-kommercielt tv i MUX 1 Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *111*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *111*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00002*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50981)* 9. Bekendtgørelse om forretningsorden for Radio- og tv-nævnet Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *101*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *101*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00003*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50982)* 10. Bekendtgørelse om reklamer og sponsorering m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on-demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber Legal act: *Bekendtgørelse*, number: *105*; Official Journal: *Lovtidende A*, number: *105*, Publication date: *28/01/2010*, Page: *00001-00006*, Entry into force: *01/02/2010*; Reference: *(MNE(2010)50979)*
Eslovènia	No hi ha referència disponible.
Eslovàquia	Zákon č. 498/2009 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení niektorých zákonov Legal act: *zákon*, number: *498/2009*; Official Journal: *Zbierka zákonov SR*, number: *175*, Publication date: *03/12/2009*, Entry into force: *15/12/2009*; Reference: *(MNE(2009)55329)*
Espanya	Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Legal act: *Ley*, number: *7/2010*; Official Journal: *Boletín Oficial del Estado (B.O.E)*, number: *79/2010*, Publication date: *01/04/2010*, Page: *30157-30209*, Entry into force: *01/05/2010*; Reference: *(MNE(2010)52332)*

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Estònia	Meediateenuste seadus1 Legal act: *seadus*, number: *RT I, 06.01.2011, 1*; Official Journal: *Elektrooniline Riigi Teataja*, number: *RT I, 06.01.2011, 1*, Entry into force: *16/01/2011*; Reference: *(MNE(2011)50130)*
Finlàndia	1. Laki televisio- ja radiotoiminnasta annetun lain muuttamisesta ja väliaikaisesta muuttamisesta / Lag om ändring och temporär ändring av lagen om televisions- och radioverksamhet Legal act: *Laki*, number: *306/2010*; Official Journal: *Suomen Saadoskokoelma (SK)*, number: *306/2010*, Publication date: *30/04/2010*, Page: *01190-01197*, Entry into force: *01/05/2010*; Reference: *(MNE(2010)53172)* 2. Landskapslag (ÅFS 1993:117) om rundradioverksamhet Legal act: *Landskapslag*, number: *1993/117*; Official Journal: *Ålands Författningssamling (ÅFS)*, number: *1993/117*; Reference: *(MNE(2010)55579)* 3. Landskapsförordning (ÅFS 1999:15) om rundradio- och kabelsändningsverksamhet Legal act: *Landskapsförordning*, number: *1999/15*; Official Journal: *Ålands Författningssamling (ÅFS)*, number: *1999/15*; Reference: *(MNE(2010)55581).* 4. Landskapslag om radio- och televisionsverksamhet Legal act: *Landskapslag*, number: *2011/95*; Official Journal: *Ålands Författningssamling (ÅFS)*, number: *2011/95*, Publication date: *20/10/2011*, Entry into force: *01/12/2011*; Reference: *(MNE(2011)57812).* 5. Landskapslag om ändring av 3 § tobakslagen för landskapet Åland Legal act: *Landskapslag*, number: *2011/96*; Official Journal: *Suomen Saadoskokoelma (SK)*, number: *2011/96*, Publication date: *20/10/2011*, Entry into force: *01/12/2011*; Reference: *(MNE(2011)57813)* 6. Laki tekijänoikeuslain 25 b ja 48 §:n muuttamisesta / Lag om ändring av 25 b och 48 § i upphovsrättslagen. 7. Legal act: *Laki*, number: *307/2010*; Official Journal: *Suomen Saadoskokoelma (SK)*, number: *307/2010*, Publication date: *30/04/2010*, Page: *01198-01198*, Entry into force: *01/05/2010*; Reference: *(MNE(2010)53174).*
França	1. Décret no 2009-1271 du 21 octobre 2009 relatif à la contribution à la production audiovisuelledes éditeurs de services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en modeanalogique Legal act: *Décret*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *22/10/2009*; Reference: *(MNE(2010)51496)* 2. LOI no 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelleet au nouveau service public de la télévision Legal act: *Loi*, number: *2009/258*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *07/03/2009*; Reference: *(MNE(2009)51059)* 3. Décret no 2008-1392 du 19 décembre 2008 modifiant le régime applicableà la publicité télévisée, au parrainage télévisé et au télé-achat Legal act: *Décret*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *24/12/2008*; Reference: *(MNE(2009)52298)* 4. Décret n° 2011-47 du 11 janvier 2011 relatif à l'application transnationale des dispositions de l'article L. 333-7 du code du sport et de l'article 20-4 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 Legal act: *Décret*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *13/01/2011*; Reference: *(MNE(2011)50574)* 5. Décret no 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux servicesde médias audiovisuels à la demande Legal act: *Décret*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *14/11/2010*;

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
França	Reference: *(MNE(2011)51600)* 6. lettres DS/MJ/DL/n°0275 et n°276 du 18 janvier 2011 relatives à l'application transnationale des dispositions du code du sport portant sur les brefs extraits Legal act: *Lettre*; Official Journal: *Bulletins officiels ministériels (BO)*, Page: *00005-00007*; Reference: *(MNE(2011)51715)* Délibération no 2010-57 du 14 décembre 2010 relative à la protection du jeune public, à ladéontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à lademande Legal act: *Décision*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *29/12/2010*; Reference: *(MNE(2011)55713).* 7. Décret no 2010-1593 du 17 décembre 2010 relatif aux services de télévision et de médiasaudiovisuels à la demande relevant de la compétence d'un autre Etat membre de l'Unioneuropéenne ou partie à l'accord sur l'Espace économique européen ou à la conventioneuropéenne sur la télévision transfrontière du 5 mai 1989 Legal act: *Décret*; Official Journal: *Journal Officiel de la République Française (JORF)*, Publication date: *19/12/2010*; Reference: *(MNE(2010)58049)*. 8. Délibération no 2010-4 du 16 février 2010 relative au placement de produit dans les programmes des services de télévision. Legal act: Décision ; Official Journal : Journal Officiel de la République Française (JORF), Publication date : 05/03/2010 ; Reference: (MNE(2010)58216).
Grècia	S'ha adoptat 1 modificació http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT#FIELD_EL
Hongria	1. 2010. évi CIV. törvénya sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól Legal act: *Törvény*, number: *2010/CIV.*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, Page: *23820-23826*; Reference: *(MNE(2011)50375).* 2. Comment Legal act: *Administrative measures*; Official Journal: *Administrative measures*, Publication date: *14/01/2011*; Reference: *(MNE(2011)50386).* 3. Concordance table Legal act: *Concordance table*; Reference: *(MNE(2011)50383)* 4. 1959. évi IV. törvénya Polgári Törvénykönyvről Legal act: *Törvény*, number: *1959/IV.*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, number: *82.*; Reference: *(MNE(2011)50382)* 5. 2011. évi XIX. törvénya sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvényés a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvénymódosításáról Legal act: *Törvény*, number: *2011/XIX.*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, Page: *05206-05208*; Reference: *(MNE(2011)52639).* 6. 2010. évi CLXXXV. törvénya médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról Legal act: *Törvény*, number: *2010/CLXXXV.*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, Page: *31959-32070*; Reference: *(MNE(2011)50376).* 7. 2008. évi XLVIII.törvénya gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeirőlés egyes korlátairól Legal act: *Törvény*, number: *2008/XLVIII.*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, number: *2008/95.*, Page: *05813-05822*; Reference: *(MNE(2008)53864).*

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Hongria	8. 1999. évi LXXVI.törvénya szerzői jogról Legal act: *Törvény*, number: *1999/LXXVI*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, number: *1999/61.*, Page: *03986-04008*; Reference: *(MNE(2005)55738)* 9. Concordance table Legal act: *Concordance table*; Reference: *(MNE(2011)52640)* 10. 1952. évi III. törvénya polgári perrendtartásról Legal act: *Törvény*, number: *1952/III.*; Official Journal: *Magyar Közlöny*, number: *2000/33. szám*; Reference: *(MNE(2011)50381)*
Irlanda	1. Broadcasting Act 2009 Legal act: *Act (primary legislation)*, number: *18 of 2009*; Official Journal: *Iris Oifigiúl*, number: *56 of 2009*, Publication date: *14/07/2009*, Entry into force: *12/07/2009*; Reference: *(MNE(2009)55388)* 2. EUROPEAN COMMUNITIES (AUDIOVISUAL MEDIA SERVICES) REGULATIONS 2010 Legal act: *Statutory Instrument (Regulation or Order)*, number: *258 of 2010*; Official Journal: *Iris Oifigiúl*, number: *45*, Publication date: *08/06/2010*, Entry into force: *03/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53926)*
Itàlia	Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive. Legal act: *Decreto legislativo*, number: *44*; Official Journal: *Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana*, number: *73*; Reference: *(MNE(2010)52291)*.
Letònia	Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums Legal act: *Likums*; Official Journal: *Latvijas Vēstnesis*, number: *118 (4310)*, Publication date: *28/07/2010*, Entry into force: *11/08/2010*; Reference: *(MNE(2010)55046)*.
Lituània	1. Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas Nr. XI-594 Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-594/2009*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *154*, Publication date: *28/12/2009*, Entry into force: *01/03/2010*; Reference: *(MNE(2011)55606)* 2. Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimo įstatymas Nr. IX-2052 Legal act: *Įstatymas*, number: *IX-2052/2004*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *47*, Publication date: *30/03/2004*, Entry into force: *01/05/2004*; Reference: *(MNE(2010)56483)* 3. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 2, 5, 19, 22, 25, 26, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 47, 48, 49, 50, 52, 54 straipsnių ir priedo pakeitimo, Įstatymo papildymo 34(1), 34(2), 40(1) straipsniais ir nauju trečiuoju skirsniu įstatymo 32 straipsnio pakeitimo įstatymas Nr. XI-1453 Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-1453/2011*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *78*, Publication date: *30/06/2011*, Entry into force: *16/06/2011*; Reference: *(MNE(2011)55608)* 4. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 2, 22, 24, 27, 27(1), 33, 36 straipsnių pakeitimo ir papildymo įstatymas Nr. XI-1048 Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-1048/2010*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *123*, Publication date: *18/10/2010*, Entry into force: *18/10/2010*; Reference: *(MNE(2011)55607)*

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Lituània	5. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 46 straipsnio pakeitimo įstatymas Nr. XI-1049 Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-1049/2010*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *123*, Publication date: *18/10/2010*, Entry into force: *18/10/2010*; Reference: *(MNE(2010)56472)* 6. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 2, 5, 19, 22, 25, 26, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 47, 48, 49, 50, 52, 54 straipsnių ir priedo pakeitimo, Įstatymo papildymo 34(1), 34(2), 40(1) straipsniais ir nauju trečiuoju skirsniu ĮSTATYMAS Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-1046/2010*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *123*, Publication date: *18/10/2010*, Entry into force: *18/10/2010*; Reference: *(MNE(2010)56459)* 7. Lietuvos Respublikos Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos įstatymo 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 15 straipsnių pakeitimo ir Įstatymo papildymo priedu įstatymas Nr. XI-1047.Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-1047/2010*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *123*, Publication date: *18/10/2010*, Entry into force: *18/10/2010*; Reference: *(MNE(2010)56460)* 8. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas Nr. X-752 Legal act: *Įstatymas*, number: *X-752/2006*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *82*, Publication date: *27/07/2006*, Entry into force: *01/09/2006*; Reference: *(MNE(2010)56480)* 9. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 25, 31 ir 39 straipsnių pakeitimo įstatymas Nr. XI-1454 Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-1454/2011*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *78*, Publication date: *30/06/2011*, Entry into force: *30/06/2011*; Reference: *(MNE(2011)55609)* 10. Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo pakeitimo įstatymas Nr. XI-333 Legal act: *Įstatymas*, number: *XI-333/2009*; Official Journal: *Valstybės žinios*, number: *86*, Publication date: *21/07/2009*, Entry into force: *01/03/2010*; Reference: *(MNE(2010)56478)*
Luxemburg	1. Règlement grand-ducal du 24 juin 2008 portant modification du règlement grand-ducal du 5 avril 2001fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive européenne modifiée «Télévision sans frontières». Legal act: *Règlement Grand-ducal*; Official Journal: *Mémorial Luxembourgeois A*, number: *91*, Publication date: *02/07/2008*, Page: *01243-01244*; Reference: *(MNE(2009)51640).* 2. Loi du 17 décembre 2010 portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. Legal act: *Loi*; Official Journal: *Mémorial Luxembourgeois A*, number: *241*, Publication date: *24/12/2010*, Page: *04024-04034*; Reference: *(MNE(2010)58130)*. 3. Règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 portant modification du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autoproduction dans les programmes de télévision. Legal act: *Règlement Grand-ducal*; Official Journal: *Mémorial Luxembourgeois A*, number: *241*, Publication date: *24/12/2010*, Page: *04039-04040*; Reference: *(MNE(2010)58132)* 4. Règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 portant modification du règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles
Luxemburg	applicables en matière de contenu en oeuvres européennes et en oeuvres de producteurs indépendants des programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive européenne «Télévision sans frontières». Legal act: *Règlement Grand-ducal*; Official Journal: *Mémorial Luxembourgeois A*, number: *241*, Publication date: *24/12/2010*, Page: *04037-04038*; Reference: *(MNE(2010)58131)*

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Malta	1. L.N. 326 of 2010BROADCASTING ACT(CAP. 350)Broadcasting Authority (Enforcement Powers) (Amendment)Regulations, 2010 Legal act: *Regulation*, number: *LN326/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03763-03764*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53901)* 2. L.N. 324 of 2010BROADCASTING ACT(CAP. 350)Broadcasting (Short News Reporting) (Amendment)Regulations, 2010 Legal act: *Regulation*, number: *LN324/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03759-03760*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53899)* 3. L.N. 323 of 2010BROADCASTING ACT(CAP. 350)Broadcasting (Jurisdiction And European Co-Operation)(Amendment) Regulations, 2010 Legal act: *Regulation*, number: *LN323/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03749-03758*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53898)* 4. L. N. 321 of 2010BROADCASTING ACT(CAP. 350)Broadcasting Act (Substitution of Third Schedule) (Code forAdvertisements, Teleshopping and Sponsorship For Radio andTelevision Broadcasts) Regulations, 2010 Legal act: *Regulation*, number: *LN321/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03723-03734*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53896)* L.N. 320 of 2010BROADCASTING (AMENDMENT) ACT, 2010ACT NO. IV OF 2010Commencement Notice. Legal act: *Regulation*, number: *LN320/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03721-03722*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53895)* 5. ACT No. IV of 2010AN ACT to further amend the Broadcasting Act, Cap. 350 Legal act: *Act*, number: *IV of 2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *IV of 2010*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *00185-00208*; Reference: *(MNE(2010)53894).* 6. L.N. 325 of 2010BROADCASTING ACT(CAP. 350)Broadcasting Code for the Protection of Minors (Amendment)Regulations, 2010 Legal act: *Regulation*, number: *LN325/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03761-03762*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53900)* 7. L.N. 322 of 2010BROADCASTING ACT(CAP. 350)Broadcasting Act (Substitution of Fifth Schedule)Regulations, 2010 Legal act: *Regulation*, number: *LN322/2010*; Official Journal: *The Malta government gazette*, number: *18603*, Publication date: *04/06/2010*, Page: *03735-03747*, Entry into force: *01/06/2010*; Reference: *(MNE(2010)53897)*
Països Baixos	1. Wet van 10 december 2009 tot wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakswet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten Legal act: *Wet*; Official Journal: *Staatsblad (Bulletin des Lois et des Décrets royaux)*, number: *552*, Publication date: *18/12/2009*, Entry into force: *19/12/2009*; Reference: *(MNE(2010)50591)* 2. Besluit van 15 december 2009, houdende vaststelling van het tijdstip van inwerkingtreding van de Wet van 10 december 2009 (Stb. 2009, 552), tot wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakswet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten. Legal act: *Besluit*; Official Journal: *Staatsblad (Bulletin des Lois et des Décrets royaux)*, number: *553*, Publication date: *18/12/2009*, Entry into force: *19/12/2009*; Reference: *(MNE(2010)50592)*

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
Països Baixos	3. Regeling van de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van 15 december 2009, nr. WJZ/177289 (8265), tot wijziging van de Mediaregeling 2008, onder meer houdende vaststelling van het bedrag voor toezichtskosten voor commerciële mediadiensten op aanvraag Legal act: *Besluit*; Official Journal: *Staatscourant (Journal Officiel néerlandais)*, number: *19774*, Publication date: *18/12/2009*, Entry into force: *19/12/2009*; Reference: *(MNE(2010)50593)*
Polònia	Ustawa z dnia 25 marca 2011 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw Legal act: *Nowelizacja*; Official Journal: *Dziennik Ustaw*, number: *2011/85/459*, Publication date: *22/04/2011*, Entry into force: *22/05/2011*; Reference: *(MNE(2011)53298)*
Portugal	Assembleia da RepúblicaProcede à 1.ª alteração à Lei da Televisão, aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, à 12.ª alteração ao Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro, e à 1.ª alteração à Lei n.º 8/2007, de 14 de Fevereiro, que procede à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e de televisão, transpondo a Directiva n.º 2007/65/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Dezembro. Legal act: *Lei*, number: *8/2011*; Official Journal: *Diaro da Republica I*, number: *71*, Publication date: *11/04/2011*, Page: *02139-02175*; Reference: *(MNE(2011)52859)*
Regne Unit	S'han adoptat 16 modificacions <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT#FIELD_UK>
República Txeca	1. Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů Legal act: *Zákon*, number: *231/2001* ; Official Journal: *Sbirka Zakonu CR*, Publication date: *04/07/2001*; Reference: *(MNE(2003)56363)* 2. Zákon č. 235/2006 Sb., kterým se mění zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony Legal act: *Zákon*, number: *235/2006*; Official Journal: *Sbirka Zakonu CR*, Publication date: *31/05/2006*; Reference: *(MNE(2006)54441)* 3. Zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů (zákon o některých službách informační společnosti) Legal act: *Zákon*, number: *480/2004*; Official Journal: *Sbirka Zakonu CR*, Publication date: *07/09/2004*; Reference: *(MNE(2004)53161)* 4. Zákon č. 341/2004 Sb., kterým se mění zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Legal act: *Zákon*, number: *341/2004*; Official Journal: *Sbirka Zakonu CR*, Publication date: *02/06/2004*; Reference: *(MNE(2004)50796)* 5. Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání) Legal act: *Zákon*, number: *132/2010*; Official Journal: *Sbirka Zakonu CR*, Publication date: *11/05/2010*; Reference: *(MNE(2010)53851)* 6. Concordance table 32007L0065_100603.doc Legal act: *Concordance table*; Reference: *(MNE(2010)53852)*

Estat membre	Mesura/es adoptada/es per a la transposició
República Txeca	7. Zákon č. 160/2007 Sb., kterým se mění některé zákony v oblasti ochrany spotřebitele Legal act: *Zákon*, number: *160/2007*; Official Journal: *Sbirka Zakonu CR*, Publication date: *02/07/2007*; Reference: *(MNE(2007)56947)*
Romania	Lege privind aprobarea Ordonanţei de urgenţă a Guvernului nr. 181/2008 pentru modificarea şi completarea Legii audiovizualului nr. 504/2002 Legal act: *Lege*, number: *333*; Official Journal: *Monitorul Oficial al României*, number: *790*, Publication date: *19/11/2009*, Page: *00002-00007*, Entry into force: *22/11/2009*; Reference: *(MNE(2009)55258)*
Suècia	Segons informa la Comissió Europea, l'Estat membre no considera necessària adoptar una mesura de transposició.
Xipre	S'han produït dues modificacions <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT#FIELD_CY>

Font: Elaboració pròpia a partir de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT>

4.7 Ratificació i entrada en vigor a la Unió Europea del tractat de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual

El 14 de desembre de 2009, el director general de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (en endavant, OMPI) va notificar l'adhesió de la República de Malta al Tractat d'aquesta organització sobre les interpretacions i les execucions i els fonogrames, adoptat a Ginebra el 20 de desembre de 1996, el qual va entrar en vigor el 20 de maig de 2002, així com el dipòsit per part del Consell de la Unió Europea de la ratificació d'aquest tractat per part d'Alemanya, Àustria, Dinamarca, Espanya,[116] Estònia, Finlàndia, França, Grècia, Irlanda, Itàlia, Luxemburg, els Països Baixos, Portugal, Suècia i el Regne Unit. En conseqüència, pel que fa a la Unió Europea i els seus estats membres, el tractat de l'OMPI ha entrat en vigor el 14 de març de 2010.[117]

Cal assenyalar que, a 31 de desembre de 2010, el Tractat de l'OMPI sobre les interpretacions i les execucions i els fonogrames, que, entre altres objectius, té el de protegir els drets dels artistes intèrprets o executants i els productors de fonogrames, ja ha estat ratificat per 85 països i per la Unió Europea.[118]

5. Àmbit internacional

5.1 La Unió Internacional de Telecomunicacions i el desenvolupament de la societat de la informació

La UIT, que es configura com l'Agència de Nacions Unides per a les TIC, ha dirigit les seves actuacions el 2010, entre d'altres, a la medició de l'estat de la societat de la informació arreu del món.

En l'informe *Medició de la Societat de la Informació 2010*[119], la UIT mostra el nivell de 159 països d'arreu del món i en compara l'evolució entre els anys 2002 i 2008. També mesura l'esquerda digital i examina com s'ha desenvolupat en els darrers anys. D'altra banda, també analitza el preu d'accés de les diferents tecnologies

[116] <http://www.boe.es/boe/dias/2010/06/18/pdfs/BOE-A-2010-9639.pdf>
[117] <http://www.wipo.int/treaties/es/ip/wppt/trtdocs_wo034.html>
[118] <http://www.wipo.int/treaties/es/ShowResults.jsp?lang=es&treaty_id=20>
[119] <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS_2010_without_annex_4-e.pdf>

de la informació i la comunicació (telefonia fixa i mòbil, així com banda ampla fixa) en 161 economies i les compara entre els països i al llarg dels anys. La UIT complementa l'informe amb diverses estadístiques sobre l'estat de la societat de la informació en els països que apareixen a l'informe.

Dues de les taules més rellevants publicades en aquest informe són, respectivament, les relatives a l'índex del desenvolupament de les TIC (índex denominat per la UIT, en anglès, IDI) i els preus de les TIC globals i desglossats. L'IDI és un índex compost format per onze indicadors que abasten l'accés, la utilització i els coneixements de les TIC. La UIT ha creat aquest índex per mesurar el nivell i l'evolució en el temps de les TIC, tenint en compte la situació dels països desenvolupats o en vies de desenvolupament.

Tal com recull la taula 16, entre els anys 2007 i 2008, els 159 països inclosos a l'índex han millorat la situació. El 2008, els primers països han estat Suècia, Luxemburg, la República de Corea, Dinamarca, els Països Baixos, Islàndia, Suïssa, Japó, Noruega i el Regne Unit. Així mateix, hi ha països que entre els anys 2007 i 2008 han experimentat una evolució positiva en la puntuació IDI. Bahrein, Cap Verd, Grècia, Macedònia, Nigèria, Emirats Àrabs Units i Vietnam, entre d'altres, en són un exemple. L'Estat espanyol ocupa la posició vint-i-cinquena el 2008, una més que el 2007. Macau (Xina), Bèlgica i Estònia ocupen les posicions immediatament superiors, mentre que Eslovènia, Israel i Itàlia se situen per sota, en els llocs 26, 27 i 28, respectivament, de l'índex IDI de la UIT el 2008.

Taula 16. Índex de Desenvolupament de les TIC segons la UIT (UIT-IDI) Període 2007-2008

País	Posició 2008	IDI 2008	Posició 2007	IDI 2007
Suècia	1	7,85	1	7,27
Luxemburg	2	7,71	6	6,98
Corea (Rep.)	3	7,68	2	7,23
Dinamarca	4	7,53	3	7,18
Països Baixos	5	7,37	5	7,06
Islàndia	6	7,23	4	7,06
Suïssa	7	7,19	8	6,83
Japó	8	7,12	7	6,89
Noruega	9	7,11	9	6,78
Regne Unit	10	7,07	12	6,70
Hong Kong, Xina	11	7,04	10	6,78
Finlàndia	12	7,02	11	6,70
Alemanya	13	6,95	13	6,60
Singapur	14	6,95	15	6,47
Austràlia	15	6,90	14	6,51
Nova Zelanda	16	6,81	16	6,38
Àustria	17	6,72	19	6,25
França	18	6,55	22	6,09
Estats Units	19	6,54	17	6,33
Irlanda	20	6,52	20	6,14
Canadà	21	6,49	18	6,30
Estònia	22	6,41	25	5,86
Bèlgica	23	6,36	21	6,10
Macau, Xina	24	6,29	28	5,73
Espanya	25	6,27	26	5,84
Eslovènia	26	6,26	27	5,77
Israel	27	6,19	23	5,93
Itàlia	28	6,15	24	5,91
Emirats Àrabs Units	29	6,11	33	5,20
Grècia	30	6,03	31	5,28
Malta	31	5,82	29	5,48
Portugal	32	5,77	30	5,32
Bahrein	33	5,67	35	4,95
Hongria	34	5,64	34	5,18
Lituània	35	5,55	32	5,22
Croàcia	36	5,53	37	4,95
República Txeca	37	5,45	39	4,92
Eslovàquia	38	5,38	41	4,86
Xipre	39	5,37	40	4,91
Polònia	40	5,29	36	4,95

Letònia	41	5,28	38	4,95
Brunei Darussalam	42	5,07	42	4,77
Bulgària	43	4,87	43	4,42
Romania	44	4,73	48	4,11
Qatar	45	4,68	45	4,25
Saint Vicent i les Grenadines	46	4,59	49	4,10
Montenegro	47	4,57	44	4,36
Rússia	48	4,54	46	4,13
Argentina	49	4,38	47	4,13
Uruguai	50	4,34	51	3,96
Macedònia (ex Rep. iug.)	51	4,32	63	3,40
Aràbia Saudita	52	4,24	54	3,76
Sèrbia	53	4,23	52	3,85
Xile	54	4,20	50	3,99
Bielorússia	55	4,07	53	3,77
Malàisia	56	3,96	55	3,66
Turquia	57	3,90	56	3,63
Ucraïna	58	3,87	58	3,56
Trinitat i Tobago	59	3,83	57	3,61
Brasil	60	3,81	61	3,49
Veneçuela	61	3,67	66	3,33
Panamà	62	3,66	64	3,39
Colòmbia	63	3,65	69	3,27
Bòsnia i Hercegovina	64	3,65	65	3,38
Kuwait	65	3,64	59	3,54
Seychelles	66	3,64	62	3,44
Jamaica	67	3,54	60	3,52
Maldives	68	3,54	72	3,11
Kazakhstan	69	3,47	70	3,17
Costa Rica	70	3,46	67	3,31
Oman	71	3,45	71	3,17
Maurici	72	3,44	68	3,30
Moldàvia	73	3,37	73	3,11
Jordània	74	3,33	79	2,98
Perú	75	3,27	74	3,03
Tailàndia	76	3,27	75	3,03
Mèxic	77	3,25	76	3,03
Líbia	78	3,24	80	2,92
Xina	79	3,23	77	3,03
Geòrgia	80	3,22	81	2,87
Azerbaidjan	81	3,18	82	2,77
Líban	82	3,17	78	3,02

Albània	83	3,12	84	2,74
Iran (R.I.)	84	3,08	86	2,73
Tunísia	85	3,06	83	2,74
Vietnam	86	3,05	93	2,61
Equador	87	2,95	85	2,73
Armènia	88	2,94	89	2,66
República Dominicana	89	2,91	87	2,73
Filipines	90	2,87	95	2,61
Fiji	91	2,81	88	2,69
República de Sud-àfrica	92	2,79	91	2,64
Síria	93	2,76	90	2,65
Paraguai	94	2,75	98	2,46
Mongòlia	95	2,71	94	2,61
Egipte	96	2,70	100	2,44
Marroc	97	2,68	103	2,33
Cuba	98	2,66	92	2,62
Kirguizistan	99	2,65	96	2,52
Algèria	100	2,65	97	2,47
Bolívia	101	2,62	101	2,39
Cap Verd	102	2,62	107	2,27
El Salvador	103	2,61	99	2,45
Guatemala	104	2,53	102	2,35
Sri Lanka	105	2,51	104	2,32
Hondures	106	2,50	105	2,32
Indonèsia	107	2,46	108	2,15
Turkmenistan	108	2,38	106	2,27
Botswana	109	2,30	110	2,08
Uzbekistan	110	2,25	113	2,06
Tadjikistan	111	2,25	109	2,11
Nicaragua	112	2,18	112	2,08
Gabon	113	2,16	111	2,08
Namíbia	114	2,04	114	1,95
Swazilàndia	115	1,90	115	1,78
Ghana	116	1,75	119	1,54
Índia	117	1,75	116	1,62
Laos	118	1,74	117	1,60
Birmània	119	1,71	118	1,60
Cambodja	120	1,70	120	1,53
Kènia	121	1,69	121	1,52
Nigèria	122	1,65	134	1,36
Bhutan	123	1,62	124	1,48
Gàmbia	124	1,62	123	1,50

Djibouti	125	1,57	125	1,48
Mauritània	126	1,57	128	1,43
Sudan	127	1,57	122	1,50
Pakistan	128	1,54	127	1,45
Iemen	129	1,52	126	1,48
Zimbabwe	130	1,51	129	1,43
Senegal	131	1,49	136	1,34
Congo	132	1,48	135	1,36
Lesotho	133	1,46	131	1,40
Comores	134	1,46	130	1,41
Costa d'Ivori	135	1,45	133	1,37
Zàmbia	136	1,42	142	1,26
Bangladesh	137	1,41	137	1,34
Camerun	138	1,40	132	1,37
Angola	139	1,40	138	1,31
Togo	140	1,36	140	1,27
Benín	141	1,35	146	1,20
Nepal	142	1,34	141	1,27
Haití	143	1,31	143	1,24
Madagascar	144	1,31	139	1,27
Uganda	145	1,30	144	1,21
Malawi	146	1,28	145	1,20
Mali	147	1,19	149	1,08
Rwanda	148	1,19	148	1,11
Tanzània	149	1,17	151	1,05
Congo (Rep. Dem.)	150	1,16	147	1,13
Papua Nova Guinea	151	1,08	150	1,06
Eritrea	152	1,08	152	1,03
Moçambic	153	1,05	154	0,97
Etiòpia	154	1,03	153	0,97
Burkina Faso	155	0,98	155	0,93
Guinea-Bissau	156	0,97	156	0,88
Guinea	157	0,93	158	0,85
Níger	158	0,90	157	0,86
Txad	159	0,79	159	0,73

Font: UIT. *Measuring the information Society*. Ginebra: Unió Internacional de Telecomunicacions, 2010, p.10. [En línia]
<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS_2010_without_annex_4-e.pdf>

Pel que fa a la cistella de preus de les TIC, la UIT ha volgut mesurar l'assequibilitat de la telefonia fixa i mòbil i dels serveis d'internet de banda ampla fixa. Segons la UIT, uns preus baixos poden incrementar l'accés i l'ús, alhora que un nivell d'accés i d'utilització més alt de les TIC pot portar a la reducció dels preus. En aquest sentit, si es comparen les dades de la taula 18, es pot observar com, entre els anys 2008 i 2009, el cost dels serveis de les TIC s'ha reduït a gairebé tots els 161 països inclosos a la llista.

D'acord amb la taula 18, el 2009 els deu països amb els preus de les TIC més baixos respecte dels ingressos han estat Macau (Xina), Hong Kong (Xina), Singapur, Kuwait, Luxemburg, els Estats Units, Dinamarca, Noruega, el Regne Unit i Islàndia.

Per la UIT, l'índex IDI i la cistella de preus de les TIC estan molt relacionats, ja que els valors alts d'IDI estan associats a preus relativament inferiors i viceversa (vegeu les taules 16 i 17). A més, tots els països amb un valor IDI superior a cinc tenen un valor de la cistella de preus de les TIC inferior al dos per cent del seu producte interior brut per càpita mensual. Per la seva banda, els països amb un valor de la cistella de preus de les TIC superior a deu tenen valors inferiors a tres.

Per la UIT l'anàlisi de les tres subcistelles (telefonia fixa, mòbil i banda ampla fixa) mostra com els preus varien molt, tant entre països o regions, com entre serveis. De l'anàlisi també es desprèn que la telefonia mòbil és la TIC més barata de les tres subcistelles.

Els deu països on el preu de la línia fixa és relativament el més baix són l'Iran, els Emirats Àrabs Units, Bielorússia, Singapur, Kuwait, la República de Corea i els Estats Units. Segons la taula 18, els deu llocs i/o països amb el servei de telefonia mòbil més barat inclouen Hong Kong (Xina), Noruega, Dinamarca, Singapur i Àustria. Finalment, pel que fa a la banda ampla fixa, la UIT conclou que continua essent la més onerosa de la cistella de preus de les TIC. Això no obstant, entre els llocs i països amb els preus relativament més baixos de banda ampla fixa hi ha Hong Kong (Xina), Singapur, Dinamarca, Luxemburg, els Estats Units, el Regne Unit, Suïssa i Suècia. L'Estat espanyol ocupa la trenta-sisena posició d'aquesta taula.

Taula 17. Preus de TIC globals i desglossats per tecnologia. Període 2008-2009

País	Preus de TIC globals		Lloc telefonia fixa (% de PIB per càpita)		Telefonia mòbil (% de PIB per càpita)		Banda ampla fixa (% de PIB per càpita)		Dòlars EUA 2008 (o darrer disponible)
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	
1 Macau, Xina	0,23	0,63	0,30	0,78	0,09	0,24	0,30	0,86	35,360
2 Hong, Kong Xina	0,26	0,50	0,27	0,43	0,03	0,10	0,49	0,96	31,420
3 Singapur	0,33	0,41	0,27	0,26	0,14	0,15	0,58	0,81	34,760
4 Kuwait	0,37	0,80	0,27	0,35	0,24	0,30	0,60	1,75	38,420
5 Luxemburg	0,40	0,47	0,42	0,49	0,18	0,22	0,59	0,70	84,890
6 Estats Units	0,40	0,41	0,32	0,45	0,39	0,40	0,50	0,39	47,580
7 Dinamarca	0,41	0,47	0,50	0,62	0,13	0,13	0,59	0,66	59,130
8 Noruega	0,41	0,55	0,41	0,59	0,12	0,15	0,70	0,90	87,070
9. Regne Unit	0,57	0,72	0,64	0,77	0,44	0,57	0,63	0,83	45,390
10 Islàndia	0,58	0,70	0,48	0,54	0,25	0,31	1,00	1,26	40,070
11 Canadà	0,58	0,73	0,53	1,00	0,51	0,59	0,71	0,60	41,730
12 Finlàndia	0,59	0,62	0,46	0,51	0,33	0,37	0,97	1,00	48,120
13 Suïssa	0,60	0,65	0,58	0,58	0,62	0,71	0,60	0,65	65,330
14 Suècia	0,60	0,62	0,62	0,59	0,35	0,44	0,84	0,84	50,940
15 Àustria	0,61	1,07	0,71	0,81	0,18	0,68	0,94	1,71	46,260
16 Israel	0,61	N/D	0,83	N/D	0,67	N/D	0,33	N/D	24,700
17 Països Baixos	0,75	0,76	0,66	0,82	0,71	0,46	0,87	1,00	50,150
18 Bèlgica	0,75	0,87	0,91	1,07	0,56	0,65	0,78	0,90	44,330
19 Corea	0,79	0,84	0,29	0,39	0,68	0,89	1,41	1,24	21,530
20 Alemanya	0,81	0,79	0,92	0,89	0,27	0,31	1,23	1,18	42,440
21 Irlanda	0,82	0,82	1,06	1,05	0,51	0,47	0,88	0,95	49,590
22 Emirats Àrabs Units	0,82	0,83	0,20	0,25	0,21	0,21	2,03	2,03	23,950
23 Costa Rica	0,84	1,27	0,80	1,00	0,46	0,97	1,24	1,83	6,060
24 Itàlia	0,86	0,84	0,96	0,98	0,62	0,61	0,98	0,92	35,240
25 Austràlia	0,86	0,91	0,77	0,92	1,04	0,88	0,77	0,92	40,350
26 Bahrein	0,87	0,78	0,33	0,29	0,46	0,40	1,82	1,66	17,390
27 Bielorússia	0,87	N/D	0,23	N/D	0,77	N/D	1,62	N/D	5,380
28 Malta	0,88	1,13	0,41	0,85	0,78	0,89	1,45	1,66	16,680
29 Xipre	0,92	0,77	1,32	1,27	0,27	0,25	1,19	0,79	22,950
30 Trinitat i Tobago	0,93	1,14	1,41	1,68	0,47	0,67	0,91	1,08	16,540
31 Eslovènia	0,95	1,15	0,98	1,18	0,79	0,71	1,09	1,57	24,010
32 França	0,95	1,09	0,83	0,96	1,00	1,11	1,02	1,18	42,250
33 Grècia	1,02	1,04	1,06	1,08	0,99	1,02	1,00	1,02	28,650
34 Rússia	1,02	1,81	0,67	1,86	0,73	1,37	1,66	2,21	9,620
35 Japó	1,09	0,87	0,72	0,58	1,39	1,03	1,18	1,01	38,210
36 Espanya	1,11	1,26	1,07	1,25	1,19	1,36	1,08	1,18	31,960
37 Aràbia Saudita	1,12	1,49	0,71	0,72	0,58	0,68	2,06	3,09	15,500
38 Portugal	1,28	1,74	1,60	1,63	0,54	1,67	1,69	1,92	20,560
39 Nova Zelanda	1,28	1,23	1,42	1,43	1,20	0,96	1,23	1,28	27,940
40 Lituània	1,28	1,60	1,45	1,82	0,86	1,05	1,54	1,93	11,870
41 Polònia	1,37	2,74	1,76	3,42	0,97	1,52	1,39	3,29	11,880
42 Letònia	1,46	1,82	1,13	1,44	0,74	0,89	2,52	3,14	11,860
43 Estònia	1,49	1,99	1,11	1,24	1,03	1,24	2,34	3,50	14,270
44 Sèrbia	1,60	1,59	0,82	1,23	1,09	1,25	2,88	2,28	5,700
45 Oman	1,64	2,49	1,25	3,51	0,61	0,59	3,06	3,37	12,270
46 Malàisia	1,65	1,93	0,82	0,94	0,85	1,09	3,27	3,75	6,970
47 Maurici	1,67	4,95	1,06	1,21	0,84	0,97	3,11	12,69	6,400
48 Mèxic	1,69	3,56	2,08	3,21	1,04	2,15	1,95	5,32	9,980
49 Croàcia	1,72	2,14	1,70	1,88	1,62	2,15	1,83	2,40	13,570
50 Ucraïna	1,79	5,20	1,06	1,99	1,62	3,84	2,70	9,77	3,210
51 Kazakhstan	1,82	N/D	0,38	N/D	1,71	N/D	3,36	N/D	6,140
52 Maldives	1,87	2,12	1,36	1,54	1,14	1,27	3,11	3,53	3,630
53 Romania	1,87	3,05	2,92	2,38	1,60	2,33	1,10	4,43	7,930

54 Saint Kitts i Nevis	2,09	N/D	1,07	N/D	1,19	N/D	4,01	N/D	10,960
55 Eslovàquia	2,10	2,36	1,88	2,51	2,06	1,65	2,36	2,91	14,540
56 Uruguai	2,10	3,21	1,82	2,45	1,84	2,59	2,64	4,58	8,260
57 Panamà	2,18	2,11	2,34	1,97	0,96	1,10	3,23	3,26	6,180
58 Hongria	2,18	2,46	2,25	3,13	1,44	1,67	2,84	2,58	12,810
59 República Txeca	2,18	2,17	2,12	2,57	1,28	1,54	3,13	2,40	16,600
60 Antigua i Barbuda	2,19	N/D	1,29	N/D	1,08	N/D	4,21	N/D	13,620
61 Sri Lanka	2,25	7,31	3,18	3,73	0,61	1,86	2,95	16,34	1,780
62 Turquia	2,39	N/D	1,77	N/D	3,07	N/D	2,34	N/D	9,340
63 Qatar	2,42	N/D	0,91	N/D	0,86	N/D	5,49	N/D	12,000
64 Algèria	2,43	3,31	1,19	1,51	1,77	2,71	4,35	5,72	4,260
65 Tunísia	2,64	2,87	1,02	1,14	2,63	2,69	4,27	4,78	3,290
66 Argentina	2,71	3,68	0,64	0,95	2,28	2,48	5,20	7,61	7,200
67 Barbados	2,79	3,90	2,54	2,73	1,38	1,63	4,44	7,34	9,330
68 Montenegro	2,81	2,49	1,85	0,96	1,18	1,56	5,40	4,95	6,440
69 Veneçuela	2,99	3,45	1,17	1,15	3,72	4,05	4,07	5,14	9,230
70 Mongòlia	3,02	N/D	0,47	N/D	2,55	N/D	6,04	N/D	1,680
71 Jamaica	3,07	5,15	2,38	3,51	1,38	2,25	5,47	9,69	4,870
72 Líban	3,08	3,88	1,95	2,27	3,00	4,61	4,29	4,78	6,350
73 Seychelles	3,09	3,29	1,30	1,62	1,31	1,48	6,66	6,78	10,290
74 Bhutan	3,16	15,19	1,91	2,39	1,26	2,05	6,30	41,13	1,900
75 Xina	3,21	4,37	0,92	1,88	1,51	1,83	7,19	9,41	2,940
76. Bòsnia i Hercegovina	3,25	3,60	2,33	3,00	2,49	3,12	4,93	4,69	4,510
77 Bulgària	3,37	3,78	3,01	2,40	3,85	4,85	3,24	4,08	5,490
78 Egipte	3,40	3,95	1,97	2,05	2,76	3,46	5,46	6,33	1,800
79 Grenada	3,43	4,13	2,44	2,98	1,69	1,90	6,15	7,52	5,710
80 Xile	3,49	4,49	3,01	3,87	1,30	1,97	6,15	7,62	9,400
81 Índia	3,64	4,71	3,50	4,41	1,57	2,06	5,84	7,66	1,070
82 Saint Lucia	3,72	5,69	2,52	2,52	2,29	2,59	6,35	11,98	5,530
83 Iran	3,87	5,42	0,07	0,07	1,21	1,31	10,33	14,87	3,540
84 Fiji	3,94	5,24	2,34	3,11	3,29	4,38	6,19	8,23	3,930
85 Macedònia (ex Rep. iug)	3,97	4,24	3,89	3,03	3,89	4,57	4,12	5,11	4,140
86 Saint Vicent i les Grenadines	4,11	7,41	2,53	3,09	1,94	3,40	7,86	15,73	5,140
87 Brasil	4,14	7,68	2,19	5,91	5,66	7,51	4,58	9,61	7,350
88 Tailàndia	4,15	3,25	3,52	2,04	1,00	1,38	7,94	6,34	2,840
89 Rep. de Sud-àfrica	4,20	4,24	4,45	4,67	2,60	2,57	5,54	5,48	5,820
90 Rep. Dominicana	4,29	5,80	3,36	4,87	2,33	3,07	7,18	9,47	4,390
91 Colòmbia	4,29	6,09	1,46	1,33	2,46	3,53	8,96	13,42	4,660
92 Albània	4,30	7,11	1,86	1,58	4,18	8,28	6,86	11,47	3,840
93 El Salvador	4,47	5,43	3,96	4,28	2,44	4,43	7,01	7,58	3,480
94 Armènia	4,94	7,98	1,46	2,30	2,08	3,80	11,28	17,84	3,350
95 Botswana	5,46	6,14	3,33	3,47	1,50	1,70	11,54	13,25	6,470
96 Jordània	5,51	6,13	3,43	3,48	2,08	1,88	11,01	13,02	3,310
97 Equador	5,56	6,52	0,42	0,50	3,10	3,52	13,15	15,55	3,640
98 Indonèsia	5,81	7,65	3,33	3,30	1,67	3,87	12,44	15,77	2,010
99 Azerbaidjan	5,82	16,02	0,78	1,14	1,39	7,16	15,27	39,77	3,830
100 Perú	5,98	6,93	4,30	5,35	2,69	2,78	10,96	12,67	3,990
101 Dominica	5,99	6,56	2,74	3,07	3,22	3,10	12,02	13,49	4,770
102 Paraguai	6,16	11,49	3,65	5,19	2,92	4,13	11,91	25,15	2,180
103 Moldàvia	6,65	11,17	2,34	2,95	6,70	8,48	10,91	22,08	1,470
104 Namibia	6,95	8,59	3,71	5,19	3,65	4,09	13,47	16,48	4,200
105 Cap Verd	7,09	11,26	1,93	4,22	5,98	9,90	13,37	19,65	3,130
106 Surinam	7,32	9,03	0,55	0,72	2,22	2,27	19,21	24,10	4,990
107 Guatemala	7,39	7,74	3,48	4,26	3,27	2,23	15,42	16,72	2,680
108 Pakistan	7,56	11,05	3,49	4,98	1,28	2,66	17,89	25,50	0,980
109 Síria	7,73	14,02	0,72	0,85	4,38	6,23	18,08	34,98	2,090
110 Geòrgia	8,62	11,96	1,70	4,14	3,68	4,80	20,49	26,93	2,470
111 Micronèsia	9,04	8,56	4,10	3,89	2,52	2,39	20,49	19,41	2,340

112 Belice	9,15	13,18	5,50	6,59	4,67	4,70	17,28	28,26	3,820
113 Filipines	9,25	10,68	10,12	10,49	3,95	4,24	13,68	17,31	1,890
114 Vietnam	9,34	11,90	2,86	3,54	4,37	6,38	20,80	25,78	0,890
115 Marroc	9,69	12,38	10,93	14,62	10,32	11,83	7,83	10,68	2,580
116 Sudan	10,80	15,97	4,12	5,49	3,60	5,99	24,70	36,43	1,130
117 Guyana	16,73	18,31	2,17	2,35	6,27	6,86	41,75	45,72	1,420
118 Bolívia	18,06	19,73	19,28	21,65	6,01	5,63	28,89	31,91	1,460
119 Nicaragua	19,68	19,94	5,26	6,20	15,54	16,88	38,25	36,72	1,080
120 Angola	21,45	30,55	5,76	9,47	3,83	5,52	54,76	76,67	3,450
121 Tonga	21,90	21,04	3,03	3,31	2,76	3,01	59,90	56,80	2,560
122 Djibouti	25,00	N/D	8,61	N/D	7,02	N/D	59,36	N/D	1,130
123 Nepal	25,73	34,28	8,93	12,08	3,69	10,33	64,58	80,43	0,400
124 Lesotho	28,03	29,62	14,20	15,00	14,35	15,15	55,56	58,70	1,080
125 Kirguizistan	28,21	N/D	2,05	N/D	4,65	N/D	77,93	N/D	0,740
126 Senegal	29,79	32,98	29,74	25,43	10,29	12,23	49,34	61,28	0,970
127 Kènia	29,81	48,03	15,69	20,42	11,66	23,67	62,07	296,12	0,770
128 Ghana	31,36	40,49	6,84	9,49	7,63	11,98	79,60	130,96	0,670
129 Costa d'Ivori	31,61	36,96	26,54	30,00	14,04	19,53	54,27	61,35	0,980
130 Uzbekistan	34,30	N/D	1,50	N/D	1,41	N/D	263,03	N/D	0,910
131 Vanuatu	35,18	42,12	12,22	16,51	6,67	9,84	86,64	293,47	2,330
132 Bangladesh	35,55	35,60	3,61	3,42	3,05	3,38	116,31	137,73	0,520
133 Iemen	35,64	35,96	0,83	1,16	6,09	6,71	277,82	311,37	0,950
134 Tadjikistan	35,83	N/D	1,77	N/D	5,71	N/D	727,27	N/D	0,600
135 Samoa	36,08	30,99	4,46	5,07	3,78	4,30	202,44	83,59	2,780
136 Swazilàndia	36,15	35,96	2,35	2,25	6,10	5,65	408,56	873,24	2,520
137 Laos	37,24	38,09	6,10	8,16	5,63	6,11	315,12	555,08	0,740
138 Zàmbia	37,37	53,35	31,10	41,56	16,07	18,50	64,92	137,19	0,950
139 Mauritania	37,93	40,58	17,07	18,43	14,16	14,12	82,58	89,18	0,840
140 Etiòpia	37,98	41,57	3,76	8,07	10,19	16,65	2085,05	3512,83	0,280
141 Nigèria	38,88	42,98	5,90	13,30	10,74	15,65	108,61	890,41	1,160
142 Guinea	39,60	40,24	9,22	10,15	9,60	10,57	1546,19	2400,00	0,390
143 Sao Tomé i Príncipe	40,20	41,98	11,31	14,55	9,29	11,38	243,88	377,22	1,020
144 Camerun	40,60	45,76	14,74	16,95	14,58	20,32	92,49	210,03	1,150
145 Cambodja	41,86	43,01	15,65	17,86	9,94	11,16	177,03	201,24	0,600
146 Papua Nova Guinea	41,98	41,24	4,76	5,71	21,19	18,02	168,43	203,70	1,010
147 Gàmbia	42,20	45,91	7,26	15,11	19,33	22,62	945,43	1439,28	0,390
148. Comores	46,65	48,76	17,73	20,53	22,23	25,74	685,44	793,67	0,750
149 Mali	46,76	49,25	19,50	23,74	20,78	24,02	114,61	139,58	0,580
150 Ruanda	47,68	54,99	23,70	27,34	19,34	37,62	257,64	344,35	0,410
151 Benín	47,69	51,71	17,34	22,43	25,74	32,71	204,63	220,38	0,690
152 Uganda	50,33	60,41	28,29	44,45	22,71	36,78	555,35	600,00	0,420
153 Malawi	52,85	57,82	13,84	16,07	44,70	57,39	2038,33	4320,00	0,290
154 Tanzània	53,72	55,36	33,30	32,83	27,85	33,25	173,35	204,01	0,440
155 Burkina Faso	54,96	58,57	28,82	28,66	36,06	47,06	228,13	5193,56	0,480
156 Madagascar	55,48	71,71	35,80	68,50	30,63	46,64	297,23	450,25	0,410
157 Rep. Centreafricana	55,78	57,73	29,51	33,43	37,84	39,75	3891,20	4407,69	0,410
158 Moçambic	56,16	68,03	42,62	66,20	25,85	37,90	260,22	375,28	0,370
159 Birmània	58,18	N/D	4,92	N/D	69,61	N/D	155,40	N/D	0,220
160 Togo	58,52	67,89	38,39	43,62	37,16	60,05	558,39	352,82	0,400
161 Níger	67,58	72,39	47,01	58,16	55,74	59,00	966,90	249,24	0,330

N/D: No disponible.

Font: UIT. *Measuring the information Society*. Ginebra: Unió Internacional de Telecomunicacions, 2010, p.57-58. [En línia]
<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS_2010_without_annex_4-e.pdf>

5.2 Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals

Haití, Azerbaidjan, Lesotho, Ucraïna, Malawi, República de Corea, Guinea Equatorial, Trinitat i Tobago, República Txeca, Hondures i la República Democràtica del Congo han estat els països que s'han incorporat a la Convenció sobre la protecció de la diversitat de les expressions culturals, aprovada per la UNESCO. Sis estats l'han ratificada, mentre que Azerbaidjan, Lesotho, Malawi, República Txeca i Hondures han optat per la fórmula de l'adhesió.

Els 115 estats, 9 més que el 2009, i l'organització d'integració econòmica regional –la Comunitat Europea–, que a 31 de desembre de 2010 han dipositat l'instrument de ratificació de la Convenció davant la UNESCO, són els que figuren a la taula 18.

Taula 18. Ratificacions de la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals a 31 de desembre de 2010 (per ordre cronològic)

Estat	Data de dipòsit de l'instrument	Tipus d'instrument
Canadà	28/11/2005	Acceptació
Maurici	29/03/2006	Ratificació
Mèxic	05/07/2006	Ratificació
Romania	20/07/2006	Adhesió
Mònaco	31/07/2006	Ratificació
Bolívia	04/08/2006	Ratificació
Djibouti	09/08/2006	Ratificació
Croàcia	31/08/2006	Aprovació
Togo	05/09/2006	Ratificació
Bielorússia	06/09/2006	Aprovació
Madagascar	11/09/2006	Ratificació
Burkina Faso	15/09/2006	Ratificació
República de Moldàvia	05/10/2006	Ratificació
Perú	16/10/2006	Adhesió
Guatemala	25/10/2006	Ratificació
Senegal	07/11/2006	Ratificació
Equador	08/11/2006	Adhesió
Mali	09/11/2006	Ratificació
Albània	17/11/2006	Adhesió
Camerun	22/11/2006	Adhesió
Namíbia	29/11/2006	Ratificació
Índia	15/12/2006	Ratificació
Finlàndia	18/12/2006	Acceptació
Àustria	18/12/2006	Ratificació
França	18/12/2006	Adhesió
Espanya	18/12/2006	Ratificació
Suècia	18/12/2006	Ratificació

Estat	Data de dipòsit de l'instrument	Tipus d'instrument
Dinamarca	18/12/2006	Ratificació
Eslovènia	18/12/2006	Ratificació
Estònia	18/12/2006	Aprovació
Eslovàquia	18/12/2006	Ratificació
Luxemburg	18/12/2006	Ratificació
Lituània	18/12/2006	Adhesió
Malta	18/12/2006	Adhesió
Bulgària	18/12/2006	Ratificació
Xipre	19/12/2006	Ratificació
República de Sud-àfrica	21/12/2006	Ratificació
Irlanda	22/12/2006	Ratificació
Grècia	03/01/2007	Ratificació
Brasil	16/01/2007	Ratificació
Noruega	17/01/2007	Ratificació
Uruguai	18/01/2007	Ratificació
Panamà	22/01/2007	Ratificació
Xina	30/01/2007	Ratificació
Islàndia	01/02/2007	Acceptació
Saint Lucia	01/02/2007	Ratificació
Andorra	06/02/2007	Adhesió
Tunísia	15/02/2007	Ratificació
Jordània	16/02/2007	Ratificació
Itàlia	19/02/2007	Ratificació
Armènia	27/02/2007	Adhesió
Alemanya	12/03/2007	Ratificació
Xile	13/03/2007	Ratificació
Níger	14/03/2007	Ratificació
Portugal	16/03/2007	Ratificació
Oman	16/03/2007	Ratificació
Costa d'Ivori	16/04/2007	Ratificació
Jamaica	04/05/2007	Ratificació
Gabon	15/05/2007	Ratificació
Ex República Iugoslava de Macedònia	22/05/2007	Ratificació
Cuba	29/05/2007	Ratificació
Bangla Desh	31/05/2007	Ratificació
Letònia	06/07/2007	Adhesió
Kuwait	03/08/2007	Adhesió
Vietnam	07/08/2007	Ratificació
Polònia	17/08/2007	Adhesió
Egipte	23/08/2007	Ratificació
Cambodja	19/09/2007	Adhesió
Nova Zelanda	05/10/2007	Adhesió
Mongòlia	15/10/2007	Adhesió
Moçambic	18/10/2007	Ratificació
Kenya	24/10/2007	Ratificació
Tadjikistan	24/10/2007	Ratificació
Paraguai	30/10/2007	Ratificació
República Democràtica Popular de Laos	05/11/2007	Adhesió
Regne Unit de la Gran Bretanya i Irlanda del Nord	07/12/2007	Ratificació
Benín	20/12/2007	Ratificació

Estat	**Data de dipòsit de l'instrument**	**Tipus d'instrument**
Nigèria	21/01/2008	Ratificació
República Àrab Síria	05/02/2008	Adhesió
Guinea	20/02/2008	Ratificació
Argentina	07/05/2008	Ratificació
Hongria	09/05/2008	Ratificació
Zimbabwe	15/05/2008	Ratificació
Txad	17/06/2008	Ratificació
Sudan	19/06/2008	Ratificació
Seychelles	20/06/2008	Adhesió
Montenegro	24/06/2008	Ratificació
Geòrgia	01/07/2008	Aprovació
Suïssa	16/07/2008	Ratificació
Etiòpia	02/09/2008	Ratificació
Barbados	02/10/2008	Adhesió
Burundi	14/10/2008	Ratificació
Congo	22/10/2008	Ratificació
Grenada	15/01/2009	Ratificació
Bòsnia i Hercegovina	27/01/2009	Ratificació
Nicaragua	05/03/2009	Ratificació
Afganistan	30/03/2009	Acceptació
Qatar	21/04/2009	Adhesió
Sèrbia	02/07/2009	Ratificació
Austràlia	18/09/2009	Adhesió
República Dominicana	24/09/2009	Adhesió
Saint Vicent i les Grenadines	25/09/2009	Adhesió
Països Baixos	09/10/2009	Adhesió
Guyana	14/12/2009	Adhesió
Haití	08/02/2010	Ratificació
Azerbaidjan	15/02/2010	Adhesió
Lesotho	18/02/2010	Adhesió
Ucraïna	10/03/2010	Ratificació
Malawi	16/03/2010	Adhesió
República de Corea	01/04/2010	Ratificació
Guinea Equatorial	17/06/2010	Ratificació
Trinitat i Tobago	26/07/2010	Ratificació
República Txeca	12/08/2010	Adhesió
Hondures	31/08/2010	Adhesió
República Democràtica del Congo	28/09/2010	Ratificació
Organitzacions d'integració econòmica regional	**Data de dipòsit de l'instrument**	**Tipus d'instrument**
Comunitat Europea	18/12/2006	Adhesió

Font: UNESCO.

Taula 19. Relació de les principals intervencions públiques al sector audiovisual. Any 2010 (ordre cronològic)

Àmbit	Normativa	Referència
Catalunya	Mandat marc del sistema públic audiovisual català.	<http://www.parlament.cat/activitat/bopc/08b636.pdf>
	Decret llei 2/2010, de 30 de març, pel qual es modifica la Llei de la CCMA.	<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5600/10089140.pdf>
	Resolució del Parlament de Catalunya 676/VIII, de 28 d'abril de 2010.	<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5620/10119068.pdf>
	Llei 17/2010, de 3 de juny, de la llengua de signes catalana.	<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5647/10153092.pdf>
	Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema.	<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5672/10187134.pdf>
	Transformacions dels títols habilitants per prestar els serveis de ràdio i televisió.	<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_194_2010_transformaci__3_Provisionals.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_195_2010_transformaci__Provisional_Sant_Feliu.pdf> <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_196_2010_Inadmissibilitat_Associaci__Cultural_CIB.pdf> <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_197_2010_Inadmissibilitat_Avante.pdf> ; <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_198_2010_Inadmissibilitat_Pilot_Manresa.pdf> ; <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_199_2010_Inadmissibilitat_Pilots_Taelus.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_200_2010_Inadmissibilitat_Radiocat_XXI_unitat_mobil.pdf>
Estat	Ordre ITC/332/2010, de 12 de febrer, per la qual s'aprova l'actualització del quadre nacional d'atribució de freqüències.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/02/19/pdfs/BOE-A-2010-2719.pdf>
	Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de la televisió terrestre amb tecnologia analògica.	<http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2005/08/01/pdfs/A02217-02224.pdf>
	Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual.	<http://boe.es/boe_catalan/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292-C.pdf>
	Reial decret 490/2010, de 23 d'abril, pel qual es modifica el Reial decret 2062/2008, de 12 de desembre.	<http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/05/11/pdfs/BOE-A-2010-7531-C.pdf>
	Informe final de la implantació de la televisió digital terrestre a l'Estat.	<http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/Documents/InformeFinal_TDT2010.pdf>
	Resolució de 7 d'abril de 2010, de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació per la qual es publica l'Acord del Consell Ministres de 26 de març de 2010 sobre renovació a les societats Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA i Sogecable, SA de les concessions per a la prestació en règim de gestió indirecta del servei públic de televisió terrestre.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/14/pdfs/BOE-A-2010-5971.pdf>
	Assignació d'un múltiple a cada societat concessionària de TDT d'àmbit estatal.	<http://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/_2010/refc20100716.htm>
	Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la TDT en AD.	<http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/06/02/pdfs/BOE-A-2010-8784-C.pdf>

Àmbit	Normativa	Referència
Estat	Transformació de les concessions en llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual d'àmbit estatal.	<http://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/_2010/refc20100528.htm> <http://www.lamoncloa.gob.es/ConsejodeMinistros/Referencias/_2010/refc20100611>
	Resolució de 21 de juny de 2010, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, per la qual es publica la Resolució de 10 de juny de 2010, per la qual es constitueix el Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/08/12/pdfs/BOE-A-2010-13096.pdf>
	Ordre CUL/176/2010, de 30 de juny, per la qual es modifica l'Ordre CUL/2834/2009, de 19 d'octubre.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/07/02/pdfs/BOE-A-2010-10491.pdf>
	Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de radiodifusió sonora digital terrestre.	<http://www.lamoncloa.gob.es/ConsejodeMinistros/Referencias/_2010/refc20101001.htm#Radiodifusion>
	Resolució de 2 de juliol de 2010, de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions per a la Societat de la Informació, per la qual es publica al BOE de 23 de juliol de 2010 la modificació del Codi de conducta per a la prestació dels serveis de tarifació addicional basats en l'enviament de missatges, de 29 de juny de 2009.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/07/23/pdfs/BOE-A-2010-11807.pdf>
	Transformació de les concessions en llicències per a la prestació del servei de radiodifusió sonora digital terrestre.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/11/08/pdfs/BOE-A-2010-17201.pdf>
	Reial decret 1004/2010, pel qual es desenvolupa la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporación RTVE.	<http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/08/06/pdfs/BOE-A-2010-12625-C.pdf>
	Ordre ITC/3379/2010, de 28 de desembre, per la qual es modifica l'Ordre ITC/3808/2008, de 23 de desembre, per la qual es designa Telefónica de España, SAU, com a operador obligat a la prestació del servei universal de telecomunicacions.	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/12/30/pdfs/BOE-A-2010-20120.pdf>
Unió Europea	Actuacions relatives a l'emplaçament de producte de diverses autoritats reguladores de l'audiovisual.	<http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20100305&numTexte=88&pageDebut=&pageFin=> <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/bcrtv2010/> <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/bcrradio2010/> <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/broadcast-codes/broadcast-code/>
	Qualificació com a publicitat dels programes basats en la participació mitjançant telèfons de tarifació addicional.	<http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participationtv3/statement/>
	Creació d'una nova autoritat reguladora a Suècia.	<http://www.grn.se/> <http://www.rtvv.se/>
	La Comissió Europea autoritza els ajuts d'Estat per als prestadors de serveis neerlandesos de servei públic.	<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/52&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en>

Àmbit	Normativa	Referència
Unió Europea	Pronunciament de la Comissió Europea sobre les taxes de telecomunicacions de França i d'Espanya.	<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1211&format=HTML&aged=0&language=ES&guiLanguage=en>
	Ratificació i entrada en vigor del Tractat de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI).	<http://www.boe.es/boe/dias/2010/06/18/pdfs/BOE-A-2010-9639.pdf Ratificació per part d'Espanya> http://www.wipo.int/treaties/fr/html.jsp?file=/redocs/notdocs/fr/wppt/treaty_wppt_78.html>
	Transposició de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual als estats membres de la Unió Europea.	<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:72007L0065:EN:NOT>
Àmbit Internacional	Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals, adoptada a la conferència general de la UNESCO celebrada a París el 20 d'octubre de 2005	<http://www.unesco.org/new/en/unesco/themes/2005-convention//>

Font: Elaboració pròpia.

Capítol II. Estructura econòmica i empresarial del sector audiovisual

1. Presentació

Aquest capítol se centra en la dimensió econòmica i empresarial del sector audiovisual de Catalunya i de l'Estat espanyol durant l'any 2010 i, de manera més concreta, descriu i analitza els mercats dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual (de la ràdio i de la televisió), les empreses productores de contingut audiovisual i les dedicades a activitats publicitàries.

El primer apartat tracta l'estructura i l'evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio. En primer lloc, es presenta l'estructura empresarial dels principals prestadors de serveis de comunicació audiovisual i s'identifiquen els principals canvis succeïts al llarg de 2010, entre els quals hi ha la materialització de la compravenda accionarial engegada el 2009 entre Mediaset i Prisa. Aquesta transacció incloïa un moviment d'accions en dos sentits: d'una banda, la primera adquiria una part del negoci de televisió de pagament de la segona (22%), i de l'altra, a canvi d'un percentatge de propietat inferior al 18% de Mediaset, Prisa li cedia el 100% d'una societat de nova creació que incloïa la gestió del negoci de TDT d'àmbit estatal.

Altres novetats del període són l'inici d'activitat de l'operador de serveis de telecomunicacions Vodafone en el negoci de la televisió per ADSL mitjançant el producte Vodafone Internet TV, que dóna accés als programes de la TDT en obert i de pagament i també continguts d'internet, i la reorientació del negoci audiovisual de Jazztel PLC, que deixa de comercialitzar la seva plataforma pròpia i passa a oferir la d'altres operadors de forma conjunta. En aquest epígraf també es presenta, a grans trets, l'evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio en termes de consum, i d'audiència, d'una banda, i d'inversió publicitària, de l'altra.

En el segon bloc s'analitza el mercat de la televisió i de la ràdio des d'un vessant doble: el macroeconòmic –mitjançant les principals magnituds econòmiques agregades que s'extreuen de l'estadística oficial, com ara el nombre d'empreses, el volum de negoci o el nombre de persones ocupades– i el microeconòmic –per mitjà de la informació comptable de les empreses prestadores del serveis de ràdio i de televisió: compte de pèrdues i guanys, i balanç de situació.

Les dades que s'inclouen en aquest apartat estan emmarcades en la nova classificació d'activitats econòmiques, homologada a escala europa i adaptada a l'Estat com a CNAE-2009 i per a Catalunya, com a CCAE-2009.

En aquesta nova classificació, les activitats audiovisuals s'inclouen sota les divisions 59 i 60. En la divisió 59 hi ha les empreses que es dediquen a "activitats de cinema, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so", mentre que a la divisió 60 s'hi apleguen les societats que treballen en relació amb "activitats de ràdio i televisió".

A l'epígraf titulat "La producció audiovisual a Catalunya" es descriu el sector de la producció a Catalunya l'any 2010 partint, justament, de l'anàlisi de les dades corresponents a aquestes dues divisions de la CCAE-2009 (59 i 60), amb una atenció especial en la divisió 59, en qual s'inclouen les empreses dedicades a la producció de continguts audiovisuals (de cinema, televisió i vídeo). En aquest mateix bloc, a continuació, es presenta la situació de la indústria cinematogràfica a Catalunya tenint en compte el volum de produccions realitzades durant el 2010, així com l'oferta i el consum del cinema a Catalunya –cinema de producció catalana i cinema exhibit en català en sales comercials.

El cinquè apartat del capítol descriu l'estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya durant el 2010 tot analitzant les macromagnituds econòmiques definides en els apartats anteriors.

Finalment, el sisè i l'últim apartat del capítol sintetitza les línies d'actuació dutes a terme pel Govern de la Generalitat de Catalunya i la Unió Europea al sector audiovisual en forma d'ajuts econòmics i financers durant l'any 2010.

2. Estructura i evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio

2.1 Estructura empresarial dels principals prestadors de serveis de comunicació audiovisual

En aquest apartat es descriu de manera sintètica l'estructura de les societats titulars dels diversos serveis de televisió i de ràdio, així com els canvis principals de 2010.

En el primer cas, tot i que la majoria d'actors que hi participen mantenen l'estructura del capital social sense gaires modificacions, cal destacar la materialització de la compravenda accionarial subscrita entre Mediaset i Prisa al final del 2009 mitjançant la qual la primera –a canvi d'un percentatge de propietat inferior al 18%– passa a controlar el negoci de televisió digital terrestre de cobertura estatal de la segona. Així mateix, en l'àmbit de la televisió per ADSL és remarcable la incorporació d'un operador de serveis de telecomunicacions en la comercialització d'aquest producte (Vodafone España) i la desaparició d'un altre (Jazztel PLC).

Quant al sector de la ràdio, les modificacions empresarials o organitzatives que hi ha hagut el 2010, tant als serveis de titularitat pública com privada, no han comportat una transformació de l'estructura general d'aquest mercat a Catalunya.

Finalment, cal destacar l'aprovació de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, i el canvi que implica la transformació en llicències de les concessions per a la prestació en règim de gestió indirecta dels serveis de comunicació audiovisual, així com el reconeixement de la figura de l'arrendament que atorga a l'arrendatari la consideració de prestador de servei.

2.1.1 Prestadors públics de serveis de ràdio i televisió

- **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)**

El 2010, el grup de la CCMA està integrat per l'ens Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i les societats dependents:[120] sis societats són participades íntegrament per la CCMA i unes altres tres, amb percentatges inferiors al 100% (vegeu la taula 1). Durant l'any 2009, es va sol·licitar l'autorització del Govern de la Generalitat de Catalunya per dissoldre la societat VANG 3 Publicacions, SL, creada el 1998, i en la qual la CCMA tenia una participació del 50%. El 2010, aquesta societat estava dissolta i liquidada.

[120] CCMA. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (ens públic) i societats dependents. Comptes anuals consolidats i informe de gestió. 31 de desembre de 2010* [En línia]. Barcelona: CCMA, 2011.
<http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2010.pdf> [Consulta: desembre de 2011]

Taula 1. Societats participades per la CCMA. Any 2010 (en %)

Empresa	Participació
Televisió de Catalunya, SA	100
Catalunya Ràdio SRG, SA	100
TVC Edicions i Publicacions, SA	100
CCRTV Interactiva, SA	100
TVC Multimèdia, SL	100
Activa Multimèdia Digital, SL	100
MesFilms Inversions, SL	33,33
Intracatalònia, SA	30
Audiovisual Sport, SL (AVS)	20

Font: Elaboració pròpia amb dades de CCMA. *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (ens públic) i societats dependents. Comptes anuals consolidats i informe de gestió. 31 de desembre de 2010* [En línia]. Barcelona: CCMA, 2010.
<http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2010.pdf> [Consulta: desembre de 2011]

Pel que fa a les inversions financeres a llarg termini, la CCMA participa en la Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autonòmics (FORTA) –com el 2009– amb un import de 164.984 euros, que representa el 14,45% del seu capital social.

- **Corporación de Radio Televisión Española (Corporación RTVE)**

El canvi més rellevant el 2010 a la Corporación RTVE és l'extinció de les societats mercantils estatals Televisión Española i Radio Nacional de España, SA (SME TVE, SA i SME RNE, SA) i la cessió global d'actius i passius de les societats a favor de la Corporación RTVE, SA.[121] Aquesta modificació –que tenia l'objectiu de facilitar l'operativitat interna i una gestió econòmica més eficient de la CRTVE– és una conseqüència de l'entrada en vigor de la Llei de l'Estat 7/2010, general de la comunicació audiovisual.[122]

Durant el 2010 ha continuat també la dissolució-liquidació de l'ens públic Radio Televisión Española (RTVE) i de les societats Televisión Española, SA (TVE) i Radio Nacional de España, SA (RNE), iniciada l'1 de gener de 2007, tal com preveia la Llei de l'Estat 17/2006, de 5 de juny, de ràdio i televisió de titularitat estatal.[123] Aquest procés va consistir en l'aportació dels actius i passius de l'ens públic RTVE a la Corporación RTVE –societat mercantil estatal creada per acord

[121] Acord de 25 de juny de 2010 del Consell de Ministres [En línia].
<http://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/_2010/refc20100625.htm#TVE>
[Consulta: octubre de 2011]
[122] Vegeu l'article 43.2 i la disposició addicional cinquena de la Llei general de comunicació audiovisual.
[123] Vegeu el capítol II de l'Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007 (p. 82-83)

del Consell de Ministres el 12 de setembre de 2006. Això va implicar que la CRTVE hagués de fer una ampliació de capital de 1.510 milions d'euros i que l'ens públic RTVE es convertís en accionista majoritari de la CRTVE amb el 99,9%, en subscriure íntegrament l'ampliació. El 9 de març de 2007, el Consell de Ministres va autoritzar a la Societat Estatal de Participacions Industrials (SEPI) a comprar a l'ens públic RTVE la totalitat d'accions de la CRTVE mitjançant compres successives en funció de les necessitats financeres de l'ens i segons els recursos de la SEPI. Així, d'aquesta manera, s'aconseguia dotar a l'ens públic de la tresoreria necessària per fer front a les seves obligacions financeres.[124] En aquesta línia, el 2010 la SEPI va comprar accions de la CRTVE per 78 milions d'euros, de manera que al final d'any disposava del 52,18% del capital social de la Corporación RTVE.[125] Per a la compra d'aquestes accions de l'ens públic RTVE en liquidació, la SEPI va rebre una aportació de l'Estat de 94 milions d'euros.

D'altra banda, una altra novetat de 2010 és la supressió, a partir de l'1 de gener, de l'emissió de publicitat i de televenda a Televisión Española, en aplicació de la Llei de l'Estat 8/2009, de finançament de la CRTVE.[126] En aquest sentit, el 2010 es va aprovar el Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost,[127] que desenvolupa algunes qüestions que preveu la Llei de finançament de la CRTVE.

- **Serveis de televisió local pública**

El sector de la televisió local pública a desembre de 2010 està integrat per divuit prestadors en emissió, distribuïts a deu de les vint-i-una demarcacions planificades. D'aquesta xifra de prestadors en emissió, quatre són unimunicipals (Badalona, Barcelona, l'Hospitalet de Llobregat i Reus –en proves, a 31/12/2010 emet exclusivament logotip–) i catorze són agrupacions de municipis que porten a

[124] SEPI. Sociedad Estatal de Participaciones Industriales. *Informe anual 2008* [En línia] (p. 149). <http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/Informeanual08.pdf>
[Consulta: desembre de 2011]
[125] SEPI. Sociedad Estatal de Participaciones Industriales. *Informe anual 2010* [En línia] (p. 34). <http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/Informe_anual_SEPI_2010.pdf>
[Consulta: desembre de 2011]
[126] [En línia] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988-C.pdf>
[Consulta: desembre de 2011]
[127] [En línia] <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2010/08/06/pdfs/BOE-A-2010-12625-C.pdf>
[Consulta: desembre de 2011]

terme l'administració conjunta del programa atorgat, en la majoria de casos mitjançant la fórmula administrativa del consorci.

Aquest nombre de programes en funcionament respon aproximadament a la meitat dels trenta-set que inicialment es van preveure per a l'àmbit públic. Dels trenta-tres assignats a diversos ajuntaments, a desembre de 2010 un total de vint-i-quatre han establert un ens consorciat per prestar el servei públic de televisió de proximitat; respecte dels vint-i-tres de l'any 2009, aquesta xifra és el resultat de la constitució l'any 2010 de dos consorcis a la demarcació de Blanes, i de la dissolució d'un a Barcelona, el Consorci de la Televisió Local de Sant Adrià de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet.

- **Serveis de ràdio local pública**

A Catalunya el 2010 hi ha 259 ajuntaments amb concessió de ràdio municipal. D'altra banda, a escala local, l'Agència de Comunicació Local, SA, participada íntegrament pel Consorci de Comunicació Local (CCL), produeix la programació radiofònica de COMRàdio.[128]

El CCL està constituït per la Diputació de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, l'Associació d'Emissores Municipals de Catalunya (EMUC), i més de 100 ajuntaments, incloent-hi el de Barcelona.

2.1.2 Prestadors privats de serveis de televisió[129]

- **Cobertura estatal**

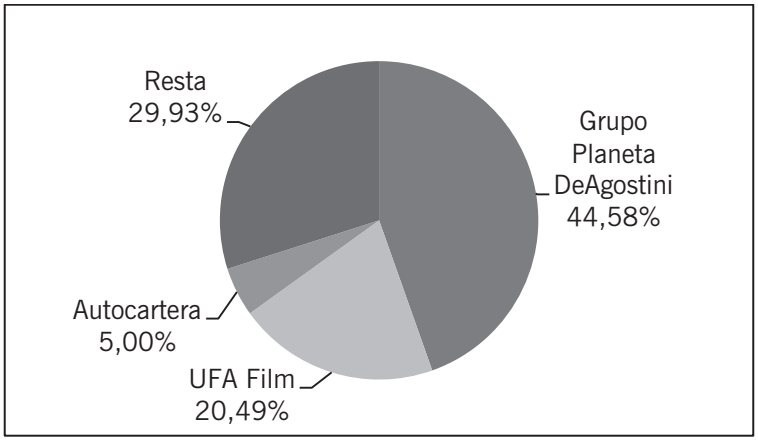
Durant el 2010, en l'àmbit dels prestadors de serveis de televisió que emeten mitjançant les ones hertzianes s'ha produït un augment significatiu de la xifra de programes en TDT i han finalitzat totes les emissions analògiques, després del procés d'apagada definitiva viscut l'abril de 2010, i de l'adjudicació a cadascuna de les societats amb títol habilitant de la capacitat d'un múltiplex complet de cobertura estatal.

[128] Vegeu en aquest mateix INFORME, el capítol III dedicat als prestadors de serveis de radiodifusió sonora.
[129] Vegeu, en aquest mateix INFORME, el capítol IV dedicat als prestadors de serveis de televisió.

Per exemple, en el cas d'**Antena 3 de Televisión, SA** (*www.grupoantena3.com/GrupoAntena3*) s'amplia l'oferta respecte del 2009 amb dos formats més, d'una banda NITRO, estrenat l'agost de 2010, i de l'altra, les emissions en alta definició (AD) de la televisió generalista del grup, Antena 3 TV HD. Així doncs, en acabar l'any 2010 la seva família de canals està integrada per Antena 3 TV (i la seva versió en alta definició), NEOX, NITRO i NOVA.

Pel que fa a la composició accionarial del grup de referència, durant el 2010 no s'hi han produït canvis substancials, Grupo PlanetaDeAgostini n'és l'accionista majoritari amb la propietat del 44,58% de les accions, seguit de l'UFA Film und Fernseh GMBH amb un 20,49%, que n'és titular com a resultat de l'absorció l'any 2009 de la societat RTL Group Communications, SLU. El 34,93% de participacions restants correspon a la borsa i a l'autocartera de la societat.

Gràfic 1. Accionistes d'Antena 3 de Televisión, SA. Desembre de 2010



Font: GRUPO ANTENA 3. *Informe anual y de responsabilidad corporativa 2010*. [En línia]. Madrid: Grupo Antena 3, 2011, (p. 15).
<http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/InformeAnual2010.pdf> [Consulta: desembre de 2011].

Gestevisión Telecinco, SA *(www.telecinco.es/inversores/es/)* tanca l'any 2010 amb cinc formats, el generalista Telecinco; la versió en alta definició –disponible des de setembre-, i els temàtics Boing –infantil –, LaSiete –dirigit a un públic juvenil– i FDF –conformat majoritàriament per continguts de ficció.

Pel que fa a l'estructura accionarial, durant el 2010 la societat ha dut a terme dues ampliacions dineràries del capital social que la modifiquen respecte de l'any 2009; la primera s'efectua el novembre, amb dret de subscripció preferent per als ja accionistes i per valor de 499.201.775 euros, amb una emissió de

86.817.700 accions. La segona té lloc al final de desembre mitjançant aportació no dinerària de Sogecuatro SAU, per un import nominal de 36.701 milers d'euros, amb una contraprestació amb accions per a Prisa Televisión SAU.

Totes dues operacions s'emmarquen en la compravenda iniciada al final del 2009 entre Gestevisión Telecinco SA i Prisa Televisión SAU (aleshores encara Sogecable, SAU). Tal com es va establir en la signatura de l'acord inicial, la primera entra en l'accionariat de la segona amb l'adquisició d'una participació del 22% de l'empresa DTS Distribuidora de Televisión Digital, SA (que comercialitza Digital+) –primera ampliació de capital– i, mitjançant un bescanvi d'accions[130] del capital social íntegre d'una societat de nova creació que integra el negoci de televisió en obert[131] de Prisa (Sogecuatro, SAU) –segona ampliació.[132]

Aquest negoci va requerir el consentiment de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), que el va aprovar després que se solucionessin els diversos problemes detectats que es produirien amb la presa de control d'una societat sobre l'altra, com ara, i entre d'altres, el control del mercat publicitari televisiu: atesa l'audiència total dels canals de televisió que passaria a gestionar Gestevisión Telecinco, SA, la CNC va estimar que la comercialització conjunta de la publicitat "es podria convertir en imprescindible per als anunciants".[133] La qüestió es va resoldre amb el compromís, entre d'altres, de no vendre mitjançant un mateix

[130] Prisa Televisión SAU havia de rebre 73.402 milers d'accions de Gestevisión Telecinco com a contraprestació per la seva aportació no dinerària a través de Sogecuatro SAU; tanmateix, en el contracte d'integració s'establia que si a 30/11/2010 existia en Sogecuatro SAU deute financer net o el patrimoni net de la societat era inferior a 25 milions d'euros, Prisa havia de compensar aquest valor inferior amb l'aportació de fons propis a Sogecuatro, SAU o donant a Gestevisión Telecinco 2.866.972 de les accions que havia de rebre. Prisa va escollir aquesta segona opció, motiu pel qual el seu percentatge de propietat sobre Gestevisión Telecinco SA se situa en el 17,33%, i no el 18,337% inicialment previst. Font: GESTEVISIÓN TELECINCO. *Informe 2010. Información económica. Cuentas anuales e Informe de Gobierno Corporativo*. [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco, SA maig de 2011 (p. 151).
<http://www.telecinco.es/inversores/es/Informe-anual_TL5FIL20111227_0028.pdf>
[Consulta: gener de 2012].

[131] Vegeu l'apartat 2.2.1 del capítol IV d'aquest mateix INFORME.

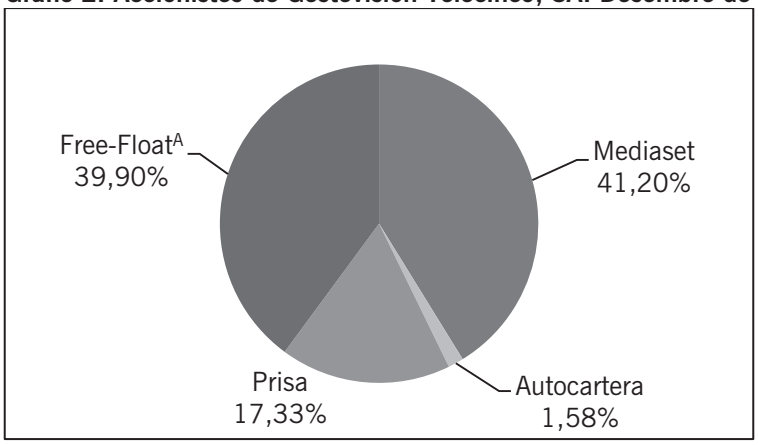
[132] GESTEVISIÓN TELECINCO, SA. *Informe 2010 Información Económica. Cuentas anuales e Informe de Gobierno Corporativo 2010*. [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco, maig de 2011 (p. 45 i 151).
<http://www.telecinco.es/inversores/es/Informe-anual_TL5FIL20111227_0028.pdf>
[Consulta: gener de 2012].

[133] COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (CNC). "La CNC aprueba con compromisos la operación de concentración Telecinco/Cuatro". [En línia]. Madrid: CNC, 29/10/2010.
<http://www.cncompetencia.es/Inicio/Noticias/tabid/105/Default.aspx?Contentid=281957&Pag=1>
[Consulta: desembre de 2011].

paquet comercial la publicitat dels dos programes en TDT en obert amb més audiència.

Com a resultat, el capital social de Gestevisión Telecinco SA en tancar l'exercici és de 203.430.713 euros, representat per 406.861.426 accions, de les quals la societat Mediaset Investimenti SPA és propietària del 41%, un 10% menys que el 2009; el 17% pertany ara al Grupo Prisa a través de Prisa Televisión SAU, i el 40% restant està en borsa, i majoritàriament adquirit per inversors dels Estats Units i de Gran Bretanya.

Gràfic 2. Accionistes de Gestevisión Telecinco, SA. Desembre de 2010



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

Font: GESTEVISIÓN TELECINCO, SA. *Informe de Responsabilidad Corporativa 2010* [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco, SA, 2011 (p. 43-45).
<http://servicios.telecinco.es/inversores/videosinv/pub_rsc/pdf/TELECINCO_INFORME_2010_RESPONSABILIDAD_CORPORATIVA.pdf> [Consulta: desembre de 2011].

L'activitat audiovisual de Promotora de Informaciones, SA (en endavant, Prisa) (*www.prisa.es*) s'agrupa mitjançant **Prisa Televisión SAU**, empresa que gestiona les diverses inversions del grup multimèdia en aquest àmbit; l'octubre de 2010, juntament amb el nomenament de Manuel Polanco com a president del Consell d'Administració del *holding* empresarial (en substitució de Rodolfo Martín Villa), es va anunciar que Sogecable SAU passava ara a integrar-se a Prisa Televisión SAU.[134]

[134] PRISA. "Manuel Polanco, nuevo presidente de Sogecable". [En línia]. Madrid: Prisa, 21/10/2010.
<http://www.prisa.com/sala-prensa/noticia/1295/manuel-polanco-nuevo-presidente-de-sogecable/> [Consulta: desembre de 2011].

Durant el 2010, la companyia matriu ha estat immersa en un procés de reestructuració del seu deute financer que l'ha portat a dur a terme diverses operacions, entre d'altres, dues ampliacions de capital –emmarcades en l'entrada de l'empresa nord-americana Liberty Acquisitions Holdings Corp. com a accionista del grup–, el refinançament de les seves obligacions bancàries fins al 2013 i la venda de percentatges de propietat d'alguns dels seus negocis.

En el cas de l'àrea audiovisual, a través de Prisa Televisión SAU (100% propietat de Prisa), el 2010 es venen sengles participacions del 22% del capital social de DTS, Distribuidora de Televisión Digital, SA, a Gestevisión Telecinco, SA i a Telefónica de Contenidos SAU, per un import total de 976 milions d'euros, i queda un 56% del negoci de televisió privada per satèl·lit en mans del *holding* audiovisual de Prisa. Aquesta operació de concentració va requerir l'autorització de la CNC, que hi va donar el vistiplau el novembre de 2010, després que es modifiquessin els acords i els pactes inicials entre totes tres.[135]

D'altra banda, el febrer de 2010 es constitueix Sociedad General de Televisión Cuatro (Sogecuatro), SA, participada al 100% per Prisa Televisión SAU, i el juny, mitjançant una escissió parcial per segregació, es traspassa a la nova empresa tot el capital social de Sogecable Media, SL, Sogecable Editorial SL i de la Compañía Independiente de Noticias de Televisión, SL (productora de CNN+). Un mes abans, i amb la transformació en llicència per a la prestació del servei de comunicació audiovisual de la concessió en règim de gestió indirecta de la qual era titular, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, a petició d'aleshores encara Sogecable SAU, també va autoritzar-ne la cessió a Sogecuatro, SA.[136] Ja al desembre, Prisa Televisión SAU ven el 100% de Sogecuatro, SA i la resta de societats dependents a Gestevisión Telecinco, SA, a canvi d'una participació del

[135] L'acord signat per Prisa Televisión SAU, Telefónica de Contenidos SAU i Gestevisión Telecinco SA l'abril de 2010 implicava que cadascun disposava de la possibilitat d'exercir una influència decisiva sobre DTS, Distribuidora de Televisión Digital, SA, gràcies a, entre d'altres, el dret de vet sobre decisions estratègiques com ara el pla de negocis o el pressupost anual. Aquesta opció inicialment pactada va ser eliminada el novembre de 2010 i, en conseqüència, la CNC va arxivar el procediment engegat. Vegeu COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA (CNC). "La CNC archiva la operación de concentración Prisa/Telefónica/Telecinco/Digital+". [En línia]. Madrid: CNC, 10/11/2010.
<http://www.cncompetencia.es/Inicio/Noticias/tabid/105/Default.aspx?Contentid=282343&Pag=1>
[Consulta: desembre de 2011].

[136] Vegeu l'apartat 2.2.1 del capítol IV d'aquest mateix INFORME.

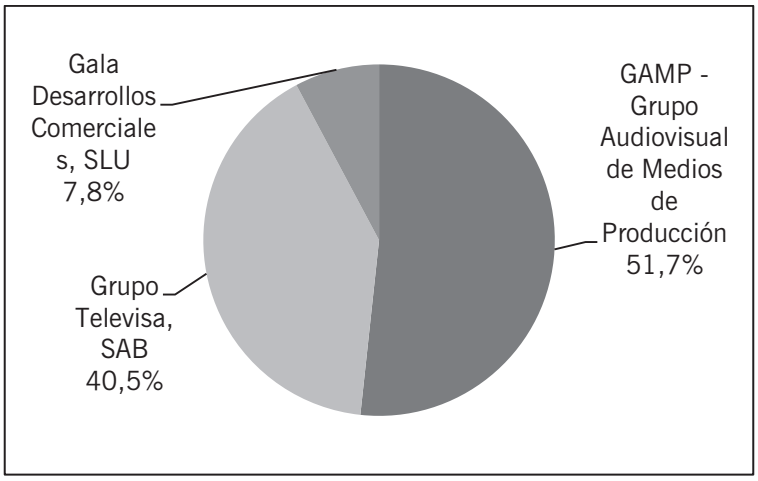
17,336%, segons preveia l'acord marc subscrit al final del 2009 entre tots dos grups de comunicació, com s'ha explicat abans.

Pel que fa a l'oferta de televisió mitjançant TDT en obert, Sogecuatro SA emet Cuatro i CNN+ (fins al 28 de desembre) i, a través de la TDT de pagament, Canal+2. Via satèl·lit i com a servei d'accés condicional, Prisa Televisión SAU, comercialitza la plataforma Digital+ i difon més d'un centenar de canals.

Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA (en endavant, La Sexta, SA) *(www.lasexta.com)* tanca el 2010 amb cinc programes en emissió, quatre a través de la televisió digital terrestre en obert (laSexta, laSexta HD, laSexta2 i laSexta3), i un mitjançant la TDT de pagament, Gol Televisión, espai arrendat al final del 2010 a la societat del mateix nom, amb l'autorització del Govern de l'Estat.

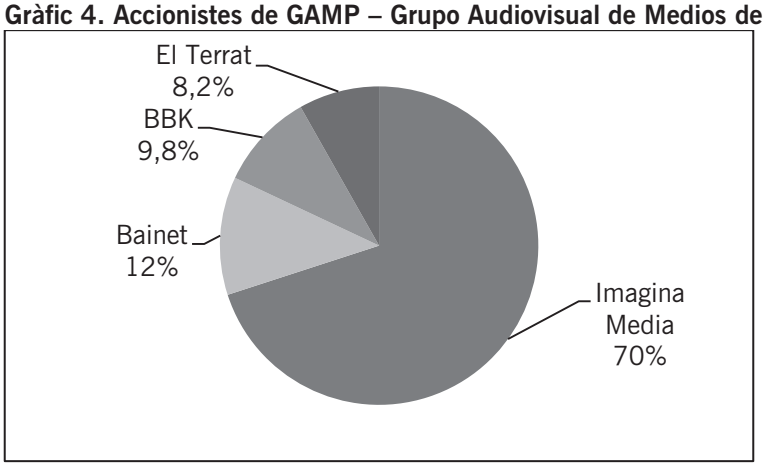
Pel que fa a la composició accionarial de La Sexta SA, es manté en els mateixos termes que l'any 2008. D'acord amb la informació disponible, el Grupo Audiovisual Medios de Producció (GAMP) compta amb el 51,7% de les accions, el grup mexicà Televisa SAB, amb el 40,5% i Gala Desarrollos Comerciales SLU, amb una mica menys del 8%. Tampoc no hi ha hagut cap canvi pel que fa l'accionista majoritari, GAMP, que conserva l'estructura de 2009, el 70% propietat d'Imagina Media, i la resta repartit entre les productores Bainet (12%) i El Terrat (8,2%) i l'entitat financera BBK (9,8%). Al seu torn, en el mateix cas es troba Imagina Media, que continua integrada, amb idèntics percentatges del 2008 i del 2009, pels socis fundadors Globomedia i Mediapro amb un 60%, i el 40% resta, a parts iguals, en mans de Torreal (companyia d'inversions) i WPP (multinacional del sector de la comunicació).

Gràfic 3. Accionistes de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA. Setembre de 2010



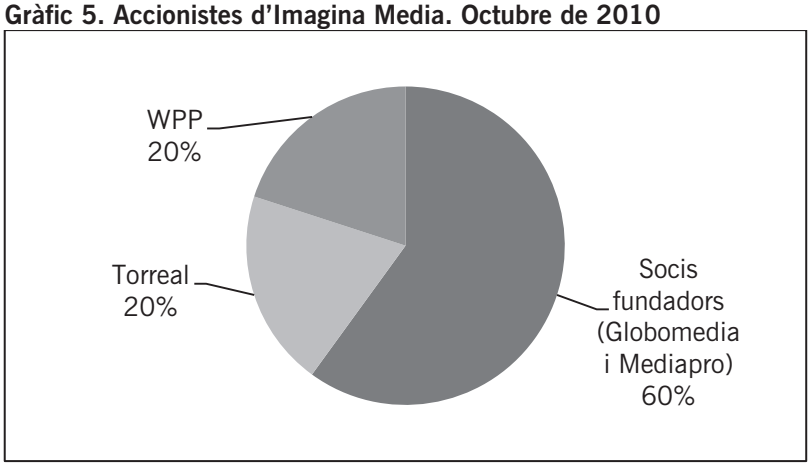
Font: La Sexta <http://www.lasexta.com/informacion_corporativa> [Consulta: setembre de 2010].

Gràfic 4. Accionistes de GAMP – Grupo Audiovisual de Medios de Producción. Octubre de 2010



Font: Mediapro <http://www.mediapro.es/cat/Presentacio_IMAGINA_CAT.pdf> (p. 32) [Consulta: gener de 2011].

Gràfic 5. Accionistes d'Imagina Media. Octubre de 2010

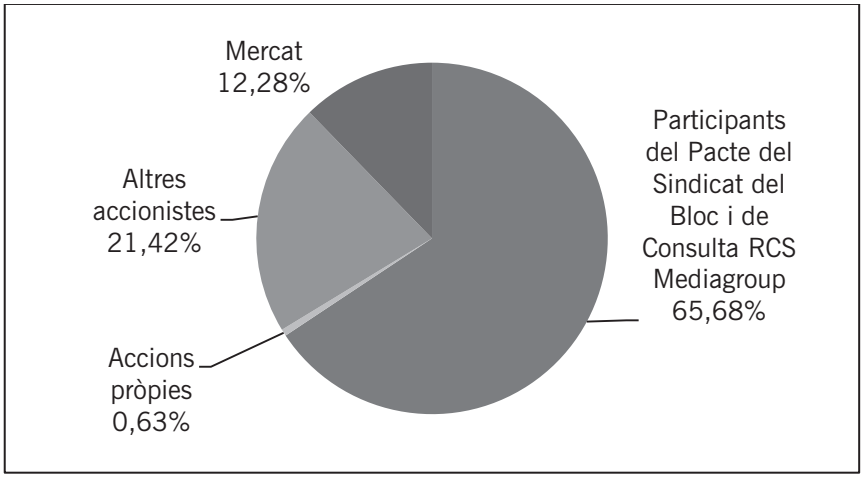


Font: Mediapro <http://www.mediapro.es/cat/Presentacio_IMAGINA_CAT.pdf> (p. 2) [Consulta: gener de 2011].

L'any 2010 **Veo Televisión SA** ha variat substancialment l'oferta de programació. Respecte del 2009 únicament es manté la generalista Veo7; se

substitueix SETenVeo pel format dedicat a la ficció AXN, disponible mitjançant la TDT de pagament, i s'interromp el servei de televenda *La tienda en casa*, a petició del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, tal com s'indica en el seu informe anual (p. 65). Ja l'agost s'estrena Marca TV, temàtic esportiu, i el novembre comencen les emissions de 13tv, programa generalista arrendat a la societat KW Televisión, SA. D'acord amb Mavise, la base de dades de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual, 13tv està vinculada a UJUE Producciones,[137] que al seu torn es relaciona amb Unidad Editorial SA, societat que compta amb el 100% de l'accionariat de Veo Televisión SA, i que pertany al grup de mitjans italià RCS MediaGroup des de l'any 2008. En aquest cas, durant el 2010 tampoc no s'ha produït cap variació en l'estructura de la companyia (vegeu el gràfic 6).

Gràfic 6. Accionistes de RCS MediaGroup. Desembre de 2010



Font: RCS MEDIAGROUP. *RCS MediaGroup. Bilanzio & Relazione al 31 Dicembre 2010*. [En línia]. Milà: RCS Mediagroup, 2010. (p. 19)
<http://www.rcsmediagroup.it/wps/wcm/connect/6e20d40040858708bb1dbbd47aa94453/bilancio_RCS_2010.pdf?MOD=AJPERES> [Consulta: desembre de 2011].

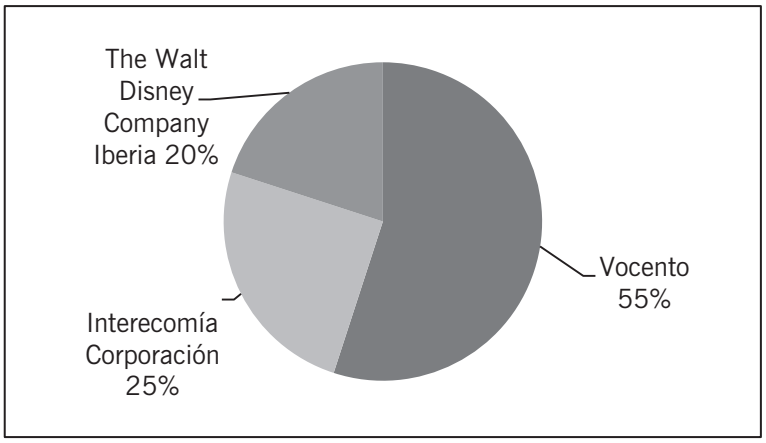
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA manté respecte del 2009 les emissions d'Intereconomía TV i de Disney Channel, programes als quals s'afegeixen el 2010 dues emissions més, MTV i La 10; en el primer cas, es tracta d'una temàtica dedicada a la música produïda per Viacom, amb qui Vocento –l'accionista majoritari de la societat llicenciatària– havia arribat a un acord estratègic l'any

[137] Vegeu <http://mavise.obs.coe.int/cocoon/tp/channel/11071/general.pdf> [Consulta: desembre de 2011].

2009.[138] Pel que fa a La 10, es tracta d'una televisió generalista vinculada a la xarxa de televisions autonòmiques de Vocento, que el setembre passa a estar disponible a escala estatal.[139]

La propietat de Net TV SA es manté el 2010 en situació idèntica a la de l'any 2008, el 55% pertany a Vocento, SA, el 25%, a Intereconomía Corporación, SA i el 20%, a The Walt Disney Company Iberia, SL.

Gràfic 7. Accionistes de Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA. Desembre de 2010



Font: Mavise (Observatori Europeu de l'Audiovisual) <http://mavise.obs.coe.int/cocoon/tp/company/1219/company.pdf> (informació actualitzada l'abril de 2010) [Consulta: desembre de 2011].

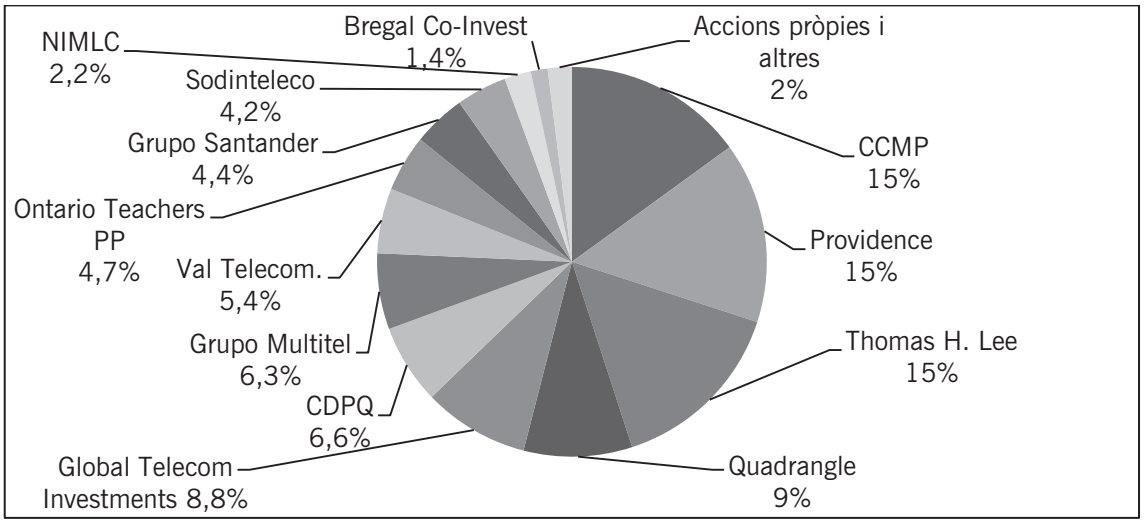
A més de la televisió per ones terrestres, en l'àmbit estatal diversos prestadors comercialitzen serveis audiovisuals mitjançant altres sistemes de distribució, fonamentalment cable, ADSL i telèfon mòbil.

La televisió per cable en el territori espanyol està representada per **Cableuropa SAU**, l'únic operador amb cobertura estatal, amb més d'un milió d'abonats al seu producte en tancar l'any 2010 (CMT 2010: 178). La totalitat del capital social és propietat de Grupo Corporativo ONO, SA (*www.ono.es*), que té com a activitat principal la construcció de xarxes de fibra i la seva explotació per a la prestació de serveis audiovisuals i de telecomunicacions.

[138] VOCENTO. "Vocento sella un acuerdo estratégico con Viacom para reforzar su presencia en el mercado audiovisual". [En línia]. Madrid: Vocento, 25/06/2009. <http://www.vocento.com/actualidad_nota20.php> [Consulta: desembre de 2011].
[139] VOCENTO. "La 10 y MTV se emitirán en abierto y a nivel nacional a través de Net TV". [En línia]. Madrid: Vocento, 22/07/2010. <http://www.vocento.com/actualidad_nota47.php> [Consulta: desembre de 2011].

L'estructura accionarial del grup pateix petites variacions respecte del 2009, relacionades majoritàriament amb la transmissió de participacions accionarials i de capital social entre empreses vinculades a Grupo Multitel, SA, controlat directament o indirecta per Eugenio Galdón, fundador i anterior president de la companyia (ONO 2010: 101-103).

Gràfic 8. Accionistes de Grupo Corporativo ONO, SA. Desembre de 2010



Font: ONO. *Informe anual 2010*. [En línia]. Madrid: Grupo Corporativo ONO, SA, 2010 (p. 23). <http://www.ono.es/resources/files/inversores/pdfs/ONO_InformeAnual2010.pdf> [Consulta: desembre de 2011].

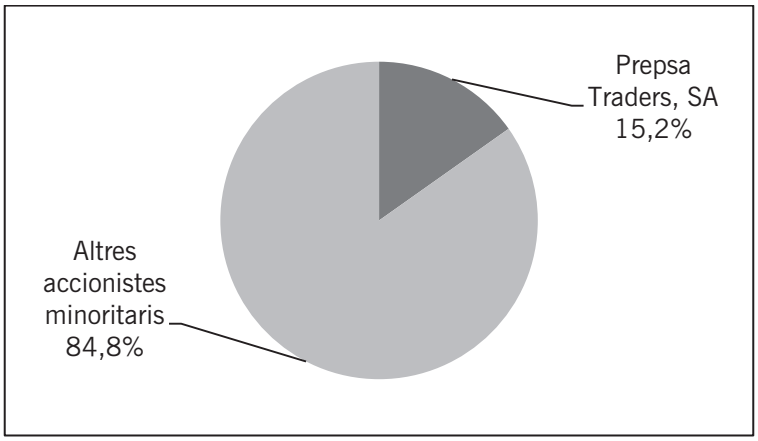
En el sector de la televisió per ADSL en l'àmbit estatal el 2010 es produeix una variació pel que fa als actors que hi participaven fins aleshores. Des de l'any 2006 Imagenio de Telefónica, Orange TV de France Telecom i Jazztelia TV de Jazztel PLC comercialitzaven aquest servei, però abans de finalitzar el primer semestre de 2010 ja es produeix el primer canvi: **Jazztel PLC** (*www.jazztel.com*) anuncia[140] el maig que, després d'un estudi intern sobre l'evolució del seu negoci audiovisual, ha decidit reorientar-lo i, amb aquest objecte, el deixa d'oferir directament i passa a comercialitzar productes d'altres operadors, com ara l'oferta conjunta amb Digital+.

El grup Jazztel, amb domicili social al Regne Unit, està constituït per la matriu Jazztel PLC, que controla la resta de societats, entre les quals es troba Jazztel Telecom SAU, la filial de telecomunicacions mitjançant la qual opera a

[140] JAZZTEL. *Hecho relevante*. [En línia]. Madrid: Jazztel PLC, 19/05/2010. <http://www.jazztel.com/archivos/documentos/ficheros/190520101852HR_Jazztelia_201000519_esp.pdf> .[Consulta: maig de 2010].

Espanya. Pel que fa al capital social, a desembre de 2010 l'únic accionista significatiu és Leopoldo Fernández Pujals, a través de la companyia Prepsa Traders, SA, amb el 15,2% de participació, quatre punts menys respecte del 2009 (19,2%).

Gràfic 9. Accionistes de Jazztel, PLC. Desembre de 2010



Font: JAZZTEL. *Memoria anual 2010*. [En línia]. Londres: Jazztel, PLC, 2011. <http://inversores.bolsa.jazztel.com/documents/10156/37915/Memoria+Anual+2010> (p. 17) [Consulta: desembre de 2011].

D'altra banda, el mes d'octubre de 2010 l'operador de telefonia mòbil Vodafone España SAU, propietat 100% de la companyia **Vodafone Group PLC** (*www.vodafone.com*) amb seu al Regne Unit, presenta Vodafone Internet TV,[141] un servei que possibilita l'accés mitjançant un dispositiu als programes en TDT, en obert i de pagament, continguts d'internet i també la funcionalitat de gravació amb una guia de programació electrònica. Vodafone España també compta amb el servei de televisió per mòbil, sota la marca Vodafone live! TV.

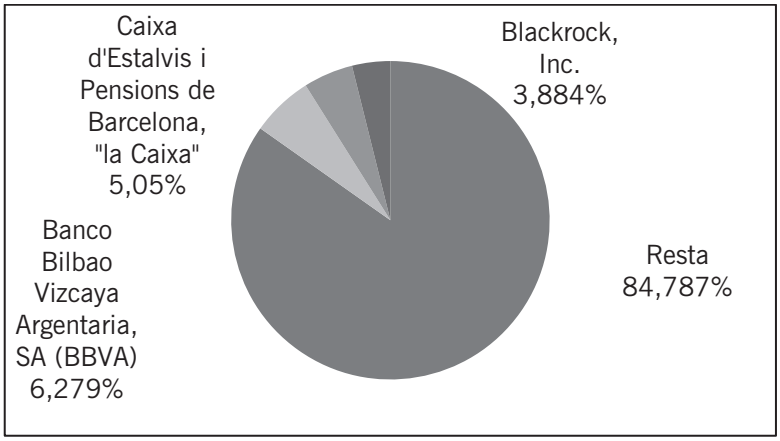
Pel que fa a la resta de participants del sector, **Grupo Telefónica** (*www.telefonica.com*), mitjançant Telefónica de España, comercialitza televisió per ADSL (Movistar Imagenio) i per mòbil (Movistar Emoción). A partir del maig de 2010, la marca Telefónica assumeix el rol de distintiu institucional de l'empresa i tots els seus serveis s'identifiquen sota el de Movistar, inclosa la telefonia fixa.

L'estructura accionarial de la companyia varia respecte del 2010 amb l'entrada de Blackrock Inc. (empresa d'inversions) com a accionista amb

[141] VODAFONE. "Vodafone España lanza nuevas e innovadoras propuestas para el hogar conectado". [En línia]. Madrid: Vodafone España, SAU 05/10/2010.
<http://www.vodafone.es/static/fichero/pre_ucm_mgmt_003283.pdf>
[Consulta: desembre de 2011].

participació significativa, amb el 3,884%, juntament amb els dos que ja hi eren, el Banco Bilbao Argentaria, SA, amb el 6,279% (0,78% més que l'any 2009), i la Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona, "la Caixa", amb el 5,050%. La resta de capital, el 84,8% aproximadament, es reparteix, a 1 de maig de 2010, entre 1.428.629 accionistes, tal com figura en el seu informe anual (p. 33).

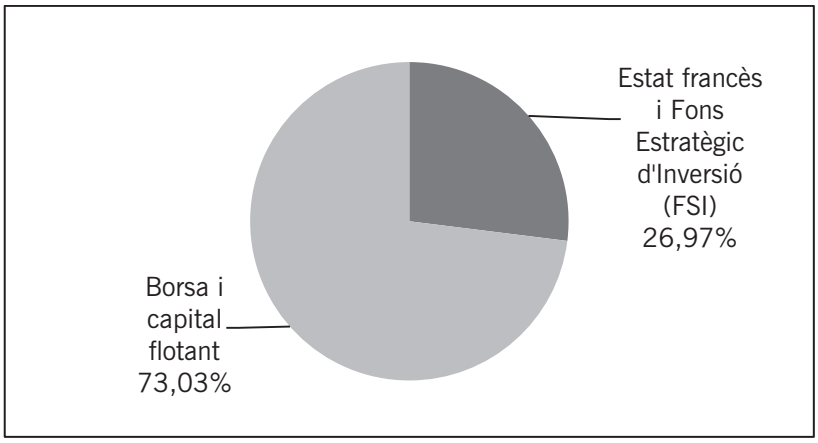
Gràfic 10. Accionistes de Grupo Telefónica. Desembre de 2010



Font: GRUPO TELEFÓNICA. *Informe anual 2010*. [En línia]. Madrid: Telefónica, SA, 2010. <http://www.telefonica.com/es/annual_report/pdf/telefonica_ia10_esp.pdf> (p. 33) [Consulta: desembre de 2011].

El grup **France Télécom**, a través d'Orange (*www.orange.com*), ofereix a Espanya el mateix tipus de producte que Telefónica, televisió per ADSL (Orange TV) i mitjançant el mòbil (Orange TV móvil); l'any 2010 s'ha produït un canvi en l'estructura del capital social de la companyia francesa, atès que el març l'ERAP (Entreprise de Recherches et d'Activités Pétrolières, participada per l'Estat francès) transfereix al govern la totalitat de la seva participació, 6,3 milions d'euros, de manera que queda com a accionista majoritari tant de forma directa, com indirecta, a través d'un acord amb l'FSI (vegeu el gràfic 11).

Gràfic 11. Accionistes de France Télécom. Desembre de 2010



Font: FRANCE TÉLÉCOM. *Répartition du capital*. [En línia]. <http://www.orange.com/fr_FR/finance/action-capital/repartition> i *Document de référence 2010. Rapport financier annuel.* [En línia]. Paris: France Télécom, SA, (p. 354) <http://www.orange.com/media/doc-finance/fr/doc-reference/att00019049/FranceTlcomDDR2010_150411.pdf> [Consulta: desembre de 2011].

- **Cobertura nacional**

A escala nacional, **Emissions Digitals de Catalunya, SAU**, participada al 100% per Catalunya Comunicació, SL, és l'únic llicenciatari que opera a escala nacional, i compta amb un múltiplex sencer des de l'any 2003. El 2010 completa la seva oferta amb la posada en marxa d'Estil 9, després que el CAC autoritzés la subcontractació d'un programa a l'entitat New Millenium Market. Els altres formats en emissió són 8tv, Barça TV i RAC105.

- **Cobertura local**

L'activitat d'aquest sector es concentra fonamentalment en les emissions en obert mitjançant la TDT; s'hi poden distingir diversos segments en funció de la vinculació dels prestadors que hi operen amb grups de comunicació d'àmbit estatal o comarcal, grups de projecció al mercat català i empreses de televisió local (vegeu la taula 2).

Taula 2. Adjudicataris de TDT local privada a Catalunya. Nombre de programes i cobertura de població. Any 2010

Grup/empresa	Nombre de programes	Demarcacions	Nom comercial TV / Marca
Grup amb activitat per al mercat espanyol			
Mediapro	1	Girona	Televisió de Girona
Prensa Ibérica	1	Manresa	TV Manresa
Radio Blanca	1	Sabadell	Kiss TV
Grups de projecció al mercat català			
Grup Canal Català	11	Barcelona, Blanes, Girona, Granollers, Igualada, Lleida, Manresa, Mataró, Sabadell, Tarragona i Vic	Canal Català
Tele Taxi	3	Cornellà de Llobregat, Sabadell i Tarragona.	Teletaxi TV
Ona Rambla Televisió	2	Barcelona i Igualada	25 TV i TV Igualada
Grups comarcals i locals multimèdia			
Prensa Leridana (Segre)	4	Balaguer, Lleida, La Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran	Lleida TV/Tot TV
Empresari individual	3	Figueres, La Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran	S/D, Televisió de Puigcerdà i la Cerdanya, Aran Televisió
Canal Taronja - Empresari individual	3	Igualada, Manresa i Vic	Canal Taronja
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió	2	Lleida i La Seu d'Urgell	Tot TV i Pirineus TV
Lauren Films	2	Tarragona i Vilanova i la Geltrú	4 TV Mediterrani
EBE Imatge i Comunicació	1	Tortosa	L'Ebre TV
Empresaris individuals - El Terrat	1	Reus	Canal Reus TV
El3devuit	1	Vilanova i la Geltrú	3d8
Premsa d'Osona	1	Vic	El 9 TV
Empreses de televisió locals			
Canal 21 Ebre, SL	1	Tortosa	Canal 21 Ebre
D-9 Comunicació, SL	1	Palafrugell	Televisió Costa Brava
ETV-Llobregat TV, SL	1	Cornellà de Llobregat	ETV
Mola TV, SL	1	Sabadell	Mola TV
Olot Televisió, SL	1	Olot	Olot Televisió
Produccions Alt Empordà TV, SLU	1	Figueres	Canal Nord
Televisió Sant Cugat, SL	1	Sabadell	Televisió Sant Cugat
Televisió del Ripollès, SL	1	Olot	TV Ripollès
Televisió de Roses, SL	1	Figueres	Televisió de Roses
Tortosa Televisió, SL	1	Tortosa	Canal TE

Font: Elaboració pròpia.

Grups amb activitat al mercat espanyol

L'any 2010 desapareixen d'aquest conjunt **Vocento** i **Prisa**, fins aleshores presents en el primer cas a la demarcació de Barcelona mitjançant la concessió adjudicada a Avista Televisió de Barcelona, SL i la marca urBe TV, i en el segon a Barcelona, Cornellà de Llobregat i Granollers, a través de la societat Collserola Audiovisual, SL, i Localia TV com a producte en emissió. La pèrdua d'aquests quatre programes és conseqüència de les renúncies a les concessions presentades per totes dues societats al final del 2009, acceptades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya durant el primer trimestre de 2010 i que se sumen a la ja formalitzada per Uniprex Televisió Digital Terrestre Catalana, SL durant el primer semestre de 2009.

A Palafrugell, **Prensa Ibérica** també sol·licita al final del 2009 la resolució del contracte per l'explotació del servei públic de televisió digital local en règim de gestió indirecta adjudicat a Diari de Girona SAU, que es fa efectiva el 2010. Tanmateix, manté la de Manresa, a través del prestador Televisió de Manresa, SAU, participat al 100% per Edicions Intercomarcals, SA.

En la resta de llicenciataris la situació es caracteritza per l'estabilitat respecte del 2009; **Radio Blanca** manté la seva participació en l'accionariat de Publi 20, SL a la demarcació de Sabadell, mitjançant la seva filial Eurobroadcasting, SL, que compta amb percentatges de propietat significatius a Club de Ràdio Terrassa, SA i Radio Club 25, SA, els dos accionistes de referència del prestador. A l'últim, **Mediapro** conserva la quota a Televisió de Girona, SL a la demarcació de Girona, amb el percentatge de propietat que hi compta mitjançant Antena Local, SL.

Grups de projecció al mercat català

En aquest àmbit cal destacar tres grups, **Canal Català, Tele Taxi** i **Ona Rambla Televisió.** El primer és el que compta amb més presència a tot el territori català, amb un total d'onze programes, per mitjà de diversos acords empresarials, amb Vallès Serveis de Televisió SL com a societat de referència. Per la seva banda, Tele Taxi disposa de tres llicències, a Cornellà de Llobregat, Sabadell i Tarragona, respectivament, i Ona Rambla Televisió, dues, una a Barcelona i una altra a Igualada.

Grups comarcals i locals multimèdia

En aquest àmbit no es produeixen durant el 2010 canvis significatius pel que fa a l'estructura i la participació dels diversos grups de comunicació i de les societats que en formen part; en conjunt són nou, i es reparteixen divuit llicències distribuïdes per gran part del territori català. Les agrupacions més grans es corresponen amb a) **Premsa Leridana**, que compta amb un programa a cadascuna de les demarcacions de Balaguer, Lleida, la Seu d'Urgell i Vielha e Mijaran, quatre en total, b) un **empresari individual**, amb llicència a Figueres, a la Seu d'Urgell i a Vielha e Mijaran, i c) **Canal Taronja, juntament amb un altre empresari individual**, amb presència a Igualada, Manresa i Vic. **Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió i Lauren Films** en tenen dues cadascuna, a Lleida i la Seu d'Urgell i a Tarragona i Vilanova i la Geltrú, respectivament. A l'últim, **EBE Imatge i Comunicació** a Tortosa, **empresaris individuals juntament amb El Terrat** a Reus, **El3devuit** a Vilanova i la Geltrú, i **Premsa d'Osona** a Vic es reparteixen les quatre restants.

Empreses de televisió

La televisió local vinculada a empreses adjudicatàries d'un sol programa també ha vist reduïda la presència durant el 2010 amb les resolucions contractuals, d'una banda, del Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró –en aquesta mateixa demarcació–, que el febrer de 2010 va sol·licitar la resolució del contracte concessional, acceptada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya el juny; i, de l'altra, de Produccions Alt Empordà TV, SLU, l'únic prestador d'aquest grup que comptava amb dos programes,[142] que també segueix el mateix procediment, en aquest cas ho sol·licita el maig per a la demarcació de Palafrugell i el CAC ho resol un mes més tard.

Fora d'aquestes dues baixes, nou empreses repartides a sis demarcacions mantenen l'activitat en TDT-L: ETV-Llobregat TV, SL (Cornellà de Llobregat), Televisió de Roses, SL (Figueres), Televisió del Ripollès, SL i Olot Televisió, SL (Olot), D-9 Comunicació, SL (Palafrugell), Mola TV, SL i Televisió de Sant Cugat, SL (Sabadell) i Canal 21 Ebre, SL i Tortosa Televisió, SL (Tortosa).

[142] L'altre, ubicat a la demarcació de Figueres, on amb data 12/12/2011 el prestador ha comunicat al Consell de l'Audiovisual de Catalunya el cessament de la seva activitat.

2.1.3 Prestadors privats de serveis de ràdio[143]

En l'oferta radiofònica a Catalunya es poden identificar tres grans tipus de prestadors de serveis, en funció del mercat al qual s'orienten: estatal, català i comarcal o local.

- **Serveis de ràdio de titularitat privada d'abast estatal**

El 2010, a Catalunya es mantenen els mateixos vuit grups de comunicació d'implantació estatal que el 2009; entre tots disposen de 81 freqüències d'FM.

- Grup Prisa: hi ha 46 freqüències associades al grup Prisa, que corresponen a les societats Antena 3 de Radio, SA, Avante Radio, SA, Radio España de Barcelona, SA, Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SAU, Sociedad Española de Radiodifusión, SL –que el 2010 absorbeix l'empresa del grup Ondas, SAU titular fins aleshores d'una freqüència–, i com a novetat de 2010, Ràdio Lleida, SL. Constituïda l'any 2010, l'estructura accionarial d'aquesta societat està integrada majoritàriament pel grup Prisa (Sociedad Española de Radiodifusión, SL amb el 44,33% i Radio España de Barcelona, SA amb el 22,16%) i, en menys proporció, pel grup Segre (Prensa Leridana, SA amb un 33,50%). El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va autoritzar l'arrendament de cinc freqüències a aquesta societat: dues per part de Sociedad Española de Radiodifusión, SL i tres per part de Ràdio Terraferma de Lleida, SA, del grup Segre.
- Grupo Planeta: Uniprex, SAU i RKOR Ràdio, SLU són les societats que gestionen les 14 freqüències d'aquest grup.
- Grupo Cope: Tres empreses són les titulars de les vuit freqüències d'aquest grup a Catalunya: Editorial Catalana de Televisión y Radio, SAU, Ràdio 13 de Catalunya, SAU i Radio Popular, SA.
- Grup Vocento: Les vuit freqüències vinculades amb aquest grup són propietat d'Onda Ramblas, SAU, que des de 2009, té com a soci únic Radio Publi, SL – societat que gestiona els serveis de ràdio del grup Vocento.
- Grup Unidad Editorial: El 2010, a través de la societat Unidad Editorial Internet, SLU, adquireix una freqüència d'Antena 3 de Radio, SA (Prisa).

[143] Vegeu en aquest mateix INFORME, el capítol III dedicat als prestadors de serveis de radiodifusió sonora.

- Grup Radio Blanca: Emet en una freqüència propietat de Club de Ràdio Terrassa, SA, del qual el grup Radio Blanca, a través de la societat Eurobroadcasting, SL és accionista majoritari.
- Grupo Zeta: Mitjançant la societat del grup Zeta Rock & Gol, SL és titular de dues freqüències.
- Grup Intereconomía: És present a través de la programació especialitzada en informació econòmica Radio Intereconomía.

- **Serveis de ràdio de titularitat privada d'abast català**

A Catalunya hi ha 73 freqüències que pertanyen a prestadors associats a quatre grups d'àmbit català: Godó, Flaix, Tele Taxi i Estel.

- Grupo Godó: Difon una programació generalista (RAC1) i una d'especialitzada musical (RAC 105) a través de 31 freqüències. L'empresa de referència és Radiocat XXI, SLU.
- Grup Flaix: La majoria de les setze freqüències d'aquest grup pertanyen a Sistema Català de Radiodifusió, SL.
- Grup Tele Taxi: Radio Tele Taxi FM de Radiodifusión, SA i RM Ràdio, SA són les societats titulars de gran part de les 15 freqüències que estan vinculades a aquest grup.
- Estel ofereix la seva programació a través d'onze freqüències.

- **Serveis de ràdio de titularitat privada d'abast local**

En un nivell inferior a l'àmbit de cobertura català, hi ha tant grups multimèdia que, a més d'altres mitjans de comunicació, també disposen de la titularitat d'una llicència d'FM o més, com cadenes petites de ràdio o prestadors independents.

Des del punt de vista empresarial, el 2010 hi ha diversos canvis que afecten un dels grups d'aquesta tipologia: Segre. En primer lloc, –amb l'autorització prèvia del CAC– una societat del grup, Prensa Leridana SA, titular de quatre programes de televisió, es converteix en soci únic de les també societats del grup Ràdio Terraferma de Lleida, SA i Comunicacions Pla, SL, que passen a ser societats unipersonals. Com s'ha avançat, el 2010 el grup Segre va arrendar tres freqüències propietat de Ràdio Terraferma de Lleida, SAU a Ràdio Lleida, SL (grup

Prisa). També el mateix any, el CAC va autoritzar el canvi de titularitat de la llicència 93.4 MHz de Lleida de Ràdio Terraferma de Lleida, SAU a Comunicacions Pla, SLU, ambdues societats del grup Segre.

Pel que fa a titulars de freqüències de ràdio que, a banda, formen part de grups que disposen d'altres mitjans, hi ha el grup La Manyana –a través de la societat Llegeix, Escriu, Escolta Català, SL– o el grup Mola, amb tres i dues llicències radiofòniques, respectivament. Existeixen altres empreses que també formen part de grups empresarials i que compten amb una freqüència d'FM. Aquest és el cas de les societats La Veu de l'Ebre, SL, Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL, Grupo Simalro, SL, D-9 Comunicació, SL, Premsa d'Osona, SA, Publicacions Penedès, SA, Edicions Intercomarcals, SA i Emissores Catalanes Audiovisuals de Proximitat, SL.

En aquesta tipologia, també s'hi troben prestadors que tenen més d'una freqüència i constitueixen petites cadenes de ràdio com Catalana i Aranesa de Telecomunicacions, SLU i Ràdio Marina, SA.

Finalment, hi ha cinc prestadors independents amb una freqüència cadascun: La Seva Llar El seu Món, SAU, Aranesa de Ràdio i Televisió, SAU, Osonenca de Ràdio i Televisió, SAU, Ràdio Olot, SA i una freqüència la titularitat de la qual correspon a diverses persones físiques.

2.2 Evolució dels mercats de la televisió i de la ràdio

Un cop analitzada l'estructura empresarial dels principals prestadors de serveis de comunicació audiovisual que operen a Catalunya, en aquest apartat es presenta, a grans trets, l'evolució del mercats de la televisió i de la ràdio durant l'any 2010 en termes de consum i d'audiència d'una banda, i d'inversió publicitària de l'altra.[144]

2.2.1 Evolució del mercat de la televisió

A Catalunya el 2010 es consumeixen 242 minuts de televisió per persona i dia, d'acord amb les dades de Kantar Media. De fet, en la darrera dècada el consum de televisió ha anat creixent de forma important: dels 213 minuts de 2000 s'ha augmentat pràcticament mitja hora més al dia.

[144] Vegeu també, en aquest mateix INFORME, els capítols III i IV, dedicats als prestadors de serveis de radiodifusió i de televisió, respectivament, pel que fa a l'oferta, i el capítol VI, sobre la publicitat.

La penetració del mitjà televisiu entre la població catalana –és a dir, el percentatge de persones que miren la televisió sobre el total de la població– arriba al 91,5%, segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

L'any en què les emissions analògiques de la televisió per ones han desaparegut s'ha imposat la televisió digital terrestre, que representa el 81,2% dels sistemes de consum televisiu a Catalunya, davant altres de minoritaris, com ara el cable o el satèl·lit (Digital+), segons Kantar Media.

El 2010 el rànquing d'audiències experimenta moviments importants. Tant Kantar Media com el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura coincideixen a posicionar TV3 com la cadena de televisió líder en quota de pantalla a Catalunya. En segona posició es troba Telecinco, després de molts anys d'encapçalar el rànquing força frec a frec amb TV3. Puja La1, que el 2010 arrabassa el tercer lloc a Antena 3.[145]

L' audiència de televisió local creix i, segons el Baròmetre, a Catalunya, durant el 2010 se situa en el 5,1% de la població. També experimenten un creixement important les temàtiques de TDT, les quals agrupades representen un 19% de la quota de pantalla.

Tot i l'augment d'oferta de programes en obert nascuts del procés de digitalització, a l'Estat espanyol més de 5 milions de persones estan abonades a la televisió de pagament, segons la CMT, això és el 9,7% de la població, un 0,8% més que el 2009.

Durant el 2010 han disminuït els ingressos de televisió (vegeu la taula 3), tot i que el descens no ha estat tan important com el de 2009. A l'Estat espanyol i d'acord amb les dades de la CMT,[146] els ingressos globals de la televisió (sense subvencions) han passat dels 4.124,26 milions d'euros del 2009 als 4.016,36 milions el 2010. La davallada s'explica, sobretot, per la caiguda dels ingressos de la televisió per satèl·lit (-166.100.000 euros) i també, i en menor mesura, de la televisió mòbil (-2.590.000 euros). En canvi, augmenten els ingressos de la

[145] Per al detall de l'evolució de la quota de pantalla per cadena i consum televisiu entre 2005 i 2010 vegeu l'apartat dedicat a l'audiència televisiva en el capítol IV d'aquest mateix INFORME.
[146] COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2010*. [En línia]. Barcelona: CMT, juliol de 2011.
<http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf> (p. 360).

televisió per ADSL (+40.601.000 euros) i també creixen la televisió terrestre (+20.200.000) i, en menor grau, la televisió per cable (+630.000).

Taula 3. Evolució dels ingressos dels serveis de televisió per mitjà de transmissió a l'Estat espanyol (sense subvencions). Període 2009-2010 (en milions d'euros)

Mitjà de transmissió	2009	2010
Televisió per ADSL	166,69	206,67
Televisió terrestre	2.361,95	2.382,15
Televisió per cable	327,47	328,10
Televisió per satèl·lit	1.249,36	1.083,26
Televisió mòbil	18,79	16,20
Total	**4.124,26**	**4.016,36**

Font: CMT (2011).

La inversió publicitària en els mitjans i serveis de comunicació audiovisual –això és, televisió, ràdio i internet– a l'Estat espanyol, durant el 2010, ha donat signes d'una lleugera recuperació de les pèrdues dels últims anys. Segons dades d'InfoAdex, aquesta inversió ha passat de 3.569,3 milions d'euros el 2009 a 3.809,9 milions el 2010, és a dir, un 6,7% més (240,6 milions d'euros).[147]

Pel que fa a la inversió en televisió, s'observa un creixement d'un 4,0% respecte del 2009. En termes absoluts, aquest augment es de 94,0 milions d'euros, considerant les televisions d'àmbit estatal, autonòmiques i canals de pagament en clau de recuperació i, en canvi, les televisions locals en clau de retrocés. És de remarcar la reducció, entre 2008 i 2010, de la inversió publicitària en televisió local, que es redueix en un 85,5% (de 37,9 milions a 5,5; una pèrdua de 32,4 milions d'euros en aquests tres anys).

Tot i la recuperació, en la distribució de la inversió publicitària entre serveis de comunicació audiovisual la televisió redueix la quota de participació del 71,1% el 2008, al 64,9% el 2010 –6,2 punts percentuals–, bàsicament a causa de l'increment d'internet, que passa del 14,1% el 2008 al 20,7% el 2010 –6,6 punts percentuals–, com es pot veure a la taula 4.

[147] Vegeu també, en aquest mateix INFORME, el capítol VI, apartat 4, dedicat a la inversió publicitària en televisió.

Taula 4. Evolució de la inversió publicitària en serveis de comunicació audiovisual a l'Estat espanyol. Període 2008-2010

	2008	2009	2010	Variació 10/09 (%)	Variació 10/08 (%)
En milions d'euros					
Televisions d'àmbit estatal en obert	2.668,8	2.081,1	2.128,8	2,3	-22,0
Televisions d'àmbit autonòmic	319,6	237,7	272,6	14,7	-14,7
Televisió – canals de pagament	56,1	50,0	65,0	30,0	15,9
Televisions locals	37,9	9,1	5,5	-39,6	-85,5
Total televisió	**3.082,4**	**2.377,9**	**2.471,9**	**4,0**	**-19,8**
Ràdio	641,9	537,3	548,5	2,1	-14,6
Internet	610,0	654,1	789,5	20,7	29,4
Total	**4.334,3**	**3.569,3**	**3.809,9**	**6,7**	**-12,1**
En %					
Televisions d'àmbit estatal en obert	61,5	58,4	55.9		
Televisions d'àmbit autonòmic	7,4	6,6	7,2		
Televisió – canals de pagament	1,3	1,4	1,7		
Televisions locals	0,9	0,2	0,1		
Total televisió	**71.1**	**66,6**	**64,9**		
Ràdio	14,8	15,1	14,4		
Internet	14,1	18,3	20,7		
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**		

Font: InfoAdex (2011).

Cal precisar que el 2010 l'únic prestador públic d'abast estatal, TVE, va ser el primer any que no va emetre publicitat.

Tot i la lleugera recuperació de la inversió publicitària a les televisions, segons Kantar Media, el volum de publicitat i els minuts d'emissió d'aquesta publicitat es redueixen al llarg de 2010 respecte del 2009. S'han emès 109.889 espots menys (3,8%) i 66.749 minuts menys (6,9%) en temps de publicitat durant l'any 2010; la mitjana de segons per espot també s'ha reduït i ha passat de 20 segons/espot el 2009 a 19,7 segons /espot el 2010 (vegeu la taula 5).

Taula 5. Evolució del nombre d'espots i de minuts de publicitat emesos a les televisions estatals i autonòmiques. Període 2008-2010

	2008	2009	2010	Variació 10/09 (%)	Variació 10/08 (%)
Minuts publicitat	964.891	971.802	905.053	-6,9	-6,2
Espots publicitat	2.874.926	2.861.121	2.751.232	-3,8	-4,3
Mitjana de segons per espot	20	20	19,7		

Font: Kantar Media (2011).

2.2.2 Evolució del mercat de la ràdio

El 2010 el consum de ràdio per càpita, entre setmana, és de 122,4 minuts al dia a Catalunya, segons l'EGM. El cap de setmana és menor, i, per això, si es prenen les dades de dilluns a diumenge se situa en 110,1 minuts per persona i dia. En tots dos casos és lleugerament superior al consum del 2009.

La penetració de la ràdio a Catalunya, és a dir, el percentatge d'oients sobre l'univers (individus de 14 anys i més), augmenta un 1,7% el 2010 i se situa en un 57,8%, segons l'EGM.

També augmenta l'audiència de ràdio a Catalunya que, de forma global, es troba al voltant de 3.586.000 persones, de dilluns a divendres, 73.000 més que el 2009, d'acord amb les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Totes les modalitats de programació radiofònica augmenten el nombre de seguidors el 2010. Les emissores musicals són les que tenen una audiència acumulada més gran i també les que experimenten un augment més important amb 2.136.000 oients de dilluns a divendres (111.000 més que el 2009). Les cadenes generalistes acumulen una audiència d'1.780.000 oients (77.000 més que el 2009) i les temàtiques informatives són les menys seguides, tot i que també van a l'alça, amb 252.000 (43.000 més que el 2009).[148]

Catalunya Ràdio i RAC1 es disputen el lideratge en el rànquing de l'audiència acumulada de les emissores generalistes que emeten a Catalunya. Segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, Catalunya Ràdio és líder amb 531.000 oients diaris, de dilluns a divendres, seguida de RAC1 amb 489.000 oients. En canvi, d'acord amb l'EGM, RAC1 encapçala la classificació amb

[148] Totes aquests dades es refereixen a l'audiència de dilluns a divendres. Vegeu també l'apartat dedicat a l'audiència televisiva en el capítol III d'aquest mateix INFORME.

542.000 oients i la segueix Catalunya Ràdio amb 492.000 seguidors diaris. La cadena SER se situa en tercer lloc, amb 397.000 oients segons el Baròmetre i 438.000 segons l'EGM.[149]

Les segueixen a força distància, però en la mateixa posició que l'any anterior, un grup d'emissores que superen els cent mil oients: en quart lloc, Onda Cero, que té entre 187 i 168.000 oients, segons les fonts;[150] en cinquena posició, RNE, que té entre 139 i 154.000 oients, i en sisena, COPE, entre 111 i 93.000 seguidors. Punto Ràdio és setena i té entre 90 i 79.000 oients, i la segueixen COM Ràdio, entre 35 i 47.000 seguidors i OnaFM, entre 51 i 31.000.

Los 40 principales és líder indiscutible de la ràdio musical a Catalunya, amb 514.000 seguidors segons el Baròmetre i 434.000 segons l'EGM. Totes dues fonts coincideixen a posicionar Flaix FM en segon lloc, amb 277.000 oients segons l'EGM i 363.000 segons el Baròmetre.

Catalunya Informació és la primera emissora temàtica informativa del país a molta distància de les altres (133.000-139.000 oients).

Pel que fa a la inversió publicitària en ràdio[151] a l'Estat espanyol, el 2010 s'observa un creixement d'un 2,1% respecte del 2009, d'acord amb les dades d'InfoAdex. En termes absoluts, aquest augment se xifra en 11,2 milions d'euros. Tot i això, com succeeix en el cas de les televisions, la contribució de la ràdio en la inversió publicitària en mitjans i serveis de comunicació audiovisual també decreix la seva quota de participació del 15,1% el 2009, a 14,4% el 2010, com s'ha esmentat, a causa de l'increment de la quota d'internet (vegeu la taula 5).

[149] Les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM) s'obtenen a partir d'entrevistes personals a 23.009 individus de 14 anys i més a Catalunya en el període de febrer a novembre de 2010. Les del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura s'elaboren a partir de 30.887 entrevistes a individus de Catalunya de 14 anys i més fetes durant l'any natural de gener a desembre de 2010.

[150] En primer lloc es donen les dades de l'EGM i en segon, les del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

[151] Vegeu també, en aquest mateix INFORME, l'apartat 3 del capítol VI, dedicat a la inversió publicitària en ràdio.

3. L'activitat econòmica en el sector audiovisual

Aquest apartat presenta l'anàlisi econòmica del sector audiovisual de Catalunya, a partir d'un vessant doble: macroeconòmic i microeconòmic. L'anàlisi macroeconòmica es realitza per mitjà de les principals magnituds agregades que s'elaboren amb l'estadística econòmica oficial (vegeu la taula 6). Aquesta font identifica el sector audiovisual segons la classificació d'activitats econòmiques homologada a escala europea, amb l'adaptació corresponent per a Catalunya (la Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques – CCAE-2009) i per a l'Estat espanyol (Clasificación Nacional de Actividades Económicas – CNAE-2009). En concret, aquestes dades macroeconòmiques procedeixen de l'Enquesta anual de serveis, que realitzen l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT) i l'Instituto Nacional de Estadística (INE). En l'anàlisi microeconòmica, es parteix de la informació comptable de les empreses prestadores dels serveis de ràdio i televisió (del balanç de situació[152] i del compte de pèrdues i guanys[153]) i s'elaboren certs indicadors bàsics per a l'estudi (vegeu la taula 7). En aquest cas, les dades disponibles permeten fer una anàlisi més detallada i específica: per cadascuna de les societats del sector considerades individualment i agrupant-les segons les tipologies d'agents existents, és a dir, segons la seva titularitat (pública o privada) i l'abast territorial de les seves activitats (estatal, nacional i local).

[152] El balanç de situació informa sobre la situació del patrimoni de les societats al final de cada exercici econòmic i comprèn, d'una banda, el valor i la composició de l'actiu (és a dir, les inversions que han realitzat les empreses) i, de l'altra, el passiu (els fons propis i l'endeutament, segons la procedència dels recursos que han finançat aquestes inversions).

[153] El compte de pèrdues i guanys integra els comptes d'ingressos i despeses realitzades anualment per cadascuna de les societats, dels quals es deriva el resultat econòmic de cada exercici.

Taula 6. Definicions de les macromagnituds econòmiques

Empreses: Unitats econòmiques que organitzen la producció de béns i serveis amb seu social a Catalunya.
Volum de negoci: Inclou les vendes de productes i mercaderies (sense IVA i netes de ràpels i devolucions), i la prestació de serveis corresponents a les activitats ordinàries de les empreses. Aquesta variable comptabilitza la facturació de l'activitat econòmica en un territori concret (en aquest cas Catalunya) amb independència de la ubicació territorial de la seu social de l'empresa que efectua l'activitat.
Valor afegit brut (al cost dels factors): Equival a la renda bruta de les activitats d'explotació que es destina a la remuneració dels factors productius (treball [les despeses de personal] i capital [excedent brut d'explotació]).
Excedent brut d'explotació: És l'excedent generat per les activitats de producció després de retribuir el factor treball (el valor afegit brut al cost dels factors menys les despeses de personal).
Ocupats: S'hi comptabilitza el total de persones que el 30 de setembre de cada exercici contribueixen a la realització de les activitats de les empreses mitjançant el seu treball.

Font: Institut d'Estadística de Catalunya.

Taula 7. Definicions de les dades i els indicadors comptables de les empreses

Empleats: Nombre de treballadors de l'empresa.
Actiu: Conjunt de béns i drets propietat de l'empresa, que es desglossen en actiu corrent i no corrent.
Passiu: Conjunt d'obligacions de l'empresa no exigibles (patrimoni) i exigibles (deutes a curt i a llarg termini). El valor del total del passiu equival al de l'actiu.
Ingressos d'explotació: Import net de la xifra de vendes més altres ingressos d'explotació.
Despeses de personal: despesa de l'empresa destinada a la remuneració del treball.
Percentatge de patrimoni net/passiu: Indica la proporció que representa el capital social de l'empresa sobre el seu passiu total. Reflecteix el grau de capitalització de l'empresa, és a dir, d'aportació de fons per part dels accionistes o generats per la mateixa empresa per finançar-ne les inversions. Indicativament, aquesta proporció s'ha de situar entre el 40% i el 50%, per tal que l'empresa estigui suficientment capitalitzada. Si el valor és inferior, hi ha un endeutament excessiu; si és superior, possiblement l'empresa té un excés de capital.
Endeutament (deutes/passiu): Permet avaluar si la quantitat del deute de l'empresa (passiu no corrent i corrent) és correcta. Habitualment es considera que el valor "adequat" d'aquesta ràtio se situa entre 0,5 i 0,6. Si és molt superior, significa que el volum de deutes és excessiu i que l'empresa està perdent autonomia financera; en cas contrari, pot indicar que hi ha un excés de capitals propis.
Liquiditat (actiu corrent / passiu corrent): Permet mesurar la facilitat amb què l'empresa pot fer front als pagaments a curt termini. En general, es considera que, per tal que l'empresa no tingui problemes de liquiditat, el valor d'aquesta ràtio ha de ser proper a 2 (o entre 1,5 i 2,0). Si el valor és inferior a 1,5, pot haver-hi problemes greus de liquiditat i risc d'incórrer en suspensió de pagaments. Si és superior a 2,0, podria indicar que l'empresa té una part del seu actiu circulant "ociós" i que, per tant, pot haver-hi una rendibilitat inferior a la que es podria obtenir.
Ingressos d'explotació / empleats: És un indicador de la productivitat i l'eficiència de l'empresa, que relaciona els resultats obtinguts en termes de vendes amb la quantitat de recursos humans emprats. Com més elevat sigui el valor d'aquesta ràtio, més productivitat i eficiència tindrà l'empresa.
Percentatge de despesa de personal / ingressos d'explotació: Com en la ràtio ingressos d'explotació / empleats, aquest és un indicador de la productivitat i l'eficiència de l'empresa. En aquest cas, però, com més baix sigui el seu valor, millor.
Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació / actiu): És indicatiu del rendiment que s'obté dels actius. Com més elevat sigui el seu valor, millor per a l'empresa.
Beneficis sobre ingressos d'explotació: Mostra la relació entre el resultat de l'empresa (benefici brut abans d'impostos) com a proporció dels seus ingressos d'explotació.

Font: Elaboració pròpia.

3.1 Dades macroeconòmiques

Les activitats audiovisuals en la Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques - CCAE 2009 tenen el tractament següent:

- Divisió 59: Activitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió; enregistrament de so (en endavant: cinema, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so). Comprèn els grups d'activitat següents:
    - Codi 591 - Activitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió: producció cinematogràfica i de vídeo, producció de programes de televisió, activitats de postproducció cinematogràfica, de vídeo i de programes de televisió, distribució cinematogràfica, de vídeo i de programes de televisió, i exhibició cinematogràfica.
    - Codi 592 - Activitats d'enregistrament de so i edició musical: activitats de l'audiovisual que, principalment, tracten continguts sonors i musicals.
- Divisió 60: Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió (a partir d'ara: ràdio i televisió), que se subdivideix en:
    - Codi 601 - Activitats de radiodifusió: activitats de ràdio, incloent-hi els serveis vinculats de telecomunicació i d'activitats informàtiques relacionades.
    - Codi 602 - Activitats de programació i emissió de televisió: activitats de televisió, incloent-hi també els serveis vinculats de telecomunicació i d'activitats informàtiques relacionades.

La informació de l'Enquesta anual de serveis disponible per a Catalunya i l'Estat espanyol segons la nova CCAE 2009 fa referència als anys 2008 i 2009 (vegeu les taules 8 i 9).

Taula 8. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual a Catalunya i a l'Estat espanyol. Anys 2008 i 2009

	Cinema; vídeo; programes de televisió i enregistrament de so (Divisió 59)		Ràdio i televisió (Divisió 60)		Total serveis audiovisuals	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Catalunya						
Nombre d'empreses	1.750	1.755	303	346	2.053	2.101
Ocupats	8.541	8.075	5.073	5.366	13.614	13.441
Volum de negoci (milers d'euros)	1.533.773	1.486.945	396.498	324.888	1.930.271	1.811.833
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	532.468	326.587	331.664	404.940	864.132	731.527
Productivitat (milers d'euros/ ocupat)	62,34	40,44	65,38	75,46	127,72	115,91
Estat espanyol						
Nombre d'empreses	7.914	7.763	2.140	2.059	10.054	9.822
Ocupats	41.138	39.518	35.145	34.073	76.283	73.591
Volum de negoci (milers d'euros)	6.057.037	5.563.849	5.851.142	4.861.550	11.908.179	10.425.399
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	2.095.782	1.761.361	1.890.846	1.667.268	3.986.628	3.428.629
Productivitat (milers d'euros/ ocupat)	50,95	44,57	53,80	48,93	104,75	93,50
% Catalunya s/ Estat espanyol						
Nombre d'empreses	22,11	22,61	14,16	16,80	20,42	21,39
Ocupats	20,76	20,43	14,43	15,75	17,85	18,26
Volum de negoci (milers d'euros)	25,32	26,73	6,78	6,68	16,21	17,38
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	25,41	18,54	17,54	24,29	21,68	21,34

Font: Institut d'Estadística de Catalunya. Enquesta anual de serveis [En línia]. Barcelona: Idescat, 2011. <http://www.idescat.cat/serveis/> i Instituto Nacional de Estadística. *Encuesta anual de servicios* [En línia]. Madrid: INE, 2011.
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37%2Fe01&file=inebase&L=0>
[Consulta: desembre de 2011]

Taula 9. Evolució interanual de les principals magnituds econòmiques del sector audiovisual a Catalunya i a l'Estat espanyol. Anys 2008 i 2009

	Evolució interanual 2008-2009		
	Cinema; vídeo; programes de televisió i enregistrament de so (Divisió 59)	**Ràdio i televisió (Divisió 60)**	**Total serveis audiovisuals**
Catalunya			
Nombre d'empreses	0,29	14,19	2,34
Ocupats	-5,46	5,78	-1,27
Volum de negoci (milers d'euros)	-3,05	-18,06	-6,14
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	-38,67	22,09	-15,35
Estat espanyol			
Nombre d'empreses	-1,91	-3,79	-2,31
Ocupats	-3,94	-3,05	-3,53
Volum de negoci (milers d'euros)	-8,14	-16,91	-12,45
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	-15,96	-11,82	-14,00

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya. Enquesta anual de serveis [En línia]. Barcelona: Idescat, 2011. <http://www.idescat.cat/serveis/> i de l'Instituto Nacional de Estadística. *Encuesta anual de servicios* [En línia]. Madrid: INE, 2011. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37%2Fe01&file=inebase&L=0> [Consulta: desembre de 2011]

L'anàlisi d'aquestes dades permet considerar els aspectes més rellevants de la dimensió, l'evolució i l'estructura del sector audiovisual de Catalunya.

En el seu conjunt, l'any 2009 les activitats audiovisuals de Catalunya representen 2.101 empreses i 13.441 ocupats, i generen un valor afegit brut al cost dels factors de 731,5 milions d'euros. Respecte del conjunt de l'Estat espanyol, aquestes dades representen el 21,4% del total de les empreses, el 18,3% del total d'ocupats i el 21,3% del valor afegit brut.

Des d'una perspectiva temporal, es constata com la crisi econòmica que va esclatar l'any 2008 ha tingut un impacte negatiu notable sobre les activitats audiovisuals, tant a Catalunya com al conjunt de l'Estat Espanyol. Això s'evidencia sobretot en l'evolució de la magnitud *valor afegit brut* de 2008 a 2009, que decreix un -15,3% a Catalunya i un -14,0% a l'Estat espanyol. També hi ha una caiguda notable de la xifra del volum de negoci en el mateix període: -6,1% a Catalunya i -12,5 a l'Estat. En termes d'ocupació, la davallada ha estat comparativament menor (-1,3% a Catalunya i -3,5% a l'Estat espanyol). A l'últim, mentre que el nombre d'empreses augmenta a Catalunya en un 2,3% d'un any a l'altre, al conjunt de l'Estat espanyol disminueix en un -2,3%.

Quant a l'estructura del sector, es constaten certes qüestions d'interès respecte del pes relatiu de Catalunya a l'Estat Espanyol segons les dues divisions d'activitat i les diferents magnituds considerades:

En termes de nombre d'**empreses** i de **persones ocupades**, les activitats de *cinema i vídeo* i *programes de televisió i enregistrament de so* (divisió 59) de Catalunya concentren entre un 20% i un 23% del total de l'Estat espanyol en els dos anys considerats, percentatges que en el cas de les activitats de *ràdio i televisió* (divisió 60) són sensiblement inferiors (entre un 14% i un 17%). Això reflecteix, en la línia d'anys anteriors, la menor dimensió relativa del sector de la *ràdio i televisió* de Catalunya en el conjunt de l'Estat, atesa la concentració elevada d'aquestes activitats a Madrid.

Aquestes diferències encara són més accentuades si s'analitza el **volum de negoci**: Catalunya representa entre un 25% i un 27% de les activitats de *cinema*; *vídeo*; *programes de televisió i enregistrament de so* de l'Estat, i entre un 6% i un 7% de les de *ràdio i televisió*. Aquesta dada reflecteix la baixa la participació de Catalunya en els ingressos totals de l'Estat generats per la ràdio i la televisió en termes de vendes, és a dir, en vendes de publicitat i altres serveis. Per a una interpretació correcta d'aquestes dades cal remarcar que en aquesta magnitud no s'hi inclouen els altres ingressos d'explotació, que contenen les subvencions (vegeu la taula 15). Aquests altres ingressos constitueixen una part destacada dels ingressos en aquestes activitats a Catalunya, atesa la importància relativa que els prestadors públics de ràdio i televisió tenen en el país.

Per un altre costat, en termes de **valor afegit brut** s'observen uns valors i una evolució específics. D'una banda, i en relació amb les activitats de *cinema*; *vídeo*; *programes de televisió i enregistrament de so*, aquesta magnitud té un decreixement molt superior a Catalunya (-38,7%) més que no pas a l'Estat (-16,0%). Consegüentment, el pes del valor afegit brut d'aquestes activitats de Catalunya en relació amb el conjunt de l'Estat es redueix sensiblement i passa del 25,5% el 2008 al 18,5% el 2009. L'evolució té un sentit contrari en el cas de les activitats de *ràdio i televisió*, que creixen en un 22,1% a Catalunya i decreixen a l'Estat en un -11,8% d'un any a l'altre. Per tant, l'aportació de Catalunya al valor

afegit brut d'aquestes activitats s'incrementa del 17,5% el 2008 al 24,3% el 2009.

Aquestes dades reflecteixen de forma clara els primers símptomes derivats de l'inici de la crisi econòmica actual sobre l'audiovisual de Catalunya. Quan es disposi d'aquesta informació macroeconòmica agregada per als anys posteriors a 2009 es podrà conèixer i valorar amb més precisió l'abast dels canvis en curs i els seus possibles efectes sobre la dimensió i l'estructura de l'audiovisual de Catalunya.

3.2 Activitat econòmica dels prestadors públics de serveis de ràdio i televisió

L'anàlisi econòmica i financera dels prestadors públics de ràdio i televisió se centra en la Corporación RTVE (el conjunt del grup i específicament el seu centre de TVE a Catalunya); la CCMA (el grup i les societats dependents) i l'Agència de Comunicació Local, SA.

- **Corporación de Radio y Televisión Española (Corporación RTVE)**

Es disposa de la informació comptable dels anys 2008 a 2010 corresponent a la Corporación de Radio y Televisión Española, SA (societat individual). Cal tenir en compte també que el Consell de Ministres autoritza l'any 2010 l'extinció de les societats mercantils estatals Televisión Española, SA i Radio Nacional de España, SA, així com la plena cessió dels actius i passius d'ambdues societats a la Corporación RTVE, SA. D'aquesta manera, i d'acord amb la Llei general de la comunicació audiovisual, la Corporación RTVE s'ha acabat transformant en una única societat mercantil estatal per facilitar-ne l'operativitat interna i més eficiència en la gestió.[154]

Paral·lelament, durant el 2010, la SEPI –Sociedad Estatal de Participaciones Industriales– ha continuat ampliant la seva participació en el capital social de la Corporación RTVE, SA, amb la compra del 6,59% de les seves accions durant aquest exercici. D'aquesta manera, al final del 2010, aquesta

[154] Sociedad Estatal de Participaciones Industriales – SEPI. *Comunicados 25/06/2010: Autorizada la extinción de las sociedades mercantiles estatales TVE, SA y RNE, SA* [En línia]. Madrid, 2010. <http://www.sepi.es/default.aspx?cmd=0004&IdContent=14057&idLanguage=&lang=es> [Consulta: Desembre de 2011]

participació era per un total del 52,18% del capital (essent del 35,99% el 2008 i del 45,68% el 2009). Aquestes ampliacions successives s'han pogut fer efectives gràcies a les subvencions percebudes per la SEPI de l'Estat (100 milions d'euros el 2009 i 94 milions d'euros el 2010), per tal que la Corporación RTVE, SA comprés accions de l'ens públic RTVE.[155]

Aquest fets són conseqüència del procés de reconversió profunda de l'organització dels serveis públics de ràdio i televisió estatals endegat el 2006, que ha comportat la liquidació progressiva de l'ens públic RTVE i l'extinció de les societats Televisión Española, SA i Radio Nacional de España, SA.

L'evolució de les dades i dels indicadors comptables de la Corporación RTVE, SA de l'any 2009 a 2010 reflecteix clarament aquesta evolució, ja que els valors de les diverses variables i de les ràtios elaborades canvien de forma molt remarcable (vegeu la taula 10).

Empleats: s'ha passat de 1.237 persones el 2009, a 6.402 el 2010, atesa la incorporació a la Corporación RTVE, SA de la plantilla de les anteriors societats mercantils estatals Televisión Española, SA i Radio Nacional de España, SA. Aproximadament el 90% d'aquests empleats eren fixos, i el 10% restant, eventuals.[156] Conseqüentment, les despeses de personal de la Corporación RTVE, SA s'han incrementat de 74,2 milions d'euros a 381,4 milions d'euros d'un any a l'altre.

També s'ha incrementat l'**actiu total** de la Corporación RTVE, SA: de 1.489,7 milions d'euros el 2009 a 1.734,9 milions d'euros el 2010.

El creixement dels **ingressos d'explotació** en la societat durant el període resulta de l'agregació dels ingressos de les societats mercantils estatals Televisión Española, SA i Radio Nacional de España, SA als comptes de la Corporación RTVE, SA durant el 2010: 186,7 milions d'euros el 2009 i 1.135,9 milions d'euros l'exercici següent.

[155] Sociedad Estatal de Participaciones Industriales, *Informe Anual 2010*. [En línia]. Madrid, 2011. <http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/Informe_anual_SEPI_2010.pdf> i Sociedad Estatal de Participaciones Industriales, *Informe Anual 2009*. [En línia]. Madrid, 2010. <http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/InformeAnual2009.pdf>.

[156] Sociedad Estatal de Participaciones Industriales, *Informe Anual 2010*. [En línia]. Madrid, 2011 [p.37]. <http://www.sepi.es/img/resources/publicaciones/Informe_anual_SEPI_2010.pdf>.

S'observa, així mateix, com la gran majoria dels ingressos de la Corporación RTVE, SA l'any 2010 estan comptabilitzats a la partida *altres ingressos d'explotació* –on s'inclouen les subvencions– amb un import de 1.120,9 milions d'euros. La resta dels ingressos, tan sols 15,1 milions d'euros, es comptabilitzen en la partida corresponent a *xifra de negocis de la societat* –on, entre d'altres, s'inclouen els ingressos comercials per la venda de publicitat. Concretament, la xifra de negocis ha decrescut de 2009 a 2010 com a conseqüència del canvi del model de finançament de la Corporación RTVE, SA aprovat l'any 2009, que comportava la supressió de la publicitat en la televisió pública estatal.

De l'anàlisi del **Balanç de situació** de la Corporación RTVE, SA de final de l'exercici de 2010, se'n poden destacar les qüestions següents:

- La societat tenia una capitalització elevada, ja que el seu *patrimoni net* representava el 80,6% del total del passiu.
- Per tant, hi havia un nivell d'endeutament baix, com es reflecteix en la ràtio corresponent, que se situa en un valor de 0,19 el 2010.
- Tot i que la liquiditat de la societat es redueix sensiblement de 2009 (3,81) a 2010 (1,98), cal dir que el valor d'aquest darrer exercici encara s'ha situat dins de l'interval de referència (entre 1,5 i 2,0).

A l'últim, cal prendre en consideració els indicadors que informen sobre la productivitat, el rendiment i el resultat de la societat el 2010:

- Els ingressos d'explotació per empleat han pujat a 177.436 euros, xifra superior a la d'exercicis anteriors. Cal remarcar que aquest valor és aproximadament tres vegades inferior al que s'obté per als grans grups empresarials de prestadors privats de serveis de ràdio i televisió a l'Estat (vegeu la taula 19).
- El percentatge de despesa de personal sobre els ingressos d'explotació per empleat ha estat d'un 33,6% el 2010 (per sota dels anys precedents). Aquesta xifra és entre 2 i 3 vegades superior a la dels grans grups privats de comunicació estatals esmentats (vegeu la taula 19).
- La rotació de l'actiu total ha estat de 0,65, valor superior al d'exercicis anteriors, i que representa una millora de la rendibilitat de la societat des d'aquesta perspectiva.

- El resultat de l'any 2010 ha estat de pèrdues, amb un -4,1% en el percentatge de beneficis sobre els ingressos d'explotació.

Taula 10. Dades i indicadors comptables bàsics de la Corporación de Radio y Televisión Española, SA. Període 2008-2010

	2008	2009	2010
Empleats	1.131	1.237	6.402
Actiu [A]	1.491.566.000	1.489.698.000	1.734.855.000
Ingressos d'explotació	184.877.000	186.710.000	1.135.946.000
Xifra de negocis [A]	162.162.000	163.762.000	15.072.000
Altres ingressos d'explotació [A]	22.715.000	22.948.000	1.120.874.000
Despeses de personal [A]	69.624.000	74.226.000	381.356.000
% Patrimoni net/passiu	96,2	96,4	80,6
Endeutament (deutes/passiu)	0,04	0,04	0,19
Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)	3,51	3,81	1,98
Ingressos d'explotació/empleats [A]	163.463	150.938	177.436
% Despesa de personal/ingressos d'explotació	37,7	39,8	33,6
Rotació de l'actiu total (Ingressos d'explotació/actiu)	0,12	0,13	0,65
% Beneficis sobre ingressos d'explotació	-39,0	0,3	-4,1

[A] Import en euros.
Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

TVE Catalunya

L'any 2010, les despeses d'explotació de TVE Catalunya s'han reduït dràsticament en un 27,1% respecte del 2009. Concretament, han passat de 70,6 milions d'euros a 51,5 milions d'euros (vegeu la taula 11). Aquesta disminució es realitza de forma molt desigual:

Les despeses de producció són l'apartat on aquesta reducció ha estat més gran: de 28,7 milions d'euros a 10,9 milions d'euros d'un any a l'altre; cosa que representa una caiguda de 17,8 milions d'euros (-61,9%). Les despeses generals de funcionament i manteniment han experimentat un decreixement també important, però menor tant en termes relatius (-19,7%) com absoluts (3,1 milions d'euros).

Per contra, les despeses de personal han tingut una evolució positiva de 2009 a 2010, amb un increment del 6,9%. Cal tenir en compte que la xifra de treballadors de TVE Catalunya s'incrementa de 534 a 591 persones d'un any a l'altre (vegeu la taula 12).

Taula 11. Ingressos i despeses d'explotació de TVE Catalunya. Període 2008-2010 (en euros)

	2008	2009	2010	Variació 2009/2010
Despeses de producció	33.922.359	28.729.662	10.934.440	-61,9
Despeses generals de funcionament i manteniment	7.040.057	15.800.351	12.680.021	-19,7
Despeses de personal	26.928.026	26.066.244	27.876.941	6,9
Total despeses d'explotació	**67.890.442**	**70.596.257**	**51.491.402**	**-27,1**
Ingressos comercials	**111.547.922**	**106.228.853**	**n. d.**	

Font: TVE Catalunya.

Taula 12. Treballadors de TVE Catalunya. Període 2008-2010

	2008	2009	2010	Variació 2009/2010
Treballadors fixos i temporals	**612** [A]	**534**	**591**	**10,7**

[A] Inclou 16 treballadors de l'àrea comercial.
Font: TVE Catalunya.

La reducció de les despeses directes de producció de TVE Catalunya el 2010 en relació amb l'any anterior ha estat molt més accentuada en els programes en castellà (-70,0%) que en els que són en català (-12,0%). En conseqüència, s'ha donat un afebliment molt important en la participació de TVE Catalunya en la producció del conjunt de TVE. Si aquest nivell d'activitat en la producció de programes en castellà es mantingués en el futur, representaria una consolidació de la reducció de la participació de Catalunya en el sector audiovisual de l'Estat (vegeu la taula 13).

Taula 13. Despeses directes de producció de TVE Catalunya. Període 2008-2010 (en euros)

	2008	2009	2010	Variació 2009/ 2010
Programes en català	4.639.282	3.977.089	3.499.218	-12,0
Programes en castellà	29.283.077	24.752.573	7.435.222	-70,0
Total despeses de producció	**33.922.359**	**28.729.662**	**10.934.440**	**-61,9**

Font: TVE Catalunya.

- **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)**

Des de la perspectiva econòmica, i atenent especialment al seu mode de finançament, el grup d'empreses que configuren la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) s'estructura a un doble nivell:

Per un costat, l'ens Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, que es finança mitjançant les transferències aprovades en els pressupostos anuals de la

Generalitat de Catalunya. Aquestes transferències es destinen, d'una banda, a la realització de les inversions de les empreses filials i, de l'altra, a compensar les pèrdues derivades de la pròpia activitat del grup.

Per un altre costat, les empreses filials tenen un model de finançament mixt que, per una banda, procedeix dels ingressos obtinguts de tercers (principalment publicitaris i de la venda de productes i/o serveis) i, de l'altra, de les transferències atorgades per la Generalitat de Catalunya que es canalitzen a través de l'ens CCMA.

L'activitat de la CCMA l'any 2010 s'ha vist fortament afectada per la situació de crisi econòmica actual, amb efectes a diferents nivells:[157]

- Com a conseqüència de les restriccions aplicades per a la reducció del dèficit de la Generalitat de Catalunya, no s'han fet plenament efectives les aportacions previstes inicialment per a la CCMA en els seus pressupostos. Així, d'una banda, hi ha hagut una disminució de 2,1 milions d'euros en la transferència general per al conjunt de la CCMA el 2010 i, de l'altra, no s'ha realitzat l'aportació extraordinària de 20 milions d'euros prevista per fer front al pla de reestructuració de la CCMA.
- Quant als ingressos en concepte de publicitat, tot i que la supressió dels ingressos publicitaris de TVE i la bona gestió comercial han permès assolir un increment en un 13,8% respecte del 2009 en el cas de la televisió, en el mitjà ràdio s'experimenta una caiguda d'un 10,8% d'un any a l'altre.
- Addicionalment, cal tenir en compte que en el pressupost de la CCMA es preveia una operació de venda d'immobles amb lloguer posterior per un import de 10,1 milions d'euros, que no es va duu a terme perquè no es va poder obtenir l'aprovació corresponent de la Direcció General del Patrimoni de la Generalitat de Catalunya.

L'exercici de 2010 es tanca amb la perspectiva de canvis importants canvis de cara al futur per tal de fer front a la situació econòmica difícil del moment present. En aquest sentit, cal remarcar els acords adoptats pel Consell de Govern

[157] Vegeu *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (Ens Públic) i societats dependents a 31 de desembre de 2010. Comptes anuals i Informe de gestió*. [En línia]. Barcelona. 2011. <http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2010.pdf>.

de la CCMA amb data 23 d'abril de 2011,[158] que insten a iniciar el procés de conversió del grup en una única societat, i a promoure les mesures necessàries per reduir les despeses, especialment en el capítol de retribucions del personal i, també, mitjançant una millora en la utilització dels espais que ocupen les empreses del grup.

Els comptes de la CCMA que es presenten a continuació són per a cadascuna de les empreses filials, per a l'ens CCMA (de manera individual) i per al conjunt del grup segons els seus comptes consolidats (vegeu la taula 14).

En conjunt, és a dir, considerant els comptes consolidats de la CCMA, el balanç de situació del grup al tancament de l'exercici de 2010 mostra una disminució lleugera del -8,3% del valor del seu actiu, que ha passat de 291,2 milions d'euros a 267,1 milions d'euros respecte de l'exercici anterior. Aquesta davallada en el valor de l'actiu s'ha donat en totes les societats filials, excepte en el cas de TVC Edicions i Publicacions, SA.

El pes del patrimoni net sobre el passiu ha decrescut lleugerament (del 59,3% al 57,9% en la CCMA –comptes consolidats– d'un any a l'altre) i el nivell d'endeutament s'ha situat en 0,42 (per sota dels valors de referència, que són entre 0,5 i 0,6). El 2010, com en l'exercici anterior, s'han mantingut en una situació de feblesa patrimonial i d'excessiu endeutament les filials del grup següents: Activa Multimèdia Digital, SL, CCRTV Interactiva, SA i TVC Edicions i Publicacions, SA. Com a novetat, cal assenyalar que Catalunya Ràdio SRG, SA ha empitjorat la situació patrimonial, ja que ha incrementat la ràtio d'endeutament de 0,64 el 2009 a 0,84 el 2010, clarament per sobre de l'interval de referència.

La ràtio de liquiditat s'ha mantingut baixa en el grup com en els anys anteriors, i amb una tendència a la baixa: a la CCMA –comptes consolidats–, aquesta ràtio ha estat de 0,98 el 2010 (1,30 el 2008 i 1,06 el 2009), sempre per sota dels valors de referència (1,5-2,0). Les societats del grup amb una ràtio de liquiditat més elevada han estat, com el 2009, Televisió de Catalunya, SA (1,15) i TVC Multimèdia, SL (1,22).

[158] Vegeu *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (Ens Públic) i societats dependents a 31 de desembre de 2010. Comptes anuals i Informe de gestió*. [En línia]. Barcelona. 2011. <http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2010.pdf>.

En l'apartat del compte de pèrdues i guanys de la CCMA es constata com, de l'any 2009 al 2010 els ingressos d'explotació han augmentat un 1,4% (passant de 444,5 a 450,7 milions d'euros, respectivament). Aquesta tendència de creixement s'ha concentrat en gran part a Televisió de Catalunya, SA i, en una petita part, a TVC Multimèdia, SL. En la resta de filials, els ingressos d'explotació han disminuït.

Paral·lelament, les despeses de personal s'han incrementat en una proporció lleugerament superior que els ingressos d'explotació a la CCMA: un 2,9% d'un any a l'altre, i passen de 177,4 a 182,5 milions d'euros. Aquest fet s'ha produït tot i una petita reducció de 9 persones en el nombre total d'empleats, que el 2010 se situa en 2.745 persones (és a dir, un -0,4% d'evolució interanual). De fet, a totes les societats filials hi ha un decreixement de la despesa en personal excepte a Televisió de Catalunya, SA (malgrat la reducció del total d'empleats en 13 persones) i a Catalunya Ràdio SRG, SA (on la xifra d'empleats augmenta en 11 persones).

Conseqüentment, en la ràtio d'ingressos d'explotació per empleat i en el percentatge que les despeses de personal representen sobre el total dels ingressos d'explotació s'obtenen els resultats següents:

En les dades consolidades del grup CCMA, s'incrementen tant els ingressos d'explotació per empleat (164.203 euros el 2010), com el percentatge de les despeses de personal sobre el total d'ingressos d'explotació (40,5% el 2010).

En el cas de Televisió de Catalunya, SA, també han crescut els ingressos d'explotació per empleat, fins a 200.485 euros el 2010, però el percentatge de les despeses de personal sobre el total dels ingressos d'explotació s'ha reduït lleugerament fins al 33,7% (34,0% el 2009).

A Catalunya Ràdio SRG, SA, per contra, l'evolució d'aquests dos indicadors ha tingut un sentit invers al de Televisió de Catalunya, SA: han baixat els ingressos d'explotació per empleat (a 113.836 euros, la xifra més baixa de totes les societats del grup), mentre que el percentatge de les despeses de personal sobre el total dels ingressos d'explotació s'ha incrementat (fins al 54,0%, la proporció més elevada de totes les filials del grup).

Quant a la resta de societats del grup, la dimensió de les quals és comparativament menor a les dues que s'acaben d'esmentar, en tots els casos hi ha una reducció dels ingressos d'explotació per empleat mentre que, paral·lelament, ha tendit a mantenir-se o a augmentar el percentatge de les despeses de personal sobre el total dels ingressos d'explotació.

Taula 14. Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2008-2010 (en euros)

	Empleats			Actiu		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Televisió de Catalunya, SA	1.966	1.972	1.959	291.380.136	278.574.110	260.913.203
Catalunya Ràdio SRG, SA	431	426	437	17.361.626	15.503.411	12.595.034
Activa Multimèdia Digital, SL	51	48	42	5.645.224	5.295.120	4.515.410
CCRTV Interactiva, SA	69	68	69	6.127.946	7.213.998	4.186.589
TVC Edicions i Publicacions, SA	2	2	2	353.952	375.262	491.570
TVC Multimèdia, SL	0	0	0	6.431.490	4.959.221	3.182.581
CCMA ens públic	229	240	236	265.682.613	247.584.240	214.314.114
CCMA (consolidat)	**2.724**	**2.756**	**2.745**	**297.742.588**	**291.233.323**	**267.136.014**

	Ingressos d'explotació			Despeses de personal		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Televisió de Catalunya, SA	382.313.557	378.070.745	392.750.902	127.210.661	128.597.207	132.221.702
Catalunya Ràdio SRG, SA	49.156.476	52.489.908	49.746.481	24.582.102	25.427.656	26.867.890
Activa Multimèdia Digital, SL	7.111.811	6.199.787	5.346.849	2.448.716	2.464.809	2.354.398
CCRTV Interactiva, SA	10.233.292	11.908.744	11.370.141	3.595.324	4.134.307	4.098.632
TVC Edicions i Publicacions, SA	752.910	672.568	644.569	101.320	109.034	104.573
TVC Multimèdia, SL	811.436	1.505.286	1.636.019	0	0	0
CCMA ens públic	321.219.615	365.997.467	363.734.082	15.750.540	19.813.011	16.985.495
CCMA (consolidat)	**441.346.766**	**444.521.420**	**450.737.072**	**173.859.704**	**177.413.770**	**182.509.873**

Taula 14 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2008-2010 (en euros).

	Patrimoni net/passiu (%)			Endeutament (deutes/passiu)			Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Televisió de Catalunya, SA	61,3	60,7	60,2	0,39	0,39	0,40	1,43	1,19	1,15
Catalunya Ràdio SRG, SA	35,1	35,8	16,4	0,65	0,64	0,84	0,84	0,82	0,54
Activa Multimèdia Digital, SL	23,3	19,1	8,5	0,77	0,81	0,91	0,84	0,81	0,73
CCRTV Interactiva, SA	3,7	-0,6	-20,6	0,96	1,01	1,21	0,75	0,79	0,62
TVC Edicions i Publicacions, SA	-46,8	-42,8	-32,4	1,47	1,43	1,32	0,62	0,65	0,71
TVC Multimèdia, SL	96,5	38,5	42,9	0,04	0,61	0,57	44,28	1,15	1,22
CCMA ens públic	70,1	70,7	73,6	0,30	0,29	0,26	0,68	0,87	0,83
CCMA (consolidat)	**61,7**	**59,3**	**57,9**	**0,38**	**0,41**	**0,42**	**1,30**	**1,06**	**0,98**

	Ingressos d'explotació/empleats			% Despesa de personal/ingressos d'explotació		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Televisió de Catalunya, SA	194.463	191.719	200.485	33,3	34,0	33,7
Catalunya Ràdio SRG, SA	114.052	123.216	113.836	50,0	48,4	54,0
Activa Multimèdia Digital, SL	139.447	129.162	127.306	34,4	39,8	44,0
CCRTV Interactiva, SA	148.309	175.129	164.785	35,1	34,7	36,0
TVC Edicions i Publicacions, SA	376.455	336.284	322.285	13,5	16,2	16,2
TVC Multimèdia, SL	-	-	-	0,0	0,0	0,0
CCMA ens públic	1.402.706	1.524.989	1.541.246	4,9	5,4	4,7
CCMA (consolidat)	**162.022**	**161.292**	**164.203**	**39,4**	**39,9**	**40,5**

Taula 14 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics de les empreses de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2008-2010 (en euros)

	Rotació de l'actiu total (Ingressos d'explotació/Actiu)			% Beneficis sobre ingressos d'explotació		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Televisió de Catalunya, SA	1,31	1,36	1,51	-0,2	-0,1	-0,8
Catalunya Ràdio SRG, SA	2,83	3,39	3,95	-4,2	0,0	-6,0
Activa Multimèdia Digital, SL	1,26	1,17	1,18	-0,9	-1,1	-5,8
CCRTV Interactiva, SA	1,67	1,65	2,72	-11,9	-0,2	-3,5
TVC Edicions i Publicacions, SA	2,13	1,79	1,31	4,4	2,2	1,8
TVC Multimèdia, SL	0,13	0,30	0,51	-5,5	-19,6	-33,3
CCMA ens públic	1,21	1,48	1,70	-0,1	-0,3	-2,1
CCMA (consolidat)	**1,48**	**1,53**	**1,69**	**-0,7**	**-0,2**	**-1,8**

Font: Elaboració pròpia a partir dels Comptes anuals de la CCMA. 2009 i 2010.

Una anàlisi més detallada de la composició dels ingressos d'explotació de la CCMA (consolidats) i per cadascuna de les seves societats filials permet identificar les qüestions més rellevants en l'evolució de l'any 2009 a 2010 (vegeu la taula 15):

- Només hi ha una societat, Televisió de Catalunya, SA, que ha augmentat tant l'import net de la xifra de negocis (on es comptabilitzen les vendes per publicitat o d'altres productes o serveis) com els altres ingressos d'explotació (on s'inclouen les subvencions).
- Hi ha dues societats en les quals hi ha hagut un augment de la seva xifra de negocis i, paral·lelament, una disminució dels altres ingressos d'explotació: CCRTV Interactiva, SA i TVC Edicions i Publicacions, SA.
- La societat Activa Multimèdia Digital és l'única que ha incrementat els altres ingressos d'explotació i ha reduït la xifra de negocis.
- A l'últim, tant en la societat Catalunya Ràdio SRG, SA com en l'ens públic CCMA (sense consolidar), hi ha hagut una reducció en ambdues partides d'ingressos d'un any a l'altre.

Cal destacar que hi ha dues societats en què l'import net de la xifra de negocis ha representat entorn de la meitat del total d'ingressos d'explotació respectius en el període de 2008 a 2010: CCRTV Interactiva, SA (el 67,3% l'any 2010, el valor més elevat del grup durant els tres anys) i Activa Multimèdia Digital, SL (el 40,1% el 2010, amb una tendència al decreixement en els tres anys considerats). En la resta de filials, aquest percentatge ha tingut uns valors molt inferiors el 2010: 24,3% a Televisió de Catalunya, SA, 19,0% a Catalunya Ràdio SRG, SA, i per sota del 10% a la resta.

Tot i que el percentatge de la xifra de negocis sobre el total d'ingressos de CCRTV Interactiva, SA i d'Activa Multimèdia Digital, SL ha estat molt superior al de la resta de filials de la CCMA, aquestes societats no han pogut mantenir el 2010 els ingressos comercials en els termes previstos, i al final de l'exercici es trobaven en perspectiva de dissolució ateses les pèrdues acumulades en anys anteriors. Així, a mitjan 2011 se'n preveia la fusió per absorció per part de Televisió de Catalunya, SA.[159]

[159] Vegeu <http://www.ccma.cat/pccrtv/ccrtvItem.jsp?item=np&idint=1134 >

Cal remarcar que l'activitat de CCRTV Interactiva, SA aquests darrers anys ha possibilitat una presència significativa de la CCMA en els nous mitjans i en les noves plataformes, com ara internet o dispositius mòbils. Aquesta visió multiplataforma de l'oferta de canals i emissores de la CCMA sembla ineludible de cara al futur: durant el 2010, CCRTV Interactiva, SA ha crescut en audiències, però els ingressos comercials s'han reduït, principalment, per l'evolució negativa de dues línies de negoci que han quedat obsoletes: Teletext i SMS. No obstant això, els seus ingressos per publicitat a internet han crescut un 14% el 2010 respecte del 2009, un increment superior al del mercat.[160]

Taula 15. Ingressos de les empreses de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Període 2008-2010

	Imports (en euros)			%		
	2008	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Import net de la xifra de negocis						
Televisió de Catalunya, SA	118.876.132	83.658.522	95.506.648	31,1	22,1	24,3
Catalunya Ràdio SRG, SA	15.298.684	10.613.618	9.460.592	31,1	20,2	19,0
Activa Multimèdia Digital, SL	4.713.244	3.413.971	2.146.556	66,3	55,1	40,1
CCRTV Interactiva, SA	5.465.985	7.398.276	7.647.314	53,4	62,1	67,3
TVC Edicions i Publicacions, SA	15.930	8.816	11.868	2,1	1,3	1,8
TVC Multimèdia, SL	0	0	0	0,0	0,0	0,0
CCMA ens públic	25.295.507	24.269.413	23.996.242	7,9	6,6	6,6
CCMA (consolidat)	**138.326.369**	**97.723.852**	**107.102.011**	**31,3**	**22,0**	**23,8**
Altres ingressos d'explotació						
Televisió de Catalunya, SA	263.437.425	294.412.223	297.244.254	68,9	77,9	75,7
Catalunya Ràdio SRG, SA	33.857.792	41.876.290	40.285.889	68,9	79,8	81,0
Activa Multimèdia Digital, SL	2.398.567	2.785.816	3.200.293	33,7	44,9	59,9
CCRTV Interactiva, SA	4.767.307	4.510.468	3.722.827	46,6	37,9	32,7
TVC Edicions i Publicacions, SA	736.980	663.752	632.701	97,9	98,7	98,2
TVC Multimèdia, SL	811.436	1.505.286	1.636.019	100,0	100,0	100,0
CCMA ens públic	295.924.108	341.728.054	339.737.840	92,1	93,4	93,4
CCMA (consolidat)	**303.020.397**	**346.797.568**	**343.635.061**	**68,7**	**78,0**	**76,2**
Total ingressos d'explotació						
Televisió de Catalunya, SA	**382.313.557**	**378.070.745**	**392.750.902**	100,0	100,0	100,0
Catalunya Ràdio SRG, SA	**49.156.476**	**52.489.908**	**49.746.481**	100,0	100,0	100,0
Activa Multimèdia Digital, SL	**7.111.811**	**6.199.787**	**5.346.849**	100,0	100,0	100,0
CCRTV Interactiva, SA	**10.233.292**	**11.908.744**	**11.370.141**	100,0	100,0	100,0
TVC Edicions i Publicacions, SA	**752.910**	**672.568**	**644.569**	100,0	100,0	100,0
TVC Multimèdia, SL	**811.436**	**1.505.286**	**1.636.019**	100,0	100,0	100,0
CCMA ens públic	**321.219.615**	**365.997.467**	**363.734.082**	100,0	100,0	100,0
CCMA (consolidat)	**441.346.766**	**444.521.420**	**450.737.072**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Font: Elaboració pròpia a partir dels Comptes anuals de la CCMA. 2009 i 2010.

[160] Vegeu *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (Ens Públic) i societats dependents a 31 de desembre de 2010. Comptes anuals i Informe de gestió*. [En línia]. Barcelona. 2011. <http://www.ccma.cat/doc/comptes_anuals_2010.pdf>.

El resultat d'explotació de la CCMA l'any 2010 ha continuat essent de pèrdues (8,2 milions d'euros), un valor superior al de 2009 (1,1 milions) i al de 2008 (3,1 milions) (vegeu la taula 16). Tanmateix, cal assenyalar que aquestes pèrdues han estat per un valor molt més baix que l'any 2007 (250,8 milions), abans de la reestructuració del finançament de la CCMA portat a la pràctica el 2008. Conseqüentment, i com l'any 2009, durant el 2010 no ha estat necessari recórrer a un endeutament excessiu.

Taula 16. Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Aportació als resultats consolidats[A] de les societats dependents i associades. Període 2008-2010 (en euros)

	2008	2009	2010
Televisió de Catalunya, SA	-609.761	-219.710	-5.734.163
Catalunya Ràdio SRG, SA	-2.724.610	0	-3.147.203
Activa Multimèdia Digital, SL	-64.858	-92.791	-405.029
CCRTV Interactiva, SA	-1.635.280	-21.877	-524.352
CCRTV Serveis Generals, SA	-32.489	-	-
TVC Edicions i Publicacions, SA	19.280	4.886	1.543
TVC Multimèdia, SL	38.835	-309.807	-685.517
Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (inclou ajustaments de consolidació)	1.884.830	-454.680	2.189.102
Intracatalònia, SA	-3.923	15.490	140.249
Total	**-3.127.976**	**-1.078.489**	**-8.165.370**

[A] Resultats de l'exercici (després d'impostos).
Font: Comptes anuals consolidats de la CCMA. 2009 i 2010.

- **Agència de Comunicació Local, SA**

La situació de crisi també s'evidencia en els comptes de l'Agència de Comunicació Local, SA per als anys 2008 a 2010. Aquest darrer any, l'actiu de la societat ha disminuït lleugerament respecte del 2009 (i s'ha situat en 6,8 milions d'euros), com també han davallat els ingressos d'explotació (de 12,2 a 11,6 milions d'euros).

La xifra d'empleats s'ha reduït en 1 persona (un total de 97 el 2010) i han disminuït paral·lelament les despeses de personal (que en aquest darrer exercici han estat de 4,3 milions d'euros).

Per primera vegada del 2008 al 2010, aquest darrer exercici l'Agència de Comunicació Local, SA ha tingut un resultat de pèrdues (-0,9% de beneficis sobre el total d'ingressos).

El 2010, no obstant això, la societat ha continuat amb un nivell d'endeutament relativament baix (entre el 0,40 i 0,50) i una ràtio de liquiditat propera a l'1,0 (vegeu la taula 17).

Taula 17. Dades i indicadors comptables bàsics de l'Agència de Comunicació Local, SA. Període 2008-2010

	2008	2009	2010
Empleats	99	98	97
Actiu [A]	7.111.754	7.035.779	6.784.234
Ingressos d'explotació	12.810.017	12.212.958	11.619.850
Xifra de negocis [A]	1.415.445	862.911	974.317
Altres ingressos d'explotació [A]	11.394.572	11.350.047	10.645.533
Despeses de personal [A]	4.563.980	4.352.957	4.332.735
% Patrimoni net/passiu	50,8	49,6	49,3
Endeutament (deutes/passiu)	0,49	0,50	0,51
Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)	0,89	0,97	1,04
Ingressos d'explotació/empleats [A]	129.394	124.622	119.792
% Despesa de personal/ingressos d'explotació	35,6	35,6	37,3
Rotació de l'actiu total (Ingressos d'explotació/actiu)	1,80	1,74	1,71
% Beneficis sobre ingressos d'explotació	0,4	0,1	-0,9

[A] Import en euros.
Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

3.3 Activitat econòmica dels prestadors privats de serveis de televisió

La informació econòmica i financera dels prestadors privats de televisió s'ha analitzat diferenciant les tres agrupacions següents:

- Prestadors de serveis de televisió privada **d'abast estatal**: S'han analitzat les dades comptables de les societats individualitzades Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA i Veo Televisión, SA, i les dades consolidades de dos dels principals grups empresarials de televisió de l'Estat espanyol (Antena 3 de Televisión, SA i Gestevisión Telecinco, SA). [161]
- Prestadors de serveis de televisió privada de **cobertura catalana**. Inclou les activitats d'Emissions Digitals de Catalunya, SA, empresa filial de Grupo Godó.
- Prestadors de serveis de TDT local privada a Catalunya.

[161] No es disposa d'informació de l'empresa Sogecable, SAU. Vegeu també l'epígraf corresponent a Gestevisión Telecinco SA dins de l'apartat 2.1.2. Prestadors privats de serveis de televisió d'aquest mateix capítol. No s'hi inclouen altres societats que proveeixen serveis de difusió de televisió per ADSL o mòbil. Aquestes empreses tenen per objecte principal de les seves activitats la prestació de serveis de distribució de comunicacions electròniques i no és possible identificar específicament la informació econòmica relativa a la provisió dels serveis de televisió que difonen.

Prestadors de serveis de televisió privada d'abast estatal

Es disposa de la informació comptable de totes les societats prestadores de serveis de televisió privada d'abast estatal esmentades corresponent al període 2008-2010, excepte de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, de la qual no hi ha disponibles els comptes de 2010.

En general, totes les variables considerades mostren una dimensió desigual entre aquestes empreses. En primer lloc, destaquen, per la seva grandària, Antena 3 de Televisión, SA i Gestevisión Telecinco, SA, que són societats adjudicatàries de les primeres concessions per a la prestació de serveis de televisió en obert de gestió privada a l'Estat espanyol. En un nivell intermedi hi ha Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA, i en tercer lloc, amb una grandària sensiblement inferior, la Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA i Veo Televisión, SA (vegeu la taula 18).

En termes d'empleats, el fet més remarcable ha estat la forta reducció de la plantilla d' Antena 3 de Televisión, SA, que passa de 1.204 persones el 2008, a 1.026 el 2009 i 787 el 2010 (amb la conseqüent davallada de les despeses de personal d'aquesta societat). En el cas de Gestevisión Telecinco, SA també hi ha hagut una disminució progressiva del nombre de treballadors, decreixement que, amb tot, ha estat menys intens: de 744 empleats el 2008 a 707 el 2010.

De 2009 a 2010, però, es constata una recuperació dels ingressos d'explotació de totes les societats prestadores de serveis de televisió privada d'abast estatal de les quals es disposa d'informació. Aquesta tendència positiva ha permès que Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA (amb 26,8 milions d'euros el 2010) i Veo Televisión, SA (31,5 milions) hagin superat els valors assolits per aquest concepte el 2008. Per contra, tant Antena 3 de Televisión, SA (657,3 milions d'euros el 2010) com Gestevisión Telecinco, SA (692,3 milions), tot i que el 2010 augmenten els ingressos respecte del 2009, encara han estat per sota de 2008. L'evolució positiva dels ingressos sembla estar directament relacionada amb la supressió dels ingressos publicitaris de RTVE, a més de la bona gestió comercial feta per aquestes empreses.

En l'apartat *balanç de situació*, el canvi més rellevant ha estat a Gestevisión Telecinco, SA, societat que ha ampliat substancialment el seu capital. Així, el total

del seu passiu (i de l'actiu) ha passat de 800,7 milions d'euros el 2009 a 1.935,9 milions el 2010. Aquest fet s'explica perquè durant aquest exercici s'ha fet efectiva l'adquisició del 22% de la plataforma de pagament de Digital+, i del 100% del negoci de la televisió en obert de Prisa: la primera a través d'una operació d'ampliació de capital mitjançant drets de subscripció preferent, i la segona mitjançant un intercanvi d'accions a través del qual el venedor ha passat a tenir una participació minoritària en el capital de Gestevisión Telecinco, SA. Això ha fet que aquesta operació no hagi comportat un increment de l'endeutament de la societat (com s'observa a la taula 13, el 2010 aquesta ràtio s'ha situat en 0,21, el valor més baix de totes les societats prestadores de serveis privats de televisió d'abast estatal analitzades), ja que, com s'ha dit, les adquisicions s'han realitzat a través d'ampliacions de capital.[162]

A l'últim, totes les societats de les quals es disposa d'informació el 2010 (és a dir, deixant de banda Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA) han obtingut un resultat de guanys excepte Veo Televisión, SA. En concret, el percentatge dels beneficis sobre els ingressos d'explotació l'any 2010 ha estat el següent: Antena 3 de Televisión, SA, 17,5%; Gestevisión Telecinco, SA, 16,7%; Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA, 23,6%; i Veo Televisión, SA, -9,7%.

Les dades econòmiques i financeres consolidades dels dos grans grups empresarials de televisió espanyols (Antena 3 de Televisión, SA i Gestevisión Telecinco, SA) reflecteixen les característiques bàsiques de la situació i l'evolució d'aquests dos grans aglomerats empresarials el període 2008-2010; en els aspectes més destacables, són en els mateixos termes que s'han esmentat respecte de les seves filials (vegeu la taula 19).

[162] Mediaset España. *Informe Anual 2010* [En línia]. Madrid, 2011. <http://www.telecinco.es/inversores/es/Informe-anual_TL5FIL20111227_0028.pdf> [Consulta: desembre de 2011]

Taula 18. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals). Període 2008-2010 (en euros)

	Empleats			Actiu		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	1.204	1.026	787	877.148.000	841.277.000	808.320.000
Gestevisión Telecinco, SA	744	713	707	999.861.000	800.667.000	1.935.911.000
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	89	89	n. d.	253.184.605	272.708.456	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	1	1	1	16.631.030	19.024.392	25.817.307
Veo Televisión, SA	24	11	13	33.305.572	24.648.714	36.851.046
Total	**2.062**	**1.840**	**1.508**	**2.180.130.207**	**1.958.325.562**	**2.806.899.353**

	Ingressos d'explotació			Despeses de personal		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	722.312.000	604.350.000	657.279.000	84.743.000	84.545.000	78.875.000
Gestevisión Telecinco, SA	822.263.000	535.644.000	692.320.000	57.913.000	49.792.000	52.176.000
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	151.263.155	178.921.499	n. d.	7.888.373	8.679.993	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	13.126.240	18.558.198	26.841.208	31.699	78.909	337.161
Veo Televisión, SA	15.054.630	13.232.703	31.462.223	2.396.499	1.188.612	1.580.768
Total	**1.724.019.025**	**1.350.706.400**	**1.407.902.431**	**152.972.571**	**144.284.514**	**132.968.929**

Taula 18 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals). Període 2008-2010 (en euros)

	% Patrimoni net/passiu			Endeutament (deutes/passiu)			Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	27,9	29,4	33,3	0,72	0,71	0,67	0,68	0,66	0,65
Gestevisión Telecinco, SA	51,6	46,5	78,7	0,48	0,54	0,21	0,91	0,60	0,85
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	67,6	67,6	n. d.	0,32	0,32	n. d.	1,19	0,94	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	71,7	73,7	67,6	0,28	0,26	0,32	1,25	1,34	1,47
Veo Televisión, SA	59,2	58,7	55,2	0,41	0,41	0,45	1,84	1,59	1,76
Total	**44,2**	**42,5**	**65,2**	**0,56**	**0,57**	**0,35**	**0,81**	**0,67**	**0,76**

	Ingressos d'explotació/Empleats			% Despesa de personal/ingressos d'explotació		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	599.927	589.035	835.170	11,7	14,0	12,0
Gestevisión Telecinco, SA	1.105.192	751.254	979.236	7,0	9,3	7,5
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	1.699.586	2.010.354	n. d.	5,2	4,9	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	13.126.240	18.558.198	26.841.208	0,2	0,4	1,3
Veo Televisión, SA	627.276	1.202.973	2.420.171	15,9	9,0	5,0
Total	**836.091**	**734.080**	**933.622**	**8,9**	**10,7**	**9,4**

Taula 18 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de televisió privada d'abast estatal (dades de les societats individuals). Període 2008-2010 (en euros)

	Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/ actiu)			% Beneficis sobre ingressos d'explotació		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	0,82	0,72	0,81	13,5	8,2	17,5
Gestevisión Telecinco, SA	0,82	0,67	0,36	36,2	10,2	16,7
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	0,60	0,66	n. d.	-89,1	-65,3	n. d.
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	0,79	0,98	1,04	-2,2	15,3	23,6
Veo Televisión, SA	0,45	0,54	0,85	-27,4	-55,3	-9,7
Total	**0,79**	**0,69**	**0,50**	**14,9**	**-1,3**	**16,6**

Font: Elaboració pròpia a partir de SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Taula 19. Dades i indicadors comptables bàsics dels principals grups empresarials de prestadors de serveis de televisió privada amb cobertura estatal (dades consolidades amb empreses filials). Període 2008-2010 (en euros)[A]

	Empleats			Actiu		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	2.300	2.123	1.887	827.977.000	796.114.000	782.829.000
Gestevisión Telecinco, SA	1.184	1.139	1.104	827.557.000	734.090.000	1.980.911.000
Total	**3.484**	**3.262**	**2.991**	**1.655.534.000**	**1.530.204.000**	**2.763.740.000**

	Ingressos d'explotació			Despeses de personal		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	833.466.000	703.895.000	807.715.000	135.371.000	134.924.000	128.841.000
Gestevisión Telecinco, SA	981.853.000	656.260.000	855.061.000	89.218.000	79.541.000	89.884.000
Total	**1.815.319.000**	**1.360.155.000**	**1.662.776.000**	**224.589.000**	**214.465.000**	**218.725.000**

	% Patrimoni net/passiu			Endeutament (deutes/passiu)			Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión, SA	30,2	33,3	38,8	0,70	0,67	0,61	0,78	0,81	0,90
Gestevisión Telecinco, SA	55,8	39,7	69,5	0,44	0,60	0,31	1,09	0,64	0,83
Total	**43,0**	**36,4**	**60,8**	**0,57**	**0,64**	**0,39**	**0,88**	**0,74**	**0,86**

Taula 19 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels principals grups empresarials de prestadors de serveis de televisió privada amb cobertura estatal (dades consolidades amb empreses filials). Període 2008-2010 (en euros)

	Ingressos d'explotació / empleats			% Despesa de personal / ingressos d'explotació		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión SA	362.377	331.557	428.042	16,2	19,2	16,0
Gestevisión Telecinco, SA	829.268	576.172	774.512	9,1	12,1	10,5
Total	**521.044**	**416.970**	**555.926**	**12,4**	**15,8**	**13,2**

	Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)			% beneficis sobre ingressos d'explotació		
Nom empresa	**2008**	**2009**	**2010**	**2008**	**2009**	**2010**
Antena 3 de Televisión SA	1,01	0,88	1,03	12,4	7,3	16,3
Gestevisión Telecinco, SA	1,19	0,89	0,43	21,1	0,4	4,3
Total	**1,10**	**0,89**	**0,60**	**17,1**	**4,0**	**10,1**

Font: Elaboració pròpia a partir de: Grupo Antena 3. *Cuentas Anuales 2009* [En línia]. Madrid, 2010 i *Cuentas Anuales 2010* [En línia]. Madrid, 2011. <http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/historico/es/memoria>; Mediaset España. *Informe Anual 2009* [En línia]. Madrid, 2010 *i Informe Anual 2010* [En línia]. Madrid, 2011. <http://www.telecinco.es/inversores/es/Informe-anual_TL5FIL20111227_0028.pdf> [Consultes: desembre de 2011]

- **Prestadors de serveis de televisió privada d'abast nacional**

Des de la perspectiva econòmica i financera, per primera vegada es disposa d'una visió integrada de l'activitat de la societat Emissions Digitals de Catalunya, SAU (EDC, SAU), titular d'un múltiplex d'abast nacional. Això s'explica per l'extinció de TV CAT, SL que fins el 2008 assumia la major part de la producció i de les vendes d'aquest prestador.

Es poden destacar les qüestions següents de la situació econòmica i financera d'aquesta societat, prestant una especial atenció als anys 2009 i 2010, dels quals es disposa de tota la informació (i quan la societat TV CAT, SL ja estava extingida) (vegeu la taula 20):

Els **empleats** comptabilitzats a la societat Emissions Digitals de Catalunya, SA han estat 24 el 2009 i 25 el 2010. Les despeses de personal han disminuït d'1.435.040 euros el 2009 a 1.273.089 el 2010. Paral·lelament, els **ingressos d'explotació per empleat** han augmentat de 483.864 euros a 516.932 euros respectivament.

Els **ingressos d'explotació** també s'han incrementat: d'11.612.727 euros el 2009 a 12.923.292 el 2010. Prop del 95% d'aquests ingressos s'han generat en concepte de xifra de negocis, i la resta, en altres ingressos d'explotació.

Com ja s'ha posat de manifest en anys anteriors, els indicadors relatius a la productivitat d'aquest prestador d'abast nacional il·lustren un dels principals efectes derivats d'operar estrictament en el mercat català, d'unes dimensions menors a les del conjunt del mercat espanyol. Així, per exemple, Emissions Digitals de Catalunya, SA ha obtingut el 2010 uns **ingressos d'explotació per empleat** de 516.932 euros, xifra que en les privades d'abast estatal que operen en obert ha estat de 933.622 euros/empleat de mitjana el mateix any (vegeu la taula 18).

Des del punt de vista patrimonial, la situació d'aquesta societat s'ha caracteritzat per tenir un **endeutament** molt elevat, amb una ràtio per aquest concepte de 3,05 el 2010 (quan l'interval de referència se situa entre 0,5 i 0,6).

No obstant això, aquest darrer exercici s'observa com Emissions Digitals de Catalunya, SA ha assolit una ràtio de **liquiditat** millor que en anys anteriors: 1,49 el 2010 davant el 0,79 el 2009 (essent el valor orientatiu d'aquesta ràtio entre 1,5 i 2,0).

A l'últim, el **resultat d'explotació** de l'empresa els anys 2009 i 2010 ha estat de pèrdues, tot i que amb tendència a reduir-se d'un any a l'altre. Així, el percentatge de beneficis sobre els ingressos totals d'explotació ha passat de -29,7% el 2009 a -7,2% el 2010.

Taula 20. Dades i indicadors comptables bàsics d'Emissions Digitals de Catalunya, SA. Període 2008-2010

	2008	2009	2010
Empleats	n. d.	24	25
Actiu [A]	3.528.106	3.656.935	5.748.488
Ingressos d'explotació	1.649.437	11.612.727	12.923.292
Xifra de negocis [A]	591.134	10.999.956	12.266.694
Altres ingressos d'explotació [A]	1.058.303	612.771	656.598
Despeses de personal [A]	n. d.	1.435.040	1.273.089
% Patrimoni net/passiu	89,1	-304,1	-204,7
Endeutament (deutes/passiu)	0,11	4,04	3,05
Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)	8,95	0,79	1,49
Ingressos d'explotació/empleats [A]	n. d.	483.864	516.932
% Despesa de personal/ingressos d'explotació	n. d.	12,4	9,9
Rotació de l'actiu total (Ingressos d'explotació/actiu)	0,47	3,18	2,25
% Beneficis sobre ingressos d'explotació	7,3	-29,7	-7,2

[A] Import en euros.
Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

- **Prestadors privats de serveis de TDT local**

Es disposa d'informació comptable d'un total de 25 societats privades prestadores de serveis de TDT local de Catalunya. Aquesta informació –igual com en edicions anteriors de l'INFORME- s'ha agregat segons les tipologies següents: empreses de grups amb activitat per al **mercat espanyol** (2 societats), empreses de grups de projecció al **mercat català** (6 societats), empreses de **grups comarcals i locals multimèdia** (10 societats) i empreses de **televisió locals** (7 societats). Cal remarcar que en aquesta anàlisi, s'hi inclouen empreses que, a més de serveis de televisió, són proveïdores d'altres serveis de comunicació (principalment de premsa o ràdio), fet que s'ha de tenir en compte en la interpretació de les dades presentades i que sobretot afecta la tipologia grups comarcals i locals multimèdia.

Considerant de forma agregada el conjunt d'empreses, i segons la informació elaborada amb les dades disponibles de cadascuna de les societats d'aquesta tipologia, s'obtenen els resultats següents (vegeu les taules 21 i 22):

En **nombre de treballadors**, la totalitat de les societats analitzades han tingut menys de 20 empleats el 2010. Entre les que han tingut més empleats hi

ha Publicacions Penedès, SL (18 persones), Gibson Time, SL (17 persones), Televisió de Girona, SL (16 persones), Taelus, SL (15 persones), Tarraco Televisió, SL i Teletaxi Televisió, SL (amb 14 empleats cadascuna). Com s'ha assenyalat, algunes d'aquestes empreses són prestadores d'altres serveis de comunicació, a més dels de televisió).

La tipologia d'empreses de grups comarcals i locals multimèdia és la que obté una millor relació en **ingressos per empleat** (83.515 euros/empleat el 2010), i en el **percentatge de despesa en personal sobre** el total dels **ingressos** (31,0%).

Des de la perspectiva del balanç de situació, hi ha hagut –com en anys anteriors– una situació d'**endeutament** elevat i de **liquiditat** baixa en la majoria de les tipologies establertes de prestadors privats de serveis de TDT local, excepte en les empreses de grups comarcals i locals multimèdia (tots dos anys). S'observa, així mateix, que les empreses de grups amb activitat per al mercat espanyol han millorat de forma important la seva ràtio de liquiditat del 2009 (0,35) al 2010 (2,75). Quant a l'endeutament, es constata que aquest és excessiu (superior a 1,0) en el grup de les empreses de televisió locals.

En general, s'han donat **pèrdues d'explotació** els anys 2009 i 2010 en tots els grups d'empreses, excepte en les de grups comarcals i locals multimèdia el 2010. En aquest sentit, cal destacar especialment la tipologia d'empreses de televisió local en la qual les pèrdues han representat al voltant del 40% del total d'ingressos. Tanmateix, cal tenir en compte que el valor tan alt d'aquest percentatge s'ha donat per les pèrdues elevades de només dues societats d'aquest grup (Olot Televisió, SL i Produccions Alt Empordà TV, SL), ja que la resta obtenen beneficis.

A l'últim, la informació detallada per cadascuna de les societats mostra com hi ha hagut 14 societats que han assolit pèrdues el darrer exercici considerat, i 11, beneficis (vegeu la taula 22).

Taula 21. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local privada i empreses vinculades. Per tipus d'empresa. Període 2009-2010 (en euros)

	Patrimoni net/passiu		Endeutament (deutes/passiu)		Liquiditat (actiu corrent/ passiu corrent)	
Tipologia d'empresa	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**
Empreses de grups amb activitat per al mercat espanyol	12,32%	13,21%	0,88	0,87	0,35	2,75
Empreses de grups de projecció al mercat català	20,37%	18,41%	0,80	0,82	0,65	0,56
Empreses de grups comarcals i locals multimèdia	66,09%	61,77%	0,34	0,38	2,28	2,32
Empreses de televisió locals	-22,98%	-55,20%	1,23	1,55	0,78	0,45

	Ingressos d'explotació/empleats		Despesa de personal /ingressos d'explotació		Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/actiu)		% Beneficis sobre ingressos d'explotació	
Tipologia d'empresa	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**
Empreses de grups amb activitat per al mercat espanyol	38.493	42.606	65,12%	64,63%	0,61	0,51	-20,07%	-14,21%
Empreses de grups de projecció al mercat català	50.179	60.229	51,23%	41,80%	1,15	0,85	-3,66%	-7,10%
Empreses de grups comarcals i locals multimèdia	76.368	83.515	34,49%	30,96%	0,47	0,54	-0,81%	0,32%
Empreses de televisió locals	78.404	36.170	52,17%	56,68%	0,56	0,48	-37,38%	-47,56%

Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Taula 22. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local privada i empreses vinculades. Període 2009-2010 (en euros)

	Any	Ingressos d'explotació	Resultat abans d'impostos	Actiu	Patrimoni net	Ocupats	Despeses de personal
Empreses de grups amb activitat per al mercat espanyol							
Televisió de Girona, SL	2010	695.967	-103.566	1.273.047	112.191	16	437.279
Televisió de Manresa, SL	2010	241.365	-29.611	554.398	129.275	6	168.527
Empreses de grups de projecció al mercat català							
Canal Català, SL	2010	890.286	4.153	1.650.581	579.043	n. d.	97.982
Gibson Time, SL	2010	927.642	-95.427	284.616	-254.962	17	477.756
Masquefa Televisió, SL	2010	24.789	-44	8.492	3.613	1	11.106
Promocions Audiovisuals 3 Acció, SL	2010	135.189	-3.207	138.734	18.741	5	65.502
Tarraco Visió, SL	2009	449.909	-49.331	637.110	117.293	14	282.725
Teletaxi Televisió, SL	2010	643.880	-74.107	885.764	200.155	14	348.957
Empreses de grups comarcals i locals multimèdia							
Publicacions Penedès, SA	2010	677.730	12.157	607.061	447.842	18	407.747
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	2009	217.759	-76.746	490.538	-17.453	0	0
Canal Audiovisual Lleida, SL	2010	4.455	-4.744	13.396	12.102	1	6.153
Canal Taronja, SL	2010	328.828	14.548	201.375	67.732	7	187.903
CAT 4 TV, SL	2010	10.548	-43.892	329.285	49.782	0	0
EBE Imatge i Comunicació SL	2010	298.220	6.902	422.077	69.124	4	78.629
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	2009	486.789	-128.293	363.423	192.661	12	335.004
Prensa Leridana, SL	2010	1.372.261	232.595	5.768.635	4.637.717	1	43.362
Productora d'Emissions de Ràdio, SL	2010	452.694	-3.886	368.708	-62.734	7	209.823
Taelus, SL	2010	1.579.165	8.480	1.470.130	801.118	15	412.015

Taula 22 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de TDT local privada i empreses vinculades. Període 2009-2010 (en euros)

	Any	Ingressos d'explotació	Resultat abans d'impostos	Actiu	Patrimoni net	Ocupats	Despeses de personal
Empreses de televisió locals							
D-9 Comunicació, SL	2009	249.814	4.654	407.371	134.848	7	139.395
ETV - Llobregat TV, SL	2009	413.740	6.007	317.796	29.671	10	135.247
Mola TV, SL	2010	164.431	488	218.542	122.789	2	45.484
Olot Televisió, SL	2009	337.735	-331.260	672.934	-395.150	9	200.015
Produccions Alt Empordà TV, SL	2009	84.944	-599.421	1.153.103	-2.698.451	4	269.569
Televisió del Ripollès, SL	2009	264.915	1.354	319.179	27.805	7	135.478
Televisió Sant Cugat, SL	2010	329.083	40.876	751.783	658.548	12	120.385

Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

3.4 Activitat econòmica dels prestadors privats de serveis de ràdio

Es disposa d'informació comptable de 29 empreses de ràdio de Catalunya que són titulars d'una o més freqüències a Catalunya. En molts casos, aquestes empreses formen grups de comunicació mitjançant vincles de diversa tipologia.[163] Les societats analitzades s'han agrupat en quatre categories (vegeu les taules 23 i 24):

- Empreses de ràdio amb **cobertura nacional**, és a dir, que emeten (només) per al conjunt del territori de Catalunya. Segons la informació disponible, la relació d'empreses emprada per a aquest segment de la ràdio de Catalunya és força completa.
- Empreses que **formen part de cadenes de ràdio estatals** que tenen la **seu a Madrid** i que són titulars d'una o més freqüències d'FM a Catalunya. Les dades d'aquesta mostra proporcionen informació de referència.
- Empreses que **formen part de cadenes de ràdio estatals** i que tenen la **seu a Catalunya**. En aquest cas, també es considera que la mostra d'empreses és força completa.
- Empreses de ràdio amb **cobertura local, comarcal-supracomarcal** al territori de Catalunya. Aquest segment del mercat radiofònic és molt divers i està molt atomitzat. Atesa la dimensió reduïda de la mostra de societats, cal interpretar amb precaució la informació presentada.

Hi ha notables diferències entre les societats que formen part d'aquestes quatre tipologies (vegeu la taula 23). Per una banda, hi ha les empreses radiofòniques de dimensió econòmica més gran, que són aquelles que formen part d'una cadena d'abast estatal i que, a més, tenen la seu social a Madrid. Entre aquestes, i a l'igual d'anys anteriors, cal destacar la Sociedad Española de Radiodifusión, SA (SER, del grup Prisa), amb uns ingressos d'explotació l'any 2010 molt superiors als de la resta (209,1 milions d'euros) i un total de 1.146 empleats. En un nivell inferior, hi ha hagut Radio Popular, SA (del grup COPE) i Uniprex, SAU (del grup Planeta), amb uns ingressos d'explotació propers als 85 i 89 milions d'euros i 802 i 585 empleats, respectivament.

[163] Com en anys anteriors, cal assenyalar que no s'hi inclouen els prestadors de ràdio digital (DAB) ni els prestadors que emeten exclusivament en ona mitjana (OM).

Com l'any 2009, l'empresa amb una xifra més gran d'ingressos d'explotació anuals i d'empleats de la resta de tipologies ha estat Radiocat XXI, SLU (del grup Godó), amb 14,6 milions d'euros d'ingressos d'explotació i 103 empleats el 2010. En aquesta mateixa tipologia d'empreses de ràdio amb cobertura nacional també destaquen les que formen part del grup Tele Taxi (Radio Tele Taxi FM Radiodifusión, SA amb 2,6 milions d'euros d'ingressos d'explotació, i RM Ràdio amb 2,4 milions d'euros), que conjuntament han tingut 28 treballadors el 2010.

Onda Ramblas, SA (amb uns ingressos d'explotació de 3,6 milions d'euros i 39 empleats) i Radio España Barcelona, SA (amb 2,8 milions d'euros d'ingressos i 17 empleats el mateix any) han continuat essent les societats de dimensions més grans del grup d'empreses que formen part de cadenes de ràdio estatals (Punto Radio i Ser, respectivament) i amb la seu a Catalunya.

Només dues de les societats prestadores de serveis de ràdio privats de cobertura local, comarcal-supracomarcal identificades han assolit uns ingressos d'explotació superiors a 1 milió d'euros: Edicions Intercomarcals, SA (5,3 milions d'euros el 2010) i Premsa d'Osona (3,9 milions d'euros el 2010). Aquestes dues empreses, que són proveïdores d'altres serveis de comunicació, han tingut 71 i 75 empleats respectivament.

A partir dels resultats obtinguts de les dades comptables agregades de l'any 2010 per aquestes quatre tipologies d'empreses de ràdio de Catalunya (vegeu la taula 23) s'observa, d'una banda, que les empreses que formen part de cadenes estatals i amb seu a Catalunya han continuat tenint durant el 2010 un nivell d'endeutament baix (0,31) i una liquiditat molt elevada (2,58). Quant a la resta de dades, cal remarcar que les empreses de cobertura nacional també han assolit una ràtio de liquiditat elevada (2,19) aquest exercici.

D'altra banda, les empreses vinculades a cadenes estatals amb la seu a Madrid i les de cobertura nacional han estat les que han generat més ingressos per empleat l'any 2010: 154.456 euros/empleat les primeres (amb una forta davallada respecte de l'any anterior) i 146.627 euros/empleat les segones (amb una evolució positiva d'un any a l'altre). El grup de societats vinculades a cadenes estatals i amb seu a Catalunya ha augmentat de forma notable aquest indicador, que s'ha arribat a situar en 123.123 euros/empleat el 2010. Com en anys

anteriors, els valors més baixos per aquest indicador s'han donat en la tipologia d'empreses de cobertura local, comarcal-supracomarcal, sense canvis rellevants a destacar: 56.501 euros d'ingressos per empleat el 2010. D'altra banda, aquestes empreses també han estat les que han tingut un percentatge més alt de despeses de personal sobre el total d'ingressos (56,5% el 2010).

Considerant globalment totes les empreses de cada tipologia, només en les de cobertura local, comarcal-supracomarcal hi ha hagut pèrdues, i això tant el 2009 (-9,0% de pèrdues sobre el total de beneficis) com el 2010 (-4,1%). Més concretament, d'un total d'11 empreses que integren aquest grup, 6 han generat un resultat de pèrdues aquest exercici.

Taula 23. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Per tipus d'empresa. Període 2009-2010 (en euros)

	Patrimoni net/passiu		Endeutament (deutes/passiu)		Liquiditat (actiu corrent/passiu corrent)	
Nom empresa	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**
Cobertura nacional	43,10%	45,99%	0,57	0,54	2,27	2,19
Cadena estatal (empreses amb seu a Madrid)	49,60%	46,96%	0,50	0,53	0,76	0,71
Cadena estatal (empreses amb seu a Catalunya)	73,67%	68,73%	0,26	0,31	3,18	2,58
Cobertura local comarcal-supracomarcal	48,84%	46,20%	0,51	0,54	1,27	1,26

	Ingressos d'explotació/empleats		Despesa de personal/ingressos d'explotació		Rotació de l'actiu total (ingressos d'explotació/ actiu)		% Beneficis sobre ingressos d'explotació	
Nom empresa	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**	**2009**	**2010**
Cobertura nacional	140.431	146.627	29,25%	29,80%	1,03	1,13	6,99%	6,74%
Cadena estatal (empreses amb seu a Madrid)	175.987	154.456	26,64%	30,44%	0,63	0,58	18,12%	15,89%
Cadena estatal (empreses amb seu a Catalunya)	96.790	123.123	50,86%	36,85%	0,66	0,58	3,48%	9,34%
Cobertura local comarcal-supracomarcal	55.488	56.501	57,07%	56,46%	1,24	1,15	-9,00%	-4,12%

Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Taula 24. Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Període 2009-2010 (en euros)

	Any	Ingressos d'explotació	Resultat abans d'impostos	Actiu	Patrimoni net	Ocupats	Despeses de personal
Cobertura nacional							
Ens de Comunicacions, SL	2009	58.848	5.818	91.454	81.862	n. d.	31.204
Grup Flaix, SL	2010	1.959.007	-136.129	8.798.246	2.384.287	19	746.544
Radio Tele Taxi Fm Radiodifusion, SA	2010	2.622.843	22.701	3.576.475	2.046.464	16	1.012.239
Radiocat XXI, SL	2010	14.645.368	1.246.174	4.143.460	2.123.734	103	4.265.185
RM Radio, SA	2010	2.404.679	169.307	2.641.946	2.144.674	12	517.334
Sistema Català de Radiodifusió, SL	2010	362.125	178.144	263.869	194.691	0	0
Cadena estatal (empreses amb seu a Madrid)							
Antena 3 de Radio, Sociedad Anónima	2009	23.775.000	14.700.000	51.184.000	23.049.000	93	3.595.000
Avante Radio, SA	2009	22.000	33.000	985.000	976.000	0	0
Radio Popular, SA Cadena de Ondas Populares Españolas	2009	84.156.505	-9.182.276	78.767.179	51.410.437	802	36.848.119
Sociedad de Estudios de Radio y Televisión, SA	2009	11.720	5.794	166.733	165.690	0	0
Sociedad Española de Radiodifusión, SL	2010	209.101.000	42.607.000	429.284.000	150.369.000	1.146	59.870.000
Uniprex, Sociedad Anónima	2009	88.665.000	15.534.000	131.362.000	97.561.000	585	23.238.000
Zeta Rock And Gol, SL	2010	180.142	795.460	3.174.111	2.813.150	2	7.798

Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Taula 24 (continuació). Dades i indicadors comptables bàsics dels prestadors de serveis de ràdio privada i empreses vinculades de Catalunya i de l'Estat espanyol. Període 2009-2010 (en euros)

	Any	Ingressos d'explotació	Resultat abans d'impostos	Actiu	Patrimoni net	Ocupats	Despeses de personal
Cadena estatal (empreses amb seu a Catalunya)							
Club de Radio Terrassa, SA	2009	458.625	1.455	1.664.789	1.269.648	4	300.895
Onda Ramblas, SA	2010	3.584.016	-515.453	5.676.711	3.785.307	39	1.291.151
Radio España de Barcelona, SA	2010	2.772.000	497.000	3.058.000	1.871.000	17	1.173.000
Radio Terra Ferma de Lleida, SA	2010	185.506	-134.887	207.670	-102.015	6	229.551
RKOR Radio, SL	2009	1.125.959	911.033	3.402.850	2.804.821	0	0
Cobertura local comarcal-supracomarcal							
Edicions Intercomarcals, SA	2010	5.258.659	-266.441	2.629.079	1.076.788	71	2.892.127
Premsa d'Osona, SA	2010	3.932.551	125.979	3.822.522	2.670.726	75	2.442.029
Publicacions Penedès, SA	2010	677.730	12.157	607.061	447.842	18	407.747
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	2009	217.759	-76.746	490.538	-17.453	0	0
D-9 Comunicació, SL	2009	249.814	4.654	407.371	134.848	7	139.395
Mola TV, SL	2010	164.431	488	218.542	122.789	2	45.484
Grupo Simalro, SL	2010	105.494	-5.375	218.105	869	2	60.410
La Veu de l'Ebre, SL	2010	909.699	5.893	739.722	231.735	12	365.156
Llegeix Escriu Escolta Català, SL	2010	210.927	-188.596	860.891	-97.678	16	210.989
Ràdio Marina, SA	2009	367.194	-66.017	499.875	436.339	9	237.872
Radio Olot, SA	2010	279.458	-55.466	303.269	-18.339	7	185.139

Font: Elaboració pròpia a partir del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

4. La producció audiovisual a Catalunya

Les magnituds macroeconòmiques del sector audiovisual que s'analitzen en aquest apartat (empreses, volum de negoci, valor afegit brut –al cost dels factors– i ocupació) han estat elaborades per l'INE (Instituto Nacional de Estadística, *http://www.ine.es/ine/ine.htm*) i l'Idescat (Institut d'Estadística de Catalunya, *http://www.idescat.cat/*) –els organismes oficials d'estadística de l'Estat espanyol i de Catalunya, respectivament– d'acord amb la nova classificació d'activitats econòmiques CCAE-2009 (per a Catalunya) o CNAE-2009 (per a l'Estat espanyol). Aquesta classificació, que entra en vigor l'any 2009, substitueix l'anterior (CCAE-93) i organitza de manera diferent els sectors, les branques i subbranques que integren l'audiovisual.[164] Aquest canvi comporta, alhora, que la informació referent a les magnituds *volum de negoci*, *valor afegit brut* i *ocupació* provinents de l'Enquesta anual de serveis sigui de dos anys, 2008 –primer any que les dades es tracten d'acord amb la nova classificació— i 2009, sense que es puguin establir comparacions amb els anys anteriors, atesa la diversitat de criteris.

En canvi, en el cas de les dades referents al parc d'empreses audiovisuals provinents del Directorio Central de Empresas (DIRCE),[165] també afectades per la nova classificació d'activitats econòmiques, l'INE les ha tractat d'acord amb la CNAE-2009 a partir de 2008, de manera que es disposa de la informació per al període 2008-2010.

Cal recordar que, en l'àmbit audiovisual, la classificació d'activitats econòmiques de 2009 permet distingir dos grups d'empreses: les incloses en la divisió 59 –activitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió; enregistrament de so i edició musical (d'ara endavant: cinema, vídeo i programes de televisió, i enregistrament de so) — i les ubicades en la divisió 60 –activitats de programació i emissió de ràdio i televisió (a partir d'ara: ràdio i televisió).[166]

---

[164] Vegeu l'apartat 3.1 Dades macroeconòmiques del capítol II de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*. Específicament, la taula 13 conté les correspondències entre la Classificació catalana d'activitats econòmiques de l'any 1993 (CCAE-93) i la de l'any 2009 (CCAE-2009).

[165] Per a més informació sobre el Directorio Central de Empresas (DIRCE), vegeu <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37%2Fp201&file=inebase&L=0> [Consulta: juliol de 2011]

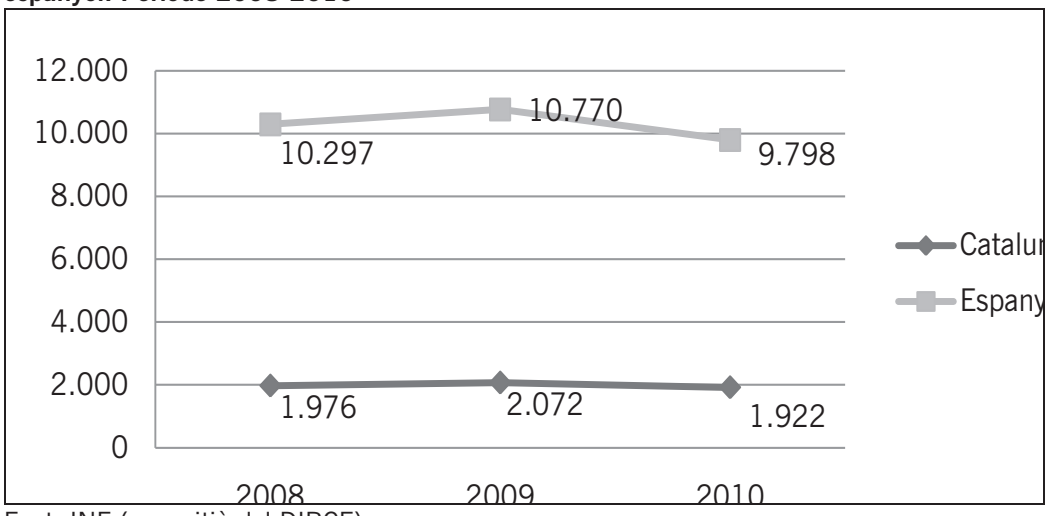
[166] La CCAE-93 incloïa les empreses del sector audiovisual dins de la divisió 92 (activitats recreatives, culturals i esportives) sota dos codis diferenciats: el 921 (activitats cinematogràfiques i de vídeo) i el 922 (activitats de ràdio i televisió).

4.1 Situació i evolució del sector de la producció a Catalunya

Disminució del nombre d'empreses audiovisuals

Les dades del DIRCE de l'Instituto Nacional de Estadística (INE)[167] indiquen que l'any 2010 hi ha una disminució del col·lectiu d'empreses audiovisuals (les classificades sota els codis 59 i 60 de la CCAE 2009) catalanes respecte del 2009. Així, el 2010 Catalunya té 1.922 empreses audiovisuals, 150 menys que el 2009, i també per sota de 2008 (54 menys). També a l'Estat s'observa la mateixa tendència: el 2010 hi ha 972 empreses audiovisuals menys que el 2009; i la xifra (9.798) també queda per sota (499 unitats) de la corresponent al 2008 (vegeu el gràfic 12).

Gràfic 12. Nombre d'empreses audiovisuals (codi 59 i 60 de la CCAE 2009). Catalunya i Estat espanyol. Període 2008-2010

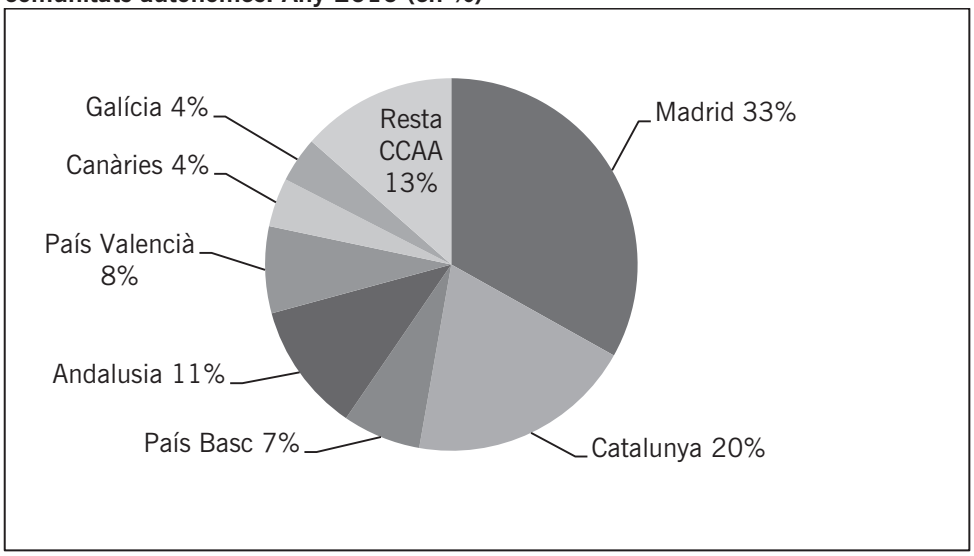


Font: INE (per mitjà del DIRCE).

Tot i així, Catalunya manté el segon lloc en el conjunt de comunitats autònomes en proporció d'empreses del sector (20%; 1.922 empreses) per darrere de la Comunitat de Madrid (amb 3.240, amb un 33,0%), i per davant d'Andalusia (1.097), el País Valencià (737), el País Basc (665), Canàries (415) i Galícia (386) (vegeu el gràfic 13) .

[167] Font: INE [En línia] (2011): Directorio Central de Empresas (DIRCE). Madrid: INE, 2011. <http://www.ine.es/jaxiBD/menu.do?type=db&divi=dir&his=0&L=0> [Consulta: juliol de 2011]

Gràfic 13. Nombre d'empreses audiovisuals (codis 59 i 60 de la CCAE 2009). Catalunya i altres comunitats autònomes. Any 2010 (en %)

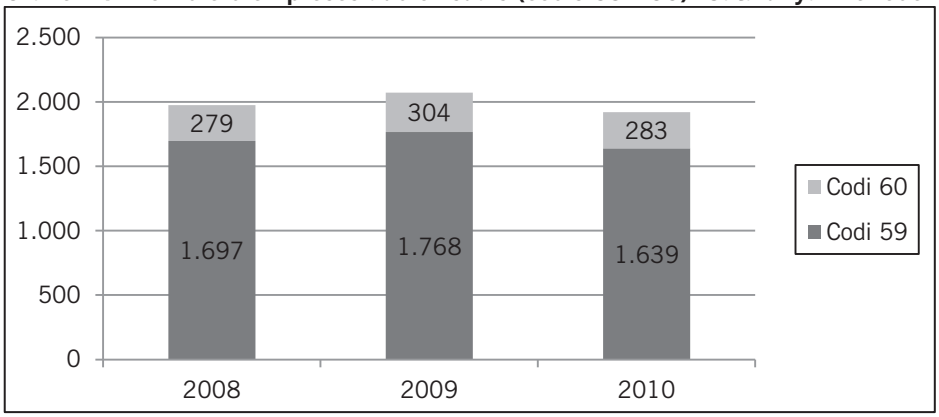


[A] En aquest grup s'hi inclouen les comunitats autònomes de les Illes Balears, Castella i Lleó, Castella-la Manxa, Múrcia, Aragó, Astúries, Extremadura, Navarra, Cantàbria i la Rioja.

Font: INE (a través de DIRCE).

L'any 2010 s'obté la xifra més baixa dels darrers tres anys quant a nombre d'empreses del sector en general; això no obstant, durant tot el trienni es manté l'estabilitat pel que fa a la distribució entre les dedicades a les activitats de cinematografia, vídeo i programes de televisió i d'enregistrament de so (codi 59), que representen al voltant d'un 85% (85,9% el 2008 i 85,3% el 2009 i el 2010), i les que tenen com a objecte les activitats d'emissió i programació de ràdio i televisió (codi 60), amb el 15% restant (vegeu el gràfic 14).

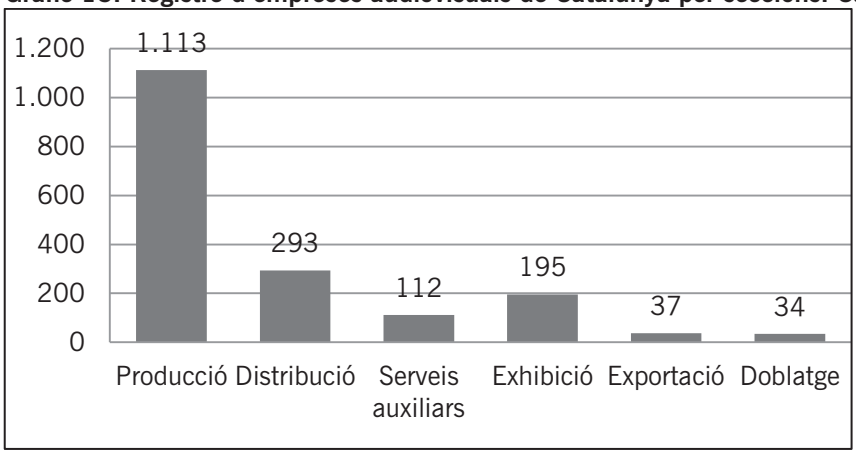
Gràfic 14. Nombre d'empreses audiovisuals (codis 59 i 60). Catalunya. Període 2008- 2010



Font: INE (per mitjà del DIRCE).

En canvi, d'acord amb les dades proporcionades per l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC),[168] organisme adscrit al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, durant el 2010 el nombre d'empreses registrades al Registre d'Empreses Audiovisuals de Catalunya (REAC) ha augmentat: al final de l'any el REAC compta amb 1.354 empreses inscrites, 83 i 200 més que els anys 2008 i 2009, respectivament. La majoria d'aquestes empreses estan inscrites en la secció de producció d'obres audiovisuals (1.113), seguit de les seccions de distribució (293), exhibició (195) i serveis auxiliars (112). Cal tenir en compte que el total d'empreses del REAC no correspon a la suma aritmètica de les seccions, ja que una mateixa empresa pot estar inscrita en més d'una (vegeu el gràfic 15).

Gràfic 15. Registre d'empreses audiovisuals de Catalunya per seccions. Catalunya. Any 2010



Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Volum de negoci i valor afegit brut al cost dels factors

Les empreses dedicades a activitats cinematogràfiques, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so aporten més volum de negoci que les que duen a terme treballs relacionats amb l'emissió i programació de ràdio i televisió, i això passa tant a escala de Catalunya com de l'Estat espanyol. Aquesta tendència es repeteix a Espanya en termes del valor afegit al cost dels factors; en canvi, a Catalunya, l'any 2009 s'inverteix la situació i el valor afegit de les empreses de ràdio i televisió és superior.

[168] INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS. *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2010* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, maig 2011 (p. 25). <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/Memoria%202010.pdf> [Consulta: juliol de 2010]

El volum de negoci dels serveis audiovisuals a Catalunya l'any 2009, d'acord amb les dades que l'Idescat elabora amb l'INE partint de la informació extreta de l'Enquesta anual de serveis, ha estat de 2.146.495 milers d'euros, un 17,4% del volum de negoci total de l'Estat espanyol (10.425.399 milers d'euros). El 2009 es confirma la importància a Catalunya d'A*ctivitats cinematogràfiques, de vídeo i de programes de televisió, enregistrament de so i edició musical* (divisió 59) davant el grup *Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió* (divisió 60). Així, el 2009 les empreses incloses en el codi 59 van aportar un 82,1% (1.486.945 milers d'euros) del total del volum de negoci dels serveis audiovisuals.

A escala estatal, les diferències en els volums de negoci entre els codis 59 i 60 són marcadament inferiors: les empreses dedicades a cinema, vídeo, programes de televisió i enregistraments sonors representen una mica més de la meitat (53,4%) del global dels serveis audiovisuals a Espanya en termes de volum de negoci (vegeu la taula 25). L'aplicació del CCAE 2009, amb les modificacions en la classificació de l'audiovisual que s'han assenyalat, ha comportat aquí un canvi en la participació de les diverses activitats en el volum global. Així, fins al 2007 i d'acord amb la CNAE-93, a l'Estat espanyol el volum de negoci de les empreses dedicades a activitats de ràdio i televisió (grup 922 de la CCAE-93 *activitats de ràdio i televisió*) era superior al de les ubicades al grup 921, *activitats cinematogràfiques i de vídeo*.[169]

Taula 25. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual per grups d'activitat (59 i 60). Catalunya i Espanya. Any 2008 i 2009

	Catalunya		Estat Espanyol	
	2008	**2009**	**2008**	**2009**
Cinema; vídeo; programes de televisió i enregistrament de so (divisió 59)				
Volum de negoci	1.533.773	1.486.945	6.057.037	5.563.849
Valor afegit al cost dels factors	532.468	326.587	2.095.782	1.761.361
Personal ocupat	8.541	8.075	41.203	39.518
Ràdio i televisió (Divisió 60)				
Volum de negoci	396.498	324.888	5.851.141	4.861.550
Valor afegit al cost dels factors	331.664	404.940	1.890.846	1.667.268
Personal ocupat	5.073	5.366	35.250	34.073
Total serveis audiovisuals				
Volum de negoci	1.930.272	2.146.495	11.908.178	10.425.399
Valor afegit al cost dels factors	864.132	731.527	3.986.628	3.428.629
Personal ocupat	13.613	13.441	76.453	73.591

Font: Idescat (dades sobre Catalunya) i INE (dades sobre l'Estat espanyol).

[169] Vegeu l'apartat 4.1 del capítol II de l'*Informe sobre l'audiovisual de Catalunya 2009*.

L'anàlisi de la divisió 59 per subbranques a Catalunya (amb dades referides a 2008) mostra que les empreses integrades al grup *producció de cinema, vídeo i programes de televisió i enregistrament de so* aporten gairebé les tres quartes parts (72,3%) del volum de negoci amb 1.108.777 milers d'euros. Per al conjunt de l'Estat, aquesta diferència entre les dues subbranques del codi 59 és menor, ja que les empreses dedicades a la producció de cinema, vídeo i programes de televisió representen un 53,2% del global (vegeu la taula 26).

Taula 26. Principals magnituds econòmiques del sector audiovisual del grup 59 per subbranques. Catalunya i Espanya. Any 2008

Catalunya	**Producció cinema, vídeo i programes televisió; enregistrament so[A]**	**Distribució cinema, vídeo i programes televisió i exhibició cinema[B]**
Volum de negoci (milers d'euros)	1.108.777	424.996
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	373.291	159.177
Personal ocupat	5.917	2.624

Estat espanyol	**Producció cinema, vídeo i programes televisió; enregistrament so[A]**	**Distribució cinema, vídeo i programes televisió i exhibició cinema[B]**
Volum de negoci (milers d'euros)	3.468.355	2.588.683
Valor afegit brut al cost dels factors (milers d'euros)	1.471.317	624.465
Personal ocupat	28.437	12.766

[A] Aquesta subbranca inclou les classes 5912 activitats de postproducció cinema, vídeo i televisió; 5915 activitats de producció cinematogràfica i vídeo; 5916 activitats de producció de programes i 5920 activitats d'enregistrament de so i edició musical de la CCAE-2009.
[B] Aquesta subbranca inclou les classes 5914 activitats d'exhibició cinematogràfica; 5917 activitats de distribució cinematogràfica i vídeo i 5918 activitats de distribució de programes televisió de la CCAE-2009.

Font: Idescat (Dades de Catalunya) i INE (dades de l'Estat espanyol).

La variable de valor afegit al cost dels factors és superior en el codi 59 durant l'any 2008, tant a Catalunya com a l'Estat espanyol; per subbranques d'aquest codi, en ambdues zones geogràfiques *producció* supera *distribució i exhibició.*

D'acord amb la FAPAE,[170] que proporciona dades referides al 2009, la facturació total del sector de la producció audiovisual a l'Estat espanyol l'any 2009

[170] FAPAE. *Memoria anual 2010.* [En línia]. Madrid: Federación de Asociaciones de Productoras independientes en España, octubre 2011, p. 53-54. <http://www.fapae.es/archivos/memoria2010/MemoriaAnualFAPAE-2010/MemoriaAnualFAPAE-2010.html> [Consulta: octubre de 2011]

va ser de 2.062 milions d'euros, cosa que representa un decreixement del -9,49% respecte del 2008. El 98% del total es distribueix entre sis comunitats autònomes, dues de les quals, Catalunya (31,50%) i Madrid (46,91%), concentren més del 78%; quatre comunitats més es distribueixen el 20% restant.

Ocupació

L'any 2009, a Catalunya hi ha, d'acord amb l'Idescat, un total de 13.441 persones ocupades en algun tipus d'activitat relacionada amb els serveis audiovisuals: 8.075 en *cinema, vídeo, programes de televisió i activitats d'enregistrament de so* (codi 59) i 5.366 en *activitats de programació i d'emissió de ràdio i televisió* (codi 60). A escala estatal, el 2009 també hi ha més persones ocupades en les empreses classificades en el codi 59, 39.518 davant 34.073 en ràdio i televisió.

D'acord amb la FAPAE,[171] el nombre de persones ocupades directament en el sector de la producció audiovisual l'any 2009 a l'Estat espanyol va ser de 12.959 (13.853 el 2008), una ocupació que es concentra també a la Comunitat de Madrid (44,5%) i Catalunya (22,4%). Darrere es troben Andalusia (8,6%), Galícia (7,6%), el País Valencià (6,0%), el País Basc (5,7%) i la resta de comunitats (5,2%).

4.2 La indústria cinematogràfica a Catalunya

4.2.1 La producció cinematogràfica

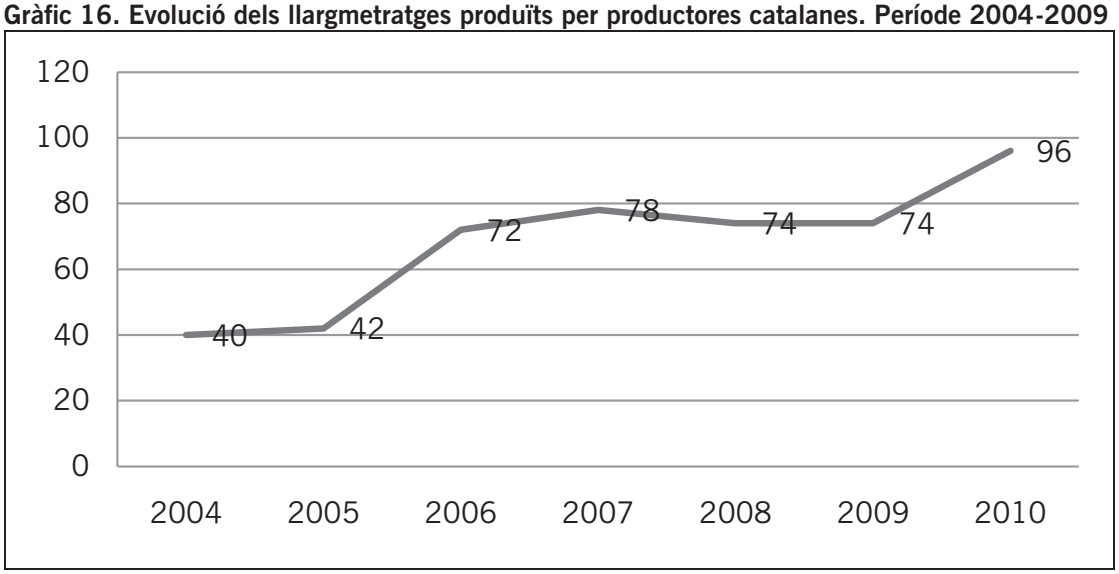
L'any 2010, el volum de produccions cinematogràfiques elaborades a Catalunya per productores catalanes ha augmentat 22 obres respecte del 2009 i s'ha situat en 96, d'acord amb les dades de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC). Més de la meitat d'aquests títols, 40, corresponen a produccions i/o coproduccions realitzades de manera exclusiva per empreses catalanes (vegeu el gràfic 16).

Pel que fa als gèneres de les produccions, el 2010 hi ha diversificació en 13 categories amb predomini de documentals (28 produccions), seguit de drames

[171] FAPAE. *Memoria anual 2010.* [En línia]. Madrid: Federación de Asociaciones de Productoras independientes en España, octubre 2011, p.53.
<http://www.fapae.es/archivos/memoria2010/MemoriaAnualFAPAE-2010/MemoriaAnualFAPAE-2010.html>

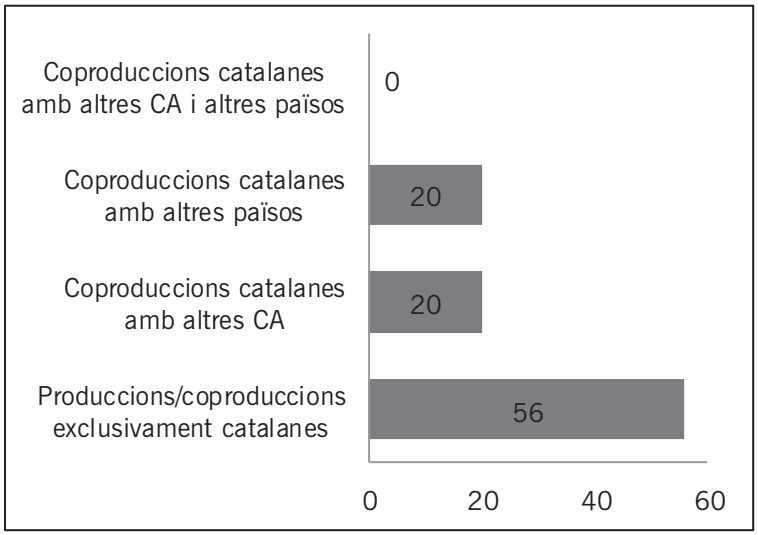
(26 títols), comèdies i animacions (amb 9 títols cadascun) i *thrillers* (7) (vegeu el gràfic 18).

Gràfic 16. Evolució dels llargmetratges produïts per productores catalanes. Període 2004-2009



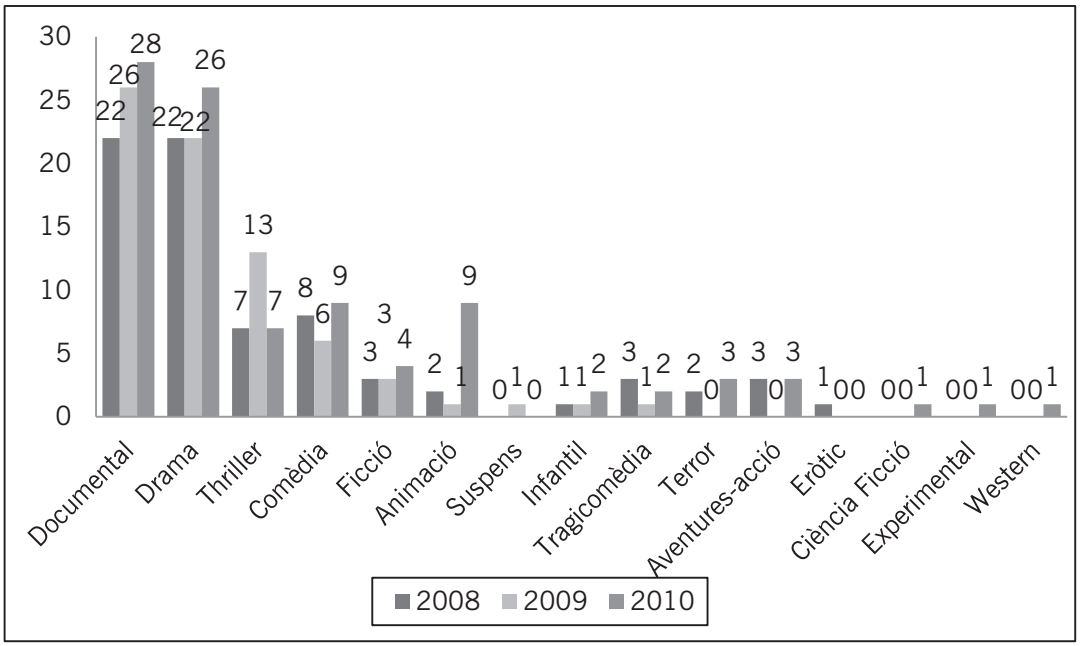
Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 17. Tipologia de la producció catalana de llargmetratges de cinema. Any 2010



Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 18. Gèneres dels llargmetratges produïts i coproduïts a Catalunya. Període 2008-2010

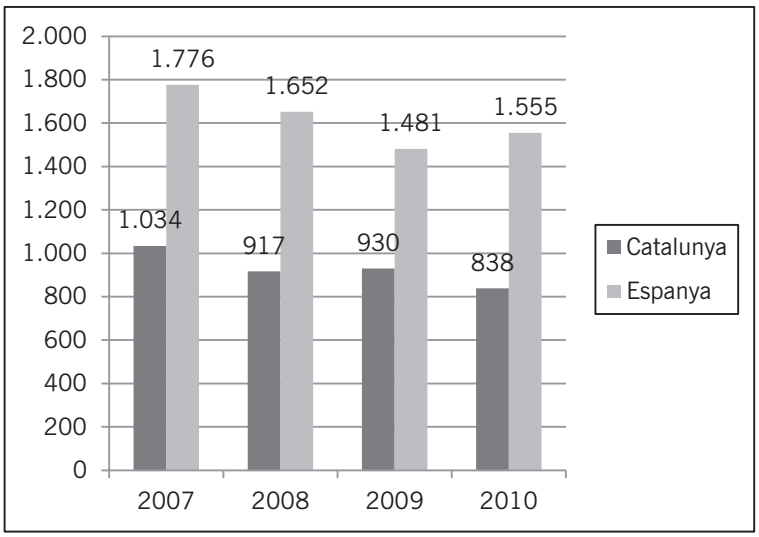


Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

4.2.2 L'oferta i el consum cinematogràfics

El nombre de pel·lícules exhibides a les sales de cinema catalanes durant el 2010 ha estat de 838: 817 llargmetratges i 21 curts, d'acord amb l'ICIC. Això representa 92 pel·lícules menys (82 llargs i 10 curts) que el 2009, i és la xifra més baixa del període 2007-2010 (vegeu el gràfic 19).

Gràfic 19. Nombre de pel·lícules exhibides en sales de cinema a Catalunya i Espanya. Període 2007-2010



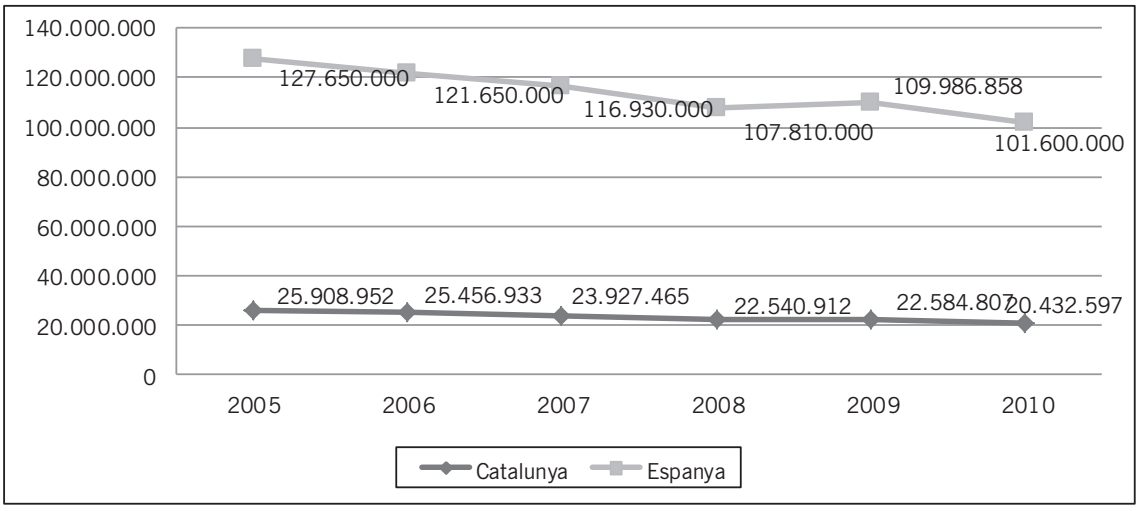
Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (dades de Catalunya) i ICAA – Instituto de las Ciencias y las Artes Audiovisuales del Ministerio de Cultura del Govern d'Espanya (dades referents a l'Estat espanyol).

Així mateix, l'any 2010 també es confirma la tendència al creixement de l'oferta de produccions realitzades per productores catalanes: 141 (137 llargmetratges i 4 curtmetratges), cinc més que el 2009 (amb 136, 129 i 7), nou més que el 2008 (132).

A escala estatal, d'acord amb l'ICAA, el nombre de títols exhibits ha augmentat el 2010 després de la forta baixada produïda l'any anterior: s'han exhibit 1.555 pel·lícules de cinema, 74 més que el 2009, si bé 97 i 221 menys que el 2008 i 2007, respectivament.

Segons les dades de l'ICIC, el 2010 Catalunya ha disminuït el nombre d'espectadors: a les sales es va vendre un total de 20.432.597 entrades, més de dos milions menys que l'any 2009, i la xifra més baixa dels últims sis anys. A Espanya també s'ha donat un descens del nombre de persones espectadores de cinema: 101.600.000 entrades venudes, uns 8 milions llargs d'espectadors menys que el 2009, també el nombre més baix dels darrers sis anys (vegeu el gràfic 20).

Gràfic 20. Persones espectadores de cinema a Catalunya i a Espanya. Període 2005-2010

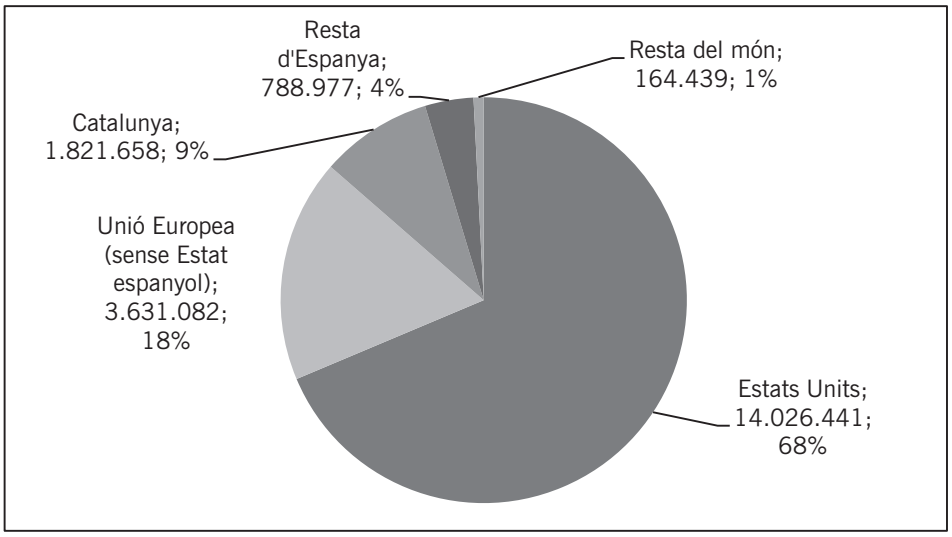


Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (dades de Catalunya) i ICAA – Instituto de las Ciencias y las Artes Audiovisuales del Ministerio de Cultura del Govern d'Espanya (dades referents a l'Estat espanyol).

Quant a la nacionalitat de la producció dels films exhibits a Catalunya, segons dades de l'ICIC, les pel·lícules dels Estats Units són les que van atreure més espectadors durant el 2010. La indústria dels EUA continua liderant el mercat cinematogràfic a Catalunya, i suma 14.026.441 espectadors, gairebé el 70% del

total d'espectadors (68,6%). En segon lloc, el cinema europeu (excloent-ne Catalunya i la resta d'Espanya) ha aconseguit gairebé 4 milions d'espectadors –les tres pel·lícules han sumat 1.268.622 espectadors. El tercer lloc l'ocupa el cinema produït a Catalunya, amb un 8,9%, que, sumat al de la resta d'Espanya, situa la quota d'espectadors del cinema espanyol en el 12,8% (2.310.635 espectadors) (vegeu el gràfic 21).

Gràfic 21. Persones espectadores a Catalunya segons nacionalitat de la producció. Any 2010 (en %)



Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Tal com s'observa a la taula 27, 7 dels 10 llargmetratges més vistos a les sales de cinema a Catalunya l'any 2010 són de nacionalitat nord-americana i 3, britànica. Els dos més vistos són *Avatar* i *Toy Story 3*, dos llargmetratges d'animació que superen el milió i els 600.000 espectadors, i recapten 9,9 i 5,1 milions d'euros, respectivament. En el grup de pel·lícules que superen el mig milió d'espectadors hi ha també el film de nacionalitat britànica *Origen*, que se situa al quart lloc del rànquing, amb 553.166 i 3,6 milions de recaptació, per darrere del llargmetratge nord-americà *Eclipse* (amb 577.589 espectadors i 3,6 milions de recaptació) i per davant de la producció també nord-americana *Alicia en el país de las maravillas* (amb 517.312 persones espectadores i 4,5 milions d'euros de recaptació).

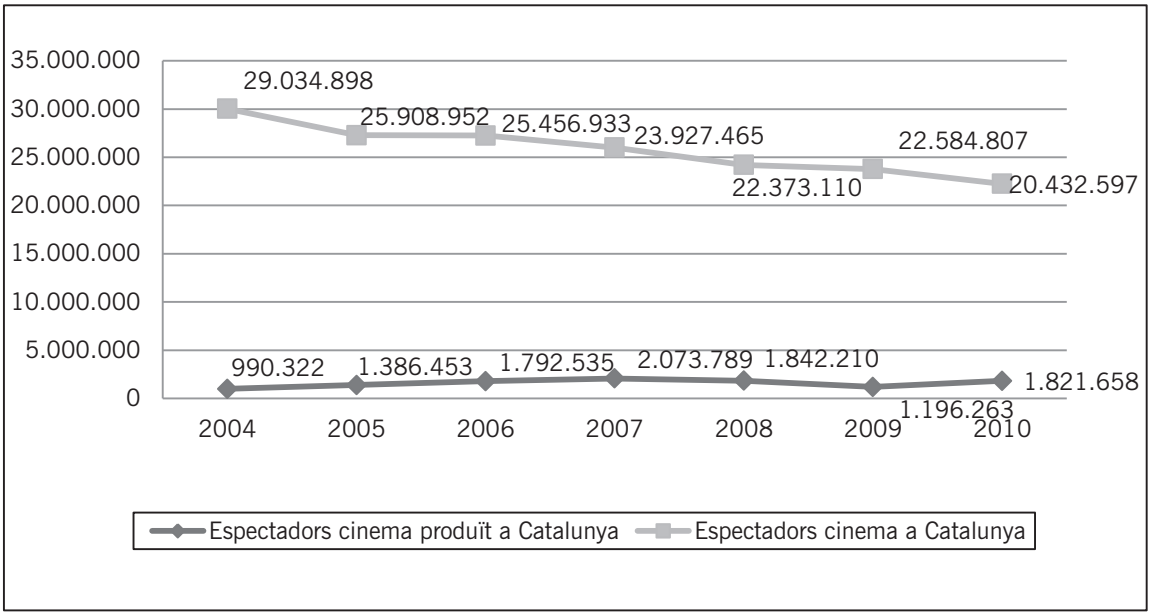
Taula 27. Llargmetratges més vistos a Catalunya. Any 2010

	Títol	Nacionalitat	Persones espectadores	Recaptació (en euros)
1	*Avatar*	Estats Units	1.102.013	9.913.882,88
2	*Toy Story 3*	Estats Units	690.519	5.172.996,36
3	*Eclipse*	Estats Units	577.589	3.676.491,09
4	*Origen*	Regne Unit	553.166	3.589.047,23
5	*Alicia en el país de la maravillas*	Estats Units	517.312	4.512.418,01
6	*Shrek, felices para siempre*	Estats Units	461.069	3.415.706,84
7	*Harry Potter y las relíquias de la muerte: 1ª parte*	Regne Unit	387.959	2.611.172,19
8	*Robin Hood*	Regne Unit	327.497	2.164.462,40
9	*The Karate Kid*	Estats Units	323.307	2.074.595,93
10	*Prince of Persia: Las Arenas del tiempo*	Estats Units	309.839	1.999.435,67

Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

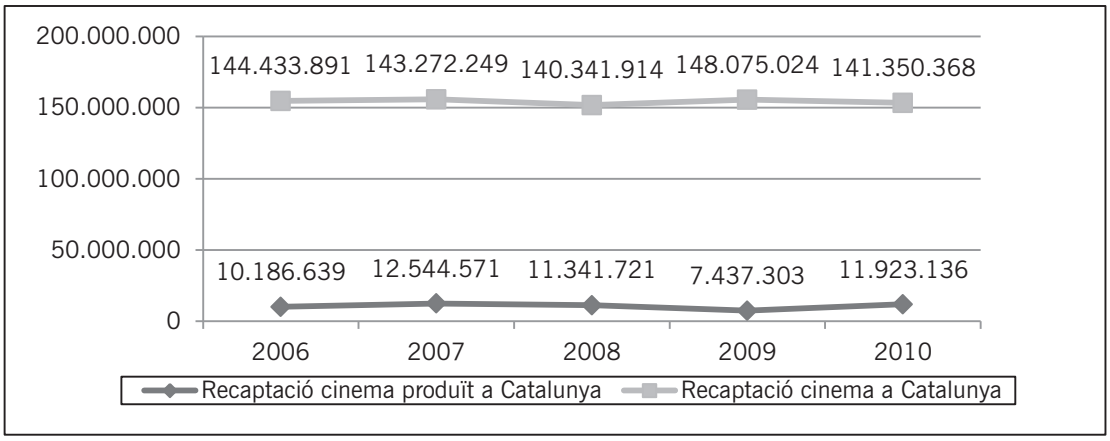
El 2010 ha estat un any de recuperació per al cinema de producció catalana, tant pel que fa al nombre d'espectadors com a la recaptació, en comparació amb l'any 2009: les xifres de totes categories han augmentat (vegeu els gràfics 22 i 23).

Gràfic 22. Persones espectadores de pel·lícules de cinema producció catalana a Catalunya. Període 2004-2010



Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 23. Recaptació de pel·lícules de cinema de producció catalana a Catalunya. Període 2006-2010. En euros



Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

El títol cinematogràfic de producció catalana més vist l'any 2010 ha estat l'adaptació de la novel·la de l'escriptor italià Federico Moccia *Tres metros sobre el cielo*, dirigit per Fernando González Molina i produïda per tres productores (Zeta Audiovisual, Antena 3 Films i Cangrejo Films) amb més d'un milió i mig d'euros de recaptació i 233.221 espectadors. Les altres dues pel·lícules que han superat el milió d'euros de recaptació han estat *Los ojos de Julia* (coproducció de Rodar y Rodar i Televisió de Catalunya dirigida per Guillem Morales) i C*onocerás al hombre de tus sueños* (dirigida per Woody Allen i coproduïda entre Mediapro i la britànica Gravier Productions). D'acord amb la FAPAE, aquesta és la pel·lícula que ha obtingut més recaptació fora de l'Estat espanyol durant el 2010.[172]

Taula 28. Llargmetratges de producció catalana més vistos a Catalunya. Any 2010

	Títol	Persones espectadores	Recaptació (en euros)
1	*Tres metros sobre el cielo*	233.221	1.559.949,41
2	*Los ojos de Julia*	192.226	1.272.399,87
3	*Conocerás al hombre de tus sueños*	178.654	1.190.303,46
4	*Biutiful*	96.852	669.150,39
5	*Pa negre*	92.356	593.256,04
6	*Lope*	87.520	569.171,51
7	*Buried (Enterrado)*	72.640	483.571,46
8	*Cinéclub*	67.769	427.136,70
9	*Pájaros de papel*	54.369	349.144,57
10	*Océanos*	45.247	305.933,67

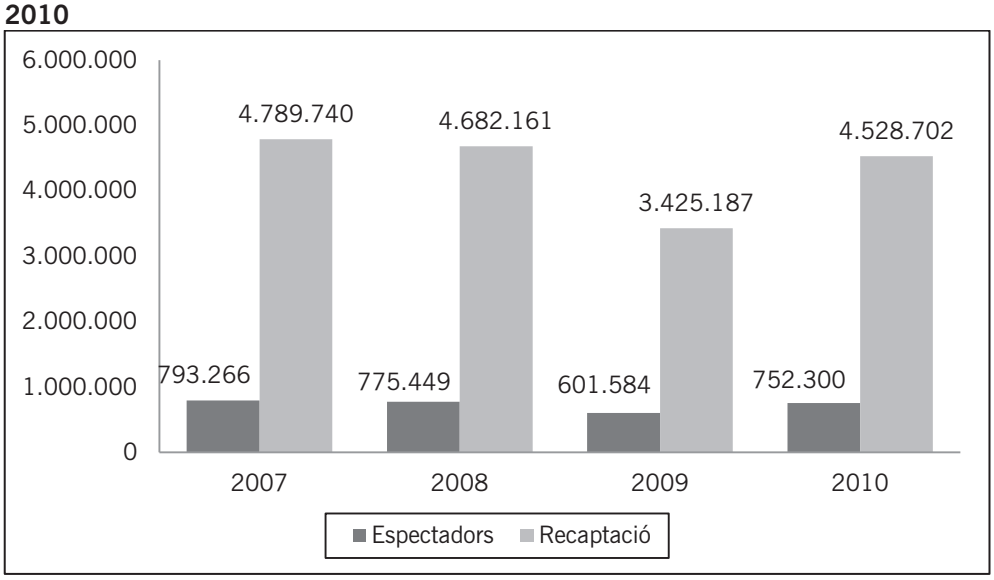
Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[172] FAPAE. *Memoria anual 2010.* [En línia]. Madrid: Federación de Asociaciones de Productoras independientes en España, octubre 2011, p. 74.
<http://www.fapae.es/archivos/memoria2010/MemoriaAnualFAPAE-2010/MemoriaAnualFAPAE-2010.html>

4.2.3 El cinema en català

Segons les dades de l'ICIC, el nombre de persones espectadores de cinema en llengua catalana ha augmentat l'any 2010: l'assistència en sales comercials ha estat de 752.300 persones, 150.716 més que el 2009. La recaptació ha estat de 4.528.701,76 euros, més d'un milió més respecte del 2009. D'acord amb l'ICIC, el català és la llengua escollida pel 3,6% dels espectadors de les sales de cinema catalanes (vegeu el gràfic 24).

Gràfic 24. Persones espectadores i recaptació del cinema en català a Catalunya. Període 2007-2010



Font: ICIC – Departament del Cultura de la Generalitat de Catalunya.

L'any 2010 coincideix que les tres pel·lícules més vistes en llengua catalana són de nacionalitat també catalana: *Pa negre* (92.356 persones espectadores i 593.256,04 euros de recaptació), *Cinéclub* (67.769 persones espectadores i 427.136,70 euros) i el documental dirigit per Carles Bosch sobre l'alzheimer *Bicicleta, cullera, poma* (41.664 persones espectadores i 248.375,70 euros de recaptació). No és fins al quart lloc (en termes d'espectadors) que es troba un llargmetratge nord-americà: el film d'animació *Toy Story 3* (34.255 persones espectadores i 194.874,95 euros de recaptació). La catalana *Herois*, cinquena quant a persones espectadores (33.730), ocupa el quart lloc en recaptació (221.617 euros) (vegeu la taula 29).

Taula 29. Llargmetratges més vistos en llengua catalana. Any 2010

	Títol	Nacionalitat	Persones espectadores	Recaptació (en euros)
1	*Pa negre*	Catalunya	92.356	593.256,04
2	*Cinéclub*	Catalunya	67.769	427.136,70
3	*Bicicleta, cullera, poma*	Catalunya	41.664	248.375,70
4	*Toy Story 3*	Estats Units	34.255	194.874,95
5	*Herois*	Catalunya	33.730	221.616,64
6	*Coneixeràs a l'home dels teus somnis*	Catalunya	29.767	190.581,06
7	*Shrek, feliços per sempre*	Estats Units	27.075	152.293,83
8	*Bruc*	Catalunya	25.855	162.539,44
9	*La llegenda de l'innombrable*	Catalunya	23.859	154.631,10
10	*Com entrenar el teu drac*	Estats Units	21.836	122.181,53

Font: ICIC – Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

5. Estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya

El sector de la publicitat s'estructura empresarialment en quatre grans blocs, que són els anunciants, les agències de publicitat que s'encarreguen de la creativitat de les campanyes publicitàries, les agències de mitjans que s'ocupen de la planificació de mitjans i de la compra d'espais publicitaris, i els suports publicitaris, entre els quals es troben els mitjans de comunicació que, d'aquesta manera, generen ingressos.

Les agències de publicitat i de mitjans constitueixen el nucli del sector publicitari a través d'una gran diversitat d'activitats i d'empreses. Aquesta diversitat es reparteix entre agències creatives, de serveis, centrals de compra d'espais en els mitjans de comunicació convencionals i no convencionals, agències de màrqueting directe, de màrqueting telefònic, agències de promoció, etc., a més d'una indústria auxiliar important formada per professionals en la realització d'espots, fotògrafs, grafistes, etc.

Les empreses espanyoles i les filials estrangeres a Espanya, entre les quals hi ha les societats amb activitat publicitària, són recollides per l'Institut Nacional d'Estadística (INE) en el Directori Central d'Empreses (DIRCE). Aquest directori agrupa i relaciona les dades de les empreses per condició jurídica, per àmbits (estatal, autonòmic i provincial), per estrat d'assalariats i per activitat principal, segons la Classificació nacional d'activitats empresarials (CNAE-2009).

D'acord amb la CNAE-2009, classificació que va entrar en vigor el 2009 en substitució de la CNAE-93,[173] el sector de la publicitat queda configurat dins del codi *73 publicitat i estudis de mercat*. Aquest codi incorpora la prestació de serveis de publicitat (amb recursos propis o mitjançant subcontratació), incloent-hi l'assessorament, els serveis de creatius, la producció i la compra de material publicitari, la col·locació d'anuncis a revistes, ràdio, televisió i altres mitjans de comunicació, així com el disseny d'estructures i la ubicació d'exposicions. Al seu torn, aquest apartat es divideix en dues subclasses: *731 publicitat* i *732 estudi de mercat i realització d'enquestes d'opinió pública.*

Dins de l'apartat *731 publicitat*, s'han establert dues subcategories: la primera, denominada *7311 agències de publicitat,* inclou la prestació dels serveis de publicitat, l'assessorament, els serveis de creatius, la producció i la compra de material publicitari. Segons la CNAE-2009, quedarien fora d'aquest subapartat aquelles activitats relacionades amb l'edició de material publicitari, la producció d'anuncis, la fotografia publicitària, l'organització de fires de mostres i convencions o els serveis relacionats amb la correspondència. Quant a la segona subcategoria, *7312 serveis de representació de mitjans de comunicació*, engloba les empreses les activitats de les quals estan relacionades amb la venda o la revenda de temps i espais als mitjans de comunicació que ho sol·licitin.

Per la seva banda, el codi *732 estudi de mercat i realització d'enquestes d'opinió pública* comprèn, per un costat, els estudis sobre productes i serveis o sobre hàbits de compra i, per l'altre, les enquestes d'opinió pública sobre temes polítics, econòmics i socials. En tots dos casos, s'hi inclou l'anàlisi estadística dels resultats.

D'acord amb el sistema de classificació CNAE-2009,[174] durant el 2010 el nombre de societats amb seu social a Catalunya que es dediquen a la publicitat (codi 731) decreix en 30 empreses, i passa de 6.768 el 2009 a 6.738 el 2010. A escala estatal es produeix també una tendència a la baixa: el 2010 es

[173] INE. *CNAE-2009*. Madrid: INE, 2011. [En línia].
<http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/notasex_cnae_09.pdf>
[Consulta: octubre de 2011]
[174] INE. *Directori Central de Empresas* (DIRCE) [En línia].
<http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do?per=12&type=db&divi=DIR&idtab=15>
[Consulta: octubre de 2011]

comptabilitzen 30.100 societats amb activitats publicitàries, 177 empreses menys que el 2009. La participació catalana sobre el total a escala estatal es manté el 2010 en el 22,4% pel que fa al codi 731; en canvi, la de les empreses d'estudis de mercat (codi 732) augmenta lleugerament respecte del 2009 (vegeu la taula 30).

Taula 30. Evolució i participació del cens d'empreses de publicitat a Espanya i a Catalunya. Període 2008-2010

		Empreses espanyoles			Empreses amb seu a Catalunya			Variació a Catalunya (%)		Participació catalana (%)		
Codi (CNAE-2009)	Activitat	2008	2009	2010	2008	2009	2010	09/08	10/09	2008	2009	2010
731	Publicitat	29.425	30.277	30.100	6.450	6.768	6.738	4,9	-0,4	21,9	22,4	22,4
732	Estudis de mercat	4.869	4.869	4.847	1.015	1.000	1.039	-1,5	3,9	20,8	20,5	21,4
73	Total publicitat i estudis de mercat	34.294	35.146	34.947	7.465	7.768	7.777	4,1	0,1	21,8	22,1	22,3

Font: DIRCE. (CNAE-2009).

D'altra banda, l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat),[175] a partir de l'*Enquesta anual de serveis* de l'INE, elabora informació, entre d'altres, sobre l'estructura empresarial de l'activitat publicitària a Catalunya. D'acord amb el canvi de classificació de la CNAE-93 a la CNAE-2009, també a escala catalana s'ha actualitzat la classificació d'activitats econòmiques de la CCAE 93 a la CCAE 2009. La nova classificació, que entra en vigor el 2009, s'aplica per primera vegada sobre l'Enquesta anual de serveis que té com any de referència el 2008. L'adaptació a nous criteris fa que no sigui possible la comparació amb anys anteriors (*http://www.idescat.cat/serveis/*).

D'acord amb les dades d'Idescat, el volum de negoci a Catalunya de les empreses del sector publicitari (codi 73) passa de 4.428.977 milers d'euros el 2008 a 3.583.795 milers d'euros el 2009, és a dir, en un any els ingressos per volum de negoci es redueixen en 845.182 milers d'euros (-19,0%); una caiguda que va acompanyada d'un descens en la resta d'indicadors principals del sector

[175] Idescat. *Enquesta anual de serveis 2009.* [En línia].
<http://www.idescat.cat/serveis/?tc=1&se=337> [Consulta: octubre de 2011]

empresarial de publicitat de Catalunya: el nombre d'empreses de publicitat ha disminuït en 199 (-2,9%), i passa de 6.842 el 2008 a 6.643 el 2009.

El valor afegit brut al cost dels factors, que equival a la renda bruta de les activitats d'explotació de les empreses de publicitat que es destina a la remuneració dels factors productius, decreix el 2009 un 15,1% respecte de l'any anterior; es passa d'un valor afegit brut de 1.245.110 milers d'euros el 2008 a 1.056.799 milers d'euros el 2009; a l'últim, també s'ha vist reduït el nombre de treballadors ocupats, de 30.449 el 2008 a 29.993 en 2009, cosa que representa 3.456 treballadors menys (-11,4%).

Les caigudes generalitzades del sector empresarial de publicitat mostren i constaten, com en altres sectors econòmics significatius en l'aportació al producte interior brut, la desacceleració econòmica global viscuda el 2008 i la tendència decreixent dels paràmetres d'ingressos per empresa i per treballador durant l'any 2009 (vegeu la taula 31).

Taula 31. Dimensió del sector empresarial de publicitat de Catalunya. Període 2008-2009

Any	**Nombres d'empreses de publicitat**	**Treballadors ocupats**	**Volum de negoci** (milers d'euros)	**Valor afegit brut al cost dels factors** (milers d'euros)
2008	6.842	30.449	4.428.977	1.245.110
2009	**6.643**	**26.993**	**3.583.795**	**1.056.799**
Variació 09/08 (%)	-2,9	-11,4	-19,0	-15,1

Font: Idescat. *Enquesta anual de serveis 2009.* <http://www.idescat.cat/serveis/?tc=1&se=337> [Consulta: octubre de 2011]

6. Ajuts econòmics i financers de caràcter públic al sector audiovisual

Aquest apartat dóna a conèixer de manera específica quines han estat les línies d'actuació promogudes per la Generalitat de Catalunya i la Unió Europea entorn del sector de l'audiovisual en termes d'ajuts econòmics i/o financers.[176] S'indiquen, en cada cas i en la mesura que ha estat possible, les institucions implicades i encarregades de gestionar l'ajut, quins n'han estats els destinataris i el pressupost

[176] Al tancament d'aquest informe no es disposa dels imports en concepte d'ajuts a la producció, distribució i exhibició d'obres audiovisuals que atorga l *Instituto de la Cinematografia y de lasArtesAudiovisuales* (ICAA).

de les diverses línies d'actuació. Cal tenir en compte que la crisi financera i els seus efectes, la desacceleració econòmica viscuda durant el 2008 –que s'intensifica al llarg de l'any 2009–, han provocat restriccions en el pressupost general de gairebé tots els organismes, cosa que ha repercutit a l'hora d'atorgar els ajuts econòmics al sector.

L'apartat també inclou informació sobre la inversió en obra audiovisual europea i, més específicament, sobre el finançament anticipat d'obres audiovisuals europees per part de TVC, SA. El total que s'hi ha dedicat el 2009, si bé inferior al d'anys anteriors, supera amb escreix l'obligació legal de destinar-hi un 6%.

6.1 Ajuts de la Generalitat de Catalunya

El Govern català atorga al sector audiovisual un conjunt d'ajuts en forma de subvencions que són administrats per diversos organismes públics: l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC), del Departament de Cultura, i l'Institut Català de Finances (ICF), del Departament d'Economia i Finances.

6.1.1 Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC)

L'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC)[177] mitjançant l'Àrea de l'Audiovisual, ha destinat durant l'any 2010 16.735.830 euros en concepte d'ajuts al sector audiovisual, un 4,4% menys (-176.506 euros) que l'any anterior. Continua així la tendència a la baixa iniciada el 2009 quan les subvencions ja es van reduir un 8,3% respecte del 2008.

Els àmbits en què l'ICIC ha distribuït aquest pressupost el 2010 han estat els mateixos quatre que l'any anterior: suport a la formació; a la producció; a la difusió/promoció i a la millora de les infraestructures.

Com cada any, el 2010 la línia de finançament de suport a la producció és la que s'enduu més pressupost: un 76,7% del total (que representa un creixement de 0,4 punts respecte del 2009), malgrat que l'import concedit per l'ICIC per aquest concepte ha disminuït en 63.880 euros. El segon lloc correspon a la

[177] INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (ICIC). *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2010.* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2011. pàg. 21 <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/Memoria%202010.pdf> [Consulta: juliol de 2011]

partida dedicada al suport a la difusió i promoció, 3.054.921 euros, que representa un 18,3% sobre el total (0,7 punts menys que l'any anterior). L'import atorgat el 2010 en aquest àmbit també ha disminuït (160.6260 euros menys). Pel que fa a les dues línies restants, el suport a la formació rep un 4%, amb la mateixa quantitat que el 2008 (673.000 euros), i la millora de les infraestructures, un 1%, tot mantenint l'import des del 2008 (vegeu la taula 32).

Taula 32. Subvencions i ajuts concedits al sector audiovisual per part de l'Àrea de l'Audiovisual de l'ICIC. Període 2008-2010 (en euros)

	2008		2009		2010		
Subvenció	**Import concedit**	**%**	**Import concedit**	**%**	**Import concedit**	**%**	**Variació 10/09 (%)**
Suport a la producció	15.233.166	82,6	12.905.123	76,3	12.841.243	76,7	-0,5
Suport a la difusió i promoció	2.378.811	12,9	3.215.547	19,0	3.054.921	18,3	-5,0
Suport a la formació	673.000	3,6	625.000	3,7	673.000	4,0	7,7
Suport a la millora de les infraestructures	166.666	0,9	166.666	1,0	166.666	1.0	0,0
Total subvencions	**18.451.643**	**100,0**	**16.912.336**	**100,0**	**16.735.830**	**100,0**	**-4,4**

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2011).

Els 12.841.243 euros que l'ICIC ha concedit a la producció audiovisual s'han articulat específicament a través de diverses línies de concurrència pública i ajuts singulars per a projectes audiovisuals, fruit de la renovació del conveni de col·laboració signat entre l'ICIC i Televisió de Catalunya[178] (vegeu la taula 33).

Durant l'any 2010, han estat 214 els projectes subvencionats en aquesta línia (33 més que el 2009), amb una mitjana de 60.005 euros per projecte. El 2009 els projectes subvencionats van ser 181, amb una mitjana de 71.299 euros, i el 2008, 149 amb 102.236 euros de mitjana per projecte (vegeu la taula 33).

[178] INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (ICIC). *Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals 2010.* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2011. pàg. 62 <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/ICIC/Documents/Arxiu%20ICIC/Memoria%202010.pdf>

Taula 33. Subvencions de l'ICIC a la producció. Any 2010 (en euros)

Concepte	Projectes	Import concedit
Per a la producció d'obres audiovisuals per a cinema i televisió amb alta capacitat d'exhibició (i difusió cinema)	10	2.790.100
Per a empreses de producció independents per a la realització de llargmetratges televisius de ficció destinats a ser emesos per televisió	17	1.800.000
Per a la producció de llargmetratges cinematogràfics i produccions de gran format	16	1.614.980
Per a la realització de sèries i llargmetratges d'animació destinats a ser emesos per televisió	8	1.500.000
Per afavorir l'explotació i la difusió de llargmetratges cinematogràfics i produccions de gran format	19	1.202.094
Per a la producció de llargmetratges cinematogràfics que tinguin mèrits artístics i culturals	10	1.000.000
Subvencions excloses de concurrència	4	921.200
Per a la producció d'obres audiovisuals per a cinema i televisió amb alta capacitat d'exhibició i difusió (televisió)	4	720.000
Per a la millora de projectes audiovisuals en fase de desenvolupament	59	550.870
Subvencions a empreses de producció independents per a la realització de documentals destinats a ser emesos per televisió	31	530.000
Per a la producció de curtmetratges cinematogràfics	34	150.000
Ajuts singulars a la millora de projectes audiovisuals en fase de desenvolupament	1	50.000
Ajuts singulars a projectes audiovisuals	1	12.000
Total any 2010	**214**	**12.841.244**
Total any 2009	**181**	**12.905.123**
Total any 2008	**149**	**15.233.166**

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2011).

Pel que fa a les subvencions a projectes de difusió i de promoció del sector audiovisual, l'import de 2010 ha estat de 3.054.921 euros, davant els 3.215.547 euros del 2009 (un -5%, 160.626 euros menys). Tot i això, el total de 2010 supera en 676.110 euros el de 2008 (+24,8%). També en aquesta línia de subvencions, a l'igual de la de producció, el 2010 augmenta el nombre de projectes subvencionats (134 en total, 25 més que el 2009), que reben una mitjana de 22.798 euros per projecte. Als 109 projectes subvencionats l'any 2009 els va correspondre una mitjana de 29.500 euros, i als 103 de 2008, de 23.092 euros per projecte (vegeu la taula 34).

Taula 34. Subvencions i ajuts de l'ICIC a la difusió i la promoció del sector audiovisual. Any 2010 (en euros)

Concepte	Projectes	Import concedit
Ajuts singulars a projectes d'especial interès	7	1.632.121
Per a l'organització, promoció i difusió a Catalunya d'esdeveniments audiovisuals	57	992.800
Per a l'accés de les sales d'exhibició cinematogràfica independents de petits nuclis urbans o rurals a còpies de pel·lícules comunitàries i iberoamericanes	70	430.000
Total any 2010	**134**	**3.054.921**
Total any 2009	**109**	**3.215.547**
Total any 2008	**103**	**2.378.811**

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2011).

En l'àmbit del suport a la millora de les infraestructures, l'ICIC ha concedit el mateix import que els dos anys anteriors: 166.666 euros, que recauen en un sol ajut singular destinat al Parc Audiovisual de Catalunya de Terrassa.

Finalment, la dotació total en formació ha estat de 673.000 euros, que s'han distribuït en tres centres –un més que l'any passat– (vegeu la taula 35).

Taula 35. Ajuts de l'ICIC a la formació audiovisual. Període 2008-2010 (en euros)

	2008	2009	2010
Destinatari	**Import concedit**	**Import concedit**	**Import concedit**
Centre Calassanç de Formació Professional (ESCAC)	600.000	600.000	600.000
Fundació Taller de Guionistes: mòduls temàtics en guió de cinema i televisió	25.000	25.000	25.000
IDEC-Universitat Pompeu Fabra: màster en documental de creació	48.000	-	48.000
Total	**673.000**	**625.000**	**673.000**

Font: Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) (2011).

6.1.2 Departament de Cultura

En l'àmbit dels mitjans de comunicació, el Departament de Cultura ha comptat durant el 2010 amb dues tipologies de subvenció. D'una banda, ha atorgat subvencions en règim de concurrència competitiva a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per mitjans de comunicació privats (empreses de premsa en suport paper, de premsa digital, de televisió i de ràdio); de l'altra, i en règim de concurrència no competitiva, subvencions estructurals per a l'ús del català i l'aranès en premsa periòdica en suport paper, digital, televisió i ràdio. Entre totes dues línies, el Departament de Cultura ha

destinat durant l'any 2010 un total de 14.465.185 euros, cosa que representa un augment del 31,3% respecte del 2009 (3.446.333 euros més).

L'any 2010, les subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació han estat de gairebé tretze milions d'euros (12.447.992 euros), 3.362.038 euros més, un 37,0%, que l'any 2009. Cal destacar el creixement de les subvencions a la premsa en suport paper i digital, amb un 57,6% i un 52,3%, respectivament, i també a la ràdio, encara que amb un augment inferior (21,9%). Amb el sector televisiu ha passat el contrari: un any més i per quart consecutiu ha viscut un nou descens en les subvencions: un 14,5% respecte del 2009.

Pel que fa a la distribució per mitjans de les subvencions atorgades pel Departament en concepte de projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació, s'observa l'augment d'import i de quota a la premsa en suport paper i a la premsa digital. Per contra, hi ha una disminució en la proporció dels ajuts a la ràdio, d'un 13,2% el 2009 a un 11,7% el 2010 tot i que, en valors absoluts, se n'ha incrementat la xifra. Cal destacar també el decreixement, d'import i percentual, al sector de la televisió, que del 21,0% el 2009 ha baixat al 13,1% el 2010, fet que el relega darrere de la premsa en suport paper i la premsa digital (vegeu la taula 36).

Taula 36. Subvencions a projectes de mitjans de comunicació que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació. Període 2008-2010 (en euros)

	2008		2009		2010	
	Import	**%**	**Import**	**%**	**Import**	**%**
Premsa en suport paper	5.772.056	50,5	4.682.680	51,5	7.379.169	59,3
Premsa digital	1.509.800	13,2	1.300.000	14,3	1.979.670	15,9
Televisió	2.923.877	25,6	1.905.274	21,0	1.629.153	13,1
Ràdio	1.215.000	10,6	1.198.000	13,2	1.460.000	11,7
Total subvencions	**11.420.733**	**100,0**	**9.085.954**	**100,0**	**12.447.992**	**100,0**

Font: Departament de Cultura
Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març –DOGC núm. 5874, de 9 de maig de 2011.

En ràdio, el 2010 s'han subvencionat quinze projectes, de catorze societats. Els cinc projectes amb més dotació corresponen a quatre societats i entre tots representen el 76,8% del total concedit. Aquestes són Radiocat XXI, SL; Sociedad

Española de Radiodifusión, SA; Grup Flaix, SL, i Premsa d'Osona (vegeu la taula 37).

Taula 37. Subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per emissores de ràdio de titularitat privada. Any 2010 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Radiocat XXI, SL	Consolidació i expansió del model radiofònic al conjunt del territori	449.802
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Tercera fase del projecte d'innovació tecnològica i digital de la xarxa de ràdio ONAfm i formació de professionals en el camp comercial a la xarxa d'emissores d'ONAfm	300.000
Grup Flaix, SL	Consolidació i ampliació del projecte d'*streaming*	158.515
Radiocat XXI, SL	Plataforma RACC 105, un suport multicanal audiovisual i interactiu	113.125
Premsa d'Osona, SA	Estudis centrals per a El 9 FM	100.000
Ràdio Espanya de Barcelona, SA	Projecte de periodisme radiofònic de proximitat per a la projecció del territori de la demarcació de Girona	80.000
Grupo Simalro, SL	Inici de les activitats	50.000
Fundació Missatge Humà i Cristià	Adquisició d'una taula de so digital, un mesclador i la renovació del centre emissor de Barcelona	40.000
Ràdio Marina, SA	Adequació i manteniment dels estudis de producció	32.485
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Digitalització dels equipaments de realització, emissió, edició i arxiu de l'emissora Pròxima FM	31.020
D-9 Comunicació, SL	Enllaços de ràdio per emissió i contribució	25.053
La Seva Llar el Seu Món, SL	Adquisició de diversos equipaments tècnics	20.000
Publicacions Penedès, SA	Adquisició de l'equipament necessari per poder començar les emissions radiofòniques	20.000
Metropolitana d'Audiovisuals, SL	Ampliació de l'estudi central i millora del sistema de continuïtat	20.000
Mola TV, SL	Automatització i millora dels estudis i del sistema d'emissió de Mola FM	20.000
Total ajuts 2010 a projectes de ràdio		**1.460.000**
Total ajuts 2009 a projectes de ràdio		**1.198.000**
Total ajuts 2008 a projectes de ràdio		**1.215.000**

Font: Departament de Cultura
Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març –DOGC núm. 5874, de 9 de maig de 2011.

Els vint-i-dos projectes subvencionats en televisió corresponen a vint titulars de programes i a dues agrupacions d'empreses privades de televisió local. Els tres projectes de dotació més alta sumen més de la meitat de l'import de les subvencions d'aquest grup (56,8%) i corresponen a Emissions Independents de Catalunya, SAU; Televisions Digitals Independents, AIE i Smile Advertising, SL. (vegeu la taula 38).

Taula 38. Subvencions a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació presentats per emissores de televisió de titularitat privada. Any 2010 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Emissions Independents de Catalunya, SAU	Optimització de l'emissió del múltiplex TDT	650.000
Televisions Digitals Independents, AIE	Sistema d'arxiu compartit en IP entre totes les televisions de TDI	205.000
Smile Advertising, SL	Renovació i ampliació en SDI de la continuïtat de Canal Català a Barcelona. Ampliació dels platós de Canal Català a Barcelona	100.000
Tele Taxi Televisió Digital, SL	Adaptació de la sala de realització i continuïtat comuna a les demarcacions del Baix Llobregat, Vallès Occidental i Camp de Tarragona.	75.000
Taelus, SL	Infraestructures necessàries per a enregistraments i directes en format digital	50.000
Prensa Leridana, SA	Ampliació de cobertura d'emissió digital de la TDTL	76.000
Televisió de Manresa, SL	Posada en marxa d'un nou model de programació amb emissió per TDT i web	40.000
ETV-Llobregat TV, SL	Adquisició dels equipaments per als serveis informatius i per al segon plató	38.000
Tortosa Televisió, SL	Planificació del trasllat dels estudis de Canal TE a la ciutat de Tortosa	30.000
Televisions Locals Catalanes de Proximitat, SL	Plataforma de transferència de dades d'àudio i de vídeo entre les televisions agrupades a TvLocal.cat	30.000
Gibson Time, SL	Segona fase de l'adaptació tècnica del plató 2 de 25tv a un plató virtual	33.000
Mola TV, SL	Consolidació del procés de digitalització i l'automatització dels estudis de MolaTV	29.000
Iniciatives de Televisió, SL	Enllaç digital IP entre la unitat mòbil i els estudis de Canal Reus TV	25.000
EBE Imatge i Comunicació, SL	TDT com a impuls d'un grup multimèdia ebrenc	30.000
D-9 Comunicació, SL	Adaptació del format d'enregistrament, edició i emissió a 16:9	32.000
Televisió del Ripollès, SL	Digitalització de la realització, del plató i dels sistemes de gravació a exteriors	32.000
Televisió de Girona, SL	Millora de la xarxa de comunicació. Adquisició de càmeres. Formació del personal tècnic i comercial i millora del lloc web de la televisió	66.000
Televisió de Roses, SL	Digitalització i l'automatització del plató i de la realització	18.000
Publicacions Penedès, SA	Adquisició del material necessari per garantir l'edició, la postproducció, l'enregistrament i la continuïtat de qualitat	20.000
Produccions Alt Empordà, SLU	Cablejat digital de connexions i protecció d'aparells	30.000
CAT 4 TV, SL	Renovació d'equipament	12.000
Dracvisió, SL	Instal·lació d'enllaços WiMax mòbils i fixos per a *streaming* en temps real de vídeo i la tramesa de dades	8.153
Total ajuts 2010 a projectes de televisió		**1.629.153**
Total ajuts 2009 a projectes de televisió		**1.905274**
Total ajuts 2008 a projectes de televisió		**2.923.877**

Font: Departament de Cultura
Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març, publicada al DOGC núm. 5874, de 9 de maig de 2011.

L'any 2010, les subvencions estructurals per a l'ús del català i l'aranès a la ràdio, la televisió i la premsa digital superen els dos milions d'euros, una xifra semblant a la del 2008 i un 4,4% superior a la del 2009. Com a novetat del 2010, la premsa digital, amb un 32,5% més que el 2009, supera per primera vegada la televisió tant en termes percentuals com absoluts i és el mitjà que més pes específic té (vegeu la taula 39).

Taula 39. Subvencions estructurals per a l'ús del català i l'aranès a la televisió, la ràdio i la premsa digital. Període 2008-2010 (en euros)

	2008		2009		2010	
	Import	**%**	**Import**	**%**	**Import**	**%**
Televisió	783.329	38,4	750.000	38,8	627.087	31,1
Premsa digital	670.000	32,9	632.898	32,7	838.415	41,6
Ràdio	585.000	28,7	550.000	28,5	551.691	27,3
Total	**2.038.329**	**100,0**	**1.932.898**	**100,0**	**2.017.193**	**100,0**

Font: Departament de Cultura
Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març, publicada al DOGC núm. 5874, de 9 de maig de 2011

En l'àmbit de la ràdio, durant l'any 2010, s'han destinat 551.691 euros en subvencions estructurals per a l'ús del català i l'aranès a 16 projectes, corresponents a catorze destinataris. Els cinc destinataris (amb set projectes) que han obtingut un import més elevat el 2010 són: RadiocatXXI, SL (RAC1 i RAC105); Catalana i Aranesa de Telecomunicacions, SL (Gum FM Aran i Gum FM Pirineu); Sociedad Española de Radiodifusión, SA (Ona FM); Ràdio Olot, SA i Ràdio Flaixbac, SA. Tots junts sumen el 52,7% del total concedit (vegeu la taula 40).

Taula 40. Subvencions estructurals per a l'ús del català o l'aranès a projectes de ràdio atorgades pel Departament de Cultura. Any 2010 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Radiocat XXI, SL	RAC1	77.616
Sociedad Española de Radiodifusión, SA	Ona FM	50.863
Ràdio Olot, SA	Ràdio Olot	40.419
Radio Flaixbac, SA	Ràdio Flaixbac	40.029
Osonenca de Ràdio i Televisió, SA	Ràdio Vic	36.153
Flaix FM, SL	Flaix FM	35.816
Ràdio Ripoll, SL	Ràdio Ripoll	33.067
Ràdio Terraferma de Lleida, SA	Segre Ràdio	29.731
Fundació Missatge Humà i Cristià	Ràdio Estel	29.109
Radiocat XXI, SL	RAC105	28.710
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió	Pròxima FM	27.060
Catalana i Aranesa de Telecomunicacions SL	Gum FM Aran	26.493
Catalana i Aranesa de Telecomunicacions SL	Gum FM Pirineu	26.493
Comunicacions dels Ports, SA	Els Ports Ràdio	24.601
Imagina Ràdio, SL	Imagina Ràdio	22.807
Ràdio Marina, SA	Ràdio Marina	22.727
Total		**551.691**

Font: Departament de Cultura
Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març, publicada al DOGC núm. 5874, de 9 de maig de 2011

Pel que fa al sector televisiu, durant l'any 2010 s'han destinat subvencions estructurals per a l'ús del català i l'aranès a 19 projectes, amb 627.087 euros en total, a dinou destinataris. Els cinc que han obtingut un import més elevat han estat Televisió de Girona, SL; UTE Canal Català Maresme, SL; ETV-Llobregat TV, SL; Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL i Televisió del Ripollès, SL. Entre tots, sumen el 36,9% de l'import total concedit (vegeu la taula 41).

Taula 41. Subvencions estructurals per a l'ús del català o l'aranès a projectes de televisió atorgades pel Departament de Cultura. Any 2010 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Televisió de Girona, SL	Televisió de Girona	57.754
UTE Canal Català Maresme	Canal Català Maresme	48.194
ETV-Llobregat TV, SL	ETV-Llobregat TV	44.294
Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL	Pirineus Televisió	41.508
Televisió del Ripollès, SL	Televisió del Ripollès	39.721
Comunicacions dels Ports, SA	Nord Televisió	37.648
Televisió de Manresa, SL	TVM Televisió de Manresa	37.280
Dracvisió, SL	CC Girona Pla	36.608
Mola TV, SL	Mola TV	34.791
Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL	El 9 TV	34.184
D-9 Comunicació, SL	TV Costa Brava	31.640
Televisió de Roses, SL	Empordà Televisió	30.454
Tortosa Televisió, SL	Canal TE	26.990
Produccions Alt Empordà, SLU	Canal Nord TV	26.338
Olot Televisió, SL	Olot Televisió	23.390
Iniciatives de Televisió, SL	Canal Reus TV	22.469
Canal Taronja, SL	Canal Taronja Bages	21.944
Productora d'emissions de ràdio, SL	Canal Taronja Osona	19.216
Taelus, SL	Canal Taronja Anoia	12.664
Total		**627.087**

Font: Departament de Cultura
Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març, publicada al DOGC núm. 5874, de 9 de maig de 2011

6.1.3 Institut Català de Finances (ICF)

Durant l'any 2010, les línies d'actuació adreçades a finançar el sector audiovisual administrades per l'ICF han patit una retallada dràstica tant de pressupost com de nombre de projectes destinataris de l'ajut financer. Així, s'ha passat de 49.230,1 milers d'euros a 41 projectes el 2009 a 11.048,9 milers d'euros a 23 projectes el 2010. La reducció ha estat de 38 milions d'euros (un 77,6% menys) i de 18 projectes (44,0% menys), respectivament. Tot i que l'any 2009 s'havia produït un augment significatiu en l'import del crèdit al sector audiovisual, la xifra de 2010 queda 8,6 milions per sota de la de 2008 (vegeu la taula 42).

Taula 42. ICF. Distribució del crèdit al sector audiovisual per finalitat. Període 2008-2010 (en milers d'euros)

	2008		2009		2010	
	Projectes	Import	Projectes	Import	Projectes	Import
Producció	33	9.332,0	27	7.196,9	13	5.662,2
Altres inversions	7	10.350,0	14	42.033,2	10	5.386,7
Total finançament	**40**	**19.682,0**	**41**	**49.230,1**	**23**	**11.048,9**

Font: Institut Català de Finances (ICF).

D'una banda, el 2010 l'ICF ha destinat 5.662,2 milers d'euros del total finançat (1.534,7 menys que el 2009) a la producció audiovisual catalana, repartits en 11 projectes a llargmetratges (6 menys que el 2009), dotats amb un total de 4.517,2 milers d'euros (229,4 menys que el 2009), i 2 projectes d'animació per un import de 1.145,0 milers d'euros (que han significat un increment de dotació de 893,7 milers d'euros respecte del 2009). Cal tenir en compte que el 2010, a diferència d'anys anteriors, l'ICF no ha atorgat crèdits destinats a la producció de telefilms, documentals i sèries per a la televisió (vegeu la taula 43).

Taula 43. ICF. Crèdits per partides de producció audiovisual catalana. Període 2007-2010 (en milers d'euros)

	2008		2009		2010	
	Projectes	**Import**	**Projectes**	**Import**	**Projectes**	**Import**
Llargmetratges	23	7.500,0	17	4.746,6	11	4.517,2
Telefilms	5	494,0	5	688,1	-	-
Documentals	1	67,0	1	688,9	-	-
Sèries per a televisió	3	571,0	2	822,0	-	-
Animació	1	600,0	2	251,3	2	1.145,0
Total producció	**33**	**9.232,0**	**27**	**7.196,9**	**13**	**5.662,2**

Font: Institut Català de Finances (ICF).

De l'altra, en la línia d'ajuts a altres inversions de l'obra audiovisual (crèdits, préstecs, avals, etc.), el 2010 també hi ha una davallada molt significativa (un 87,2% menys), ja que l'ICF hi ha destinat 5.386,7 milers d'euros, davant els 42.033,2 del 2009 (-36.646,5 milers d'euros). En relació amb el 2008, la reducció d'aquesta partida ha estat d'uns cinc milions d'euros (un 48,0% menys) (vegeu la taula 42).

6.1.4 Finançament d'obres audiovisuals europees

La instrucció general sobre les obligacions de difusió i finançament d'obres audiovisuals europees i en matèria de reserva d'espai a programadors independents[179] aprovada l'any 2008 pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya recull, entre d'altres, les obligacions de finançament anticipat d'obres audiovisuals europees dels prestadors de serveis de televisió de gestió pública d'àmbit nacional.

[179] Acord 103/2008, de 18 de juny (DOGC núm. 5177, de 21 de juliol de 2008).

Quant a les obligacions de finançament anticipat d'obres audiovisuals europees, els prestadors de titularitat pública han de destinar cada any com a mínim un 6% de la xifra total d'ingressos obtinguts en l'exercici anterior, d'acord amb el seu compte d'explotació, al finançament anticipat de la producció de llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics, pel·lícules per a televisió, pel·lícules de nous realitzadors, pel·lícules experimentals, pilots de sèries d'animació o de caràcter cultural manifest i de programes pilot de sèries d'animació.

L'import que TVC, SA ha destinat durant el 2009 al finançament d'obres audiovisuals europees ha estat de 17.853.391 euros. Aquesta xifra representa un 14,9% dels ingressos de l'exercici de 2008 (120.197.001 euros) que TVC, SA declara com a computables per al compliment de l'obligació, per tant, supera amb escreix l'obligació de destinar un mínim del 6% en el finançament d'obra audiovisual europea. El total correspon a la suma dels conceptes destinats al finançament d'obres cinematogràfiques espanyoles (9.926.151 euros), al finançament de pel·lícules espanyoles per a televisió (5.093.000 euros) i al de pel·lícules i series d'animació espanyoles per a televisió (2.834.800).

En tot el període 2007-2009, TVC supera l'obligació de destinar un mínim del 6% al finançament d'obres audiovisuals europees. En aquest període s'ha produït un canvi en les proporcions que s'han destinat a obres cinematogràfiques d'una banda i a pel·lícules per a televisió i animació de l'altra; així, mentre que el 2007 el finançament de les primeres representava un 40,9% del total invertit, el 2008 va ser un 48,4% i el 2009 assoleix el 55,6%; en correspondència, el finançament de pel·lícules per a televisió i pel·lícules i sèries d'animació passa del 59,1% el 2007 a una quota del 44,4% el 2009 (vegeu la taula 44).

Taula 44. TVC. Finançament d'obres audiovisuals europees. Període 2007-2009 (en euros)

Conceptes	**2007**	**2008**	**2009**
Obres cinematogràfiques	8.000.155	10.311.763	9.926.151
Pel·lícules per a televisió i pel·lícules i sèries d'animació	11.566.715	10.996.000	7.927.800
Xifra total invertida	**19.566.870**	**21.307.763**	**17.853.951**

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

6.2 Ajuts de la Unió Europea

6.2.1 Programa MEDIA i MEDIA Mundus

MEDIA 2007 és el programa de suport econòmic i financer de la Unió Europea per a la indústria audiovisual europea vigent l'any 2010 i contribueix, de manera concreta, a les iniciatives de formació per a professionals de la indústria audiovisual, al desenvolupament de projectes de producció (pel·lícules, sèrie de televisió, documentals, animació i nous mitjans), així com a la promoció d'obres audiovisuals europees.

El programa **MEDIA 2007 (2007-2013)**[180] correspon a la quarta onada de la iniciativa plurianual Media iniciada l'any 1991 sota la denominació MEDIA I.[181] MEDIA 2007 compta amb un pressupost total de 755 milions d'euros, que es reparteix entre cinc àmbits d'actuació: la formació, el desenvolupament, la distribució, la promoció i el suport a projectes pilot per potenciar la digitalització. Els ajuts del programa MEDIA 2007, que s'efectuen en forma de subvencions, són complementaris amb els sistemes de suport atorgats a Catalunya i a l'Estat espanyol.

També, durant l'any 2010 la Unió Europea ha mantingut l'acció preparatòria **MEDIA International**,[182] amb una provisió de fons de vuit milions d'euros per a 71 projectes per al període 2008-2010. Aquesta iniciativa té l'objectiu de reforçar la cooperació internacional de la indústria audiovisual europea i, de manera més concreta, enfortir les relacions culturals i comercials entre la indústria cinematogràfica europea i els cineastes de tercers països. A partir del 2011, passa a denominar-se **MEDIA Mundus** i compta amb una dotació d'un fons de 15,0 milions d'euros per al període 2011-2013.[183]

---

[180] EUROPEAN COMMISSION MEDIA. *MEDIA* 2007 [En línia]. Brussel·les: Comissió Europea, 2007. <http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/2007/index_en.htm>
Consulta: setembre de 2011

[181] El programa MEDIA I (1991-1995) és seguit pel MEDIA II (1996-2000) i MEDIA Plus-MEDIA Training (2001-2006).<http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/2007/index_en.htm

[182] EUROPEAN COMMISSION MEDIA. *Media International* [En línia]. Brussel·les: European Commission, 2007.<http://ec.europa.eu/culture/media/mundus/international/index_en.htm>
Consulta: setembre de 2011

[183] EUROPEAN COMMISSION MEDIA. *MEDIA mundus programme 2011-2013.* [En línia]. Brussel·les: Comissió Europea, 2009. <http://ec.europa.eu/culture/media/mundus/index_en.htm>
[Consulta: setembre de 2011]

6.2.2 Balanç de resultats del programa MEDIA 2007. Any 2010

D'acord amb les dades de MEDIA Antena Catalunya,[184] durant l'any 2010, el programa MEDIA ha concedit un total de 104.684.638 euros, que representa una disminució d'un 4% respecte de l'any anterior, distribuïts entre 1.472 projectes de 30 estats europeus beneficiats pel programa.

Segons es desprèn dels resultats, el 2010 el sector audiovisual espanyol ha patit un lleuger retrocés en concepte d'ajuts MEDIA respecte de l'any anterior. Espanya ha obtingut 7.311.485 euros, que representen gairebé el 7% (6,98%) del pressupost total. Aquesta xifra comporta una reducció respecte de l'any 2009 d'1.404.271 euros. Enguany, l'Estat espanyol ha passat de la quarta posició a la cinquena en volum d'ajuts per països, darrere de França, Alemanya –primera i segona, igual que el 2009–, el Regne Unit –que el 2010 s'introdueix directament en la tercera posició– i Itàlia –que passa del tercer lloc al quart el 2010. L'any 2010 Catalunya, segons MEDIA Antena Catalunya, ha rebut en concepte d'ajuts del programa MEDIA 2.270.930 euros, un 29,3% menys que el 2009.

En termes proporcionals, aquesta quantitat representa gairebé un terç (31,1%) dels ajuts atorgats a l'Estat espanyol dins d'aquest programa. En relació amb el total d'ajuts del programa MEDIA, els dedicats a Catalunya passen del 2,9% el 2009 al 2,2% el 2010 (vegeu la taula 45).

Taula 45. Programa MEDIA a la Unió Europea, a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2008-2010 (en euros)

Països de la Unió Europea	**2008**	**2009**	**2010**
Total ajuts a l'Estat espanyol	7.829.741	8.715.756	7.311.485
Ajuts a l'Estat espanyol/UE (%)	7,9	8,0	7,0
Ajuts a Catalunya inclosos en els d'Espanya	2.479.131	3.213.838	2.270.930
Ajuts a Catalunya/Estat espanyol (%)	31,7	36,9	31,1
Ajuts a Catalunya/UE (%)	2,5	2,9	2,2
Total ajuts a França	21.335.473	23.765.189	23.914.597
Total ajuts a Alemanya	15.038.206	17.280.786	16.595.019
Total ajuts al Regne Unit	5.779.069	7.380.173	8.210.799
Total ajuts a Itàlia	8.963.185	8.557.621	7.605.676
Total ajuts resta UE	39.711.874	43.304.250	41.047.060
Total ajuts programa MEDIA a la UE	**98.487.329**	**109.003.765**	**104.684.638**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de MEDIA Antena Catalunya (2009-2011).

[184] MEDIA ANTENA CATALUNYA. *MEDIA. Revista de información del programa MEDIA de la UE.* Setembre de 2011 [En línia]. Pàg. 11-15.
<http://www.antenamediacat.eu/media/docs/36828292.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

La reducció que durant l'any 2010 ha tingut el volum total d'ajuts del programa Media a Catalunya –942.908 euros menys– ha repercutit especialment en les línies d'actuació que habitualment tenen més pes específic: la corresponent a desenvolupament (amb 561.524 euros l'any 2010, -26,7% respecte de l'any 2009) i la de distribució i difusió televisiva[185] (987.828 euros i -42,5% que el 2009)

Pel que fa al programa Media Internacional/Mundus, el 2010 cap projecte català no ha rebut ajuts (vegeu la taula 46).

Taula 46. Ajuts del programa MEDIA a Catalunya. Període 2008-2010 (en euros)

Línia d'ajut	2008	%	2009	%	2010	%	Variació 10/09 (%)
Desenvolupament	649.000	26,7	765.574	23,8	561.524	24,7	-26,7
Distribució (suport automàtic, suport selectiu, *vídeo on demand*) i difusió televisiva	1.153.631	47,5	1.716.264	53,4	987.828	43,5	-42,5
Promoció i accés a mercats + festivals audiovisuals	200.000	8,2	201.000	6,2	217.000	9,6	8,0
Formació	175.000	7,2	180.000	5,6	184.516	8,1	2,5
i2i audiovisual	50.000	2,1	50.000	1,6	81.562	3,6	63,1
Exhibició - Europa cinemes	201.500	8,3	246.000	7,7	238.500	10,5	-3,0
MEDIA International/ Mundus	50.000	2,1	55.000	1,7	0	0,0	-
Total ajuts MEDIA a Catalunya	**2.479.131**	**100,0**	**3.213.838**	**100,0**	**2.270.930**	**100,0**	**-29,3**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades estadístiques de Media Antena Catalunya (2011). Oficina d'informació del programa MEDIA de l'UE. Resultats 2010 [En línia].
<http://www.antenamediacat.eu/media/web/resultados_catalunya.php>[Consulta: setembre 2011]

D'acord amb les dades de Media Antena Catalunya, en la línia de distribució i difusió televisiva, malgrat haver estat la que ha patit la caiguda més pronunciada durant el 2010 (-42,5%), es troben dels projectes als quals s'ha destinat un volum més alt d'ajuts: *Shortz!* de Kiwi Media, que obté un ajut en l'apartat de *vídeo on demand* de 300.000 euros, i *Oceans*, de Vértice Cine, SLU, amb un ajut en *distribució/suport automàtic* de 296.314 euros. Aquestes quantitats sumades

[185] Media Antena Catalunya. *MEDIA. Resultats. Media Antena Catalunya (2011).* Oficina d'informació del programa MEDIA de l'UE. Resultats 2010 [En línia].
<http://www.antenamediacat.eu/media/web/resultados_catalunya.php>[Consulta: setembre de 2011].

(596.314 euros) representen un 60,4% dels ajuts d'aquesta línia de distribució i difusió per televisió i el 26,3% del total d'ajuts del programa MEDIA a Catalunya. D'altra banda, l'empresa Alea Docs&Films, SL obté el volum més alt en concepte d'ajut al desenvolupament, 170.000 euros.

Pel que fa a formació, el projecte *Four Corners*, liderat per l'ESCAC, ha rebut el 2010 184.516 euros, 4.516 euros més que el 2009, en què va ser també l'únic projecte beneficiat en aquesta línia d'ajuts.

En la línia d'ajuts i2i audiovisual, d'un únic projecte subvencionat l'any 2009 (*Herois*, de Media Film, amb 50.000 euros) s'ha passat el 2010 a tres projectes (*Los ojos de Julia*, de Rodar i Rodar cinema y televisión SL, amb 50.000 euros; *Los Pasos dobles*, de Tusitala Producciones Cinematográficas, SL, amb 20.983 i *Greyhound to the ground/Bestezuelas,* de Gaia audiovisuals, SL, amb 10.579 euros). La suma d'aquests tres ajuts explica l'increment del 63,1% de la línia d'ajuts respecte del 2009.

En el capítol *promoció i accés a mercats + festivals audiovisuals*, la quantitat atorgada en ajuts a les empreses catalanes, Planeta Med, Asociación Mecal, La Fàbrica de cinema alternatiu i APIMED ha estat de 217.000 euros, la segona línia d'ajuts que ha augmentat més, percentualment, respecte del 2009 amb un 8,0%.

L'import que ha rebut Europa Cinemas –xarxa europea de sales d'exhibició– en l'apartat d'ajuts a l'exhibició cinematogràfica corresponent a Catalunya ha estat de 238.500 euros, un 3,0% menys que el 2009. Les sales cinematogràfiques que han rebut la subvenció durant el 2010 han estat els cinemes Méliès, Renoir, Icaria Barcelona, Verdi Park, Cinemes Verdi, Verdi Madrid, Cinema Truffaut Girona, Cinema Casablanca/Kaplan, Cinema Catalunya Terrassa i CineBaix de Sant Feliu de Llobregat.

Capítol III. La ràdio a Catalunya

1. Presentació

Aquest capítol se centra en la ràdio, entesa com un servei de comunicació audiovisual basat en l'emissió de sons no permanents i organitzats seqüencialment en el temps.[186] En funció de la tecnologia i el sistema d'emissió, el servei de ràdio s'ofereix per ser escoltat de forma seqüencial/lineal o a petició (modalitat també coneguda com a la carta). En el primer cas –emissions destinades a l'audició simultània de programes i continguts sobre la base d'un horari de programació–[187] es difon principalment mitjançant ràdios per ones terrestres en analògic –en freqüència modulada (FM) i en ona mitjana (OM)– o en digital –DAB–, però també incorporat al senyal de la televisió digital terrestre (TDT), per satèl·lit i per internet. En canvi, els serveis de ràdio a petició —en què l'oient tria sobre la base de programes i continguts que ofereix el prestador què vol escoltar i quan ho vol fer–[188] són accessibles per internet (des de l'ordinador, el mòbil, les tauletes, els reproductors mp3, etc.).

Generalment, les emissores en FM, OM o DAB també emeten o distribueixen continguts per a altres plataformes, on coexisteixen amb ràdios que les utilitzen com a úniques vies de difusió.

En concret, en aquest capítol s'analitza l'estructura de l'oferta radiofònica a Catalunya, l'audiència i la programació, tenint en compte especialment les modificacions que s'han produït durant el 2010.

L'oferta radiofònica –que és l'objecte del primer apartat del capítol– es manté quantitativament força estable: el 2010 hi ha 177 llicències d'FM local privada –una menys que el 2009–, i el mateix nombre d'emissores municipals que l'any anterior, 259.

Per la seva banda, l'aprovació de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de comunicació audiovisual ha comportat alguns canvis, entre els quals, la

[186] Apartat 1 de l'article 23 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.
[187] Lletra *d* de l'apartat 2 de l'article 2 de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de comunicació audiovisual.
[188] Lletra *e* de l'apartat 2 de l'article 2 de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual.

transformació de les concessions d'FM privades en llicències i la possibilitat d'una nova relació empresarial entre prestadors de ràdio com ho és l'arrendament.

Quant a la ràdio pública, entre d'altres, s'han aprovat el primer Mandat marc del sistema públic audiovisual català i el Reglament d'organització i funcionament de COMRàdio. El 2010 també hi hagut canvis en la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). D'una banda, el president del Consell de Govern de la CCMA, Albert Sáez, i, mesos més tard, la directora general de la CCMA, Rosa Cullell, van renunciar al càrrec; i, de l'altra, es va aprovar el Decret llei 2/2010, de 30 de març, que modificava la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals amb la introducció d'un apartat nou a l'article 7 (dedicat, entre d'altres, a l'elecció dels membres del Consell de Govern). Amb aquest Decret llei s'afegia, a la majoria parlamentària de dos terços que preveia la Llei de la CCMA per escollir un membre del Consell de Govern, la possibilitat d'elegir-lo per majoria absoluta en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió. Després de l'aprovació del Decret llei, el Ple del Parlament de Catalunya va escollir Enric Marín i Otto membre del Consell de Govern de la CCMA i, posteriorment, en la mateixa sessió, president del Consell de Govern de la CCMA. El mateix Enric Marín va designar el director de Catalunya Ràdio, Ramon Mateu, perquè assumís provisionalment les funcions de director general.

Quant a la ràdio en FM privada, el 2010 s'ha caracteritzat per l'estabilitat i per una distribució de freqüències per grups pràcticament igual que en anys anteriors: el 45,8% (81 llicències) de les freqüències privades d'FM estan vinculades a grups d'implantació estatal, el 41,2% (73) a grups d'àmbit català, el 10,2% (18) a grups, petites cadenes de ràdio d'abast territorial inferior al nacional i el 2,8% són independents.

El segon apartat del capítol se centra en l'audiència radiofònica. El 2010, seguint la tendència dels darrers anys, l'audiència de ràdio a Catalunya creix en totes les tipologies de programació (generalistes, musicals i temàtiques).

D'acord amb les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, les emissores musicals són les que tenen una audiència acumulada més gran amb 2.056.000 oients (+94.000 oients respecte del 2009), mentre que les

generalistes obtenen una audiència d'1.669.000 oients (+49.000) i, finalment, les temàtiques informatives, 253.000 (+46.000).

Segons el Baròmetre, l'emissora més escoltada va ser Catalunya Ràdio (510.000 oients; +29.000 que el 2009), seguida de RAC1 (468.000; +75.000) i la SER, que el 2010 va perdre 13.000 oients, fet que la va situar en tercera posició (384.000 oients). L'EGM, per la seva banda, també detecta un augment de l'audiència de Catalunya Ràdio i de RAC1 i un descens dels oients a la SER. Això no obstant, d'acord amb l'EGM, a diferència del Baròmetre, RAC1 ocupa el primer lloc amb 494.000 oients (+82.000 que el 2009), seguida de Catalunya Ràdio amb 459.000 oients (+38.000) i, en tercer lloc, la Cadena SER, amb 421.000 oients (-14.000).

En canvi, el rànquing de les musicals es manté com en anys anteriors, tant d'acord amb les dades de l'EGM com del Baròmetre: Los 40 Principales, Flaix FM i RAC 105. Entre les emissores temàtiques, segons els resultats del Baròmetre i de l'EGM, Catalunya Informació es manté en primera posició, seguida de Radio Marca.

El 2010 també ha augmentat lleugerament el consum de ràdio per càpita de dilluns a diumenge respecte del 2009: dels 108 minuts per persona i dia del 2009, als 110 del 2010, d'acord amb dades de l'EGM.

Pel que fa a la tipologia de programació de les FM privades, es manté la mateixa distribució que el 2009: el 38,4% de l'oferta de programació és generalista i el 61,6%, especialitzada (el 59,9%, musical, l'1,7%, econòmica i esportiva). Aquest repartiment desigual de programacions encara és més accentuat en les freqüències associades a grups d'abast nacional, on el 20,5% emet una programació generalista, mentre que el 79,5% correspon a freqüències especialitzades en música, si bé de tipus i formats diversos. En canvi, la distribució per tipologia de programació està més igualada tant en els grups d'implantació estatal (53,1% generalistes i 46,9%, especialitzades, el 43,2 en música i 3,7% de temàtica econòmica i esportiva) com en les freqüències vinculades a grups d'abast inferior al nacional, petites cadenes o prestadors independents (43,5% generalista, 56,5% especialitzada musical).

Pel que fa a les emissores públiques, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) manté el 2010 l'oferta, amb quatre productes diferents en antena, un de generalista (Catalunya Ràdio) i tres d'especialitzats: un de notícies (Catalunya Informació), un de música clàssica i contemporània (Catalunya Música) i un altre que agrupa continguts culturals i musicals (iCat fm). A més, la CCMA també disposa de sis canals de difusió exclusivament per internet: cinc formen part d'iCat fm (TotCat, de música en català; iCatJazz, amb una selecció de jazz; MusiCatles, de músiques del món; Mediterràdio, músiques generades entorn del mar Mediterrani, i Xahrazad, de veus femenines); el sisè, CatClàssica, està vinculat a Catalunya Música.

Per la seva banda, com el 2009, COMRàdio disposa a FM d'una programació generalista que combina informació general amb local, mentre que a OM emet la programació especialitzada en música i continguts integradors per als nous catalans, LatinCOM. De la mateixa manera, la programació de Ràdio 4, l'emissora d'àmbit català de Radio Nacional de España, manté com a eix l'espai *Catalunya Exprés* d'onze del matí a set de la tarda. Entre les municipals, si bé hi ha diversitat de situacions, domina la programació amb continguts d'informació sobre l'àmbit local i música.

En l'apartat 4 s'aborda en termes generals la programació de les ràdios generalistes a Catalunya, i amb major detall, la de Catalunya Ràdio i de RAC1, les dues d'àmbit català amb més audiència; també s'analitzen les quatre emissores privades de cobertura estatal amb desconnexions a Catalunya (SER, Onda Cero, COPE i Punto Radio) amb més audiència.

En termes generals, del conjunt de l'oferta l'any 2010, cal destacar-ne l'estabilitat programàtica, amb graelles estructurades entorn dels magazins d'infoentreteniment al matí i a la tarda i informatius al migdia; els vespres i els caps de setmana es dedica un espai molt important a l'oferta esportiva. A la nit i a la matinada la majoria de les cadenes generalistes ofereixen programes que compten amb la participació dels oients. D'altra banda, es reforça la presència de la majoria de programes a internet i, d'una manera especial, la utilització de les xarxes socials, així com les possibilitats d'escoltar la ràdio pel mòbil mitjançant la descàrrega d'aplicacions per a telèfons intel·ligents.

El capítol es tanca amb un apartat dedicat a la difusió de continguts radiofònics per internet, on es posa de manifest que l'any 2010 ha augmentat la presència de les ràdios a les xarxes socials –especialment a Facebook i Twitter– i, en menor grau, la difusió de continguts radiofònics mitjançant el mòbil.

2. L'oferta de ràdio a Catalunya

L'oferta radiofònica a Catalunya està integrada per ràdios analògiques –en freqüència modulada (FM) i en ona mitjana (OM)–, ràdios digitals per ones, DAB (*Digital Audio Broadcasting)* i ràdios que difonen exclusivament per internet.

Els continguts radiofònics que s'emeten per ones també es distribueixen per internet, la TDT, el mòbil o el satèl·lit.

2.1 Les emissores en FM i OM

A Catalunya, des de l'acord d'adjudicació 174/2008, de 7 de novembre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el panorama radiofònic en FM privada es manté quantitativament força estable: el 2010 hi ha 177 llicències d'FM local, una menys que el 2009. A més, hi ha 259 emissores municipals, el mateix nombre que l'any anterior.

Un dels fets remarcables del 2010 és l'aprovació de la Llei de l'Estat 7/2010, general de la comunicació audiovisual (LGCA) que, entre altres aspectes, comporta la transformació en llicències de les concessions per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei públic de radiodifusió sonora en FM. Aquestes llicències tenen una vigència de 15 anys, prorrogable de forma automàtica pel mateix termini sempre que es compleixin els requisits que estableix la Llei general de la comunicació audiovisual.[189]

D'acord amb les previsions de la llei, pel que fa específicament a la ràdio, el Ple del Consell de l'Audiovisual va aprovar, mitjançant els acords 193/2010,

[189] Resolució de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, de 15 d'octubre de 2010 (BOE Núm. 270, de 8 de novembre). Vegeu també l'apartat 3.1 sobre la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual del capítol I d'aquest mateix INFORME.

194/2010 i 195/2010, de 28 de juliol, del Ple del Consell,[190] la transformació de 237 concessions, 177 d'FM i 60 DAB, en llicències.

Una altra novetat que introdueix la llei i que afecta directament els prestadors de serveis és el reconeixement d'una nova figura, l'arrendatari, que, segons l'apartat 1 de l'article 2 de la LGCA, té consideració de prestador de servei. L'arrendament –així com la transmissió del títol habilitant– només es pot formalitzar passats dos anys de l'assignació de la llicència (apartat 2 de l'article 29 de la LGCA) i si l'arrendatari acredita que complirà l'oferta amb la qual es va obtenir la llicència.

A l'espera que es constitueixi el consell espanyol de mitjans audiovisuals (CEMA), que preveu la mateixa Llei general de la comunicació audiovisual, el 10 de juny de 2010 la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) va constituir el Registre Estatal de Prestadors de Serveis de Comunicació Audiovisual. (BOE núm. 195, de 12 d'agost de 2010), en el qual s'han d'inscriure els prestadors de comunicació audiovisual tenint en compte l'àmbit de cobertura de l'emissió (article 33 de la LGCA).

[190] [En línia] <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_193__annex.pdf> <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_194_2010_transformaci__3_Provisionals.pdf> <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_195_2010_transfromaci__Provisional_Sant_Feliu.pdf> [Consultes: novembre de 2011]

Taula 1. Distribució geogràfica de les freqüències locals d'FM a Catalunya. Any 2010

Comarca	Població	Freqüències municipals	Freqüències privades	Total
Barcelonès	2.251.029	5	12	17
Vallès Occidental	886.530	15	5	20
Baix Llobregat	798.468	21	2	23
Maresme	430.997	24	6	30
Vallès Oriental	396.691	14	2	16
Bages	185.117	15	9	24
Osona	153.499	7	10	17
Garraf	144.657	4	9	13
Anoia	118.057	9	2	11
Alt Penedès	104.589	9	2	11
Berguedà	41.683	2	1	3
Total Barcelona	**5.511.317**	**125**	**60**	**185**
Tarragonès	249.718	7	10	17
Baix Camp	190.440	7	5	12
Baix Penedès	99.786	7	1	8
Baix Ebre	82.222	6	8	14
Montsià	72.333	7	3	10
Alt Camp	45.326	4	1	5
Ribera d'Ebre	24.082	2	1	3
Conca de Barberà	21.437	3	1	4
Terra Alta	12.931	3	1	4
Priorat	10.145	2	0	2
Total Tarragona	**808.420**	**48**	**31**	**79**
Gironès	181.153	10	12	22
Selva	171.037	12	4	16
Alt Empordà	140.262	11	4	15
Baix Empordà	133.221	8	8	16
Garrotxa	55.439	5	5	10
Pla de l'Estany	30.660	1	1	2
Ripollès	26.580	3	5	8
Cerdanya	18.549	3	11	14
Total Girona	**756.901**	**53**	**50**	**103**
Segrià	205.724	10	14	24
Noguera	40.130	7	1	8
Pla d'Urgell	37.371	3	1	4
Urgell	37.322	3	1	4
Segarra	22.940	0	1	1
Alt Urgell	22.005	1	3	4
Garrigues	20.413	3	0	3
Pallars Jussà	13.978	2	2	4
Solsonès	13.730	2	1	3
Vall d'Aran	10.206	1	7	8
Pallars Sobirà	7.646	0	3	3
Alta Ribagorça	4.278	1	2	3
Total Lleida	**435.743**	**33**	**36**	**69**
Catalunya	**7.512.381**	**259**	**177**	**436**

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) per a la població, de la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals, RD 964/2006, d'1 de setembre i del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El 2010, el nombre de freqüències locals d'FM a Catalunya és de 436, una menys que l'any anterior, atès que la xifra de les privades ha passat de 178 a 177 i el nombre de municipals no ha variat (vegeu la taula 1).

D'acord amb aquesta estabilitat en el nombre de freqüències, el 2010 les comarques que en concentren més també són les mateixes que l'any 2009: el Maresme (30), el Bages i el Segrià (24 cadascuna) i el Baix Llobregat (23).

Així mateix, la distribució per demarcació és pràcticament igual a anys anteriors: a Barcelona hi ha el 42,4% (185 freqüències) del total de l'oferta radiofònica de municipals i privades de Catalunya; a Girona, el 23,6% (103), a Tarragona, el 10,2% (79) i a Lleida, el 15,8% (69, una privada menys que el 2010). Tot i que aquesta demarcació és la darrera del rànquing, és la que disposa de més freqüències per habitant (una per cada 6,3 habitants); davant Girona (7,3), Tarragona (10,2) i, finalment, Barcelona (29,8). La mitjana de freqüències per habitant a Catalunya és de 17,2. També és la demarcació de Lleida l'única on hi ha un nombre superior de freqüències privades (36, una menys que el 2009) que de locals públiques (33).

La Segarra i el Pallars Sobirà continuen sent les úniques comarques sense cap freqüència municipal. També hi ha dues comarques sense cap freqüència privada: el Priorat i les Garrigues.

Taula 2. Distribució geogràfica de les freqüències d'OM a Catalunya. Any 2010

Comarca	Població	Freqüències públiques	Freqüències privades	Total
Barcelonès	2.251.029	2	3	5
Vallès Occidental	886.530	1	1	2
Bages	185.117	0	1	1
Garraf	144.657	0	1	1
Total Barcelona	**5.511.317**	**3**	**6**	**9**
Tarragonès	249.718	2	0	2
Baix Camp	190.440	0	2	2
Baix Ebre	82.222	1	0	1
Total Tarragona	**808.420**	**3**	**2**	**5**
Gironès	181.153	2	1	3
Alt Empordà	140.262	0	1	1
Total Girona	**756.901**	**2**	**2**	**4**
Segrià	205.724	2	2	4
Total Lleida	**435.743**	**2**	**2**	**4**
Total Catalunya	**7.512.381**	**10**	**12**	**22**

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya per a la població i del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç [En línia]
<http://www.mityc.es/telecomunicaciones/Espectro/RadioTV/OM/Paginas/ondasmediasOM.aspx>
[Consulta: desembre de 2010]

A Catalunya el nombre de freqüències en ona mitjana (OM) es manté sense canvis des de 1978 amb 22, deu de públiques i dotze de privades (vegeu la taula 2). En termes relatius, Barcelona concentra el 40,9% (9 freqüències) de l'oferta radiofònica en OM, Tarragona el 22,7% (5), i Girona (4) i Lleida (4), un 18,9% cadascuna.

Pel que fa a les freqüències públiques, nou són d'abast estatal i una d'abast català. Fins al mes de juny, les nou estatals van ser gestionades per la Sociedad Mercantil Estatal Radio Nacional de España, SA, de la Corporación RTVE, que és l'ens responsable de la gestió a partir d'aquella data.[191] El prestador públic estatal emet dos productes diferents en aquestes freqüències: en cinc, Radio Nacional, de programació generalista, i en les altres quatre, l'especialitzada en notícies Radio 5 Todo Noticias. A la freqüència d'abast català s'emet LatinCOM, producte de

[191] El Consell de Ministres va aprovar un Acord el 25 de juny de 2010 pel qual s'autoritza l'extinció de les societats mercantils estatals Radio Nacional de España, SA i Televisión Española, SA i la cessió global d'actius i passius d'ambdues societats a favor de la Corporación RTVE, SA. Segons l'acord, d'aquesta manera es dóna compliment al que estableix la Llei general de la comunicació audiovisual en el sentit que la Corporación RTVE s'havia de transformar en una única societat mercantil estatal [En línia]
<http://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/_2010/refc20100625.htm#TVE>
[Consulta: octubre de 2011]

COMRàdio i consistent en una programació especialitzada en música i en continguts que tenen l'objectiu de facilitar la integració dels nous catalans.[192]

Les dotze llicències de titularitat privada pertanyen a grups d'implantació estatal, com ara Prisa o Cope.

2.1.1 Els prestadors públics

El 2010 hi ha hagut diversos canvis en el sector radiofònic públic que no han representat modificacions en l'estructura de l'oferta radiofònica.

Així, a Catalunya, s'han mantingut els mateixos prestadors públics: Catalunya Ràdio SRG, SA, COMRàdio i la Corporación RTVE –fins al juny a través de la SME Radio Nacional de España i, un cop autoritzada l'extinció d'aquesta societat, de la mateixa Corporación–, i 259 ajuntaments (vegeu la taula 3).

Quant a l'audiovisual públic català, un fet rellevant del 2010 és l'aprovació pel Parlament de Catalunya del primer Mandat marc del sistema públic audiovisual català,[193] que estableix les línies bàsiques de funcionament d'aquest sector (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i prestadors locals de titularitat pública). El Mandat marc estipula els objectius del conjunt del sistema públic audiovisual per garantir el compliment de la funció de servei públic en els termes que estableix l'apartat 2 de l'article 29 de la Llei 22/2005. Específicament, els objectius generals que concreta el Mandat marc són la qualitat informativa, el pluralisme i la igualtat entre homes i dones; la promoció de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès; la diversitat i la cohesió social; la difusió del coneixement i la potenciació de la indústria audiovisual; la transició a la televisió digital terrestre; l'accés universal als continguts audiovisuals, la protecció de la infància i la joventut, i la professionalitat, la independència i responsabilitat. Quant al finançament, s'estableix un model mixt: fons de l'administració, que han d'anar destinats al compliment de les obligacions de servei públic, i ingressos per publicitat i venda de serveis. El contingut del Mandat marc, que té una vigència de sis anys, s'ha de desplegar a través dels contractes programa que els prestadors públics han de signar amb l'administració.

[192] [En línia] <http://comradioblocs.com/latincom/qui-som/> [Consulta: agost de 2011].
[193] Resolució 612/VIII del Parlament de Catalunya, per la qual s'aprova el primer Mandat marc del sistema públic audiovisual (Publicat al BOPC 636, 22 de febrer de 2010) [En línia] <http://www.parlament.cat/activitat/bopc/08b636.pdf> [Consulta: març de 2011]

Taula 3. Nombre de freqüències del sector radiofònic públic d'àmbits nacional i estatal. Any 2010

Emissora	FM	OM	Total
Catalunya Ràdio SRG, SA	**228**	**0**	**228**
Catalunya Ràdio	57	0	57
Catalunya Informació	57	0	57
Catalunya Música	57	0	57
iCat fm	57	0	57
COMRàdio (Xarxa Local)	**162**	**1**	**163**
COMRàdio	22 + 140 consorciats	1	163
RTVE	**76**	**9**	**85**
Radio Nacional	18	5	23
Radio Clásica	17	0	17
Radio 3	13	0	13
Ràdio 4	18	0	18
Radio 5 Todo Noticias	10	4	14
TOTAL	**467**	**10**	**477**

Font: Elaboració pròpia a partir de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (<http://www.catradio.cat/comescoltarnos/frequencies.htm>), Radio Nacional de España (<http://www.rtve.es/rne/emisoras/frec-rne.htm>) >) [Consultes: desembre de 2010] i Diputació de Barcelona: *Memòria 2010*. Barcelona: 2011. <http://www.diba.es/documents/1067421/1068332/ladiputacio-fitxers-memoria2010-pdf.pdf> [Consulta: octubre de 2011]

Prestadors públics d'abast català

Catalunya Ràdio SRG, SA és l'empresa que gestiona els serveis de ràdio de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Catalunya Ràdio SRG, SA compta amb 228 freqüències distribuïdes entre quatre cadenes: una generalista, Catalunya Ràdio, i tres especialitzades: Catalunya Informació, en notícies; Catalunya Música, dedicada a la música clàssica i contemporània i iCat FM, que agrupa continguts culturals i musicals i que està molt vinculada a internet.[194] Cada cadena disposa de 57 freqüències per emetre la seva programació.

El 2010 hi hagut canvis en l'organigrama de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. En el primer trimestre de l'any, el president del Consell de Govern de la CCMA, Albert Sáez, va renunciar al càrrec per motius professionals. A partir d'aquell moment, el vicepresident de la CCMA, Roger Loppacher, va assumir transitòriament les funcions de president d'acord amb les normes provisionals de funcionament del Consell de Govern.

En aquest context, el Govern va aprovar el març un nou decret llei que modificava la Llei de la CCMA,[195] afegint un apartat nou a l'article 7 de la Llei de la

[194] Vegeu l'apartat 5 dedicat a la ràdio per internet d'aquest mateix capítol.
[195] Decret Llei 2/2010, de 30 de març, pel qual es modifica la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, publicat al DOGC núm. 5600, d'1 d'abril de 2010.

CCMA, que concretava la manera de procedir en el cas que els membres del Consell cessessin, entre altres motius,[196] per renúncia, com era el cas de Sáez. Així, el procediment que establia l'article 7 abans de la modificació preveia que, en aquest supòsit, el membre substitut fos elegit pel Parlament per majoria de dos terços. Mitjançant el decret llei s'hi afegeix un punt en què s'especifica que, si en una primera votació no s'obtingués aquesta majoria, el membre substitut seria elegit per majoria absoluta en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió. En el mateix sentit, i tenint en compte que l'article 7 preveia que el Parlament havia d'escollir per majoria de dos terços el president o presidenta entre els dotze membres del Consell, el nou apartat afegeix que si en una primera votació no s'obtingués aquesta majoria, també el president o presidenta seria elegit per majoria absoluta en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió.

D'altra banda, en compliment de l'article 7 de la Llei de la CCMA, que a l'apartat 3 estableix que el Parlament de Catalunya ha d'enviar al Consell de l'Audiovisual de Catalunya la llista dels candidats a formar part del Consell de Govern de la CCMA perquè el CAC emeti un informe sobre la idoneïtat per ocupar el càrrec, el 25 de març de 2010 el Parlament va trametre al CAC el currículum d'Enric Marín i Otto com a candidat proposat per tres grups parlamentaris perquè n'avalués la idoneïtat. El CAC va considerar que el candidat proposat presentava la idoneïtat i la capacitat professional necessàries per ocupar el càrrec, tal com estableix l'apartat 2[197] de l'article 7.[198]

Vegeu també GENCAT: El Govern aprova el Decret de modificació de la Llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (30 de març de 2010) [En línia]
<http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/notapremsavw/detall.do?id=32306&idioma=0>
[Consulta: juliol de 2011

[196] L'apartat incorporat a l'article 7 de la Llei de la CCMA remet a l'apartat 9.5 d'aquesta llei, que fa referència a la durada del mandat dels membres del Consell: "Els membres del Consell cessen per renúncia o traspàs, per incapacitat permanent per a l'exercici del càrrec, per incompatibilitat sobrevinguda, per inhabilitació per a l'exercici de càrrecs públics o per condemna ferma per delicte dolós, sens perjudici del que estableix la Llei 14/2005, de 27 de desembre, sobre la intervenció del Parlament de Catalunya en la designació de les autoritats i els càrrecs de designació parlamentària i sobre els criteris i els procediments per a avaluar-ne la idoneïtat."

[197] Apartat 2 de l'article 7: "Els membres del Consell són elegits pel Parlament, per majoria de dos terços, després que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya els proposi i en verifiqui la idoneïtat. A aquest efecte s'ha de valorar especialment que hagin exercit funcions d'administració, d'alta direcció, de control o d'assessorament, o funcions de responsabilitat similar, en entitats públiques o privades."

[198] Acord 70/2010, de 25 de març, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Un mes després d'haver estat aprovat el Decret Llei, el 15 d'abril de 2010, el Ple del Parlament de Catalunya va escollir Enric Marín i Otto membre del Consell de Govern de la CCMA[199] i, posteriorment, en la mateixa sessió, president del Consell de Govern de la CCMA.[200]

El 14 de juliol de 2010, després de dos anys en el càrrec, la directora general de la CCMA, Rosa Cullell, també va presentar la dimissió per raons personals i professionals. El 6 de setembre, data en la qual es va fer efectiva la dimissió de Cullell, el director de Catalunya Ràdio, Ramon Mateu, va ser designat pel president del Consell de Govern, Enric Marín, per assumir provisionalment les funcions de director general.

El 2010, el Consell de Govern de la CCMA va aprovar la Guia editorial (*www.ccma.cat/llibredestil/index-guia-editorial*) del Llibre d'estil (*www.ccma.cat/llibredestil*) d'aquest prestador. La Guia editorial estableix els valors i els principis d'actuació dels mitjans de comunicació de la CCMA comuns a totes les plataformes en què produeix i difon continguts.

El Llibre d'estil,[201] que recull les directrius que han de guiar la feina de producció i difusió de continguts dels mitjans audiovisuals de la Generalitat de Catalunya, així com els valors i principis de servei públic, compromís amb el país, qualitat de continguts i transparència i eficiència de gestió, es compon de tres parts: la *Guia editorial*, els *Manuals d'ús*[202] i el portal lingüístic corporatiu ésAdir, la referència lingüística de la CCMA, que des del 2006 recull els criteris que al llarg dels anys han consolidat un model de llengua basat en la correcció i l'adequació.

El 2010, Catalunya Música ha renovat per cinc anys més el conveni que el 2009 havia establert amb la Unió Europea de Radiodifusió (UER), organisme que aplega ens públics i algunes emissores privades de ràdio i de televisió d'Europa amb l'objectiu de promoure la cooperació i l'intercanvi. Mitjançant aquest conveni,

[199] Resolució 673/VIII, de 15 d'abril de 2010, per la qual s'elegeix el president del Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. DOGC núm. 5610, de 19 d'abril de 2010. [En línia] <http://www.gencat.cat/diari/5610/10105121.htm> [Consulta: maig de 2011]
[200] Resolució 674/VIII, de 15 d'abril de 2010, per la qual s'elegeix el president del Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. DOGC núm. 5610, de 19 d'abril de 2010. [En línia] <http://www.gencat.cat/diari/5610/10105124.htm> [Consulta: maig de 2011]
[201] El Llibre d'estil substitueix la carta de principis per a l'actuació dels mitjans de la Corporació Catalana de Ràdio Televisió vigent fins aleshores.
[202] El Manual d'ús s'ha aprovat el 2011.

Catalunya Música és membre participant del programa Intercanvi Musical Euroràdio. Durant el primer any de vigència del conveni, l'emissora de la CCMA va aportar 119 concerts de compositors i intèrprets catalans i va sol·licitar 366 concerts a altres emissores.

Pel que fa a l'activitat a les delegacions territorials de les empreses de la CCMA, Catalunya Ràdio i TV3 van inaugurar el 16 de setembre de 2010 una seu a les Terres de l'Ebre, concretament a Roquetes, amb l'objectiu de contribuir a donar visibilitat a aquesta zona de Catalunya que disposava de corresponsals, però que no comptava amb seu pròpia.

En l'àmbit de cobertura nacional, Catalunya disposa d'una altra marca, COMRàdio, amb la qual s'identifica la ràdio municipal de l'Ajuntament de Barcelona, així com aquells continguts radiofònics produïts per l'Agència de Comunicació Local, participada íntegrament pel Consorci de Comunicació Local (CCL).[203] El producte COMRàdio s'escolta en 162 freqüències d'FM i ajuntaments consorciats.

En aquesta xifra s'hi inclouen les 22 freqüències d'FM, en relació amb les quals el 2010 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va realitzar una declaració de reconeixement de la vigència de l'assignació efectuada al CCL per prestar el servei de radiodifusió sonora en ones mètriques en modulació de freqüència, en règim de gestió directa.[204]

El mes de maig de 2010, el Consell General del CCL va aprovar el Reglament d'organització i funcionament (ROF) de COMRàdio.[205] Segons el ROF, el servei públic de ràdio del CCL ha de complir les missions de servei públic de l'apartat 3 de l'article 26 de la Llei 22/2005, però adaptades a l'àmbit local (article 4). Algunes d'aquestes missions específiques relatives a l'àmbit local són: la promoció del municipalisme i el món local en totes les seves expressions culturals i socials mitjançant l'enfortiment de la comunicació local (article 4.2); la promoció, el coneixement i la difusió de la llengua i la cultura catalanes [...]

[203] El CCL està constituït per la Diputació de Barcelona, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, l'Associació d'Emissores Municipals de Catalunya (EMUC), i més de 100 ajuntaments, incloent-hi el de Barcelona.
[204] Acord 201/2010, de 28 de juliol, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[205] Anunci de la Diputació de Barcelona, sobre aprovació definitiva d'un reglament (DOGC núm. 5645, de 8 de juny de 2010) [En línia]
<http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5645/10154096.pdf> [Consulta: novembre de 2011]

(article 4.8); el reforçament dels continguts de proximitat i el foment de la participació dels ciutadans en l'elaboració i subministrament de continguts (article 4.13); la producció i l'emissió de productes multimèdia que serveixin de complement a la programació de les emissores municipals consorciades (article 4.14); el subministrament de continguts i serveis audiovisuals dirigits als sectors més amplis i diversos de l'audiència, amb una atenció especial als col·lectius més vulnerables, tot promovent el coneixement, la influència i el prestigi del servei públic (article 4.21) i la col·laboració amb emissores o xarxes d'emissores locals d'altres territoris de l'Estat, per donar a conèixer el municipalisme i les experiències que es duen a terme a diferents llocs de la geografia espanyola (article 4.22).

Al ROF també s'estableix que la gestió del servei de ràdio ha de ser directa (article 5) i que Agència de Comunicació Local (ACL) és la societat pública encarregada de realitzar-la. La responsabilitat màxima de la gestió del servei públic de ràdio del CCL correspon al Consell d'Administració de l'ACL i la responsabilitat executiva de la gestió del servei recau en el gerent-director general (article 7).

D'altra banda, la participació social i política en la gestió del servei públic de ràdio del CCL es garanteix mitjançant el Consell Consultiu i Assessor (article 17) integrat per un màxim de 15 persones nomenades, a proposta de la Comissió Permanent del CCL, pel Consell General del CCL amb el vot favorable de la majoria dels vots dels membres presents o representats al Consell General esmentat. En aquest sentit, el 12 de juliol de 2010 es va constituir el Consell Consultiu i Assessor del CCL, format per representants del món municipal, d'entitats socials i professionals de prestigi.[206]

COMRàdio ha continuat el 2010 el projecte Sindicada 2.0, iniciat el 2009. Aquest projecte de programació, que té l'objectiu d'optimitzar recursos entre els membres del Consorci de Comunicació Local, es basa en compartir continguts i informació entre COMRàdio i les emissores municipals que formen part del Consorci de Comunicació Local.[207] La Sindicada 2.0 agrupa tres tipus de productes diferents: els programes que COMRàdio serveix via satèl·lit, FM i OM (de forma

[206] COMRàdio: "Constituït el Consell Consultiu i Assessor de COMRàdio" (13 de juliol de 2010) [En línia] <http://comradioblocs.com/15anys/2010/07/13/constituit-el-consell-consultiu-i-assessor-de-comradio/> [Consulta: novembre de 2011]

[207] [En línia] <http://comradioblocs.com/blog/2010/04/08/la-sindicada-2-0-mencio-de-qualitat-de-radio-associacio-de-catalunya/> [Consulta: agost de 2011]

sincrònica), els espais que COM elabora a partir de les necessitats que expressen les emissores, i els programes produïts per emissores i que posen a disposició de la resta.[208]

Prestadors públics d'abast estatal

El prestador estatal de titularitat pública, la Corporación Radio Televisión Española (CRTVE), disposa a Catalunya de 76 freqüències en FM des de les quals emet els cinc productes del grup (vegeu la taula 3): quatre d'àmbit estatal (Radio Nacional, Radio Clásica, Radio 3 i Radio 5 Todo Noticias) i un de català (Ràdio 4).

Durant el 2010, també hi hagut modificacions en l'organigrama de l'ens de Radiotelevisión Española. El 12 de gener de 2010, el Consell d'Administració de RTVE, a proposta del seu president Alberto Oliart, va nomenar Benigno Moreno nou director de RNE i, el fins aleshores director de RNE, Santiago González nou director de TVE.[209]

El 2010 el Consell d'Administració de RTVE també va aprovar *El Libro de Estilo de la Corporación* (*manualdeestilo.rtve.es)*, que té l'objectiu d'unificar i sistematitzar les formes de treball dels professionals de RTVE. El llibre d'estil, coordinat per l'Instituto de RTVE, conté pautes i recomanacions per als professionals de RTVE encarregats d'elaborar els diferents continguts de la programació de RTVE en qualsevol mitjà, gènere i format, i s'inspira en els preceptes que constitueixen el marc legal de la Corporación de RTVE per garantir el màxim compliment de la funció de servei públic.[210]

La temporada 2010-2011, l'emissora d'àmbit català Ràdio 4 va continuar amb el mateix tipus de programació que l'anterior amb l'espai *Catalunya Exprés (www.rtve.es/radio/radio4/Catalunya-Expres)*, que ocupa la franja d'onze del matí a set de la tarda i té en la música en català el principal eix vertebrador.

---

[208] Xarxacom: "La Sindicada optimitza recursos en temps de crisi", núm. 11. Abril de 2010 [En línia] <http://www.xarxacom.cat/pdf/xarxacom_11.pdf> [Consulta: febrer de 2011]

[209] RTVE: "El Consejo de Administración de RTVE nombra a González director de TVE y a Moreno de RNE" (12 de gener de 2010) [En línia] <http://www.rtve.es/FRONT_SALA_PRENSA/?go=eacaa4148f48af89730076a6669df2169fcb5b71e1aa29da6b3326aee96788b1a7abd779e17153c5de23f22d644e29f9> [Consulta: febrer de 2011]

[210] RTVE: "RTVE aprueba El Libro de Estilo de la Corporación" (2 de juny de 2010) [En línia] <http://www.rtve.es/FRONT_SALA_PRENSA/?go=eacaa4148f48af89730076a6669df2169fcb5b71e1aa29da6b3326aee96788b130289bb04a7984895143bd03618ea8df> [Consulta: febrer de 2011]

Prestadors públics d'abast local

A Catalunya es manté estable la xifra d'emissores municipals amb títol habilitant amb 259, un 6,94% de les quals ràdios van estar inactives el 2010.

Durant el 2010, el Govern de la Generalitat va atorgar "la concessió" per a la prestació del servei de radiodifusió sonora a deu consistoris que ja disposaven de concessions provisionals: Montcada i Reixac, Vilablareix, Caldes de Montbui, Tiana, Vilassar de Mar, Sant Esteve Sesrovires, Sant Vicenç dels Horts, Castelldefels, el Pla de Santa Maria i Palau-solità i Plegamans.[211]

El 2010, Vilassar Ràdio (Vilassar de Mar, 98.1 MHz), Ràdio Sant Feliu (Sant Feliu de Llobregat, 105.3 MHz), Ràdio Les Planes (Les Planes d'Hostoles, 107.7 MHz) i Ràdio Malgrat (Malgrat de Mar, 107.4 MHz) van celebrar els 30 anys d'emissió. També va ser el 25è. aniversari de Ràdio Cambrils (90.0 MHz), Ràdio Abrera (107.9 MHz) i Ràdio El Morell (98.3 MHz).

També en l'àmbit dels aniversaris, el 5 de novembre va començar a Puig-reig la 20a edició de les jornades Fòrum 10 Comunicació, que té l'objectiu de debatre temes d'actualitat relacionats amb la comunicació. Les jornades del 2010, organitzades per Ràdio Puig-reig i l'ajuntament de la mateixa localitat, van tractar els hàbits i els canvis en el consum de la ràdio i la televisió amb les xarxes.[212]

---

[211] La Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya elimina la "concessió" per al servei públic, la creació dels serveis públics audiovisuals és competència dels governs locals.
Acords de Govern 31/2010, de 26 de febrer (DOGC núm. 5582, 8 de març de 2010); 45/2010, de 23 de març (DOGC núm. 5598, de 30 de març de 2010), de 46/2010, de 23 de març (DOGC núm. 5598, de 30 de març de 2010); 47/2010, de 23 de març (DOGC núm. 5598, de 30 de març de 2010); 52/2010, de 30 de març (DOGC núm. 5605, de 13 d'abril de 2010); 53/2010, de 30 de març (DOGC núm. 5605, de 13 d'abril de 2010); 69/2010, de 20 d'abril (DOGC núm. 5618, 29 d'abril de 2010); 96/2010, de 18 de maig (DOGC núm. 5638, de 28 de maig de 2010); 115/2010, de 8 de juny (DOGC núm. 5652, de 17 de juny de 2010); 213/2010, de 16 de novembre (DOGC núm. 5762, de 24 de novembre de 2010).

[212] [En línia]
<http://www.radiopuig-reig.net/index.php?option=com_content&task=view&id=448&Itemid=1>
[Consulta: març de 2011]

2.1.2 Els prestadors privats

A final del 2010 a Catalunya hi ha 177 llicències d'FM de titularitat privada, una menys que l'any anterior, atès que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha declarat extingit el títol de la freqüència 95.8 MHz de Tremp.

L'any 2010, el 97,2% de les llicències privades d'FM –és a dir, 172 de les 177 freqüències– estan vinculades a grups de comunicació d'àmbits de cobertura diferents (vegeu la taula 4).

Taula 4: Nombre de freqüències d'FM del sector radiofònic privat a Catalunya. Per grup i tipus de vinculació.[A] Any 2010

Àmbit	Grup	Empresarial i per programació			Programació			TOTAL
		Generalista	Especialitzada		Generalista	Especialitzada		
			Musical	Altres		Musical	Altres	
Estatal	Prisa	18 [B,C]	21 [D]	0	4	3	0	46
	Planeta	7	7	0	0	0	0	14
	Cope	5	3	0	0	0	0	8
	Vocento	8	0	0	0	0	0	8
	Unidad Editorial	0	0	1	0	0	1	2
	Radio Blanca	0	1	0	0	0	0	1
	Zeta	1	0	0	0	0	0	1 (+1) [B]
	Intereconomía	0	0	0	0	0	1	1
	Total estatal	**39**	**32**	**1**	**4**	**3**	**2**	**81**
Català	Godó	15	11	0	0	5 [E]	0	31
	Flaix	0	15	0	0	1	0	16
	Tele Taxi	0	14	0	0	1	0	15
	Estel	0	0	0	0	11	0	11
	Total català	**15**	**40**	**0**	**0**	**18**	**0**	**73**
Local, comarcal i supracomarcal	La Manyana	0	3	0	0	0	0	3
	Gum	0	2	0	0	0	0	2
	Ràdio Marina	0	2	0	0	0	0	2
	Mola	1	0	0	1	0	0	2
	Segre	0	1	0	0	0	0	1(+3) [C]
	Imagina Ràdio	0	1	0	0	0	0	1
	Grupo Simalro	0	1	0	0	0	0	1
	Costa Brava Global Media	1	0	0	0	0	0	1
	ECAP	1	0	0	0	0	0	1
	El 3 de vuit	1	0	0	0	0	0	1
	El 9 nou	1	0	0	0	0	0	1
	Pròxima	0	1	0	0	0	0	1
	Regió 7	1	0	0	0	0	0	1
	Altres[F]	3	2	0	0	0	0	5
	Total supracomarcal, comarcal i local	**9**	**13**	**0**	**1**	**0**	**0**	**23**
	TOTAL	**63**	**85**	**1**	**5**	**21**	**2**	**177**

[A] La vinculació entre les freqüències pot ser empresarial o per programació. L'empresarial correspon a la suma de freqüències de més d'un prestador radiofònic amb vincles empresarials entre ells (incloent-hi els arrendaments), a les quals s'afegeix la matriu del grup. La vinculació per programació és la suma de les freqüències de diferents prestadors que emeten una mateixa oferta programàtica.

[B] Inclou una freqüència que es va adjudicar a la societat Zeta Rock and Gol, SL. No obstant això, l'anterior titular (Avante Radio, SA) va impugnar l'adjudicació esmentada, que encara no s'ha resolt.

[C] Inclou una freqüència que va ser objecte d'arrendament per part de Sociedad Española de Radiodifusión, SL a Ràdio Lleida, SL (Acord 252/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell).

[D] Inclou quatre freqüències que van ser objecte d'arrendament, tres per part de Ràdio Terraferma de Lleida, SA a Ràdio Lleida, SL. (Acord 254/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell) i una per part de Sociedad Española de Radiodifusión, SL a Ràdio Lleida, SL (Acord 252/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell).

[E] Inclou tres emissores de Ràdio Associació de Catalunya, SCCL.

[F] Inclou Ràdio Aran, Montserrat Ràdio, Ràdio Vic, Ràdio Olot i la freqüència 106.0 MHz d'Amposta.

Font: Elaboració pròpia.

Grups privats d'abast català

El 41,2% de les llicències radiofòniques que hi ha a Catalunya (73 de 177) estan vinculades a grups d'àmbit català. El 20,5% d'aquestes freqüències emeten una programació generalista, i el 79,5%, especialitzada en música. Els grups que s'inclouen en aquest àmbit de cobertura són quatre: Grupo Godó, Flaix, Tele Taxi i Estel i mantenen el mateix nombre de freqüències que l'any 2009.

Godó, amb 31 llicències, té més del 40% de les freqüències vinculades a grups catalans i és l'únic en aquest àmbit de cobertura que disposa d'un producte de tipologia generalista, RAC1 (15 freqüències), a més d'una cadena musical, RAC 105, que es pot escoltar des de 16 freqüències.

Amb motiu del desè aniversari, des de l'1 de gener de 2010 fins a l'1 de maig del mateix any –el dia que va iniciar les emissions– RAC1 va realitzar diferents accions com ara la publicació *Ens hem fet grans*, un llibre sobre els 10 anys de l'emissora. Com a festa final, l'1 de maig, RAC1 va organitzar *RAC1 10 anys, en ruta*, i va portar els programes de l'emissora a diversos pobles de Catalunya.[213]

Flaix, per la seva banda, agrupa 16 llicències, distribuïdes entre dues cadenes de tipologia musical: Flaix FM, amb 8, i Ràdio Flaixbac, amb 8.

Tele Taxi, el 2010, ha continuat emetent a través de 15 llicències el seus dos productes musicals: Ràdio Tele Taxi (11) i Ràdio RM (4).

Finalment, Estel disposa d'11 freqüències amb una programació majoritàriament musical.

Grups privats amb implantació estatal

El 2010, el 45,8% (81 llicències) de les freqüències privades d'FM estan vinculades a grups d'àmbit estatal. Pel que fa a la distribució per tipologia de programació, el 53,1% són generalistes i el 46,9%, especialitzades (43,2% en música i 3,7% en temàtica econòmica o esportiva). Els grups que es troben en aquesta categoria són els mateixos vuit que l'any 2009 (Prisa, Planeta, Cope, Vocento, Radio Blanca, Unidad Editorial, Zeta i Intereconomía), tanmateix, en total disposen d'una freqüència més (80 el 2009).

[213] [En línia] <http://rac1.org/10anys/> [Consulta: agost de 2011]

El 2010, hi ha hagut diversos canvis que han afectat el grup Prisa, si bé no han alterat el nombre total de freqüències vinculades, que es manté en 46.

D'una banda, el 16 de juny de 2010 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va acordar autoritzar Antena 3 de Radio, SA, societat del grup Prisa, la transmissió de la llicència 101.9 MHZ de Tortosa (que fins aleshores emetia Ràdio Ebre) a Unidad Editorial Internet, SLU, societat vinculada a Unidad Editorial que ofereix el producte Radio Marca[214] i que d'aquesta manera ha augmentat en un el nombre de freqüències a Catalunya.

En el capítol de baixes també cal tenir en compte la 95.8 MHz de Tremp, propietat de Ràdio 13 de Catalunya i que fins l'1 d'agost de 2009 va emetre Ràdio Lleida Pallars, producte SER.[215]

Finalment, des del 2010, el grup Prisa, a través de Ràdio Lleida, SL, –societat de la qual té el control amb una participació del 66,6%%– és arrendatari de cinc freqüències: dues de Sociedad Española de Radiodifusión, SL, del mateix grup, i tres arrendades per Ràdio Terraferma de Lleida, SA. [216]

En ràdio, el grup Prisa disposa a Catalunya de 7 productes que es poden agrupar segons la tipologia de programació generalista (21 freqüències) o especialitzada musical (25 freqüències). L'oferta del primer tipus està integrada per la SER i per Ona FM, mentre que la musical compta amb Los 40 principales, Cadena Dial, M80, Radiolé i Máxima FM.

Finalment, quant a nomenaments, Javier Pons, director de Televisión Española fins al gener de 2010, va ser nomenat el febrer conseller delegat adjunt d'Union Radio.[217] També el 2010 hi va haver canvis a SER Catalunya i Javier Mérida Guzmán va ser nomenat director de Ràdio Barcelona i SER Catalunya en

[214] Acord 150/2010, de 16 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[215] Vegeu l'apartat 2.1.2 Els prestadors privats del capítol 3 de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*.
[216] Vegeu l'apartat *Grups privats d'abast supracomarcal, comarcal, local i emissores independents* d'aquest mateix capítol.
[217] SER: "Javier Pons, nuevo Consejero Delegado Adjunto de Unión Radio" (17 de febrer de 2010) [En línia] <http://www.cadenaser.com/sociedad/articulo/javier-pons-nuevo-consejero-delegado/csrcsrpor/20100217csrcsrsoc_2/Tes> [Consulta: agost de 2011]

substitució de Josep Maria Girona, que va passar a director de Comunicació de Prisa Radio.[218]

Planeta es manté sense canvis el 2010: disposa de 14 llicències distribuïdes en tres productes diferents: un de generalista, Onda Cero (7) i dos d'especialitats en música, Europa FM (6) i Onda Melodía (1). És el cinquè grup –el segon d'abast estatal– quant a nombre de freqüències.

També Cope continua emetent la programació a través de vuit llicències: a cinc la generalista COPE, i a les altres tres, l'especialitzada musical Cadena 100. Igual d'estable es manté Punto Radio, la marca amb què opera en ràdio el grup Vocento, que segueix amb vuit llicències de programació generalista.

Unidad Editorial ha passat a ocupar la cinquena posició en nombre de freqüències de grups d'àmbit estatal atesa la compra de la 101.9 MHz de Tortosa, fins aleshores propietat del grup Prisa.[219]

Zeta és titular de dues llicències d'FM, en una de les quals el 2010 es continua emetent Ràdio Girona 2 (SER), ja que tot i que pertany a Zeta Rock and Gol, l'anterior titular, Avante Radio, SA, en va impugnar l'adjudicació.

Radio Blanca es manté amb una freqüència d'FM des de la qual emet Kiss FM. Finalment, Intereconomía, de tipologia especialitzada econòmica, també s'escolta a Catalunya.

Grups privats d'abast supracomarcal, comarcal, local i emissores independents

En l'àmbit territorial inferior al nacional hi ha un conjunt de grups de comunicació, petites cadenes de ràdio i prestadors independents, que representen el 13,0% de l'oferta privada catalana. Així, d'una banda, hi ha prestadors o grups que, a més de les llicències radiofòniques, compten amb altres mitjans, com La Manyana o Mola amb més d'una freqüència; i Imagina Ràdio, Grupo Simalro, Costa Brava Global Media, ECAP, el 3 de vuit, el 9 nou, Pròxima i Regió 7, amb una cadascun. El 2010, en qüestions de programació cal destacar l'inici de Ràdio U-A-1[220] des de la

[218] SER: "Josep Maria Girona, nuevo director corporativo de comunicación de Prisa Radio" (18 de novembre de 2010) [En línia] <http://www.cadenaser.com/sociedad/articulo/josep-maria-girona-nuevo-director/csrcsrpor/20101118csrcsrsoc_8/Tes> [Consulta: agost de 2011]

[219] Vegeu l'apartat de modificacions empresarials d'aquest mateix capítol.

[220] "Neix UA-1, l'única ràdio que emetrà les 24 hores des de Lleida" (1 de juliol de 2010) [En línia] <http://www.bondia.cat/component/content/article/63-societat/11410-entra-en-funcionament-radio-u-a-1-que-ocupa-la-frequeencia-del-1045-fm> [Consulta: juliol de 2011]

freqüència 104.5 MHz de Lleida, propietat de Grupo Simalro, i el començament d'El 9FM[221] des de la 92.8 MHz de Vic, del grup El 9 nou.

Encara en aquest grup, i com a novetat del 2010, cal assenyalar que tres freqüències de la societat del grup Segre Ràdio Terraferma de Lleida, SA van ser arrendades a Ràdio Lleida, SL (Grup Prisa) mitjançant l'Acord 254/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell.[222]

D'altra banda, com en el 2009, es mantenen els dos prestadors amb dues freqüències que integren petites cadenes de tipologia musical: GUM i Ràdio Marina. Aquesta darrera disposa des del 2010 de dos productes, Ràdio Marina i Top Ten Ràdio.

Finalment, Ràdio Aran, Montserrat Ràdio, Ràdio Vic, Ràdio Olot i la 106,0 d'Amposta s'integren sota l'epígraf *altres*.

Modificacions empresarials

L'any 2010 el grup Prisa ha protagonitzat la majoria de modificacions empresarials en l'àmbit de la ràdio a Catalunya. D'acord amb les previsions de la Llei de l'Estat 7/2010, general de la comunicació audiovisual, el Consell de l'Audiovisual va autoritzar[223] l'arrendament per cinc anys de cinc llicències d'FM a Ràdio Lleida SL, empresa creada el 2010, el control accionarial de la qual és del grup Prisa amb dues terceres part del capital (Sociedad Española de Radiodifusión, SL amb el 44,33% i Radio España de Barcelona, SA amb el 22,16%), mentre que Prensa Leridana, SL, del grup Segre, disposa d'una tercera part amb el 33,5%. En concret, tres de les freqüències van ser objecte d'arrendament per part de Ràdio Terraferma de Lleida, SA, del grup Segre, (103.6 MHz de Lleida, 89.6 MHz de Sort i 97.2 MHz de Vielha) i dues, per part de Sociedad Española de Radiodifusión, SL (88.2 MHz de Bossòst i 102.2 MHz de Lleida).

[221] "El 9 FM ja es pot escoltar al 92.8" (1 de febrer de 2010) [En línia] <http://www.el9nou.cat/noticies_o_0_/11478/undefined> [Consulta: novembre de 2011]
[222] Vegeu l'apartat de modificacions empresarials d'aquest mateix capítol.
[223] Acords 254/2010 i 252/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

D'altra banda, el CAC va autoritzar la modificació de l'estructura accionarial de la societat Ràdio Terraferma de Lleida, SA, que va passar a tenir com a accionista únic Prensa Leridana, SA.[224]

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va autoritzar també el 2010 dues transmissions de llicències d'FM de societats del grup Prisa a Ràdio Lleida, SL i també una transmissió a Unidad Editorial Internet, SLU. Les freqüències 92.6 MHz de Lleida i 99.2 MHz de Cervera, que eren propietat de les societats Radio España de Barcelona, SA i Sociedad Española de Radiodifusión, SL, respectivament, passen a formar part de Ràdio Lleida, SL.[225] No ha canviat substancialment l'estructura radiofònica, ja que es tractava d'operacions entre societats del mateix grup. Diferent és el cas de la transmissió de la llicència d'Antena 3 de Radio, SA (101.9 MHz de Tortosa) a Unidad Editorial Internet, SLU, ja que en aquest cas la freqüència ha passat a formar del grup Unidad Editorial.[226]

També el mateix Consell va autoritzar a la Sociedad Española de Radiodifusión, SL l'operació de fusió per absorció d'Ondas, SAU (titular de la freqüència 99.4 MHz de Barcelona) com una reordenació d'actius dins del grup empresarial.[227]

D'altra banda, el 2010 el CAC va autoritzar la modificació del capital i l'estructura accionarial de la societat Comunicacions Pla, SA, que va passar de ser una societat anònima a una societat limitada unipersonal amb Prensa Leridana, SA com a accionista únic.[228] Posteriorment, el Consell de l'Audiovisual va autoritzar el canvi de titularitat de la llicència d'FM 93.4 MHz de Lleida –propietat de Ràdio Terraferma de Lleida, SL– a favor de Comunicacions Pla, SLU, del mateix grup empresarial.[229]

El 2010, el Govern de la Generalitat va atorgar a Ens de Comunicacions, SL (Estel) la concessió definitiva per a la prestació de servei públic de caràcter comercial de la freqüència 105.0 MHz de la Seu d'Urgell.[230] El 2010, el CAC

[224] Acord 255/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[225] Acords 251/2010 i 253/2010, de 17 de novembre , del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[226] Acord 150/2010, de 16 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[227] Acord 81/2010, de 7 d'abril, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[228] Acord 202/2010, de 28 de juliol, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[229] Acord 256/2010, de 17 de novembre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[230] Acord de Govern 159/2010, de 14 de setembre (DOGC núm. 5725, 30 de setembre de 2010).

també va autoritzar la renovació de diverses llicències d'FM: la 103.4 MHz de Girona, propietat del Bisbat de Girona;[231] la 104.0 MHz del Vendrell, sol·licitada per Chest Game, SLU;[232] 99.6 MHz de Girona, propietat de la societat Sistema Català de Radiodifusió, SL.[233]

Finalment, i també com s'ha explicat en l'apartat de prestadors privats, el Consell de l'Audiovisual va declarar extingida la concessió 95.8 MHz de Tremp, propietat de Ràdio 13 de Catalunya, SAU, atès que la titular no va presentar tota la documentació necessària per realitzar-ne la renovació.[234]

2.2 La ràdio digital

DAB

A Catalunya hi ha 66 programes de DAB (*Digital Audio Broadcasting*), xifra que no ha variat des que es van adjudicar (vegeu la taula 5). El 2010, com a efecte de la Llei general de la comunicació audiovisual, el CAC va autoritzar la transformació de les 60 concessions de DAB de gestió indirecta en llicències.[235]

Segons el Pla tècnic nacional de la radiodifusió sonora digital terrestre, a partir de l'1 de gener de 2012, els prestadors de DAB d'àmbit estatal han d'emetre a totes les capitals de província i municipis de més de 50.000 habitants de l'Estat, assolint el 80% de cobertura del territori. Tanmateix, la Llei de l'Estat 7/2010, general de la comunicació audiovisual, regula a la disposició transitòria quinzena la digitalització del servei de radiodifusió sonora terrestre i estableix l'obligació per part del Govern d'aprovar un Pla tècnic de digitalització integral del servei de radiodifusió sonora terrestre.[236]

[231] Acord 21/2010, de 27 de gener, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[232] Acord 33/2010, de 10 de febrer, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[233] Acord 32/2010, de 10 de febrer, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya
[234] Acord 82/2010, de 7 d'abril, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[235] Acord 193/2010, de 28 de juliol, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
[236] En el procés d'elaboració de l'informe, el 13 de juliol de 2011 es publica al BOE núm. 179 (27 de juny de 2010) la Resolució de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, per la qual es dóna coneixement de l'Acord del Consell de Ministres de 10 de juny de 2011 pel qual s'aprova el pla de digitalització del servei de radiodifusió sonora terrestre. [En línia] <http://www.boe.es/boe/dias/2011/07/27/pdfs/BOE-A-2011-12913.pdf> [Consulta: novembre de 2011]

Taula 5. Programes de DAB nacional, supracomarcal i comarcal a Catalunya. Any 2010

Zona de servei		DAB Públics	DAB Privats	Total
Nacional	Sense desconnexió	6	0	6
	Desconnexions provincials	0	6	6
	Desconnexions regionals	0	6	6
Total		**6**	**12**	**18**
Supracomarcal		**0**	**24**	**24**
Comarcal		**0**	**24**	**24**
Total		**0**	**48**	**48**
TOTAL		**6**	**60**	**66**

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3. L'audiència de ràdio a Catalunya

Consum radiofònic i penetració de la ràdio a Catalunya

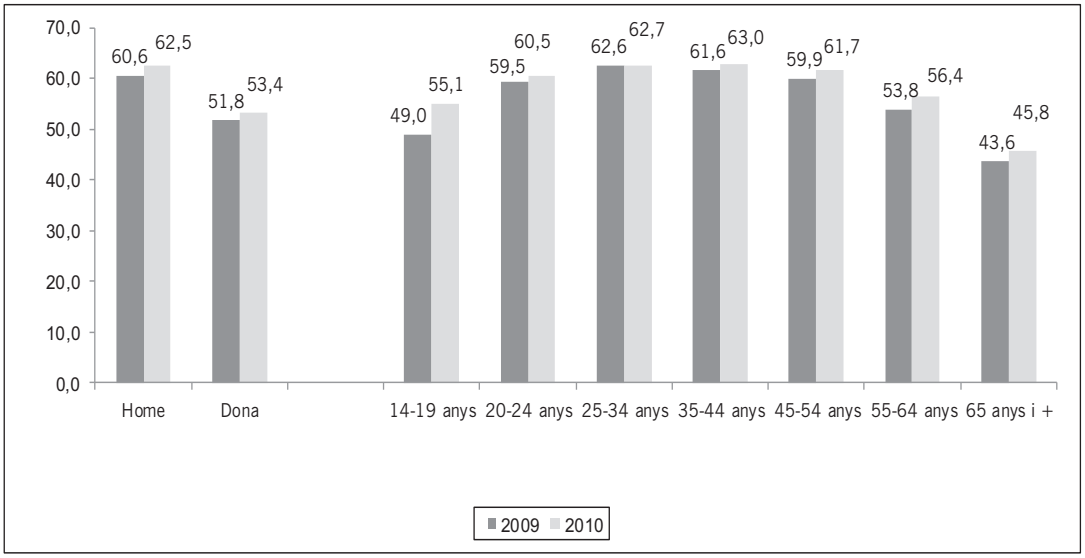
Durant el 2010 a Catalunya s'ha incrementat el temps dedicat a escoltar la ràdio. Segons l'Estudi General de Mitjans (EGM), que treballa a partir d'entrevistes personals a 23.009 individus de 14 anys i més a Catalunya, el 2010 el consum per càpita (referit al total de la població) va ser de 110,1 minuts al dia (de dilluns a diumenge). El 2009, aquest consum se situava en 108 minuts. En aquest darrer lustre el consum radiofònic per càpita a Catalunya ha tingut una evolució irregular: dels 110 minuts per dia del 2006, davalla a 104 el 2007 i a 101 el 2008 i puja a 108 de 2009 i fins als 110,1 de l'any 2010.

Per tipus d'oferta, es dedica més temps a escoltar la ràdio amb programació musical, 51,8 minuts al dia, tot i que amb un petit descens respecte del 2009 (53 minuts). En canvi, el temps dedicat a la ràdio generalista augmenta i passa de 46 minuts el 2009 a 49,1 el 2010. El consum de les emissores temàtiques informatives, malgrat que és el més reduït, augmenta lleugerament i se situa en 5,1 minuts al dia (4,8 el 2009). Entre setmana, el consum radiofònic és més gran. Així, sempre d'acord amb dades de l'EGM, l'any 2010 de dilluns a divendres el consum per càpita a Catalunya va ser de 122,4 minuts.

A Espanya, el consum de ràdio per càpita és una mica inferior que a Catalunya: 107,1 minuts de mitjana de dilluns a diumenge i 117,4 de dilluns a divendres, l'any 2010.

Quant a la penetració de la ràdio a Catalunya, és a dir, el nombre d'oients expressat en percentatge sobre l'univers (individus de 14 anys i més), el 2010 és de 57,8, d'acord amb les dades de l'EGM, un 1,7% superior a 2009. La penetració radiofònica és més elevada entre els homes (62,5% d'homes i 53,4% de dones) i entre les persones de 35 a 44 anys (63,0%) (vegeu el gràfic 1). Per demarcacions, la penetració és del 57,6% a Barcelona, del 58,4% a Girona, del 56% a Lleida i del 59,8% a Tarragona.

Gràfic 1. Penetració de la ràdio per variables de sexe i edat a Catalunya. Febrer a novembre. Període 2009-2010 (en %)



Font: EGM/CCMA.

Audiència radiofònica a Catalunya

L'any 2010, no només han augmentat els minuts d'escolta de ràdio, sinó també el nombre d'oients. D'acord amb les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (6a onada 2010. Any natural gener-desembre 2010) obtingudes a partir de 30.887 entrevistes a individus de Catalunya de 14 anys i més, durant l'any, l'audiència de ràdio a Catalunya ha crescut, tant de forma global (de 3.381.000 oients el 2009 a 3.411.000, +30.000), com en cadascuna de les modalitats d'oferta: generalistes, musicals i temàtiques. Les emissores musicals són les que tenen una audiència acumulada més gran amb 2.056.000 oients de dilluns a diumenge (+94.000 oients respecte el 2009). Les cadenes generalistes acumulen

una audiència d'1.669.000 oients (+49.000 en comparació al 2009) i les temàtiques informatives, 253.000 (46.000 més que el 2009).

Sempre segons les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, pel que fa al lideratge de l'audiència, en les cadenes generalistes Catalunya Ràdio continua l'any 2010 en el primer lloc del rànquing amb 510.000 oients de dilluns a diumenge (amb un augment de 29.000 respecte del 2009). El 2010 RAC1 avança i se situa al número dos, amb 468.000 oients (75.000 més que el 2009) i desplaça la Cadena SER al tercer lloc amb 384.000 oients (amb una pèrdua de 13.000 respecte del 2009). Ocupen la mateixa posició, però milloren els resultats respecte del 2009 Onda Cero, al quart lloc amb 165.000 oients (+7.000), i Radio Nacional, al cinquè amb 153.000 oients (+20.000). A la sisena posició, es manté COPE, tot i que perd oients i passa de 112.000 el 2009 a 90.000 el 2010. Igual passa amb Punto Radio, que davalla de 78.000 al 71.000, tot i que manté el setè lloc de la llista. La segueixen COMRàdio, amb un increment de 43.000 a 45.000 oients, i Ona FM, que augmenta dels 12.000 als 29.000 oients i avança Ràdio 4, que manté pràcticament l'audiència (de 13.000 a 14.000 oients). Tanquen la llista les emissores locals amb més audiència acumulada, Ràdio Olot (9.000 oients), Ràdio Sabadell (4.000 oients), Ràdio Vilafranca (4.000 oients) i Tarragona Ràdio (3.000 oients).

Pel que fa a l'audiència acumulada de les emissores musicals, Los 40 Principales encapçala un any més el rànquing a molta distància de la resta, amb 509.000 oients (els mateixos que el 2009). En segona posició continua Flaix FM amb 355.000 oients (+69.000 oients respecte del 2009). En tercer lloc, RAC105 amb 292.000 oients (+60.000). Ràdio Flaixbac fa un salt en el rànquing i escala del setè al quart lloc de la llista amb 249.000 oients i un increment de 80.000 persones. Les emissores musicals que van a continuació han augmentat el nombre d'oients: en el cinquè lloc, de dilluns a diumenge, Cadena Dial amb 225.000 oients (+35.000); en la sisena posició, Cadena 100 amb 221.000 oients (+46.000); i en la setena, Europa FM amb 194.000 oients (+26.000). Ràdio Tele Taxi (160.000 oients) perd 25.000 seguidors respecte del 2009. Per sota d'aquestes emissores se situen Máxima FM amb 140.000 oients (+31.000), M80 Radio amb 136.000 (-2.000), Kiss FM amb 123.000 (-8.000), iCat fm amb

62.000 oients (+11.000), RNE Radio 3 amb 57.000 (+4.000), Catalunya Música amb 53.000 oients (+8.000), Radiolé amb 52.000 oients (-6.000) i Ràdio RM amb 43.000 oients (+17.000). A més distància hi trobem Radio Clásica amb 19.000 oients (-1.000), Ràdio Estel amb 15.000 (+3.000), Ràdio Marina amb 8.000 oients (+1.000) i Gum FM amb 6.000 oients (-3.000).

Les emissores temàtiques també incrementen el nombre d'oients. En primer lloc, i molt allunyada de la resta, es manté Catalunya Informació amb 136.000 oients (+18.000); la segueixen Radio Marca amb 80.000 oients (+18.000) i en tercer lloc, se situa Radio Intereconomía amb 17.000 oients (+6.000), que avança una posició respecte del 2009 i desplaça al quart lloc Radio 5 Todo Noticias amb 16.000 oients (+1.000). Entra a la llista d'emissores temàtiques Rock&Gol amb 9.000 oients (vegeu la taula 6).

Taula 6. Audiència acumulada[A] (oients/dia) de ràdio a Catalunya. Any 2010 (en milers d'oients) (de dilluns a diumenge)

	Persones oients
Entrevistes	30.887
Univers (000)	6.421
TOTAL OIENTS	**3.411**
Emissores generalistes	
Catalunya Ràdio	510
RAC1	468
Cadena SER	384
Onda Cero	165
Radio Nacional	153
COPE	90
Punto Radio	71
COMRàdio	45
Ona FM	29
Ràdio 4	14
Ràdio Olot	9
Ràdio Sabadell	4
Ràdio Vilafranca	4
Tarragona Ràdio	3
TOTAL GENERALISTES	**1.669**
Emissores musicals	
Los 40 Principales	509
Flaix FM	355
RAC105	292
Ràdio Flaixbac	249
Cadena Dial	225
Cadena 100	221
Europa FM	194
Ràdio Tele Taxi	160
Máxima FM	140
M80 Radio	136
Kiss FM	123
iCat fm	62
RNE Radio 3	57
Catalunya Música	53
Radiolé	52
Ràdio RM	43
Radio Clásica	19
Ràdio Estel	15
Ràdio Marina	8
Gum FM	6
Styl FM	4
Top Ten Ràdio	4
TOTAL MUSICALS	**2.056**
Emissores temàtiques	
Catalunya Informació	136
Ràdio Marca	80
Radio Intereconomía	17
Radio 5 TN	16
Rock&Gol	9
TOTAL TEMÀTIQUES	**253**

[A] Nombre d'individus que declaren que escolten l'emissora, almenys, en un interval de 30 minuts.
Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura també proporciona dades de les cadenes de ràdio segons el *share* –és a dir, el percentatge de persones oients que escolten una emissora sobre el total d'oients de ràdio en el mateix període de temps. Atenent a aquesta variable, l'any 2010 RAC1 se situa en el primer lloc i Catalunya Ràdio, en el segon (vegeu la taula 7).

Taula 7. Rànquing de cadenes de ràdio per temàtica i *share* a Catalunya. Any 2010 (de dilluns a diumenge) (en %)

Emissores generalistes	
RAC1	25,3
Catalunya Ràdio	22,0
Cadena SER	19,1
Onda Cero	8,7
Radio Nacional	7,5
COPE	4,2
Punto Radio	4,1
Ona FM	1,7
COMRàdio	1,9
Ràdio 4	0,5
Ràdio Olot	0,4
Ràdio Sabadell	0,2
Ràdio Vilafranca	0,2
Tarragona Ràdio	0,1
Emissores musicals	
Los 40 Principales	15,8
Flaix FM	10,0
RAC105	8,3
Cadena Dial	8,0
Cadena 100	8,0
Ràdio Tele Taxi	6,7
Ràdio Flaixbac	6,6
Europa FM	5,5
Kiss FM	4,4
Máxima FM	4,1
M80 Radio	3,9
Ràdio RM	2,2
RNE Radio 3	2,1
Radiolé	1,9
iCat FM	1,6
Catalunya Música	1,6
Radio Clásica	0,6
Ràdio Estel	0,3
Gum FM	0,3
Ràdio Marina	0,2
Top Ten Ràdio	0,2
Styl FM	0,1
Emissores temàtiques	
Catalunya Informació	3,1
Ràdio Marca	2,6
Radio Intereconomía	0,6
Rock&Gol	0,4
Radio 5 TN	0,4

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

D'altra banda, també prenent com a referència les dades de l'EGM sobre l'audiència acumulada, a Catalunya el 2010 el nombre d'oients puja en tots els tipus d'oferta radiofònica: la ràdio generalista passa d'1.651.000 oients el 2009 a 1.750.000 el 2010 (+99.000); la ràdio musical augmenta en 48.000 oients i passa del 1.880.000 del 2009 al 1.928.000 del 2010; i l'audiència acumulada de la ràdio temàtica informativa també s'incrementa amb 26.000 seguidors més (dels 239.000 del 2009 als 265.000 del 2010) (vegeu la taula 8).

Pel que fa a audiència acumulada, d'acord amb l'EGM, RAC1 escala de la tercera posició el 2009 a la primera del rànquing de dilluns a diumenge a Catalunya el 2010, amb un augment de 82.000 oients. Per demarcacions, ocupa el primer lloc a Barcelona i Girona, però no a Lleida i Tarragona, territoris on Catalunya Ràdio és la més escoltada. En l'àmbit català, l'emissora pública és la segona en termes d'audiència acumulada tot i que augmenta en 38.000 oients en comparació amb el 2009. La Cadena SER perd 14.000 oients el 2010, cosa que combinada amb els creixements de Catalunya Ràdio i, sobretot, de RAC1, la situen en la tercera posició a Catalunya i a les demarcacions de Girona, Lleida i Tarragona; a Barcelona, en canvi, ocupa la segona posició.

Taula 8. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Catalunya. Període de febrer a novembre de 2010 (en milers d'oients) (de dilluns a diumenge)

Total oients	**3.604**
Emissores generalistes	
RAC1	494
Catalunya Ràdio	459
Cadena SER	421
Onda Cero	162
RNE	127
COPE	109
Punto Radio	78
Ona FM	44
COMRàdio	30
Ràdio 4	14
Total generalistes	**1.750**
Emissores musicals	
Los 40 Principales	403
Flaix FM	265
RAC105	211
Ràdio Flaixbac	211
Cadena 100	181
Cadena Dial	177
Europa FM	142
Kiss FM	127
Máxima FM	107
M80 Radio	97
Radiolé	42
iCat fm	40
Catalunya Música	35
Radio 3	26
Radio Clásica	9
Ràdio Estel	8
Gum FM	7
Onda Melodía	4
Styl FM	1
Styl Clàssics	1
Total musicals	**1.928**
Emissores temàtiques	
Catalunya Informació	130
Ràdio Marca	84
Radio Intereconomía	22
Radio 5 TN	12
Rock&Gol	4
Total temàtiques	**265**

Font: EGM/CCMA.

En l'apartat de les emissores musicals, Los 40 Principales guanya 8.000 oients el 2010 i continua líder a Catalunya i a totes les demarcacions, excepte a Lleida, on Flaix FM se situa en primera posició. A escala catalana, Flaix FM manté el segon lloc que ja ocupava el 2009, si bé amb un augment de 37.000 oients. RAC 105 (amb 1.000 oients menys el 2010) també manté la tercera posició al Principat, aquest any,

amb empat en 211.000 persones oients amb Ràdio Flaixbac (amb 63.000 oients més puja del sisè lloc al tercer). Per demarcacions, Ràdio Flaixbac també ocupa la tercera posició a Barcelona; RAC 105, per la seva banda, és segona a Girona i quarta a Tarragona. A Lleida, en el tercer lloc hi ha Cadena Dial, igual que a Tarragona. Catalunya Informació, tot i passar de 121.000 persones oients el 2009 a 91.000 el 2010, manté el lideratge absolut com a ràdio temàtica informativa a tot el territori.

Taula 9. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio per demarcacions a Catalunya. Període de febrer a novembre de 2010 (en milers d'oients) (de dilluns a diumenge)

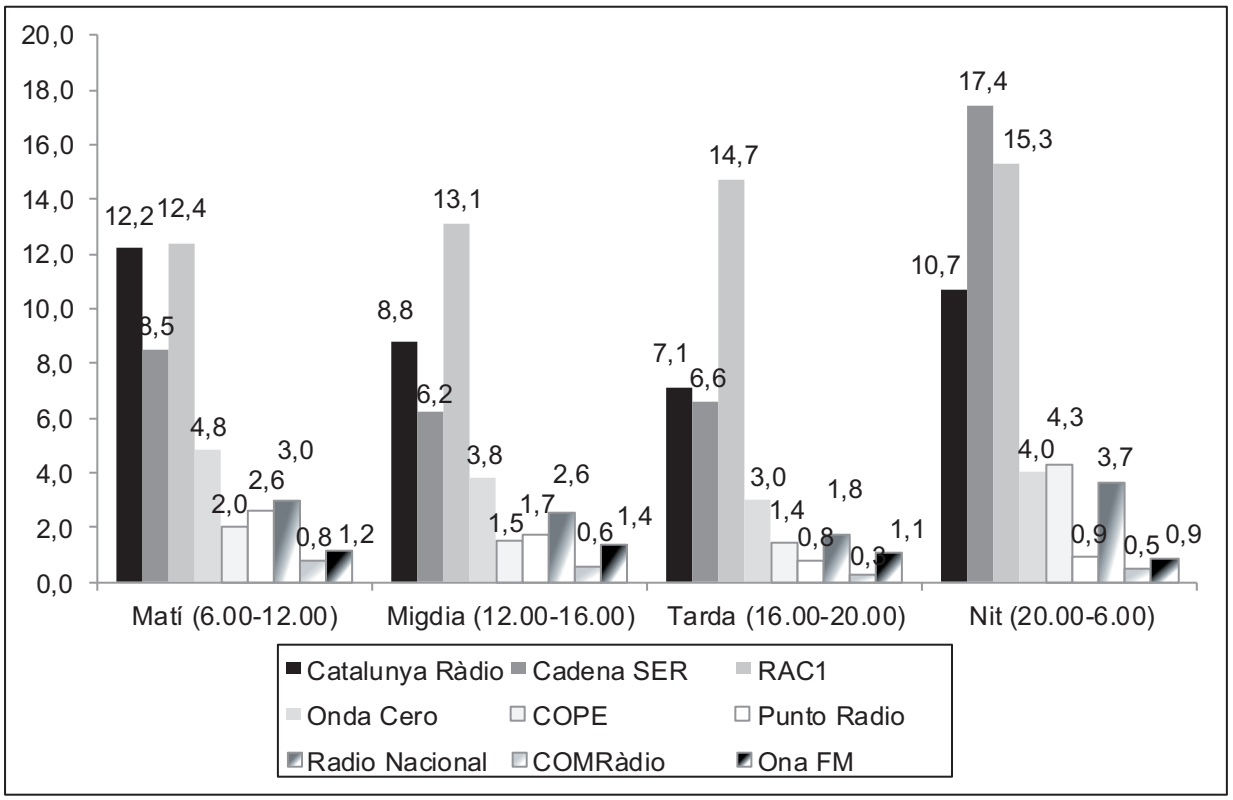
	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Emissores generalistes				
RAC1	345	67	29	54
Catalunya Ràdio	300	59	42	58
Cadena SER	331	34	15	41
Onda Cero	138	6	7	11
RNE	91	14	7	16
Cadena COPE	81	9	6	13
Punto Radio	65	4	5	5
Ona FM	26	12	3	3
COMRàdio	22	4	2	1
Ràdio 4	7	3	2	1
Emissores musicals				
Los 40 Principales	271	52	23	58
Flaix FM	172	31	26	36
RAC 105	144	32	8	27
Flaixbac	162	21	6	22
Cadena 100	148	12	11	11
Cadena Dial	119	10	16	32
Europa FM	103	7	6	26
Kiss FM	123	3	1	1
Máxima FM	105	1	0	1
M80	78	3	4	14
Radiolé	36	0	0	5
iCat fm	26	5	4	5
Catalunya Música	30	2	2	1
RNE R3	19	3	1	3
Radio Clásica	7	1	0	1
Ràdio Estel	5	1	1	1
GUM FM	1	0	6	0
Onda Melodía	3	0	0	1
Styl Clàssics	1	0	0	0
Styl FM	0	0	1	0
Emissores temàtiques				
Catalunya Informació	91	13	10	16
Radio Marca	82	1	1	1
Radio Intereconomía	21	1	0	0
Radio 5 TN	9	1	1	2
Rock&Gol	4	0	0	0

Font: EGM / CCMA.

Tot i les diferències que s'observen quant a posició concreta de cada emissora entre els resultats del Baròmetre de la Comunicació i l'Estudi General de Mitjans, hi ha un domini clar dalt del pòdium de les tres ràdios generalistes amb més oients: RAC1, Catalunya Ràdio i la Cadena SER.

Aquestes tres emissores generalistes es reparteixen el lideratge en els diferents blocs horaris de la jornada radiofònica. D'acord amb les dades de l'EGM i pel que fa als dies feiners –és a dir, prenent la mitjana diària de dilluns a divendres– RAC1 i Catalunya Ràdio es mantenen frec a frec a l'horari matinal (de 6.00 a 12.00 h) amb dues dècimes de diferència favor de la primera. Al migdia (de 12.00 a 16.00 h) i especialment a la tarda (de 16.00 a 20.00 h) els oients trien preferentment RAC1. La nit (de 20.00 a 06.00 h) és per a la Cadena SER, seguida per RAC1.

Gràfic 2. Quota de les ràdios generalistes[A] per segments horaris en dies feiners (de dilluns a divendres). Febrer-novembre de 2010 (en %)



[A] Es pren com a base el percentatge d'oients de ràdio generalista del total d'oients de ràdio en cada segment horari.

Font: EGM/CCMA.

D'acord amb el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, l'audiència presenta variacions segons el perfil sociodemogràfic dels oients (vegeu la taula 10). Quant al sexe, el 53,6% de l'audiència són homes i el 46,4%, dones. En la ràdio generalista, un 60,3% de les persones oients són homes i un 39,7%, dones; en les emissores musicals els percentatges són molt igualats, 49,9% i 50,1% respectivament; en canvi, a les ràdios temàtiques informatives és on hi ha un contrast més gran amb un 76,0% d'homes i un 24,0% de dones.

Per edats, la major part de l'audiència es troba en els grups de 25 a 34 anys i de 35 a 44 amb el mateix percentatge, el 21,6%. Aquesta xifra és molt similar a la de l'any 2009, en què aquests grups representaven un 22,2% i un 20,9%, respectivament. De fet, les dades no presenten canvis significatius respecte del 2009 en cap dels segments d'edat. La proporció dels més joves és més baixa en l'audiència de ràdio generalista (2,9%) i de ràdio temàtica informativa (2,1%). El grup d'edat de 65 anys i més és el majoritari entre l'audiència de ràdio generalista (22,0%), mentre que en la de les emissores musicals ho és el de 25 a 34 anys (27,5%) i en la de les ràdios temàtiques informatives, de 35 a 44 anys (26,6%) (vegeu la taula 10).

Pel que fa a la classe social, entre les persones oients són majoritàries les que es consideren de classe mitjana (46,3%). Atenent al tipus d'emissora, els percentatges són molt similars, tot i que destaca el fet que són molt pocs els oients de ràdio temàtica informativa de classe mitjana baixa i baixa (15,2% davant el 42,4% de classe mitjana i alta).

Quant a llengua habitual del públic radiofònic, un 52,2% té com a llengua habitual el castellà i un 44,8%, el català. Atenent als tipus d'emissora que trien, els que consumeixen ràdio generalista tenen majoritàriament el català com a llengua habitual (57,0%), mentre que en l'audiència de les emissores musicals predominen els que utilitzen habitualment el castellà (58,4%). El consum de ràdio temàtica informativa és pràcticament igual en els dos segments (49,8% català i 47,0% castellà).

Taula 10. Audiència de la ràdio a Catalunya per variables sociodemogràfiques. Perfil. Any 2010 (de dilluns a diumenge) (en %)

	Total ràdio	Generalista	Musical	Temàtica
Entrevistes	**16.748**	**8.355**	**10.066**	**1.193**
Població (000)	**3.411**	**1.669**	**2.056**	**253**
Gènere				
Home	53,6	60,3	49,9	76,0
Dona	46,4	39,7	50,1	24,0
Edat				
14-19 anys	6,6	2,9	9,8	2,1
20-24 anys	7,0	3,4	9,9	3,5
25-34 anys	21,6	15,4	27,5	19,1
35-44 anys	21,6	20,0	23,5	26,6
45-54 anys	16,6	18,9	15,1	20,7
55-64 anys	12,4	17,4	7,8	14,9
65 anys i +	14,3	22,0	6,4	13,1
Classe social				
Alta i Mitjana-alta	34,5	41,4	31,3	42,4
Mitjana	46,3	42,2	48,9	42,4
Mitjana-baixa i Baixa	19,2	16,4	19,9	15,2
Lloc de naixement				
Catalunya	67,4	71,1	66,4	72,7
Resta Estat espanyol	17,8	20,4	15,3	16,1
Estranger	14,6	8,3	18,0	11,1
Llengua habitual				
Català	44,8	57,0	38,0	49,8
Castellà	52,2	41,0	58,4	47,0
Altres	3,0	2,0	3,7	3,1

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

Internet

L'ús d'internet com a mitjà per escoltar la ràdio és encara minoritari. Segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, l'any 2010 un 64,8% de persones enquestades diu que ha utilitzat internet en el darrer mes. D'aquestes persones, només un 14,1% diu que ha visitat un web de ràdio en els darrers 30 dies. Entre aquests són majoria els homes (16,1% d'homes i 11,7% de dones) i els del segment d'edat més jove (17,6% d'aquests usuaris tenen entre 14 i 24 anys).

Segons l'estudi *La comunicació a Catalunya. Resum 2010* elaborat pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura en col·laboració amb l'InCom-UAB,[237] la penetració d'internet com a canal de distribució de ràdio, és a dir, el percentatge de persones que empren internet per escoltar la ràdio, és del 13,3% (de gener a

[237] BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA – INCOM-UAB [En línia]: *La comunicació a Catalunya. Resum 2010*. Barcelona: Fundacc, 31 de gener de 2011 (Gràfic 7.) <http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/la_comunicacio_a_catalunya_resum_2010.pdf>. [Consulta: octubre de 2011]

desembre de 2010 i comptabilitzant l'audiència de dilluns a divendres). Aquest percentatge és pràcticament idèntic respecte del mateix període de 2009 en què se situava en el 13,4%.

Llengua parlada

L'oferta de ràdio generalista majoritàriament en català és l'opció triada en primer terme per l'audiència, amb 1.086.000 oients, mentre que 863.000 persones escolten les emissores que emeten exclusivament o majoritàriament en castellà. En aquesta línia, les cadenes generalistes més escoltades, segons el Baròmetre, són Catalunya Ràdio i RAC1. En relació amb les cadenes temàtiques musicals, l'audiència acumulada de les que utilitzen el castellà com a llengua parlada, 1.879.000 oients, és superior a la de les emissores o cadenes que emeten majoritàriament en català –sempre en termes de llengua parlada–, 1.047.000 persones. En el terreny informatiu, el català torna a ser la primera llengua d'elecció. La cadena temàtica informativa que ocupa el primer lloc, a molta distància de la resta, és Catalunya Informació amb 136.000 oients.

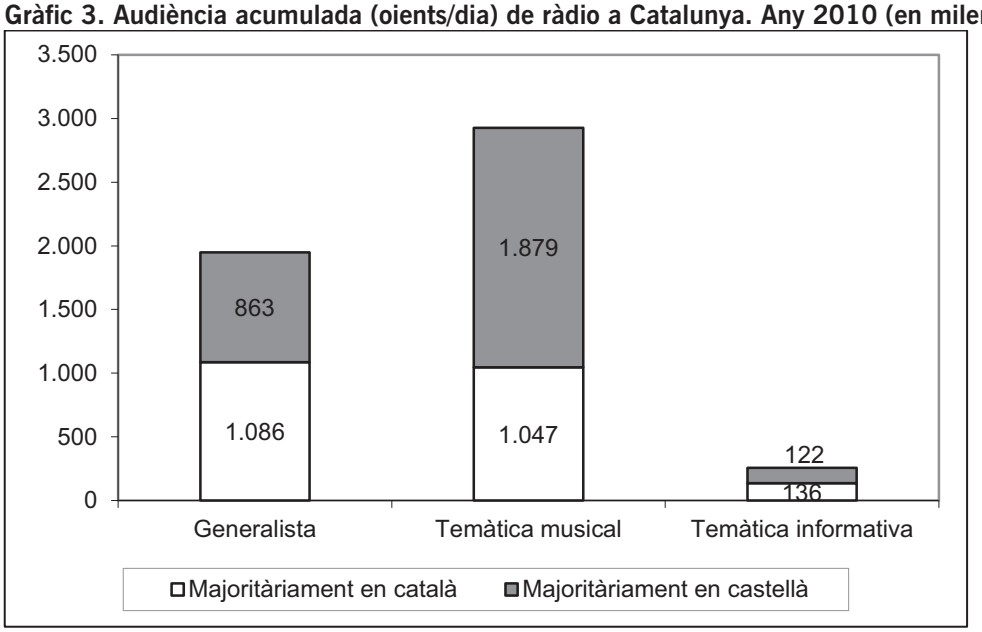
Comparant les xifres corresponents als anys 2009 i 2010, elaborades en tots dos casos a partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, es pot observar que l'audiència acumulada de les emissores que difonen majoritàriament en català augmenta en les tres tipologies: les generalistes passen de 963.000 oients l'any 2009 a 1.086.000 el 2010; l'audiència acumulada de les musicals que emeten predominantment en català creix en 236.000 oients i arriba a 1.047.000, i l'audiència de les emissores temàtiques informatives s'incrementa de 118.000 el 2009 a 136.000 oients l'any 2010 (vegeu el gràfic 3).

L'estudi *La comunicació a Catalunya. Resum 2010* del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura amb InCom-UAB[238] indica que, tot i que el castellà és la llengua predominant en el consum de mitjans de comunicació a Catalunya, és en la ràdio (audiència de dilluns a divendres) on s'observa un consum més similar de

[238] BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA – INCOM-UAB [En línia]: *La comunicació a Catalunya. Resum 2010*. Barcelona: Fundacc, 31 de gener de 2011 (Gràfic 2.) <http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/la_comunicacio_a_catalunya_resum_2010.pdf>. [Consulta: octubre de 2011]

llengua entre català i castellà. L'any 2010, de les persones que diuen que escolten la ràdio cada dia, el 60,2% ho fa en castellà i el 53,3% en català.

Gràfic 3. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Catalunya. Any 2010 (en milers d'oients)



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (gener-desembre de 2010).

Pel que fa a l'emissió en llengua aranesa, la ràdio pública catalana de la Generalitat té una oferta específica per als oients de la Vall d'Aran. Catalunya Ràdio emet el magazín *Aran, meddia aranés*, cada dia de 12 a 13 h i també es pot escoltar Catalunya Informació en llengua aranesa de dilluns a divendres de 8 a dos quarts de nou del matí.

Audiència radiofònica a l'Estat espanyol

A l'Estat espanyol l'any 2010 i segons l'EGM, el lideratge de l'audiència radiofònica és per a la Cadena SER, que amb 4.415.000 oients dobla el nombre de seguidors de la segona més escoltada, Onda Cero (2.043.000). Amb tot, la Cadena SER perd 228.000 oients respecte del 2009 (4.643.000) i, en canvi, Onda Cero en guanya 69.000 (1.974.000 el 2009). Les segueixen, amb xifres força igualades, COPE i Radio Nacional de España. La cadena COPE, tot i que es manté en la tercera posició de les ràdios espanyoles, perd oients i passa d'1.737.000 l'any 2009 a 1.384.000 el 2010. RNE continua sent la quarta més escoltada i incrementa l'audiència d'1.184.000 persones el 2009 a 1.355.000 el

2010. RAC1, amb un augment de 82.000 oients, avança posicions i passa del setè al cinquè lloc del rànquing. En general, les emissores musicals sumen oients el 2010. Aquest és el cas de Los 40 Principales, que, amb 151.000 oients més el 2010, manté el liderat a molta distància de les altres. També continuen al segon i al tercer llocs Cadena Dial, amb un increment de 253.000 persones oients, i Cadena 100, que en guanya 293.000. Europa FM, amb 219.000 oients més, puja a la quarta posició i desplaça Kiss FM, que perd 103.000 oients, al cinquè lloc. A les emissores temàtiques informatives s'observa un domini clar de Radio Marca, que consolida la posició amb 72.000 persones oients més el 2010.

Taula 11. Audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Espanya. Febrer a novembre de 2010 (en milers d'oients) (de dilluns a diumenge)

Total oients	**22.435**
Emissores generalistes	
Cadena SER	4.415
Onda Cero	2.043
COPE	1.384
RNE	1.355
RAC1	497
Punto Radio	488
Catalunya Ràdio	480
Canal Sur Radio	324
Radio Euskadi	168
Radio Galega	147
Euskadi Irratia	68
Ràdio 9	68
Total generalistes	**10.979**
Emissores musicals	
Los 40 Principales	3.557
Cadena Dial	1.913
Cadena 100	1.536
Europa FM	1.165
Kiss FM	1.023
Máxima FM	642
M80	488
Radiolé	436
RNE R3	311
Canal Fiesta Radio	319
Flaix	314
RAC 105	213
Flaixbac	216
Radio Clásica	118
Euskadi Gaztea	84
Cadena Top	87
Onda Melodía	74
Total musicals	**11.793**
Emissores temàtiques	
Radio Marca	583
Radio 5 TN	302
Radio Intereconomía	183
Catalunya Informació	130
Rock&Gol	112
Total temàtiques informatives	**1.455**

Font: EGM/CCMA.

4. La programació radiofònica: l'oferta generalista

Aquest apartat pretén mostrar les característiques principals de la programació radiofònica de les emissores generalistes a Catalunya. En primer lloc s'ofereix una panoràmica general de les ofertes analitzades i, tot seguit, s'aborden les diferents

emissores individualment. En concret, es realitza un acostament més exhaustiu de la programació de Catalunya Ràdio i RAC1, les dues emissores generalistes d'àmbit català amb més audiència. També s'analitza, de forma més resumida, l'oferta programàtica de les quatre emissores privades d'àmbit estatal amb desconnexions amb més audiència: SER, Onda Cero, COPE i Punto Radio.

La descripció de les diverses programacions es basa en la classificació de gèneres programàtics utilitzada des de l'any 2003 a l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya*:[239]

- *Informació*: programes que tracten l'actualitat amb formats periodístics diversos (butlletí, servei principal de notícies, debats, etc.), així com aquells d'informació especialitzada en alguna temàtica concreta (gastronomia, història, noves tecnologies, etc.).
- *Infoentreteniment*: programes que contenen informació (actualitat, principalment) i entreteniment (humor, participació, música, etc.). Normalment es troba en els magazins de durada llarga.
- *Esport*: programes que tracten sobre l'actualitat esportiva. S'hi inclouen les retransmissions.
- *Entreteniment*: programes que pretenen entretenir la persona oient i que poden incloure continguts d'humor.
- *Música*: programes en els quals la música és el contingut principal, independentment de la forma en què es presenti.
- *Participació*: programes que s'articulen exclusivament entorn de la col·laboració activa de l'audiència.
- *Cultura*: programes amb continguts de literatura, art, cinema, etc.
- *Religió*: programes de caràcter religiós, ja siguin oficis religiosos o programes de temàtica relacionada.
- *Opinió*: programes que s'articulen en base a col·laboradors fixos i algun convidat que contrasten opinions fent ús de la tertúlia com a format.

Cal indicar que alguns gèneres, a més de poder singularitzar programes per ells mateixos, poden aparèixer de forma transversal en el conjunt de la programació

[239] A diferència de la classificació en edicions anteriors de l'INFORME, s'ha prescindit de la tipologia *humor* atès que es tracta d'una de les característiques implícites dels programes de la categoria *entreteniment*.

radiofònica, especialment en els magazins informatius i d'infoentreteniment de llarga durada. És el cas de *participació* i *opinió*, entre altres gèneres.

4.1 Característiques generals de la programació

L'oferta generalista dels prestadors de radiodifusió es caracteritza, durant l'any 2010, per la continuïtat respecte de l'any anterior. No obstant això, s'han produït canvis significatius pel que fa a moviments de professionals d'un prestador a un altre i diversos ajustaments horaris.

Seguint la tendència de l'any anterior, el 2010 es reforça la presència de la majoria de programes a internet. En concret, es consolida l'opció d'accedir a la reproducció dels continguts en temps real (*streaming*)[240] o a petició/a la carta i es generalitza la utilització de les xarxes socials per participar en els programes. Els programes acostumen a tenir Facebook i Twitter, recursos que dinamitzen la participació simultània de l'audiència en detriment d'altres eines com ara el correu electrònic o els xats.

D'altra banda, s'avança en l'opció d'escoltar la ràdio pel mòbil (iPhone, Android i Blackberry). La descàrrega de l'aplicació corresponent permet a la persona usuària seguir el senyal en *streaming* de les diferents emissores des de qualsevol lloc del món amb connexió Wi-Fi o 3G.

Pel que fa estrictament a la programació radiada, l'anàlisi d'aquestes emissores durant l'any 2010 posa de manifest que les diverses ofertes presenten estructures similars. En termes generals, es constata que els prestadors opten per una estructura de grans blocs amb tipologies homogènies. Així, els oients poden esperar l'emissió de magazins d'infoentreteniment al matí (amb més contingut informatiu) i a la tarda (amb més contingut d'entreteniment), programes informatius al migdia, magazins informatius i d'esports a les nits, i el seguiment de l'actualitat esportiva a les tardes del cap de setmana.

Els espais de programació entre blocs s'omplen de continguts diversos en funció de l'emissora, fet que introdueix elements de diferenciació entre elles. En general, s'aposta per informatius temàtics que aporten diversitat a la graella o bé per gèneres amb presència minoritària com la cultura, la música –cal recordar que

[240] TERMCAT [En línia] <http://www.termcat.cat> [Consulta: març de 2012]

es tracta d'emissores generalistes– i l'opinió –com a gènere vertebrador de tot un programa.

Així, a Catalunya Ràdio es troben programes sobre creixement personal, noves tecnologies, drets humans i història de Catalunya, entre d'altres. També s'emeten programes culturals (cinema, agendes), musicals, d'opinió i de contingut religiós. La SER conté programes sobre història, aventura, consum i tecnologia, a més d'un programa cultural. Onda Cero inclou programes sobre salut i viatges, així com una agenda cultural. La COPE presenta continguts religiosos, però també emet un programa sobre informació agrària i un altre sobre viatges. A l'últim, Punto Radio programa música i continguts referits a la salut, els viatges, l'agricultura i la pesca, etc.

RAC1, per la seva banda, presenta una estructura de graella més concentrada en blocs de programació d'un nombre més limitat de gèneres. En efecte, RAC1 compta amb 17 programes diferents, de 5 gèneres programàtics, amb la particularitat que dos d'ells (infoentreteniment i esports) representen les tres quartes parts del total d'emissió setmanal.

Altres diferències programàtiques entre emissores es troben a la franja de matinada. En primer lloc, Catalunya Ràdio reparteix el temps gairebé a parts iguals entre la participació (*La nit dels ignorants*) i l'infoentreteniment (*El visitant*). En aquesta franja, les emissores d'àmbit estatal emeten bona part dels continguts en desconnexió. En concret, la SER i la COPE programen bàsicament continguts de participació (*Parlar per parlar* / *Hablar por hablar* i *Momentos*, respectivament). Pel que fa a Onda Cero i Punto Radio, emeten una oferta d'infoentreteniment (*No són hores* i *La nit en blanc*, respectivament). A l'últim, RAC1 aposta per la redifusió de programes íntegres que s'han emès durant el dia, i que inclouen entreteniment (*La competència* i *La segona hora*), participació (*Tot és possible*) i esports (*Tu diràs*).

En relació amb les dues emissores generalistes d'àmbit català, Catalunya Ràdio i RAC1, cal indicar que al llarg de l'any 2010 també s'observa una tendència cap a una uniformització més gran de continguts i d'horaris dels principals blocs de programació.

Pel que fa a les desconnexions per a Catalunya de les emissores d'àmbit estatal, cal assenyalar que pràcticament la totalitat de programes s'emeten en llengua catalana. Alguns són programes realitzats exclusivament per a Catalunya, mentre que d'altres són versions en català dels mateixos programes o fragments de programa que s'emeten en castellà per a la resta de l'Estat. Els gèneres amb més presència són l'infoentreteniment, la informació i la informació temàtica.

Finalment, cal destacar dos fets conjunturals que van incidir sobre la programació d'aquest any. D'una banda, el novembre de l'any 2010 es van celebrar eleccions al Parlament de Catalunya, fet que va condicionar els continguts de diversos programes, especialment en les emissores d'àmbit català. D'altra banda, i en l'àmbit esportiu, a l'estiu es va celebrar el campionat mundial de futbol a Sud-àfrica, que va tenir un seguiment ampli a les diferents emissores, tant pel que fa a retransmissions –les emissores d'àmbit estatal– com a la presència d'informació especial sobre l'esdeveniment.

Les taules 12 i 13 inclouen els programes i els gèneres més destacats que ocupen cada franja horària, i permeten establir paral·lelismes entre totes les ofertes. Cal tenir en compte que les franges establertes són genèriques, és a dir, no representen amb exactitud el mateix interval horari en tots els casos.

Així, de dilluns a divendres, els programes que s'emeten a la franja del *matí* (infoentreteniment) se situen entre les 6 i les 12.30 h; al *migdia* (informació i esports), entre les 13.30 i les 16 h; a la *tarda* (infoentreteniment), entre les 16 i les 19 h; al *vespre-nit* (informació), entre les 20 i les 24 h; i a la *nit-matinada* (esports), entre les 23 i la 1.30 h. Aquest solapament d'una hora a la franja de *nit* s'explica per una diferència d'estructura entre les graelles de les emissores d'àmbit català i les d'àmbit estatal. Les primeres emeten informació de 21 a 23 h i esports de 23 a 1 h, mentre que les segones programen informació de 20 a 24 h i esports de 00 a 1.30 h.

Els caps de setmana, la franja del *matí* (infoentreteniment) comprèn l'interval entre les 8 i les 14 h, mentre que la del *migdia* (informació) ocupa entre les 14 i les 15h. La *tarda*, dedicada als esports, pot oscil·lar entre les 16 i les 24 h. Cal tenir en compte que el seguiment d'aquests continguts varia no només segons l'emissora, sinó també en funció de l'actualitat esportiva de la jornada.

Taula 12. Dilluns a divendres. Catalunya Ràdio, RAC1, SER, Onda Cero, COPE i Punto Radio. Comparació de la programació per franja horària i gènere. Any 2010

Franja horària	Gènere	Catalunya Ràdio	RAC1	SER	Onda Cero	COPE	Punto Radio
Matí	Infoentreteniment	*El matí de Catalunya Ràdio*	*El món a RAC1*	*Hoy por hoy*	*Herrera en la Onda*	*La Mañana → Así son las mañanas*	*Protagonistas*
Migdia	Informació + esports	*L'informatiu del migdia + L'informatiu del migdia esports*	*14/15 + 100 metres*	*Hora 14 + SER Esports*	*Noticias mediodía+ Onda deportiva*	*La Palestra* (inclou informació esportiva)	*Primera plana* (inclou informació esportiva)
Tarda	Infoentreteniment	*El secret*	*Versió RAC1*	*La ventana*	*Julia en la Onda*	*La Tarde con Cristina → La Atalaya*	*Queremos hablar*
Vespre-nit	Informació	*El cafè de la República*	*La nit a RAC1*	*Hora 25*	*La brújula*	*La Linterna*	*De costa a costa*
Nit-matinada	Esports	*El club de la mitjanit*	*Tu diràs*	*El larguero*	*Al primer toque*	*El Tirachinas → El partido de las 12*	*El mirador*

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

Taula 13. Caps de setmana. Catalunya Ràdio, RAC1, SER, Onda Cero, COPE i Punto Radio. Comparació de la programació per franja horària i gènere. Any 2010

Franja horària	Gènere	Catalunya Ràdio	RAC1	SER	Onda Cero	COPE	Punto Radio
Matí	Infoentreteniment	*El suplement*	*Via Iliure*	*A vivir que son dos días*	*Te doy mi palabra*	*Al sur de la semana → Dos días contigo / L'Alternativa*	*Protagonistas fin de semana*
Migdia	Informació	*L'informatiu del migdia*	*14/15*	*Hora 14 cap de setmana / Hora 14 fin de semana*	*Noticias fin de semana*	*La Palestra*	*Primera plana fin de semana*
Tarda	Esports	*Tot gira / La transmissió d'en Puyal*	*La Iliga a RAC1 / El Barça juga a RAC1*	*Carrusel deportivo*	*Radioestadio*	*Tiempo de juego*	*El mirador de la liga*

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

4.2. Emissores d'àmbit català

4.2.1 Catalunya Ràdio

La temporada 2009-2010 de Catalunya Ràdio havia començat amb l'objectiu "d'oferir a l'oient una programació competitiva i de qualitat" i sota la direcció de Ramon Mateu, designat el juny de 2009 en substitució d'Oleguer Sarsanedas. La graella presentava com a novetats més destacades la incorporació de Manel Fuentes al capdavant d'*El matí de Catalunya Ràdio*, el magazín de migdia *Tot és molt confús*, presentat per Pere Mas, el magazín de tarda *El secret*, conduït per Sílvia Cóppulo i el programa d'esports nocturn *El club de la mitjanit*, amb Pere Escobar. A les novetats de la temporada calia afegir-hi programes ja consolidats com *La transmissió d'en Puyal*, *L'oracle*, *L'ofici de viure* i *La nit dels ignorants*, entre d'altres.

Segons el seguiment de la programació de Catalunya Ràdio realitzat pel CAC durant el primer trimestre de 2010,[241] el gènere amb més presència a la graella de l'emissora és l'infoentreteniment (44%). El segueixen la informació (20,2%), els esports (16,4%), la participació (7,4%), la cultura (5,7%), la música i l'opinió (ambdós amb un 3%) i la religió (0,3%). L'emissora emet 30 programes diferents, que representen aquests 8 gèneres.

Taula 14. Catalunya Ràdio. Percentatge de la programació per gèneres. Any 2010

Gènere	Percentatge
Infoentreteniment	44,0
Informació	20,2
Esports	16,4
Participació	7,4
Cultura	5,7
Música	3,0
Opinió	3,0
Religió	0,3
Total	**100,0**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

En relació amb l'emissió en llengua catalana i de música cantada en català, el seguiment realitzat pel CAC durant aquest trimestre conclou que l'emissora

[241] El seguiment se centra en la programació de Catalunya Ràdio emesa per la freqüència 102.8 MHz de Barcelona.

compleix amb les obligacions legals. El 100% del temps d'emissió és en català i se supera el mínim legal (25%) referit a la música cantada en català.

L'anàlisi per gèneres indica que l'infoentreteniment es troba en els magazins de matí i tarda de llarga durada: *El matí de Catalunya Ràdio* i *El secret*. També contenen aquest gènere els programes *Tot és molt confús*, *El visitant*, *L'hora de les bruixes*, *Tàpias variades*, *Eduqueu les criatures* i *El suplement*.

La presència de la informació vertebra la programació a través d'espais basats en l'actualitat. Es tracta de *L'informatiu del migdia*, del *Catalunya vespre*, del magazín informatiu *El cafè de la República* i del *Catalunya matí* (caps de setmana). A més, la graella inclou programes informatius dedicats a temàtiques concretes: *L'ofici de viure* (creixement personal), *Generació digital* (entreteniment digital), *L'internauta* (noves tecnologies), *Solidaris* (drets humans i cooperació) i *En guàrdia* (història de Catalunya).

Els esports tenen presència de dilluns a divendres a través de l'informatiu *Catalunya vespre esports* i del magazín nocturn *El club de la mitjanit*. Els caps de setmana s'emet l'informatiu *Tot gira migdia*, el magazín *Tot gira* i *La transmissió d'en Puyal*. La durada i la franja horària del magazín i de la transmissió esportiva estan condicionades, com succeeix a totes les emissores, per l'actualitat esportiva de la jornada.

El gènere *participació* es troba de forma singular en el programa veterà de preguntes i respostes *La nit dels ignorants*. No obstant això, i com ja s'ha indicat, la participació acostuma a coexistir amb la resta de gèneres de la graella.

La presència de *cultura* es concreta al programa de cinema *La finestra indiscreta* i a les agendes *Mans* (festes i música tradicional) i *TR3SC* (adreçada als socis del club del mateix nom).

També s'emeten dos programes en els quals la música és el contingut principal. Es tracta de *Geografia humana* i *Memòria selectiva*.

El gènere *opinió* apareix al programa *L'oracle*, en el qual quatre tertulians debaten qüestions d'actualitat.

A l'últim, la religió està present en el programa *Paraules de vida*, que tracta l'actualitat des d'una perspectiva cristiana.

Un cop finalitzada la temporada regular, s'observen algunes variacions en la graella. La programació d'estiu de Catalunya Ràdio s'emet del 19 de juliol al 5 de setembre. Es mantenen els programes insígnia de l'emissora, tot i que amb altres conductors i amb continguts adaptats al període estiuenc. És el cas d'*El matí de Catalunya Ràdio*, *Tot és molt confús*, *El secret d'estiu*, *La nit dels ignorants 2.0, Tàpias fresques i El suplement d'estiu*, per exemple. Els programes informatius continuen vertebrant la programació, i se segueixen els esdeveniments esportius que tenen lloc a l'estiu (pretemporada del FC Barcelona i del RCD Espanyol, Supercopa d'Espanya, Trofeu Joan Gamper, Trofeu Ciutat de Barcelona, etc.).

La programació d'estiu també incorpora nous programes com *Algú ho havia de fer* (magazín d'entreteniment presentat per tres conductors), *Pera punyetes!* (amb Joan i Roger Pera), *Converses* (entrevistes a personalitats destacades de Catalunya), *Fora de catàleg* (música que no s'escolta habitualment a la ràdio) i *Balles?* (èxits musicals), entre d'altres. A més, cal destacar el programa *Any Maragall*, dedicat al poeta Joan Maragall amb motiu del 150è aniversari del seu naixement.[242]

El setembre comença la temporada 2010-2011 amb la voluntat de reforçar el paper de servei públic, en paraules del director Ramon Mateu. A més, es potencia la franja esportiva del cap de setmana i es reubiquen alguns programes per fer-los més competitius.[243]

L'emissora aposta per aprofitar millor les noves tecnologies per tal de conèixer l'opinió de les persones oients en tot moment. Amb el lema "Tens 26 sol·licituds d'amistat" (referides als 26 programes que configuren la nova graella), l'emissora posa de manifest que els programes obren més espais de participació a l'audiència, a través del telèfon, SMS, web i xarxes socials. També s'amplia a la majoria de programes l'opció d'escoltar-los en temps real o *streaming* a través del web de Catalunya Ràdio.[244]

En relació amb la programació pròpiament dita, aquesta és la segona temporada de Manel Fuentes al capdavant d'*El matí de Catalunya Ràdio*, que incorpora nous col·laboradors. A més, s'inaugura una secció en la qual les

[242] <http://www.catradio.cat/pdf/Dossier_estiu_2010.pdf>
[243] <http://www.catradio.cat/premsa/notapremsa/22714/Catalunya-Radio-presenta-la-temporada-2010-2011-de-la-nova-programacio>
[244] <http://www.catradio.cat/pdf/Programacio_2010-11.pdf>

persones oients poden preguntar sobre allò que els preocupa, cada dia sobre una temàtica diferent. El magazín de migdia *Tot és molt confús* continua presentat per Pere Mas i el magazín de tarda *El secret*, per Sílvia Cóppulo. L'agenda cultural *TR3SC* esdevé una secció d'aquest programa. *El cafè de la República*, amb Joan Barril, avança una hora l'emissió (de 21 a 23 h, en comptes de 22 a 24 h). El programa presenta com a novetat la inclusió d'una tertúlia.

El programa d'esports nocturn *El club de la mitjanit* amplia els dies d'emissió a diumenge per parlar de la jornada futbolística. Cal indicar que el magazín avança l'emissió (de 23 a 1 h, en comptes de 24 a 1.30 h). El programa de Pere Escobar incorpora, diàriament, el comentari d'Antoni Bassas des de Washington. Com a conseqüència d'aquest canvi, també avancen l'emissió els programes de matinada *La nit dels ignorants* i *El visitant*.

La reubicació d'espais també afecta el programa *L'ofici de viure*, que passa de periodicitat diària (de dilluns a divendres) als migdies del cap de setmana. El precedeix *El suplement*, que canvia de presentadora i amplia la franja horària (de 9 a 13 h, en comptes de 10 a 13 h). L'espai *Tàpias variades* es converteix en una secció d'aquest magazín de cap de setmana.

La franja esportiva del cap de setmana es reforça amb l'ampliació de la durada del magazín *Tot gira*, que dedica 14 hores a tota l'actualitat del món de l'esport. Pel que fa a *La transmissió d'en Puyal*, aquesta temporada presenta com a novetat la incorporació dels personatges del programa *Crackòvia*, de TV3, establint així sinergies entre la televisió i la ràdio pública.

A l'últim, cal assenyalar que la graella 2010-2011 de Catalunya Ràdio no incorpora programes nous, però sí que en fa desaparèixer alguns que s'emetien en la temporada anterior. És el cas dels programes d'infoentreteniment *L'hora de les bruixes* i *Eduqueu les criatures*, de l'informatiu temàtic *L'internauta* i del programa musical *Memòria selectiva*.

4.2.2 RAC1

La programació de RAC1 durant l'any 2010 es caracteritza per la continuïtat d'ofertes consolidades com els magazins *El món a RAC1*, amb Jordi Basté, *Versió*

RAC1, amb Toni Clapés i *La nit a RAC1*, amb Xavi Freixes. També continuen els programes esportius *Primer toc*, amb Raül Llimós i *Tu diràs*, amb Joan Maria Pou.

La novetat més destacada de la temporada 2009-2010 era l'estrena de *La competència* –amb Òscar Dalmau i Òscar Andreu–, que ocupa part de la franja horària en la qual s'emetia el desaparegut *Minoria Absoluta*. *La segona hora* –anomenada així perquè originalment era la segona hora del *Minoria Absoluta*– esdevé programa propi, conduït per Quim Morales.[245]

D'altra banda, cal assenyalar que RAC1 celebra el seu 10è aniversari al maig de 2010, fet que es posa en relleu a través d'alguns continguts especials a la graella (*rac1.org/10anys*).

Segons el seguiment de la programació de RAC1 realitzat pel CAC durant el primer trimestre de 2010,[246] el gènere amb més presència a la graella de l'emissora en aquell moment és l'infoentreteniment (45,4%). El segueixen els esports (29%), l'entreteniment (11,9%), la informació (7%) i la participació (6,7%). L'emissora emet 17 programes diferents, que engloben aquests 5 gèneres.

Taula 15. RAC1. Percentatge de la programació per gèneres. Any 2010

Gènere	Percentatge
Infoentreteniment	45,4
Esports	29,0
Entreteniment	11,9
Informació	7,0
Participació	6,7
Total	**100,0**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

En relació amb l'emissió en llengua catalana i de música cantada en català, el seguiment realitzat pel CAC durant aquesta temporada conclou que l'emissora compleix amb les obligacions legals. El 100% del temps d'emissió és en català i se supera el mínim legal (25%) referit a la música cantada en català.

L'anàlisi per gèneres indica que l'infoentreteniment es troba en els magazins de matí i tarda de llarga durada: *El món a RAC1* i *Versió RAC1*. També contenen

[245] <http://rac1.org/blog/noticies/rac1-la-radio-lider-torna-amb-la-formula-de-lexit>

[246] El seguiment se centra en la programació de RAC1 emesa per la freqüència 87.7 MHz d'El Masnou, tot i que les dades són extensibles al total de freqüències que emeten el mateix producte. Vegeu l'apartat 2.1.2 d'aquest mateix capítol.

aquest gènere els programes *Misteris*, *Via lliure*, *La primera pedra*, *RAC1ncentrat* i *RAC1 any10*.

Els esports tenen presència diària a través de l'informatiu *100 metres* i del magazín nocturn *Tu diràs*. A més, de dilluns a divendres s'emet el magazín vespertí *Primer toc*. Els caps de setmana s'emet *La lliga a RAC1* i *El Barça juga a RAC1*. La durada i la franja horària del magazín i de la transmissió esportiva estan condicionades, com succeeix a totes les emissores, per l'actualitat esportiva de la jornada.

El gènere entreteniment apareix en els programes *La competència* i *La segona hora*, tots dos a la franja del migdia.

La presència de la informació es concentra en dos espais basats en l'actualitat. Es tracta de l'informatiu del migdia *14/15* i del magazín informatiu *La nit a RAC1*. La graella no inclou programes informatius dedicats a temàtiques concretes.

El gènere *participació* es troba de forma singular en el programa de serveis *Tot és possible*. No obstant això, cal recordar que, com s'ha assenyalat, aquest és un gènere que acostuma a coexistir amb d'altres a la graella.

D'altra banda, la franja de matinada acull la redifusió de diversos programes emesos durant la setmana (*La competència*, *La segona hora*, *Tot és possible* i *Tu diràs*).

El final de la temporada marca l'inici de la programació d'estiu de RAC1, que s'emet del 26 de juliol al 5 de setembre. Es basa en la continuïtat de la temporada estable de l'emissora, per bé que amb conductors diferents en alguns casos i també amb continguts adaptats al període estiuenc. És el cas d'*El món a RAC1*, *Versió càmping*, *La competència especial 50 anys*, *La segona hora*, *Tot és possible*, *La primera pedra* i *Via lliure*, per exemple.

L'oferta d'estiu de RAC1 també manté els programes esportius *100 metres*, *Primer toc* –amb una durada inferior– i *Tu diràs*. A més, se segueixen els esdeveniments esportius de l'estiu (pretemporada del FC Barcelona i del RCD Espanyol, Supercopa d'Espanya, Trofeu Joan Gamper, Trofeu Ciutat de Barcelona, etc.).

La informació es concreta en l'informatiu del migdia *14/15* i en l'informatiu del vespre *Última hora*. Aquest últim recull l'actualitat de la jornada, i representa una novetat respecte la graella habitual.

Una altra novetat es refereix al programa *No hi som per festes*, de Jordi Beltran, que s'emet en la franja horària que ocupa habitualment *La nit a RAC1*. El nou programa inclou continguts diversos i es basa en l'entreteniment.[247]

La nova temporada, que arrenca el setembre, reprodueix la graella de l'anterior, incorpora noves persones col·laboradores i reforça la participació de les persones oients. En termes generals, RAC1 es marca el repte de consolidar l'emissora com a referència d'entreteniment, d'informació i de seguiment de l'actualitat del FC Barcelona i del RCD Espanyol.

Quant a la programació pròpiament dita, és la tercera temporada de Jordi Basté al capdavant d'*El món a RAC*, programa que presenta com a novetat la col·laboració mensual del periodista José Maria García, que fa un repàs de l'actualitat.

El magazín *Versió RAC1*, amb Toni Clapés, incorpora noves seccions. En concret, una sobre economia i una altra sobre autoajuda, conduïdes per professionals de cada àmbit.

Pel que fa als esports, els magazins *Primer toc* i *Tu diràs* continuen oferint informació i tertúlies sobre el panorama esportiu català. La informació esportiva de l'emissora es completa amb l'espai diari del migdia *100 metres*, que canvia de presentador. Els caps de setmana inclouen *La Iliga a RAC1*, *El motor a RAC1* i les narracions dels partits del FC Barcelona i del RCD Espanyol. En aquesta temporada, Joan Maria Pou assumeix la direcció de les transmissions del FC Barcelona i, a més de la narració del partit, lidera el programa abans i després del partit.

Els programes d'entreteniment *La competència* i *La segona hora* continuen presentats pels "Òscars" (Dalmau i Andreu) i per Quim Morales, respectivament. El magazín de serveis *Tot és possible*, amb Elisenda Camps, també es manté a la graella.

[247] <http://rac1.org/blog/noticies/presentacio-de-la-programacio-d%E2%80%99estiu-2010-de-rac1>

L'informatiu del migdia *14/15* canvia de presentador i el magazín informatiu *La nit a RAC1* reforça la participació de les persones oients a les tertúlies.

D'altra banda, l'infoentreteniment segueix present en els matins i matinades del caps de setmana a través dels magazins *La primera pedra*, *Via lliure* i *Misteris*. El programa *RAC1ncentrat*, que recull els millors moments de la programació de la setmana, s'acostuma a emetre en les franges horàries de la tarda que deixa lliures la programació esportiva.

A l'últim, cal assenyalar que la graella 2010-2011 de RAC1 manté els mateixos programes que s'emetien en la temporada anterior. En qualsevol cas, només es detecta la desaparició de l'espai *RAC1 any10*, que en els primers mesos de l'any havia commemorat el 10è aniversari de l'emissora.

4.3 Emissores d'àmbit estatal amb desconnexions

4.3.1 SER

L'any 2010 es caracteritza per l'estabilitat quant a l'oferta informativa i d'infoentreteniment de l'emissora i pels canvis en relació amb la redacció d'esports.

Segons el seguiment de la programació de Ràdio Barcelona (SER) realitzat pel CAC durant el quart trimestre de 2010,[248] el gènere al qual es dedica més temps de la graella és l'infoentreteniment (51,8%). A continuació es troba la informació (24,9%), els esports (14,5%), la participació (8,2%) i la cultura (0,6%).

Taula 16. SER. Percentatge de la programació per gèneres. Any 2010

Gènere	Percentatge
Infoentreteniment	51,8
Informació	24,9
Esports	14,5
Participació	8,2
Cultura	0,6
Total	**100,0**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

Pel que fa a la llengua d'emissió del període analitzat, la programació en desconnexió per a Catalunya és sempre el català.

[248] El seguiment se centra en la programació de Ràdio Barcelona (SER) emesa per la freqüència 96.9 MHz de Barcelona, tot i que les dades són extensives al total de freqüències que emeten el mateix producte. Vegeu l'apartat 2.1.2 d'aquest mateix capítol.

En relació amb la programació, durant el 2010 es manté el magazín d'infoentreteniment del matí *Hoy por hoy*, presentat per Carles Francino. S'hi incorporen noves seccions (música, benestar personal, etc.) i noves persones col·laboradores.

El mateix passa amb el magazín d'infoentreteniment de la tarda *La ventana*, amb Gemma Nierga. En aquest cas, es recupera la secció setmanal "La tertulia de los niños", en la qual diversos infants comenten l'actualitat.

La informació es vertebra a través de l'informatiu del migdia *Hora 14*, amb José Antonio Marcos, i del magazín nocturn *Hora 25*, amb Àngels Barceló.

A la matinada s'emet el programa *Hablar por hablar*, basat en la participació de les persones oients i presentat per Macarena Berlín. Celebra el 20è aniversari l'octubre del 2010.[249]

Pel que fa a l'àmbit d'esports, el veterà programa del cap de setmana *Carrusel deportivo* canvia de conductors després de l'estiu, ja que el presentador Paco González i bona part de l'equip del programa van ser fitxats per la COPE. En la nova temporada, Javier Hoyos i Juanma Castaño es fan càrrec de *Carrusel deportivo*, mentre que *El larguero* continua amb José Ramón de la Morena al capdavant.

Del seguiment realitzat pel CAC es desprèn la presència de diversos programes o fragments de programa emesos en desconnexió. Alguns són programes realitzats exclusivament per a Catalunya: *L'hora L*, *L'economia al dia*, *Què feu que no dormiu?*, *Tot és comèdia*, *Punt de llibre*, *Tecnoesfera* i diferents butlletins informatius. Es tracta de programes d'infoentreteniment, informació temàtica (economia i tecnologia) i cultura. D'altres, en canvi, són versions en català dels mateixos programes o fragments de programa que s'emeten en castellà per a la resta de l'Estat: *Hora 14* (*Hora 14*), *SER Esports (SER Deportivos)*, *El balcó* (*La ventana*), *Els esports a Hora 25 (Hora 25 Deportes)*, *Parlar per parlar* (*Hablar por hablar*), *Hora 14 cap de setmana* (*Hora 14 fin de semana*) i *Carrussel Catalunya* (*Carrusel deportivo*). La majoria d'aquests programes estatals també

[249] <http://www.prisa.com/2011/sala-prensa/noticia/626/la-cadena-ser-presenta-su-programacion-2009-2010/> i <http://www.prisa.com/es/sala-de-prensa/la-cadena-ser-afronta-la-nueva-temporada-con-el-objetivo-de-reforzar-su-liderazgo/>

s'emeten parcialment per a Catalunya, en aquelles franges que no coincideixen amb l'emissió en català.

A més, durant el 2010 la Cadena SER a Catalunya compta amb diversos espais que al seu torn estableixen desconnexions locals per a una freqüència o un grup de freqüències d'un territori determinat. Així, per exemple, aquest prestador presenta edicions locals del programa *L'hora L* i serveix informació de proximitat per a cada àmbit de difusió (*www.cadenaser.com*).

4.3.2 Onda Cero

En termes generals, la programació d'Onda Cero aposta per la continuïtat durant l'any 2010. L'emissora celebra el 20è aniversari el mes de novembre, fet que es reflecteix en alguns continguts de la graella.

Segons el seguiment de la programació d'Onda Cero realitzat pel CAC durant el tercer trimestre de 2010,[250] el gènere principal que configura la graella és l'infoentreteniment (61,6% del temps d'emissió). A continuació apareix la informació (19,9%), els esports (17,9%) i la cultura (0,6%).

Taula 17. Onda Cero. Percentatge de la programació per gèneres. Any 2010

Gènere	Percentatge
Infoentreteniment	61,6
Informació	19,9
Esports	17,9
Cultura	0,6
Total	**100,0**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

Durant el període analitzat, la programació en desconnexió per a Catalunya es realitza, totalment, en llengua catalana.

Pel que fa a la programació emesa, el magazín d'infoentreteniment *Herrera en la Onda*, amb Carlos Herrera, continua ocupant la franja horària del matí. En la nova temporada incorpora la col·laboració de l'escriptor Luis Antonio de Villena, que fa un retrat de personatges destacats de l'actualitat.

[250] El seguiment se centra en la programació d'Onda Cero emesa per la freqüència 93.5 MHz de Granollers, tot i que les dades són extensives al total de freqüències que emeten el mateix producte.

A la tarda, el magazín *Julia en la Onda*, conduït per Julia Otero, inclou noves seccions i reforça la secció "El gabinete" amb noves persones col·laboradores.

L'oferta informativa s'articula entorn de *Noticias mediodía,* amb Elena Gijón, i del magazín nocturn *La brújula*, presentat per Carlos Alsina.

Els esports s'aborden bàsicament en el magazín de nit *Al primer toque*, amb Ángel Rodríguez, i en el *Radioestadio* de les tardes del cap de setmana. Aquest programa, conduït per Javier Ares i Javier Ruiz Taboada, amplia l'equip de comentaristes.

El cap de setmana cal destacar dos programes veterans en les franges del matí i del migdia. D'una banda, el magazín *Te doy mi palabra*, amb Isabel Gemio, que continua entrevistant personatges destacats d'àmbits diversos i oferint recomanacions de llibres de la mà de la periodista Mari Pau Domínguez. D'altra banda, l'informatiu temàtic *Gente viajera*, amb Esther Eiros, que porta vint anys parlant de viatges a la ràdio.[251]

El seguiment realitzat pel CAC constata la presència de diversos programes emesos en desconnexió en llengua catalana. Els programes *La ciutat*, *Això no és tot*, *Notícies vespre*, *La plaça*, *Pont Barcelona-Madrid*, *El millor de la setmana*, *L'agenda*, *Temps de luxe* i diversos butlletins informatius estan realitzats exclusivament per a Catalunya. Es basen en els gèneres d'infoentreteniment, informació, informació temàtica (economia) i cultura.

També s'emeten versions en català dels mateixos programes que es programen en castellà per a la resta de l'Estat. És el cas d'*Ona esportiva* (*Onda deportiva*), *No són hores* (*No son horas*) i *En bones mans* (*En buenas manos*).

A més de les desconnexions per a tot Catalunya, Onda Cero emet versions locals de programes com ara *La ciutat* i butlletins informatius específics per a cada demarcació territorial (*www.ondacero.es*).

[251] <http://pre.antena3.com/noticias/cultura/gonzalez-ferrari-estabilidad-clave-exito-onda-cero_2009090300065.html>;
<http://www.antena3.com/noticias/cultura/onda-cero_2010090800095.html>

4.3.3 COPE

La programació de la COPE es caracteritza per la renovació de programes i professionals al llarg de 2010.

Segons el seguiment de la programació de COPE Barcelona realitzat pel CAC durant el segon trimestre de 2010,[252] l'infoentreteniment és el gènere amb més temps a la graella de programació (41,1% del total setmanal), seguit de la informació (22,5%), la participació (19,3%), els esports (14,9%) i els espais religiosos (2,2%).

Taula 18. COPE. Percentatge de la programació per gèneres. Any 2010

Gènere	Percentatge
Infoentreteniment	41,1
Informació	22,5
Participació	19,3
Esports	14,9
Religió	2,2
Total	**100,0**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

Els programes emesos en desconnexió per a Catalunya durant el període monitorat, es realitzen en llengua catalana, tret d'una hora setmanal en castellà.

Pel que fa a la programació, el magazín d'infoentreteniment *La Mañana* inicia l'any conduït per Nacho Villa, Ely del Valle i Enrique Campo, que van assumir-ne la presentació l'any 2009 després de la marxa de Federico Jiménez Losantos. En la temporada 2010-2011, la franja matinal es renova. Desapareix el programa *La Mañana* i s'estrena *Así son las mañanas*, presentat per Ernesto Sáenz de Buruaga.

Paral·lelament, el magazín *La Tarde con Cristina*, amb Cristina López Schlichting, acaba al final de la temporada 2009-2010. Després de l'estiu el substitueix el programa *La Atalaya*, amb César Lumbreras. La periodista Cristina López Schlichting, per la seva banda, es trasllada als matins del cap de setmana per presentar el magazín *Dos días contigo*. Aquest programa prenia el relleu del desaparegut *Al sur de la semana*, de Rafael Sánchez.

[252] El seguiment se centra en la programació de COPE Barcelona emesa per la freqüència 102.0 MHz de Barcelona, tot i que les dades són extensives al total de freqüències que emeten el mateix producte. Vegeu l'apartat 2.1.2 d'aquest mateix capítol.

Quant a la informació, *La Palestra*, amb Paco Ventura, es manté com a referència informativa del migdia. A la nit, Juan Pablo Colmenarejo continua al capdavant de *La Linterna*. El magazín informatiu, que repassa i analitza l'actualitat del dia, incorpora noves persones col·laboradores.[253]

En relació amb la programació esportiva, els magazins *El Tirachinas* (de dilluns a divendres a la nit) i *Tiempo de juego* (tardes del cap de setmana) s'emeten fins al final de la temporada 2009-2010 encapçalats per José Antonio Abellán. El fitxatge de Paco González i bona part de l'equip de *Carrusel deportivo* de la SER comporta una renovació profunda en l'oferta d'esports de l'emissora. Així, *El Tirachinas* és substituït per *El partido de las 12*, conduït per Juan Antonio Alcalá i Joseba Larrañaga, i al capdavant de *Tiempo de juego* se situen Paco González i Pepe Domingo Castaño. Tots quatre procedien de l'emissora del Grup Prisa.

Tot i que, d'acord amb la classificació per gèneres de la programació, els espais religiosos es limiten a un 2,2% del temps d'emissió setmanal, la COPE, com a emissora participada majoritàriament per la Conferència Episcopal Espanyola i les diferents diòcesis, inclou continguts religiosos de forma transversal a la graella. També emet programes religiosos pròpiament dits, especialment els diumenges i les festivitats destacades del calendari litúrgic catòlic. Es pretén reflectir i interpretar l'actualitat de l'Església i difondre un missatge evangelitzador. Alguns exemples: *La linterna de la Iglesia*, *Es domingo*, *El espejo* i la transmissió de la missa.

Del seguiment realitzat pel CAC es desprèn la presència de diversos programes o fragments de programes emesos en desconnexió en llengua catalana. D'una banda, s'emeten programes realitzats exclusivament per a Catalunya: *Ara Catalunya*, *Viajar es un placer*, *Momentos*, *Persona i vida*, *L'Alternativa*, *Converses, El dominical* i diversos butlletins informatius. Els gèneres representats són l'infoentreteniment, la informació, la informació temàtica (viatges i bioètica), la participació i la religió. D'altra banda, es programen versions en català dels mateixos programes o fragments de programes que s'emeten en castellà per a la

253 <http://www.cope.es/cultura/31-08-09--cope-presenta-programacion-temporada-2009-2010-80153-1> i <http://www.cope.es/cultura/16-09-10--cope-presenta-su-programacion-radio-donde-nos-gusta-estar-218217-1>

resta de l'Estat: *La Palestra (La Palestra)*, *La Tarde a Catalunya (La Tarde con Cristina)*, *Informatiu diocesà* (*Informativo diocesano*) i *Santa Missa* (*Santa Misa*). Alguns d'aquests programes estatals també s'emeten parcialment per a Catalunya, en aquelles franges que no coincideixen amb l'emissió en català.

Com a complement de la programació per a tot Catalunya, la COPE també presenta programació per cada demarcació (programes com *Ara Catalunya*, que es desplega en edicions locals simultànies) i diversos butlletins informatius de proximitat (*www.cope.es*).

4.3.4 Punto Radio

La programació de Punto Radio es manté estable durant l'any 2010, tot i que es produeixen diversos canvis en la conducció dels programes.

Segons el seguiment de la programació de Punto Radio Barcelona realitzat pel CAC durant el segon trimestre de 2010,[254] els gèneres principals que configuren la graella són l'infoentreteniment (49,1% del temps d'emissió setmanal), la informació (22,9%), els esports (17,3%), la participació (7,1%), la música (3%) i l'entreteniment (0,6%).

Taula 19. Onda Cero. Percentatge de la programació per gèneres. Any 2010

Gènere	Percentatge
Infoentreteniment	49,1
Informació	22,9
Esports	17,3
Participació	7,1
Música	3,0
Entreteniment	0,6
Total	**100,0**

Font: CAC a partir dels monitoratges de les emissions de ràdio.

Pel que fa a la llengua d'emissió de les franges en desconnexió, tots els programes s'emeten en català (durant el període monitorat).

En relació amb l'oferta de programació, el magazín d'infoentreteniment *Protagonistas* continua en antena als matins i hi comparteixen presentació Félix Madero (6-10 h) i Luis del Olmo (10-12 h). S'hi incorporen noves seccions i noves

[254] El seguiment se centra en la programació d'Onda Rambla Punto Radio Barcelona emesa per la freqüència 89.8 MHz de Barcelona, tot i que les dades són extensives al total de freqüències que emeten el mateix producte. Vegeu l'apartat 2.1.2 d'aquest mateix capítol.

persones col·laboradores. Ramon García condueix l'edició del cap de setmana, de 8 a 12 h.

Per la seva banda, el magazín de tarda *Queremos hablar* canvia de presentador. Ana García Lozano és substituïda per Albert Castillón la temporada 2010-2011.

L'oferta estrictament informativa es vertebra a través de l'informatiu *Primera plana*, al migdia, i del magazín *De costa a costa*, que comença al vespre. El primer està presentat per José Miguel Azpiroz i, el segon, per Pepa Sastre.

També cal destacar la novetat de l'informatiu temàtic *La rebotica*, sobre salut, que s'emet després de l'estiu. L'espai, que va començar fa vint anys i s'ha emès en diferents emissores, emprèn una nova etapa a Punto Radio de la mà d'Enrique Beotas.

La informació esportiva es concreta bàsicament en el programa *El mirador*, amb Agustín Castellote, les nits de dilluns a divendres. D'altra banda, les tardes del cap de setmana les ocupa el magazín *El mirador de la Liga*, que té com a novetat el canvi de presentador: Ángel González Ucelay és substituït per Alberto Vargas la temporada 2010-2011.

El seguiment realitzat pel CAC mostra la presència de diversos programes o fragments de programes emesos en desconnexió en llengua catalana. Alguns són realitzats exclusivament per a Catalunya: *La ciutat de tots*, *Viu la vida*, *La nit en blanc*, *Cocodril club*, *L'estand*, *Més que viatges*, *De la terra a la lluna*, *L'hora del sexe* i diversos butlletins informatius. També s'emet en desconnexió *Taxi FM*, en castellà. Es tracta de programes d'infoentreteniment, informació temàtica (viatges, fires, muntanyisme, sexe i el sector del taxi), música i participació.

Hi ha altres casos que són versions en català dels mateixos programes o fragments de programa que s'emeten en castellà per a la resta de l'Estat: *Primera plana Catalunya (Primera plana)*, *Volem parlar (Queremos hablar)*, *Salut i qualitat de vida* (*Salud y calidad de vida*), *Viure millor* (*Vivir mejor*) i *El mirador de la Lliga* (*El mirador de la Liga*). Alguns d'aquests programes estatals també s'emeten parcialment per a Catalunya, en aquelles franges que no coincideixen amb l'emissió en català.

A més, Punto Ràdio emet programes amb edicions pròpies per demarcació (per exemple, *La ciutat de tots*) així com butlletins informatius locals (*www.puntoradio.com*).

5. Ràdio per internet

En aquest apartat es tracta la situació a Catalunya de les emissions radiofòniques que es difonen per internet, ja sigui aquelles destinades a l'audició simultània i que segueixen un horari de programació –de forma lineal–, o aquelles en les quals l'oient tria què vol escoltar i quan ho vol fer sobre la base de continguts que ofereix el prestador –ràdio a la carta, modalitat també anomenada *a petició*. En tots dos casos, l'accés es pot fer des d'un ordinador, pel mòbil o per mitjà d'altres dispositius.

A diferència de la destinada a l'audició simultània, en la ràdio a la carta el prestador de serveis crea arxius de so de programes, fragments d'aquests o altres continguts i els posa a disposició de la persona usuària. L'oient els pot descarregar, o escoltar-los sense haver d'esperar que s'hagin acabat de transferir les dades. A més, també existeixen sistemes de sindicació o agregació de continguts –el més estès és l'RSS—, aplicacions que permeten la subscripció als continguts escollits per l'usuari amb l'objectiu d'obtenir-ne una actualització periòdica.

El 2010, la majoria de ràdios que emeten per ones, tant públiques com privades, també difonen els continguts per internet i, cada vegada més, també per altres mitjans, com ara el mòbil. A més, com en anys anteriors, hi ha ràdios que distribueixen els seus continguts exclusivament a través de la xarxa, tot i que ateses les peculiaritats d'aquesta modalitat és difícil quantificar-les.

D'altra banda, el 2010, en línia amb la tendència apuntada el 2009, es consolida la presència de les ràdios, ja sigui les emissores o els programes concrets, a les xarxes socials, especialment a Facebook i Twitter, de manera que es promou la interacció amb l'audiència.

En el sector públic, hi ha tant emissores que emeten per ones i per internet com d'altres que només difonen a través de la xarxa. Així, per exemple, les quatre emissores d'FM de la CCMA (Catalunya Ràdio, Catalunya Música, Catalunya

Informació i iCat fm) tenen accessible la programació també a internet; a més, la CCMA compta amb sis canals exclusius a la xarxa: cinc formen part d'iCat fm (TotCat, de música en català; iCatJazz, amb una selecció de jazz; MusiCatles, de músiques del món; Mediterràdio, músiques generades entorn del mar Mediterrani, i Xahrazad, de veus femenines); el sisè, CatClàssica, està vinculat a Catalunya Música.

Segons dades de la CCMA, el conjunt d'emissores del grup Catalunya Ràdio va assolir el novembre de 2010 326.670 usuaris únics a internet –la xifra més alta fins aleshores. Això representava un 48% més en comparació amb el desembre de 2009, i també un 20% més que el desembre de 2010. En aquest sentit, cal destacar que el novembre de 2010 *Catmusica.cat* va arribar a 21.340 usuaris únics, un 246% més que el desembre de 2009.

El total d'hores consumides[255] del Grup Catalunya Ràdio el desembre de 2010 ha augmentat un 14,5% en relació amb el mateix mes de l'any anterior, i ha passat de 762.817 a 873.387 usuaris tant de les emissions que es reprodueixen en temps real (*streaming*) com a la carta del grup Catalunya Ràdio. El consum d'emissions en *streaming* i a la carta ha evolucionat de manera diferent. En aquest període, mentre que les hores dedicades a les emissions en *streaming* han crescut un 17,23% (646.396 hores el desembre de 2009 i 757.778 el desembre de 2010), el total d'hores consumides d'emissions a la carta baixa lleugerament (-0,7%): de 116.421 el 2009 a 115.609 el 2010. D'altra banda, la mitjana de temps de consum d'àudio es manté en els 24 minuts i 11 segons el desembre de 2010 –vuit segons menys que el desembre de 2009, 24:19. També aquí hi ha diferències entre la mitjana de temps de consum d'emissions en *streaming*, que augmenta de 32.44 el 2009 a 37.15 el 2010 (+13,8%), i la mitjana de temps dedicat a àudio a la carta, que disminueix de 10:01 el 2009 a 7:20 el 2010 (un 26,8%). Pel que fa a les descàrregues, cal destacar l'augment d'un 33,2% el desembre de 2010 en comparació amb el 2009, en passar de 981.568 a 1.307.034 usuaris.

De manera general, el 2010 també augmenta considerablement el nombre de seguidors dels productes de la CCMA, tant de ràdio com de televisió, a les

[255] És el temps que les dades que es reprodueixen en temps real –d'*streaming*– han estat servides/consumides.

xarxes socials. En concret, segons dades de la CCMA, el desembre de 2010 Catalunya Ràdio comptava amb 97.826 seguidors a Facebook.

La generalista Catalunya Ràdio ha estrenat un web nou (*www.catradio.cat*) el 2010, que disposa d'imatges de més qualitat i ofereix la possibilitat de compartir àudios o informacions a través de blocs o xarxes socials, inserir-los en altres webs i fer llistes de reproducció. També inclou un reproductor –integrat a la pàgina–, que presenta una sèrie de serveis com ara subscripcions a arxius de programes, de seccions, etc. per descarregar-los de manera automàtica i periòdica– i un cercador amb més opcions de cerca. També el 2010, la CCMA ha creat la secció *Catalunya Ràdio a la xarxa* (*www.catradio.cat/alaxarxa/*) on concentra el que fa l'emissora a internet més enllà del seu lloc web. És a dir, a Facebook, Twitter, Netvibes[256] o YouTube, entre d'altres.

Per la seva banda, el web de Catalunya Música (*www.catmusica.cat)*, renovat el maig de 2009, va guanyar el premi Eppy 2010 de periodisme digital al millor web en la categoria de ràdio local concedit per les publicacions *Editor & Publisher* i *Mediaweek*. Aquesta pàgina permet escoltar la programació de l'emissora, ampliar la informació que s'ofereix per antena amb textos i imatges, interactuar amb els locutors, consultar la graella un mes abans de l'emissió i accedir a l'instant al canal CatClàssica.

Pel que fa a les aplicacions per a mòbils, des de l'agost de 2010, descarregant-se una aplicació gratuïta, els usuaris de Blackberry[257] poden seguir el senyal en *streaming* dels deu canals del grup d'emissores de Catalunya Ràdio des de qualsevol lloc del món a través del seu terminal amb connexió Wi-Fi o 3G. Anteriorment, Catalunya Ràdio ja disposava d'aplicacions per a iPhone i Android.[258,259]

---

[256] Servei web que actua com un escriptori virtual personalitzat, que permet molt ràpidament la configuració d'una pàgina d'inici que contingui Feeds Favorits, notes de text, informació meteorològica, de borsa, etc. (<http://ca.wikipedia.org/wiki/Netvibes>)

[257] Tipus de telèfon intel·ligent, és a dir, un ordinador de butxaca que integra funcions de telèfon mòbil, organitzador personal i altres de connectivitat mòbil, que utilitza el sistema operatiu RIM.

[258] Tipus de telèfons que integren funcions de telèfon mòbil, organitzador personal i altres de connectivitat mòbil, que utilitzen el sistema operatiu d'Apple i de Google, respectivament.

[259] <http://www.catradio.cat/comescoltarnos/streaming_iphone.htm>;
<http://www.catradio.cat/comescoltarnos/streaming_android.htm>;
<http://www.catradio.cat/comescoltarnos/streaming_blackberry.htm>

Durant el 2010 COMRàdio ha començat a digitalitzar l'arxiu sonor. Part d'aquest material es va publicar al bloc *comradioblocs.com/15anys*, creat el 2010 amb motiu de la celebració dels quinze anys de l'inici d'emissions de COMRàdio. També durant el mateix any COMRàdio s'ha iniciat a les xarxes socials i ha creat diversos comptes a Twitter: un de corporatiu *(@comradiocom*) i el *@comnoticies*, que com a novetat inclou àudio i pretén facilitar informació constant als ciutadans prioritzant la de caràcter local sobre la resta. Finalment, COMRàdio ha creat blocs dels programes, dels quals s'ocupen el mateixos equips, igual com succeeix amb la participació a les xarxes socials.[260]

En relació amb les xarxes socials, l'última innovació del grup públic d'àmbit estatal ha estat l'entrada de RTVE a Tuenti (*www.tuenti.com*) –una xarxa social similar a Facebook i Twitter amb una implantació especial a l'Estat espanyol, en la qual RTVE disposa d'un perfil que s'actualitza diàriament. A més, RTVE ha creat les seves pròpies "Tuenti páginas": compten amb un taulell obert que dóna l'oportunitat al públic de comentar i opinar.[261] També el 2010, RNE va preparar una selecció de continguts de les emissores que formen part de la ràdio pública, agrupats per temàtiques en format d'arxius de so mp3 als quals l'usuari es pot subscriure i que poden ser descarregats per ser escoltats ja sigui a través de l'ordinador o d'un reproductor portàtil (*www.rtve.es/radio/rne-verano*).[262] Radio Nacional de España ha duplicat en un any la seva audiència a la xarxa i el novembre de 2010 aconsegueix 1.319.000 oients.[263]

D'altra banda, alguns prestadors públics locals van millorar durant el 2010 els seus webs. Aquest és el cas de Ràdio Vilafant (Vilafant, 107.3 MHz), que va incloure la ràdio a la carta i la ràdio en *streaming* (*www.radiovilafant.net*), i va

[260] Diputació de Barcelona: *Memòria 2010*. (p. 651) [En línia] <http://www.diba.es/documents/1067421/1068332/ladiputacio-fitxers-memoria2010-pdf.pdf> [Consulta: octubre de 2011]
[261] RTVE: "RTVE ya está en tuenti" (13 d'agost de 2010) [En línia] <http://www.rtve.es/noticias/20100813/rtve-ya-esta-tuenti/346202.shtml> [Consulta: agost de 2011]
[262] RTVE: "Los mejores podcast de RNE listos para viajar contigo en vacaciones" [En línia] <http://www.rtve.es/FRONT_SALA_PRENSA/?go=eacaa4148f48af89730076a6669df2169fcb5b71e1aa29da6b3326aee96788b1b9b217b734b5356dbe68fa4c090da2b8> [Consulta: juliol de 2011]
[263] RTVE: "Balance anual de RNE: Cierra 2010 como la radio que más ha crecido, con una tercera posición entre todas las cadenas" (2 de desembre de 2010) [En línia] <http://www.rtve.es/rtve/20101202/balance-anual-rne-cierra-2010-como-radio-mas-crecido-tercera-posicion-entre-todas-cadenas/379059.shtml> [Consulta: agost de 2011]

estrenar un nou reproductor compatible amb tots els sistemes operatius. També Ràdio Tortosa va posar en marxa el 2010 un portal nou (*www.radiotortosa.cat*), que permet la difusió en *streaming*, així com la ràdio a la carta.[264]

En general, els prestadors privats, seguint la tendència general dels usos socials d'internet, també han augmentat i millorat la presència a les xarxes socials. Pel que fa a l'àmbit privat català, les emissores del Grupo Godó, de Flaix i de Tele Taxi estan presents a les xarxes socials, els dos primers, a Facebook i Twitter, mentre que Tele Taxi només a Facebook. D'altra banda, en relació amb l'accés des de l'iPhone a continguts radiofònics, el 2010 Ràdio Flaixbac s'incorpora a iTunes,[265] com ja ho havia fet el 2009 Flaix FM.[266]

Quant als prestadors privats d'abast estatal, el 2010, el grup PRISA, segons explica en l'Informe anual,[267] posa especial èmfasi a crear continguts dinàmics i a fomentar la interacció amb els oients tot explotant les possibilitats de les xarxes socials. El 2010, PRISA Radio[268] comptava amb gairebé un milió de seguidors a Facebook, prop de 50.000 a Tuenti i es va iniciar a Twitter. Els equips de redacció i producció de PRISA Radio, periodistes i conductors estan connectats amb els usuaris mitjançant les xarxes socials i també per aplicacions de xat presents als mateixos webs de les diferents emissores de PRISA.

Durant el 2010 Onda Cero ha creat noves seccions al portal d'internet: enquestes diàries o setmanals, incorporació de concursos. El grup ha desenvolupat un nou reproductor de ràdio en *streaming* per internet que, segons l'Informe anual

---

[264] Ràdio Tortosa: "Ràdio Tortosa estrena nova programació" (10 de setembre de 2010) [En línia] <http://www.radiotortosa.cat/ca/noticia/radio-tortosa-nova-programacio> [Consulta: agost de 2011]

[265] iTunes és una aplicació gratuïta creada per Apple, que pot ser utilitzada per Mac i altres productes d'Apple (iPod touch, iPad o iPhone) o PC i que organitza i reprodueix la música i els vídeos a l'ordinador i els manté sincronitzats. A més, iTunes es pot connectar a iTunes Store per comprar i descarregar música digital, videoclips, programes de televisió, pel·lícules, jocs per a l'iPod, audiollibres, sons de trucada per al mòbil i diversos podcasts. [En línia] <http://www.apple.com/es/itunes/what-is/> [Consulta: novembre de 2011]

[266] Vegeu l'apartat de *Ràdio per internet* del Capítol 3 de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*.

[267] PRISA: *Informe anual 2011* (p. 49) [En línia] <http://asp-es.secure-zone.net/v2/101/185/8012/Memoria-Anual-2011-PRISA.pdf> [Consulta: agost de 2011]

[268] L'*Informe anual* del grup PRISA, que no distingeix entre els diferents productes radiofònics del grup, defineix PRISA Radio com un grup radiofònic espanyol amb 27 milions d'oients i 1.238 emissores entre pròpies i participades a Espanya, Estats Units, Mèxic, Colòmbia, Costa Rica, Panamà, Argentina, Xile i a través de franquícies a Guatemala i Equador. Vegeu p. 49 de l'*Informe anual* (p. 49) [En línia] <http://asp-es.secure-zone.net/v2/101/185/8012/Memoria-Anual-2011-PRISA.pdf> [Consulta: agost de 2011]

del Grupo Antena 3,[269] "permet l'optimització de la seva explotació publicitària al mateix temps que ha permès la millora de la qualitat del senyal nacional".

També Punto Radio va millorar el web, va començar a oferir els continguts més demandats a la carta, i va potenciar la presència a les xarxes socials. Quant a mobilitat de l'escolta, la ràdio del grup Vocento va ser el 2010 la primera cadena de ràdio espanyola a llançar una aplicació multiplataforma (vàlida tant per a iPhone com per a iPad) que, a més, integra un servidor de publicitat, de manera que els anunciants de la cadena poden estar presents en aquestes noves aplicacions. [270]

Quant als prestadors privats locals d'FM, el 2010 han iniciat les emissions de Ràdio U-A-1[271] (104.5 MHz de Lleida) i El 9 FM[272] (92.8 MHz de Vic) i també han posat en marxa els webs respectius. Així, Grupo Simalro, propietari de Ràdio U-A-1, també ha començat a difondre els continguts d'FM per internet (*www.ua1.cat*) tant en temps real o *streaming* com a la carta mitjançant la descàrrega d'arxius de so en format mp3. Des del febrer de 2010, El 9 FM es pot escoltar per ones i des del web en *streaming* (*www.el9nou.cat/el9fm_directe.php*).

D'altra banda, GUM FM (*www.gumfm.com*), Ràdio Marina (*www.radiomarina.com*) i Pròxima FM (*www.proxima.cat*), segons els seus webs respectius, són presents a les xarxes socials, en concret, a Facebook i Twitter.

A Catalunya també hi ha una sèrie de ràdios que només emeten per internet i que responen a diferents tipologies. Com a novetat de 2010, el 29 d'octubre es va posar en funcionament Ràdio Conservatori (*www.radioconservatori.cat*), una ràdio-web on, entre d'altres, es poden escoltar els concerts del centre, reflexions sonores o d'altres arxius sonors vinculats al món de l'ensenyament musical i consultar l'agenda d'activitats del Conservatori Municipal de Música de

[269]GRUPO ANTENA 3: *Informe anual y de responsabilidad corporativa*. (p. 52) [En línia] <http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/InformeAnual2010.pdf> [Consulta: agost de 2011]
[270] VOCENTO: *Memoria 2010* (p. 74) [En línia] <http://www.vocento.com/pdf/vocento-memoria-2010/sources/projet/memoria-vocento-2011.pdf> [Consulta: juliol de 2011]
[271] "Neix UA-1, l'única ràdio que emetrà les 24 hores des de Lleida" (1 de juliol de 2010) [En línia] <http://www.bondia.cat/component/content/article/63-societat/11410-entra-en-funcionament-radio-u-a-1-que-ocupa-la-frequeencia-del-1045-fm> [Consulta: juliol de 2011]
[272] "El 9 FM ja es pot escoltar al 92.8" (1 de febrer de 2010) [En línia] <http://www.el9nou.cat/noticies_o_0_/11478/undefined> [Consulta: novembre de 2011]

Barcelona.[273] Hi ha alguns continguts, com ara les actuacions del professorat del centre amb músics professionals externs, que es poden escoltar però no descarregar.

D'altra banda, des del 23 d'abril de 2010 es pot escoltar per internet –i a través d'algunes emissores locals– el programa de cultura popular *Fes Ta Festa* (*www.festafesta.net*), que durant més de vint anys i fins al 2009 s'emetia a Ràdio 4. Des del web es pot accedir al programa, a les seccions per separat i subscriure's al RSS.[274]

Una iniciativa diferent va ser la promoguda per l'Ajuntament de Begues, que el 2010 va iniciar una ràdio municipal per internet (*www.radiobegues.cat*), la qual va començar a emetre de manera regular el 31 de desembre de 2010.[275]

[273] Ajuntament de Barcelona: "Ràdio Conservatori comença les seves emissions per internet" [En línia]
<http://w110.bcn.cat/portal/site/Educacio/menuitem.d808deccf00d3992a8b7a8b76e424ea0/?vgnextoid=7d70c23766c0c210VgnVCM10000074fea8c0RCRD&vgnextchannel=ebb5a44d38f04210VgnVCM100000e624e40aRCRD&vgnextfmt=formatDetall&lang=ca_ES>
[Consulta: novembre de 2011]

[274] Xarxanet.org: "Torna el programa de ràdio 'Fes Ta Festa', ara per internet" (16 de maig de 2010) [En línia] <http://www.xarxanet.org:8082/cultural/noticies/torna-el-programa-de-radio-fes-ta-festa-ara-internet> [Consulta: novembre de 2011]

[275] Ajuntament de Begues: "Ràdio Begues comença les emissions el dia 31 de desembre" (29 de desembre de 2010) [En línia] <http://www.begues.cat/noticies.php?id=474>

Capítol IV. La televisió a Catalunya

1. Presentació

En aquest capítol es descriu l'evolució de la televisió durant l'any 2010, entesa com els serveis de comunicació audiovisual que, amb independència de la forma d'emissió o de la tecnologia emprada, són oferts pels diversos actors que hi participen. Es pot tractar de prestadors amb responsabilitat editorial sobre els continguts que proporcionen –organitzats o bé sobre la base d'un horari d'emissió lineal o bé a petició– o distribuïdors que comercialitzen una oferta audiovisual determinada de canals de televisió.

En aquest sentit, s'estudien els diversos segments que caracteritzen i que conflueixen en aquest sector, tant de forma conjuntural –amb aspectes com ara la provisió d'un nou marc legal que reformula el conjunt de l'audiovisual estatal, o el procés de migració tecnològica i de redistribució de l'espectre radioelèctric en el cas de la televisió per ones–, com estructuralment, amb la descripció de l'activitat dels diversos prestadors en l'àmbit de cobertura nacional, espanyol i local i l'anàlisi de les dades quantitatives de l'audiència televisiva així com d'un panel de valoració qualitativa de programes, amb consideració especial sobre les noves formes de recepció, interacció i consum.

Així mateix, es dedica una atenció particular a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i a Televisió de Catalunya (TVC) des d'una doble perspectiva, l'anàlisi dels canvis en l'estructura de govern i de l'oferta de canals, així com mitjançant el seguiment realitzat pel CAC sobre l'origen de les produccions emeses per TVC. En l'àmbit públic, i pel que fa a la Corporación Radio Televisión Española (CRTVE), també es revisa la producció pròpia generada pel centre territorial de Televisión Española (TVE) a Sant Cugat.

A l'últim, es recull la síntesi dels informes realitzats pel CAC sobre l'observança del pluralisme polític i social en els mitjans audiovisuals durant l'any 2010, en compliment del que estableix la normativa reguladora de l'audiovisual en l'àmbit català.

La reforma del règim jurídic bàsic del sistema audiovisual estatal, introduïda mitjançant la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, ha estat un dels aspectes que

ha condicionat l'evolució del panorama televisiu durant l'any 2010 (apartat 2.2). El nou text legal introdueix un canvi de concepte, segons el qual la prestació de serveis de comunicació audiovisual es qualifica d'interès general i s'exerceix en un marc de lliure competència, tot diferenciant dos grans segments, un de liberalitzat que requereix comunicació prèvia a l'inici de l'activitat –representat tecnològicament per la televisió per ADSL, cable, satèl·lit i telèfon mòbil, sector amb una oferta majoritària de pagament– i un altre que no n'està i necessita llicència adjudicada mitjançant concurs públic, ja que emet a través de les ones hertzianes i utilitza espectre radioelèctric públic –limitat pel que fa a la seva capacitat. Tot i la novetat d'aquesta regulació respecte de la prestació privada de serveis de comunicació a la legislació bàsica, cal recordar que la Llei 22/2005, de 22 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, ja anticipava aquesta distinció en el seu títol quart.

El canvi esmentat, que també afecta les concessions per a la gestió indirecta del servei públic de ràdio o televisió adjudicades amb anterioritat, implica, entre d'altres, la transformació dels títols habilitants corresponents en llicències, procés que té lloc durant el primer semestre de l'any, i és dut a terme pel Govern de l'Estat per als prestadors estatals, i pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya en el cas dels d'àmbit nacional i local (apartats 2.1 i 2.3).

La fi de les emissions analògiques i el pas definitiu a la TDT en acabar el primer trimestre de l'any 2010 també impliquen modificacions, en aquest cas relacionades amb la xifra de programes disponibles (apartat 2.2). Amb la redistribució de noves freqüències planificada pel Reial decret 365/2010, de 26 de març, els aleshores concessionaris passen a tenir disponible l'equivalent a la capacitat d'un múltiplex sencer per explotar-lo, fet que es materialitza en nous formats que comencen a aparèixer a la graella estatal de TDT a partir de l'agost de 2010, així com emissions en alta definició, que també regula el Reial decret 691/2010, de 20 de maig.

Més enllà de l'emissió i la recepció *convencionals*, el 2010 es consoliden tendències de consum mitjançant altres dispositius (apartat 2.4); a més de la televisió en directe o sota demanda via internet vinculada a l'ordinador personal, el gruix de prestadors de serveis de comunicació desenvolupen aplicacions pensades

per facilitar l'accés i el visionament de contingut a través dels telèfons intel·ligents o les tauletes tàctils. Així mateix, es busquen sinergies amb els nous aparells de televisió connectats a la xarxa, on s'ofereix sota demanda part de la producció pròpia mitjançant acords amb les companyies d'electrònica de consum, les quals –no vinculades tradicionalment a l'audiovisual–, al seu torn, , se situen com a nous actors en aquest àmbit, amb un paper cada cop més rellevant, i posen a l'abast de la persona usuària serveis de vídeo a la carta amb un catàleg divers i a través d'una gran varietat de productes tecnològics.

La integració de les xarxes socials com a part de l'oferta de serveis del conjunt dels prestadors és un altre dels elements a destacar; facilitar la interacció de la persona usuària amb el que està veient en directe es configura com un dels punts de més interès, amb la incorporació de diverses aplicacions, tant pròpies com alienes, que ho permeten.

Pel que fa a la CCMA (apartat 2.1), el 2010 es produeixen canvis rellevants en la seva estructura de govern, amb la renúncia del fins aleshores president del Consell, Albert Sáez i Casas –i el nomenament d'Enric Marin i Otto en substitució–, i de la directora general de l'ens, Rosa Cullell i Muniesa –i la designació provisional de Ramon Mateu i Llevadot, director de Catalunya Ràdio, per tal d'exercir-ne les funcions. Paral·lelament, es modifica el sistema d'elecció dels integrants dels òrgans de govern que preveu la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA, mitjançant el Decret Llei 2/2010, de 30 de març, que afegeix a la majoria parlamentària de dos terços, l'absoluta, a la qual s'ha d'arribar en una segona votació durant la mateixa sessió, si en la primera no s'obté el consens articulat inicialment.

Quant a la programació de TVC, el 2010 amplia la proposta de canals amb dos de nous, el 3XL, destinat al públic jove, i Esport3, dedicat fonamentalment a l'esport i en emissió en proves des de l'octubre de 2010, així com amb l'extensió de la graella disponible en alta definició a TV3HD. En acabar l'any, són set els formats que produeix, TV3, 3/24, 33, Super3/3XL –Super3/300 fins al setembre– Esports 3 i TV3HD.

Amb relació a la difusió d'obra europea emesa per TVC (apartat 4), el seguiment realitzat pel CAC dels programes digitals TV3, 33 i Super3/300/3XL

mostra un compliment ampli de l'obligació legal de destinar-hi almenys el 51% del total del temps d'emissió, amb percentatges superiors al mínim indicat, fins arribar al 85% en el cas del 33; també se supera el llindar marcat respecte del temps de reserva a continguts en llengua originària oficial a Catalunya. Així mateix, i pel que fa al detall de l'origen de la producció europea en el conjunt dels tres canals analitzats, s'observa un predomini de les obres catalanes, amb un 43,5% d'hores emeses, seguides per les del Regne Unit (8,5%), de França (6,4%) i d'Alemanya (2,0%); fora d'aquest àmbit, els EUA (14,7%) i el Japó (6,4%) n'acaben de configurar a grans trets la procedència.

Encara a escala nacional, el prestador privat Emissions Digitals de Catalunya, SAU completa el 2010 la seva família de programes, amb l'inici de les emissions d'Estil 9, que s'uneix als altres tres ja disponibles, la generalista 8tv, Barça TV i RAC105 (apartat 2.1). Pel que fa al sector local, també s'engeguen nous programes, fonamentalment en l'àmbit privat. Això no obstant, en aquest nivell es constaten diverses dificultats per a la posada en marxa del servei de televisió de proximitat en algunes demarcacions, com evidencien les renúncies a les concessions inicialment adjudicades o la dissolució de consorcis (apartat 2.3).

Les dades d'audiència i consum de televisió (apartat 3) s'ofereixen a partir de tres fonts, dues de mesura quantitativa (Kantar Media –abans TNS Sofres– i el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura) i una de valoració qualitativa, un informe elaborat per l'empresa GFK, contractada per Televisió de Catalunya. Cadascuna treballa amb una metodologia diferent en el procés de recollida d'informació, motiu pel qual les dades que aporten no són comparables entre elles.

D'acord amb Kantar Media, a Catalunya el temps mitjà dedicat al consum televisiu augmenta el 2010 fins arribar als 242 minuts, 6 més que l'any 2009, i supera la barrera de les 4 hores diàries. Aquest increment se situa lleugerament per sota de l'estatal, amb un creixement de 8 minuts i una mitjana total de 234 minuts el 2010, dada inferior a la del Principat.

Amb relació a les dades d'audiència, d'acord amb la informació de Kantar Media sobre l'evolució general de la quota de pantalla, el 2010 TV3 aconsegueix el lideratge respecte de la resta de cadenes disponibles a Catalunya amb el 14,8%, seguida de Telecinco (12,7%), La 1 (11,8%) i Antena 3 TV (10%); la resta se

situen a més de tres punts de distància. D'altra banda, és remarcable el 19% d'audiència que reuneix el conjunt de les temàtiques de TDT, gairebé un 7% més respecte del 2009.

Pel que fa al mateix concepte, però segons dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, tot i que amb xifres lleugerament superiors, la situació en les primeres quatre posicions és la mateixa: TV3 a la capdavant amb el 17,4%, Telecinco segona amb el 14,1%, i La 1 i Antena 3 TV en tercer i quart llocs, amb un 12,7% i un 12,4%, respectivament.

Tant Kantar Media com el Baròmetre mostren, en termes generals, una davallada de la quota de pantalla de totes les cadenes generalistes durant el 2010, en un context caracteritzat per l'augment de l'oferta, cosa que comporta més fragmentació de l'audiència.

Pel que fa a la valoració qualitativa, segons GFK, l'any 2010 són dues televisions amb vocació fonamentalment cultural, el 33 i La 2 les més ben valorades; TV3 és la generalista que obté millor nota, seguida de La 1, laSexta, Cuatro, Antena 3 TV i, en darrer lloc, Telecinco.

De la producció pròpia de TVE a Catalunya (apartat 5) cal destacar el fet que, tot i que el centre de Sant Cugat ha produït 2.133 hores el 2010, una cinquena part del total de TVE i un 6% més que l'any 2009, únicament 230 han estat en llengua catalana, dada que significa una reducció de més de la meitat respecte de l'exercici anterior i que s'emmarca en la tendència decreixent que mostra l'evolució de l'última dècada, amb períodes d'estabilitat i fins i tot algun repunt a l'alça, però amb una diferència negativa de més de 700 hores entre el 2001 i el 2010.

Respecte de la programació en català de TVE a Catalunya, el 2010 s'estrenen alguns formats nous, com ara el debat futbolístic *Sempre positius*, el format d'entrevistes *Gent de paraula* o *Racons de verd*, un espai documental sobre parcs naturals de Catalunya.

A l'últim, per tal de garantir el pluralisme del conjunt de la comunicació audiovisual, durant el 2010 el CAC ha realitzat informes mensuals de pluralisme polític i un de sectorial d'anàlisi del tractament de la informació esportiva en el primer trimestre de l'any (apartat 6). D'acord amb la planificació anual del Consell,

a escala nacional el seguiment s'ha dut a terme sobre els teleinformatius de TV3, el 3/24, TVE a Catalunya i 8tv; en l'àmbit local, en la mostra dels reports de pluralisme polític, s'hi inclou de forma permanent el programa de titularitat pública de la demarcació de Barcelona, Barcelona TV i addicionalment, un programa local diferent segons el trimestre, que el 2010 han estat Canal Terrassa Vallès (Sabadell), Garraf TV i Penedès TV (Vilanova i la Geltrú) i TAC12 (Tarragona).

Un dels indicadors utilitzats en l'anàlisi –la quantificació del temps de notícia dedicat per cada televisió als diferents esdeveniments informatius– permet dibuixar un mapa de l'actualitat informativa de 2010 en què la situació de crisi econòmica i les eleccions al Parlament de Catalunya s'han emportat gran part de l'atenció mediàtica, aspecte que tenen en comú tant les emissions d'àmbit català com les locals.

2. Prestadors de serveis de televisió a Catalunya

2.1 Televisió d'abast nacional[276]

Taula 1. Catalunya. Televisió pública i privada d'abast nacional: programes en emissió i formes d'accés. Desembre de 2010

Prestador	Titularitat	Oferta en emissió	Accés obert		Accés condicional		
			TDT	Satèl·lit	Cable	ADSL	Satèl·lit
Televisió de Catalunya, SA	Pública	TV3	X		X	X	
		3/24	X		X		
		33	X		X	X	
		Super3/3XL [A]	X		X		
		Esport3 [B]	X				
		TV3HD [B]	X				
		TV3CAT	X [C]	X	X	X	X
Emissions Digitals de Catalunya, SA	Privada	8tv	X		X	X	
		RAC105 [D]	X				
		Barça TV	X		X	X	X
		Estil 9 [E]	X				

[A] Super3/300 fins al 18 de setembre de 2010; a partir del 19 de setembre, el 3XL substitueix les emissions del 300 en la mateixa franja horària (des de les 21.30 fins a les 6 del matí).
[B] Emissió en proves.
[C] A les Illes Balears.
[D] 105tv fins gener de 2010.
[E] Des del maig de 2010.
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell, de TVC, SA i dels webs corporatius

[276] Per a informació sobre la presència i l'activitat dels prestadors d'abast nacional en la difusió de continguts a internet accessibles mitjançant dispositius diversos (ordinador, mòbil, etc.), vegeu l'apartat 2.4, "El televisor connectat", d'aquest mateix capítol.

Televisió pública

El 2010 ha estat un any de canvis rellevants pel que fa a l'estructura de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), l'ens que gestiona la prestació del servei públic de comunicació audiovisual de la Generalitat. D'una banda, el president del Consell de Govern, Albert Sáez i Casas, va renunciar al càrrec el març, i mesos més tard, el juliol, la directora general de l'ens, Rosa Cullell i Muniesa, va presentar la dimissió; de l'altra, el març de 2010 el Govern de la Generalitat va modificar, mitjançant el Decret llei 2/2010, de 30 de març, el sistema d'elecció dels integrants dels òrgans de govern, i va afegir a la majoria parlamentària de dos terços que preveia la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la possibilitat que puguin ser elegits per majoria absoluta en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió.

El Consell de Govern i el seu president o presidenta, i el director o directora general són dos dels tres òrgans[277] que preveu la Llei 11/2007 per a l'administració general de l'ens. En el primer cas, Albert Sáez i Casas havia estat nomenat el 25 de gener de 2008; a partir de la seva renúncia per motius professionals el 23 de març de 2010, el vicepresident Roger Loppacher en va assumir les funcions transitòriament fins que es produís el nou nomenament. Es va posar en marxa alhora el mecanisme que preveuen els apartats 2, 3 i 4[278] de l'article 7 de la Llei per nomenar el nou membre i president de la CCMA.

En referència a aquest punt específic de la norma relatiu al procediment d'elecció, el Govern de la Generalitat de Catalunya va considerar necessari modificar el plantejament inicial –l'elecció per una majoria de dos terços del Parlament– amb l'objectiu que no esdevingués una forma de "[...] bloqueig per part de cap minoria en el moment de renovar les vacants que es puguin produir", i assegurar "[...] la plena continuïtat de la governança de la Corporació [...] deixant-

[277] El tercer és el Consell Assessor de Continguts i de Programació, integrat per vint-i-un membres que van ser nomenats l'any 2009. Per a més informació vegeu l'epígraf "Televisió de gestió pública", dintre de l'apartat 2.1 "Televisió d'abast estatal" del capítol IV de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*.

[278] Article 7.2 "Els membres del Consell de Govern són elegits pel Parlament, per majoria de dos terços, després que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya els proposi i en verifiqui la idoneïtat. [...]". Article 7.3. "El Parlament ha d'enviar al Consell de l'Audiovisual de Catalunya la llista dels candidats a formar part del Consell de Govern de la CCMA, en un nombre superior al de les vacants existents [...]". Article 7.4. "El Parlament elegeix per majoria de dos terços el president o presidenta del Consell de Govern entre els dotze membres que l'integren."

la al marge de les contingències pròpies de cada conjuntura", tal com assenyala el preàmbul del Decret llei 2/2010, pel qual es modifica la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la CCMA. En conseqüència, mitjançant aquesta norma s'afegeix l'apartat 5 a l'article 7, on es preveu l'opció d'escollir els membres o el president per majoria absoluta, en una segona votació a realitzar en la mateixa sessió si en la primera no se n'obtingués la de dos terços.

Paral·lelament a aquest procés, el 25 de març el Parlament de Catalunya va trametre al Consell de l'Audiovisual de Catalunya el currículum d'Enric Marin i Otto com a candidat proposat per tres grups parlamentaris[279] per tal que el CAC en verifiqués la idoneïtat en compliment de l'apartat 2 de l'article 7 de la Llei 11/2007; el mateix dia i mitjançant l'Acord 70/2010, el Ple del Consell va informar sobre la capacitat professional de la persona proposada per al càrrec de membre del Consell de Govern de la CCMA[280] i, dies més tard, concretament el 15 d'abril, va ser designat pel Parlament, primer com a integrant i després com a president de la CCMA. [281]

Quant a la directora general, el 14 de juliol de 2010 Rosa Cullell i Muniesa va presentar la seva dimissió durant una reunió del Consell de Govern, per raons personals i professionals; havia estat nomenada el 25 d'abril del 2008. Amb el president es va establir un calendari de transició i a partir del 6 de setembre Ramon Mateu i Llevadot, director de Catalunya Ràdio, en va assumir provisionalment les funcions, d'acord amb el que estableix l'apartat 5 de l'article 14 de la Llei 11/2007.

Encara en l'àmbit de la Corporació, cal destacar-ne l'aprovació, al final de juliol de 2010, de la primera part del *Llibre d'estil de la CCMA*, la *Guia editorial*,[282] document que recull les directrius que han de guiar la tasca dels professionals de les empreses de l'ens: els valors i els principis de servei públic, de

[279] Grup Parlamentari Socialista, Grup Parlamentari d'Esquerra Republicana de Catalunya i Grup Parlamentari d'Iniciativa per Catalunya Verds – Esquerra Unida i Alternativa.
[280] Acord 70/2010, de 25 de març, del ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Informe del CAC en relació amb la candidatura tramesa per la presidència del Parlament de Catalunya per formar part del Consell de Govern de la CCMA, disponible a <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Normativa/Ac__70-2010_Enric_Marin_WEB.pdf> [Consulta: setembre de 2011].
[281] Per a més informació, vegeu l'apartat 2.2 del capítol 1 d'aquest mateix *Informe*.
[282] El juliol de 2011 s'ha publicat la segona part de *Llibre d'estil de la CCMA*, el *Manual d'Ús*, totes dues disponibles a <http://www.ccma.cat/llibredestil> [Consulta: setembre de 2011].

compromís amb el país, de qualitat de continguts i de transparència i eficiència en la gestió; aquest document substitueix l'antiga *Carta de principis per a l'actuació dels mitjans de la CCMA*, aprovada l'any 2006. La guia també conté indicacions per a tots els professionals de la corporació respecte d'aspectes, com ara l'obtenció d'informació, producció i difusió de continguts o matèries que requereixen atenció especial.

Pel que fa al servei de televisió per ones –activitat que la CCMA desenvolupa a través de l'empresa pública Televisió de Catalunya (TVC), SA– durant el 2010 es produeixen nombroses novetats, com ara l'estrena de dos formats nous, 3XL i Esport3, canvis en les emissions que simultaniegen les tecnologies analògica i digital fins a la implantació definitiva de la TDT l'abril, augment de la programació disponible en alta definició, així com les primeres proves en 3D.

L'oferta de Televisió de Catalunya en acabar el 2010 es concreta en vuit formats diferents: TV3, generalista, i el seu vessant en alta definició TV3HD, 33, amb vocació cultural i divulgativa, Super3, destinat al públic de fins a 14 anys, el 3/24, informatiu, 3XL, dedicat a un públic jove d'entre 16 i 25 anys, Esport 3, consagrat a l'esport, i TV3CAT, el canal internacional de TVC que compta amb una programació basada en els continguts de producció pròpia del grup, fonamentalment TV3.

Quant a la disponibilitat en funció de la tecnologia d'emissió, per ones, en analògic, TV3 i el 3/24 es poden veure fins a l'abril de 2010, i la parella Super3/33 comparteix freqüència fins al febrer de 2010, quan el Super3 passa a emetre únicament en TDT i deixa de compartir espai amb el 33, que des d'aquest moment i fins a l'apagada, simultanieja ambdues tecnologies. El Super3, a més, a partir d'aquest moment amplia el seu horari en mitja hora més, des de les 6 fins a les 21.30 h.

En TDT, a més de TV3, el 3/24 i el 33, també es poden veure les emissions en alta definició de TV3HD, el Super3 –que en digital comparteix espai amb el 300[283] fins al setembre, quan el 3XL el substitueix en la mateixa franja horària (de

[283] Format estrenat el 2006 i dedicat a continguts de ficció, fonamentalment sèries ja emeses per TV3 i cinema.

21.30 a 6 del matí)–, el canal Esport3, en proves des del darrer trimestre de 2010.

Amb relació a la difusió mitjançant altres tecnologies dels canals produïts per TVC, d'una banda, TV3, 33 i TV3CAT es poden veure a diverses plataformes de serveis de televisió de pagament per ADSL, i l'agrupació TV3, Super3/3XL, 33 i 3/24 a través del cable amb la companyia ONO. De l'altra, TV3CAT també es difon per satèl·lit –tant en obert com en accés condicional– a escala estatal i internacional, i mitjançant el mòbil, a traves del paquet de canals de Digital+Móvil comercialitzat per les operadores Orange i Vodafone.[284]

Pel que fa als dos nous formats estrenats el 2010, 3XL i Esport3, la directora de Televisió de Catalunya, Mònica Terribas, en va anunciar el maig l'estrena, amb la previsió que es posessin en funcionament el darrer trimestre de l'any. El 3XL s'engega el 19 de setembre i, com s'ha dit, comparteix espai amb el Super3 i substitueix el 300; es tracta d'un canal pensat per al públic jove, de 14 a 24 anys, amb una programació conformada per sèries d'animació i de ficció així com cinema, a més de formats de producció pròpia com *Dotze+1*, un programa de 15 minuts de durada on dotze joves, d'entre 17 i 23 anys, conversen amb un convidat també jove sobre valors humans o socials. Amb el 3XL també s'estrena una xarxa social a internet, amb contingut extra i estrenes exclusives.[285]

L'Esport3, per la seva banda, comença a emetre en proves el 22 d'octubre de 2010, amb la transmissió de la cerimònia d'obertura d'un esdeveniment esportiu celebrat a Figueres; la previsió és que quan emeti de forma regular, ja el 2011, la programació d'Esport3 estigui formada per transmissions esportives, tertúlies, informatius, documentals o altres tipus formats relacionats amb la pràctica d'esport, així com redifusions dels continguts de TV3 relacionats amb la temàtica del canal. Fins a l'arrencada definitiva, els continguts esportius s'emeten simultàniament pel 33, per tal de facilitar una transició progressiva. Esport3 també s'estrena amb la voluntat de ser una finestra multiplataforma i interactiva per a part dels continguts que ofereix.

Pel que fa a l'alta definició, el 2010 TV3HD continua emetent en fase de proves, amb una programació bàsica que varia cada setmana, i es completa amb

[284] Per a més informació, vegeu l'apartat 2.2.2 d'aquest mateix capítol.
[285] Per a més informació sobre aquest punt, vegeu l'apartat 2.4 d'aquest mateix capítol.

retransmissions especials, com ara la *Nit de la Patum de Berga* el mes de juny de 2010, una de les festes populars catalanes més coneguda i que compta amb el títol de Patrimoni Oral i Immaterial de la Humanitat de la UNESCO. A partir de l'abril, al web de TV3 es comença a publicar la graella de TV3HD, a *www.tv3.cat/programacio/3hd* i el setembre Televisió de Catalunya anuncia que, amb l'objectiu d'arribar a sincronitzar completament el senyal de TV3 i de TV3HD, els mesos següents es preveu augmentar els programes que es podran veure de forma simultània per tots dos canals.

D'altra banda, durant l'any 2010 a través de TV3HD també s'han realitzat diverses proves d'emissió en 3D; el maig s'estrena un espot amb aquesta tecnologia i, a partir de la segona quinzena del mateix mes, cada dissabte a les 18 h s'emet la sèrie *Pirineus des de l'aire*. Es tracta de dues iniciatives que posen en marxa una oferta que continua amb formats semblants adaptats al 3D pels departaments tècnics i d'imatge, com ara *L'Ebre, camins d'aigua*, *Aràbia*, *Paisatges de Catalunya* o fragments d'*El paisatge favorit de Catalunya*.

A més dels canals propis, TVC també emet el senyal d'IB3, la televisió pública de les Illes Balears, disponible a Catalunya des del 2009 gràcies al conveni de reciprocitat signat entre els governs de totes dues comunitats, que també possibilita que TV3 es vegi a les Balears; en el marc d'aquest acord, el gener de 2010 s'acorda l'emissió del 33, el Super3/300 i el 3/24 a les Illes.[286] D'altra banda, cal indicar que des de l'estiu no es rep a Catalunya el vessant internacional de Canal 9, atès que Ràdio Televisió Valenciana, l'ens que la gestiona, deixa d'enviar el senyal de satèl·lit que es reemetia a Catalunya; disponible des del 2008, la recepció de la pública valenciana s'emmarcava en la voluntat de col·laboració entre els dos governs.[287]

[286] DEPARTAMENT DE CULTURA I MITJANS DE COMUNICACIÓ. "El govern català i balear acorden l'emissió dels canals 33, Super3/300 i 3/24 a les Illes en TDT" [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, 21/01/2010. Disponible a <http://premsa.gencat.cat> [Consulta: setembre de 2011], i GOVERN DE LES ILLES BALEARS. "El govern balear i el català acorden l'emissió dels canals 33, Super3 i 3/24 a les Illes en TDT" [En línia]. Palma: Govern de les Illes Balears, 22/01/2010. Disponible a <http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?lang=ca&codi=493892&coduo=3> [Consulta: setembre de 2010].

[287] Per a més informació sobre aquest punt, vegeu l'apartat 2.1 del capítol 4 de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*.

En l'àmbit de la reciprocitat de les emissions, cal destacar la signatura l'octubre de 2010 d'un conveni de col·laboració entre el Govern de la Generalitat de Catalunya i el Govern de l'Aragó per difondre els canals de televisió d'abast autonòmic de titularitat pública en els territoris respectius; segons l'acord, totes dues comunitats es comprometen, en la mesura de les seves competències, a emetre els programes i els continguts de la Corporació Aragonesa de Ràdio i Televisió i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals a les zones del territori de Catalunya compreses en les àrees de cobertura dels centres emissors d'Alpicat i Montcaro en el cas català, i a les comarques del Baix Aragó, Baix Cinca, la Llitera, Matarranya i La Ribagorça, en l'aragonès.[288]

La disponibilitat al llarg de 2010 tant d'IB3, com de TV3HD i d'Esport3 resta subjecta a l'ampliació de cobertura del segon múltiplex de TVC, on s'ubiquen les freqüències dels tres programes esmentats; l'octubre de 2010 les emissions cobrien un 70% del territori català, centrades en les àrees pròximes a les quatre capitals catalanes, Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona i es preveia arribar al 95% de població al principi de 2011.

Per finalitzar, en l'apartat dels avenços tecnològics cal destacar que des de febrer de 2010 TVC emet tots els seus programes en format 16:9, més proper al cinema panoràmic, de millor qualitat i compatible amb la TDT, ja que tots els receptors en poden adaptar el senyal.

Televisió privada

Emissions Digitals de Catalunya, SAU (EDC, SAU) és el prestador que configura l'oferta de televisió privada a Catalunya, que l'any 2010 és de quatre programes: 8tv –generalista–, el format musical RAC105 –anomenat 105tv fins al gener de 2010–, Barça TV –dedicat a l'actualitat esportiva vinculada amb l'entitat FC Barcelona– i Estil 9 –estrenat el maig de 2010–, que, segons informació corporativa, és un format dedicat exclusivament al públic femení i combina continguts d'actualitat i d'estil de vida amb sèries.[289]

[288] El conveni es va publicar al DOGC núm. 5782, de 24 de desembre de 2010, disponible a <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5782/10347032.pdf> [Consulta: setembre de 2011].
[289] Per a més informació vegeu <http://www.estil9.com/ca/informacio-corporativa/> [Consulta: setembre de 2011].

La posada en marxa d'Estil 9 s'emmarca en l'operació autoritzada per part del Consell de l'Audiovisual de Catalunya per a la subcontractació d'un programa dels quatre adjudicats el 2003 a la concessionària Emissions Digitals de Catalunya, SAU, societat que pertany a Grupo Godó. Al final de 2009 EDC i New Millenium Market van subscriure un contracte mercantil amb aquest propòsit; el CAC en va formalitzar l'aprovació mitjançant l'Acord 18/2010 i el va condicionar a l'aportació de l'acreditació de l'aptitud del subcontractista per realitzar adequadament la prestació que se li projectava encomanar i de les notificacions del contracte indicades.[290]

Pel que fa a RAC105, el canvi de denominació del format musical d'EDC materialitzat el gener de 2010 es duu a terme amb l'objectiu que tant la ràdio musical del Grup Godó, amb el mateix nom, com el vessant televisiu, comparteixin imatge gràfica i es puguin desenvolupar accions multimèdia en ràdio i televisió alhora, així com aprofitar la transversalitat de continguts entre els dos mitjans.[291]

Quant a la disponibilitat de cadascun dels formats mitjançant la televisió per ones fins a l'apagada analògica, 8tv simultanieja el senyal en ambdues tecnologies, mentre que RAC105, Barça TV i Estil 9 emeten únicament en TDT. A través d'altres vies de distribució audiovisual, cal destacar que 8tv s'incorpora el gener de 2010 a la plataforma de televisió per cable d'ONO a Catalunya,[292] on Barça TV ja hi era present; el canal esportiu també es pot seguir per satèl·lit a Digital+ i via ADSL, a Movistar Imagenio.[293]

---

[290] Vegeu l'Acord 18/2010, de 27 de gener, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre les sol·licituds d'autorització formulades pel prestador de servei de televisió digital terrestre de cobertura nacional Emissions Digitals de Catalunya, SAU per a la inclusió dins del múltiplex de què és adjudicatària d'un cinquè canal i per a la subcontractació dels programes núms. 2 i 5, en favor de l'entitat New Millenum Market, i l'Acord 83/2010, de 7 d'abril, de verificació del compliment de les condicions suspensives imposades a EDC, SAU, en el marc de l'Acord 18/2010, de 27 de gener, d'autorització de la subcontractació del programa temàtic número 2 del canal múltiple del qual es adjudicatària, disponibles al web del Consell a <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._18-2010_Sol.licitud_EDC.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._83-2010__Verificaci__condicions_subcontracte_New_Millenium.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

[291] COMUNICACIÓ 21. "RAC105 prepara continguts multimèdia per a la ràdio, la televisió i internet". [En línia]. Barcelona: Comunicació 21, 22/01/2010. <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=14806> [Consulta: març de 2010].

[292] FUNDACIÓ ESPAI CATALÀ DE CULTURA I COMUNICACIÓ (ESCACC). "8tv s'incorpora a l'oferta de la plataforma ONO a Catalunya". [En línia]. Barcelona: ESCACC, 13/01/2010. <http://www.escacc.cat/ca/contingut/8tv-s-incorpora-a-l-oferta-de-la-plataforma-ono-a-catalunya-445.html> [Consulta: setembre de 2011].

[293] Per a més informació vegeu

D'altra banda, cal esmentar que el juliol, en aplicació del que preveu la disposició transitòria segona de la LGCA,[294] la concessió d'EDC, SAU, prèvia sol·licitud de la societat, va ser transformada en llicència mitjançant acord del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (Acord 193/2010).[295]

2.2 Televisió d'abast estatal[296]

L'any 2010 és un període marcat per canvis rellevants en televisió a escala estatal; en l'àmbit normatiu, al final del primer trimestre s'aprova la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (en endavant, LGCA). Segons el preàmbul, l'objectiu de la norma és, entre d'altres, "[...] compendiar la normativa vigent encara vàlida, actualitzar els aspectes que han sofert modificacions importants i regular les noves situacions que no tenen marc legal [...]", així com fixar "[...] regles de transparència i competència clares en un context de convivència del sector públic amb el privat i de liberalització de l'activitat audiovisual".

D'acord amb això, el títol III de la Llei introdueix una reforma estructural pel que fa al règim jurídic bàsic del sistema audiovisual estatal, segons la qual la prestació de serveis de comunicació audiovisual ja no es qualifica de pública, sinó d'interès general, i s'exerceix en un marc de lliure competència; a més, es diferencia entre un segment liberalitzat que requereix comunicació prèvia a l'inici de l'activitat, i un altre que no n'està perquè utilitza l'espectre radioelèctric públic a través de les ones hertzianes –limitat quant a la seva capacitat– i, per tant, necessita llicència adjudicada mitjançant concurs públic (articles 22 i 23 de la LGCA), i no concessió, com fins aleshores. A més, s'amplia la durada d'aquest títol habilitant de 10 a 15 anys (article 28) i se'n permet la transmissió o l'arrendament, sempre que hagin transcorregut almenys dos anys des de

<http://www.fcbarcelona.cat/web/catala/barca_tv/barca_tv/informacio/index.html>
[Consulta: setembre de 2011].

[294] Per a més informació sobre aquest punt, vegeu l'apartat 2.6.1 del capítol I d'aquest *Informe*.

[295] Resolució disponible al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_193___annex.pdf>
[Consulta: setembre de 2011].

[296] Per a informació sobre la presència i l'activitat dels prestadors d'abast estatal en la difusió de continguts a internet accessibles mitjançant dispositius diversos (ordinador, mòbil, etc.), vegeu l'apartat 2.4, "El televisor connectat", d'aquest mateix capítol.

l'atorgament, i l'arrendatari acrediti amb anterioritat el compliment de les condicions legals establertes, entre d'altres condicions (article 29 de la LGCA).[297]

Així les coses, a l'Estat espanyol els serveis de comunicació audiovisual s'articulen en dues branques diferenciades, el sector de la televisió per ones terrestres, conformat per sis llicenciataris privats –concessionaris fins al maig de 2010– i un operador públic (vegeu les taules 2 i 3), i les diverses plataformes que utilitzen altres tecnologies per a la difusió de continguts, fonamentalment el satèl·lit, el cable, l'ADSL i també el telèfon mòbil (vegeu la taula 4).

Al llarg de 2010 se succeeixen nombroses transformacions amb afectació sobre l'emissió i la recepció hertzianes. Per començar, durant el primer trimestre es produeix la migració definitiva de la televisió analògica a la digital. La fi d'aquest procés, engegat el 2007 amb l'aprovació del Pla estatal de transició a la TDT[298] i implementat en el bienni 2009-2010, en posa en marxa dos més: d'una banda, l'adjudicació a cadascuna de les societats –aleshores encara– concessionàries del servei de TDT d'àmbit estatal de la capacitat d'un múltiplex complet de cobertura estatal, fet que es materialitza a la graella televisiva amb un augment dels programes disponibles, fonamentalment a partir del mes de setembre de 2010; de l'altra, la definició de les fases i els criteris per a l'alliberament de la subbanda de freqüències de 790 a 862 MHz, que es correspon amb els canals radioelèctrics 61 a 69, on fins aleshores se situava la televisió digital terrestre, i la reubicació corresponent del senyal dels operadors afectats.

Pel que fa al procés de substitució tecnològica de la televisió per ones terrestres, com s'ha dit, amb el 2010 s'enceta el darrer període de convivència entre l'emissió analògica i la digital; d'acord amb el calendari i les tres fases previstes en el Pla estatal de transició a la TDT, el mes de gener es completen les apagades corresponents a la segona etapa, iniciada el desembre de 2009.

[297] Per a més informació vegeu l'apartat 3.1 del capítol I d'aquest INFORME.

[298] Mitjançant aquest Pla s'estableix el cessament coordinat de les emissions analògiques, articulat en 3 fases i organitzat en 90 projectes de transició per tal d'apagar les 73 àrees tècniques en què se subdivideix el territori espanyol (zones cobertes des d'un punt de vista radioelèctric per un centre emissor principal). La 1a fase es duu a terme el juny de 2009. En general, els projectes de transició reben el nom dels centres emissors més importants. Per a més informació vegeu *La implantació de la TDT en l'àmbit estatal*, dintre de l'apartat 2.2 del capítol IV de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*.

Finalitzat aquest tram, el 48% dels municipis de tot l'Estat ja rebien únicament TDT i els nivells de cobertura digital superaven el 98% de la població.

A Catalunya la segona etapa d'aquesta planificació té lloc fonamentalment el gener de 2010;[299] dels 7 projectes de transició previstos per a aquesta fase, l'anomenat Manresa s'implementa el desembre de 2009 i afecta 49 municipis i 104.812 habitants. Els altres 6 (Alpicat, Collsuspina, Girona, la Mussara, Sant Pere de Ribes i Tortosa) es produeixen durant el primer mes de 2010 en un total d'aproximadament 470 poblacions de Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona.

La darrera sèrie de cessaments de les emissions analògiques s'efectua entre el 17 de març i el 2 d'abril. El 30 de març s'apaguen centres emblemàtics i amb gran afectació de població, com ara Collserola a Barcelona (que donava cobertura a 99 municipis i més de 4 milions de ciutadans) o Torrespaña a Madrid. Coincidint amb aquest fet, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç va facilitar algunes xifres relatives a tot el procés, com ara el nombre de persones que s'incorporaven a la televisió digital en aquesta darrera etapa, 31 milions distribuïdes en 4.172 municipis, o la inversió econòmica en extensió del senyal realitzada a través de les comunitats autònomes, 220 milions d'euros.

Al Principat aquesta tercera fase es concreta en dos projectes de transició que reben el nom de Lleida Nord i Collserola; es duen a terme entre el 29 i el 30 de març, i arriben a més de quatre milions de ciutadans al conjunt de Catalunya.[300]

En resum, i a escala estatal, l'aplicació del Pla estatal de transició a la TDT ha resultat de la manera següent:[301]

- Fase 1 (juny de 2009):
    - 32 projectes de transició, almenys un a cada comunitat autònoma.
    - Arriba al 13,6% de la població.

[299] En la primera, el juny de 2009, es va apagar el senyal analògic de 84 municipis en dos projectes de transició anomenats Mataró i Ripoll.

[300] IMPULSA TDT. *Informe final TDT 2010*. [En línia]. Madrid: Impulsa TDT, maig de 2010. <http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/Documents/InformeFinal_TDT2010.pdf> (pàg. 196-205) [Consulta: setembre de 2011].

[301] OBSERVATORIO NACIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (ONTSI). *El tránsito a la Televisión Digital Terrestre en España*. [En línia]. Madrid: ONTSI. <http://www.red.es/media/registrados/2011-03/1298974874395.pdf?aceptacion=1a844d85ec803e3b705b0426d6857e6e> (pàg. 12-13) [Consulta: setembre de 2011].

- Fase 2 (desembre de 2009 - gener de 2010):
    - 25 projectes de transició.
    - Arriba al 32,4% de la població (incloent-hi l'acumulat de la fase 1).
- Fase 3 (març 2010 - abril 2010):
    - 33 projectes de transició.
    - Es completa l'accés a la TDT del 100% de la població que disposava de cobertura prèvia de televisió analògica.

Dies abans que finalitzés l'apagada, el Govern de l'Estat va aprovar el Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica. Amb aquesta norma es concreta el que preveu la disposició addicional tercera del Pla estatal de transició a la TDT, segons la qual s'havia de proporcionar a cada radiodifusor més programes dels que disposava durant el període de transició.[302]

Per dur a terme aquest procés, el Reial decret preveu una nova etapa de canvis per a la reassignació dels múltiples, a realitzar en dues fases amb la previsió que hagi finalitzat abans de gener de 2015 i que un cop acabat s'hagi alliberat la subbanda de freqüències de 790 a 862 MHz (canals 61 a 69, on fins ara s'ubicaven les emissions digitals de diversos prestadors d'àmbit autonòmic i estatal). L'objectiu és que aquesta part de l'espectre, denominada *dividend digital*, pugui ser utilitzada per a altres serveis de comunicacions electròniques, segons les decisions regulatòries de la Conferència Mundial de Radiocomunicacions de 2007.[303]

En la fase inicial es preveuen dues etapes; la primera s'engega un cop produïda l'apagada analògica amb la planificació següent:

- Etapa 1: si els operadors privats han acreditat el compliment de les condicions establertes per a l'explotació dels programes adjudicats, d'acord

[302] "1. Per acord del Consell de Ministres, cadascuna de les societats concessionàries del servei públic de televisió d'àmbit estatal existents a l'entrada en vigor d'aquest Reial decret, amb la sol·licitud prèvia i després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, ha d'accedir a un múltiple digital de cobertura estatal, sempre que s'acrediti el compliment de les condicions establertes [...]. 2. Després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica, es reserven a l'ens públic Radiotelevisió Espanyola dos múltiples digitals de cobertura estatal per a la seva explotació en règim de gestió directa" (Reial decret 944/2005).

[303] Vegeu l'apartat 3.2 del capítol I d'aquest mateix INFORME.

amb el que s'indica a la disposició transitòria quarta del Reial decret 944/2005, accedeixen a la capacitat[304] equivalent a un múltiple d'àmbit estatal planificat en els canals radioelèctrics on fins ara s'ubicava el senyal analògic d'Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA i Sogecable, SA, i del qual tenen l'obligació d'estendre la cobertura fins arribar com a mínim al 90% de població. Al mateix temps, poden continuar utilitzant els que tenien assignats inicialment, del 66 al 69.

L'abril de 2010, la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació (SETSI) va planificar les noves freqüències, i el juliol, mitjançant un acord del Govern de l'Estat, es va aprovar l'assignació de la nova capacitat (com s'ha dit, compartida al 50%) d'un múltiplex sencer entre els –aleshores encara– concessionaris. A partir del setembre de 2010, es materialitza a la graella l'espai més gran concedit amb l'inici de les emissions de nous programes digitals.[305]

- Etapa 2: la situació es manté amb la previsió que es deixi d'utilitzar el canal 66; del 67 al 69 encara disponibles, a cada societat li correspon la capacitat d'ús de dos programes (a més dels dos planificats en l'etapa 1 d'aquesta fase). En aquest període, la cobertura dels nous espais planificats ha d'arribar al 96% de la població.

Pel que fa al prestador públic estatal, en aquesta primera fase la CRTVE accedeix directament a dos múltiples digitals, un dels quals amb la possibilitat de desconnexió territorial. Durant la primera etapa pot continuar explotant l'espai amb què compta al canal 66 amb el mateix termini que l'indicat per als privats; també ha d'arribar als mateixos límits de cobertura.

Ja en la segona fase, que ha de finalitzar abans del gener de 2015, la previsió és que es planifiquin freqüències noves i s'estableixin els ajustos necessaris en els que ja estan en funcionament amb l'objectiu de deixar lliures els canals 61 a 69; en aquest moment, l'assignació s'espera que sigui definitiva i que finalitzi l'explotació compartida.

[304] En el Reial decret s'indica que d'aquesta capacitat més gran assignada, tant la ja atribuïda com la nova a projectar, ha de ser objecte d'explotació compartida fins que acabi el procés.
[305] Per a més detall vegeu l'apartat *Televisió per ones* d'aquest mateix capítol.

Amb aquest nou període de transició ja posat en marxa, el maig s'aprova el Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició; d'una banda, la norma n'autoritza l'emissió a les entitats a les quals s'ha adjudicat l'explotació íntegra d'un múltiple, amb la notificació prèvia a l'autoritat administrativa que atorga el títol habilitant. De l'altra, s'hi detallen les especificacions tècniques que han de complir i, amb l'objectiu de protegir la persona usuària, es fixa un termini de sis mesos des de l'entrada en vigor del decret perquè tots els televisors de més de 21 polsades que es posin a la venda permetin la recepció de l'alta definició; el setembre de 2010 diversos prestadors de televisió per ones terrestres comencen a emetre un dels seus programes amb aquesta resolució i codificació de la imatge de millor qualitat.

A escala estatal, el consum de televisió *convencional* mitjançant altres tecnologies es concreta en quatre branques diferenciades, el cable, el satèl·lit, l'ADSL i el mòbil. Tot i que existeix una oferta satel·lital d'accés en obert, en conjunt, es tracta d'un sector que requereix subscripció de pagament per accedir als seus serveis, i del qual en l'àmbit de recepció català participen fonamentalment cinc companyies, ONO en el cas del cable, Digital+ (Prisa) quant al satèl·lit, i Telefónica (amb les marques Movistar Imagenio i Movistar Emoción), France Telecom (Orange TV i Orange TV móvil) i Vodafone (Vodafone Internet TV i Vodafone live! TV) pel que fa a la televisió per ADSL i per mòbil (Vegeu la taula 4).

Seguint la dinàmica d'anys anteriors, i segons dades de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones,[306] durant l'any 2010 és Digital+ qui, tot i que compta amb el volum d'ingressos més gran, experimenta un retrocés més important en la xifra d'abonats, ja que en perd aproximadament setanta-un mil; la televisió per cable d'ONO ocupa la segona posició pel que fa al nombre de clients i inverteix la tendència de 2009 amb un increment de més de seixanta-tres mil usuaris. En tercer lloc, se situa la televisió per ADSL de Telefónica, Movistar Imagenio, que augmenta més de vuitanta-tres mil subscriptors. En el vuitè lloc del rànquing d'abonats es troba Orange TV, que en perd més de tretze mil. D'altra banda, cal tenir en compte que el mes de juliol desapareix Jazztelia TV, de

[306] COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT). *Informe anual 2010*. [En línia]. Barcelona: CMT, juliol de 2011.
<http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf> (p. 169-178) [Consulta: setembre de 2011].

l'operador de telecomunicacions Jazztel, que tanca el servei després d'arribar a un acord amb Digital+, mitjançant el qual els seus usuaris passen a tenir una oferta combinada d'ambdues companyies, descomptes en la contractació de la televisió de Prisa, i en l'ADSL i la telefonia fixa.

En el sector de la televisió per ADSL, cal destacar que la contractació d'aquest servei va en molts casos vinculada a ofertes conjuntes de telefonia fixa i/o banda ampla, el que es coneix com a *doble* i *triple play* (CMT 2010: 180). Així mateix, el 2010 les operadores de telecomunicacions Jazztel i France Telecom i la plataforma Digital+ han signat sengles acords per comercialitzar de forma agrupada els dos tipus de serveis, audiovisual i de dades.

Quant al segment de la televisió per mòbil en conjunt,[307] tanca l'exercici 2010 amb gairebé quatre-cents noranta-set mil abonats, aproximadament cent cinquanta mil més que l'any anterior, i una facturació de setze milions d'euros (CMT 2010: 172); segons indica el regulador estatal de les telecomunicacions en el seu informe anual, es tracta d'un tipus de producte vinculat en molts casos a la contractació de tarifes planes de dades mitjançant xarxes mòbils, fet que implica que la persona usuària tingui el servei de forma gratuïta durant un temps i que, en conseqüència, un augment en la xifra de clients no representi un creixement en els ingressos.

Amb independència de la tecnologia d'emissió, en l'àmbit global de la contractació de serveis audiovisuals de subscripció a escala estatal, cal destacar que és la TDT de pagament[308] gestionada per Mediapro qui aconsegueix un increment d'abonats més gran, més de cent noranta mil, i arriba a gairebé tres-cents cinquanta mil en tancar el 2010. La seva oferta està conformada per Gol Televisión i AXN.[309]

[307] La CMT no ofereix dades desagregades per operador de la televisió per mòbil.

[308] Possibilitat introduïda l'any 2009 amb el Reial decret llei 11/2009, que regula la prestació del servei de TDT de pagament per a les concessions d'abast estatal. La norma va ser derogada mitjançant la LGCA (que ho preveu a l'article 24, "Règim jurídic de les llicències audiovisuals").

[309] La CMT no ofereix dades desagregades de l'altre programa de TDT de pagament, Canal+2, comercialitzat per Digital+ a partir de l'agost de 2010. D'altra banda, Gol Televisión i AXN també formen part de l'oferta d'altres plataformes de serveis de televisió de pagament.

2.2.1 Televisió per ones

Taula 2. Espanya. Televisió privada d'abast estatal: programes en emissió i formes d'accés. Desembre de 2010

Llicenciatari	Oferta en emissió	Accés obert	Accés condicional				
		TDT	TDT	Cable	ADSL	Satèl·lit	Mòbil
Antena 3 de Televisión, SA	Antena 3 TV	X		X	X	X	X
	Antena 3 TV HD[A]	X					
	NEOX	X		X	X	X	
	NITRO[B]	X		X			
	NOVA	X		X	X	X	
Gestevisión Telecinco, SA	Boing[A]	X					
	FDF	X		X	X	X	
	LaSiete	X		X	X	X	
	Telecinco	X		X	X	X	X
	Telecinco HD[A]	X					
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA	Gol Televisión (*)		X	X	X		X
	laSexta	X		X	X	X	X
	laSexta HD[C]	X					
	laSexta2[D]	X		X			
	laSexta3[C]	X		X			
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, SA	Disney Channel	X		X	X	X	X
	Intereconomía TV	X			X		
	La 10[A]	X		X			
	MTV[A]	X		X	X		
Sogecuatro, SA	Cuatro	X		X	X	X	X
	Canal+ 2[E]		X				X
	CNN+	X			X	X	
Veo Televisión, SA	Veo7	X			X		
	13TV[C] (*)	X					
	AXN[F]		X	X	X	X	
	Marca TV[B]	X		X			

[A] Des del setembre de 2010.
[B] Des de l'agost de 2010.
[C] Des del novembre de 2010.
[D] Des de l'octubre de 2010.
[E] Des de l'agost de 2010, substitueix 40 Latino.
[F] Des del maig de 2010, substitueix SETenVeo.
(*) Programes arrendats.

Font: Elaboració pròpia amb dades dels webs corporatius i del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

A escala estatal, són set prestadors els que configuren el sector de la televisió per ones, sis de privats –Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, SA (en endavant La Sexta, SA), Sociedad Gestora de Televisión Net TV (en endavant Net TV, SA), SA, Sogecuatro, SA i Veo Televisión, SA– i un de públic, la Corporación RTVE.

Fins a l'abril de 2010 cinc prestadors simultaniegen l'emissió analògica amb la digital, un canal en el cas dels quatre privats (Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA, Sogecuatro, SA,[310] i La Sexta, SA[311]), i dos el públic.

En l'àmbit de la gestió indirecta, i pel que fa a les concessions analògiques de 2000, mitjançant acord del Consell de Ministres del 26 de març de 2010[312] se'n va aprovar la renovació i se'n van mantenir les mateixes condicions contractuals, tot especificant que a partir de l'abril de 2010 no podien fer ús d'aquest canal i que, un cop verificat el compliment dels compromisos d'impuls i desenvolupament de la TDT assumits el 2005,[313] se'ls habilitaria per a l'explotació d'un múltiple digital de cobertura estatal, tal com s'assenyala a la disposició addicional tercera del Reial decret 944/2005.

La planificació i el calendari d'accés a aquesta major capacitat es concreta en el Reial decret 365/2010. Com s'ha dit, el projecte s'articula en dues fases, la primera de les quals s'inicia el 2010 amb la distribució de les noves freqüències per part de la SETSI; a partir del setembre, els prestadors comencen a posar en marxa els nous programes. Així mateix, amb l'aprovació del Reial decret que regula l'alta definició, abans de finalitzar l'any l'oferta disponible per a les persones teleespectadores augmenta en més de deu formats nous.

Per començar, Antena 3 de Televisión, SA, que ja comptava amb Antena 3 TV (generalista), NEOX (destinada a un públic jove) i NOVA (dirigida al públic

[310] Tots tres comptaven amb aquesta concessió des de l'any 1990, que es va renovar el 2000 per un període de 10 anys més. En el cas de Sogecuatro, SA, aleshores Sogecable, SA i amb anterioritat Sociedad de Televisión Canal Plus, SA, el novembre de 2005 es van modificar les condicions del títol habilitant permetent-li emetre en obert les 24 hores.

[311] Concessionària des de l'any 2005, quan el Govern de l'Estat va ampliar la xifra de canals analògics privats de tres a quatre, i en va resultar adjudicatària.

[312] Resolució del 7 d'abril de 2010, de la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, per la qual es publica l'Acord del Consell de Ministres de 26 de març de 2010, sobre renovació, a les societats Antena 3 de Televisión, SA, Gestevisión Telecinco, SA i Sogecable SA, de les concessions per a la prestació, en règim de gestió indirecta, del servei públic de televisió terrestre (BOE n. 90, de 14 d'abril de 2010).

[313] Cal recordar que l'any 1998, amb l'aprovació del primer Pla tècnic nacional de la televisió digital terrestre (Reial decret 2169/1998), es va assignar la capacitat d'un programa en TDT a cadascuna de les privades en emissió analògica (3) i 2 per a la televisió pública; l'any 2000 se'n van adjudicar 2 més mitjançant concurs públic a dues societats, en total 7. Aquesta xifra es va ampliar el 2005 amb el nou Pla tècnic (Reial decret 944/2005, que deroga l'anterior), amb 3 per a cadascuna de les integrants del primer grup, 5 per a la televisió pública, 2 per a les adjudicades el 2000, i 2 més per a la societat que al 2005 havia obtingut la concessió analògica resultant de l'ampliació de la xifra de canals emesos mitjançant aquesta tecnologia (La Sexta, SA).

femení), engega l'agost de 2010 NITRO,[314] primer en proves, després ja en emissió regular; segons informació del grup, es tracta d'un format pensat per a la població masculina i, inicialment, configura la programació amb sèries de ficció internacionals i cinema. Al final del mes de l'estrena, la cobertura era superior al 85% de la població, amb la previsió d'arribar al 96% en menys d'un any. Pel que fa a les emissions en alta definició, el setembre posa en marxa Antena 3 TV HD.

Quant a Gestevisión Telecinco, SA, també el setembre de 2010 posa en funcionament Boing,[315] nou canal temàtic dedicat a l'animació, amb un *target* eminentment infantil i juvenil, i Telecinco HD, *simultcast* de la generalista del grup. Així doncs, en tancar l'any, la seva oferta es concreta en Telecinco i Telecinco HD, FDF (temàtic de ficció), La Siete (pensada per a una audiència jove) i la darrera estrena, Boing.

Pel que fa a La Sexta, SA, que fins ara comptava amb un programa en obert, laSexta, i un altre de pagament, Gol Televisión, a principi d'octubre de 2010 inicia les emissions laSexta2, creat amb l'objectiu de ser complement a laSexta, i amb una primera etapa en què, a més de cinema i ficció, reemet continguts de la generalista. El novembre s'estrena laSexta3 i laSextaHD, i es redefineix l'estratègia inicial: laSexta2 passa a estar dedicada a la realitat, amb informatius, reportatges, documentals, i formats d'entreteniment d'actualitat, i laSexta3 es consagra al cinema, les sèries i les telenovel·les. Per la seva banda, laSextaHD és la versió en alta definició de la generalista del grup.[316]

---

[314] ANTENA 3. "Llega NITRO, el canal de Antena3 dirigido preferentemente al público masculino". [En línia]. Madrid, Antena 3 TV, 28/07/2010. <http://www.antena3.com/noticias/cultura/llega-nitro-canal-antena3-dirigido-publico-masculino_2010072800048.html> i "Antena 3 empezará a emitir en alta definición a partir del martes 28 de septiembre" [En línia]. Madrid, Antena 3, 22/09/2010. <http://www.antena3.com/noticias/tecnologia/antena-empezara-emitir-alta-definicion-partir-martes-septiembre_2010092200107.html> [Consultes: setembre de 2011].

[315] El juliol de 2010 Gestevisión Telecinco, SA va anunciar que engegaria un nou canal dedicat al públic femení, però un mes més tard va publicitar l'estrena de Boing, que fins aleshores havia estat un programa contenidor infantil estrenat el 2009 emès a Telecinco i l'antiga Telecinco 2 (substituïda per La Siete el 2009). Per a més informació vegeu TELECINCO. "Telecinco lanza LaNueva, una televisión dirigida al público femenino". [En línia]. Madrid, Telecinco, 05/07/2009. <http://www.telecinco.es/detail/detail23794.shtml> [Consulta: setembre de 2011] i "Telecinco lanza el canal infantil Boing". [En línia]. Madrid, Telecinco, 02/08/2010. <http://www.telecinco.es/telemania/Telecinco-lanza-canal-infantil-Boing_0_1223277663.html> [Consulta: novembre de 2011]

[316] LASEXTA. "LaSexta pone en marcha laSexta3 y laSexta HD". [En línia]. Madrid, laSexta, 26/10/2010. <http://www.lasexta.com/noticias/ver/lasexta_pone_en_marcha_lasexta3_y_lasextahd/53> [Consulta: novembre de 2010].

Amb relació a La Sexta, SA, cal assenyalar que el 23 de desembre de 2010 el Govern de l'Estat va autoritzar l'arrendament d'un dels canals digitals que tenia assignats a Gol Televisión, amb la sol·licitud prèvia d'ambdues societats a la SETSI, una de les possibilitats que permet la LCA. Aquest fet implica la subrogació de Gol Televisión de tots els drets i obligacions de La Sexta, SA com a prestador de serveis de comunicació audiovisual i com a responsable editorial del canal arrendat.[317]

Net TV, SA compta a partir del setembre amb dos nous programes; el 16 comencen les emissions del format MTV (enfocat a un públic jove, amb música, però també sèries i altres programes d'entreteniment), gràcies a un acord estratègic de Vocento (grup de mitjans estatal que participa indirectament en el 55% del capital social de la llicenciatària)[318] amb Viacom, conglomerat audiovisual nord-americà. El 20 del mateix mes s'engega La 10, amb vocació generalista; en aquest cas, es tracta d'una televisió ja existent, disponible en algunes comunitats autònomes com ara Andalusia, Madrid, Múrcia, el País Valencià o la Rioja, que el setembre fa el salt a escala estatal.[319] L'oferta de Net TV, SA es completa amb Intereconomía TV (dedicada a la informació política i econòmica, però també amb continguts d'entreteniment) i Disney Channel (infantil), disponibles tots dos des del 2008.

Veo7 és l'únic format de la societat Veo Televisión, SA que es manté el 2010 respecte de l'any 2009. El prestador emprèn canvis en els seus programes el maig de 2010, i substitueix el format en obert SETenVeo per AXN, canal nord-americà centrat en continguts de ficció, disponible ara a la plataforma de TDT de pagament impulsada per Mediapro; mitjançant un acord amb la productora i

[317] Gol Televisión, que havia començat a funcionar l'any 2008 a diverses plataformes de televisió per cable i per ADSL, va iniciar les emissions en TDT d'accés condicional tan bon punt aquesta possibilitat va ser autoritzada pel Govern de l'Estat mitjançant el Reial decret 11/2009. A la graella, Hogar 10 va ser substituït per Gol Televisión, un format esportiu produït per Mediapro, empresa de continguts vinculada a La Sexta SA mitjançant la participació en el seu accionariat.

[318] VOCENTO. *Resultados Enero-Diciembre 2010*. [En línia]. Madrid: Vocento, SA, 25 de febrer de 2011. <http://www.vocento.com/pdf/info_periodica/2011/resultados-enero-diciembre.pdf> (p. 18) [Consulta: setembre de 2011].

[319] Per a més informació vegeu <http://www.vocento.com/regionales_television.php> [Consulta: setembre de 2011].

també amb Sony Entertainment Television Channel Iberia, els abonats a Gol Televisión passen a tenir accés gratuït a AXN fins al 31 d'agost.[320]

Ja a l'agost neix Marca TV, gràcies a una altra col·laboració amb Unidad Editorial (titular de Veo Televisión, SA, grup estatal de comunicació del qual l'accionista majoritari és el grup italià RCS MediaGroup) i Mediapro; es tracta d'un canal de televisió dedicat íntegrament a l'esport, que compta amb retransmissions esportives, informació i debats.[321]

A l'últim, al final de novembre de 2010, després que el Govern de l'Estat hagués autoritzat a l'octubre l'arrendament d'un dels programes de Veo Televisión, SA a KW Televisión, SA,[322] sol·licitat el 15 de juny de 2010, comencen les emissions de 13TV. Com en el cas anterior, això implica que l'arrendat se subroga de tots els drets i obligacions del llicenciatari com a prestador de serveis de comunicació audiovisual i com a responsable editorial. Segons informació de la societat, 13TV és un canal generalista, amb una programació variada i que promociona els valors de l'humanisme cristià.[323]

En el cas de tots els prestadors esmentats fins ara, d'acord amb el nou règim jurídic que defineix el títol III de la LCA, i en aplicació de la disposició transitòria segona de la LCA,[324] l'11 de juny el Govern va aprovar la transformació de les concessions respectives en règim de gestió indirecta del servei públic de

---

[320] MEDIAPRO. "AXN ja està disponible sense cost addicional per als abonats a Gol Televisió". [En línia]. Barcelona: Mediapro, 3 de maig de 2010. <http://www.mediapro.es/cat/news/15375.html> [Consulta: setembre de 2011] i EL MUNDO. "AXN se incorpora a la TDT de pago". [En línia]. Madrid: Unidad Editorial Internet, SL, 16 d'abril de 2010. <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/04/14/comunicacion/1271242559.html> [Consulta: setembre de 2011].

[321] MEDIAPRO. "Neix Marca TV, la televisió de l'esport". [En línia]. Barcelona: Mediapro, 3 de maig de 2010. <http://www.mediapro.es/cat/news/15928.html> [Consulta: setembre de 2011].

[322] Segons el *Butlletí Oficial del Registre Mercantil* (BORME) núm.1010, de 28 de maig de 2010, KW Televisión SA es constitueix al final de 2009; l' objecte social és la gestió indirecta del servei públic de televisió, el soci únic es UJUE Producciones, SL i l'administrador únic Alejandro Samanes Prat.

[323] 13TV. "Nace 13 TV, un canal generalista". [En línia]. Madrid: 13 TV, 25 de novembre de 2010. <http://www.13tv.es/hemeroteca_detalle_noticias.php?title=Nace%2013%20TV,%20un%20canal%20generalista%20&id_n=1&page=7&id=5> [Consulta: setembre de 2010].

[324] "1. Les concessions per a la gestió indirecta del servei públic de ràdio o de televisió per ones hertzianes terrestres d'àmbit estatal, autonòmic o local que no hagin estat declarades extingides a l'entrada en vigor d'aquesta llei s'han de transformar en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual. La vigència de les noves llicències serà de quinze anys a comptar des de la data de transformació de les concessions. 2. Els titulars de les concessions han de sol·licitar a l'autoritat competent la corresponent transformació del títol habilitant, en el termini de dos mesos des de l'entrada en vigor de la Llei. [...]." Vegeu també el subapartat 3.8 del capítol I d'aquest INFORME.

televisió de les quals eren titulars en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual.

Dies abans, el 28 de maig, va fer el mateix amb la concessió de la qual era titular Sogecable, SA, i va autoritzar al mateix temps la cessió del títol habilitant a Sociedad General de Televisión Cuatro (Sogecuatro, SAU). En aquest cas, es tracta d'una nova empresa constituïda el febrer de 2010, i participada al 100% per Prisa Televisión, SAU.[325] El juny es produeix l'escissió parcial de l'empresa matriu en favor de Sogecuatro, SAU, amb una transmissió de part del patrimoni de la primera, que inclou la participació a Sogecable Media, SL, Sogecable Editorial, SL i Compañía Independiente de Noticias de Televisión, SL. Ja el desembre, Prisa Televisión SAU ven el 100% de Sogecuatro, SAU –i també les societats dependents esmentades més amunt– a Gestevisión Telecinco, SA –del grup Mediaset– a canvi d'una participació del 17,336%.[326]

Aquest negoci audiovisual es va iniciar al final del 2009, amb la signatura d'un acord entre ambdós grups audiovisuals segons el qual, a grans trets, mitjançant un bescanvi d'accions. Gestevisión Telecinco adquiria el capital social íntegre d'una societat de nova creació que incloïa el negoci de televisió en obert de Prisa Televisión i una participació del 22% en el de la plataforma Digital+. El procés conclou el 28 de desembre de 2010, després de rebre l'aprovació de la Comisión Nacional de la Competencia al final d'octubre.

L'oferta de programes de Sogecuatro, SAU durant el 2010 es concreta en Cuatro, CNN+ i Canal+2. Les dues primeres, ara vinculades a Gestevisión Telecinco, SAU, es mantenen en els mateixos termes des de la seva estrena; tanmateix, en el cas de CNN+ cal dir que acaba l'emissió el 28 de desembre, atesa la renúncia de Prisa Televisión a l'opció de llogar un dels vuit programes resultants de la integració en Gestevisión Telecinco del negoci de televisió en obert

[325] Abans Sogecable SAU; amb el nomenament de Manuel Polanco com a nou president de la societat a l'octubre de 2010 canvia de denominació.

[326] GRUPO PRISA. *Cuentas anuales e Informe de Gestión consolidados del ejercicio 2010, junto con el Informe de Auditoría*. [En línia]. Madrid: Prisa, 2011. <http://www.prisa.com/upload/ficheros/cuentas-anuales/cuentas_anuales_consolidadas_ejercicio_2010.pdf> [Consulta: setembre de 2011] i GESTEVISIÓN TELECINCO. *Informe 2010. Información Económica. Cuentas anuales e Informe de Gobierno Corporativo 2010*. [En línia]. Madrid: Gestevisión Telecinco, maig de 2011. <http://www.telecinco.es/inversores/es/documentacion/TELECINCO_INFORMES_2010_CUENTAS_ANUALES_Y_GOBIERNO_CORPORATIVO.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

de Prisa amb la finalitat exclusiva de desenvolupar un canal de notícies, una de les possibilitats que preveia l'acord signat.[327]

Quant a Canal+2, arriba a la TDT de pagament el 23 d'agost, i compta amb els mateixos continguts que ofereix el format Canal+ (tots dos produïts per Prisa Televisión) a Digital+, però sense els esdeveniments esportius; aquesta emissió substitueix 40 Latino, que deixa d'estar disponible en TDT i passa a estar-ho únicament en altres plataformes de televisió de pagament.

Per al conjunt de prestadors privats, cal assenyalar que la capacitat d'espectre concedida els permetia oferir altres serveis mitjançant la TDT, com ara aplicacions amb continguts informatius o d'entreteniment, guies de programació o el senyal de ràdio FM d'emissores vinculades als diversos grups de comunicació. A més, fins al 2010 alguns operadors havien ocupat l'ample de banda disponible amb espais de televenda continuada. L'aprovació de la LGCA obliga a replantejar la situació. Així, a l'octubre el Ministeri va requerir Gestevisión Telecinco, SA perquè retirés un dels que es considerava cinc programes en funcionament, un més del que autoritzava la Llei a cada prestador (Telecinco i Telecinco HD compten com un sol); a l'octubre la televisió de Mediaset tanca Cincoshop.[328] En el mateix cas es troba Veo Televisión, SA que, amb l'inici de les emissions de 13tv i Marca TV, el desembre cessa el format Tienda en Veo.

D'altra banda, cal destacar que a més de mitjançant la televisió per ones, molts dels formats produïts pels diversos llicenciataris estan disponibles a l'oferta de televisió per cable, per satèl·lit, per ADSL i a través del mòbil comercialitzada a escala estatal (vegeu la taula 2); en el cas del mòbil, es pot accedir tant a programes en directe que s'estan emetent en TDT (Antena 3 TV, Telecinco, laSexta o Gol Televisión), com a productes desenvolupats específicament per a la televisió per mòbil (Series Antena 3, Antena 3 Noticias, Telecinco Series, o Cuatro Series).

---

[327] GRUPO PRISA. "Prisa TV no ejercerá la opción para un canal de noticias en TDT, contemplada en sus acuerdos con Telecinco". [En línia]. Madrid: Prisa, 10 de desembre de 2010. <http://www.prisa.com/sala-prensa/notas-prensa/noticia/1417/prisa-tv-no-ejercera-la-opcion-para-un-canal-de-noticias-en-tdt-contemplada-en-sus-acuerdos-con-telecinco/>
[Consulta: setembre de 2011].

[328] NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN. "Telecinco cerró su canal de televenta Cincoshop". Madrid: *Noticias de la comunicación*, n. 306, octubre de 2010, p. 6. ISSN: 1130-8842.

Taula 3. Espanya. Televisió pública d'abast estatal: programes en emissió i formes d'accés. Desembre de 2010

Prestador	Oferta en emissió[A]	Accés obert		Accés condicional			
		TDT	Satèl·lit	Cable	ADSL	Satèl·lit	Mòbil
Corporación Radio Televisión Española, SA (CRTVE)	La 1	X		X	X	X	
	La 2	X		X	X	X	
	Canal 24 Horas	X		X	X	X	X
	Teledeporte	X		X	X	X	
	Clan	X		X	X	X	
	TVE Internacional		X				
	TVE HD	X					

[A] Durant part de 2010 CRTVE ha produït dos formats més: Cultural.es, programa estrenat l'abril de 2009 –el juny de 2010, i com a mesura d'estalvi, comença un procés de fusió de continguts amb La 2 que culmina el setembre–, i Canal Clásico, que havia estat disponible només mitjançant les plataformes de pagament.

Font: Elaboració pròpia amb dades del web corporatiu.

L'any 2010 es produeixen diversos canvis que afecten l'estructura i el funcionament del prestador públic CRTVE. D'una banda, amb l'aprovació i l'entrada en vigor de la LGCA, al final de juny el Govern de l'Estat va autoritzar l'extinció de les societats mercantils estatals Televisión Española i Radio Nacional de España (SME TVE, SA i SME RNE, SA), i la cessió global dels d'actius i passius d'ambdues societats a favor de la Corporación RTVE, SA, acord que dóna compliment a l'apartat 2 de l'article 43 de la LGCA segons el qual, per eficiència econòmica i per facilitar l'operativitat interna de la CRTVE, les dues SME es transformen en una de sola.[329] De l'altra, el 2010 s'inicia una nova etapa marcada per l'absència de publicitat en la programació, després de l'aprovació l'any anterior de la Llei de l'Estat 8/2009, de finançament de la CRTVE,[330] que preveia, entre altres aspectes, la reducció progressiva de l'activitat publicitària i de televenda des de la seva entrada en vigor (1 de setembre de 2009) i fins a la supressió l'1 de gener de 2010. Aquesta norma, a més, incloïa una sèrie de previsions a

[329] Cal recordar que aquesta estructura va ser creada mitjançant la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i de la televisió de titularitat estatal. El desembre de 2009, el Consell d'Administració de la CRTVE va acordar per unanimitat sol·licitar a les Corts Generals que la prestació del servei públic de ràdio, televisió i serveis connexos interactius de titularitat estatal s'encomanés a una única societat, i que aquest canvi es pogués tramitar mitjançant la inclusió d'una esmena en el Projecte de llei general de la comunicació audiovisual.

[330] En essència, a més de la supressió de la publicitat i la renúncia als continguts de pagament o d'accés condicional, la Llei esmentada introdueix un canvi estructural en el model de finançament de RTVE, consistent en un sistema únic basat en ingressos públics procedents dels Pressupostos Generals de l'Estat, complementat amb aportacions dels operadors de televisió i dels de telecomunicacions d'àmbit estatal i supraautonòmic. Per a més informació, vegeu l'apartat 3.3 del capítol I de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009*.

desenvolupar *a posteriori*, com ara fixar un límit d'ingressos per tots els conceptes establerts (pressupostos generals de l'Estat, explotació del domini públic radioelèctric, els procedents dels operadors de telecomunicacions, etc.) o el procediment per realitzar l'aportació per part dels contribuents. Aquests aspectes, entre d'altres, es regulen el 2010 mitjançant el Reial decret 1004/2010, de 5 d'agost, pel qual es desenvolupa la Llei 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la CRTVE.

En l'àmbit de la tasca del conjunt del grup cal destacar l'aprovació el juny del *Libro de estilo de RTVE*,[331] desenvolupat amb l'objectiu d'unificar i sistematitzar les formes de treball de tots els professionals de la corporació. Coordinat per l'Instituto RTVE, conté pautes i recomanacions per tal d'aconseguir el màxim rigor periodístic en l'elaboració de continguts per a qualsevol mitjà, gènere i format, així com seccions específiques per als treballadors de la televisió, la ràdio i els mitjans interactius.

D'altra banda, al final de juliol de 2010 també es va aprovar el Código de Autorregulación de RTVE para la Defensa de los Derechos del menor,[332] elaborat des d'una doble perspectiva, el menor davant la programació emesa i el tractament que es fa de l'infant en els continguts elaborats per la CRTVE on pugui aparèixer. En aquest codi, per exemple, la CRTVE es compromet a incrementar les franges ordinàries de protecció horària reforçada que estableix la LGCA (article 7), i les aplica també als períodes de vacances escolars, i amb l'emissió de programació de caràcter familiar entre les 16 i les 19h de dissabtes, diumenges i festius. La defensora de l'espectador de RTVE és l'encarregada de vetllar-ne el compliment.

A l'últim, en el terreny dels nomenaments, durant el mes de gener, i a proposta del president de la CRTVE, Alberto Oliart, el Consell d'Administració de l'ens públic va nomenar director de TVE Santiago Gonzalez.

Pel que fa a la graella de Televisión Española, l'assignació el juliol del segon múltiplex previst pel Reial decret 365/2010 li permet arribar al final de setembre al 84% de cobertura de la població de tot el país amb el seu canal en alta definició, TVE HD –fins aleshores únicament disponible a diverses capitals de província–, i amb la previsió d'arribar al 90% el febrer de 2011. La programació

[331] Disponible a <http://manualdeestilo.rtve.es/> [Consulta: setembre de 2011].
[332] Disponible a <http://codigodeautorregulacion.rtve.es/> [Consulta: setembre de 2011].

de TVE HD en aquest període estava conformada per sèries de ficció com *Gran Reserva* o *Pelotas*, o esdeveniments esportius en directe, com el Mundial de Motociclisme o la Lliga de Campions de futbol.

Un altre canvi té a veure amb la remodelació de La 2. El mes de juny s'anuncia l'objectiu de posicionar-la com l'espai de referència pel que fa a la programació cultural, amb una aportació important del centre de producció de TVE Catalunya a Sant Cugat, i amb la reutilització de continguts de Cultural.es,[333] format que, amb la seva integració en La 2, durant el 2010 deixa d'emetre. Oficialment, la nova graella s'estrena el setembre, sota la direcció de Montse Abbad, en aquell moment directora de TVE Catalunya.

Així doncs, a partir del setembre l'oferta de TVE en l'àmbit espanyol es concreta en La 1, amb continguts generalistes; La 2, cultural i amb vocació de servei públic i d'atenció al ciutadà; l'infantil Clan; Teledeporte, dedicat als esdeveniments esportius; l'informatiu Canal 24 Horas, i TVE HD. Pel que fa a la disponibilitat, a més de mitjançant la TDT, tots formen part dels serveis de televisió de pagament per cable, satèl·lit i ADSL. A través del mòbil, el Canal 24 Horas forma part de l'oferta de l'operadora Orange. D'altra banda, el 2010 deixa de produir-se Canal Clásico, gestionat per RTVE i disponible únicament a diverses plataformes de televisió de pagament.

En obert, i a escala internacional, continuen les emissions de TVE Internacional en les plataformes satel·litals d'Eutelsat, Hispasat i Astra; la seva programació està formada per continguts procedents de la família de canals de RTVE i compta amb quatre senyals diferenciats en funció de la zona de recepció.

Pel que fa al centre de producció de TVE Catalunya a Sant Cugat, amb la posada en marxa oficial de la nova programació de La 2, s'anuncia la creació d'un nou càrrec, la direcció de La 2, que, com s'ha dit, assumeix Montse Abbad; el desembre, Ana María Bordas passa a ocupar el seu lloc com a directora de TVE Catalunya.

En aquesta nova etapa engegada el setembre, des de Sant Cugat es gestionaran dos dels canals de la corporació, La 2 i Teledeporte. Pel que fa a la programació en català, es manté però amb alguns canvis: s'elimina la franja del

[333] Estrenat el segon trimestre de 2009, en substitució de DocuTVE.

dissabte a la nit, se n'estrena una d'una hora al vespre de dilluns a divendres i es manté l'informatiu diari; les desconnexions es realitzen mitjançant 24 Horas i La 2.

2.2.2 Televisió mitjançant altres tecnologies

Taula 4. Canals d'emissió televisiva segons plataforma: cable, ADSL i satèl·lit. Desembre de 2010

Tecnologia	Plataforma	Canals disponibles
Cable	ONO	133
ADSL	Movistar Imagenio	94
	Orange TV	63
	Vodafone Internet TV	26
Satèl·lit	Digital +	106
	Astra	507 canals públics i privats en obert
	Eutelsat	818 canals públics i privats en obert
	Hispasat	52 canals públics i privats en obert
Mòbil	Movistar Emoción	64
	Orange TV móvil	25
	Vodafone live! TV	13

Font: Elaboració pròpia amb dades dels webs corporatius.

Com s'ha dit, en l'àmbit espanyol i català hi ha disponibilitat de serveis audiovisuals mitjançant el cable, el satèl·lit, l'ADSL i el mòbil, que, en la majoria de casos, requereixen subscripció de pagament.

Pel que fa a l'equipament de les llars catalanes amb la infraestructura necessària per a aquests tipus de tecnologies, segons dades de la Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya,[334] el desembre de 2010, del total d'habitatges amb televisió,[335] un 15,6 % compten amb parabòlica, un 5,7%, amb cable i un 6,9%, amb ADSL o línia telefònica. Aquestes xifres representen un descens de vuit punts en el satèl·lit (23,9% el 2009), i no tan significatiu en el cas del cable (7,3%), i un increment d'una mica més d'un punt pel que fa a l'ADSL (5,7%) .

La televisió per satèl·lit està representada per tres operadors que difonen canals en obert, Astra, Eutelsat i Hispasat, i per Digital+, de pagament. Astra ha augmentat durant el 2010 la quantitat de formats que ofereix, Eutelsat n'ha deixat de difondre aproximadament dos-cents, i Hispasat manté l'oferta de 2009; en

[334] FOBSIC I IDESCAT a partir de dades de l'INE. *Enquesta sobre l'equipament i l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació a les llars de Catalunya* (2010). L'Hospitalet de Llobregat, Fobsic, Idescat, desembre de 2010.
<http://www.fobsic.cat/opencms/export/sites/fobsic_site/ca/Documentos/TIC_Llars/TIC_Llars_2010/Taules_TIC_Llars_INE_2010.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

[335] Les dades es refereixen a llars amb algun membre de 16 a 74 anys.

conjunt compten amb més de mil tres-cents formats, la majoria internacionals – alguns dels quals són els vessants internacionals de televisions autonòmiques de l'Estat espanyol, com ara TV3CAT, i de la CRTVE, TVE Internacional.

Pel que fa a Digital+, gestionada per Prisa Televisión, al llarg de 2010 incorpora nous canals, fonamentalment versions en alta definició com ara AXN HD, Canal+Comedia HD, Canal+Fútbol HD, Calle 13 HD, etc., i diversos programes disponibles en TDT en obert, com ara NEOX, NOVA, FDF o LaSiete; tanca l'any amb una graella amb més de cent canals.

Mitjançant el descodificador iPlus (en el mercat des de l'any 2007) i el servei Digital+ a la Carta, la televisió per satèl·lit permet la descàrrega i l'emmagatzemament en el disc dur durant 24 hores i sense cap cost addicional de continguts audiovisuals de la plataforma, així com l'accés a una oferta de videoclub per al lloguer de pel·lícules.

En l'exercici 2010 Prisa Televisión ha arribat a nombrosos acords amb altres plataformes; el maig anunciava l'oferta conjunta amb Jazztel d'un nou producte combinat, conformat per una trentena de canals de televisió de Digital+ i l'ADSL amb trucades de Jazztel. El juny es feia pública la incorporació de Canal+ (format de Prisa que fins aleshores només es podia veure a través dels serveis de televisió vinculats al grup) a Telecable, operadora disponible a la zona d'Astúries, a l'agost, a Orange TV, i al novembre, a ONO. Amb Orange també inicia la comercialització conjunta d'un servei de televisió i d'ADSL, de característiques similars al de Jazztel.

El negoci de televisió de pagament del grup Prisa continua liderant el sector a escala estatal, amb una facturació de 1.083,3 milions d'euros i 1.774.316 abonats; tot i això, la plataforma manté la tendència decreixent d'anys anteriors, i les xifres de 2010 representen un descens del 13,3% pel que fa als ingressos i de pràcticament el 4% pel que fa als subscriptors (CMT 2010: 176).

Mitjançant el cable, ONO és l'únic operador que proporciona serveis audiovisuals, així com de telefonia i d'internet a Catalunya;[336] a escala estatal és qui cobreix més territori i població, amb presència a més de tres-centes ciutats i

[336] Aquesta situació es fruit de l'adquisició l'any 2005 per part d'ONO d'Auna, empresa de telecomunicacions que comptava amb xarxa desplegada en zones on ONO encara no hi era present, entre elles, Catalunya.

més de set milions de llars.[337] Al Principat, segons informació facilitada per la companyia, la seva xarxa està disponible al 21% dels municipis catalans, amb una extensió d'11.200 quilòmetres, dada que representa el 44% respecte del total espanyol.

Pel que fa al nombre d'abonats al seu servei de televisió de pagament, segons l'informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (p.178), en acabar el 2010 a Espanya se situa en 1.038.347, xifra que representa un increment d'una mica més de seixanta-tres mil usuaris nous respecte de l'any 2009. La seva graella està organitzada en tres tipus de paquets, el més bàsic, anomenat TV Esencial, amb quaranta canals, TV Extra, amb setanta, i un altre identificat com TV Total, amb més de cent canals; en conjunt se'n comptabilitzen cent trenta-tres, entre els quals, i específicament per a Catalunya, TV3, Super3/3XL, el 3/24, el 33 i 8tv, que s'hi incorpora el 2010. Altres formats que s'afegeixen al dial durant l'any són Intereconomía Business, TCM Clásico, TNT, Nitro, La 10, Marca TV o Canal+.

ONO també compta amb un servei de vídeo sota demanda anomenat Videoclub per als abonats a TV Esencial i TV Total, amb continguts de diversos tipus, documentals, música, pel·lícules o sèries de ficció i funcionalitats com ara Primera butaca, que dóna accés a films d'estrena tant en el Videoclub com mitjançant el servei de pagament per visió anomenat Mirador, conformat per diversos formats dedicats al cinema o a l'esport.

Quant a actuacions estratègiques desenvolupades per la companyia, cal destacar la signatura el juny de 2010 d'un acord amb TiVO, empresa nord-americana que desenvolupa gravadors de vídeo digital i que ofereix tant maquinari com serveis audiovisuals directament als usuaris o a través de companyies de cable o de satèl·lit. Els termes de l'aliança se centren en la voluntat de desplegar una televisió on convergeixen els continguts d'internet i de la televisió tradicional.

El sector de la televisió per ADSL a escala estatal ocupa en conjunt la tercera posició pel que fa al volum d'ingressos i al nombre d'abonats: aproximadament vuit-cents cinquanta mil el 2010 (CMT 2010: 172). D'aquesta

[337] ONO. *Informe anual 2010*. [En línia]. Madrid: Grupo Corporativo ONO, SA, 2010. <http://www.ono.es/resources/files/inversores/pdfs/ONO_InformeAnual2010.pdf> (p. 3, 81) [Consulta: setembre de 2011].

xifra, bona part correspon als clients de Movistar Imagenio,[338] que tanca l'any amb set-cents vuitanta cinc mil subscriptors, una mica més del 90% del total, i amb un creixement de més de vuitanta-tres mil. La plataforma de Telefónica presenta el març de 2010 una nova versió anomenada Imagenio Flexible, a un preu més reduït, que inclou un paquet bàsic de canals i l'opció d'una contractació temàtica (cinema, sèries, infantil, música, documentals, esports) a escollir. A més del servei de pagament per visió i de vídeo sota demanda anomenat Videoclub –amb cinema, sèries o documentals i que es pot o bé contractar mensualment o bé pagar pel contingut visualitzat—, la graella està configurada per més de noranta canals en el vessant més complet, anomenat Imagenio familiar.

Movistar Imagenio també compta amb el producte Pixbox, un servei de descàrregues de contingut multimèdia (vinculat des que va néixer l'any 2006 a Terra España, la divisió d'internet de Telefónica) que ofereix música gratuïta i cinema per als clients subscrits.[339]

Orange TV és el segon operador d'abast estatal en termes d'abonats pel que fa a l'ADSL; amb setanta mil dos-cents noranta-un en acabar el 2010, uns tretze mil menys que el 2009, manté la tendència decreixent de l'exercici anterior. L'oferta de continguts no varia gaire en comparació amb anys anteriors: compta amb un paquet anomenat *inicial* amb trenta emissions diferents, i un altre *ampliat* amb seixanta-tres, amb accés a un videoclub. Quant a les novetats de 2010, com ja s'ha esmentat, a l'agost incorpora Canal+; a més, s'anuncia l'acord amb Digital+ per a la venda d'un empaquetat de serveis *triple play*, telefonia fixa, banda ampla i televisió.[340]

Fins al maig de 2010 Jazztel també tenia un servei de televisió per ADSL, Jazztelia TV, però després d'un estudi intern sobre l'evolució del negoci audiovisual

[338] El maig de 2010 el grup Telefónica inicia un canvi de nom comercial amb l'objectiu de substituir la marca Telefónica per Movistar, de forma que tots els serveis s'unifiquen, Movistar, Movistar ADSL, Movistar Imagenio, etc. Vegeu TELEFÓNICA. "Movistar se convierte en la marca comercial de todos los servicios de Telefónica en España". [En línia]. Madrid: Telefònica, 3/05/2010.
<http://saladeprensa.telefonica.com/documentos/nprensa/np_marca_movistar_03_05_2010.pdf>
[Consulta: setembre de 2011].

[339] El maig de 2011 Telefónica tanca aquest servei. Vegeu <http://www.pixbox.es/>
[Consulta: novembre de 2011].

[340] ORANGE. "Canal+ se incorpora a la oferta de Orange TV". [En línia]. Madrid: Orange, 02/08/2011.
<http://acercadeorange.orange.es/sala_de_prensa/notas_de_prensa//ano_2010/469.html>
[Consulta: setembre de 2011].

de la companyia, el Consell d'Administració va fer pública la decisió de deixar de comercialitzar-lo,[341] amb la perspectiva d'oferir alternatives mitjançant acords, com ara el producte llançat conjuntament amb Digital+ al principi de maig, un paquet amb servei de trucades, ADSL i televisió.[342]

A l'últim, cal destacar que l'operador de telecomunicacions Vodafone va posar en funcionament a Espanya la plataforma Vodafone Internet TV[343] al final de 2010. Mitjançant un descodificador connectat a la banda ampla es dóna accés a tots els programes de TDT, tant en obert com de pagament; l'aparell també permet l'enregistrament d'emissions i el control de l'emissió en directe.[344]

Les tres operadores de televisió per ADSL també ofereixen un servei similar a través del mòbil; l'opció desenvolupada per Telefónica mitjançant la marca de serveis Movistar Emoción[345] compta amb sis empaquetats diferents amb diversos canals cadascun; la versió més completa en té vint-i-cinc, les altres, més reduïdes, són temàtiques –dedicades a formats musicals, infantils, de futbol, etc. A més, també hi ha la possibilitat de contractar canals a la carta.

Pel que fa a Orange, Orange TV móvil[346] també comercialitza un contenidor que, amb la subscripció prèvia, proporciona vint-i-cinc emissions diferents, així com l'alternativa de pagar únicament per allò que la persona usuària vulgui veure en un moment determinat i de contractar promocions específiques, com ara sèries, informatius o programació infantil; el producte de Vodafone Vodafone live! TV[347] es planteja en els mateixos termes que el d'Orange, tot i que amb una oferta una mica

---

[341] JAZZTEL. *Hecho relevante*. [En línia]. Madrid: Jazztel, 19/05/2010. <http://www.jazztel.com/archivos/documentos/ficheros/19052010185214HR_Jazztelia_20100519_esp.pdf> [Consulta: maig de 2010].

[342] JAZZTEL. "Digital+ i Jazztel lanzan una oferta de triple paly a un precio imbatible". [En línia]. Madrid: Jazztel, 03/05/2010. <http://www.jazztel.com/jazztel/notas_prensa.php?id_nota=280> [Consulta: desembre de 2010].

[343] VODAFONE GROUP PLC. *Annual report 2011*. [En línia]. <http://www.vodafone.com/content/dam/vodafone/investors/annual_reports/annual_report_accounts_2011.pdf> (p. 23) [Consulta: setembre de 2011].

[344] Vegeu <http://www.vodafone.es/particulares/es/internet-y-tv/television/internet-tv> [Consulta: setembre de 2011].

[345] Vegeu <http://www.servicios.movistar.es/web/movistar/internet_particulares?tipo=servicio&idcontenido> [Consulta: novembre de 2011].

[346] Vegeu <http://movil.orange.es/entretenimiento/tv-movil/orange-tv-movil/> [Consulta: novembre de 2011].

[347] Vegeu <http://360.vodafone.es/app-y-descargas/TV/todatventumovil/> [Consulta: novembre de 2011].

més limitada, i la possibilitat per als *smartphones* o telèfons intel·ligents de subscriure-s'hi mitjançant la descàrrega d'una aplicació per al mòbil.

Totes tres operadores també compten amb l'empaquetat de canals distribuït per Prisa, anomenat Digital+Móvil[348]; globalment, mitjançant les tres plataformes es pot accedir a televisió en directe, com ara Antena 3 TV, Telecinco, laSexta, Cuatro, Gol Televisión o Canal+, i d'altres serveis opcionals, fonamentalment sèries de ficció.

2.3 Televisió local[349]

L'oferta de televisió de proximitat a Catalunya es rep fonamentalment mitjançant la televisió digital per ones terrestres,[350] a càrrec de diversos prestadors, tant de titularitat pública com privada.

En l'àmbit públic, l'any 2010, d'una banda, s'han posat en marxa quatre emissions noves, dues a la demarcació de Cornellà de Llobregat, una a la d'Igualada, i una més a la de Reus. De l'altra, pel que fa als consorcis[351] –organismes creats majoritàriament en el període 2006-2008 integrats per diverses poblacions amb l'objectiu d'administrar de forma conjunta el programa de televisió digital terrestre local (TDTL) atorgat–, cal destacar que el 2010 s'han constituït els dos de la demarcació Blanes; se n'ha dissolt un, existent des del 2006 –el Consorci de la televisió local de Sant Adrià de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet–; a més, alguns ajuntaments han decidit deixar de formar part del consorci corresponent i alguns consorcis han postergat l'inici de l'activitat.

---

[348] Vegeu <http://www.plus.es/esp/dplus_movil/que_es/_esp_//index.html>
[Consulta: novembre de 2011].

[349] Per a informació sobre la presència i l'activitat dels prestadors d'abast local i d'altres iniciatives d'àmbit local en la difusió de continguts a internet accessibles mitjançant dispositius diversos (ordinador, mòbil, etc.), vegeu l'apartat 2.4, "El televisor connectat", d'aquest mateix capítol.

[350] El procés d'implantació de la TDT a escala local s'inicia l'any 2004 amb l'aprovació per part de l'Administració central del Pla tècnic de la televisió digital local (PTNTDTL), mitjançant els reials decrets 439/2004 i 2268/2004. Aquesta planificació implica una redefinició de l'àmbit de cobertura de la televisió local, que deixa de circumscriure's al municipi i passa a ser supracomarcal. A Catalunya, el PTNTDTL divideix el territori en 21 demarcacions integrades per diverses poblacions. S'assigna a cadascuna d'aquestes zones un canal múltiplex (amb capacitat per a 4 programes), menys a Barcelona, Cornellà de Llobregat i Sabadell, a les quals en corresponen 2. Dels 96 programes resultants, 37 es reserven per a la gestió pública o directa i 59, per a la privada o indirecta. Per a més informació, vegeu l'apartat 2.3 del capítol IV de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2007*.

[351] Els 37 programes públics es van atorgar a 33 agrupacions de municipis que, per tal de dur-ne a terme la gestió, han utilitzat majoritàriament la fórmula administrativa del consorci. Els quatre restants es van assignar a un sol municipi (Badalona, Barcelona, l'Hospitalet de Llobregat i Reus).

Encara en relació amb els programes públics, l'any 2010 es constata una nova forma adoptada circumstancialment pel que fa a la gestió de la TDTL: que una de les poblacions integrants del consorci –habitualment, la que comptava amb televisió municipal per ones terrestres en analògic– assumeixi el lideratge en la prestació del servei.

En el sector privat de la televisió local, en primer lloc, i seguint una tendència ja iniciada el 2009, durant el 2010 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha resolt –amb la sol·licitud prèvia de renúncia dels operadors– set contractes d'explotació del servei públic de TDTL a les demarcacions de Barcelona (2), Cornellà de Llobregat (1), Granollers (1), Mataró (1) i Palafrugell (2). Quatre d'aquestes resolucions tenen una relació directa amb la fi de les emissions de programes en funcionament fins aleshores, dos a Barcelona, un a Cornellà de Llobregat i un a Mataró.

D'altra banda, amb l'entrada en vigor de la LGCA i el procés de transformació de les concessions en llicències que comporta l'aplicació de la disposició transitòria segona,[352] al final de juliol de 2010 el CAC acorda la modificació a llicències dels títols habilitants dels quaranta prestadors d'àmbit local que ho sol·liciten de quaranta-vuit programes; l'UTE "Amics Mare de Nostrum i Tarraco Visió, SL – Unió Temporal d'Empreses, Llei 18/1992, de 26 de maig", que havia formalitzat el juny la seva renúncia al programa adjudicat, no va presentar la petició pertinent i, com a conseqüència, va ser declarat extingit i es va tancar l'expedient de resolució contractual incoat amb anterioritat. Es tracta del vuitè programa que, durant el 2010, queda sense títol habilitant adjudicat, i el cinquè que finalitza la seva activitat el mateix any.

En el sentit contrari, el 2010 es posen en marxa un total de quinze emissions de TDTL privada, repartides en vuit demarcacions, i, en alguns casos, com ara Balaguer, Igualada, Manresa o Tortosa, amb salts qualitatius rellevants, atès que passen de cap activa el 2009 a totes en funcionament en tancar el 2010.

A més de l'activitat relacionada amb els prestadors del servei de TDTL, cal recordar que durant el primer trimestre del 2010 té lloc l'apagada analògica definitiva, que tanca el procés de substitució tecnològica concebut l'any 2007 per

[352] Per a més informació sobre aquest punt, vegeu el subapartat 2.6.1 del capítol I d'aquest INFORME.

l'Administració central per dur-lo a terme entre el 2009 i el 2010. En l'àmbit català, el 2010 la Generalitat ha anat informant sobre les diverses etapes a la ciutadania en general, amb les afectacions per comarca, municipi i nucli de població, segons les dades facilitades pel Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

La tasca divulgativa també s'ha traduït en campanyes de comunicació generalistes i locals, així com en la promoció de les adaptacions de les instal·lacions col·lectives i el perllongament de la validesa de les acreditacions "Agent TDT"[353] durant cinc anys més, amb previsió que calgui fer més actuacions a les antenes col·lectives pels canvis de freqüència planificats pel Govern de l'Estat.[354] Des del web *www.tdt.cat*, la Generalitat també ha informat sobre la reordenació dels canals múltiples i la seva afectació sobre la població.

A l'últim, amb l'objectiu de fer arribar el senyal digital a les zones amb deficiències de cobertura en TDT, cal destacar la posada en marxa al principi de 2010 de la plataforma satel·lital TDT-SAT, alternativa per als ciutadans que viuen en àrees amb dificultats en la recepció convencional. El març de 2010 el Govern de la Generalitat va obrir una convocatòria fins al setembre per tal que els usuaris afectats poguessin sol·licitar una subvenció de part de l'equipament necessari per rebre l'oferta de TDT per aquesta via; en total es van atorgar nou-cents vint-i-dos ajuts.

[353] Distintiu creat l'any 2009 per tal d'acreditar a les empreses instal·ladores el seu compromís de bones pràctiques i la seva col·laboració en el Pla d'actuació de la TDT.

[354] Al final de març de 2010 el Govern de l'Estat aprova el Reial decret 365/2010, que regula l'assignació dels canals múltiples de la TDT després de l'apagada analògica i estableix dues fases per a la reubicació dels programes utilitzats pels prestadors d'àmbit nacional i estatal i per a la reutilització de les freqüències analògiques lliures que fins l'apagada eren utilitzades pels privats amb cobertura espanyola. Per a més informació vegeu l'apartat 2.2 d'aquest mateix capítol.

2.3.1 Televisió local pública

Taula 5. Catalunya. TDT local pública: programes previstos i en emissió. Desembre 2010

Demarcació	Programes		Nom del prestador
	Previstos	En emissió	
Balaguer	2	0	-
Barcelona	4	4	Badalona Comunicació, SA
			Consorci de la televisió local de Sant Adrià de Besos i de Santa Coloma de Gramenet [A]
			Informació i Comunicació de Barcelona, SA, SPM
			La Farga, Gestió d'Equipaments Municipals de l'Hospitalet de Llobregat, SA
Blanes	2	0	-
Cornellà de Llobregat	4	2	Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta
			Consorci Teledigital Baix Llobregat Nord
Figueres	1	1 [B]	L'Escala Audiovisual TDT
Girona	2	0	-
Granollers	2	2	Vallès Oriental Televisió, SLU
			Consorci Teledigital Mollet
Igualada	1	1	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació d'Igualada
Lleida	1	0	-
Manresa	1	0	-
Mataró	2	2	Mataró - Maresme Digital, SL
			Ràdio Calella Televisió, SL
Olot	2	0	-
Palafrugell	1	0	-
Reus	2	2	Consorci de la Televisió Digital Local Pública del Camp (TDCAMP)
			Ajuntament de Reus [C]
Sabadell	3	1	Consorci per la gestió de la TDTL pública de la demarcació de Terrassa - Vallès Oest
La Seu d'Urgell	1	0 [D]	-
Tarragona	1	1	TACDOTZE
Tortosa	1	0	-
Vic	1	0	-
Vielha e Mijaran	1	0	-
Vilanova i la Geltrú	2	2	Informació i Comunicació de Vilanova i la Geltrú, SAM
			Serveis Municipals de Comunicació, SL
Total	37	18	

[A] Exclusivament logotip fins al 31/12/2010.
[B] Malgrat que el Consorci no està constituït legalment, l'Ajuntament de l'Escala ha impulsat el programa públic de l'Alt Empordà en TDT.
[C] Exclusivament logotip en emissió en proves.
[D] A través de la freqüència del programa públic es reben les emissions d'Andorra TV.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Dels trenta-set programes públics, el desembre de 2010 n'hi havia divuit en funcionament, aproximadament el 50%, quatre més que l'any anterior; aquesta xifra s'assoleix amb l'inici de les emissions de dos programes a Cornellà de Llobregat –dels quatre planificats per a la demarcació–, l'únic previst per a Igualada, i, en proves, l'unimunicipal de la demarcació de Reus, on ja estava en funcionament el Consorci de la Televisió Digital Local Pública del Camp, en total, quatre.

Amb les noves incorporacions, els divuit actius es concentren en deu demarcacions, vuit de les quals compten amb tots els planificats encesos –Barcelona (4), Figueres (1), Granollers (2), Igualada (1), Mataró (2), Reus (2), Tarragona (1) i Vilanova i la Geltrú (2)–, i dos que en tenen únicament una part –Cornellà de Llobregat (2 de 4) Sabadell (1 de 3)–; les onze restants no en tenen cap (vegeu la taula 5).

A la demarcació de Reus, el novembre s'inicia amb caràcter provisional l'emissió del programa públic gestionat per l'ajuntament de la capital del Baix Camp[355]. A la demarcació de Cornellà de Llobregat es posen en marxa les televisions públiques de dos consorcis constituïts en el bienni 2006-2007 que no havien arribat a engegar el programa; d'una banda, el Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta, integrat per les poblacions de Begues, Castelldefels, Gavà, el Prat de Llobregat, Sant Boi de Llobregat, Sant Climent de Llobregat i Viladecans. El mes de febrer, segons s'informava des de la televisió pública de Gavà, l'ajuntament d'aquest municipi va sol·licitar autorització al Consorci, al Consell de l'Audiovisual de Catalunya i a la Direcció General de Comunicació i Serveis de Difusió Audiovisuals per tal que Gavà TV pogués utilitzar el programa atorgat. Cal recordar que al final de l'any 2008 l'ens de gestió havia anunciat l'aturada temporal del projecte de televisió Delta TV[356], que no havia arribat a emetre; per aquest motiu i "atesa l'apagada analògica prevista", el consistori va demanar "l'autorització pertinent per tal que Gavà TV [pogués] emetre en digital;[357] mesos més tard,

[355] Vegeu l'extracte de la sessió ordinària del Ple de l'ajuntament de Reus de 15 d'octubre de 2010, disponible a <http://www.reus.cat/extracte-ple/ple-ordinari-2010-10-15> [Consulta: setembre de 2011].
[356] Vegeu l'apartat 2.3.1 del capítol IV de l'*Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2008*.
[357] GAVÀ TELEVISIÓ. "Gavà TV properament en TDT". [En línia]. Gavà: Gavà Televisió, 08/02/2010. Disponible a

coincidint amb la diada de l'11 de setembre de 2010, es van engegar les emissions regulars en TDT. De l'altra, el Consorci de la Televisió Digital Terrestre del Baix Llobregat Nord, integrat pels municipis d'Abrera, Collbató, Castellví de Rosanes, Esparreguera, Olesa de Montserrat, Martorell, Sant Andreu de la Barca i Sant Esteve Sesrovires; la seva emissió es va engegar al final d'octubre de 2010, després d'haver formalitzat, mitjançant una reunió de tots els seus membres, tant la constitució de l'organisme, com el suport a Sant Esteve Sesrovires per tal que "[impulsés] les emissions en el seu inici i en solitari, per garantir el manteniment d'un canal al Baix Nord".[358]

Aquests dos casos exemplifiquen les variacions que es manifesten el 2010 en la gestió consorciada dels programes públics de televisió local, en el sentit que un sol municipi integrant del consorci, i que abans de la planificació introduïda pel Pla tècnic ja comptava amb televisió municipal, n'assumeix la gestió amb el vistiplau de la resta de membres.

Pel que fa a Igualada, al principi de gener de 2010 l'ajuntament de la capital de l'Anoia informava de l'inici de les emissions de la televisió pública Conca TV.[359] Es tracta d'un canal que en analògic havia estat gestionat per la Mancomunitat de la Conca d'Òdena des de l'any que es va fundar (2004), i que a partir del 2010 comença una nova etapa amb l'inici de les emissions en TDT i l'administració del Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la

<http://www.gavatv.cat/serveis/noticia/-/asset_publisher/Gf0C/content/gava-tv-properament-en-tdt?redirect=%2Fserveis%2Fnoticia%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_Gf0C%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1%26_101_INSTANCE_Gf0C_delta%3D4%26_101_INSTANCE_Gf0C_keywords%3D%26_101_INSTANCE_Gf0C_advancedSearch%3Dfalse%26_101_INSTANCE_Gf0C_andOperator%3Dtrue%26cur%3D15>, Novetats. [Consulta: setembre de 2011].

[358] Tot i que entre el 2006 i el 2007 els vuit municipis ja havien aprovat individualment i publicat al *Butlletí Oficial Provincial de Barcelona* (BOPB) els estatuts de l'ens, durant l'any 2010 van seguir el mateix procediment (vegeu, entre d'altres, el BOPB de 21 de setembre) principalment per modificar dos articles, el 7è, on s'identifica l'objecte del Consorci –la gestió del canal públic de TDTL– i s'afegeix que "aquesta gestió serà canalitzada inicialment per part de l'ajuntament de Sant Esteve Sesrovires", i el 10è, segons el qual el ple de l'organisme passa a estar integrat per disset representants, deu dels quals correspondran inicialment a l'ajuntament de Sant Esteve Sesrovires, "com a reconeixement a la seva aportació de les instal·lacions on s'hi troba ubicada la seva televisió local, així com també per l'aportació del personal qualificat i infraestructura per prestar aquest servei (article 10.1)". Per a més informació sobre el procés seguit pel consorci, vegeu <http://www.rtv10.net/consorci/tabid/462/language/ca-ES/Default.aspx> [Consulta: setembre de 2011].

[359] AJUNTAMENT D'IGUALADA. "Conca TV ja ha començat a emetre per la TDT". [En línia]. Igualada: Ajuntament d'Igualada, 12/01/2010. Accessible a <http://www.igualada.cat>, Notícies, Igualada al Dia. [Consulta: juny de 2010].

demarcació d'Igualada;[360] aquest ens de gestió està constituït per nou municipis (Calaf, Capellades, Igualada, Òdena, la Pobla de Claramunt, Masquefa, Piera, Santa Margarida de Montbui i Vilanova del Camí) que s'hi han anat adherint entre els anys 2006 i 2009.

L'evolució en l'àmbit dels consorcis l'any 2010 posa de manifest els obstacles que el sector públic ha experimentat en la implementació del servei de televisió de proximitat. Així, fins al 2008, s'havien constituït 23 dels 33 consorcis previstos inicialment; després d'un període d'inactivitat l'any 2009, el 2010 se'n constitueixen dos a la demarcació de Blanes, el Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de la Selva Marítima - Canal Blanes (integrat per Blanes, Lloret de Mar i Tossa de Mar) i el Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la Selva Interior, on s'incorporen els municipis d'Anglès, Arbúcies, Breda, Maçanet de la Selva, Sant Hilari Sacalm, Santa Coloma de Farners i el Consell Comarcal de la Selva. Tanmateix, en acabar l'any ni l'un ni l'altre no havien engegat el programa. En el cas del primer, dos dels tres municipis van abandonar el projecte a l'octubre, per no poder fer front a la despesa econòmica que els representava.[361]

Així mateix, a Barcelona, el Consell general del Consorci de la televisió local de Sant Adrià de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet, integrat per aquests dos municipis i el Consell Comarcal del Barcelonès, en sessió de 18 de novembre de 2010, va acordar dissoldre l'ens "davant la impossibilitat d'acompliment de les finalitats per a les quals va ser creat" [362] i "en un moment de crisi econòmica general i de reducció d'ingressos per part de l'administració local" que fa "de moment, inviable el manteniment de la televisió local."[363] Els dos ajuntaments que

[360] Per a més informació, vegeu <http://micod.cat/page.php?id=208>
[Consulta: setembre de 2011].
[361] COMUNICACIÓ 21. "Blanes impulsa un canal de televisió per internet". [En línia]. Barcelona: Comunicació 21, 25/10/2010. Accessible a:
<http://www.comunicacio21.com/textecomplet.aspíd_texte=16823> [Consulta: gener de 2011].
[362] Vegeu <http://oiac.grame.net/oiac/Documents/985000001.doc> (Santa Coloma de Gramenet) i <http://www.sant-adria.net/plenos/10-11-29.pdf> (Sant Adrià del Besos)
[Consulta: setembre de 2011].
[363] AJUNTAMENT DE SANTA COLOMA DE GRAMENET. "L'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet ha aprovat inicialment el pressupost per l'any 2011". [En línia]. Santa Coloma de Gramenet: Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet, 29/11/2010. Accessible a:
<http://www.grame.net/ca/principal/lajuntament/lajuntament-informa-butlleti-municipal/comunicats-premsa/servei-de-

en formaven part van ratificar posteriorment aquest acord en les sessions plenàries respectives del 29 del mateix mes; l'emissió –exclusivament del logotip– va continuar activa fins al final de l'any.

El balanç de les noves formacions i d'aquesta baixa dóna com a resultat la xifra de vint-i-quatre consorcis constituïts en acabar el 2010 (vegeu la taula 8), dotze dels quals, amb emissions en funcionament el 2010 (a Cornellà de Llobregat [2], Granollers [2], Igualada [1], Mataró [2], Reus [1], Sabadell [1], Tarragona [1] i Vilanova i la Geltrú [2]); entre els deu restants es detecten casos com el de Lleida, que l'abril de 2010 anuncia el retard de dos anys més en la posada en marxa del programa públic "a causa del seu alt cost" i "per la crisi actual".[364]

D'altra banda, durant aquest exercici es torna a produir un fet que ja havia ocorregut l'any anterior amb el Consorci Teledigital Granollers; el 2009, l'Ajuntament de Santa Maria de Palautordera va acordar deixar sense efecte l'adhesió a l'organisme i el 2010 les Franqueses del Vallès segueix el mateix procediment per separar-se'n, tot argumentant el cost elevat que representava per al municipi.[365]

Encara en l'àmbit de la televisió pública, cal esmentar que l'abril de 2010 Badalona Comunicació, SA, entitat gestora d'un dels programes unimunicipals assignats a la demarcació de Barcelona, aprova el seu reglament d'organització i funcionament. En el període 2007-2010 tan sols dotze organismes han formalitzat aquest pas (vegeu la taula 6). D'altra banda, durant el 2010 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha realitzat els informes preceptius dels contractes programa presentats pel Consorci Digital Mataró-Maresme[366] i pel Consorci per a la gestió de la televisió digital terrestre del camp de Tarragona (TACOALT), per al període 2010-2011 en el primer cas, i per al període 2009-2011 en el segon.[367]

---

premsa/article/3556.html?cHash=6aeca805f905364ac8bbf603d59d855> L'Ajuntament Informa [Consulta: setembre de 2011].

[364] DIARI SEGRE. "La televisió pública del Segrià retarda l'estrena dos anys més". Lleida: Diari Segre, 22/04/2010.

[365] COMUNICACIÓ 21. "L'Ajuntament de Franqueses surt de VOTV". [En línia]. Barcelona: Comunicació 21, 21/07/2010. Accessible a: <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=16334> [Consulta: juliol de 2010].

[366] Acord 133/2010, de 9 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, disponible al web del Consell. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Ac._133-10_Informe_contracte_Consorci_Matar_-_Maresme.pdf> [Consulta: setembre de 2010].

[367] El reglament orgànic i de funcionament especifica el tipus de gestió i els objectius a complir, mentre que el contracte programa exposa com assumiran el consorci i la societat gestora

Taula 6. Catalunya. Relació de societats municipals i consorcis amb el reglament d'organització i funcionament aprovat. Període 2007-2010

Demarcació	Societats municipals i consorcis
Barcelona	Informació i Comunicació de Barcelona, SA, SPM
Badalona	Badalona Comunicació, SA
Cornellà de Llobregat	Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta
Granollers	Consorci Teledigital Granollers
	Consorci Teledigital Mollet
Lleida	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública del a demarcació de Lleida
Mataró	Consorci digital Mataró - Maresme
	Consorci Teledigital Maresme - Nord
Tarragona	Consorci per a la gestió de la televisió digital terrestre del Camp de Tarragona (TACOALT)
Vic	Consorci d'Osona per a la gestió de la televisió digital local pública Canal Múltiple de Vic
Vilanova i la Geltrú	Consorci Teledigital Garraf
	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública del Penedès

Font: Elaboració pròpia amb dades dels butlletins oficials provincials i del *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*.

2.3.2 Televisió local privada

Taula 7. Catalunya. TDT local privada: programes previstos i en emissió. Desembre 2010

Demarcació	Programes		Nom del prestador
	Previstos	En emissió	
Balaguer	1[A]	1	Prensa Leridana, SA
Barcelona	2[A]	2	Smile Advertising, SL
			Gibson Time, SL
Blanes	1[A]	1	Televisió de Lloret, SL
Cornellà de Llobregat	2[A]	2	Tele Taxi Televisió Digital, SLU
			ETV-Llobregat TV, SL
Figueres	3	3	Produccions Alt Empordà, SLU
			Televisió de Roses, SL
			Televisió Sense Fronteres, SL
Girona	2	2	Dracvisió, SL
			Televisió de Girona, SL
Granollers	1[A]	1	UTE Promocions Audiovisuals 3 Acció, SL – Vallès Serveis de Televisió, SL
Igualada	3	3	UTE Masquefa Televisió, SL – Vallès Serveis de Televisió, SL IG Media Produccions, SL Taelus, SL
Lleida	3	3	Prensa Leridana, SA
			Canal Català, SL
			Canal Audiovisual Lleida, SL
Manresa	3	3	Televisió de Manresa, SL

determinada en el reglament l'execució de les fites marcades i el finançament necessari per dur-les a terme. Ambdues eines les preveu la Llei catalana de la comunicació audiovisual per als prestadors públics d'àmbit nacional i local, per tal d'adaptar la missió de servei públic que formula l'article 26 a les necessitats de la zona de cobertura on s'emet.

Demarcació	Programes		Nom del prestador
	Previstos	En emissió	
			Canal Taronja, SL Ràdio i Televisió de Manresa, SL
Mataró	1[A]	1	UTE Wai Entertainment, SL – Vallès Serveis de Televisió, SL
Olot	2	2	Televisió del Ripollès, SL
			Olot Televisió, SL
Palafrugell	1[A]	1	D-9 Comunicació, SL
Reus	1[A]	1	Iniciatives de Televisió, SL
Sabadell	5	5	Vallès Serveis de Televisió, SL
			Mola TV, SL
			Televisió Sant Cugat, SL
			Teletaxi Televisió Digital, SLU
			Publi 20, SL
La Seu d'Urgell	3	3	Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, SL
			Prensa Leridana, SL
			Televisió Comtal, SL
Tarragona	3	3	Tarraco Visió, SL
			CAT 4 TV, SL
			Tele Taxi Televisió Digital, SLU
Tortosa	3	3	Canal 21 Ebre, SL Tortosa Televisió, SL
			EBE Imatge i Comunicació, SL
Vic	3	3	Productora d'Emissions de Ràdio, SL
			Produccions de la Llum, SL
			Mitjans Audiovisuals d'Osona, SL
Vielha e Mijaran	2[A]	1	Prensa Leridana, SA
Vilanova i la Geltrú	2	2	CAT 4 TV, SL
			Publicacions Penedès, SA
Total	47	46	

[A] Inicialment, els programes privats eren 59; no obstant això, en la categoria *programes previstos* de les demarcacions assenyalades n'hi ha 47, atès que no es comptabilitzen els que es van declarar deserts, ja que no es van adjudicar durant la fase de concurs (Balaguer, Blanes i Vielha e Mijaran), el títol habilitant dels quals s'ha resolt arran de l'acceptació per part del CAC de la sol·licitud de renúncia efectuada pels diversos prestadors (Barcelona [2], Cornellà de Llobregat [2], Granollers [1], Mataró [1] i Palafrugell [2], i per l'extinció automàtica d'una concessió per manca de sol·licitud de transformació del títol en llicència (Reus), d'acord amb l'apartat segon de la disposició transitòria segona de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Al llarg del 2010, en el sector privat de la televisió catalana de proximitat s'han posat en marxa quinze noves emissions a vuit demarcacions, concretament a Balaguer (1), Igualada (3), Manresa (3), Sabadell (1), la Seu d'Urgell (2), Tortosa (3), Vielha e Mijaran (1) i Vilanova i la Geltrú (1). Com s'ha dit, en alguns casos es constaten increments rellevants, com ara a Balaguer, Igualada, Manresa i Tortosa, on es passa de cap programa privat actiu el 2009 a tots els previstos en funcionament en tancar el 2010 (vegeu la taula 7).

Així doncs, en finalitzar el 2010, en l'àmbit de la televisió privada no hi ha cap demarcació que no tingui almenys un programa en funcionament, i dotze de les vint-i-una compten amb tots els planificats inicialment actius (Figueres, Girona, Igualada, Lleida, Manresa, Olot, Sabadell, la Seu d'Urgell, Tarragona, Tortosa, Vic i Vilanova i la Geltrú).

Com a contrapunt, durant el 2010 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha resolt set sol·licituds de renúncia als contractes d'explotació del servei públic de TDT local presentades per part de cinc prestadors, Avista Televisió de Barcelona, SL (Barcelona), Collserola Audiovisual, SL (amb concessió a Barcelona, Cornellà de Llobregat i Granollers), Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró (Mataró), Diari de Girona, SAU i Produccions Alt Empordà, SLU (les dues a Palafrugell).

Pel que fa a Avista Televisió de Barcelona, SL i Collserola Audiovisual, SL, totes dues ho sol·liciten al final del 2009, i són acceptades pel CAC el gener de 2010. Les renúncies afecten Barcelona i, en el cas de Collserola Audiovisual, SL, a més, les demarcacions de Cornellà de Llobregat i Granollers; en aquesta zona del Vallès Oriental el prestador encara no havia començat a emetre.[368]

Quant a Mataró, el febrer de 2010 l'aleshores encara concessionari Col·lectiu de Mitjans Audiovisuals de Mataró va presentar la petició de resolució del contracte, que va ser acceptada pel Ple del CAC el mes de juny;[369] cal recordar que el setembre de 2009 el prestador ja havia manifestat la seva voluntat de "sumar esforços" amb el Consorci Digital Mataró - Maresme per tal d'arribar a ser més competitius.[370]

A Palafrugell, les dues societats esmentades també segueixen el mateix procediment i en sol·liciten la resolució, la primera al final del 2009 i la segona el

[368] Resolucions disponibles al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._01-2010_Resolucio_urbe_AVISTA.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._02-2010_resolucio_localia_COLLSEROLA.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

[369] Resolució disponible al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Ac._125-2010_resolucio_c._Col_lectiu_M.A.Matar_.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

[370] AJUNTAMENT DE MATARÓ. "Televisió de Mataró i Maresme Digital TV es fusionaran en un sol projecte". [En línia]. Mataró: Ajuntament de Mataró, 29/09/2009. Accessible a: <http://www.mataro.cat/web/portal/contingut/noticia/2009/09/8948_fusioteles.html> [Consulta: setembre de 2011].

maig de 2010; totes dues són resoltes pel CAC, el març i el juny de 2010,[371] respectivament. Ni l'una ni l'altra no havien començat a emetre.

Durant el 2010 el sector privat de la televisió local s'ha vist afectat per l'entrada en vigor de la LGCA i el procés de transformació de les concessions en llicències que comporta l'aplicació de la disposició transitòria segona, segons la qual "les concessions per a la gestió indirecta del servei públic de ràdio o televisió per ones hertzianes terrestres d'àmbit estatal, autonòmic o local que no hagin estat declarades extingides a l'entrada en vigor d'aquesta Llei, s'han de transformar en llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual" i amb aquest objecte "els titulars de les concessions han de sol·licitar a l'autoritat competent la corresponent transformació del títol habilitant, en el termini de dos mesos des de l'entrada en vigor d'aquesta Llei".

Amb la sol·licitud prèvia dels concessionaris, al final de juliol de 2010 el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va acordar transformar en llicències els títols habilitants dels quaranta prestadors d'àmbit local que ho havien demanat;[372] tan sols la UTE "Amics de Mare Nostrum i Tarraco Visió, SL - Unió Temporal d'Empreses, Llei 18/1992, de 26 de maig", que havia formalitzat el juny la renúncia al contracte d'explotació del servei de TDTL de gestió indirecta, no va presentar la petició pertinent i, com a conseqüència, la seva concessió a la demarcació de Reus es va declarar extingida i es va tancar l'expedient de resolució contractual incoat amb anterioritat per manca de sol·licitud de transformació.[373]

Així doncs, i sumant tant les renúncies com el cas de Reus, en total vuit programes deixen d'estar adjudicats durant el 2010: Barcelona perd dos dels quatre programes privats planificats, Cornellà de Llobregat, un de tres –cal recordar que inicialment se'n preveien quatre, però ja el 2009 es produeix la baixa

[371] Resolucions disponibles al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._48-2010_Resoluci__contracte_Diari_Girona__SAU.pdf> i <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Ac._132-10_Resoluci__contracte_Societat_Alt_Empord_.pdf> [Consulta: setembre de 2011].
[372] Resolució disponible al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_193___annex.pdf> [Consulta: setembre de 2011].
[373] Resolució disponible al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Acord_219_2010__resolucio_c._UTE_Amics_-_Tarraco_2_.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

d'Uniprex Televisió Digital Terrestre Catalana, SL–,[374] Granollers, un de dos, Mataró, també un de dos, Palafrugell, dos de tres i Reus, un de dos. Tot i aquestes xifres, val a dir que a partir del segon semestre de 2010 el decreixement s'estabilitza, i ja no se'n produeix cap més.

A l'efecte del còmput global dels programes privats planificats, dels cinquanta-nou inicials, en acabar el 2010 la xifra se situa en quaranta-set, un cop comptabilitzades les renúncies i l'extinció del període 2009-2010 (nou en total), així com els tres que van ser declarats deserts durant la fase de concurs l'any 2006 a Blanes, Balaguer i Vielha e Mijaran. Dels quaranta-set, quaranta-sis estaven en emissió en tancar l'exercici.

Tant les renúncies com el fet que alguns prestadors hagin manifestat la necessitat d'adaptar el projecte inicial a la nova situació econòmica[375] són indicis de les dificultats que també pateix el sector privat de la televisió local catalana.

[374] Renúncia presentada l'abril i resolta el maig pel CAC. Resolució disponible a: <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Operadors/Ac._101-09.Resoluci___contracte_Uniprexdoc.pdf> [Consulta: setembre de 2011].

[375] COMUNICACIÓ 21. "TV Girona atura la producció de programes i acomiada nou treballadors". [En línia]. Barcelona: Comunicació 21, 01/07/2010. Accessible a: <http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=16181> [Consulta: juliol de 2010].

Taula 8. Catalunya. Consorcis previstos i consorcis constituïts[A] de TDTL pública a Catalunya. Desembre de 2010

Demarcació	Consorcis previstos	Consorcis constituïts	Nom del consorci	Municipis i consells comarcals integrants	Any de publicació d'estatuts
Balaguer	2	0	-	-	-
Barcelona	1	0[B]	-	-	-
Blanes	2	2	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de la Selva Marítima - Canal Blanes	Blanes, Lloret de Mar, Tossa de Mar	2006
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la Selva Interior	Anglès, Arbúcies, Breda, Consell Comarcal de la Selva, Maçanet de la Selva, Sant Hilari Sacalm, Santa Coloma de Farners	2010
Cornellà de Llobregat	4	2	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública del Baix Llobregat Delta (Consorci Teledigital Baix Llobregat Delta)	Begues, Castelldefels, Gavà, el Prat de Llobregat, Sant Boi de Llobregat, Sant Climent de Llobregat, Viladecans	2006
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública del Baix Llobregat Nord (Consorci Teledigital Baix Nord)	Abrera, Castellví de Rosanes, Collbató, Esparreguera, Martorell, Olesa de Montserrat, Sant Andreu de la Barca, Sant Esteve Sesrovires	2006, 2007
Figueres	1	0	-	-	-
Girona	2	2	Consorci Teledigital Banyoles - Porqueres per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Girona	Banyoles, Porqueres	2007
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Girona (Consorci Teledigital Girona)	Bescanó, Canet d'Adri, Cassà de la Selva, Girona, Llagostera, Salt, Sarrià de Ter	2006 i 2007
Granollers	2	2	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Granollers (Consorci Teledigital Granollers)[C]	Aiguafreda, l'Ametlla del Vallès, Bigues i Riells, Caldes de Montbui, Cardedeu, Canovelles, Cànoves i Samalús, la Garriga, Granollers, Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, la Roca del Vallès, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Celoni, Sant Pere de Vilamajor	2006
			Consorci Teledigital Mollet	La Llagosta, Martorelles, Mollet del Vallès, Montornès del Vallès, Montmeló, Parets del Vallès, Sant Fost de Campsentelles, Vallromanes, Vilanova del Vallès	2006
Igualada	1	1	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació d'Igualada	Calaf, Capellades, Igualada, Òdena, la Pobla de Claramunt, Masquefa, Piera, Santa Margarida de Montbui, Vilanova del Camí	2006 i 2009
Lleida	1	1	Consorci per a la gestió del servei de televisió digital terrestre local de la demarcació de Lleida	Alcarràs, Alfarràs, Almacelles, Almenar, Alpicat, Consell Comarcal del Segrià, Lleida	2007

Demarcació	Consorcis previstos	Consorcis constituïts	Nom del consorci	Municipis i consells comarcals integrants	Any de publicació d'estatuts
Manresa	1	1	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Bages/Berguedà/Solsonès	Artés, Balsareny, Berga, Cardona, Gironella, Manresa, Navarcles, Navàs, Puig-reig, Sallent, Sant Fruitós de Bages, Sant Joan de Vilatorrada, Sant Vicenç del Castellet, Santpedor, Solsona, Súria i Consell Comarcal del Berguedà	2006 i 2010
Mataró	2	2	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Mataró, programa núm. 1 del canal múltiple 24 amb referència TL06B i denominació "Mataró" (Consorci Digital Mataró - Maresme)	Alella, Argentona, Mataró, Cabrera de Mar, Cabrils, Caldes d'Estrac, Consell Comarcal del Maresme, Masnou, Premià de Dalt, Premià de Mar, Teià, Tiana, Sant Andreu de Llavaneres, Sant Vicenç de Montalt, Vilassar de Dalt	2006
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Mataró-Maresme Nord (Consorci Teledigital Maresme Nord)	Arenys de Munt, Calella, Canet de Mar, Consell Comarcal de Maresme, Palafolls, Pineda de Mar, Sant Cebrià de Vallalta, Sant Pol de Mar, Santa Susanna, Tordera	2007 i 2009
Olot	2	1	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació d'Olot	Olot, Sant Joan les Fonts	2006
Palafrugell	1	0	-	-	-
Reus	1	1	Consorci de la televisió digital local pública del Camp (TDCamp)	Cambrils, Consell comarcal del Baix Camp, Mont-roig del Camp, Riudoms, la Selva del Camp, Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	2006
Sabadell	3	3	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Sabadell (Consorci Teledigital Sabadell)	Badia del Vallès, Barberà del Vallès, Palau-solità i Plegamans, Polinyà, Sabadell, Sentmenat	2007
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Terrassa - Vallès Oest	Terrassa, Matadepera, Viladecavalls	2007
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació del Vallès Sud	Rubí, Sant Cugat del Vallès, Cerdanyola del Vallès, Ripollet, Montcada i Reixac, Santa Perpètua de Mogoda, Sant Quirze del Vallès, Castellbisbal	2007
La Seu d'Urgell	1	0	-	-	-
Tarragona	1	1	Consorci per a la gestió de la televisió digital terrestre del Camp de Tarragona (Tacoalt)	Constantí, Montblanc, Salou, Tarragona, Torredembarra, Valls, Vila-seca	2007 i 2008

Demarcació	Consorcis previstos	Consorcis constituïts	Nom del consorci	Municipis i consells comarcals integrants	Any de publicació d'estatuts
Tortosa	1	1	Consorci de televisió local de les Terres de l'Ebre	Alcanar, l'Aldea, l'Ampolla, Amposta, Arnes, Ascó, Batea, Benifallet, Camarles, Corbera d'Ebre, Deltebre, la Fatarella, Freginals, la Galera, Gandesa, Godall, Mas d'en Barberans, Masdenverge, Miravet, Móra d'Ebre, Móra la Nova, EMD Els Muntells, Paüls, el Perelló, el Pinell de Brai, Prat del Compte, la Rasquera, Roquetes, Sant Carles de la Ràpita, Sant Jaume d'Enveja, Santa Bàrbara, Tivenys, Tivissa, la Torre de l'Espanyol, Tortosa, Ulldecona, Vinebre	2006
Vic	1	1	Consorci d'Osona per a la gestió de la televisió digital local pública Canal Múltiple de Vic	Balenyà, Calldetenes, Centelles, Folgueroles, les Masies de Voltregà, Manlleu, Olost, Roda de Ter, Sant Hipòlit de Voltregà, Sant Pere de Torelló, Taradell, Tona, Torelló, Vic, Consell Comarcal d'Osona	2006
Vielha e Mijaran	1	1	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública d'Aran (Consorci Teledigital Aran)	Bossòst, Naut Aran, Vielha e Mijaran	2008
Vilanova i la Geltrú	2	2	Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública del Garraf (Consorci teledigital Garraf)	Canyelles, Cubelles, Olivella, Sitges, Vilanova i la Geltrú	2006
			Consorci per a la gestió de la televisió digital local pública del Penedès (Penedès TV)	Gelida, la Granada, Santa Margarida i els Monjos, el Vendrell Vilafranca del Penedès	2006 i 2007
Total	**33**	**24**			

[A] Es considera que un consorci està formalment constituït quan els seus estatuts s'han aprovat definitivament, ja sigui perquè cada un dels municipis integrants, un cop transcorregut el termini d'exposició pública, l'hagi aprovat amb caràcter definitiu, o bé perquè s'hagi produït una encomana de gestió a un dels municipis integrants de la demarcació, i s'han publicat al Butlletí Oficial de la Província (BOP) o al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya.

[B] En sessió de 18 de novembre de 2010, el Consell General del Consorci de la televisió local de Sant Adrià de Besòs i de Santa Coloma de Gramenet va aprovar, per unanimitat, la dissolució del consorci esmentat i en va establir els criteris de liquidació. L'acord de dissolució va ser ratificat pels ens consorciats mitjançat acords dels plenaris dels ajuntaments respectius en sengles sessions del 29 de novembre de 2010 i del plenari del Consell Comarcal del Barcelonès en sessió d'1 de desembre de 2010 (Anunci publicat al BOPB de 7 de gener de 2011).

[C] El juliol de 2010 l'Ajuntament de les Franqueses del Vallès, fins aleshores integrant del Consorci Teledigital Granollers, va acordar deixar sense efecte l'adhesió del municipi al consorci (publicat al DOGC núm. 5704, de 31 d'agost de 2010). L'any 2009 l'Ajuntament de Santa Maria de Palautordera també va aprovar l'expedient de separació (publicat al BOPB núm. 143, de 16 de juny de 2009).

Font: Elaboració pròpia amb dades del Consell, de Municat, dels butlletins oficials provincials i del *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*.

2.3.3 El procés d'implantació de la TDTL

L'any 2010 es posa punt i final a l'emissió televisiva analògica per ones terrestres a tot el territori espanyol; el procés d'apagada –planificat l'any 2007 pel Govern de l'Estat mitjançant l'aprovació del Pla estatal de transició a la TDT, i articulat en tres etapes–[376] es duu a terme en el bienni 2009-2010.

A Catalunya, segons la informació proporcionada per la Generalitat d'acord amb el calendari del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, després de la primera fase implementada el juliol de 2009,[377] entre el final del 2009 i el principi del 2010 se n'efectua la segona; concretament, en una primera etapa, al desembre s'apaguen disset centres emissors (CE) de quaranta-set municipis amb setanta-cinc mil habitants a les comarques del Berguedà, Bages, Osona i el Solsonès. Ja el 2010, entre el 12 de gener i el 28 de febrer, el procés d'apagada arriba progressivament a sis-cents quaranta municipis de vint-i-vuit comarques de tot el Principat, un total de cent quaranta-vuit CE que afecten 2,2 milions de persones; en aquesta segona etapa finalitza l'emissió analògica de centres que cobreixen grans nuclis de població com Alpicat (Lleida), Montcaro (Tarragona), La Mussara o Rocacorba (Girona).

La tercera i última fase que tanca el procés de substitució tecnològica s'inicia el 10 de març de 2010 i finalitza el dia 30 del mateix mes; es tracta del període amb més impacte sobre la ciutadania, tant a escala nacional com estatal. A Catalunya, són quatre milions de persones a quinze comarques del país les afectades pel trànsit tecnològic, amb el cessament analògic de CE com ara els d'Alella, el Baix Llobregat, Montserrat i Montcada a la circumscripció de Barcelona, i Organyà i Pic de l'Orri a la de Lleida; finalment, el dia 30 s'apaga la Torre de Collserola a Barcelona, que és la que dóna cobertura al major volum de població concentrat en set comarques del Principat (Alt Penedès, Anoia, Baix Llobregat, Barcelonès, Maresme, Vallès Oriental i Vallès Occidental).

En total, en l'àmbit català, la fi de les emissions analògiques iniciada el juny de 2009 ha afectat tres-cents cinquanta CE que emetien simultàniament en ambdues tecnologies; a aquesta xifra cal afegir-hi el centenar més que ho feien en

[376] Per a més informació, vegeu l'apartat 2.2 d'aquest mateix capítol.
[377] A noranta municipis de les comarques del Maresme, el Vallès Oriental, el Ripollès, la Garrotxa i la Selva.

TDT instal·lats per part del Govern de la Generalitat per tal d'assolir una cobertura digital terrestre de més del 99% de la ciutadania.

Un cop tancat el procés, el 23 d'abril es va reunir el Fòrum de la TDT[378] per fer balanç sobre el desenvolupament de substitució tecnològica i sobre el desplegament de la TDT a Catalunya; en la roda de premsa posterior, el conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació, Joan Manuel Tresserras, i el de Governació i Administracions Públiques, Jordi Ausàs, van valorar positivament el conjunt del procés, implementat en l'àmbit nacional mitjançant el Pla d'actuació de la TDT. Aquest projecte es va posar en marxa el 2008 amb una dotació econòmica d'11,5 milions d'euros i la col·laboració dels dos departaments; l'objectiu principal era avançar i sincronitzar l'encesa en TDT de totes les televisions d'àmbit local, nacional i estatal a les 41 comarques catalanes, així com estendre el senyal digital per equiparar el nivell de cobertura en l'analògic abans de finalitzar el 2009. En aquest terreny, les actuacions s'han dut a terme en el marc del pla Catalunya Connecta, mitjançant el qual s'han instal·lat els centres emissors nous necessaris per fer arribar la TDT a tot el Principat.

Per tal d'assegurar la universalitat del servei en zones sense cobertura o amb cobertura deficitària, l'any 2009 el Govern de l'Estat va preveure la recepció de la TDT per via satel·lital;[379] en l'àmbit català, la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació del Govern de la Generalitat (STSI) va establir el procediment per poder sol·licitar la instal·lació de la plataforma TDT-SAT: el ciutadà ha de contactar amb un instal·lador homologat perquè comprovi la recepció deficient i, un cop verificada, és el tècnic qui sol·licita a la STSI l'activació de la plataforma. La STSI, al seu torn, la valida o no en funció de si el Govern té

[378] Creat l'any 2007 i impulsat per la Secretaria de Mitjans de Comunicació, compta amb la participació de tots els agents implicats en el procés de desplegament de la TDT: radiodifusors, productors de continguts, operadors de xarxa, fabricants i distribuïdors, i organismes com la CMT, la SETSI i el CAC.

[379] L'any 2009, mitjançant la Llei de l'Estat 7/2009, de 3 de juliol, de mesures urgents en matèria de telecomunicacions, s'afegeix a la Llei de l'Estat 10/2005, de 14 de juny, de mesures urgents per a l'impuls de la TDT, la disposició addicional setena, segons la qual es preveu que la CRTVE i la resta de societats concessionàries posin els programes que emeten en obert a disposició d'almenys un distribuïdor de serveis de televisió per satèl·lit o d'un mateix operador de xarxa igualment satel·litària, amb accés limitat a les zones en què la cobertura en TDT no arriba, i sense que siguin necessaris ni subscripció ni lloguer de descodificadors per part de les persones usuàries. Tot i que la LGCA (2010) deroga tant aquesta norma com la de 2005, es manté en vigor la disposició esmentada (així com la disposició addicional segona i l'article 5).

previst cobrir aquella zona mitjançant una actuació del Catalunya Connecta. Si no és el cas, s'autoritza la col·locació de l'antena parabòlica i del receptor especial.

Per a aquests casos, el gener de 2010 la Generalitat va obrir una convocatòria de subvencions destinades a l'adquisició i el muntatge de l'equipament específic necessari per rebre la TDT per satèl·lit; entre gener i setembre se n'havien subvencionat 922 per un import de 184.388,26 €. Cal assenyalar que TDT-SAT, on TV3 s'incorpora el gener de 2010, compta amb una oferta inferior a la televisió digital terrestre convencional.[380]

Altres eixos d'actuació del Pla d'actuació de la TDT han estat la promoció d'accions per impulsar l'adaptació de les instal·lacions col·lectives mitjançant la signatura de convenis amb instal·ladors i administradors de finques, i la realització de campanyes de comunicació generalistes i locals; amb relació al primer objectiu, l'octubre de 2010 es decideix allargar durant 5 anys la vigència de l'acreditació Agent TDT, atesa la possibilitat de necessitar noves actuacions en antenes col·lectives pels canvis de freqüència planificats pel Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. Es tracta d'un distintiu creat el gener de 2009 i atorgat a un total de 470 empreses instal·ladores adherides al registre de la Generalitat de Catalunya i a la Junta Arbitral de Consum.

Pel que fa a les campanyes de comunicació a la ciutadania, el 26 de febrer de 2010 es posa en marxa la darrera relacionada amb la proximitat de l'apagada analògica, "Sense TDT, la teva tele té els dies comptats", realitzada en col·laboració amb els comerços d'electrodomèstics i electrònica de consum; el material informatiu també es va fer arribar a administradors de finques, ajuntaments i casals de gent gran.

2.4 El televisor connectat

En aquesta secció se sintetitzen les tendències més rellevants que han marcat durant el 2010 l'activitat dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual en la difusió de continguts audiovisuals per vies diferents a les ones terrestres, el

[380] Per a més informació vegeu <http://www.sattdt.es/> i <http://www20.gencat.cat/portal/site/mitjansdecomunicacio/menuitem.1b415a34b93bc35413724f10b0c0e1a0/?vgnextoid=045b364b39560310VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnextchannel=045b364b39560310VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default> [Consulta: setembre de 2011].

cable, l'ADSL o el satèl·lit,[381] fonamentalment a través d'internet i dels diversos aparells electrònics que en permeten l'accés.

Es tracta d'opcions de distribució i de consum que s'afegeixen –amb més o menys acceptació– a les *convencionals*. El ventall de possibilitats i de formes d'accedir o bé a programació en directe o bé a vídeo sota demanda es va ampliant amb la incorporació de modalitats noves, en un procés en el qual es reforcen els vincles entre: 1) proveïdors de continguts, 2) empreses tecnològiques que comercialitzen els seus serveis a la xarxa –com ara plataformes de publicació de vídeo professional i amateur, o les dedicades a xarxes socials–, i 3) companyies fabricants d'electrònica de consum, amb els dispositius que dissenyen corresponents, gairebé tots amb capacitat de connexió a internet (televisor, ordinador de sobretaula, portàtil, telèfon mòbil, tauleta tàctil, videoconsola, etc.). En aquest darrer cas, a més, han desenvolupat catàlegs de productes audiovisuals que, disponibles a la xarxa, comencen a tenir un paper rellevant pel que fa al conjunt de l'oferta.

Sota el concepte de *televisor connectat* aquest apartat recull en termes generals aquest procés de convergència, que s'accentua cada cop més, i que es relaciona directament amb l'evolució de l'equipament i l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), que han anat en augment de forma progressiva en els darrers anys.

Així, per exemple, en l'àmbit català i pel que fa als usos,[382] l'any 2007 un 56,2% de persones de 16 a 74 anys feia un ús habitual d'internet;[383] l'any 2010 aquest percentatge creix fins al 67,7%. En la població de 10 a 15 anys, la proporció que ha utilitzat internet en els darrers tres mesos és molt superior, i també puja del 86,9% el 2007 a gairebé un 94% el 2010.

Aquests increments s'han traduït en l'àmbit audiovisual en un augment del temps que es dedica, en conjunt, a les activitats d'oci lligades a les TIC, tal com ho

[381] Vegeu els apartats 2.1, 2.2 i 2.3 d'aquest mateix capítol.
[382] Segons Idescat i Fobsic a partir de l'Enquesta sobre equipament i ús de les TIC a les llars de l'INE. Font: *Equipament i ús de les TIC a les llars 2007* (2007) i *Equipament i ús de les TIC a les llars 2010* (2010). *Principals variables d'equipament i ús de les TIC*.
<http://www.idescat.cat/pub/?id=ticll07> i <http://www.idescat.cat/pub/?id=ticll10>
[Consultes: novembre de 2011].
[383] Persones que s'hi han connectat almenys un cop per setmana en els darrers tres mesos.

identifica l'Observatori Europeu de l'Audiovisual,[384] que constata la generalització de la producció i el consum de vídeos creats per usuaris *amateurs* i professionals, els catàlegs de pel·lícules i sèries i altres serveis sota demanda disponibles a la xarxa, així com la possibilitat de compartir-los gràcies a les xarxes socials, cosa que en permet una difusió més gran.

A Catalunya, segons l'Idescat, si l'any 2007 un 32,6% de les persones usuàries d'internet afirmava que l'havia utilitzat per escoltar la ràdio o veure la televisió, el 2010 aquest tant per cent creix fins a gairebé el 54%. La informació facilitada per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals respecte del consum de vídeo als seus portals també apunta en la mateixa línia; així, mentre que el darrer mes de 2009 el total de visualitzacions havia estat de 3.157.012, en el període equivalent de 2010 és de 9.322.943. Pel que fa al total d'hores consumides, tant en directe com sota demanda, es constata un increment de pràcticament 600.000, de 530.692 el desembre de 2009 a 1.118.376 el mateix mes del 2010.

També és il·lustrativa d'aquesta tendència l'evolució dels dispositius que es poden trobar a les llars amb connexió a la xarxa; si, el 2007 –segons l'Idescat – la distribució era del 86,3% per a l'ordinador de sobretaula, 37,1% el portàtil, 2,9% altres ordinadors, 2,9% el telèfon mòbil, la videoconsola l'1,4% i la televisió amb accés a internet en un 0,7% dels domicilis, el 2010 els percentatges varien significativament; l'ordinador de sobretaula continua liderant la llista d'aparells però amb una disminució de gairebé onze punts (75,5%) en favor del portàtil, que puja fins al 61,2%, i d'altres tipus d'ordinadors (8,9%). Així mateix, el telèfon mòbil adquireix més pes, amb un 34,3%, seguit de la videoconsola, present en gairebé el 17% de les residències, i el 5,8% pel que fa a la televisió amb accés a internet.

En paral·lel amb aquesta evolució tecnològica, com s'ha avançat, el sector de la televisió en general ha enfocat l'activitat cap als nous dispositius i els usos socials vinculats, mirant de vehicular noves formes de connexió entre tots dos. Si en els darrers anys, la difusió de programació en directe i de vídeo sota demanda a

[384] EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. *Yearbook 2010. Film, Television and Video in Europe*, (Vol. 2, Trends in European Television), European Audiovisual Observatory, Estrasburg, 2010 (p. 145). ISBN: 978-92-871-6873-3.

través dels webs corporatius respectius ha anat guanyant rellevància el 2010, les aplicacions dissenyades per al consum audiovisual mitjançant *smartphones* o telèfons intel·ligents[385] i altres dispositius com les tauletes tàctils,[386] els acords amb companyies d'electrònica de consum per posar a l'abast dels seus clients part de la seva producció mitjançant aparells de televisió connectats a internet, mòbils o videoconsoles, així com la interacció de les persones teleespectadores amb la programació emesa mitjançant les xarxes socials marquen la trajectòria de l'exercici en aquest àmbit.

Pel que fa al primer aspecte assenyalat, tant a escala nacional com estatal, l'any 2010 es constata un grau d'activitat rellevant en el desenvolupament de serveis per als nous telèfons intel·ligents; en el cas de Televisió de Catalunya, a l'abril s'estrenen dues aplicacions per a l'iPhone, una de gratuïta que permet l'accés al portal de TV3 optimitzat per a aquest tipus de mòbil, així com una selecció de vídeos del TV3alacarta, l'emissió en directe del 3/24 i de TV3CAT, i una guia de programació de tots els canals de TVC, i una altra de pagament amb continguts a la carta de *Crackòvia* –programa d'humor sobre l'actualitat esportiva, fonamentalment futbol, emès per TV3.

Altres formats sobre els quals s'ha produït aquest tipus de programari són *El gran dictat* (una versió en línia del concurs) i *La Marató* (permet fer donacions, seguir-ne el recompte i informar-se sobre les activitats planificades), en aquest darrer cas també per a telèfons amb el sistema operatiu Android. Totes s'han posat a disposició dels usuaris a l'iTunes Store,[387] botiga virtual creada per Apple on es poden trobar aquests serveis, com també música, pel·lícules, jocs, audiollibres i *podcasts*.

[385] Els telèfons intel·ligents incorporen un sistema operatiu per a la descàrrega d'aplicacions i diverses funcions d'un ordinador de butxaca, especialment agenda electrònica, correu electrònic i accés a internet (Termcat). Els sistemes operatius d'aquests mòbils són diferents entre ells, atès que cada companyia en desenvolupa el seu; així, per exemple, Apple, multinacional nord-americana dedicada a la informàtica i als equips electrònics, incorpora a tots els seus dispositius –iPhone (*smartphone*), iPod (reproductor multimèdia), iPad (tauleta tàctil), etc.– el sistema operatiu iOS; Google i la fundació Open Handset Alliance –grup empresarial de 48 companyies creat el 2007 en què també participa Google– van desenvolupar l'Android, introduït al mercat per HTC Dream. Altres sistemes operatius presents al mercat són Symbian, RIM o Windows Mobile.

[386] Tipus d'ordinador portàtil molt lleuger en el qual no cal ni teclat ni ratolí, ja que la comunicació té lloc per mitjà d'una pantalla tàctil (Enciclopèdia Catalana).

[387] Vegeu <http://www.apple.com/es/itunes/what-is/store.html> [Consulta: novembre de 2011].

D'altra banda, al final de maig, i coincidint amb la posada a la venda de la tauleta tàctil iPad a l'Estat espanyol,[388] TVC adapta la seva primera aplicació gratuïta estrenada a l'abril per a l'iPhone, amb les mateixes característiques i funcionalitats que l'anterior.

A escala estatal, els prestadors Antena 3 de Televisión, SA, la CRTVE, La Sexta, SA i els distribuïdors ONO i Prisa Televisión també han desenvolupat el 2010 serveis per a telèfons intel·ligents, principalment l'iPhone. Pel que fa a Antena 3 de Televisión, SA, el maig n'estrena un que permet consultar les notícies d'actualitat en vídeos, així com informació i fragments de sèries com ara *La Laguna Negra* i *El internado*. Cap al final del 2010, La Sexta, SA en presenta un altre de característiques similars, on es poden seguir alguns programes en directe, així com obtenir informació sobre la graella en emissió.

La CRTVE a principi de 2010 també produeix una aplicació que dóna accés a l'emissió en temps real del Canal 24 Horas i a altres retransmissions de TVE: partits de futbol o programes d'actualitat o totes les edicions del *Telediario*; a la carta s'hi poden veure formats de ficció com ara *Amar en tiempos revueltos*. El programari també permet navegar pel portal de notícies i escoltar una de les emissores radiofòniques del grup, Radio 5. El setembre la corporació pública l'adapta per a mòbils amb el sistema operatiu Android, i l'octubre en crea una segona pensada per al públic infantil, inicialment per a l'iPhone però amb el propòsit d'ajustar-la a la resta de telèfons intel·ligents i de tauletes; en aquest cas, el producte permet veure una selecció de programes emesos per Clan i també disponibles al web.

Pel que fa als distribuïdors, a l'abril ONO treu per a l'iPhone, l'iPod i l'iPad una aplicació gratuïta que permet consultar la programació de tots els canals del seu paquet comercial, inclosos els de pagament per visió, i amb les xarxes socials Facebook i Twitter integrades per tal que les persones usuàries puguin compartir la informació amb els seus contactes.

El juny, i per a Canal+, Prisa Televisión posa a disposició dels usuaris de l'iPhone una utilitat que permet seguir la informació del campionat mundial de

[388] APPLE. "El iPad estarà disponible en nueve países más el 28 de mayo". [En línia]. Cupertino, California (EUA): Apple, 7 de maig de 2010.
<http://www.apple.com/es/pr/library/2010/05/07iPad-Available-in-Nine-More-Countries-on-May-28.html>. [Consulta: novembre de 2011].

futbol celebrat a Sud-àfrica; més tard, el novembre, se n'estrena una altra per als clients de la plataforma de pagament Digital+ amb iPad o iPhone (i també per a l'ordinador), a través de la qual ofereix sis canals, Canal+, Canal+Fútbol, Canal+Deportes, Canal+Golf, Sportmanía i CNN+.

A més del programari desenvolupat específicament, durant el 2010 tant Antena 3 TV, com Telecinco o Intereconomía TV han adaptat el seu portal a internet per ser compatible amb els telèfons intel·ligents.

Des d'un altre àmbit d'actuació, l'any 2010 i per part dels prestadors del servei de televisió per ones, s'observen diversos exemples de relació i de presència en altres tipus de dispositius, fonamentalment aparells de televisió amb connexió a internet i plataformes de joc. Per exemple, el març La Sexta, SA signa un acord amb Sony per oferir diversos programes ja emesos en TDT, com ara *Buenafuente*, *El intermedio* o *Salvados*, als reproductors Blu-ray equipats amb el sistema Sony Internet TV; a alguns d'aquests formats ja s'hi podia accedir mitjançant la videoconsola PlayStation 3 amb accés a internet, també propietat de la multinacional japonesa. Quant a TVC, i vinculat amb la mateixa companyia, cal remarcar la presència d'una selecció del servei de vídeo sota demanda de TV3 anomenat TV3alacarta als televisors Bravia amb el producte Bravia Internet Video instal·lat, i també a la PlayStation3, així com als televisors de Philips equipats amb el sistema Net TV. Pel que fa a Antena 3 de Televisión, SA, durant el 2010 tanca acords amb Samsung per proveir de continguts, principalment de ficció, els televisors i els reproductors Blu-ray de la marca equipats amb el servei Internet@TV –una aplicació de característiques similars a la de Sony–, així com amb Philips, LG i Sony.

Quant als de continguts audiovisuals que ofereixen els prestadors mitjançant els webs corporatius propis, se'n poden identificar dues modalitats: en directe (és a dir, de forma simultània a l'emissió per ones) i en el que es coneix com a *catch up TV*. D'acord amb l'Observatori Europeu de l'Audiovisual,[389] aquest darrer servei es caracteritza pel seu lligam amb una graella de televisió lineal, de la qual, i en termes generals, s'ofereix durant un període de temps limitat la possibilitat de

[389] EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. *Yearbook 2010. Film, Television and Video in Europe*, Vol.3, Film and home video, European Audiovisual Observatory, Estrasburg, 2010 (p. 102). ISBN: 978-92-871-6875-7.

recuperar-ne una part sota demanda en el moment escollit per la persona usuària. Segons un estudi sobre serveis de comunicació audiovisual sota demanda elaborat per Idate a petició del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel[390] francès, la disponibilitat més habitual és de set dies, tot i que en funció dels drets de què es disposi es pot arribar fins als trenta. D'altra banda, aquest tipus de servei és cada cop més ampli, i en molts casos facilita l'accés als diversos programes emesos linealment durant el dia.

En aquest àmbit, tot i que durant el 2010 la majoria de prestadors mantenen les propostes d'anys anteriors, també tenen lloc diverses innovacions. Començant per TVC, cal destacar les millores de la seva plataforma de vídeo sota demanda, 3alacarta; a l'agost se n'estrena una nova versió, ara TV3alacarta, amb funcionalitats que permeten consultar i visionar tant l'arxiu audiovisual com les emissions en directe a pantalla completa; a més, mitjançant els portals creats específicament per a cadascun dels canals de televisió produïts per TVC també es dóna accés a programes sencers o a fragments. Així mateix, cal destacar que una mica abans, el març de 2010, part de la producció disponible mitjançant aquest servei passa a incorporar subtítols, amb una xifra inicial de 1.000 peces subtitulades i la previsió d'incrementar-la. D'altra banda, el juny se celebra el 15è aniversari del naixement del portal de TV3, *www.tv3.cat*, amb una secció especial on es pot consultar l'evolució del web des de l'any 1995.

Antena 3 TV també renova l'oferta del seu portal el juny amb la incorporació d'una forma de visualització anomenada *modo salón* que, d'acord amb la informació corporativa, vol fer palès el canvi d'actitud de la persona usuària pel que fa al consum audiovisual de llarg format i amb qualitat televisiva per internet. A *www.antena3.com/videos* Antena 3 TV ofereix fonamentalment vídeo sota demanda i a *www.antena3.com/directo*, la retransmissió d'alguns continguts en directe, com ara rodes de premsa o preestrenes cinematogràfiques. En aquest mateix període laSexta també presenta el seu nou web, amb més funcionalitats pel que fa a la difusió de continguts per aquesta via, fonamentalment l'accés a

[390] IDATE. *Etude sur les modèles économiques des services de médias audiovisuels à la demande actifs sur le marché français. Rapport final.* [En línia]. Montpellier (França): Digiworld by Idate, juny de 2011 (p.9) <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes/Les-autres-etudes/Etude-sur-les-modeles-economiques-des-SMAD-actifs-sur-le-marche-francais> [Consulta: febrer de 2012].

emissions en directe així com a un arxiu de programes complets mitjançant el portal *www.lasexta.com/sextatv*.

Encara en l'àmbit estatal, Telecinco manté la seva proposta *www.mitele.telecinco.es*, mitjançant la qual es posa a l'abast de la persona usuària un servei de vídeos sota demanda que inclou tant fragments com emissions completes de formats d'entreteniment, d'informatius i de ficció, alguns de directes, com ara totes les edicions dels informatius, i la possibilitat de veure capítols de sèries abans de la seva estrena per televisió convencional mitjançant micropagaments. A l'últim, tant la CRTVE com Intereconomía TV compten als webs respectius amb totes dues opcions, emissions en directe i sota demanda, de tots els canals que produeix.

A escala local, cal destacar l'ampliació de l'oferta de contingut disponible a xip/tv (*www.xiptv.cat*), portal web posat en marxa al final del 2009 que facilita l'accés a part de les produccions audiovisuals de les televisions locals adherides a la Xarxa Audiovisual Local. Durant el 2010 s'hi incorporen El 9 TV, Canal Reus TV, Canal Terrassa Vallès, Lleida TV, TV Badalona o Televisió del Ripollès, entre d'altres; en tots els casos es tracta de prestadors amb emissió per ones via TDT, però mitjançant aquesta plataforma també es pot accedir a altres televisions nascudes exclusivament per a la difusió via web, com ara Hèm TV, plataforma audiovisual en aranès gestionada pel Conselh Generau d'Aran en col·laboració amb la CCMA i el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, o Despí TV, vinculada a l'Ajuntament de Sant Joan Despí.

Un altre aspecte que marca l'evolució i la relació del sector audiovisual amb internet són les xarxes socials; l'any 2009 el gruix de prestadors ja era present a les més rellevants –en l'àmbit espanyol, Facebook, Twitter i Tuenti–, tant amb perfil corporatiu general del canal de televisió com amb específics de diversos programes. Mitjançant aquests espais s'ofereix fonamentalment informació sobre la programació, així com fragments de programes. L'any 2010 aquesta tendència es manté, i s'accentua la voluntat de fomentar la interacció mitjançant la integració als webs respectius d'eines que permeten comentar les emissions en directe, com

ara Facebook Connect, Messenger Connect o la creació d'etiquetes o *hashtags*[391] amb Twitter, que serveixen per identificar la temàtica del tuit[392] amb un contingut determinat. D'altra banda, alguns prestadors també han volgut crear xarxes pròpies, relacionades amb els canals que produeixen o a determinats continguts, on els usuaris poden aportar la seva opinió o compartir tot tipus d'arxius, com ara la comunitat del 3XL (*www.3xl.cat/rebellio*) en el cas de TVC, Zona 3 (*www.antena3.com/zona3*) d'Antena 3 TV, totes dues creades l'any 2010, o Gente5 (*www.telecinco.es/gente5*) de Telecinco, existent des del 2008.

A més del consum audiovisual lligat als continguts produïts pels prestadors de serveis de comunicació i vehiculat mitjançant la connexió a internet de banda ampla de la diversitat de dispositius existents, a la xarxa es poden trobar altres possibilitats. Com s'ha apuntat abans, l'Observatori Europeu de l'Audiovisual[393] fa una distinció entre el vídeo sota demanda subjecte a un servei de televisió lineal, o *catch-up TV*, i el que no guarda relació amb la programació d'una cadena de televisió; és el cas dels catàlegs de films o sèries disponibles a portals com ara YouTube, Dailymotion o Vimeo, creats en col·laboració amb productors de contingut, o els serveis que ofereixen empreses del sector tecnològic i electrònic, com ara Google TV o Apple TV, entre d'altres.

Pel que fa a YouTube, la plataforma d'agregació i d'intercanvi de vídeos fa cinc anys el 2010 i ho celebra amb un canal especial on es poden veure els més rellevants des dels inicis del web. A més del material *amateur* compartit pels usuaris, també compta amb continguts publicats per prestadors i distribuïdors amb perfil propi –entre d'altres, TV3, Estil 9, Antena 3 TV, laSexta, Cuatro o 13tv– i, el 2010, mitjançant un acord amb diverses companyies nord-americanes productores de cinema i sèries de ficció entre d'altres, llança un servei d'allotjament i de visualització de pel·lícules amb, inicialment, quatre-cents títols disponibles de forma gratuïta i sota demanda.

---

[391] Conjunt de caràcters precedits d'un símbol de coixinet, sobre el qual es pot fer clic, que en els microblocs serveix per accedir a un contingut indexat per categories o temes. Un microbloc és un bloc els apunts del qual tenen un nombre reduït i limitat de caràcters i es poden publicar a través de diverses aplicacions, com ara l'SMS, el correu electrònic o internet. (Termcat).

[392] Missatge curt amb un nombre de caràcters limitat, publicat instantàniament en un microbloc (Termcat).

[393] EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. *Yearbook 2010. Film, Television and Video in Europe.* Vol.3, Film and home vídeo. Estrasburg: European Audiovisual Observatory, 2010 (p. 102). ISBN: 978-92-871-6875-7.

A escala estatal, una proposta similar es ADNStream (*www.adnstream.tv*), disponible tant a la xarxa com mitjançant altres aparells (telèfons intel·ligents, tauletes, videoconsoles), i amb un dipòsit gratuït i de pagament de sèries i pel·lícules senceres.

Les empreses Sony i Microsoft també compten amb propostes similars integrades en els productes d'electrònica de consum que tenen al mercat; Sony ja comercialitzava des del 2009 un servei de lloguer de pel·lícules mitjançant PlayStation Store, una botiga virtual vinculada a la seva videoconsola, i a partir del març de 2010 els televisors Bravia també inclouen material audiovisual sota demanda proveït per prestadors d'àmbit estatal (Antena3, laSexta), i nacional (TV3), i per portals com YouTube, Dailymotion o Blip.tv. El novembre de 2010 Sony anuncia el llançament de Video on Demand Powered by Qriocity™, un servei de pagament per visió disponible a Alemanya, Espanya, França, Itàlia i el Regne Unit que permet als propietaris d'algun aparell de la gamma de Sony amb connexió a internet llogar tot tipus de cinema. Per la seva banda, Microsoft ofereix un programari amb una llista de reproducció de contingut multimèdia anomenat Zune Pass, adaptat per a la seva videoconsola Xbox 360, així com per a mòbil, ordinador i també al web, amb sèries i pel·lícules fonamentalment .

D'altra banda, durant el 2010 entren en funcionament dues noves plataformes, Google TV (*www.google.com/tv*), només als EUA, i Apple TV (*www.apple.com/es/appletv*). En el primer cas, es tracta d'un producte, desenvolupat per Google en col·laboració amb les companyies Intel, Logitech i Sony, entre d'altres, que integra televisió i internet en un mateix aparell; està pensat per permetre a les persones usuàries l'accés tant a programació lineal com a vídeo a la carta de portals com ara YouTube o Netflix (servei de lloguer de pel·lícules i sèries a la xarxa, encara no disponible a Europa), ja sigui a través de l'ordinador o del televisor. Pel que fa a Apple TV, també es tracta d'un dispositiu que, connectat a l'aparell de televisió, posa a l'abast continguts audiovisuals diversos, com ara el catàleg de sèries i pel·lícules disponibles a iTunes Store,[394] i també l'oferta de Netflix, YouTube o Vimeo, entre d'altres.

[394] A l'Estat espanyol, Apple TV compta només amb el servei de pel·lícules en alta definició, així com contingut en *streaming* de YouTube, Flickr (web que permet emmagatzemar, ordenar, buscar i compartir fotografies i vídeo) i MobileMe (conjunt d'aplicacions que habitualment inclou navegador,

A més de tota aquesta oferta, a la xarxa es poden trobar altres webs que també compten amb contingut audiovisual; els mitjans de comunicació en línia, tant els nadius d'internet com els vessants digitals de formats en paper, en són una de les fonts habituals, atès que han incorporat progressivament aquest tipus de material als seus portals, fins arribar a crear espais propis. Entre els del primer grup, es troben Vilaweb o E-notícies, que l'any 2010 arriben als quinze i deu anys d'existència respectivament i ho commemoren creant apartats amb reculls informatius del període celebrat, disponibles a *www.vilaweb.cat/15anys* i *www.e-noticies.cat/10-anys*. Des de la creació de les seccions *www.vilaweb.tv* i *www.e-noticies.tv*, totes dues han anat millorant les versions inicials de web TV estrenades l'any 2007, amb programes, seccions i canals específics, i, en el primer cas, amb emissions en directe; Vilaweb, a més, al final del 2010 llança la seva aplicació per a l'iPhone.

En l'àmbit de la comunicació de proximitat, el mitjà digital vinculat a la ciutat de Mataró i la comarca del Maresme, *www.capgros.com*, engega al final del 2010 la secció audiovisual Mataró Innova TV (*www.capgros.com/mataroinnovatv*), on es recull informació d'actualitat en format videogràfic relacionada amb experiències innovadores en l'educació, l'empresa, les administracions públiques o les persones. D'altra banda, el setmanari Contrapunt.cat, dedicat a l'àmbit geogràfic del Vallès Oriental fa nou anys el 2010 i ho aprofita per posar en marxa una nova secció, *www.contrapunt.cat/contrapuntv*.

Pel que fa a les adaptacions digitals de premsa en paper, durant l'any 2010 tant *El Periódico* com *La Vanguardia* han reformulat els seus webs i hi han incorporat àrees de fotografia i vídeo (*www.elperiodico.com/es/videos* i *videos.lavanguardia.com/canal/destacados/index.html*). Així mateix, el portal del nou diari *Ara*, nascut al final del 2010, també compta des dels seus inicis amb la secció *www.ara.cat/ara_tv.*

Per finalitzar, cal remarcar que tant amb origen estatal, com nacional o local, any rere any sorgeixen noves web TV emparades per iniciatives privades o

---

correu electrònic editor de pàgines web, etc.); la compra de sèries a l'iTunes Store i el catàleg de Netflix no estan disponibles a escala estatal. Font: APPLE. "Las ventas del nuevo Apple TV alcanzarán el millón de unidades esta semana". [En línia]. Cupertino, California (EUA): Apple, 21 de desembre de 2010. <http://www.apple.com/es/pr/library/2010/12/21New-Apple-TV-Sales-to-Top-One-Million-This-Week.html>. [Consulta: novembre de 2011].

públiques, relacionades amb municipis, associacions, grups empresarials, etc. Per exemple, l'abril de 2010 la Fundació Ramon Llull[395] estrena Llull TV (*www.llull.tv*), definida al web corporatiu com "una eina de comunicació [...] que té per objectiu la promoció de la llengua i la cultura catalanes".[396] Compta amb material audiovisual divers, com ara documents sobre activitats programades tant per la fundació com per l'Institut Ramon Llull, material específic per a l'ensenyament de la llengua o accés a les televisions públiques disponibles per internet d'Andorra, Catalunya i les Illes Balears.

En l'àmbit local, durant el 2010 es posen en marxa algunes televisions per internet lligades a municipis, com és el cas de les Borges Blanques (*www.festv.cat)*, Llagostera (*www.llagosteratv.cat*) o Borrassà (*www.borrassa.cat*); una altra ja existent, la televisió del districte Horta-Guinardó de Barcelona (*www.tvhortaguinardo.com*), renova el seu web durant el 2010 i aprofita per digitalitzar el seu fons videogràfic i posar-lo a l'abast dels ciutadans.

3. El consum i l'audiència de televisió a Catalunya

A l'hora d'analitzar el consum i l'audiència de televisió al llarg del 2010, en aquest apartat es tenen en compte dos indicadors de referència de la mesura quantitativa d'audiències televisives i un de valoració qualitativa: Kantar Media i el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, d'una banda, i GFK, de l'altra. Existeixen diferències metodològiques entre les fonts a l'hora de recollir la informació i això n'afecta els resultats.

- Les dades que presenta **Kantar Media** –abans TN Sofres– provenen d'audímetres instal·lats en una mostra de 530 llars i 1.346 individus de 4 anys i més a Catalunya durant el període que va de gener a desembre de 2010.

[395] La Fundació Ramon Llull està constituïda per l'Institut Ramon Llull (IRL), el Govern d'Andorra, el Consell General dels Pirineus Orientals, l'Alguer i la Xarxa de Ciutats Valencianes, amb seu a Andorra. L'IRL és un consorci integrat per la Generalitat de Catalunya i el Govern de les Illes Balears, que té com a finalitat la projecció exterior de la llengua i la cultura catalanes.
[396] Per a més informació vegeu <http://www.llull.tv/videos/llulltv.cfm/CAT/llulltv.html> [Consulta: novembre de 2011].

- El **Baròmetre de la Comunicació i la Cultura** treballa a partir d'entrevistes personals en una mostra de 30.887 persones de 14 anys i més durant el període que va de gener a desembre de 2010 a Catalunya.
- El panel de valoració qualitativa de programes que elabora l'empresa **GFK** contractada per Televisió de Catalunya està integrat per 2.000 persones que responen per internet un qüestionari relacionat amb la programació.

El consum de televisió a Catalunya i a Espanya

Segons Kantar Media, a Catalunya durant el 2010 s'han consumit una mitjana de 242 minuts de televisió per persona i dia (4 hores i 2 minuts). Això representa un increment de 6 minuts per persona i dia respecte del 2009. Les persones que dediquen més temps a la televisió són els majors de 65 anys, que hi destinen una mitjana de 341 minuts al dia. Els segueixen els que tenen entre 45 i 64 anys amb 297 minuts i els que tenen entre 25 i 44 anys, que en consumeixen 204. Els més joves són els que miren menys temps la televisió: 152 minuts els que tenen entre 13 i 24 anys i 155 minuts els més petits, aquells que es troben entre els 4 i els 12 anys (vegeu la taula 9).

Taula 9. Minuts de televisió (persona/dia) per franges d'edat a Catalunya. Any 2010

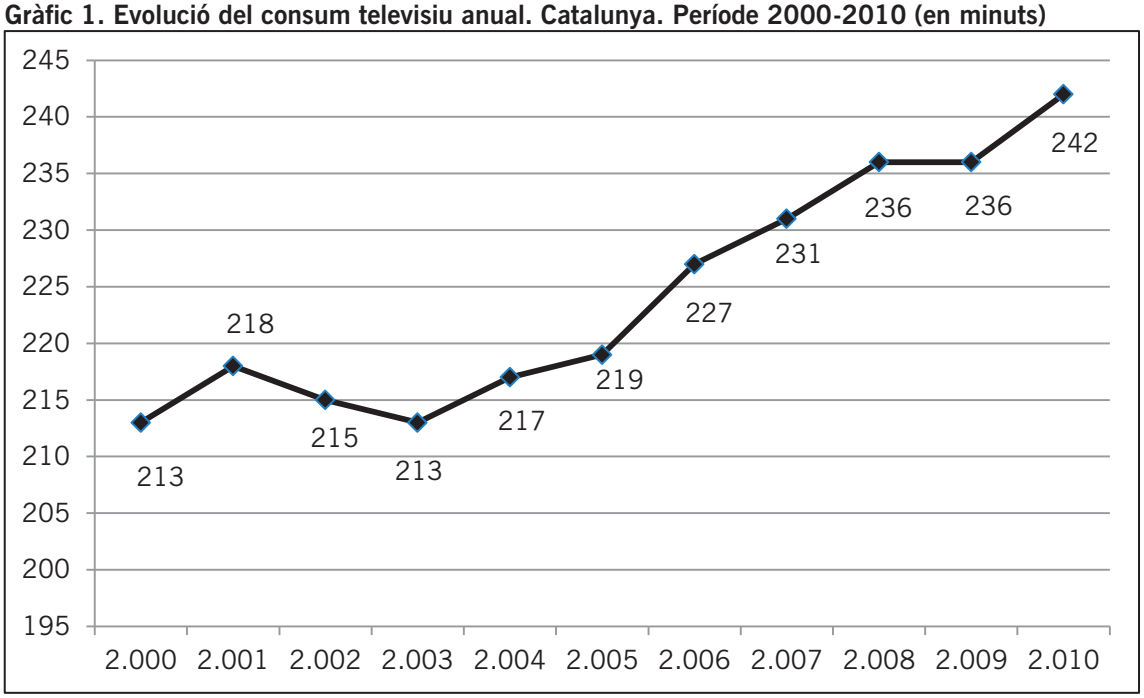
	4-12 anys	13-24 anys	25-44 anys	45-64 anys	65 i +anys
Minuts de televisió	155	152	204	297	341

Font: Kantar Media.

A l'Estat espanyol, el 2010 el consum mitjà de televisió és de 234 minuts per persona i dia (3 hores i 54 minuts), 8 minuts més que l'any anterior. Sempre d'acord amb Kantar Media, on s'hi dedica més estona és a l'Aragó, amb 263 minuts per persona i dia, mentre que a Galícia és on el consum és més baix, amb una mitjana de 207 minuts diaris.

En els primers anys del segle XXI, a Catalunya s'ha passat dels 213 minuts al dia que es consumien de mitjana el 2000 als 242 de 2010, tal com s'observa al gràfic 1. Això representa gairebé mitja hora més de televisió al dia. A l'Estat, en el mateix període, l'augment ha estat de 24 minuts diaris (de 210 minuts de mitjana el 2000 a 234 de 2010).

Gràfic 1. Evolució del consum televisiu anual. Catalunya. Període 2000-2010 (en minuts)



Font: Kantar Media.

Per franges horàries, quan es dedica més temps a la televisió a Catalunya és de 20.30 a 24 h (vegeu la taula 10).

Taula 10. Minuts de televisió (persona/dia) per franges horàries a Catalunya. Any 2010

	2.30-14.00 h	14.00-17.00 h	17.00-20.30 h	20.30-24.00 h	24.00-2.30 h
Minuts de televisió	40	50	50	80	23

Font: Kantar Media.

El consum varia segons els dies de la setmana i, especialment, entre feiners i cap de setmana. Mentre que de dilluns a divendres es dedica a la televisió una mitjana de 236 minuts per persona i dia, el cap de setmana aquesta xifra s'incrementa fins als 256. El màxim és en diumenge, quan arriba als 270 minuts (vegeu la taula 11).

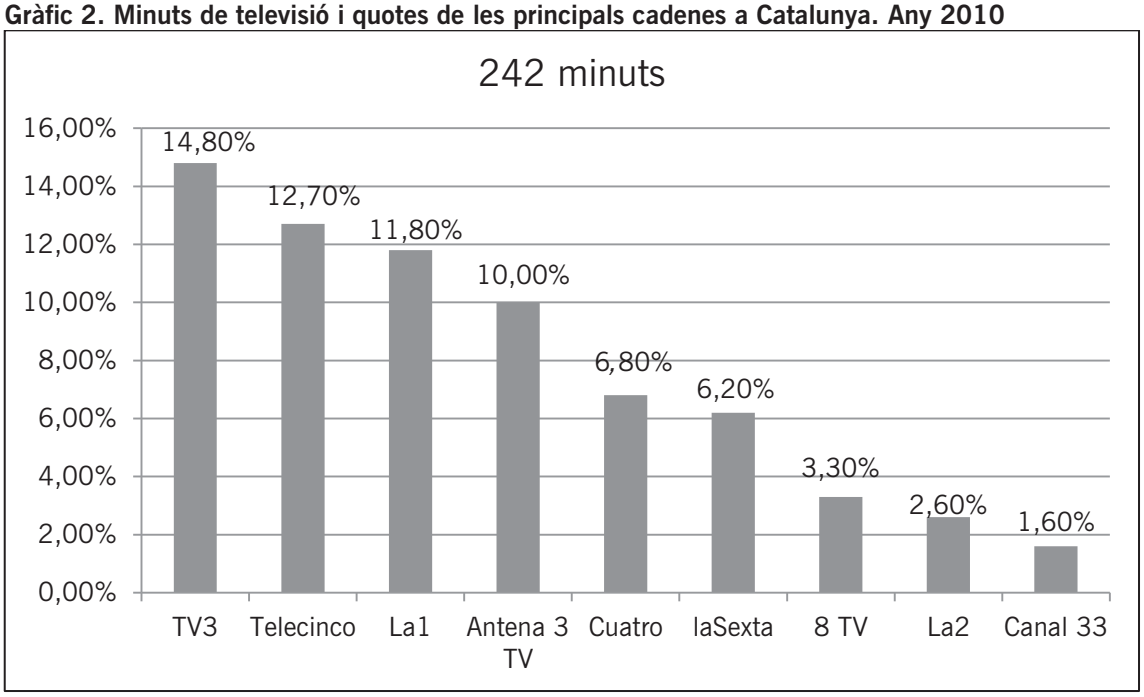
Taula 11. Minuts de televisió (persona/dia) per dies a Catalunya. Any 2010

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
Minuts de televisió	244	239	235	231	230	242	270

Font: Kantar Media.

El gràfic 2 mostra la distribució entre les principals cadenes dels 242 minuts de televisió que es consumeixen a Catalunya per persona i dia l'any 2010.

Gràfic 2. Minuts de televisió i quotes de les principals cadenes a Catalunya. Any 2010



Font: Kantar Media.

D'acord amb les dades de Kantar Media, el temps dedicat a mirar la televisió segons els sistemes de distribució del senyal televisiu l'any en què s'ha produït l'apagada analògica (30 de març de 2010) ha estat liderat, de forma molt majoritària, pel digital terrestre, tant a Catalunya com a Espanya, si bé amb proporcions diferents. Davant la desaparició de les emissions analògiques terrestres, el sistema digital terrestre es consolida amb un 81,2% a Catalunya. L'opció del cable ocupa la segona posició, però és minoritària: 7,4% (vegeu la taula 12).

Taula 12. Consum de televisió per sistema de distribució. Catalunya i Espanya. Any 2010 (en %)

Sistema de distribució	Catalunya	Espanya
Digital terrestre	81,2	73,9
Cable	7,4	15,6
Digital +	5,3	4,7
Analògic terrestre	4,9	5,2
Altres	1,3	0,6

Font: Kantar Media.

Les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura permeten una aproximació al consum de la televisió per internet i per mòbil. Així, d'acord amb l'estudi *La comunicació a Catalunya. Resum 2010*, elaborat pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura,[397] en un context en què es continua optant majoritàriament pel consum de televisió *convencional* –el 2010 augmenta 6,6 punts–, les opcions d'internet i del mòbil són encara molt minoritàries, tot i que el 2010 creix el consum en tots dos casos, especialment en el primer.

Taula 13. Consum de televisió per canal de distribució. Catalunya. Període 2009-2010 (penetració del dia d'ahir en percentatge sobre el total de la població)

Canal de distribució	2009	2010
TV convencional	60,8	67,4
Plataforma digital	35,0	26,8
TV per internet	5,4	9,0
TV per telèfon mòbil	0,1	0,3

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre 2010.

L'audiència de televisió a Catalunya i a Espanya

El 2010 ha estat l'any en què s'ha completat el procés de digitalització de la televisió per ones terrestres i això ha generat canvis en el comportament de les audiències televisives: amb l'augment de l'oferta, entre d'altres amb cadenes nascudes de la TDT, hi ha una fragmentació més gran de l'audiència.

Segons les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, a Catalunya les principals cadenes de televisió l'any 2010 redueixen lleugerament el percentatge d'audiència. Si bé es dedica més temps a mirar la televisió, amb la multiplicació de l'oferta totes les cadenes convencionals perden quota de pantalla, a excepció de La 1 i 8tv, que augmenten molt lleugerament. TV3 conserva el

[397] BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA – INCOM-UAB [En línia]. *La comunicació a Catalunya. Resum 2010*. Barcelona: Fundacc, 31 de gener de 2011 (Gràfic 23.) <http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/la_comunicacio_a_catalunya_resum_2010.pdf>. [Consulta: octubre de 2011]

primer lloc, malgrat que passa del 19,0% del 2009 al 17,4% del 2010. La segueix, també en la mateixa posició que el 2009, Telecinco (14,1%). La 1 (12,7%), en canvi, avança –per tres centèsimes– Antena 3 TV (12,4%), la qual el 2010 perd 2,6 punts i se situa en quarta posició.

Taula 14. Quota de pantalla de les principals televisions a Catalunya. Període 2009-2010 (en %)

Cadenes[A]	2009	2010
TV3	19,0	17,4
Telecinco	15,4	14,1
La 1	12,4	12,7
Antena 3 TV	15,0	12,4
Temàtiques TDT d'abast estatal[B]	-	10,3
Locals[C]	14,7	9,0
laSexta	7,1	6,5
Cuatro	7,7	6,4
Temàtiques TDT d'abast català[D]	-	3,4
8tv	3,0	3,1
33	2,0	1,8
La 2	1,9	1,8
Intereconomía	-	0,6
Veo7	-	0,5

[A] Les agrupacions *locals* i *temàtiques TDT* no són categories pròpies del Baròmetre de la Comunicació; s'han establert per elaborar aquesta taula a partir de l'abast de cobertura de les cadenes.
[B] En la nota metodològica, el Baròmetre explica que no publica dades de Boing, La 10, laSexta2, Marca TV, MTV i Nitro perquè no han acumulat 12 mesos de treball de camp.
[C] Segons la nota metodològica, el Baròmetre no inclou les dades de TV Palamós perquè es troben sota revisió; ni de Bagà TV, L'Ebre TV, m2tv i Vallès Visió perquè no han acumulat 12 mesos de treball de camp.
[D] El Baròmetre fa constar que no publica dades de canal 3XL i Estil 9 perquè no han acumulat 12 mesos de treball de camp.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre 2010.

Segons Kantar Media, l'any 2010 TV3 lidera la quota de pantalla amb un 14,8, seguida de Telecinco, que amb un 12,7 perd 2,2 punts respecte del 2009, i de La 1 (11,8%). En el darrer lustre Telecinco ha liderat les audiències a Catalunya; el 2010, en canvi, és TV3 qui ocupa el primer lloc. A partir de 2008, la quota de la pública catalana experimenta una davallada menor que altres cadenes i s'estabilitza entorn del 14,5%, amb la qual cosa el 2010 aconsegueix el lideratge a una distància de 2,1 punts de la segona cadena, que és Telecinco. Antena 3 experimenta una davallada de 2,7 punts percentuals el 2010 i, amb un 10,0% de quota, es queda en quarta posició, superada per La 1 (11,8%) amb qui el 2009

compartia el tercer lloc amb un empat en el percentatge (12,7%). Cuatro perd 0,8 punts i laSexta en guanya 0,3, però mantenen el lloc en el rànquing de cadenes. La suma de les cadenes *temàtiques TDT* aplega el 19,0% d'audiència, amb un augment d'un 6,9% respecte del 2009, la qual cosa indica el creixement de les temàtiques en el seu conjunt. Per la seva banda, l'agrupació *emissores locals* perd quota de pantalla i passa de l'1,1 de 2009 al 0,4 el 2010.

Taula 15. Quota de pantalla per cadenes a Catalunya. Període 2005-2010 (en %)

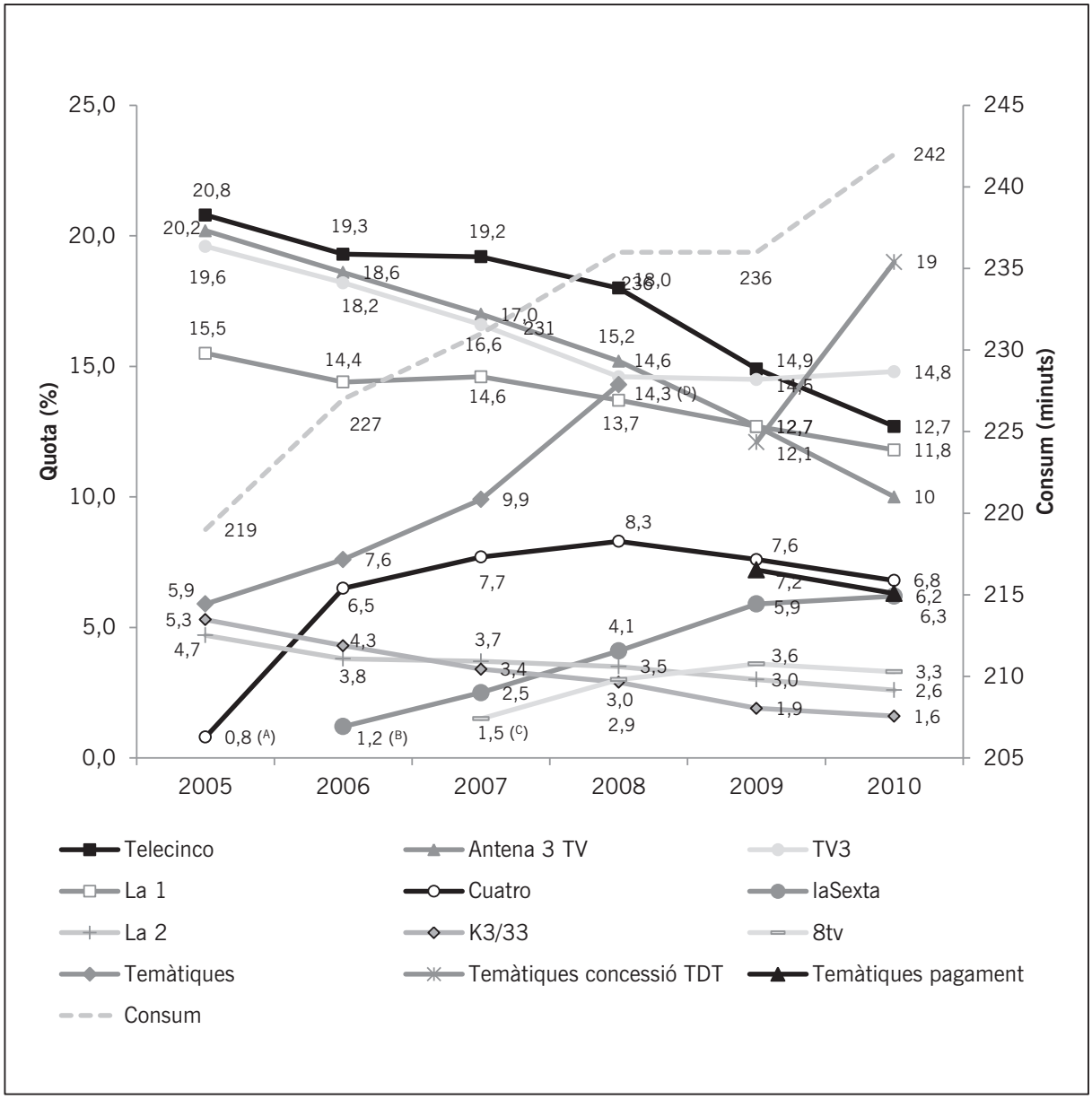
Cadenes	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
Telecinco	**20,8**	**19,3**	**19,2**	**18,0**	**14,9**	12,7
Antena 3 TV	20,2	18,5	17,0	15,2	12,7	10,0
TV3	19,6	18,2	16,6	14,6	14,5	**14,8**
Temàtiques[A]	5,9	7,6	9,9	14,3	-	-
Temàtiques TDT	-	-	-	-	12,1	19,0
Temàtiques pagament	-	-	-	-	7,2	6,3
La 1	15,5	14,4	14,6	13,7	12,7	11,8
Cuatro[B]	0,8	6,5	7,7	8,3	7,6	6,8
laSexta[C]	-	1,2	2,5	4,1	5,9	6,2
La 2	4,8	3,8	3,7	3,5	3,0	2,6
8tv[D]	-	-	1,5	3,0	3,6	3,3
K3/33	5,3	4,3	3,4	2,9	1,9	1,6
Locals	4,8	5,4	3,3	1,9	1,1	0,4

[A] A partir del 2009 les cadenes temàtiques es desdoblen en dos grups: les temàtiques amb concessió de TDT i les temàtiques de pagament.
[B] Cuatro apareix el novembre de 2005, any en què TNS va obtenir la xifra dividint les quotes de novembre i desembre entre els dotze mesos de l'any. Atenent a la quota dels dos mesos d'emissió, el resultat és de 4,6%.
[C] laSexta apareix el març de 2006.
[D] A partir de juny de 2007, 8tv deixa d'englobar-se dins de les televisions locals.

Font: Elaboració pròpia a partir de TNSofres/Kantar Media.

En els darrers anys, el mercat televisiu ha estat força dinàmic: el naixement de les cadenes Cuatro i laSexta, la digitalització, l'augment de canals temàtics amb concessió TDT i de pagament. Tot plegat ha comportat més repartiment de l'audiència televisiva i pràcticament totes les cadenes han disminuït la quota de pantalla (vegeu gràfic 3).

Gràfic 3. Evolució de la quota pantalla per cadena i consum televisiu. Catalunya. Període 2005-2010



[A] Cuatro va aparèixer el novembre de 2005 i TNS en va obtenir la xifra dividint les quotes de novembre i desembre entre els dotze mesos de l'any. Atenent a la quota dels dos mesos d'emissió, el resultat és de 4,6%.

[B] TNS va obtenir aquesta xifra tenint en compte tots els mesos de l'any, per bé que laSexta va aparèixer el març de 2006. Si es calcula la quota de pantalla des que se'n mesura l'audiència (de juny a desembre), el resultat és de 2,0%.

[C] TNS va obtenir aquesta xifra considerant tots els mesos de l'any, tot i que mesura l'audiència de 8tv per separat des de juny de 2007. El resultat de 8tv per a 2007 de juny a desembre és de 2,6%.

[D] A partir de 2009, TNS mesura l'audiència de les cadenes temàtiques distingint entre: Temàtiques amb concessió TDT i Temàtiques de pagament.

Font: TNS, actualment Kantar Media.

Pel que fa a l'historial per mesos de les quotes de pantalla de cada cadena a Catalunya i a partir de les dades de Kantar Media, el lideratge de 2010 és per a TV3, que només es veu superada per Telecinco els mesos d'estiu (juliol i agost). TV3 obté el percentatge més elevat el novembre (17,1%) i Telecinco comença l'any amb més força amb una quota del 14,0% el gener. Les segueixen La 1 i Antena 3 TV amb una quota força estable tot l'any. Cuatro i laSexta es troben frec a frec, però a l'estiu la primera es desmarca i augmenta els percentatges. L'agrupació *temàtiques amb concessió TDT* manté un tant per cent d'audiència important tot l'any, que creix clarament els mesos d'agost i desembre. Les locals conserven una audiència fidel tots els mesos, amb molt poques variacions (vegeu la taula 16).

Taula 16. Historial per mesos de les quotes d'audiència a Catalunya. Any 2010 (en %)

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
TV3	15,4	15,8	16,3	14,7	15,7	13,7	12,1	11,4	14,0	15,2	17,1	15,4
Telecinco	14,0	13,6	12,4	12,2	12,6	13,3	13,6	12,4	12,3	12,8	12,0	11,7
La 1	13,3	12,9	11,8	11,5	11,5	11,3	11,8	12,1	12,1	11,3	10,9	11,4
Antena 3 TV	10,9	10,8	9,9	10,0	10,1	10,3	9,8	9,8	9,5	10,0	9,6	9,6
Cuatro	6,8	6,2	6,6	6,9	6,5	8,3	7,3	7,3	7,5	6,7	6,1	5,9
laSexta	5,6	6,0	6,6	7,0	7,3	6,5	5,6	5,9	6,5	5,9	6,1	5,7
8tv	3,4	3,4	3,3	3,5	3,5	3,3	3,1	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1
La 2	2,9	3,0	2,8	2,7	2,8	2,7	2,9	3,1	2,6	2,0	1,9	1,9
33	1,1	1,0	1,9	1,5	1,6	1,6	1,5	1,9	1,6	1,7	1,9	1,9
Temàtiques concessióTDT	14,2	14,7	16,0	17,3	17,5	19,2	21,7	22,3	20,8	21,2	21,5	23,0
Temàtiques pagament	6,5	6,6	6,4	6,9	6,2	5,8	6,6	6,5	6,4	6,0	5,9	6,2
Locals	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
Altres	4,2	4,4	4,6	5,0	4,0	3,2	3,1	3,3	2,8	3,1	3,1	3,4

Font: Kantar Media.

En el rànquing setmanal, TV3 també manté el lideratge del *share*. Atenent a la quota de pantalla per dies de la setmana i a partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, TV3 obté el percentatge més elevat tots els dies i, de forma més destacada, el dimecres. La segueix Telecinco, excepte dimarts, que ho fa La 1.

Taula 17. Quota de pantalla de les principals televisions a Catalunya per dies de la setmana. Any 2010 (en %)

Cadenes	dilluns	dimarts	dimecres	dijous	divendres	dissabte	diumenge
TV3	17,8	16,5	19,6	16,3	17,6	16,4	17,4
Telecinco	15,2	13,4	15,0	15,4	14,0	12,6	12,8
La 1	11,7	15,5	12,3	13,9	12,3	10,8	12,4
Antena 3 TV	13,2	12,7	12,3	12,4	11,4	12,3	12,1
laSexta	5,7	6,5	6,3	5,6	6,4	7,7	7,4
Cuatro	7,0	7,0	5,6	6,1	7,0	5,5	6,4
8tv	3,2	2,9	3,0	2,9	3,3	3,3	3,1
33	1,6	1,7	1,9	1,9	1,9	1,9	2,0
La 2	1,9	1,8	1,8	1,8	1,6	1,8	1,6
Antena.Neox	2,0	1,6	1,7	2,1	1,8	1,7	1,6
3/24	1,6	1,4	1,6	1,9	1,9	1,8	1,6
Clan TVE	1,5	1,7	1,7	1,6	1,8	2,1	1,9
Antena Nova	1,8	1,8	2,2	1,8	1,6	1,1	0,9
Disney Channel	1,5	1,2	1,0	1,2	1,6	1,9	1,5
Teledeporte	0,9	0,9	0,8	0,9	1,3	1,6	1,5
FDF	1,0	1,0	1,0	1,2	1,0	0,9	0,8
La Siete	1,0	1,0	1,0	0,8	0,6	0,8	1,0
Barça TV	0,6	0,7	0,6	0,6	0,8	1,0	1,0
Canal 24 Horas	0,6	0,8	0,7	0,9	1,0	1,1	0,8
Intereconomía	0,5	0,5	0,7	0,8	0,5	0,5	0,5
Canal Super 3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5
Veo7	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,2	0,4
RAC105	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4
Barcelona TV	0,1	0,3	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2
Teletaxi TV	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1
Lleida Televisió	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
25 TV	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre 2010.

Segons el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, TV3 és la primera opció a totes les demarcacions de Catalunya i, amb una proporció més alta, a Lleida (22,2%) i a Girona (21,2%). Telecinco és manté en segona posició a Barcelona, Lleida i, amb la mateixa quota que La 1, a Girona; a Tarragona, La 1 i Antena 3 TV són la segona opció amb un percentatge idèntic (13,7%).

Taula 18. Quota de pantalla de les cadenes de televisió per demarcacions. Catalunya. Any 2010 (en %)

	Catalunya	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
TV3	17,4	16,6	21,2	22,2	16,4
Telecinco	14,1	14,7	12,4	12,0	12,5
La 1	12,7	12,8	12,4	10,8	13,7
Antena 3 TV	12,4	12,4	10,9	11,8	13,7
laSexta	6,5	6,8	5,8	5,9	5,6
Cuatro	6,4	6,5	6,2	5,4	6,2
8tv	3,1	3,0	3,5	3,3	3,4
33	1,8	1,9	2,3	1,4	1,3
La 2	1,8	1,9	1,3	1,4	1,6
Antena Neox	1,8	1,7	2,0	1,8	1,9
Canal 3/24	1,7	1,6	1,9	2,4	1,3
Clan TVE	1,7	1,8	1,7	1,4	1,9
Antena Nova	1,6	1,6	1,5	2,0	1,7
Disney Channel	1,4	1,5	1,5	1,3	1,2
Teledeporte	1,1	1,1	1,0	1,2	1,1
FDF	1,0	1,0	1,2	1,0	0,8
La Siete	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
Barça TV	0,8	0,8	0,8	0,7	0,6
Canal 24 Horas	0,8	0,9	0,6	0,8	0,8
Intereconomía	0,6	0,5	0,4	0,5	0,9
Canal Super3	0,5	0,5	0,7	0,5	0,5
Veo7	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5
RAC105	0,4	0,4	0,6	0,6	0,4

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre 2010.

Tot i que hi ha més cadenes, la televisió local continua present en el consum televisiu, d'acord amb l'estudi *La comunicació a Catalunya. Resum 2010* elaborat pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura en col·laboració amb l'InCom-UAB.[398] Segons aquest estudi, un 5,1% de la població consumeix televisió de proximitat. La televisió local a Catalunya ha experimentat un creixement del 8,7% respecte del 2009. Barcelona TV és, el 2010, la cadena local amb una quota de pantalla més alta, tot i que perd 1,6 punts respecte del 2009. En segona posició continua Teletaxi TV amb un augment de 0,4 punts respecte del 2009. Lleida Televisió amb un 6,5 i 25tv amb un 5,8 es mantenen en tercer i quart llocs, amb percentatges molt similars a l'any anterior. La que fa un salt més important és Canal Català Barcelona, que passa de l'onzè lloc de la llista amb 2,0% el 2009 al cinquè lloc el 2010 amb un 3,5 (vegeu la taula 19).

[398] BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ I LA CULTURA – INCOM-UAB [En línia]. *La comunicació a Catalunya. Resum 2010*. Barcelona: Fundacc, 31 de gener de 2011 (Gràfic 22.) <http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/la_comunicacio_a_catalunya_resum_2010.pdf>. [Consulta: octubre de 2011]

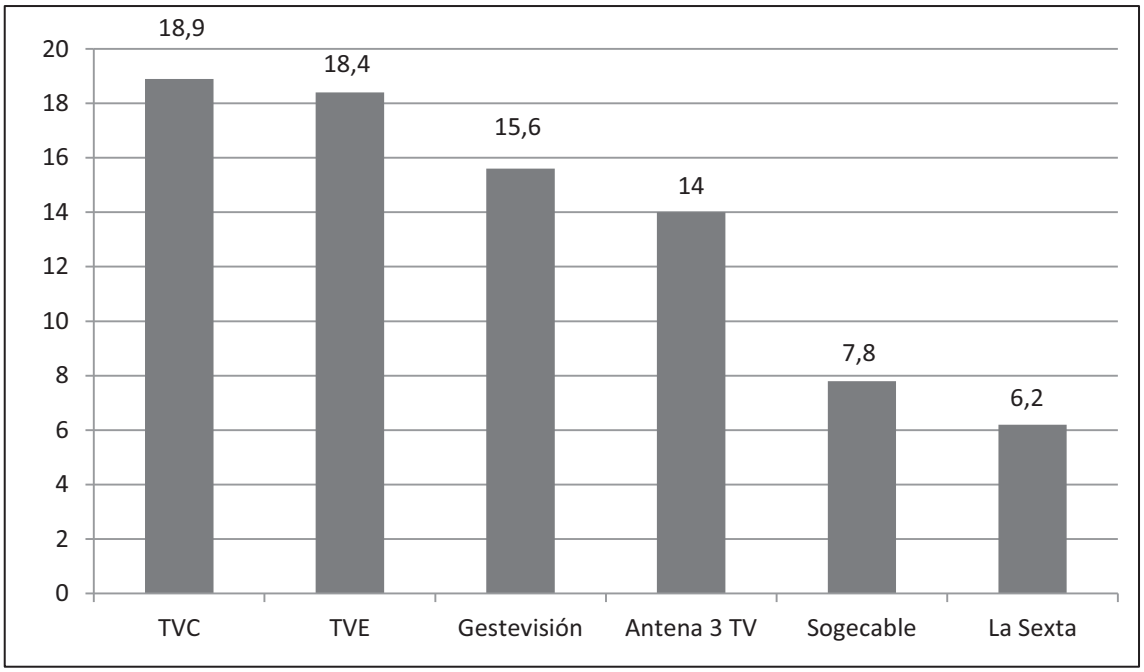
Taula 19. Quota de pantalla de les televisions locals i comarcals sobre la població que consumeix televisió de proximitat. Catalunya. Any 2010 (en %)

Cadenes locals/comarcals	**100,0**
Barcelona TV	22,9
Teletaxi TV	7,5
Lleida Televisió	6,5
25TV	5,8
Canal Català Barcelona	3,5
Canal Taronja	2,9
Televisió de Girona	2,9
TVB Badalona	2,9
Mola TV	2,5
TVM Televisió de Manresa	2,4
Olot TV	1,8
Canal Blau Maricel	1,8
Canal Terrassa Vallès	1,8
Pirineus TV	1,8
TV Ripollès	1,7
Televisió de L'Hospitalet	1,7
Canal Català Vallès	1,7
Canal Català La Selva	1,7
VOTV	1,6
m1tv	1,5
El 9 TV	1,5
TAC 12	1,3
Canal Català Tarragona	1,2
Penedès TV	1,2
Canal Català Girona-Pla	1,2
TDCamp Cambrils	1,0
Canal Reus TV	0,9
4 TV (4Mediterrània)	0,9
Canal Català La Manyana	0,9
Empordà TV	0,8
Canal Català Osona	0,7
TV Sant Cugat – Vallès 1	0,7

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Gener-desembre 2010.

En termes de quota mitjana anual de les cadenes per grups empresarials de comunicació, els grups públics català i espanyol es troben en primer lloc i a poca distància. D'acord amb les dades de TVC, a escala nacional, el grup de comunicació de TVC, que aplega TV3, 33, 3/24, Super3/3XL i TV3CAT, lidera la quota de mitjana anual dels grups de comunicació, a cinc dècimes de distància del grup de RTVE.

Gràfic 4. Quota mitjana anual per grups empresarials de comunicació (en %) Catalunya. Any 2010

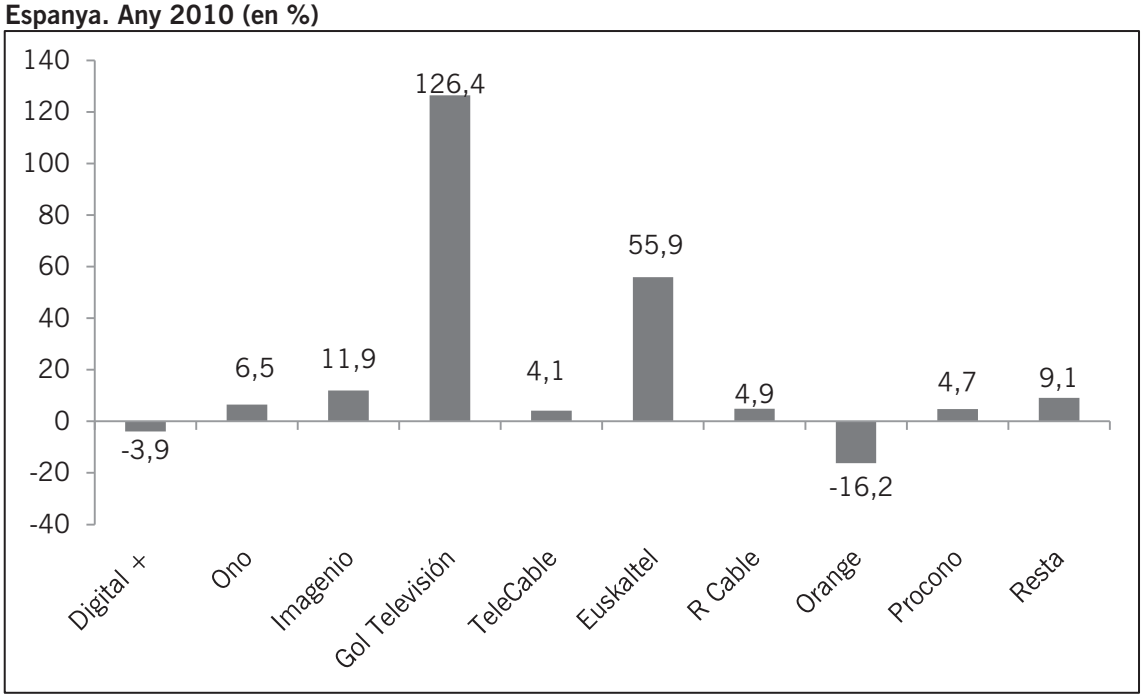


Font: TVC.

Pel que fa a la televisió de pagament, segons les dades de la Comisión del Mercado de las Telecomunicacions (CMT), el 2010[399] se n'ha incrementat el nombre d'abonats a l'Estat espanyol: 4.563.185 persones estan abonades a algun servei de televisió, 324.853 més que l'any 2009, tot i l'ampliació de l'oferta gratuïta de canals. Si s'hi sumen els serveis de televisió en el mòbil, la xifra total de persones abonades a la televisió de pagament l'any 2010, supera els 5 milions de persones (5.060.041). Segons la CMT, l'única oferta de televisió de pagament que ha disminuït en nombre d'abonats ha estat la del satèl·lit, que ha passat d'1.845.805 clients el 2009 a 1.773.366 el 2010. Les altres opcions de pagament han incrementat els subscriptors: el cable, d'1.441.696 el 2009 a 1.586.573 el 2010; la TV per ADSL, de 797.680 a 855.584; i la televisió de TDT de pagament ha doblat el nombre d'abonats el 2010 i ha passat de 153.151 a 347.662. Dins d'aquest àmbit s'ofereix el canal Gol Televisión, que és el que ha experimentat un creixement més important. També han augmentat els abonats a la televisió per mòbil: de 346.528 el 2009 a 496.856 el 2010 (+ 150.328).

[399] COMISIÓN DEL MERCADO DE TELECOMUNICACIONES. [En línia]: *Informe anual 2010*. Barcelona: CMT, juny de 2011 (pàg. 172, 176 i 180).
<http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf>
[Consulta: novembre de 2011]

Gràfic 5. Variació interanual de nombre d'abonats a la televisió de pagament per operador[A]. Espanya. Any 2010 (en %)

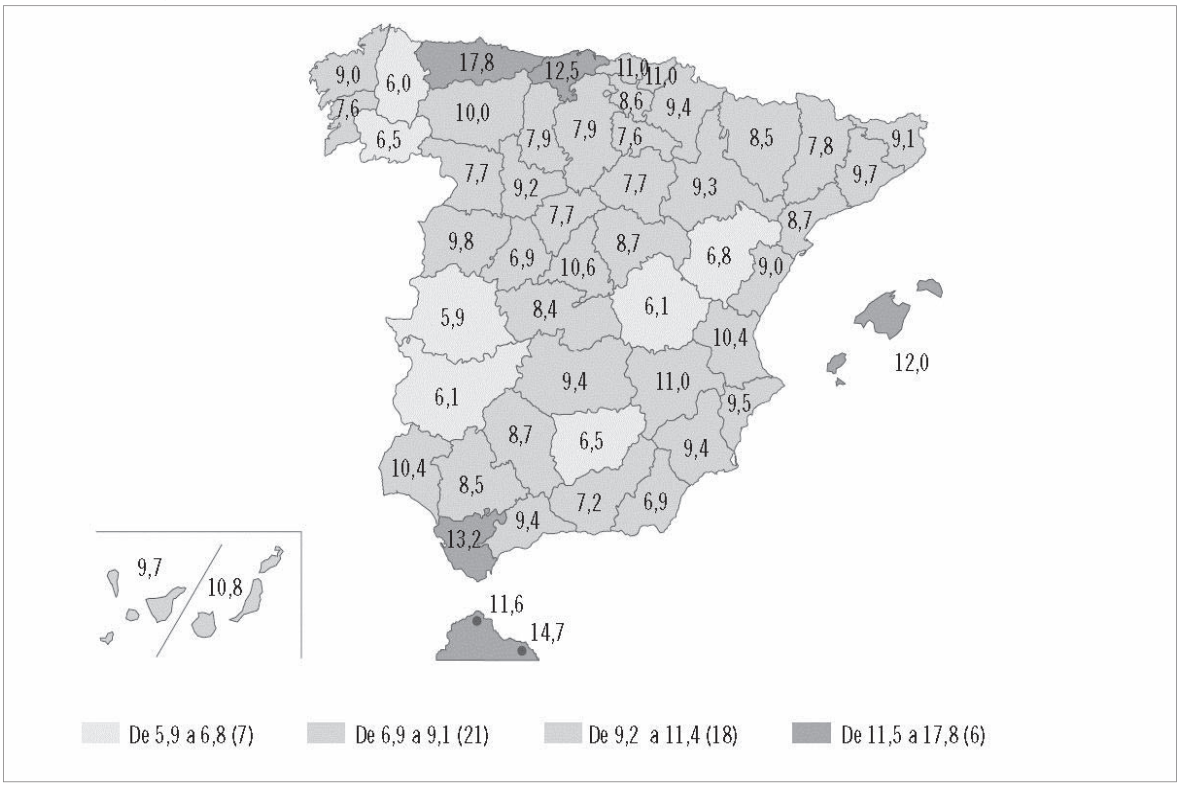


[A] No inclou televisió per mòbil.

Font: CMT. *Informe anual 2010* (pàg. 176).

La CMT quantifica la penetració de la televisió de pagament a l'Estat espanyol el 2010 en 9,7 persones abonades per cada 100 habitants (8,9 l'any 2009). A Catalunya, les dades no s'allunyen gaire de la mitjana espanyola. A la circumscripció de Barcelona hi ha 9,7 abonats per cada 100 habitants; a Girona, 9,1; a Tarragona, 8,7; i a Lleida, amb el percentatge més baix, 7,8.

Mapa 1. Penetració de la televisió de pagament a l'Estat espanyol per províncies (abonats/100 habitants). Any 2010 (en %)



Font: CMT. *Informe anual 2010* (pàg. 180).

El 2010, en un any de campionat mundial de futbol, els programes més vistos són les retransmissions dels partits més importants i els moments més emocionants com la pròrroga de la final Holanda-Espanya a Sud-àfrica. A aquest esdeveniment mundial cal sumar-hi el fet que el FC Barcelona va guanyar la Lliga espanyola, la Supercopa d'Espanya i el Trofeu Gamper. Entre els 50 programes més vistos a Catalunya l'any 2010, 30 estan relacionats amb el món de l'esport (futbol, Fórmula 1, bàsquet...) (vegeu la taula 20). Els primers programes del rànquing no relacionats amb esport es troben en els llocs 10, on apareix el telenotícies vespre de TV3; l'11, amb les votacions per al concurs d'Eurovisión, retransmeses per La 1, i el 19, amb *Polònia*.

TV3 és la cadena amb més programes entre els 50 més vistos l'any 2010: 28. A més dels èxits habituals en futbol (Lliga de campions, Lliga espanyola, Copa del Rei) i Fórmula 1, TV3 col·loca en aquest rànquing programes informatius, com els telenotícies del 8 de març coincidint amb la nevada que va col·lapsar bona part del país; l'entrevista a Artur Mas el 30 de novembre, dos dies després de la

celebració de les eleccions al Parlament de Catalunya; al president del Govern espanyol el 22 de març; i el *Sense ficció* "Adéu, Espanya?" de M. Dolors Genovès.

Telecinco, amb els drets de retransmissió dels partits del mundial de futbol en què jugava la selecció espanyola, és la segona cadena amb més programes en el rànquing dels més vistos, concretament 11, 8 dels quals relacionats amb l'esport. Aquesta cadena també compta amb sèries de producció nord-americana d'èxit, com és el cas de *CSI*.

En el tercer lloc, amb vuit programes, es troba La 1 amb l'oferta futbolística de la Lliga espanyola i la Copa del Rei, i amb productes clàssics com ara l'*Eurovisión* o *Las campanadas de fin de año.*

Taula 20. Rànquing anual de programes més vistos a Catalunya. Any 2010

Ordre	Títol	Cadena	Data	Aud. mitjana	Quota
1	Sud-àfrica 10:pròrroga Holanda-Espanya final	Telecinco	11/07/10	34,2	72,8
2	Futbol.Lliga de Campions Barça-Inter	TV3	28/04/10	13,9	33,5
3	Sud-àfrica 10: Holanda-Espanya final	Telecinco	11/07/10	22,3	59,7
4	*España gana en Telecinco*	Telecinco	11/07/10	27,8	60,1
5	Futbol Lliga de Campions Inter-Barça	La 1	20/04/10	13,0	30,7
6	Futbol Copa del Rei	TV3	13/01/10	16,7	37,3
7	Futbol Lliga Espanyola R.Madrid-Barcelona	TV3	10/04/10	6,6	16,8
8	*Crackòvia*	TV3	17/05/10	14,3	30,1
9	Futbol Copa del Rei At. Madrid-Sevilla	La1	19/05/10	17,5	38,6
10	*Telenotícies vespre*	TV3	08/03/10	8,5	22,5
11	*Eurovisión: votaciones*	La1	29/05/10	17,2	50,8
12	Sud-àfrica 10: post Holanda-Espanya final	Telecinco	11/07/10	13,1	32,9
13	Fórmula 1: G.P.d'Abu Dhabi	TV3	14/11/10	8,5	32,3
14	Previ futbol: Lliga espanyola	TV3	10/04/10	7,9	21,6
15	Futbol: classificació Eurocopa	Telecinco	12/10/10	12,2	30,1
16	Pròrroga futbol: Europa League At. Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10	10,2	23,6
17	Sud-àfrica 10: futbol Argentina-México 1/8	Cuatro	27/06/10	8,8	25,5
18	Futbol amistós França-Espanya	La1	03/03/10	10,5	30,2
19	*Polònia*	TV3	04/02/10	9,4	22,2
20	Post Fórmula 1: G.P. d'Abu Dhabi	TV3	14/11/10	14,6	38,6
21	Futbol: Supercopa Barcelona-Sevilla	La1	21/08/10	12,4	46,4
22	*Festival Eurovisión*	La1	29/05/10	14,3	41,1
23	Post bàsquet: Eurolliga Barcelona-Olympiacos	TV3	09/05/10	14,0	28,3
24	*España gana en Telecinco: Campeones*	Telecinco	11/07/10	7,6	35,4
25	*APM?*	TV3	02/02/10	7,4	17,7
26	Eleccions Parlament de Catalunya: entrevista Artur Mas	TV3	30/11/10	13,2	29,7
27	*El convidat:* Montserrat Carulla	TV3	15/11/10	10,3	24,0
28	*Telenotícies migdia*	TV3	08/03/10	8,7	30,3
29	Bàsquet: Eurolliga Barcelona - Olympiacos	TV3	09/05/10	7,2	23,0
30	Telenotícies Cap de Setmana Vespre	TV3	07/03/10	7,4	20,6
31	*Esport Club*	TV3	04/05/10	3,5	12,0
32	*Hat Trick: Campions*	TV3	16/05/10	12,0	27,5
33	Futbol: Europa League At. Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10	5,2	13,1
34	*No me la puc treure del cap*	TV3	18/11/10	9,7	20,9
35	*Disculpin les molèsties*	TV3	27/05/10	9,2	21,1
36	*Més dinamita*	TV3	20/01/10	7,3	16,5
37	Futbol:Lliga espanyola R.Madrid-Barcelona	laSexta	10/04/10	4,0	10,3
38	*CSI*	Telecinco	01/03/10	4,6	19,1
39	Post futbol: Europa League At. Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10	11,4	28,3
40	*Piromusical*	TV3	26/09/10	11,2	23,9
41	*Campanadas de Fin de año*	La1	31/12/10	11,2	28,5
42	Post futbol:Copa del Rei At.Madrid-Sevilla	La1	19/05/10	11,1	28,3
43	*Zona Zàping*	TV3	08/01/10	7,8	20,1
44	*Telenotícies Cap de setmana migdia*	TV3	28/11/10	6.8	23,4
45	Futbol: Copa Catalunya Barcelona-Espanyol	TV3	01/12/10	7,2	17,0
46	*Caçadors de bolets*	TV3	27/10/10	9,2	19,6
47	Previ futbol: Lliga de Campions	La1	23/02/10	6,6	22,2
48	*CSI Miami*	Telecinco	04/01/10	5,7	16,2
49	*Sense ficció* "Adéu, Espanya?"	TV3	03/06/10	1,7	8,0
50	Entrevista al president del Govern espanyol	TV3	22/03/10	10,5	22,5

Font: Kantar Media 2010.

Taula 21. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Gener

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Futbol Copa del Rei Sevilla-Barcelona	TV3	13/01/10
2	*Crackòvia*	TV3	18/01/10
3	Futbol Lliga espanyola Barcelona-Sevilla	TV3	10/01/10
4	*APM?*	TV3	19/01/10
5	*Telenotícies vespre*	TV3	11/01/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 22. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Febrer

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Futbol Lliga de Campions	La1	23/02/10
2	*Crackòvia*	TV3	8/02/10
3	Futbol Lliga espanyola Barcelona-Màlaga	TV3	23/02/10
4	*Polònia*	TV3	4/02/10
5	*Telenotícies vespre*	TV3	15/02/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 23. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Març

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Futbol Lliga de Campions	TV3	17/03/10
2	*Telenotícies vespre*	TV3	8/03/10
3	*Crackòvia*	TV3	8/03/10
4	Futbol amistós França-Espanya	La1	3/03/10
5	*Telenotícies migdia*	TV3	8/03/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 24. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Abril

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Futbol Lliga Campions Barcelona-Inter	TV3	28/04/10
2	Futbol Lliga de Campions Inter-Barcelona	La1	20/04/10
3	Futbol Lliga espanyola Madrid-Barcelona	TV3	10/04/10
4	*Crackòvia*	TV3	19/04/10
5	Previ Futbol Lliga espanyola R.Madrid-Barcelona	TV3	10/04/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 25. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Maig

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	*Crackòvia*	TV3	17/05/10
2	Futbol Copa del Rei At.Madrid-Sevilla	La1	19/05/10
3	*Eurovisión: votaciones*	La 1	29/05/10
4	Pròrroga Futbol europeu At.Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10
5	*Festival Eurovisión*	La1	29/05/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 26. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Juny

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Sud-àfrica 10: Futbol Espanya-Portugal 1/8	Telecinco	29/06/10
2	Sud-àfrica 10: Futbol Argentina-Mexico 1/8	Telecinco	27/06/10
3	*Crackòvia*	TV3	7/06/10
4	*Sud-àfrica 10: Futbol post Espanya-Portugal 1/8*	Telecinco	29/06/10
5	Futbol amistós Espanya-Polònia	La1	8/06/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 27. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Juliol

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Sud-àfrica 10: Futbol pròrroga Holanda-Espanya	Telecinco	11/07/10
2	Sud-àfrica 10: Futbol Holanda-Espanya final	Telecinco	11/07/10
3	*España gana en Telecinco*	Telecinco	11/07/10
4	Sud-àfrica 10 Futbol post Holanda-Espanya	Telecinco	11/07/10
5	*España gana en Telecinco: campeones*	Telecinco	11/07/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 28. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Agost

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Futbol Supercopa Barcelona-Sevilla	La1	21/08/10
2	Futbol Trofeu Joan Gamper	TV3	25/08/10
3	Fórmula 1 G.P. d'Hongria	TV3	1/08/10
4	*Telenotícies vespre*	TV3	30/08/10
5	*Telenotícies migdia*	TV3	31/08/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 29. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Setembre

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Lliga Campions Barcelona-Panathinaikos	La1	14/09/10
2	*Crackòvia*	TV3	20/09/10
3	Futbol amistós Argentina-Espanya	La1	7/09/10
4	Futbol Lliga espanyola Ath.Bilbao-Barcelona	TV3	25/09/10
5	*El convidat: Andreu Buenafuente*	TV3	20/09/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 30. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Octubre

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Lliga de Campions Barcelona-Copenhaguen	TV3	20/10/10
2	Futbol classificació Escòcia-Espanya	Telecinco	12/10/10
3	*Crackòvia*	TV3	18/10/10
4	Lliga de Campions R.Madrid-Milà	La1	19/10/10
5	Futbol Lliga espanyola Barcelona-Sevilla	TV3	30/10/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 31. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Novembre

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Lliga de Campions Panathinaikos-Barcelona	TV3	24/11/10
2	Fórmula 1 G.P. d'Abu Dhabi	TV3	14/11/10
3	*Crackòvia*	TV3	15/11/10
4	Futbol Lliga espanyola Barcelona-Villarreal	TV3	13/11/10
5	Post Fórmula 1 G.P. d'Abu Dhabi	TV3	14/11/10

Font: Kantar Media 2010.

Taula 32. Rànquing mensual dels programes més vistos a Catalunya (els 5 primers de cada mes). Any 2010. Desembre

Ordre	Títol	Cadena	Data
1	Lliga de Campions Barcelona-Rubin Kazan	La1	7/12/10
2	Futbol Copa del Rei Barcelona-Athletic de Bilbao	TV3	21/12/10
3	*Crackòvia*	TV3	13/12/10
4	*Polònia*	TV3	2/12/10
5	*APM?*	TV3	14/12/10

Font: Kantar Media 2010.

El 2010, a més de ser un any amb grans esdeveniments esportius que han copat els primers llocs del rànquing, s'han produït fets noticiables de primer ordre com la nevada que va col·lapsar bona part de Catalunya el 8 de març (els TN migdia i vespre estaven entre els programes més vistos aquell dia) (vegeu la taula 23). L'anàlisi dels rànquings dels programes més vistos (vegeu les taules 20-32) mostra que l'audiència opta, preferentment, per l'oferta esportiva, independentment de la cadena que l'emeti; el 2010 va ser, principalment, Telecinco. A l'hora d'informar-se, tria sobretot el telenotícies de TV3, canal on també es veuen programes de nous formats, com ara *Crackòvia*, *APM*?, *Polònia*, *El convidat* o *No me la puc treure del cap*. Pel que fa al cinema, en canvi, segons el rànquing d'audiència de les emissions cinematogràfiques, a Catalunya les persones teleespectadores escullen preferentment La 1: de les 10 pel·lícules més vistes de l'any 2010, nou van ser programades per la televisió pública espanyola (vegeu la taula 33).

Taula 33. Rànquing anual d'emissions cinematogràfiques. Catalunya. Any 2010

Ordre	Títol	Cadena	Data	Quota
1	*Película de la semana: La búsqueda*	La 1	10/01/10	23,9
2	*Película de la semana: Déjà vu*	La 1	14/03/10	24,2
3	*Cine: Un canguro super duro*	La 1	06/01/10	22,7
4	*Película de la semana: Piratas del Caribe en el fin del mundo*	La 1	03/01/10	26,2
5	*Película de la semana: El código Da Vinci*	La 1	13/06/10	23,3
6	*Cine 2: Una chica de Jersey*	La 1	01/01/10	28,4
7	*Película de la semana: Hollywood Departamento de Homicidios*	La 1	17/01/10	21,3
8	*El Peliculón: El niño con el pijama de rayas*	Antena 3	02/10/10	23,4
9	*Cine: ¿Bailamos?*	La 1	01/01/10	28,6
10	*Película de la semana: Mamma Mia!*	La 1	26/12/10	20,8

Font: Kantar Media 2010.

A l'Estat espanyol els programes més vistos són, també, els esportius. 33 dels 50 programes del rànquing de 2010 estan relacionats amb el futbol o amb la Fórmula 1 (vegeu la taula 34). Les sèries de producció espanyola també van tenir bona acollida: *Águila Roja, La Señora* i *Cuéntame como pasó* a TVE; *Hispania, la leyenda* a Antena 3 TV; i *Felipe y Letizia, deber y querer* a Telecinco, amb la qual es va començar a produir un subgènere dedicat a la dramatització de la vida de personatges famosos.

Taula 34. Rànquing anual de programes més vistos a Espanya. Any 2010

Ordre	Títol	Cadena	Data	Aud. mitjana	Quota
1	Sud-àfrica 10: pròrroga Holanda-Espanya final	Telecinco	11/07/10	33,2	80,3
2	Sud-àfrica 10: Alemanya-Espanya	Telecinco	07/07/10	24,4	66,2
3	*España gana en Telecinco*	Telecinco	11/07/10	28,4	70,4
4	Futbol Lliga de Campions Inter-Barcelona	La1	20/04/10	12,1	31,5
5	Pròrroga futbol: Europa League At. Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10	14,3	31,6
6	Futbol Lliga Espanyola R.Madrid-Barcelona	laSexta	10/04/10	7,0	18,4
7	Futbol Copa del Rei At. Madrid-Sevilla	La1	19/05/10	18,9	42,4
8	Futbol amistós França-Espanya	La1	03/03/10	12,5	35,2
9	Sud-àfrica 10: post Holanda-Espanya final	Telecinco	11/07/10	14,8	40,5
10	Fórmula 1: G.P.d'Abu Dhabi	laSexta	14/11/10	6,8	35,6
11	Futbol classificació Eurocopa: Escòcia-Espanya	Telecinco	12/10/10	12,5	34,8
12	Futbol: Europa League At. Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10	7,4	19,6
13	Post futbol: Europa League At. Madrid-Fulham	Telecinco	12/05/10	16,3	37,8
14	*Eurovisión: votaciones*	La1	29/05/10	16,3	48,5
15	*Campanadas de Fin de año*	La1	31/12/10	16,0	47,6
16	*Águila Roja*	La1	04/11/10	12,1	28,0
17	*España gana en Telecinco: campeones*	Telecinco	11/07/10	8,5	42,3
18	Sud-àfrica 10: Uruguai-Holanda SF	Cuatro	06/07/10	9,4	31,2
19	*2011: parte de ti*	La1	31/12/10	9,7	34,8
20	*Película de la semana: La búsqueda*	La1	10/01/10	7,8	20,0
21	Previ futbol amistós: Portugal-Espanya	La1	17/11/10	13,2	29,2
22	*Festival Eurovisión*	La1	29/05/10	13,1	41,9
23	*Telediario Fin de Semana*	La1	10/01/10	6,2	18,2
24	*2011: ¿Estamos contentos?*	La1	31/12/10	12,7	43,2
25	Futbol Eurocopa: Espanya-Lituània	La1	08/10/10	12,6	30,9
26	Post Futbol Copa del Rei At.Madrid-Sevilla	La1	19/05/10	12,5	29,9
27	Fórmula 1: GP de Singapur	laSexta	26/09/10	5,7	25,7
28	Post Fórmula1: GP de Bahrein	laSexta	14/03/10	12,1	37,9
29	*La Señora*	La1	18/01/10	10,8	23,3
30	*Cuéntame como pasó*	La1	11/11/10	10,4	24,2
31	Fórmula 1: GP de Brasil	laSexta	07/11/10	4,4	17,1
32	*Hispania, la leyenda*	Antena 3 TV	27/10/10	10,1	23,5
33	Fórmula 1: GP de Mónaco	laSexta	16/05/10	4,7	28,2
34	*Los Pilares de la Tierra*	Cuatro	14/09/10	9,5	24,2
35	Fórmula1: GP d' Espanya	laSexta	09/05/10	4,9	27,9
36	*Felipe y Letizia, deber y querer*	Telecinco	27/10/10	10,6	22,6
37	Fórmula 1: GP d' Itàlia	laSexta	12/09/10	4,0	26,0
38	Post Fórmula 1: GP de Singapur	laSexta	26/09/10	11,3	35,2
39	Fórmula 1: GP de Bahrein	laSexta	14/03/10	4,2	30,9
40	*La hora de José Mota*	La1	15/01/10	8,3	20,7
41	*Cine: Un canguro super duro*	La1	06/01/10	2,5	13,2
42	Post Fórmula 1: GP d' Espanya	laSexta	09/05/10	10,6	31,3
43	Lliurament Premis Goya	La1	14/02/10	10,6	26,4
44	Fórmula 1: GP de Canadà	laSexta	13/06/10	5,6	20,4
45	*Comando actualidad: Aquí hay mucho tomate*	La1	20/01/10	5,7	14,7
46	*Gran Hermano*	Telecinco	27/01/10	6,9	20,7
47	Fórmula 1: GP d' Europa	laSexta	27/06/10	3,8	22,6
48	Post Fórmula1: GP d' Itàlia	laSexta	12/09/10	10,1	33,8
49	*El peliculón: Las crónicas de Narnia El Príncipe Caspian*	Antena 3 TV	07/12/10	4,7	14,0
50	Fórmula 1: GP de Turquia	laSexta	30/05/10	3,2	23,8

Font: Kantar Media 2010.

El futbol és el contingut televisiu preferit per l'audiència i no només en any de celebració d'un mundial. Repassant quins han estat els programes més vistos la primera dècada del segle XXI a l'Estat espanyol, les retransmissions dels partits de futbol lideren el rànquing la majoria d'anys, a excepció del *Festival de Eurovisión* el 2002 i el 2003 (vegeu la taula 35).

Taula 35. Rànquing dels programes de televisió més vistos cada any a Espanya. Període 2000-2010

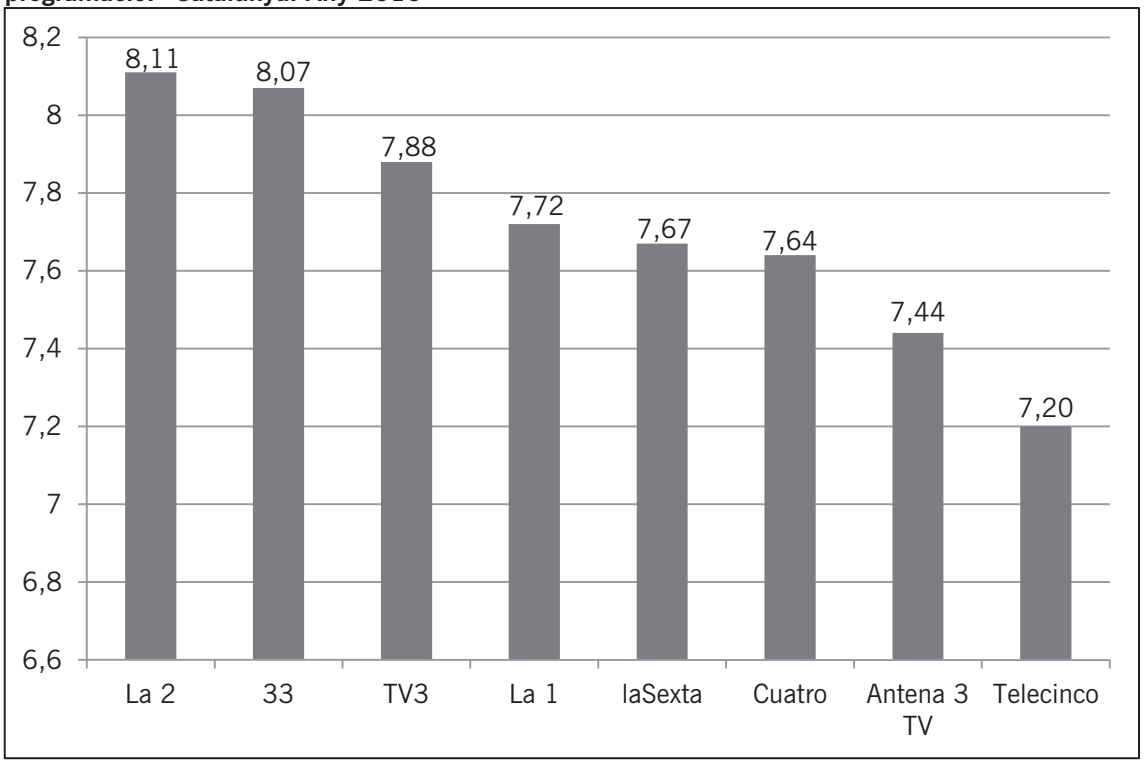
Any	Títol	Cadena	Audiència mitjana
2000	Futbol Copa Europa: R.Madrid-València	La1	29,7%
2001	Penals Copa Europa: Bayern Munic-València	La1	34,7%
2002	*Eurovisión: ha llegado el momento*	La1	36,6%
2003	*Festival de Eurovisión*	La1	22,3%
2004	Futbol Eurocopa: Espanya-Portugal prèvia	La1	25,1%
2005	Futbol: classificació mundial San Marino-Espanya	Antena 3 TV	20,6%
2006	Futbol Lliga de Campions: Barcelona-Arsenal	La1	24,8%
2007	Prórroga Futbol C. UEFA: Espanyol-Sevilla	Antena 3 TV	20,6%
2008	Futbol Eurocopa: Alemanya-Espanya final	Cuatro	34,1%
2009	Futbol. Lliga de Campions: Barcelona-Manchester United	Antena 3	25,7%
2010	Sud-àfrica 10: Prórroga Holanda-Espanya final	Telecinco	33,2%

Font: Kantar Media 2010.

Valoració qualitativa de la programació

Segons el panel de valoració qualitativa de programes que elabora l'empresa GFK per encàrrec de TV3, l'any 2010 La 2 i el 33 són les cadenes més ben valorades, amb una puntuació d'un 8,11 (sobre 10) i un 8,07 respectivament. Tot i que augmenta la valoració qualitativa d'aquestes cadenes, hi ha hagut un canvi de posició en el rànquing respecte del 2009, quan la més valorada era el K3/33 amb 7,89 punts i la segona, La 2 amb 7,83 punts. El 2010 TV3 és el canal generalista que obté millor nota amb un 7,88 (7,71 el 2009). La segueixen La 1 amb un 7,72 (7,57 el 2009); laSexta amb un 7,67 (7,75 el 2009); Cuatro amb un 7,64 (7,63 el 2009); Antena 3 TV amb un 7,44 (7,27 el 2009) i Telecinco amb un 7,20 (7,16 el 2009) (vegeu el gràfic 6).

Gràfic 6. Rànquing qualitatiu de les cadenes. Valoració en relació amb la qualitat de la programació.[A] Catalunya. Any 2010



[A] Puntuació de pitjor a millor del 0 al 10.

Font: TVC.

Per tal de valorar la qualitat de la programació, GFK planteja algunes qüestions a les persones teleespectadores que integren el panel com ara si comentarien o recomanarien algun programa, si els ha semblat entretingut i original, si consideren adient la posada en escena o els mitjans tècnics emprats, i si els temes elegits són d'interès. A més, es pregunta específicament per l'oferta informativa: si es considera creïble, imparcial i de confiança.

El 2010, un 95% del panel, està d'acord que La 2 i el 33 tenen una graella de qualitat i un 93% situa TV3 en una tercera posició en termes de qualitat. Aquestes tres cadenes també són les més esmentades a l'hora de recomanar-ne la programació. En canvi, les considerades més originals són Cuatro i laSexta. Pel que fa a l'interès dels temes tractats, el 90% troba molt o bastant interessants els temes plantejats per la televisió pública catalana.

Els informatius de TV3 són els més ben valorats en el panel: el 97% dels teleespectadors que en formen part opina que són creïbles i de confiança; i el 93% pensa que són imparcials i objectius.

A l'hora d'establir el rànquing qualitatiu de la programació, cal tenir en compte diverses variables que n'afecten la posició a la graella. Les preguntes poden anar referides a totes les cadenes que emeten a Catalunya o de forma específica a TV3 i el 33, i a programes o a emissions d'aquests programes en dies concrets. Cal considerar, també, el nombre de mencions rebudes que es troben comptabilitzades com a *respostes*: així, per exemple, un programa pot estar més ben valorat que un altre, però per un nombre més baix de persones.

Atenent el global de cadenes a Catalunya, els programes més ben valorats pel públic durant el 2010 són el de divulgació científica del 33 *Quèquicom*, el concurs lingüístic de TV3 *El gran dictat*, la sèrie d'animació d'Antena 3 *Los Simpson*, el programa *Buenafuente* a laSexta i la sèrie de ficció *Perdidos* emesa per Cuatro i *Espai Terra* de TV3, tots amb una puntuació de 9 o més (vegeu la taula 36).

Taula 36. Rànquing dels programes més ben valorats a totes les cadenes (puntuació sobre 10). Catalunya. Any 2010

Cadena	Títol	Data	Valoració
33	*Quèquicom*	05/05/2010	9,13
TV3	*El gran dictat*	18/12/2010	9,11
Antena 3 TV	*Los Simpson*	21/02/2010	9,07
laSexta	*Buenafuente*	03/03/2010	9,07
Cuatro	*Perdidos*	09/02/2010	9,06
TV3	*Espai Terra*	12/02/2010	9,00
TV3	*Adéu Espanya?*	08/06/2010	8,95
La 1	*Versión española: Elsa y Fred*	16/10/2010	8,94
La 2	*Redes 2.0*	14/11/2010	8,93
TV3	*La Marató de TV3*	19/12/2010	8,88
Telecinco	*Informativos Telecinco*	04/12/2010	8,88
TV3	*Notícies 3/24*	12/02/2010	8,88
La 1	*Informe Semanal*	20/03/2010	8,86
Cuatro	*House*	10/02/2010	8,82
laSexta	*Cines: Ghost, más allá del amor*	20/12/2010	8,88
TV3	*El gran dictat*	17/01/2010	8,80
Cuatro	*Cine Cuatro: El Pianista*	12/10/2010	8,80
La 2	*ACB: Barcelona-Real Madrid*	10/04/2010	8,78
Antena 3 TV	*Antena 3 Noticias 1*	04/12/2010	8,75
TV3	*Els matins*	29/11/2010	8,75
Telecinco	*Acusados*	22/04/2010	8,75
Telecinco	*C.S.I. Nueva York*	25/05/2010	8,75
Cuatro	*El encantador de perros*	30/10/2010	8,75
Cuatro	*El hormiguero*	16/03/2010	8,71
TV3	*30 minuts*	28/03/2010	8,69
Antena 3 TV	*Antena 3 Noticias 2*	22/07/2010	8,69
TV3	*Alguna pregunta més?*	07/12/2010	8,68
La 1	*Telediario 1*	05/12/2010	8,68
Cuatro	*Callejeros*	03/12/2010	8,67
La 1	*Concierto de Año Nuevo*	01/01/2010	8,67
La 1	*Versión española: Los Santos Inocentes*	13/03/2010	8,67
TV3	*La Lliga: Reial Madrid-Barcelona*	10/04/2010	8,67
TV3	*Final Four Eurolliga 2010*	09/05/2010	8,67
TV3	*El paisatge favorit de Catalunya*	11/08/2010	8,67
TV3	*Telenotícies migdia*	01/11/2010	8,66
Cuatro	*Anatomia de Grey*	17/08/2010	8,64
La 1	*Telediario 2*	18/03/2010	8,63
La 1	*Un país para comérselo*	04/11/2010	8,62
TV3	*Polònia*	01/04/2010	8,62
TV3	*Àgora*	24/05/2010	8,62

Font: TVC.

En relació exclusivament amb la programació de TV3, els programes concrets més ben valorats per l'audiència són, en primer lloc, el documental de *Sense ficció* "Adéu, Espanya?" dirigit per Dolors Genovès, amb un 8,95 de nota. En segona posició hi ha *La Marató de TV3,* la cita anual amb la solidaritat i la

investigació mèdica, que obté una valoració de 8,88. El 2010 va estar dedicada a les lesions medul·lars i cerebrals adquirides i va registrar una audiència mitjana de 438.000 espectadors. *Espai Terra*, conduit per Tomàs Molina, que dóna a conèixer el paisatge i el medi ambient del territori català és en tercera posició i obté una puntuació d'un 8,66. Els telenotícies -especialment els que s'ofereixen entre setmana, però també les edicions de cap de setmana i de comarques- són valorats pel nombre més important de persones, tal com es pot observar en les respostes de la taula 37. Igualment, programes com Crackòvia i Polònia obtenen la seva puntuació amb un nombre elevat de persones que en fan una valoració positiva.

Taula 37. Rànquing valoració qualitativa dels programes més ben valorats de TV3. Catalunya. Any 2010

Cadena	Títol	Valoració	Respostes[A]
TV3	*Sense ficció* "Adéu, Espanya"?	8,95	21
TV3	*La Marató de TV3*	8,88	185
TV3	*Espai Terra*	8,66	1.292
TV3	*Final Four Eurolliga 2010*	8,62	168
TV3	*L'endemà*	8,57	23
TV3	*La salut, al cistell*	8,54	56
TV3	*Tresors del món. Patrimoni de la Humanitat*	8,52	21
TV3	*Planetari*	8,49	146
TV3	*Export.cat*	8,47	32
TV3	*Notícies 3/24*	8,46	1.994
TV3	*Serrallonga*	8,46	11
TV3	*Sense ficció*	8,45	384
TV3	*La fórmula 1*	8,42	76
TV3	*Cerdà, un visionari maleït*	8,41	17
TV3	*Concurs de castells de Tarragona*	8,38	21
TV3	*30 minuts*	8,36	1.361
TV3	*Bàsquet: Eurolliga*	8,36	45
TV3	*El gran dictat*	8,36	1.571
TV3	*Entre línies*	8,33	69
TV3	*Ja el tenim! El disc de La Marató*	8,30	17
TV3	*Crackòvia*	8,29	3.975
TV3	*El paisatge favorit de Catalunya*	8,28	102
TV3	*Polònia*	8,27	3.224
TV3	*Nit de Patum*	8,26	23
TV3	*Entrevista a Artur Mas*	8,24	81
TV3	*Afers exteriors*	8,23	258
TV3	*Catalunya-Espanya*	8,23	22
TV3	*Alguna pregunta més?*	8,22	2.173
TV3	*Jaume I, memòria d'un rei*	8,22	14
TV3	*Alguna pregunta més extra*	8,21	996
TV3	*El medi ambient*	8,21	1.312
TV3	*Àgora*	8,17	555
TV3	*La Lliga més llarga*	8,13	15

TV3	*El convidat*	8,12	918
TV3	*Candidat Mas, President Mas: compte enrere*	8,08	40
TV3	*Telenotícies vespre*	8,05	13.462
TV3	*Telenotícies Cap de Setmana Vespre*	8,03	4.150
TV3	*Els matins*	8,02	2.876
TV3	*Telenotícies Cap de Setmana Migdia*	8,02	3.548
TV3	*Documental*	8,00	16
TV3	*Bricolatge emocional*	7,99	241
TV3	*Concurs gossos d'atura*	7,95	18
TV3	*Hat-Trick Barça*	7,95	100
TV3	*Fringe*	7,94	268
TV3	*Les germanes McLeod*	7,94	445
TV3	*Sota terra*	7,94	332
TV3	*Danys i perjudicis*	7,93	312
TV3	*Banda ampla*	7,90	740
TV3	*Eleccions al Parlament de Catalunya*	7,89	224
TV3	*Automobilisme: GP2 Series*	7,88	16
TV3	*Casal Rock*	7,88	238
TV3	*El vestidor*	7,88	383
TV3	*Jordi Pujol, 80 anys*	7,88	49
TV3	*Telenotícies migdia*	7,88	8.445
TV3	*Entrevista al cap de l'oposició*	7,87	74
TV3	*La setmana de TV3*	7,86	28
TV3	*Zona Zàping*	7,86	1.339
TV3	*Telenotícies comarques*	7,83	2.023
TV3	*Mundial de Fórmula 1*	7,82	1.437
TV3	*Tot un món*	7,82	62
TV3	*Havaneres a Calella de Palafrugell*	7,80	20
TV3	*Territoris col·leccions*	7,79	71
TV3	*Disculpin les molèsties*	7,76	559
TV3	*Esportclub*	7,76	1.000
TV3	*Piromusical de la Mercè*	7,74	69
TV3	*Benet XVI a la Sagrada Família*	7,72	70
TV3	*Campionat d'Europa d'Atletisme 2010*	7,71	109
TV3	*Zona Champions*	7,71	219
TV3	*Caçadors de bolets*	7,70	192

[A] En el rànquing no apareixen els programes que no han arribat a un mínim de 10 respostes.

Font: TVC.

Entre els programes més valorats del 33, hi ha espais dedicats a la fauna, a la cultura, a l'animació infantil i a la divulgació científica, a més dels que informen o retransmeten esdeveniments esportius i musicals. *Planeta Terra*, programa dedicat al món natural més exòtic i curiós, és el que acumula un nombre més gran de respostes. El segueixen, pel que fa a nombre de mencions, *Hat-Trick Barça* i *La Riera* (vegeu la taula 38).

Taula 38. Rànquing qualitatiu dels programes més ben valorats de 33. Catalunya. Any 2010

Cadena	Títol	Valoració	Respostes
33	*L'home dels lleons*	9,27	48
33	*Identitats*	9,00	17
33	*Doraemon*	8,80	20
33	*Canon Art*	8,77	13
33	*Els Podcats*	8,77	13
33	*Quèquicom*	8,76	323
33	*Thalassa*	8,66	255
33	*Bàsquet*	8,63	24
33	*Horitzons*	8,60	156
33	*60 minuts*	8,59	99
33	*Tresors del món, Patrimoni de la Humanitat*	8,57	14
33	*Segle XX*	8,56	34
33	*Planeta Terra*	8,56	859
33	*NBA.CAT*	8,51	130
33	*Singulars*	8,46	180
33	*Sputnik*	8,44	39
33	*El xai Shaun*	8,42	26
33	*Ral·li Dakar 2010*	8,42	50
33	*Curiositats del món animal*	8,40	10
33	*Material sensible*	8,39	18
33	*Bestiari il·lustrat*	8,38	47
33	*Karakia*	8,37	219
33	*Valor afegit*	8,35	167
33	*Parlament*	8,33	12
33	*Hoquei patins*	8,32	19
33	*Latituds*	8,26	23
33	*Com funcionen les coses*	8,25	40
33	*City Folk*	8,23	13
33	*Vot de silenci. La legió de Crist*	8,23	13
33	*Ànima*	8,18	77
33	*Cronos*	8,17	161
33	*El documental*	8,14	49
33	*UEFA Champions League*	8,13	15
33	*L'Ànima del 33*	8,11	45
33	*Canon Visions*	8,10	21
33	*El Liceu a la platja*	8,10	10
33	*Millenium*	8,10	70
33	*Automobilisme*	8,09	11
33	*Bàsquet: Eurolliga*	8,07	674
33	*Concert de Sant Esteve*	8,00	12
33	*La gran cursa dels espermatozoides*	8,00	12
33	*Cinema 3*	7,97	100
33	*Nit d'espectacle al 33*	7,96	25
33	*Temps de neu*	7,96	23
33	*La Riera*	7,95	698
33	*Campionat d'Europa d'atletisme 2010*	7,94	118
33	*Esportclub*	7,94	88
33	*Gat i Gos*	7,94	17
33	*Champions Magazín*	7,89	35
33	*Mundial de Fórmula 1*	7,88	135

33	*KM 0*	7,85	60
33	*L'hora del lector*	7,85	68
33	*En Leon*	7,84	25
33	*Zona Champions*	7,84	88
33	*Hat-Trick Barça*	7,81	748
33	*Quarts de nou*	7,81	26
33	*Zona Zàping*	7,81	88
33	*Clàssica*	7,80	15
33	*Filmoteca 33*	7,80	34

Font: TVC.

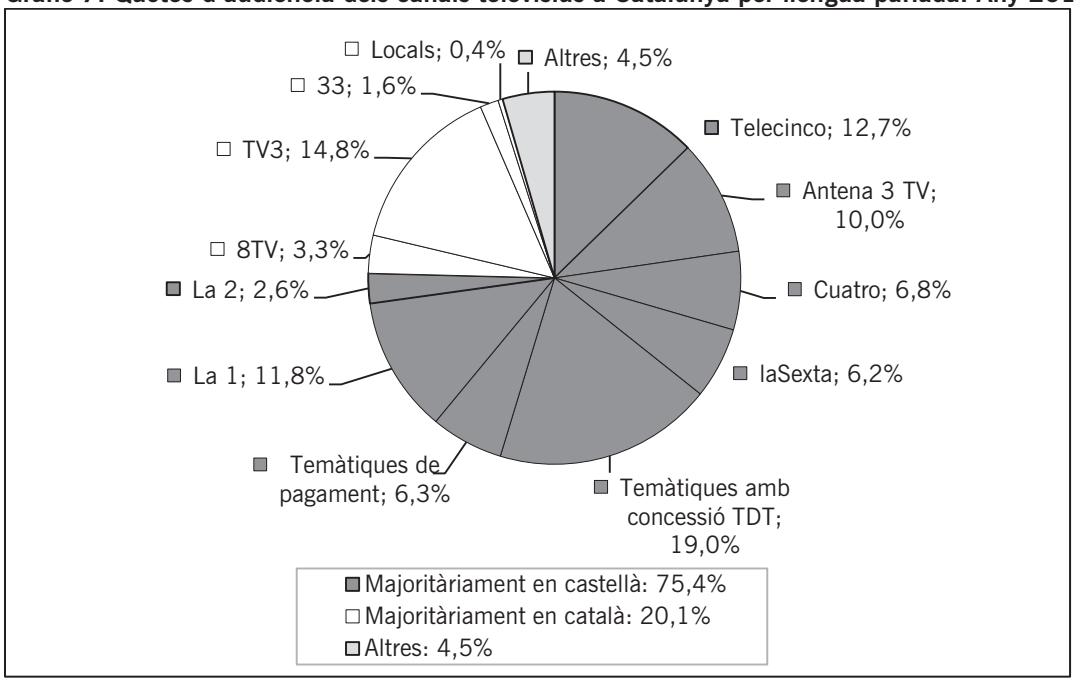
El panel qualitatiu també mesura l'índex de fidelitat dels espectadors amb les seves cadenes, és el dir, el nombre de persones que declaren que miren de forma habitual un mateix canal de televisió. L'any 2010 TV3 és la que té un percentatge més elevat de fidelitat, amb un 78% del panel. La segueixen a força distància Telecinco amb el 67%, La 1 amb el 65%, Antena 3 TV i laSexta amb el 64% i Cuatro amb el 57%.

Televisió i llengua parlada

Per tal d'analitzar la situació de la llengua catalana parlada en l'àmbit televisiu durant l'any 2010 a partir de l'audiència, es pren com a punt de partida la premissa que les cadenes de televisió d'àmbit estatal emeten majoritàriament en castellà –tot i que hi ha excepcions, com ara les desconnexions territorials– i que les cadenes d'àmbit català i local difonen la seva programació en llengua catalana de manera predominant.

D'acord amb els resultats de Kantar Media, les cadenes de televisió que emeten majoritàriament en català sumen el 20,1% de la quota de pantalla, dada molt inferior al 75,4% de *share* de les cadenes que difonen sobretot en castellà. Cal tenir en compte, però, que hi ha cadenes estatals que també emeten en català, en les seves desconnexions territorials (La 1 i La 2 amb el centre territorial de TVE a Catalunya) i que algunes cadenes que Kantar Media agrupa dins de la categoria *temàtiques amb concessió TDT* difonen en català de manera exclusiva, com ara el 3/24, 300, 33/Esports, K3/300, RAC105 i Barça TV. A l'últim, cal esmentar que la categoria *altres*, que obté un 4,5% de la quota de pantalla de l'any 2010, incorpora cadenes d'àmbit autonòmic com IB3, Canal 9 i Punt Dos (vegeu el gràfic 7).

Gràfic 7. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya per llengua parlada. Any 2010

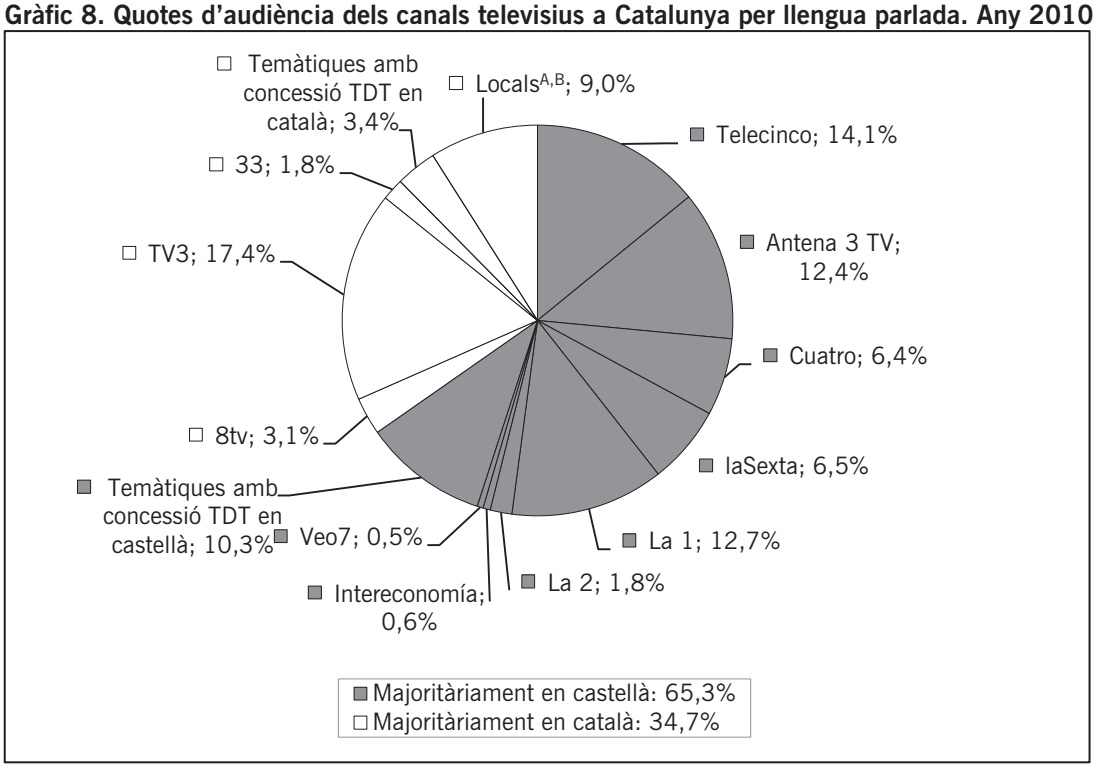


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

Quant al Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, a l'hora d'analitzar les dades d'audiència de televisió que proporciona s'han agrupat també les cadenes en funció de l'àmbit de cobertura, assumint els mateixos paràmetres de referència. En aquest cas, a més, s'han creat dues categories on s'han aplegat les cadenes temàtiques amb concessió de TDT i àmbits de cobertura Catalunya i Espanya, respectivament.

D'acord amb aquests criteris i segons la informació que proporciona el Baròmetre, el 34,7% del total de quota de pantalla l'obtenen les cadenes de televisió que emeten majoritàriament en català, mentre que el 65,3% del *share* correspon a les cadenes que difonen sobretot en castellà.

Gràfic 8. Quotes d'audiència dels canals televisius a Catalunya per llengua parlada. Any 2010



[A] En la nota metodològica, el Baròmetre explica que no publica dades de TV Palamós perquè es troba sota revisió; ni de Bagà TV, 3XL, L'Ebre TV, m2tv i Vallès Visió perquè no han acumulat 12 mesos de treball de camp.
[B] Engloba televisions de cobertura majoritàriament local.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (gener-desembre de 2010).

Pel que fa a l'emissió en llengua aranesa, Televisió de Catalunya emet cada divendres el *Telenotícies comarques* per a la Vall d'Aran en aranès i, des del final del 2009, un dels blocs informatius del canal 3/24 ofereix tota la roda informativa de notícies nacionals, internacionals i esportives en aquesta llengua, de dilluns a divendres a les 16.45 h. A més, al portal TV3.cat s'hi poden consultar diversos continguts produïts en aranès o doblats a aquesta llengua, com ara *Els Pirineus des de l'aire* i *Una mà de contes*, adreçat al públic infantil.

4. Origen de les produccions emeses per TV3, 33 i Super3/300/3XL durant l'any 2010

En aquest punt s'analitzen les dades de l'any 2010 sobre la difusió d'obra europea i l'origen de les produccions en tres programes digitals de Televisió de Catalunya, TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Cal fer esment que al llarg del 2010, un mateix canal d'un múltiplex de TVC va emetre, tot i que en moments diferents, els continguts corresponents al Super3, el 300 i el 3XL. Així, fins al 20 de setembre, els dos primers programes compartien el canal Super3/300, que combinava els continguts infantils del canal Super3 amb obres de ficció del 300. A partir d'aquesta data, el programa 300 va desaparèixer i la seva franja horària va ser ocupada per l'emissió del programa 3XL, amb continguts per a persones joves. El canal es va passar a denominar Super3/3XL. A efectes d'aquest informe s'han computat de forma conjunta les dades d'aquests tres programes (Super3, 300 i 3XL).

4.1 La difusió d'obra europea a TV3, 33 i Super3/300/3XL

El conjunt dels tres canals analitzats registren més de 21.000 hores de produccions computables emeses al llarg de l'any 2010. En concret, es comptabilitzen 5.668 hores a TV3, 7.498 hores al 33 i 7.850 al Super3/300/3XL.

Tots tres canals han complert l'obligació de reservar el 51% del total del temps d'emissió a la difusió d'obres europees. TV3 hi dedica el 75,3% del total de temps computable,[400] el 33, el 85% i el Super3/300/3XL, un 60,4%. La comparació de dades amb anys anteriors només és totalment possible en el cas de TV3, atès que és l'únic del tres canals de TVC que no ha sofert cap canvi de producte. Així, la proporció de producció europea és pràcticament idèntica al 2009 (puja dues dècimes) i representa la consolidació del creixement continuat que havia experimentat respecte dels anys 2007 (64,4%) i 2008 (68,9%).

Pel que fa al compliment de les quotes de reserva d'emissió d'obra europea segons la llengua original, TV3, 33 i el Super3/300/3XL compleixen, igualment, els mínims obligatoris. Així, en relació amb l'obligació de destinar el 51% del temps de reserva de les produccions europees a obres de llengua originària oficial a Catalunya, tant TV3 com el 33 se situen en magnituds d'hores entorn del doble del mínim obligatori i el Super3/300/3XL el supera en 7 punts percentuals, un 58,2% del temps de reserva. Igualment, el tres canals compleixen l'obligació de dedicar un mínim del 50% del temps de reserva de les produccions de llengua originària

[400] A aquest efecte, segons l'apartat 3 de l'article 87 de la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, no es computa el temps d'emissió d'informatius, retransmissions esportives, jocs, publicitat i serveis de teletext i televenda.

oficial a Catalunya a obres de llengua originària en català: TV3 i el 33 multipliquen per 4,7 i per 3,6 el nombre d'hores obligatòries, mentre que el Super3/300/3XL el duplica.

Taula 39. TV3. Difusió d'obres europees durant l'any 2010

Total temps d'emissió computable	5.668 hores		
Produccions	**Mínim obligatori per llei**		**Hores d'emissió**
	%	**Hores d'emissió**	
Europees	51% del temps d'emissió anual	2.891	4.268 (75,3% del temps d'emissió anual)
Europees de llengua originària oficial a Catalunya	51% del temps de reserva de les produccions europees	1.474	3.514
Europees de llengua originària en català	50% del temps de reserva de les produccions de llengua originària oficial a Catalunya	737	3.489
Europees subministrades per productors independents i produïdes els darrers 5 anys	10% del temps d'emissió anual	567	1.505 (26,6% del temps d'emissió anual)

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

Taula 40. 33. Difusió d'obres europees durant l'any 2010

Total temps d'emissió computable	7.498 hores		
Produccions	**Mínim obligatori per llei**		**Hores d'emissió**
	%	**Hores d'emissió**	
Europees	51% del temps d'emissió anual	3.824	6.373 (85% del temps d'emissió anual)
Europees de llengua originària oficial a Catalunya	51% del temps de reserva de les produccions europees	1.950	3.783
Europees de llengua originària en català	50% del temps de reserva de les produccions de llengua originària oficial a Catalunya	975	3.577
Europees subministrades per productors independents i produïdes els darrers 5 anys	10% del temps d'emissió anual	750	2.653 (35,4% del temps d'emissió anual)

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel 33.

Taula 41. Super3/300/3XL. Difusió d'obres europees durant l'any 2010

Total temps d'emissió computable	7.850 hores		
Produccions	**Mínim obligatori per llei**		**Hores d'emissió**
	%	**Hores d'emissió**	
Europees	51% del temps d'emissió anual	4.004	4.742 (60,4% del temps d'emissió anual)
Europees de llengua originària oficial a Catalunya	51% del temps de reserva de les produccions europees	2.042	2.329
Europees de llengua originària en català	50% del temps de reserva de les produccions de llengua originària oficial a Catalunya	1.021	2.226
Europees subministrades per productors independents i produïdes els darrers 5 anys	10% del temps d'emissió anual	785	2.040 (26% del temps d'emissió anual)

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per Super3/300/3XL.

4.2 Origen de les produccions a TV3, 33 i Super3/300/3XL

Tal com s'ha apuntat en l'apartat anterior, s'observa el predomini de les obres europees als tres canals analitzats (un 75,3% a TV3, 85% al 33 i 60,4% al Super3/300/3XL). Les dades comparades de TV3 mostren una alça continuada en els darrers quatre anys, quan es passa del 64,4% el 2007 al 75,3% el 2010.

Pel que fa a l'origen de la producció en el conjunt dels tres canals, les obres amb origen a Catalunya són les més emeses amb un nombre d'hores (9.132,7) que triplica el segon proveïdor de continguts, els EUA (3.082,2 hores). El Regne Unit (1.786,9 hores), el Japó (1.355,2 hores) i França (1.354,2 hores) completen la llista dels cinc països amb més emissions als tres canals de TVC. En aquesta xifra s'hi comptabilitza el temps de les produccions en solitari de cada país i no s'hi inclou el temps de les produccions en les quals han participat aquests països en col·laboració amb d'altres, que, per exemple, en el cas de França, se situa en 956,8 hores, en el de Canadà, en 805,6 hores o en el del Regne Unit, en 357,6 hores (vegeu l'epígraf 4.3).

Dins de **la producció europea**, en el conjunt dels tres canals, les emissions d'origen català (on s'inclou la producció pròpia) se situen en el primer lloc en hores d'emissió (43,5% del total d'obres europees i no europees), seguides del Regne Unit (8,5%) i França (6,4%). Les produccions originàries de la resta d'Espanya, tret de Catalunya, sobrepassen les 386,3 hores (1,8%).

La producció de l'Estat espanyol en el conjunt dels tres canals arriba a les 9.715,5 hores: 9.132,7 hores de producció catalana, 386,3 hores de producció a la resta d'Espanya i 196,5 hores d'obres fetes en col·laboració entre Catalunya i la resta de l'Estat.[401]

Els tres canals de TVC analitzats coincideixen a situar les produccions catalanes en primer lloc (són el 61,1% del total a TV3, el 47,2% al 33 i el 27,1% al Super3/300/3XL), i a tots tres, les obres de França i del Regne Unit hi figuren en els llocs següents. Cal destacar, a més, la importància quantitativa de les produccions d'Alemanya (423,7 hores en total), que té un lloc destacat al 33, així com les d'Àustria (184,5 hores) a TV3.

Les produccions originàries **de fora de la Unió Europea** representen un 15% al 33 (vegeu el gràfic 13), un 24,7% a TV3 (vegeu el gràfic 12) i un 39,6% al Super3/300/3XL (vegeu el gràfic 14). El principal proveïdor no europeu dels tres canals de TVC són els Estats Units (representen el 14,7% del total d'obres europees i no europees), seguits del Japó (6,4%) i el Canadà (2,3%).

Els EUA són, també, el primer productor de continguts no europeu a cada canal (el 19,9% del total a TV3, 7,7% al 33 i 17,6% al Super3/300/3XL, únicament de produccions amb origen en aquest país, sense comptabilitzar les obres realitzades amb altres països en les quals participa), mentre que el Canadà ocupa el segon lloc a TV3 i el 33 i el Japó apareix com a segon origen al Super3/300/3XL i tercer al 33. Austràlia ocupa el tercer lloc a TV3 (vegeu els gràfics 9, 10 i 11).

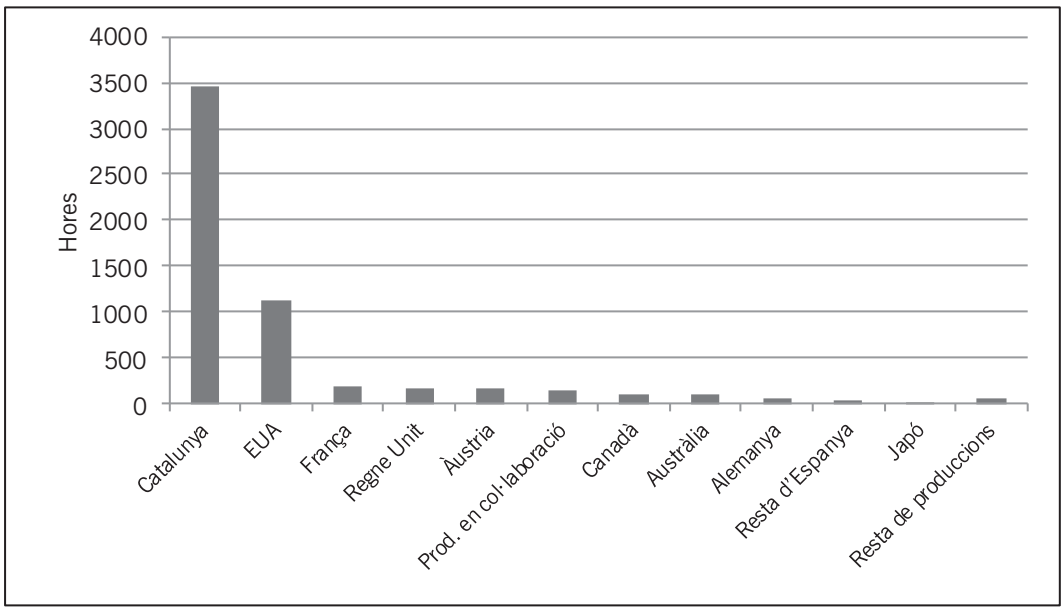
[401] Per tal de conservar la uniformitat metodològica en el tractament de les dades, les produccions en les quals intervenen empreses catalanes i d'altres llocs d'Espanya s'han assimilat al concepte *producció en col·laboració*.

Taula 42. TVC. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010

Origen de la producció	TV3		33		Super3/300/3XL		Total	
	Hores	%	Hores	%	Hores	%	Hores	%
Catalunya	3.461,9	61,1	3.541,5	47,2	2.129,3	27,1	9.132,7	43,5
EUA	1.128,0	19,9	575,6	7,7	1.378,6	17,6	3.082,2	14,7
Regne Unit	168,6	3,0	913,0	12,2	705,3	9,0	1.786,9	8,5
Japó	5,1	0,1	104,4	1,4	1.245,7	15,9	1.355,2	6,4
França	201,2	3,5	576,3	7,7	576,7	7,3	1.354,2	6,4
Canadà	110,6	2,0	163,8	2,2	206	2,6	480,4	2,3
Alemanya	59,8	1,1	357,8	4,8	6,1	0,1	423,7	2,0
Resta d'Espanya	48,8	0,9	297,2	4,0	40,3	0,5	386,3	1,8
Austràlia	106,2	1,9	86,1	1,1	112,6	1,4	304,9	1,5
Àustria	166,7	2,9	17,8	0,2		0,0	184,5	0,9
Resta de produccions en solitari (un sol país)	*64,6*	*1,1*	*335,3*	*4,5*	*278,2*	3,5	678,1	3,2
Produccions en col·laboració amb d'altres països	*146,3*	*2,6*	*528,8*	*7,1*	*1.171,20*	14,9	1.846,3	8,8
Total	**5.667,8**	100	**7.497,6**	100	**7.850,0**	100	**21.015,4**	100,0

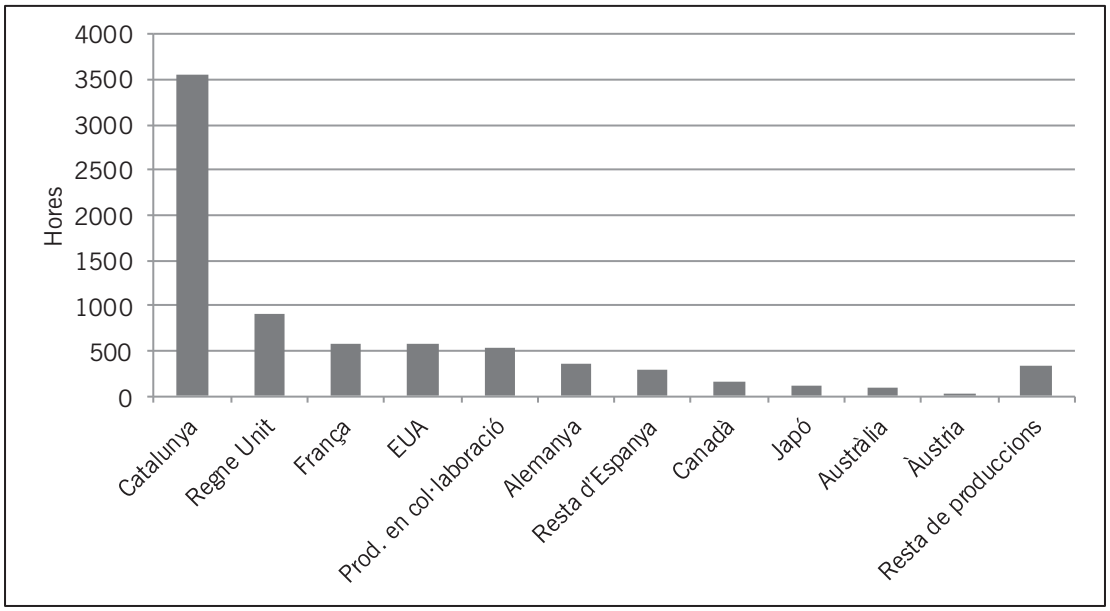
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Gràfic 9. TV3. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010



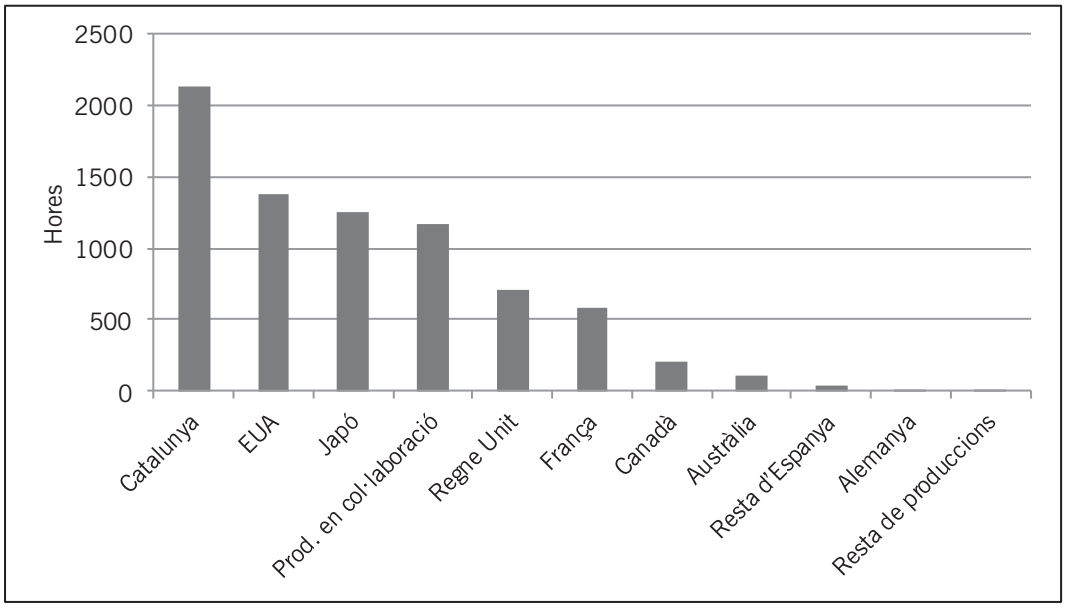
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

Gràfic 10. 33. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010



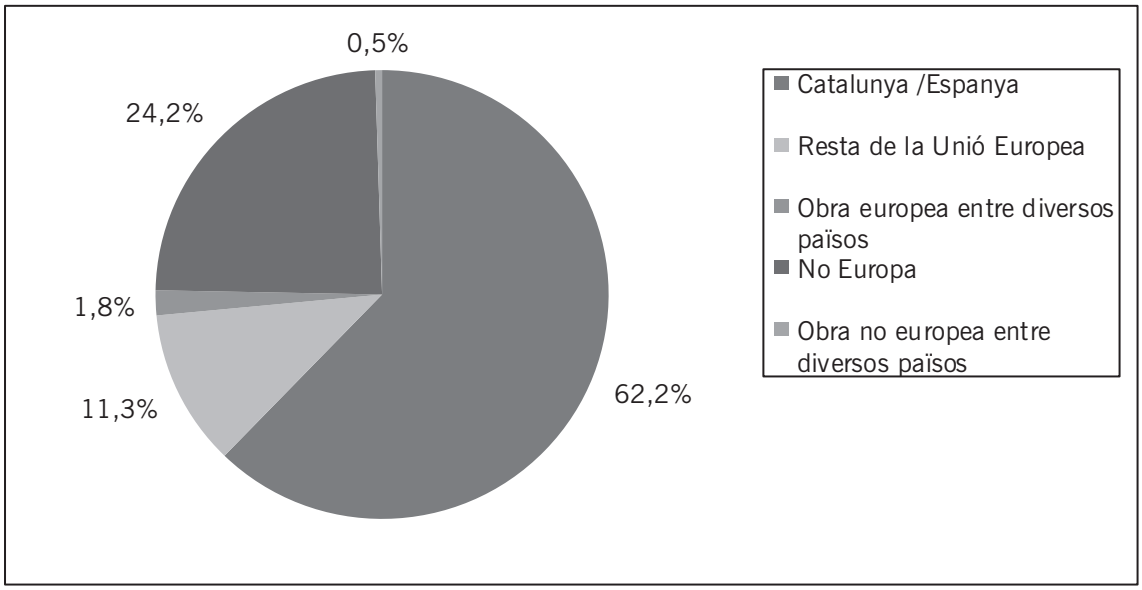
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per 33.

Gràfic 11. Super3/300/3XL. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per Super3/300/3XL.

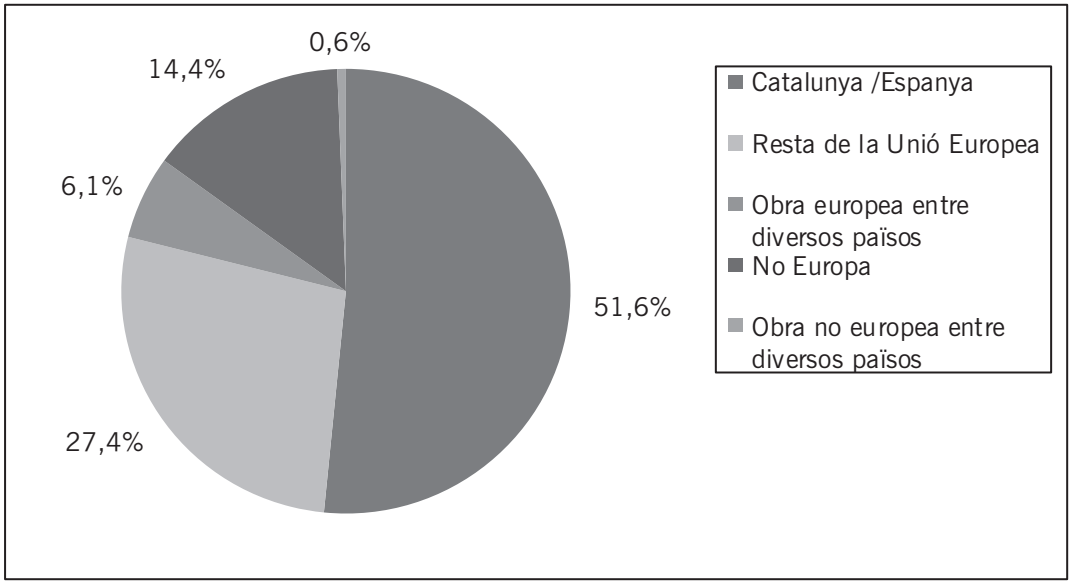
Gràfic 12. TV3. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010 per grups geogràfics[A]



[A] Les dades sota l'epígraf Catalunya/Espanya inclouen les obres amb origen a Catalunya, a la resta de l'Estat i les produccions entre ambdues referències geogràfiques. Conseqüentment, aquestes emissions han estat restades de l'epígraf *obra europea entre diversos països*.

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

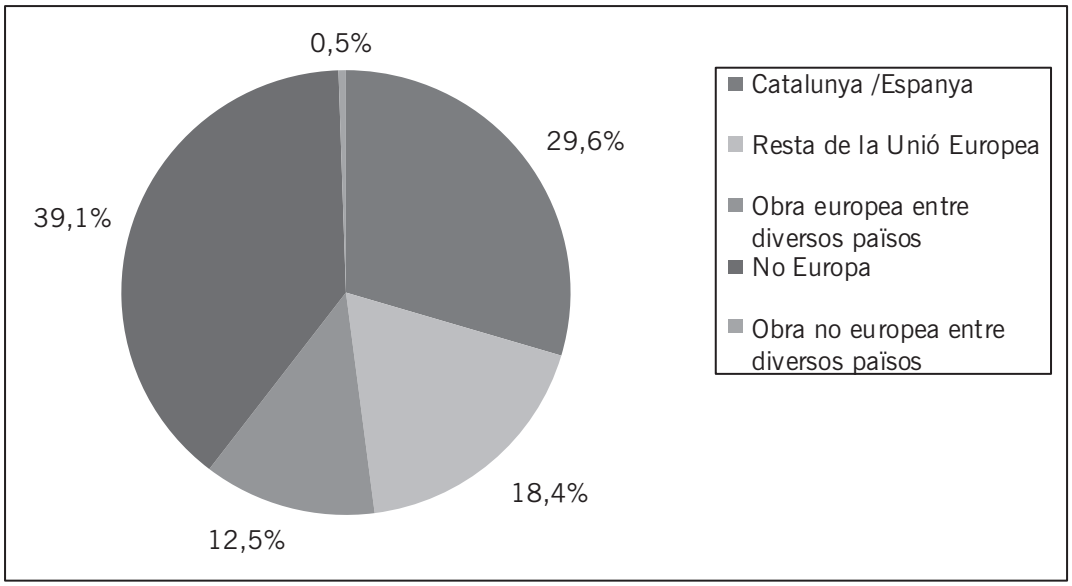
Gràfic 13. 33. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010 per grups geogràfics[A]



[A] Les dades sota l'epígraf Catalunya/Espanya inclouen les obres amb origen a Catalunya, a la resta de l'Estat i les produccions entre ambdues referències geogràfiques. Conseqüentment, aquestes emissions han estat restades de l'epígraf *obra europea entre diversos països*.

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel 33.

Gràfic 14. Super3/300/3XL. Origen de les produccions emeses durant l'any 2010 per grups geogràfics[A]



[A] Les dades sota l'epígraf Catalunya/Espanya inclouen les obres amb origen a Catalunya, a la resta de l'Estat i les produccions entre ambdues referències geogràfiques. Conseqüentment, aquestes emissions han estat restades de l'epígraf *obra europea entre diversos països*.

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel Super3/300/3XL.

4.3 Les produccions en col·laboració entre diferents països

En els darrers anys s'observa un creixement en el temps d'emissió dels canals de TVC de les produccions amb un origen compartit entre diferents països. Així, el 2008 el temps total atribuïble a aquestes produccions era 949 hores (6,7% del total de TV3 i K3/33), xifra que s'incrementa fins a 1.039 hores el 2009 (7,8% de TV3 i K3-Super3/33) i que arriba a les 1.846 hores (el 8,8% de TV3, 33 i Super3/300/3XL) el 2010 (vegeu la taula 42).

Per canals, s'observen diferències importants pel que fa al pes de les produccions en col·laboració en el total del temps d'emissió: representa únicament el 2,6% a TV3, però un 7,1% al 33 i un 14,9% al Super3/300/3XL. Aquestes diferències tenen a veure amb l'orientació temàtica de cada canal i mostren una relació entre el pes de la ficció (que és màxim al Super3/300/3XL) i la proporció de produccions realitzades entre diversos països (que també arriben a la proporció més elevada al Super3/300/3XL).

Fascicle vuitè

Un segon tret que es desprèn de les dades recollides és el predomini de les produccions europees en col·laboració[402] sobre les no europees, ja que suposen 1.730,3 hores, un 93,7% del total (vegeu la taula 43).

Taula 43. TVC. Produccions en col·laboració emeses durant l'any 2010

Canal	Produccions en col·laboració		Total	% total del canal
	Europees	No europees		
TV3	118,6	27,7	146,3	2,6
33	482,3	46,6	528,8	7,1
Super3/300/3XL	1.129,4	41,7	1.171,2	14,9
Total	1.730,3	116	1.846,3	8,8

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Com ja s'ha apuntat en l'apartat anterior, les produccions en col·laboració (ja sigui amb una intervenció majoritària o minoritària) poden ser una part molt important de la participació de cada país. Així, per exemple, d'entre els principals proveïdors de TVC, el 62,2% del temps de producció on participa el Canadà es fa en col·laboració amb altres països (805,6 hores); per a França la proporció és del 41,4% (956,8 hores) i en les que tenen com a origen Espanya (excepte Catalunya), un 38,2% (238,9 hores, el 82,2% de les quals amb Catalunya) (vegeu la taula 44 i el gràfic 15).

D'aquesta manera, els llocs d'origen amb més intervenció en la producció (en solitari o amb altres països) en el conjunt dels tres canals de TVC són Catalunya, els EUA, França, el Regne Unit i el Japó, és a dir, tot i que amb un ordre diferent, els cinc mateixos si només es consideren les produccions en solitari.

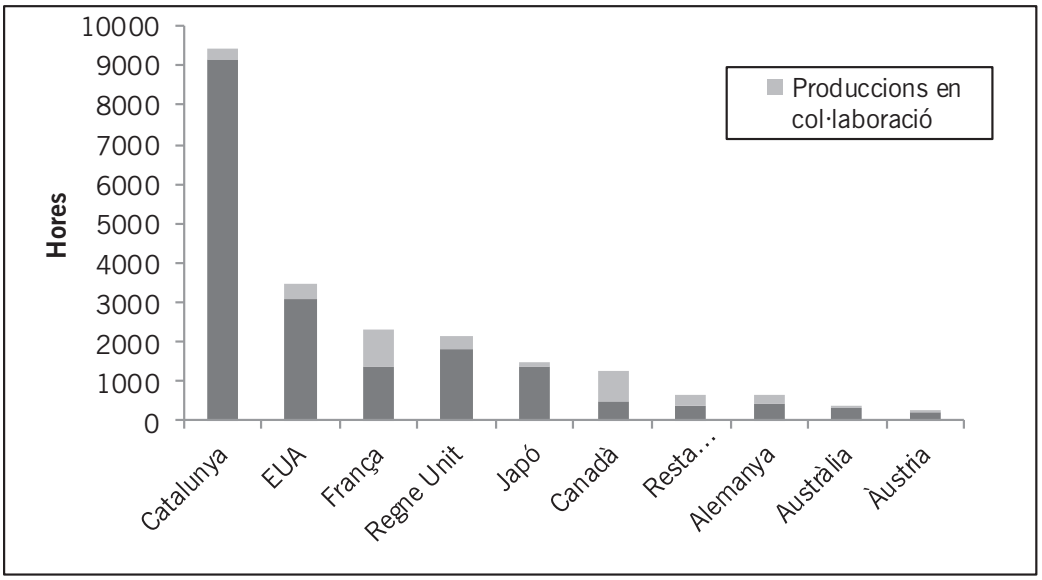
[402] S'entén per *producció europea en col·laboració* aquella obra produïda per més d'un país (europeu o no europeu) sempre que l'obra resultant compleixi els requisits que estableix l'article 12 de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual.

Taula 44. TVC. Produccions en solitari i produccions en col·laboració emeses durant l'any 2010 segons origen (principals països)

Origen	Produccions en solitari	Produccions en col·laboració	Total	% produccions en col·laboració/total
Catalunya	9.132,7	297,4	9.430,1	3,2
EUA	3.082,2	369,4	3.451,6	10,7
França	1.354,1	956,8	2.310,9	41,4
Regne Unit	1.787,0	357,6	2.144,6	16,7
Japó	1.355,2	121,0	1.476,3	8,2
Canadà	480,3	805,6	1.285,9	62,6
Resta d'Espanya	386,4	238,9	625,2	38,2
Alemanya	423,7	200,9	624,6	32,2
Austràlia	304,9	48,3	353,2	13,7
Àustria	184,4	84,8	269,2	31,5

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Gràfic 15. TVC. Produccions en solitari i produccions en col·laboració emeses durant l'any 2010 segons origen (principals països)



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

4.4 Origen de les produccions a TV3, 33 i Super3/300/3XL, i gènere dels continguts

L'anàlisi de la relació entre el gènere dels continguts emesos i l'origen de la producció (de Catalunya i de la resta d'Espanya; de la resta de països de la Unió Europea; i de fora de la Unió Europea) requereix una advertència prèvia, atès que el càlcul es basa estrictament en els programes objecte del còmput de difusió

d'obra europea. Segons l'apartat 3 de l'article 87 de la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, no es computa el temps d'emissió d'informatius, retransmissions esportives, jocs, publicitat, serveis de teletext i televenda. Això significa que el pes de continguts, com els teleinformatius a TV3 o les retransmissions esportives a TV3 i al 33, no es reflecteix en les dades.

Obres d'un únic país productor

Una primera anàlisi de la correspondència entre gènere i origen de la producció, conjunta per als tres canals, posa en relleu la contraposició entre la diversitat de gèneres present a la producció de Catalunya i l'especialització de les compres fora de l'Estat. En efecte, el conjunt dels països de la Unió Europea, els Estats Units i el Japó aporten, majoritàriament, programes de ficció i, en menor mesura, culturals[403] (vegeu la taula 44 i el gràfic 16).

Per països, més del 80% de la producció del Japó, Àustria i els EUA emesa a TVC correspon a *ficció*. Les produccions alemanyes, per contra, es concentren també en una proporció semblant en espais culturals. Altres països tenen un repartiment del temps menys concentrat en les diverses tipologies. Així, els programes d'Austràlia són principalment de *ficció* però hi ha una aportació significativa de *culturals*; el Canadà proveeix sobretot *ficció*, però també *culturals* i *entreteniment*. Per la seva banda, França, el Regne Unit i les produccions de l'Estat espanyol, tret de Catalunya, presenten un repartiment dual entre *ficció* i *culturals*.

[403] La tipologia *programes culturals* inclou documentals, informatius culturals i divulgatius, principalment.

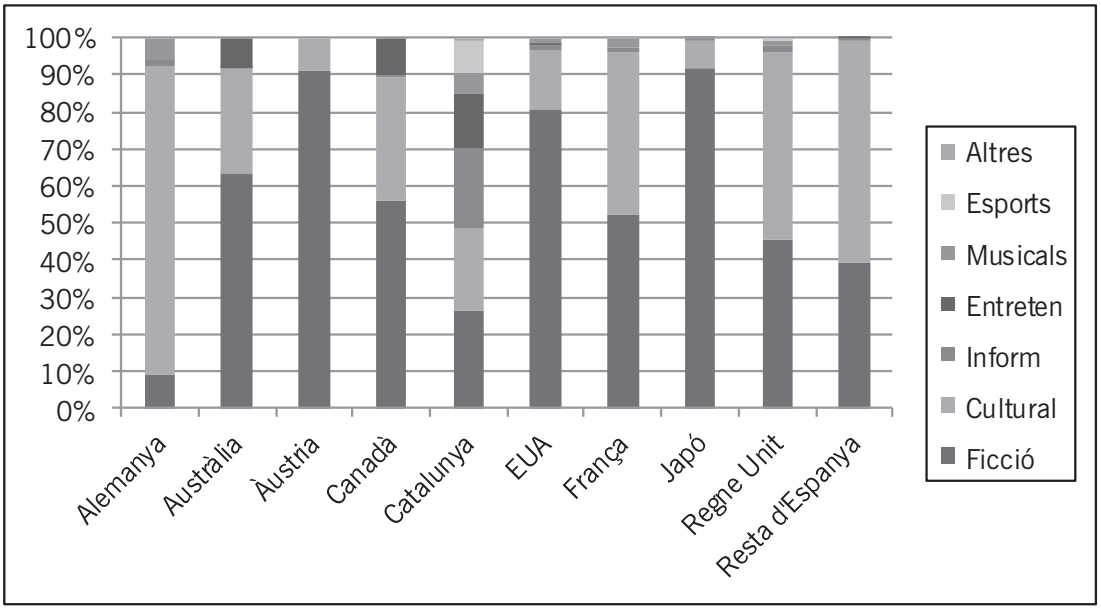
Taula 45. TVC. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 segons l'origen de la producció (principals països). Proporció sobre el total de cada país (en %)

	Ficció	Cultural	Informació	Entreteniment	Musicals	Esports	Altres	Total
Alemanya	8,9	83,6	1,8		5,7			100,0
Austràlia	63,1	28,7	0,3	7,9				100,0
Àustria	91,3	8,7						100,0
Canadà	56,1	33,0	0,7	10,1				100,0
Catalunya	26,2	22,7	21,1	15,1	5,7	8,3	0,9	100,0
EUA	80,5	16,3	1,0	0,5	1,7			100,0
França	52,5	43,4	1,4		2,6		0,1	100,0
Japó	92,1	7,0	0,9					100,0
Regne Unit	45,2	50,7	2,1		1,0	0,9		100,0
Resta d'Espanya	39,3	59,7	0,5	0,4				100,0

En gris: tipologia més alta per país.

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Gràfic 16. TVC. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 segons l'origen de la producció (principals països). Proporció sobre el total de cada país



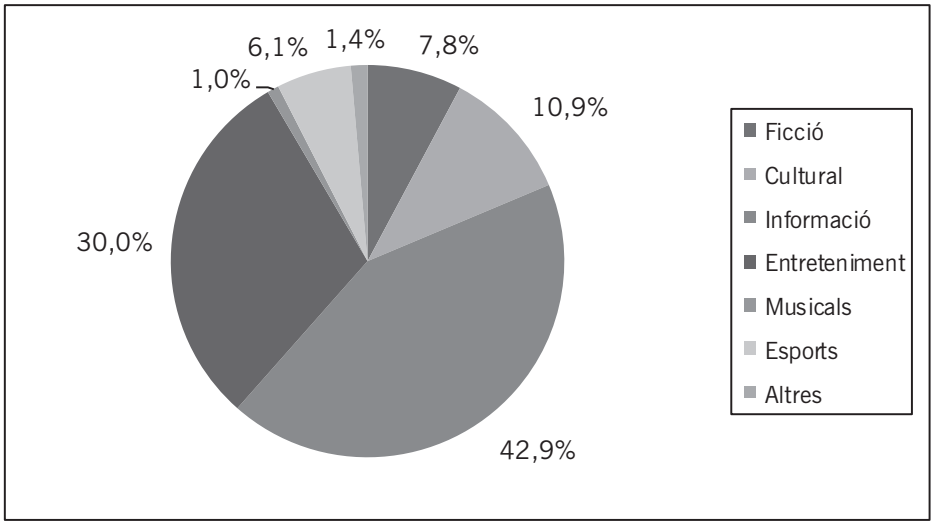
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

A **TV3** i pel que fa a la producció de Catalunya, la informació (42,9%) i l'entreteniment (30%) representen gairebé tres quartes parts del temps d'emissió. Els continguts culturals ocupen la tercera posició (10,9%); la ficció, la quarta (7,8%) i els esports, la cinquena (6,1%). La relació entre origen de la producció i gènere és molt marcada a TV3, un canal generalista. Així, mentre que la producció

catalana es diversifica en fins a cinc gèneres amb un temps d'emissió superior al 5% del total (vegeu el gràfic 17), la producció de la resta de la UE es concentra en dos gèneres (ficció i culturals), la dels Estats Units i Austràlia, en un (ficció) i la del Canadà, en dos (ficció i entreteniment) (vegeu la taula 45 i els gràfics 19 i 20).

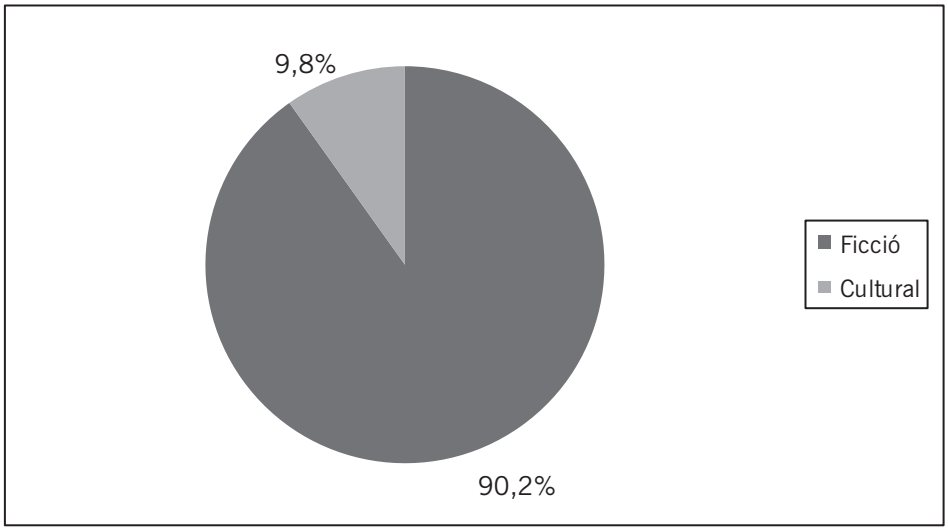
Per la seva banda, la producció de la resta d'Espanya es concentra en ficció (90,2%) i en programes culturals (9,8%) (vegeu el gràfic 18).

Gràfic 17. TV3. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 de producció catalana



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

Gràfic 18. TV3. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 de producció. Resta d'Espanya



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

Taula 46. TV3. Origen de les produccions i gènere dels continguts emesos durant l'any 2010

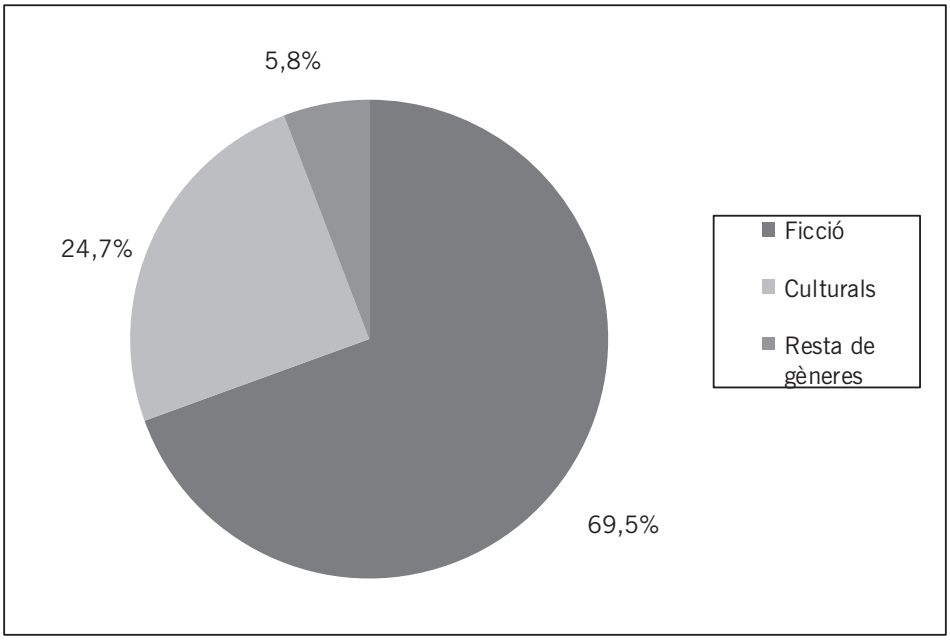
Produccions	Origen	Gènere dels continguts	Hores d'emissió	%	Total
Europees	Catalunya	Informació[A]	1.484	42,9	3.462
		Entreteniment	1.040	30,0	
		Culturals	376	10,9	
		Ficció	270	7,8	
		Esports[B]	213	6,1	
		Resta de gèneres	80	2,4	
	Resta d'Espanya	Ficció	44	90,2	49
		Cultural	5	9,8	
	Resta de la UE	Ficció	514	69,5	740
		Culturals	183	24,7	
		Resta de gèneres	43	5,8	
No europees	EUA	Ficció	1.049	93,0	1.128
		Resta de gèneres	79	7,0	
	Canadà	Ficció	89	80,2	111
		Entreteniment	19	17,1	
		Resta de gèneres	3	2,7	
	Austràlia	Ficció	98	92,5	106
		Resta de gèneres	8	7,5	
	Resta no europees	Culturals	24	43,6	55
		Ficció	23	41,8	
		Informació[A]	4	7,3	
		Entreteniment	4	7,3	
Total hores produccions TV3					**5.668**

[A] Se n'exclouen els teleinformatius, tal com s'ha indicat en el text.

[B] Se n'exclouen les retransmissions esportives, tal com s'ha indicat en el text.

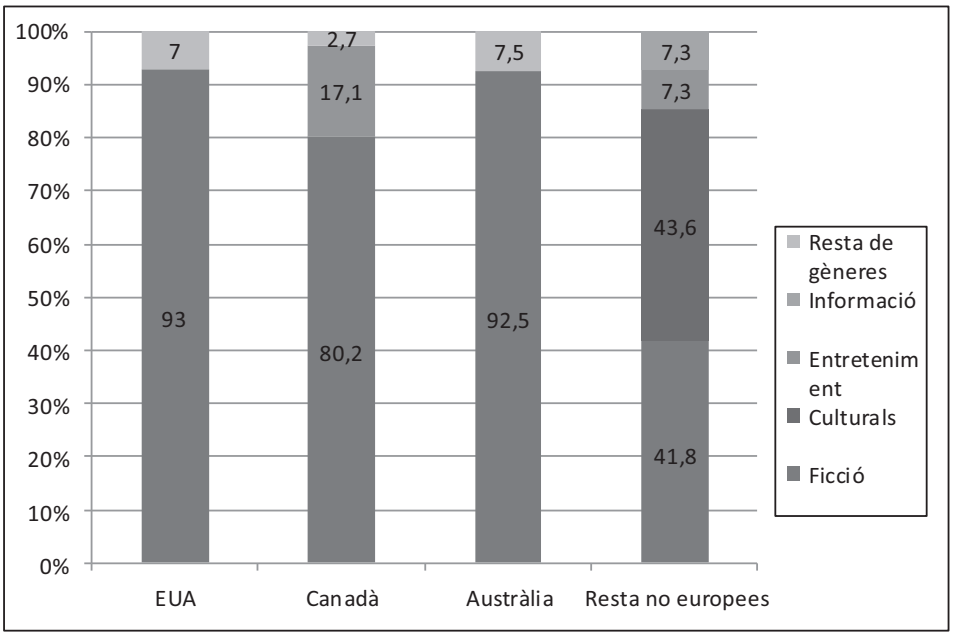
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Gràfic 19. TV3. Gènere de les produccions de la UE no realitzades a Catalunya ni a la resta de l'Estat. Any 2010



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

Gràfic 20. TV3. Gènere de les produccions no europees emeses durant l'any 2010

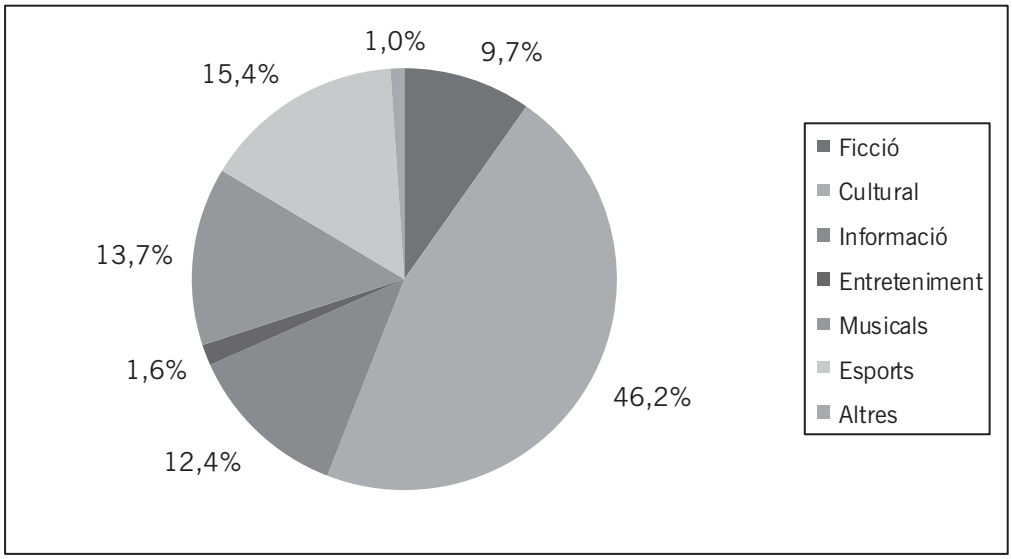


Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3.

El **33**, al seu torn, concentra en *culturals* (46,2%) i *esports* (15,4%) més de la meitat del temps de les obres produïdes a Catalunya. Musicals (13,7%), informació (12,4%) i ficció (9,7%) completen el llistat dels gèneres principals (vegeu el gràfic 21). La producció de la resta de l'Estat és, bàsicament, *culturals* (75,9%) i *ficció* (22,9%) (vegeu el gràfic 22).

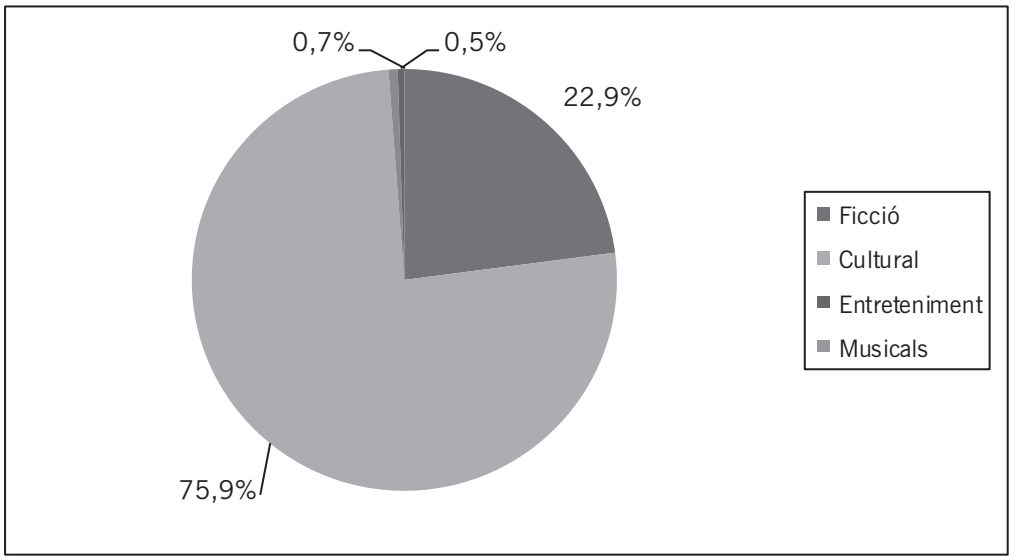
De la mateixa manera que a TV3, contrasta la diversitat dels gèneres de les produccions catalanes (amb un total de 5 gèneres amb més del 5% del temps d'emissió) amb l'especialització de les obres foràneies: el 88,3% de les produccions dels estats de la Unió Europea (excepte Espanya) són culturals (vegeu el gràfic 23). Aquesta proporció és similar en els altres principals països proveïdors: EUA (79,5%), Canadà (95,1%), Japó (86,5%) i resta de no europeus (85,1%) (vegeu la taula 46 i el gràfic 24).

Gràfic 21. 33. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 de producció catalana.



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel 33.

Gràfic 22. 33. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 de producció. Resta d'Espanya



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel 33.

Taula 47. 33. Origen de les produccions i gènere dels continguts emesos durant l'any 2010

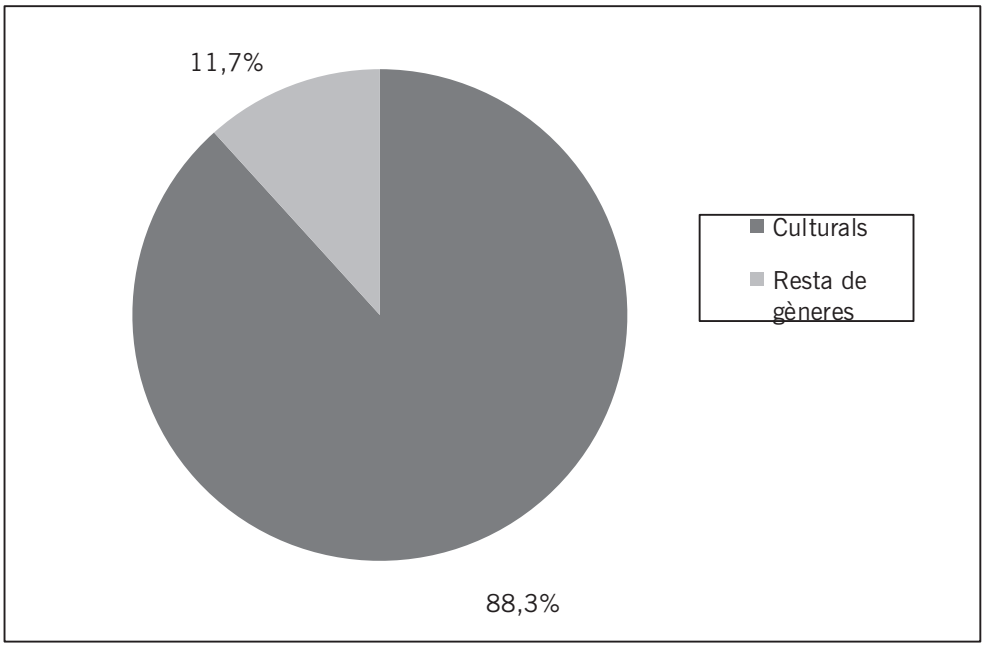
Produccions	Origen	Gènere dels continguts	Hores d'emissió	%	Total
Europees	Catalunya	Culturals	1.635	46,2	3.866
		Esports[B]	544	15,4	
		Musicals	484	13,7	
		Informació[A]	440	12,4	
		Ficció	345	9,7	
		Resta de gèneres	94	2,6	
	Resta d'Espanya	Cultural	225,5	75,9	297
		Ficció	68,2	22,9	
		Resta de gèneres	3,6	1,2	
	Resta de la UE	Culturals	2.214	88,3	2.507
		Resta de gèneres	293	11,7	
No europees	EUA	Culturals	458	79,5	576
		Ficció	54	9,4	
		Resta de gèneres	64	11,1	
	Canadà	Culturals	156	95,1	164
		Resta de gèneres	8	4,9	
	Japó	Culturals	90	86,5	104
		Informació[A]	12	11,5	
		Resta de gèneres	2	1,9	
	Resta no europees	Culturals	239	85,1	281
		Ficció	38	13,5	
		Resta de gèneres	4	1,4	
Total hores produccions 33					**7.498**

[A] Se n'exclouen els teleinformatius, tal com s'ha indicat en el text.

[B] Se n'exclouen les retransmissions esportives, tal com s'ha indicat en el text.

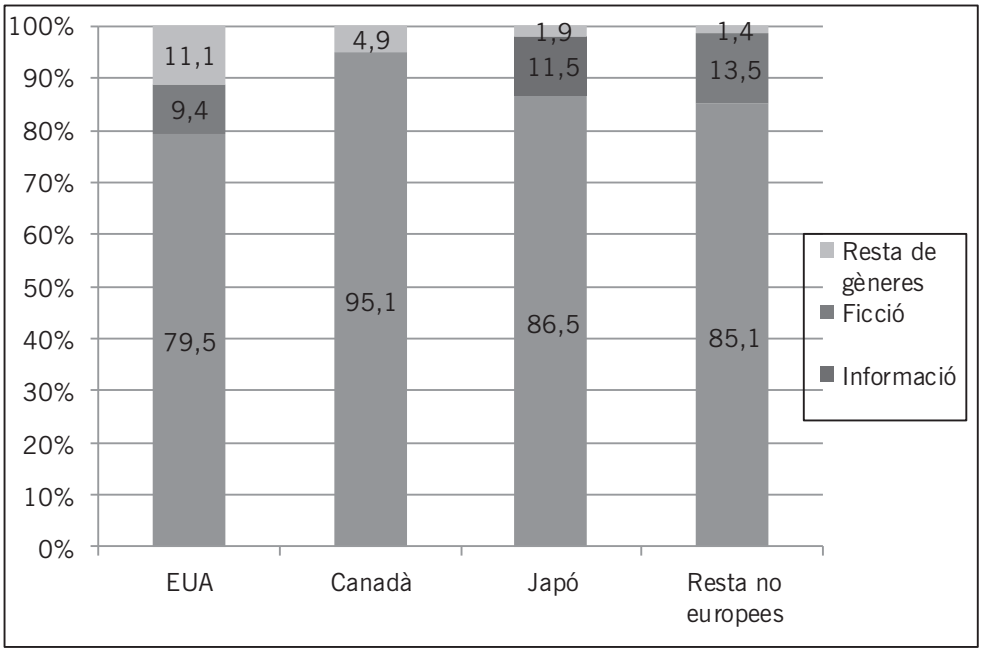
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Gràfic 23. 33. Gènere de les produccions de la UE no realitzades a Catalunya ni a la resta de l'Estat



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel 33.

Gràfic 24. 33. Gènere de les produccions no europees emeses durant l'any 2010

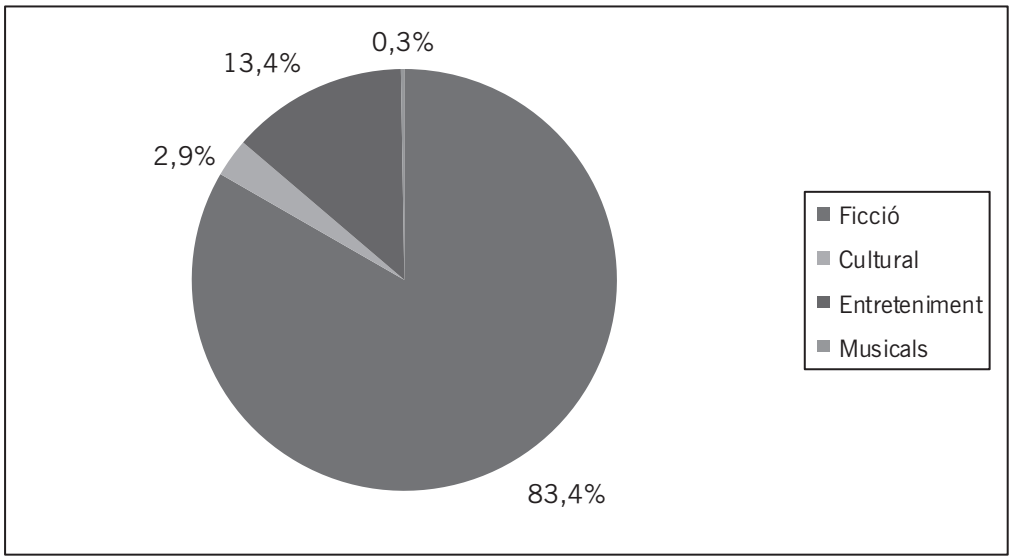


Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Pel que fa al **Super3/300/3XL**, amb uns programes amb vocació temàtica (primer com a Super3/300 de programació infantil i de ficció, i des del mes de setembre com a Super3/3XL, de programació infantil i per a persones joves),

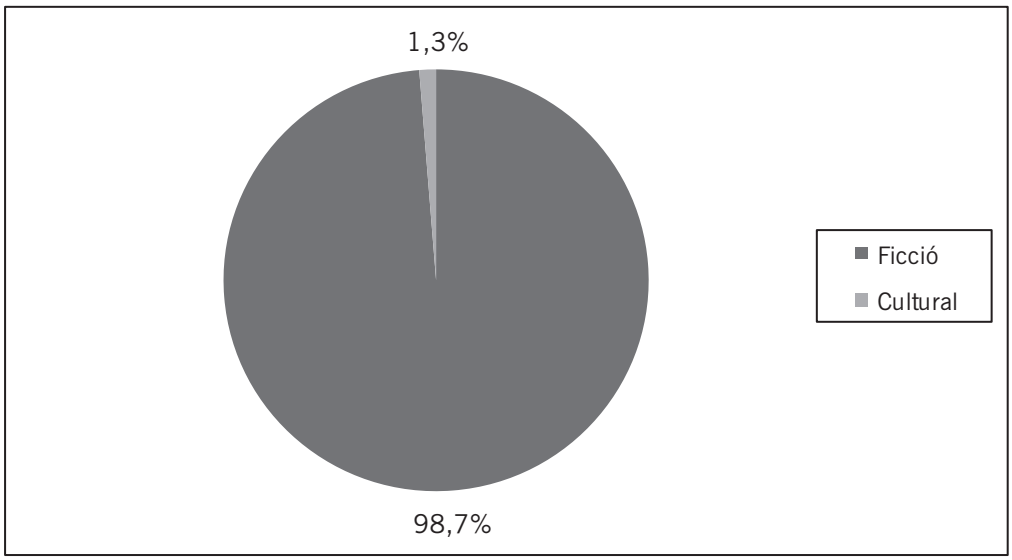
resulta difícil establir una relació entre gènere i origen de la producció: tots els proveïdors dediquen més del 80% a ficció i només es troba un percentatge significatiu d'entreteniment a les obres de Catalunya (13,4%), del Canadà (12,1%) i de la resta de països no europeus (8,7%) (vegeu els gràfics 25, 26 i 27 i la taula 48).

Gràfic 25. Super3/300/3XL. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 de producció catalana.



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel Super3/300/3XL.

Gràfic 26. Super3/300/3XL. Tipologia de programes emesos durant l'any 2010 de producció. Resta d'Espanya



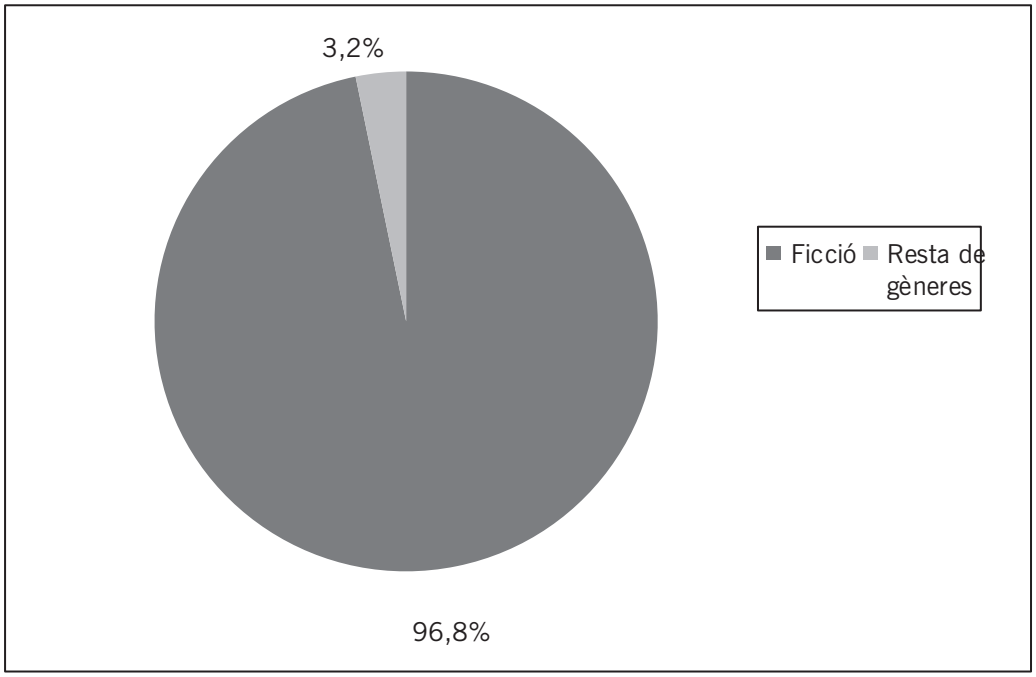
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel Super3/300/3XL.

Taula 48. Super3/300/3XL. Origen de les produccions i gènere dels continguts emesos durant l'any 2010

Produccions	Origen	Gènere dels continguts	Hores d'emissió	%	Total
Europees	Catalunya	Ficció	1.774	83,4	2.322
		Entreteniment	286	13,4	
		Resta de gèneres	68	3,2	
	Resta d'Espanya	Ficció	40	98,7	40
		Resta de gèneres	0,5	1,3	
	Resta de la UE	Ficció	2.342	96,8	2.420
		Resta de gèneres	78	3,2	
No europees	EUA	Ficció	1.379	100	1.379
	Japó	Ficció	1.246	100	1.246
	Canadà	Ficció	181	87,9	206
		Entreteniment	25	12,1	
	Resta no europees	Ficció	253	91,3	277
		Entreteniment	24	8,7	
Total hores produccions Super3/300/3XL					**7.850**

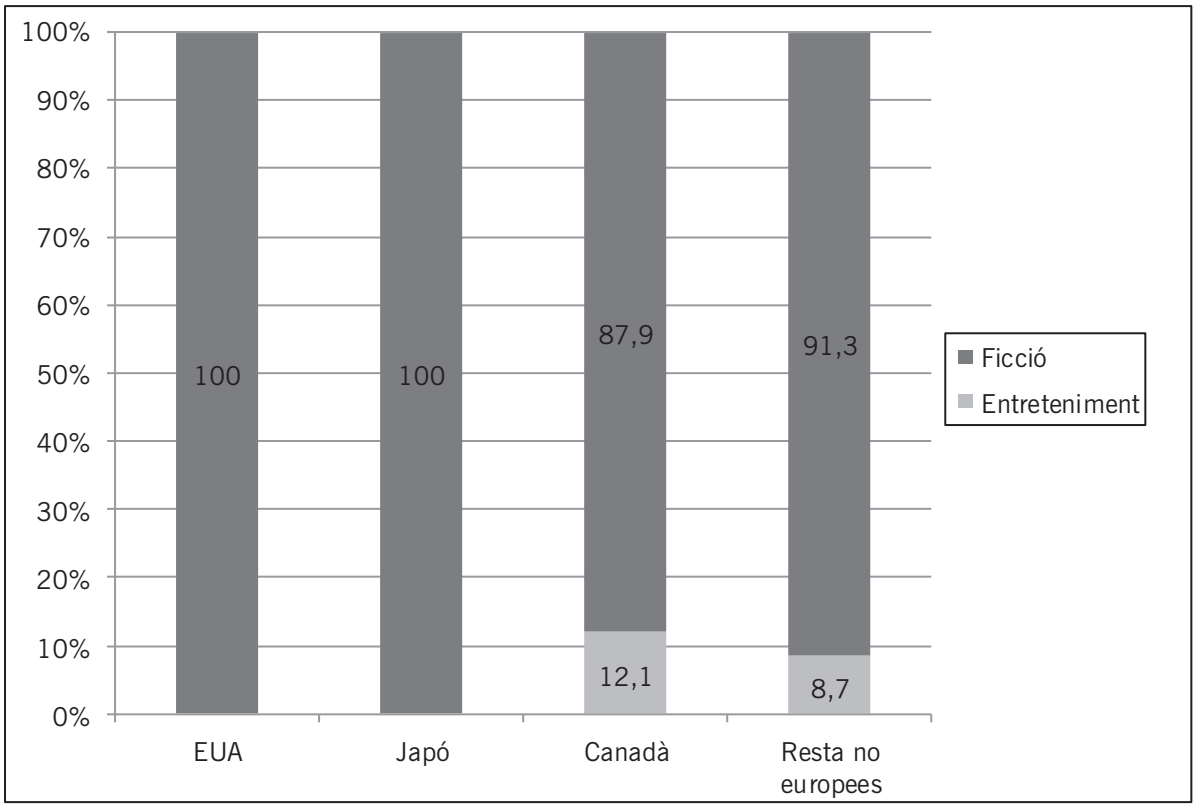
Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

Gràfic 27. Super3/300/3XL. Gènere de les produccions de la UE no realitzades a Catalunya ni a la resta de l'Estat



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel Super3/300/3XL.

Gràfic 28. Super3/300/3XL. Gènere de les produccions no europees emeses durant l'any 2010



Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa pel Super3/300/3XL.

Les produccions en col·laboració

Una anàlisi de les produccions en col·laboració dels diferents països mostra l'existència de "socis" preferents (vegeu la taula N12). Així, les col·laboracions amb més temps d'emissió es donen entre el Canadà i França (647,1 hores) i corresponen, bàsicament, a productes d'animació com ara *Martin Mistery* o *Espies de veritat* emeses al Super3/300/3XL. Les produccions[404] entre Catalunya i la resta d'Espanya (196,5 hores), en canvi, corresponen en la seva majoria (84%) a llargmetratges, emesos bàsicament pel Super3/300/3XL, tot i que també s'hi troben documentals i espais informatius de reportatges (TV3 i 33).

L'animació és, però, l'àmbit principal de producció en col·laboració a TVC: entre Bèlgica i els EUA (amb la sèrie *Els barrufets*), entre Alemanya, Àustria i el Japó (*Vicky el víking* i *L'abella Maia*), Bèlgica i França (*Spirou* i *SamSam*) i Corea del Sud i França (*El meu amic gegant*, sobretot).

[404] Per tal de conservar la uniformitat metodològica en el tractament de les dades, les produccions en les quals intervenen empreses catalanes i d'altres llocs d'Espanya s'han assimilat al concepte *producció en col·laboració*.

Només el Regne Unit mostra un comportament diferent: coprodueix principalment documentals amb els EUA (TV3 i 33) i documentals i animació amb el Canadà (al 33 i al Super3/300/3XL, respectivament).

Taula 49. TVC. Principals coproduccions i tipologia de programes emesos durant l'any 2010.

Produccions en col·laboració	Hores TVC	Principals productes
Canadà / França	647,1	Animació (S3/300/3XL)
Catalunya / Resta d'Espanya	196,5	Llargmetratges (S3/300/3XL)
EUA / Regne Unit	156,1	Documentals (TV3 i 33),
Bèlgica / EUA	89,4	Animació (S3/300/3XL)
Alemanya / Àustria / Japó	73,8	Animació (S3/300/3XL)
Canadà / Regne Unit	67,3	Documentals (33), Animació (S3/300/3XL)
Bèlgica / França	52,1	Animació (S3/300/3XL)
Corea del Sud / França	47,6	Animació (S3/300/3XL)

Font: CAC a partir de les dades del seguiment de la producció europea emesa per TV3, 33 i Super3/300/3XL.

5. La producció pròpia de TVE a Catalunya

Al llarg de l'any 2010, TVE ha generat un total d'11.605 hores de producció pròpia, de les quals TVE a Catalunya n'ha produït una cinquena part, segons informació facilitada pel prestador. En concret, el centre de Sant Cugat ha realitzat 2.133 hores de producció pròpia, 123 hores més que l'any 2009, cosa que representa un increment del 6,1% (vegeu la taula 50). Si es té en compte el nombre d'hores de producció pròpia de TVE a Catalunya en els últims anys, s'observa una recuperació progressiva del volum de producció, que el 2007 va patir un descens de gairebé el 30% d'hores respecte del 2006. En els últims tres anys, i a excepció d'un decreixement lleu el 2009, la producció pròpia de TVE a Catalunya s'està apropant als nivells assolits l'any 2001.

Taula 50. Hores de producció de TVE a Catalunya. Període 2001-2010

	Hores	Variació anual (%)
2010	2.133	6,11
2009	2.010	-7,96
2008	2.170	17,5
2007	1.847	-29,47
2006	2.619	0,04
2005	2.618	5,78
2004	2.475	-14,42
2003	2.892	7,99
2002	2.678	15,38
2001	2.321	5,21

Font: TVE a Catalunya.

Si bé el volum global d'hores produïdes per TVE a Catalunya ha augmentat lleugerament durant l'any 2010, aquest creixement ha estat desigual en relació amb la llengua de producció. Quant a la llengua catalana, la xifra de les 506 hores produïdes el 2009 –al voltant d'un terç del total– s'ha reduït en més de la meitat i ha passat a 230 hores el 2010, cosa que representa l'11% del total produït al centre de Sant Cugat. En contraposició, la producció pròpia de TVE a Catalunya en llengua castellana s'ha incrementat en un 20%: de 1.503 hores el 2009 a 1.903 el 2010 (vegeu la taula 51).

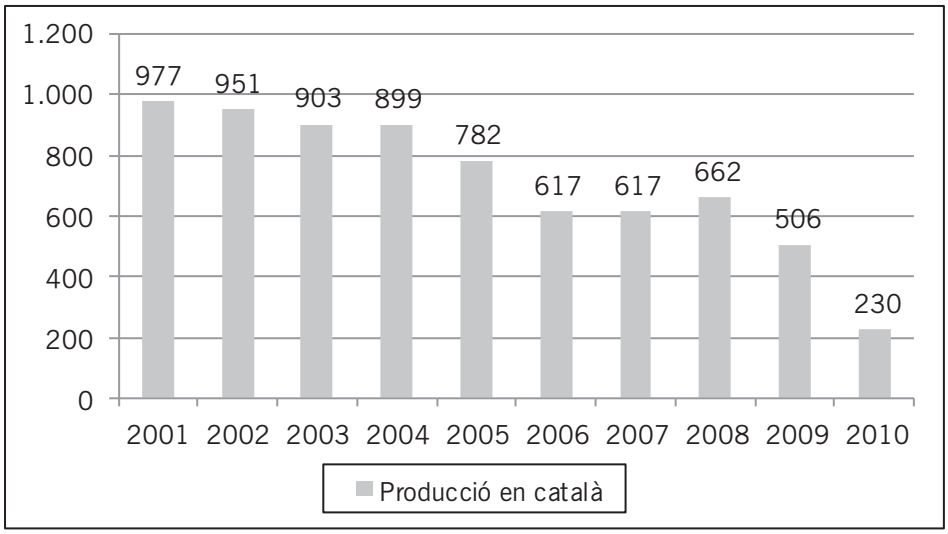
Taula 51. Hores de producció de TVE a Catalunya. Període 2009-2010

	Temps	Variació any anterior (%)
Producció en català 2010	230 hores	-120,0
Producció en castellà 2010	1.903 hores	26,6
Total 2010	**2.133 hores**	**6,1**
Producció en català 2009	506 hores 18 min	-30,8
Producció en castellà 2009	1.503 hores 18 min	-0,2
Total 2009	**2.009 hores 36 min**	**-7,9**

Font: TVE a Catalunya.

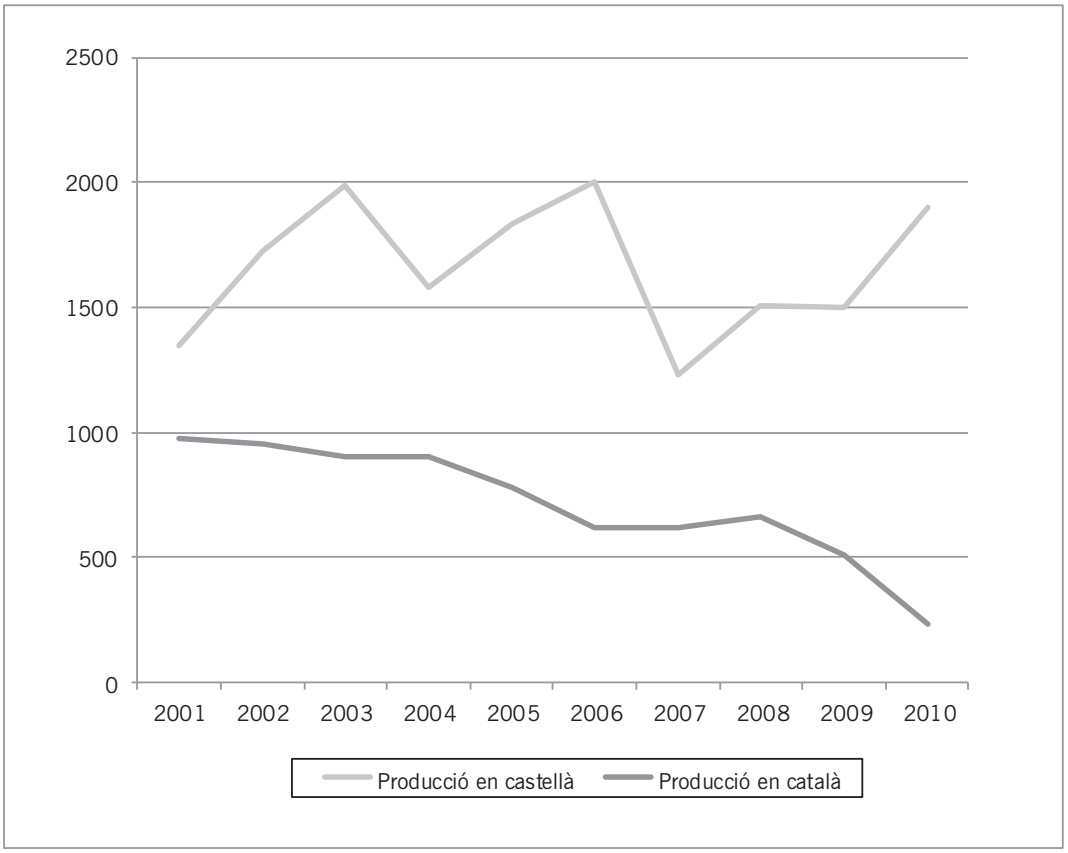
Com es mostra al gràfic 29, la producció en català de TVE a Catalunya ha anat disminuint al llarg de l'última dècada, amb alguns anys d'estabilitat i un lleu repunt a l'alça el 2008 que va enllaçar amb una caiguda continuada en els darrers dos anys. En comparació, durant el 2010 s'ha realitzat una quarta part de les hores produïdes en català el 2001, amb una diferència de 747 hores. Si es comparen les dades de producció pròpia en català i castellà es constata una tendència divergent entre ambdues llengües en els últims deu anys. L'any 2001 el volum de producció de TVE a Catalunya en català i en castellà estava gairebé equiparat i, a cada exercici anual, el nombre d'hores de producció en castellà tendeix a l'increment, mentre que el nombre d'hores en català ho fa a la regressió (vegeu el gràfic 30).

Gràfic 29. Hores de producció pròpia de TVE a Catalunya en català. Període 2001-2010



Font: TVE a Catalunya.

Gràfic 30. Hores de producció pròpia de TVE a Catalunya en català i castellà. Període 2001-2010



Font: TVE a Catalunya.

La programació i la producció de TVE a Catalunya

El setembre de 2010, el centre de TVE a Catalunya a Sant Cugat assumeix la gestió de La 2 i de Teledeporte, en un procés que s'inicia en part el mes de juny, quan el Consell d'Administració de RTVE aprova la remodelació de la programació i els continguts de La 2. Es crea una direcció específica per al canal, que assumeix Montse Abbad, directora aleshores de TVE a Catalunya. El setembre, La 2 estrena una nova programació, en la qual es reubiquen els continguts del canal Cultura.es a la franja de tarda i nit. La programació en català es manté, però amb alguns canvis d'horari: s'estrena una franja en català al vespre de dilluns a divendres i s'elimina la franja de dissabtes a la nit. Quant a Teledeporte, que també gestiona TVE a Catalunya, se'n renova i se'n digitalitza la redacció i s'incorporen informatius a la graella, entre els quals, l'espai de la nit *Deporte.es*, que es realitza des de Sant Cugat.

Durant el 2010, a les desconnexions en català de TVE han vist la llum nous programes, com ara l'espai de debat futbolístic *Sempre positius*, presentat per Rogeli Vázquez i Maria José Màlia, *Gent de paraula*, programa d'entrevistes a càrrec de Cristina Puig, o *Racons de Verd*, un espai documental sobre parcs naturals de Catalunya, sota la direcció de Jaume Sañé i la realització de Marcel·lí Gili. I al llarg de l'any es continuen emetent programes com *L'informatiu, 59 segons*, *Continuarà*, *Memòries de la tele*¸ *Terra Verda*, *Gran Angular*, *Aquí parlem* o *La Missa*. D'altres, com l'espai esportiu *ZigaZaga*, es van acomiadar de la graella televisiva.

Amb motiu de les eleccions al Parlament de Catalunya del 28 de novembre de 2010, TVE a Catalunya emet dues edicions especials –el 9 i 10 de novembre– del programa *Tinc una pregunta per a vost*è, conduït per Maria Casado, en què 60 ciutadans formulaven preguntes als candidats a les eleccions. Els programes s'emeten per La 1 en desconnexió per a Catalunya i pel canal 24 Horas per a la resta de l'Estat, per primer cop en modalitat dual (català i castellà).

Com ja s'ha apuntat, les hores de producció en castellà de TVE a Catalunya creixen el 2010. El centre de producció de Sant Cugat continua amb la producció d'espais per a la graella estatal, entre els quals, *Redes*, *El escarabajo verde*, *Tres 14*, *Página 2*, *Repor o Miradas 2*. Destaquen també els 3.000 programes que

l'abril de 2010 compleix el concurs *Saber y ganar*, presentat per Jordi Hurtado i que fa 13 anys que està en antena, i l'estrena, el mes de març, del magazín *Para todos La 2*, programa contenidor en directe conduït per Montse Tejera y Juanjo Pardo, que s'emet de dilluns a divendres entre les 13 i les 14 h i que inclou notícies, debats, reportatges, entrevistes i espais dedicats a la sanitat, la igualtat, l'esport i les ONG.

6. El pluralisme en els teleinformatius de les televisions

Durant l'any 2010, el Consell ha continuat realitzant el seguiment de l'observança del pluralisme polític i social en els mitjans audiovisuals. D'aquesta manera es dóna compliment a allò que estableix la lletra *d* de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en relació amb la normativa reguladora de l'audiovisual, així com l'article 38 de la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya.

El seguiment es realitza mitjançant dos tipus d'informes. D'una banda, informes mensuals de pluralisme polític; de l'altra, informes sectorials, que el 2010 es van concretar en l'anàlisi del tractament de la informació esportiva durant el primer trimestre de l'any.

D'acord amb la planificació anual del Consell s'han analitzat, pel que fa a les emissions d'abast català, teleinformatius de TV3 (*Els matins*, *TN migdia* i *TN vespre*), el 3/24 (un diari), TVE a Catalunya (*L'Informatiu migdia*, *L'Informatiu vespre* i *L'Informatiu cap de setmana*) i 8tv (*Notícies 8*). Pel que fa a les televisions d'àmbit local, davant la impossibilitat d'abastar-ne de forma exhaustiva la realitat a Catalunya, el Consell va optar per incloure de forma permanent en la mostra dels informes mensuals de pluralisme polític el canal de titularitat pública Barcelona TV i, addicionalment, un altre canal local que canvia cada trimestre. Les televisions d'àmbit local que s'han analitzat al llarg de 2010 han estat: Barcelona TV (tot l'any), Canal Terrassa Vallès (primer trimestre), Garraf TV (segon trimestre), TAC 12 (tercer trimestre) i Penedès TV (quart trimestre). Aquesta distribució és el que determina que la mostra de l'informe sectorial sobre informació esportiva inclogui els teleinformatius de Canal Terrassa Vallès i els de Barcelona TV.

En total s'han analitzat 3.125 teleinformatius que representen més de 1.700 hores d'informació i s'han indexat més de 23.000 inserts[405] d'actors polítics amb temps de paraula.

6.1. El pluralisme polític en les televisions d'àmbit català

El pluralisme polític s'analitza en aquest apartat a partir de dos indicadors principals. En primer lloc, es quantifica el temps de notícia que cada televisió (les públiques TV3, 3/24 i TVE a Catalunya i la privada 8tv) dedica als diferents fets informatius de l'any 2010. D'aquesta manera s'obté una imatge de l'actualitat informativa oferta per les diferents televisions. En segon lloc, es mostra el repartiment del temps de paraula entre els diferents actors polítics (i les corresponents agrupacions) i la presència de les dones com a representants de partits i d'institucions.

6.1.1 Context informatiu

Pel que fa als fets informatius amb una rellevància més gran en temps de notícia en el conjunt de l'any 2010, destaca, excloses les informacions esportives[406] i la informació meteorològica, l'atenció prestada a la crisi econòmica i financera, amb gairebé 93 hores d'informació. D'aquesta manera no només es repeteix la preeminència en termes quantitatius d'aquest tema respecte de l'any anterior, sinó que fins i tot s'incrementa el temps dedicat en un 20% (passa de 76 a 93 hores). En el marc d'aquestes informacions s'inclouen alguns fets que han estat objecte d'atenció mediàtica important: la vaga general celebrada el 29 de setembre (més de 5 hores), les informacions sobre la reforma del mercat de treball (gairebé 4 hores) o la reforma del sistema de pensions (prop de 2 hores). De la mateixa manera que durant el 2009, la presència de les informacions sobre la crisi econòmica és destacada i constant els dotze mesos de l'any, entre els quals destaca el de maig, que acumula gairebé 15 hores com a conseqüència, sobretot, de l'atenció informativa atorgada als plans de reducció dels pressupostos anunciats pel Govern de l'Estat i pel de Catalunya.

[405] El concepte *insert* es defineix com la inserció d'imatges i veu d'un actor sense que hi intervingui cap mena de locució per part del mitjà.
[406] El concepte *informació esportiva* inclou totes les notícies sobre esports, independentment de la seva ubicació o no en el bloc esportiu (secció d'esports del teleinformatiu).

Les eleccions al Parlament de Catalunya del 28 de novembre són el segon ítem de l'agenda informativa de les televisions d'àmbit català el 2010, amb un temps de notícia de 38 hores. Val a dir que aquest còmput no es limita al període de campanya electoral legalment establert (quinzena durant la qual s'hi van dedicar 12 hores i 21 minuts, és a dir, menys de la tercera part del temps total), sinó que inclou informacions prèvies i posteriors a aquest període.

El tercer ítem informatiu amb més temps de notícia ha estat la tramitació de diferents recursos d'inconstitucionalitat contra el nou Estatut d'autonomia de Catalunya, així com la primera sentència que resolia un dels recursos i la consegüent manifestació de protesta celebrada el 10 de juliol a Barcelona. El conjunt d'aquestes informacions va representar un total de 23 hores, que, a més, es van concentrar essencialment durant el mes de juliol (exactament, 11 hores i 45 minuts, un 51% del total). A continuació, els diversos casos de presumpta corrupció suposen 22 hores d'informació: el cas Palau de la Música Catalana ocupa 15 hores i 31 minuts; el cas Pretòria, 3 hores; i el cas Gürtel, 2 hores i 20 minuts. La resta del temps de notícia dedicat a aquest tema fa referència a d'altres casos de possible corrupció. Aquesta xifra suposa un descens de 10 hores respecte del 2009, any d'inici del tractament mediàtic dels tres principals casos esmentats. Val a dir que la major part del temps sobre el cas Palau (10 hores del total anyal de 15) es concentra en els mesos de juny i juliol, quan coincideixen informacions sobre la instrucció judicial del cas i la creació d'una comissió d'investigació al Parlament de Catalunya.

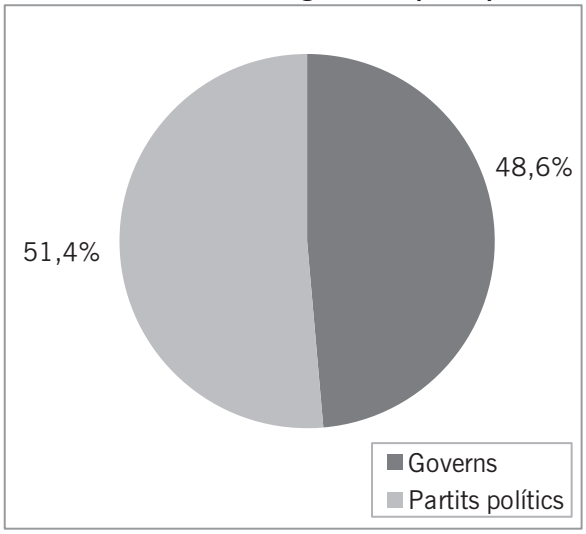
D'altra banda, un fet conjuntural com el temporal de fred i de neu del mes de març i un altre estructural com és la immigració, amb 11 hores cadascun, se situen com els següents ítems informatius per temps de notícia el 2010. Les informacions sobre immigració, un tema que ha incrementat el temps de notícia dedicat l'any 2009 (de 7 a 11 hores), es troben repartides de manera homogènia al llarg de tot l'any.

Finalment, també cal mencionar ítems com la investigació sobre l'incendi d'Horta de Sant Joan de juliol de 2009 i les informacions sobre ETA, amb un temps de més de 9 hores.

6.1.2 Televisions de titularitat pública: TV3, 3/24 i TVE a Catalunya

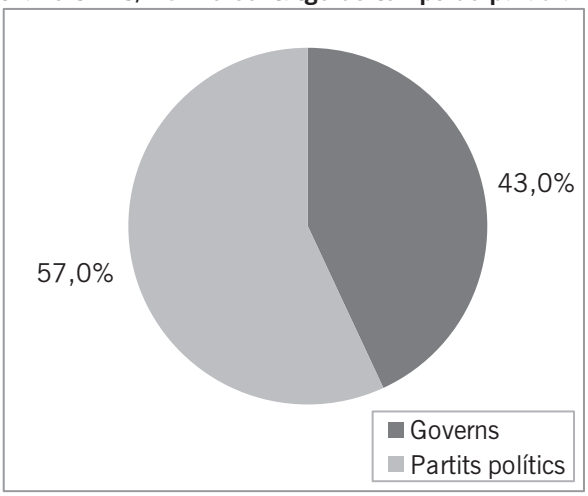
Prenent com a 100% el sumatori dels temps de paraula dels governs (el Govern de Catalunya, el Govern de l'Estat i els governs locals) i el dels partits polítics, s'observa que els temps del conjunt de forces polítiques és superior al 50% en els tres canals públics analitzats. Aquesta xifra capgira la dada de l'any 2009, quan els governs, presos en el seu conjunt, obtenien més de la meitat del temps del sumatori esmentat. Les dades de cada televisió oscil·len entre el 51,4% de TV3 i el 57% del 3/24 (vegeu els gràfics 31, 32 i 33).

Gràfic 31. TV3. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



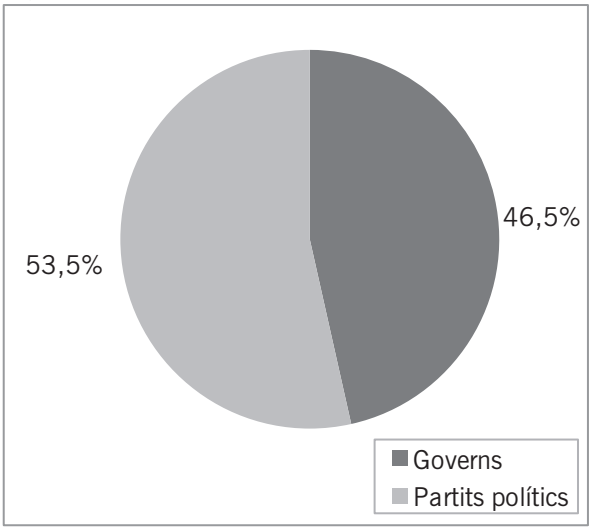
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 32. 3/24. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 33. TVE a Catalunya. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



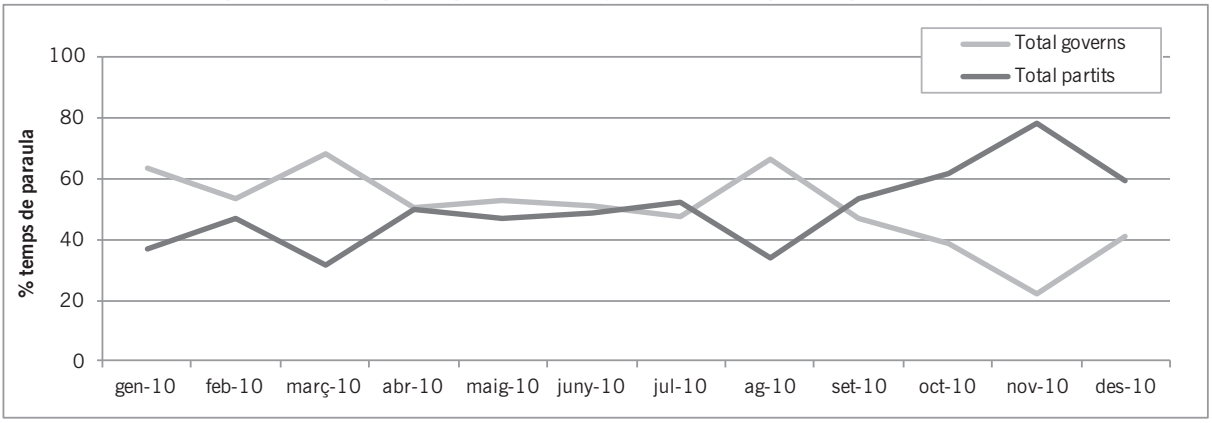
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Aquest tomb en les dades té relació amb l'impacte de les eleccions al Parlament en les informacions, atès que una contesa electoral sempre augmenta l'atenció sobre els partits en detriment dels governs. A més, tal com s'ha comentat en l'apartat sobre el context informatiu, l'abast temporal de les eleccions ultrapassa el període electoral, cosa que explica, si més no parcialment, que el darrer trimestre de l'any els governs quedin per sota dels partits a les tres televisions públiques aquí analitzades.

Per contra, les agrupacions de Govern superen amb diferència les de partit en dos moments: el mes de març, com a conseqüència dels efectes del temporal de vent i neu esmentat més amunt, i el mes d'agost, en què les informacions lligades al període d'estiu, l'alliberament de dos cooperants catalans segrestats a Mauritània o les negociacions de les condicions laborals dels controladors civils de trànsit aeri van concentrar la majoria del temps de paraula dels executius.

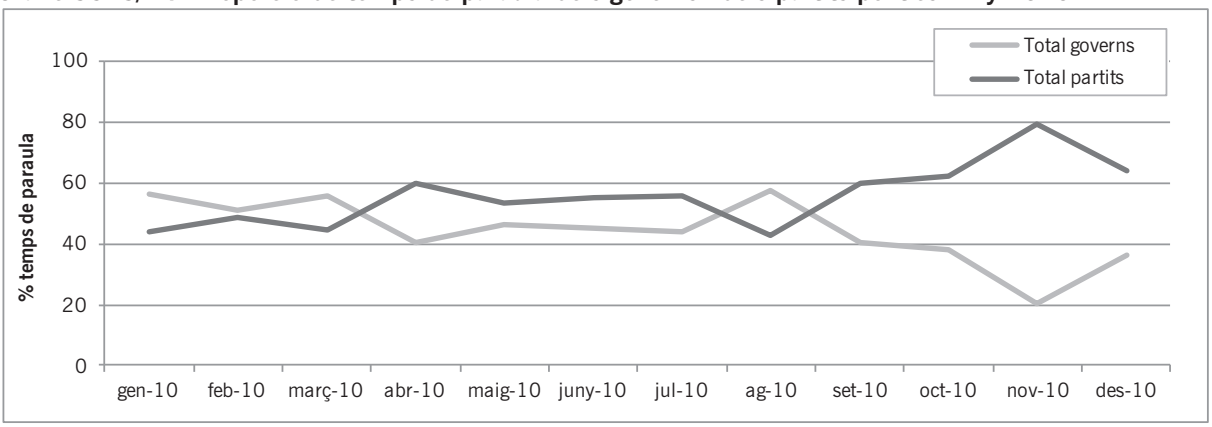
Així doncs, l'atenció informativa prolongada en el temps sobre les eleccions al Parlament pel que fa al major temps de paraula dels partits i els diferents fets conjunturals d'impacte informatiu més concentrat pel que fa al temps dels governs dibuixen unes oscil·lacions mensuals al llarg del 2010, molt similars en els tres canals de titularitat pública (vegeu els gràfics 34,35 i 36).

Gràfic 34. TV3. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



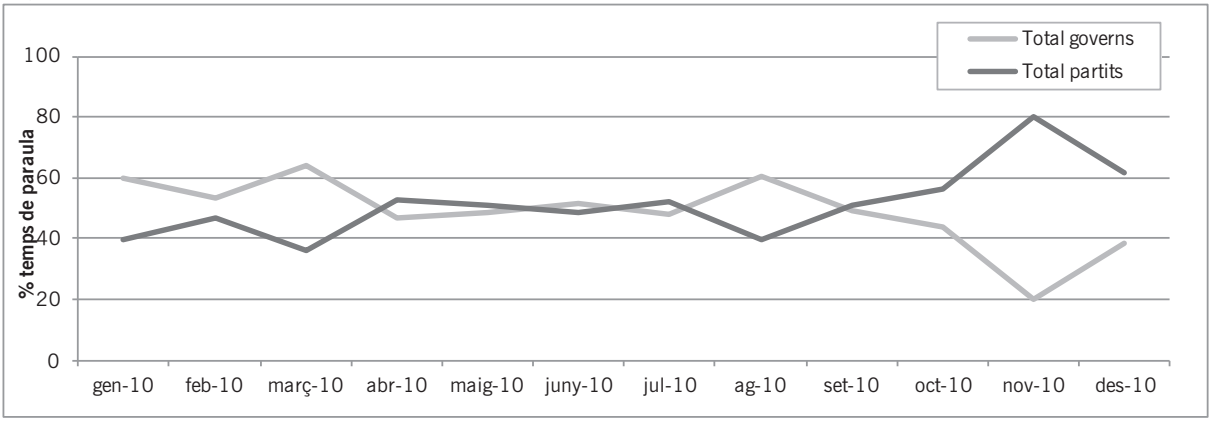
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 35. 3/24. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 36. TVE a Catalunya. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

En referència al conjunt dels diferents governs, el Govern de Catalunya i el Govern de l'Estat obtenen els percentatges de temps de paraula més alts en els tres casos. Així, conjuntament, aquests dos governs ocupen entorn d'un terç del

total de temps de paraula del sumatori *governs* més *partits* (el 38,5% a TV3, 35,7% al 3/24 i 34,4% a TVE a Catalunya). La distribució del temps entre ambdós governs és força igualitària a TV3 (2 punts percentuals a favor del Govern de Catalunya), gairebé idèntica al 3/24 (on el Govern de l'Estat suma una dècima més que el de Catalunya) i més diversa a TVE a Catalunya, on el Govern de Catalunya té 4 punts més que l'estatal.

La diferència més notable respecte de l'any anterior rau en l'atenció mediàtica als governs de les administracions locals. Si el 2009 TVE a Catalunya superava notablement els percentatges atorgats pels dos canals de TVC als governs de les administracions locals, durant el 2010 és TV3 qui més temps hi dedica, en concret un 7,5% del temps davant el 5,1% del 3/24 i el 7,3% de TVE a Catalunya. Val a dir que totes tres televisions han incrementat el temps de paraula d'aquestes administracions a conseqüència, sobretot, de tres ítems informatius desenvolupats principalment el primer trimestre de l'any: les informacions sobre la recerca d'una ubicació del magatzem temporal de residus nuclears, la disposició de l'Ajuntament de Vic sobre l'empadronament de persones immigrades i el temporal de neu del mes de març.

Quant als partits polítics amb representació parlamentària, CiU és l'agrupació que obté més temps de paraula a les tres televisions, oscil·lant entre el 16% del temps de paraula de TVE a Catalunya i el 14,1% de TV3. El segon lloc és per al PSC+PSOE als dos canals de TVC i per al PPC+PP a TVE a Catalunya, mentre que la tercera posició inverteix aquesta correspondència (PPC+PP a TVC i PSC+PSOE a TVE a Catalunya).

L'ordre de la resta de partits és el mateix als tres canals: ERC, ICV-EUiA+IU, C's i SI[407] (vegeu les taules 52, 53 i 54). En relació amb l'any 2009, el canvi més significatiu és la coincidència de CiU com a formació amb més temps de paraula a totes tres televisions en detriment del PPC+PP, que ho era a TV3 i el 3/24.

La presència de forces polítiques sense representació al Parlament de Catalunya en els tres canals de titularitat pública i d'àmbit català se situa entorn del 0,5% del temps de paraula en el conjunt de l'any analitzat, una xifra que

[407] TV3 inclou, també, temps de paraula de membres no adscrits del Grup Mixt al Parlament de Catalunya.

representa un augment de 4 dècimes percentuals respecte del 2009. Les forces sense representació al Parlament de Catalunya obtenen temps de paraula, tant en relació amb la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya del 28 de novembre com en relació amb altres ítems informatius.

Taula 52. TV3. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**18:12:33**	**48,6**
Govern de Catalunya	7:35:44	20,3
Govern de l'Estat	6:48:48	18,2
Govern de les adm. locals catalanes	2:48:51	7,5
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:59:10	2,6
Partits polítics	**19:14:38**	**51,4**
CiU	5:17:31	14,1
PSC + PSOE	4:10:50	11,2
PPC + PP	3:38:35	9,7
ERC	2:44:41	7,3
ICV-EUiA + IU	1:58:08	5,3
C's	0:45:38	2,0
Resta de formacions polítiques	0:33:09	1,5
SI	0:05:52	0,3
Grup Mixt	0:00:14	0,0
Total	**37:27:11**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 53. 3/24. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**06:08:19**	**43,0**
Govern de l'Estat	02:33:24	17,9
Govern de Catalunya	02:32:14	17,8
Govern de les adm. locals catalanes	00:43:52	5,1
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	00:18:49	2,2
Partits polítics	**08:07:17**	**57,0**
CiU	02:05:41	14,7
PSC + PSOE	01:39:45	11,7
PPC + PP	01:38:52	11,6
ERC	01:09:44	8,2
ICV-EUiA + IU	00:51:45	6,0
C's	00:22:41	2,7
Resta de formacions polítiques	00:16:12	1,9
SI	00:02:37	0,3
Total	**14:15:36**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 54. TVE a Catalunya. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010

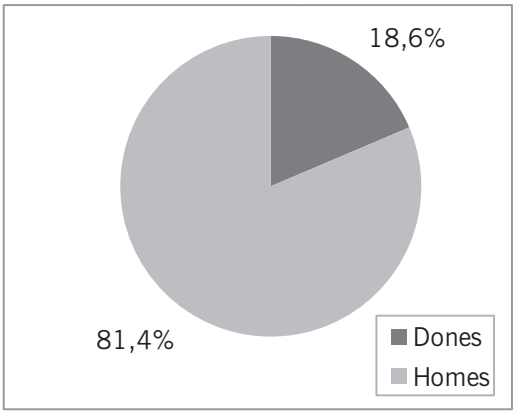
Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**07:49:20**	**46,5**
Govern de Catalunya	03:13:50	19,2
Govern de l'Estat	02:33:15	15,2
Govern de les adm. locals catalanes	01:13:34	7,3
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	00:48:41	4,8
Partits polítics	**09:00:16**	**53,5**
CiU	02:41:45	16,0
PPC + PP	01:56:31	11,5
PSC + PSOE	01:35:41	9,5
ERC	01:22:33	8,2
ICV-EUiA + IU	00:49:28	4,9
C's	00:25:27	2,5
Resta de formacions polítiques	00:06:26	0,6
SI	00:02:25	0,2
Total	**16:49:36**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Pel que fa als actors polítics, TV3 dóna temps de paraula a 1.125 persones diferents al llarg de l'any; el 3/24, a 527 i TVE a Catalunya, 637. Els representants polítics amb més temps de paraula als tres canals són, per aquest ordre, José Montilla, Artur Mas i José Luis Rodríguez Zapatero a TV3 i el 3/24 i Artur Mas, José Montilla i Alícia Sánchez-Camacho a TVE a Catalunya.

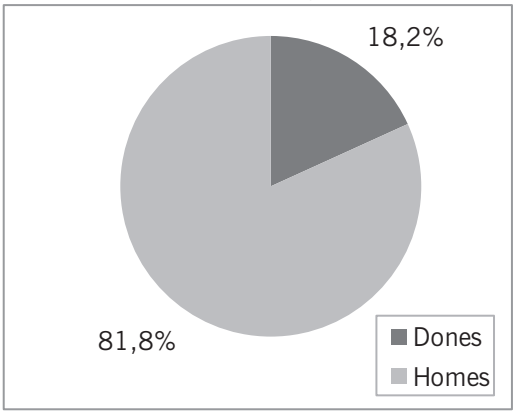
A diferència de l'any 2009, quan la presència de dones en el conjunt d'agrupacions d'actors polítics, ja sigui com a representants dels partits polítics o de les institucions, se situava per primera vegada per sobre del 20%, durant el 2010 cap de les tres televisions públiques no assoleix aquesta proporció: 18,6% a TV3, 18,2% al 3/24 i 19,8% a TVE a Catalunya (vegeu els gràfics 37, 38 i 39). La dona amb més temps de paraula és Alícia Sánchez Camacho, presidenta del PPC.

Gràfic 37. TV3. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Any 2010



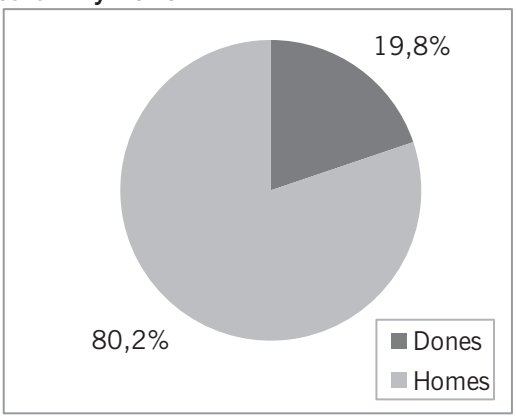
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 38. 3/24. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 39. TVE a Catalunya. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Any 2010

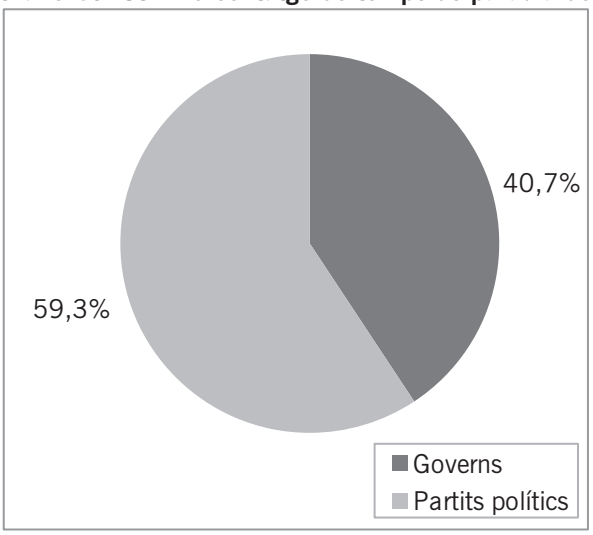


Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.1.3 Televisió de titularitat privada: 8tv

8tv coincideix amb els prestadors de titularitat pública en el fet de donar més pes als partits que als governs i ho fa amb un percentatge més dispar: atorga un 59,3% del sumatori del temps de governs i partits polítics als diferents partits (vegeu el gràfic 40).

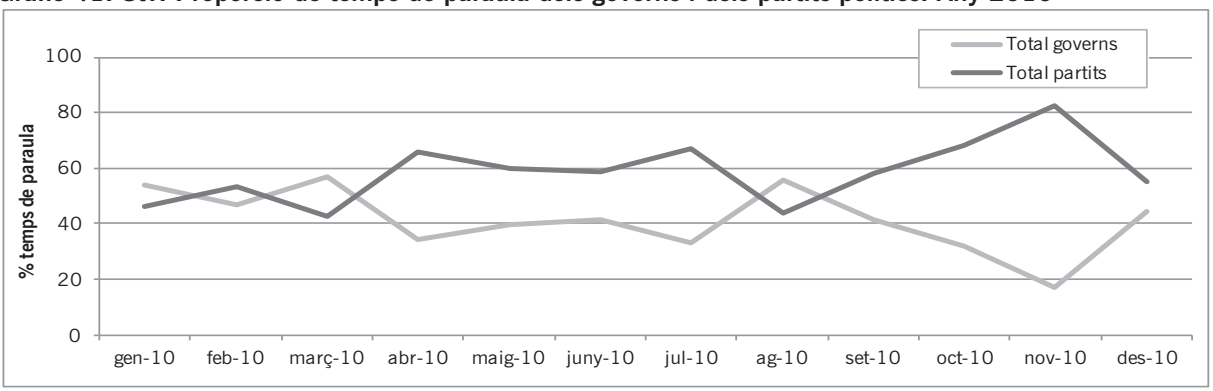
Gràfic 40. 8tv. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Una anàlisi diacrònica dels temps de paraula d'aquestes agrupacions mostra el predomini de la presència dels partits al llarg de l'any, amb excepció dels mesos de gener (amb un temps de paraula superior a l'habitual dels governs de les administracions locals catalanes repartit en diversos ítems), març (a causa del pes governamental en les informacions sobre el temporal de neu) i agost (mes que usualment presenta una activitat més baixa dels partits). (Vegeu el gràfic 41).

Gràfic 41. 8tv. Proporció de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Pel que fa als governs, el Govern de l'Estat (19,9%) i el Govern de Catalunya (14,9%) tenen els percentatges més elevats de temps de paraula. Aquests resultats mostren una davallada molt important del temps dedicat al Govern estatal, atès que baixa del 34,3% el 2009 al 19,9% el 2010. Els governs locals (Ajuntament de Barcelona i la resta de consistoris catalans) no arriben al 6%.

Pel que fa als partits polítics amb representació parlamentària a 8tv, CiU és l'agrupació que obté més temps de paraula (14,4%), seguida del PPC+PP (13,9%) i el PSC+PSOE (10,7%). Amb una presència menor es troben ERC, ICV-EUiA+IU i la resta de formacions polítiques (vegeu la taula 55). En relació amb l'any anterior, s'observa un intercanvi de posicions entre el PPC+PP i CiU, tot recuperant l'ordenació del 2008.

8tv, de la mateixa manera que els prestadors públics analitzats, atorga un 0,7% del temps de paraula dels actors polítics a formacions polítiques extraparlamentàries.

Taula 55. 8tv. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010

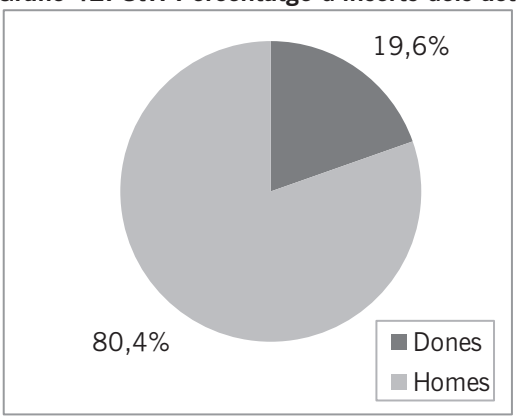
Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**01:27:48**	**40,7**
Govern de l'Estat	00:42:50	19,9
Govern de Catalunya	00:32:10	14,9
Govern de les adm. locals catalanes	00:08:39	4,0
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	00:04:09	1,9
Partits polítics	**02:07:54**	**59,3**
CiU	00:31:09	14,4
PPC + PP	00:29:55	13,9
PSC + PSOE	00:23:10	10,7
ERC	00:20:54	9,7
ICV-EUiA + IU	00:16:18	7,6
C's	00:03:11	1,5
Resta de formacions polítiques	00:02:49	1,3
SI	00:00:28	0,2
Total	**03:35:42**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

8tv dóna temps de paraula a 261 actors polítics diferents. D'entre aquests, els representants polítics amb més temps de paraula són, per aquest ordre, Artur Mas, José Luis Rodríguez Zapatero i José Montilla.

Els inserts de dones, ja sigui com a representants dels partits polítics o de les institucions, representen el 19,6% del total d'inserts d'actors polítics, una xifra similar a la dels prestadors públics i que significa una davallada de 5 punts percentuals respecte del 2009 (vegeu el gràfic 42). Igual que als prestadors públics d'àmbit català, Alícia Sánchez-Camacho és la dona amb més temps de paraula.

Gràfic 42. 8tv. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.2 El pluralisme polític en les televisions d'àmbit local

En aquest punt s'analitzen les dades relatives a l'observança del pluralisme corresponents a cinc canals d'àmbit local: Barcelona TV, Terrassa Vallès, Garraf TV, TAC 12 i Penedès TV. S'ofereixen dades sobre els fets informatius amb més rellevància, en termes de temps de notícia, durant l'any 2010, i les dades sobre el temps de paraula dels actors polítics, el pluralisme polític des del punt de vista estrictament municipal i la presència de les dones.

6.2.1 Context informatiu

Val a dir que les mostres sobre les quals s'elabora aquest apartat són diferents per a la televisió pública de Barcelona, amb un seguiment diari durant tot l'any, i per a la resta de televisions, de les quals s'analitza un únic trimestre i diferent per a cadascuna: Canal Terrassa Vallès, primer trimestre; Garraf TV, segon; TAC12, tercer; Penedès TV, quart. Aquest diacronia influeix en els temes objecte d'atenció periodística.

Taula 56. Televisions d'àmbit local. Principals ítems informatius per temps de notícia. Any 2010

Ordre (temps de notícia)	**Barcelona TV**	**Canal Terrassa Vallès**	**Garraf TV**	**TAC 12**	**Penedès TV**
Període	*Tot l'any*	*I Trimestre*	*II Trimestre*	*III Trimestre*	*IV Trimestre*
1r	Crisi econòmica	Crisi econòmica	Crisi econòmica	Crisi econòmica	Eleccions al Parlament
2n	Eleccions al Parlament	Festival de Jazz de Terrassa	Festivitat de Sant Jordi	Cicle festiu (Santa Tecla, Sant Magí, etc.)	Activitat castellera
3r	Casos de corrupció	Festivitat de Carnestoltes	Crisi de govern a l'Ajuntament de Cubelles	Activitat castellera	Crisi econòmica
4t	Consulta sobre la reforma de la Diagonal	Transició a la TDT	Procés de matriculacions escolars	Inici del curs escolar	Festivitat del Nadal

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Tal com es pot aprecia a la taula 56, l'ítem informatiu que ha condicionat més l'actualitat informativa reflectida pels canals d'àmbit local al llarg del 2010 és, com a les televisions d'àmbit català, la situació de crisi econòmica, amb especial atenció a les seves conseqüències en els àmbits municipal i comarcal de referència. Entre els quatre primers per temps de notícia, és l'únic tema coincident a tots els canals analitzats.

Un segon tret definidor del tractament de l'actualitat per aquestes televisions és, precisament, el caràcter local de les seves informacions, ja siguin d'ordre polític (per exemple, la consulta sobre la reforma de la Diagonal a Barcelona TV; la crisi de govern a l'ajuntament de Cubelles a Garraf TV) o cultural o festiu (per exemple, la celebració del Carnestoltes al Canal Terrassa Vallès; les diferents festes majors a TAC 12).

Finalment, les eleccions al Parlament de Catalunya apareixen com un dels ítems principals en aquelles televisions la mostra de les quals ha coincidit cronològicament amb la celebració dels comicis (Barcelona TV i Penedès TV). Canal Terrassa Vallès i Garraf TV, analitzades respectivament el primer i segon trimestres de 2010 i, per tant, lluny de les eleccions, no hi dediquen temps de notícia.

Pel que fa a **Barcelona TV** (única de les televisions locals monitorada durant tot l'any), a més dels ítems *crisi econòmica* i *eleccions al Parlament*, en tercer lloc

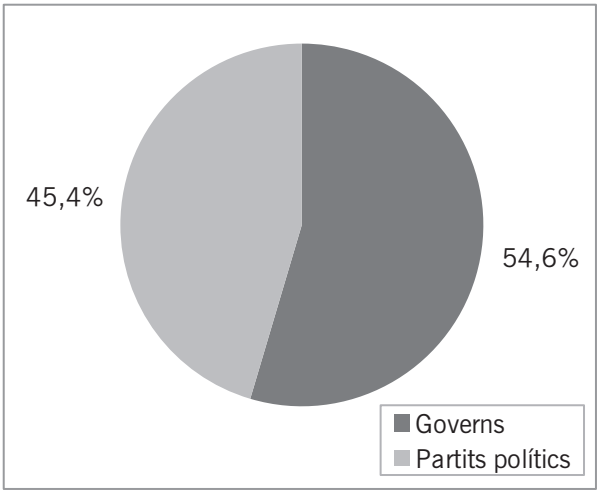
hi apareix *casos de corrupció*, on el cas Palau ocupa la major part del temps de notícia del conjunt de casos de presumpta corrupció (el tercer tema en temps de notícia). Aquest predomini (5 hores i 35 minuts) sobre els casos Pretòria i Gürtel (32 i 22 minuts, respectivament) té relació amb la referència territorial de Barcelona del cas Palau.

Com a quart ítem informatiu amb més presència en els teleinformatius de Barcelona TV apareix, també, un tema circumscrit a la ciutat de Barcelona: la consulta sobre la reforma de la Diagonal (gairebé 4 hores).

6.2.2 Televisions locals de titularitat pública: Barcelona TV, Canal Terrassa Vallès, Garraf TV, TAC 12 i Penedès TV

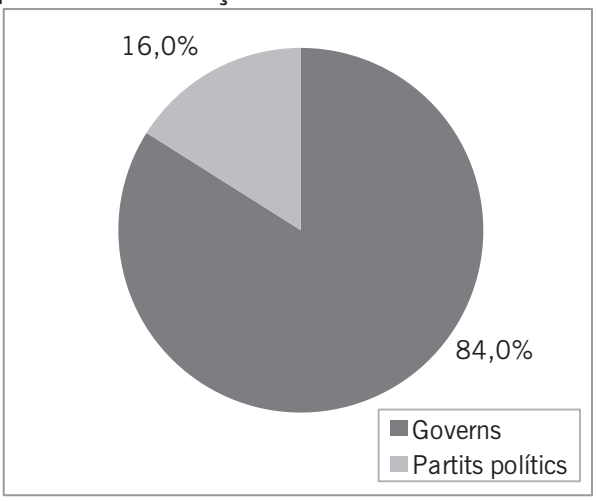
A diferència de les d'àmbit català, totes les televisions locals (excepte Penedès TV) atorguen més del 50% del sumatori del temps de paraula de governs i partits polítics als diferents governs (Govern de Catalunya, Govern de l'Estat i governs locals), en una forquilla que oscil·la entre el 54,6% (Barcelona TV) i el 84% (Canal Terrassa Vallès). Penedès TV, analitzat en el quart trimestre de l'any, coincidint amb les eleccions al Parlament, dedica un 41,3% de temps als diferents governs i un 58,7% als partits polítics (vegeu els gràfics 43, 44, 45, 46 i 47).

Gràfic 43. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010



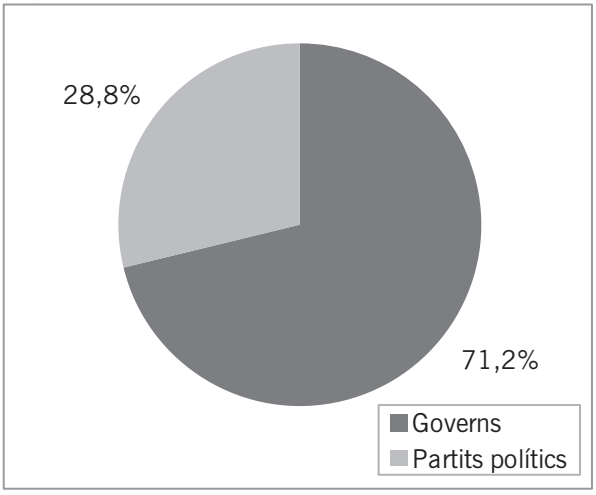
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 44. Canal Terrassa Vallès. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener-març de 2010



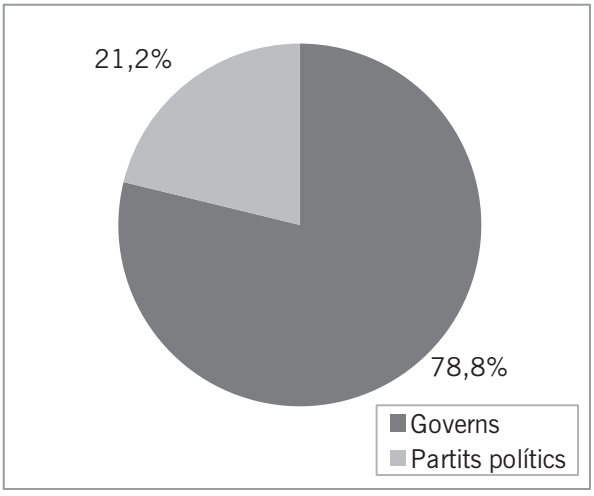
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 45. Garraf TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril-juny de 2010



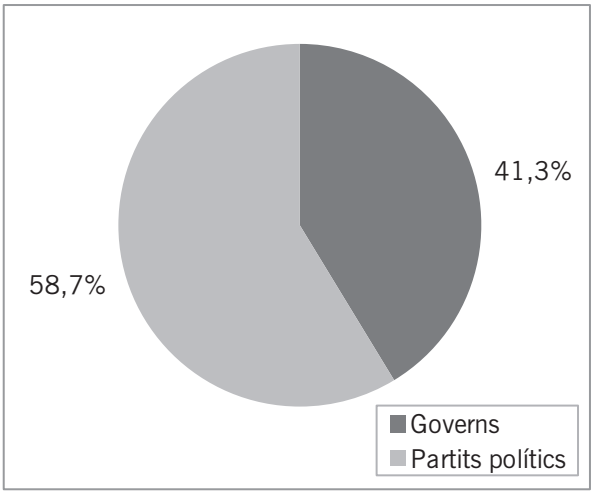
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 46. TAC 12. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Juliol-setembre de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 47. Penedès TV. Percentatge de temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Octubre-desembre de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

En el conjunt dels canals locals públics analitzats, els executius locals registren els percentatges més elevats de temps de paraula d'entre els diversos governs. Tanmateix, cal tenir en consideració l'aproximació diferent de cada televisió local respecte dels governs locals de municipis de la seva demarcació. Deixant de banda Barcelona TV, que serveix un únic municipi, Canal Terrassa Vallès i Penedès TV donen veu a un únic govern local de la demarcació a la qual presten servei, els de Terrassa i Vilafranca, respectivament. Per contra, TAC12 i Garraf TV dediquen temps, respectivament, a 10[408] i a 6 governs locals diferents de la demarcació a la qual serveixen. Els tres primers en temps de paraula són el de Tarragona, Valls i Torredembarra a TAC12 i Vilanova, Sitges i Sant Pere de Ribes a Garraf TV.

Prenent com a referència el sumatori de temps de paraula de tots els governs i de totes les forces polítiques, a Barcelona TV, el Govern de l'Ajuntament de Barcelona assoleix el 22,7% del temps de paraula; el Govern de l'Ajuntament de Terrassa, el 69,7% a Canal Terrassa Vallès; el Govern de l'Ajuntament de Vilanova, el 28,4% a Garraf TV; el Govern de l'Ajuntament de Tarragona, el 23,6% a TAC12 i el de l'Ajuntament de Vilafranca, el 37,3% a Penedès TV.

[408] S'hi inclou el govern municipal de l'entitat municipal descentralitzaza (EMD) la Canonja, que es va constituir com a municipi el 30 d'octubre de 2010.

En relació amb els partits polítics amb representació parlamentària, cal assenyalar que la seva presència està relacionada, en termes generals, amb els grups municipals respectius que es troben a l'oposició.

Així, CiU és l'agrupació que obté més temps de paraula a tots els canals (excepte a Penedès TV), en una forquilla que va des del 12,8% a Barcelona TV fins al 6,5% a TAC12. A Penedès TV, la primera formació parlamentària és el PSC+PSOE, amb un 13% del temps de paraula (vegeu les taules 57, 58, 59, 60 i 61). Tant a aquesta darrera televisió com a Garraf TV es dóna la peculiaritat d'una presència de formacions extraparlamentàries[409] alta, però amb presència en els consistoris de la demarcació respectiva. Concretament, la CUP a ambdues televisions i grups locals de Cubelles i Sitges a Garraf TV.

Taula 57. Barcelona TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Any 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**10:25:09**	**54,6**
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	04:20:04	22,7
Govern de Catalunya	03:24:12	17,8
Govern de l'Estat	02:29:30	13,1
Govern de les administracions locals catalanes	00:11:23	1
Partits polítics	**08:40:06**	**45,4**
CiU	02:26:28	12,8
PPC + PP	02:01:50	10,6
PSC + PSOE	01:44:02	9,1
ERC	01:13:55	6,5
ICV-EUiA + IU	00:45:08	3,9
C's	00:17:25	1,5
Resta de formacions polítiques	00:07:59	0,7
SI	00:03:19	0,3
Total	**19:05:15**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

[409] S'entén per *formacions polítiques extraparlamentàries* aquelles que, o bé havent concorregut a les darreres eleccions al Parlament de Catalunya i/o a les Corts Generals (per qualsevol de les quatre circumscripcions catalanes) no han obtingut representació, o bé han manifestat la seva voluntat de concórrer a les properes eleccions, però actualment no disposen de representació. Tanmateix, quan aquestes formacions apareixen dins de l'àmbit municipal com a oposició dels governs locals no s'aplica la distinció entre formacions parlamentàries i extraparlamentàries.

Taula 58. Canal Terrassa Vallès. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Gener-març de 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**01:27:00**	**84,0**
Govern de l'Ajuntament de Terrassa	01:12:14	69,7
Govern de Catalunya	00:10:57	10,6
Govern de les administracions locals catalanes	00:03:18	3,2
Govern de l'Estat	00:00:31	0,5
Partits polítics	**00:16:37**	**16,0**
CiU	00:09:52	9,5
PPC + PP	00:03:25	3,3
PSC + PSOE	00:02:14	2,2
ERC	00:00:35	0,6
Resta de formacions polítiques	00:00:31	0,5
C's	--	--
Total	**01:43:37**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 59. Garraf TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Abril-juny de 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**1:24:22**	**75,0**
Govern de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú	0:37:58	28,4
Govern de l'Ajuntament de Sitges	0:17:21	13,0
Govern de l'Ajuntament de Sant Pere de Ribes	0:10:08	7,6
Govern de l'Ajuntament de Cubelles	0:09:06	6,8
Govern de Catalunya	0:07:00	5,2
Govern de l'Ajuntament de Canyelles	0:06:45	5,0
Govern de l'Ajuntament d'Olivella	0:02:39	2,0
Govern del Consell Comarcal del Garraf	0:02:23	1,8
Govern de l'Estat	0:01:18	1,0
Govern de les administracions locals catalanes	0:00:41	0,5
Partits	**0:38:32**	**28,8**
CiU	0:12:42	9,5
Resta de formacions polítiques	0:08:19	6,2
PPC + PP	0:06:03	4,5
ERC	0:05:19	4,0
ICV - EUiA + IU	0:03:49	2,9
PSC + PSOE	0:02:20	1,7
C's	--	--
Total	**2:13:51**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 60. TAC12. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Juliol-setembre de 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**1:57:21**	**78,8**
Govern de l'Ajuntament de Tarragona	0:35:13	23,6
Govern de Catalunya	0:22:36	15,2
Govern de l'Ajuntament de Valls	0:13:34	9,1
Govern de l'Ajuntament de Salou	0:11:19	7,6
Govern de l'Ajuntament de Torredembarra	0:08:42	5,8
Govern de l'Ajuntament de Vila-seca	0:06:28	4,3
Govern de l'Ajuntament de Montblanc	0:06:24	4,3
Govern del Consell Comarcal de l'Alt Camp	0:02:55	2,0
Govern de l'Estat	0:02:40	1,8
Govern de l'Ajuntament de Constantí	0:02:30	1,7
Govern de les administracions locals catalanes	0:02:30	1,7
Govern de l'Ajuntament de l'Espluga de Francolí	0:01:14	0,8
Govern del Consell Comarcal de la Conca de Barberà	0:00:42	0,5
Govern de l'Ajuntament de la Secuita	0:00:26	0,3
Govern de l'EMD de la Canonja	0:00:08	0,1
Partits	**0:31:35**	**21,2**
CiU	0:09:44	6,5
PSC + PSOE	0:07:03	4,7
ERC	0:06:17	4,2
PPC + PP	0:03:30	2,4
Resta de formacions polítiques	0:02:44	1,8
ICV - EUiA + IU	0:02:17	1,5
C's	--	--
Total	**2:28:56**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 61. Penedès TV. Temps de paraula dels governs i dels partits polítics. Octubre-desembre de 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Governs	**1:02:12**	**41,3**
Govern de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès	0:56:06	37,3
Govern del Consell Comarcal de l'Alt Penedès	0:03:24	2,3
Govern de Catalunya	0:01:37	1,1
Govern de les administracions locals catalanes	0:00:49	0,5
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	0:00:16	0,2
Partits	**1:28:21**	**58,7**
Resta de formacions polítiques	0:20:50	13,8
PSC + PSOE	0:19:35	13,0
ERC	0:17:10	11,4
ICV - EUiA + IU	0:11:04	7,4
CiU	0:10:08	6,7
PPC + PP	0:08:01	5,3
SI	0:01:33	1,0
Total	**2:30:33**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

A totes les televisions locals analitzades, el principal actor polític en temps de paraula és l'alcalde d'un municipi de la demarcació: Jordi Hereu, alcalde de Barcelona (Barcelona TV); Pere Navarro, alcalde de Terrassa (Canal Terrassa Vallès); Joan Ignasi Elena, alcalde de Vilanova i la Geltrú (Garraf TV); Josep Fèlix Ballesteros, alcalde de Tarragona (TAC 12); Pere Regull, alcalde de Vilafranca del Penedès (Penedès TV). Una característica comuna, excepte a Barcelona TV, és el predomini absolut d'actors de política local entre els que tenen més temps de paraula. Així passa amb els 10 primers actors a Garraf TV i amb 9 dels 10 primers a Canal Terrassa Vallès, TAC12 i Penedès TV.

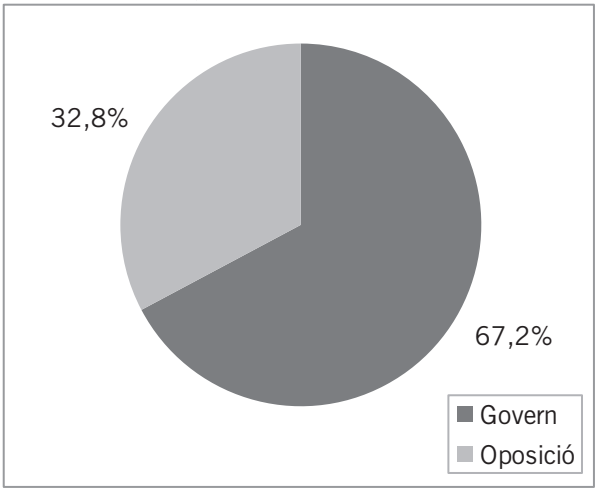
La televisió municipal de Barcelona, en canvi, presenta 5 actors polítics locals entre els 10 primers (l'esmentat Jordi Hereu, Alberto Fernández Díaz, Xavier Trias, Ricard Gomà i Jordi Portabella): coincideixen, doncs, amb les cinc forces representades al Ple municipal durant el període 2007-2011. Aquest comportament diferenciat de Barcelona TV es complementa amb la presència en els llocs 2 a 4 de tres actors d'àmbit no local: José Montilla, Artur Mas i José Luis Rodríguez Zapatero. Alícia Sánchez Camacho i Joan Herrera, en els llocs 8 i 10 completen la relació.

Pel que fa al pluralisme polític des d'una òptica local, les televisions que dediquen el temps a un únic govern de la seva demarcació (Barcelona TV, Canal Terrassa Vallès i Penedès TV) assoleixen percentatges de temps de paraula superiors al 65% del sumatori del temps de paraula de govern i d'oposició: Govern de l'Ajuntament de Barcelona a Barcelona TV (67%), Govern de l'Ajuntament de Terrassa a Canal Terrassa Vallès (89,9%) i Govern de l'Ajuntament de Vilafranca a Penedès TV (66,8%) (vegeu els gràfics 48, 49 i 52).

D'altra banda, dos dels canals analitzats dediquen temps de paraula a més d'un govern municipal de la seva demarcació. Garraf TV dóna temps a 6 governs locals i a les seves 6 oposicions respectives: els governs dels diferents municipis tenen un temps entre el 54,6% i el 95,7% del sumatori *govern* més *oposició*; a Vilanova i la Geltrú, el municipi amb més temps de paraula en valors absoluts, la televisió atribueix un 87,9% a *govern* i un 12,1% a *oposició*.

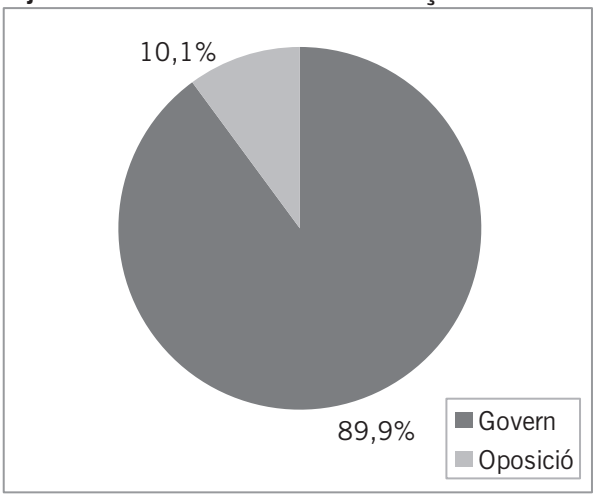
TAC 12, al seu torn, dóna temps de paraula a 10 governs[410] i a 7 oposicions municipals. En aquesta televisió, 3 governs obtenen la totalitat del temps de paraula del sumatori de *govern* i *oposició* (que són els governs amb menys temps absolut de paraula: l'Espluga de Francolí, la Secuita i la Canonja); la resta se situen entre el 82 i el 91,1%. Tarragona, el municipi amb més temps de paraula, suma un 87,7% de temps per al Govern i un 12,3% per a l'oposició municipal (vegeu els gràfics 50 i 51).

Gràfic 48. Barcelona TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició de l'Ajuntament de Barcelona. Any 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

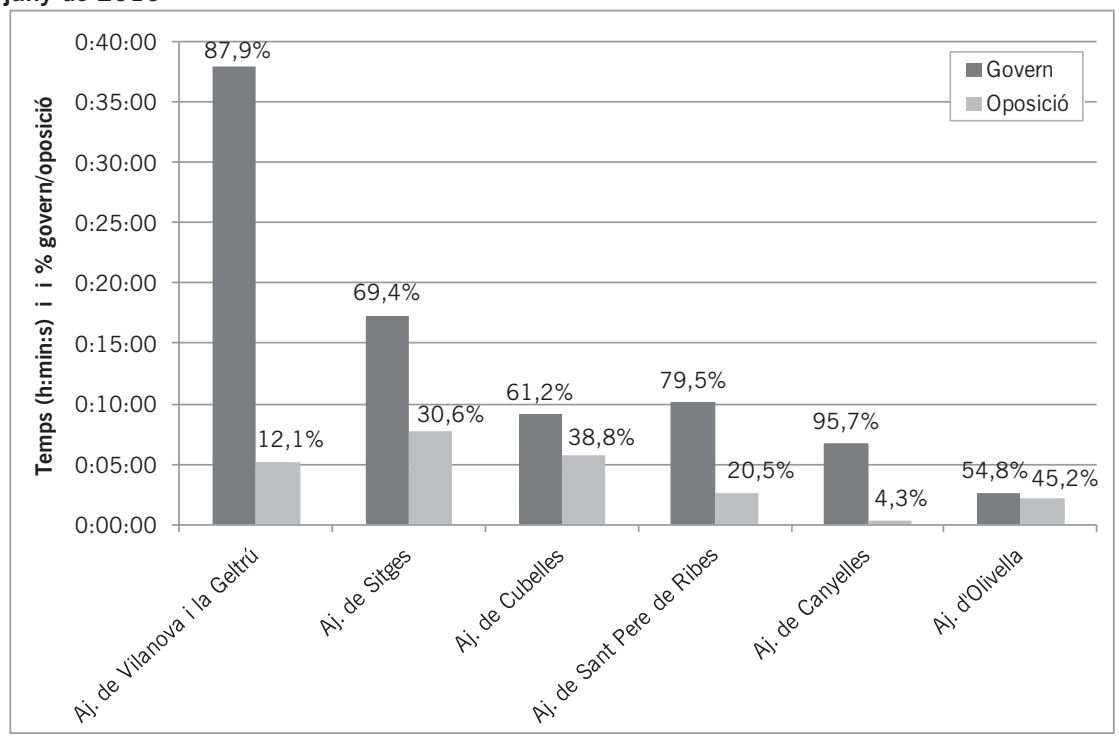
Gràfic 49. Canal Terrassa Vallès. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició de l'Ajuntament de Terrassa. Gener-març de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

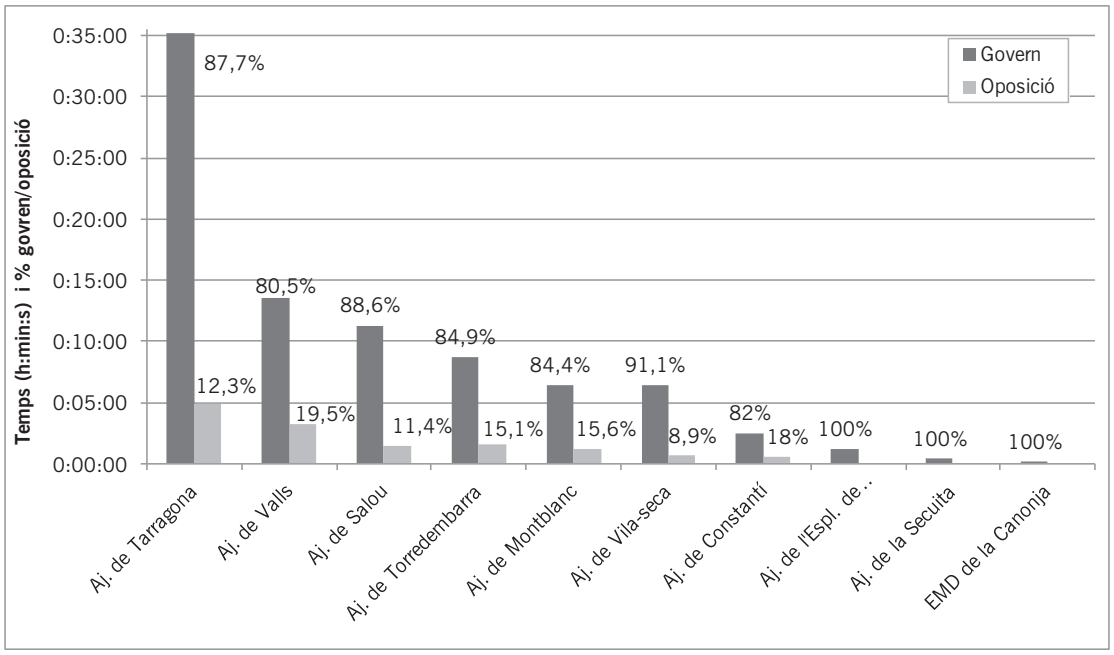
[410] Entre els 10 governs també s'hi inclou el govern municipal de l'EMD la Canonja, que es va constituir com a municipi el 30 d'octubre de 2010.

Gràfic 50. Garraf TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Abril-juny de 2010



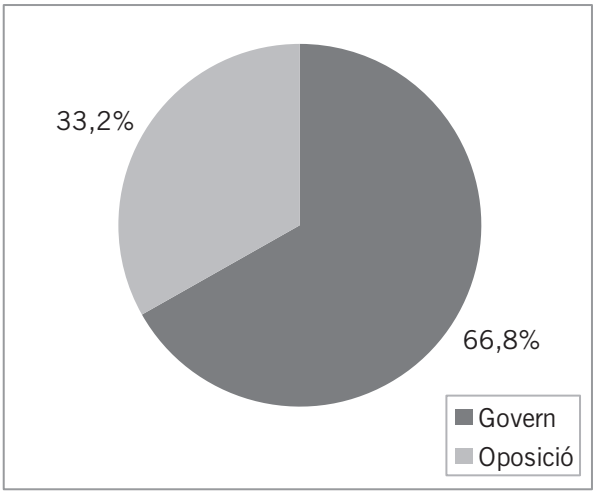
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 51. TAC12. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Juliol-setembre de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 52. Penedès TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès. Octubre-desembre de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Quant als **grups de l'oposició**, en els canals que dediquen temps de paraula a un únic consistori de la demarcació (Barcelona TV, Canal Terrassa Vallès i Penedès TV) hi apareixen tots els grups de l'oposició del municipi respectiu. A Barcelona TV, CiU és el que assoleix més temps de paraula, seguit del PPC i ERC. Al Canal Terrassa Vallès pel que fa a la ciutat de Terrassa, l'oposició es concreta, de més a menys temps de paraula, en CiU i el PPC. A Penedès TV apareixen, en ordre decreixent, les forces de la CUP, ERC, PSC, ICV-EUiA i PPC (vegeu les taules 62, 63 i 66).

En relació amb la presència dels grups de l'oposició municipal en les televisions que donen temps de paraula a més d'un consistori de la demarcació de referència, durant l'any 2010 obtenen temps de paraula agrupacions polítiques de caire local a diversos municipis. Per sobre dels trenta segons de temps de paraula apareixen la CUP de Valls i Alternativa Baix Gaià-EPM a TAC12; la CUP de Vilanova i La Geltrú, Nou Horitzó i Acció per Sitges, UM9 de Sant Pere de Ribes, ICb Cubelles i Independents per Olivella a Garraf TV. Aquestes agrupacions conviuen amb la presència, poca o molta, dels grups municipals corresponents als partits amb representació al Parlament (vegeu les taules 64 i 65).

Pel que fa als municipis amb una atenció més gran en temps de paraula en aquests dos canals, a TAC12 l'oposició a l'Ajuntament de Tarragona representa un 12,3% del temps de paraula del sumatori de *govern* i *oposició*. Hi obtenen temps de paraula (en ordre decreixent) els dos grups de l'oposició, CiU i PPC. A Garraf

TV, al seu torn, també hi tenen temps de paraula els tres grups de l'oposició a l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú: en ordre decreixent, CUP, CiU i PPC. En conjunt assoleixen el 12,1% del sumatori.

Taula 62. Barcelona TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Any 2009

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	04:20:04	67,2
Oposició de l'Ajuntament de Barcelona	02:07:13	32,8
• CiU	00:47:45	
• PPC	00:47:26	
• ERC	00:32:02	
Total	**06:27:17**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 63. Canal Terrassa Vallès. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Gener-març de 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Terrassa	01:12:14	89,9
Oposició de l'Ajuntament de Terrassa	00:08:09	10,1
• CiU	00:04:44	
• PPC	00:03:25	
Total	**01:20:23**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 64. Garraf TV. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Abril-juny de 2010

Agrupació	Temps de paraula	%
Govern de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú	**0:37:58**	**87,9**
Oposició de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú	**0:05:13**	**12,1**
CUP	0:02:11	5,1
CiU	0:01:50	4,2
PPC	0:01:12	2,8
Total	**0:43:11**	100
Govern de l'Ajuntament de Sitges	**0:17:21**	**69,4**
Oposició de l'Ajuntament de Sitges	**0:07:39**	**30,6**
CiU	0:03:03	12,2
ERC	0:01:48	7,2
Nou Horitzó	0:01:02	4,1
Acció per Sitges	0:00:55	3,7
PPC	0:00:51	3,4
Total	**0:25:00**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Sant Pere de Ribes	**0:10:08**	**79,5**
Oposició de l'Ajuntament de Sant Pere de Ribes	**0:02:37**	**20,5**
PPC	0:01:34	12,3
UM9	0:00:49	6,4
CiU	0:00:14	1,8

Total	**0:12:45**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Cubelles	**0:09:06**	**61,2**
Oposició de l'Ajuntament de Cubelles	**0:05:46**	**38,8**
CiU	0:01:45	11,8
Grup Mixt de l'Ajuntament de Cubelles	0:01:20	9,0
PPC	0:01:12	8,1
ICV-EUiA	0:00:46	5,2
ICb Cubelles	0:00:33	3,7
EC-FIC	0:00:10	1,1
Total	**0:14:52**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Canyelles	**0:06:45**	**95,7**
Oposició de l'Ajuntament de Canyelles	**0:00:18**	**4,3**
ERC	0:00:18	4,3
Total	**0:07:03**	100
Govern de l'Ajuntament d'Olivella	**0:02:39**	**54,8**
Oposició de l'Ajuntament d'Olivella	**0:02:11**	**45,2**
CiU	0:01:23	28,6
Independents per Olivella	0:00:48	16,6
Total	**0:04:50**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Taula 65. TAC12. Percentatge de temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Juliol-setembre de 2010

Agrupació	Temps de paraula	% sobre total
Govern de l'Ajuntament de Tarragona	**0:35:13**	**87,7**
Oposició de l'Ajuntament de Tarragona	**0:04:55**	**12,3**
CiU	0:03:36	9,0
PPC	0:01:19	3,3
Total	**0:40:08**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Valls	**0:13:34**	**80,5**
Oposició de l'Ajuntament de Valls	**0:03:17**	**19,5**
CUP	0:01:25	8,4
ERC	0:01:18	7,7
PPC	0:00:34	3,4
Total	**0:16:51**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Salou	**0:11:19**	**88,6**
Oposició de l'Ajuntament de Salou	**0:01:27**	**11,4**
PSC	0:01:27	11,4
Total	**0:12:46**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Torredembarra	**0:08:42**	**84,9**
Oposició de l'Ajuntament de Torredembarra	**0:01:33**	**15,1**
PSC	0:00:39	6,3
Alternativa Baix Gaià-EPM	0:00:36	5,9
ERC	0:00:18	2,9
Total	**0:10:15**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Vila-seca	**0:06:28**	**91,1**
Oposició de l'Ajuntament de Vila-seca	**0:00:38**	**8,9**

PSC	0:00:38	8,9
Total	**0:07:06**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Montblanc	**0:06:24**	**84,4**
Oposició de l'Ajuntament de Montblanc	**0:01:11**	**15,6**
CiU	0:00:29	6,4
Gent del Poble	0:00:27	5,9
Acord per Montblanc-PSC-PM	0:00:15	3,3
Total	**0:07:35**	**100**
Govern del Consell Comarcal de l'Alt Camp	**0:02:55**	**100**
Total	**0:02:55**	**100**
Govern de l'Ajuntament de Constantí	**0:02:30**	**82,0**
Oposició de l'Ajuntament de Constantí	**0:00:33**	**18,0**
PSC	0:00:18	9,8
PPC	0:00:15	8,2
Total	**0:03:03**	**100**
Govern de l'Ajuntament de l'Espluga de Francolí	**0:01:14**	**100**
Total	**0:01:14**	**100**
Govern del Consell Comarcal de la Conca de Barberà	**0:00:42**	**100**
Total	**0:00:42**	**100**
Govern de l'Ajuntament de la Secuita	**0:00:26**	**100**
Total	**0:00:26**	**100**
Govern de l'EMD de la Canonja	**0:00:08**	**100**
Total	**0:00:08**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

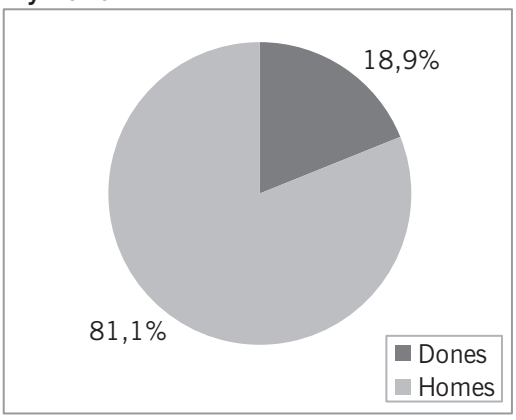
Taula 66. Penedès TV. Temps de paraula del govern i l'oposició municipals. Octubre-desembre de 2010

Agrupació	Temps de paraula	% sobre total
Govern de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès	**0:56:06**	**66,8**
Oposició de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès	**0:27:51**	**33,2**
CUP	0:09:06	10,8
ERC	0:07:32	9,0
PSC	0:05:50	6,9
ICV-EUiA	0:04:33	5,4
PPC	0:00:50	1,0
Total	**1:23:57**	**100**
Govern del Consell Comarcal de l'Alt Penedès	**0:03:24**	**100**
Total	**0:03:24**	**100**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

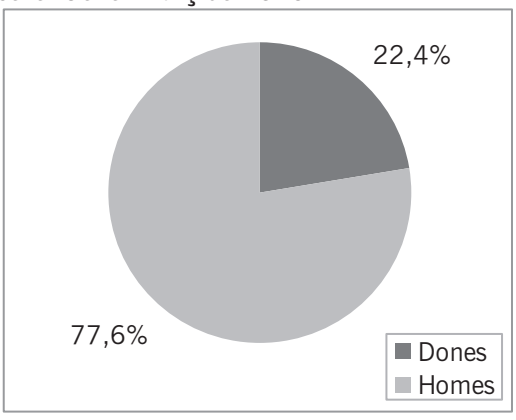
El percentatge d'inserts de **dones** en el conjunt d'agrupacions d'actors polítics se situa en una forquilla que va del 17,2% a Penedès TV al 27,1% a Garraf TV. El Canal Terrassa Vallès (22,4%), TAC 12 (19,6%) i Barcelona TV (18,9%) ocupen posicions intermèdies. Totes les televisions coincideixen a emetre més inserts de dones representants dels diversos governs que de dones representants dels partits polítics. A més, i en consonància amb el seu caràcter local, la majoria dels inserts de dones corresponen a integrants dels governs dels municipis de les demarcacions de referència (vegeu els gràfics 53, 54, 55, 56 i 57).

Gràfic 53. Barcelona TV. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Any 2010



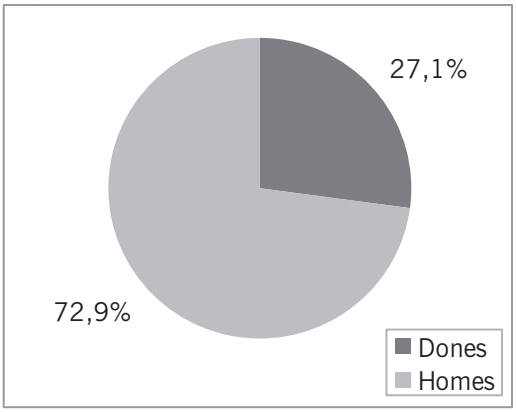
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 54. Canal Terrassa Vallès. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Gener-març de 2010



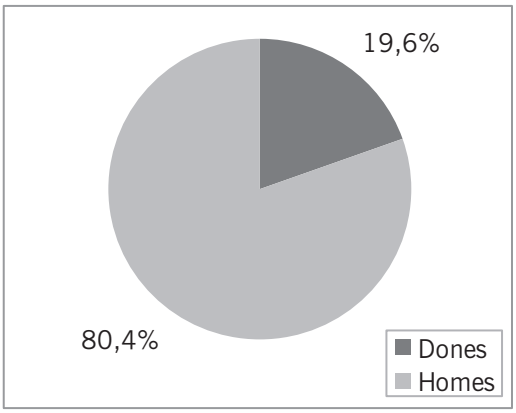
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 55. Garraf TV. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Abril-juny de 2010



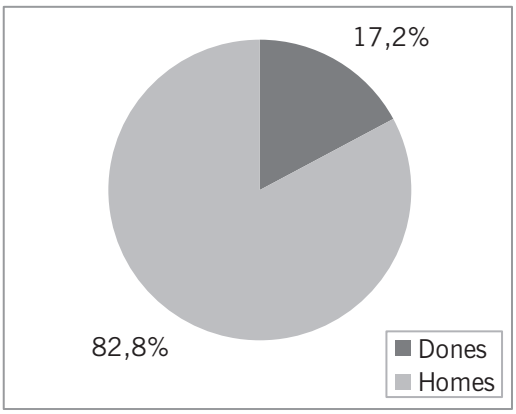
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 56. TAC12. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Juliol-setembre de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

Gràfic 57. Penedès TV. Percentatge d'inserts dels actors polítics en funció de la variable sexe. Octubre-desembre de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme.

6.3 Els altres pluralismes: la informació esportiva

En aquest apartat s'hi inclou una síntesi de les dades obtingudes sobre el pluralisme en la informació esportiva en els teleinformatius de TV3, el 3/24,[411] TVE a Catalunya, 8tv, Barcelona TV i Canal Terrassa Vallès[412] durant el trimestre gener-març de 2010. En total, s'han analitzat més de 68 hores d'informació corresponents als blocs esportius[413] de 772 teleinformatius (gairebé 6.500 unitats informatives).[414]

6.3.1 Context informatiu

El context informatiu del trimestre gener-març de 2010 en relació amb l'esport el configuren, sobretot, les diferents competicions que es van dur a terme.

Els dos esdeveniments que sumen més temps de notícia en el conjunt de televisions d'àmbit català són la Lliga de futbol professional (més de 17 hores de temps de notícia) i la UEFA Champions League (prop de 5 hores de temps de notícia).

En tercer lloc, el Campionat del Món de Fórmula 1 acumula més de 3 hores d'atenció informativa. Aquesta dada resulta significativa sobretot pel fet que aquesta competició va començar el 12 de març, cap al final de la mostra.

A continuació, l'Eurolliga de bàsquet i la Copa del Rei de futbol han estat els esdeveniments esportius sobre els quals s'ha informat més a bastament (aproximadament, 2 hores cadascun), així com la celebració dels Jocs Olímpics d'hivern a la ciutat canadenca de Vancouver del 12 al 28 de febrer (1 hora i 36 minuts).

També destaca la 31a edició del Ral·li Dakar realitzada entre l'1 i el 17 de gener (1 hora i 26 minuts). Bona part de l'atenció informativa dispensada a aquest esdeveniment cal atribuir-la a la participació de diversos pilots catalans, entre els

[411] Se n'analitza un informatiu diari.
[412] Tal com s'ha explicat a l'inici d'aquest apartat, el Consell ha optat per monitorar el pluralisme de les televisions d'abast local de Barcelona TV, de manera permanent, i d'un altre prestador de serveis que canvia cada trimestre. Durant el primer trimestre del 2010, mostra de l'informe sobre pluralisme en la informació esportiva, aquest prestador va ser Canal Terrassa Vallès.
[413] Secció del teleinformatiu dedicada íntegrament a la informació esportiva, separada habitualment de la resta de l'informatiu amb elements formals com ara caretes, cortinetes, ràfegues, etc.
[414] A efectes de l'informe sobre pluralisme esportiu es va determinar com a unitat d'anàlisi la unitat informativa, entesa com una fracció d'informació homogènia pel que fa a les variables d'anàlisi establertes. Així, pot coincidir amb el total d'una peça sencera o bé ser-ne una part integrant.

quals destaquen Nani Roma en la categoria de cotxes (guanyador de la 1a etapa) i Marc Coma en la categoria de motos (guanyador de 4 etapes), com també a la victòria final de Carlos Sainz en la categoria de cotxes.

A banda de les competicions, l'actualitat esportiva també ha estat condicionada per altres informacions. En aquest sentit, destaca especialment el pes informatiu assolit per les eleccions a la presidència del FC Barcelona (1 hora i 26 minuts de temps de notícia) tot i que aquests comicis es van dur a terme fora del període analitzat, concretament el 13 de juny, i que, per tant, les informacions computades fan referència fonamentalment als diferents candidats i les propostes respectives.

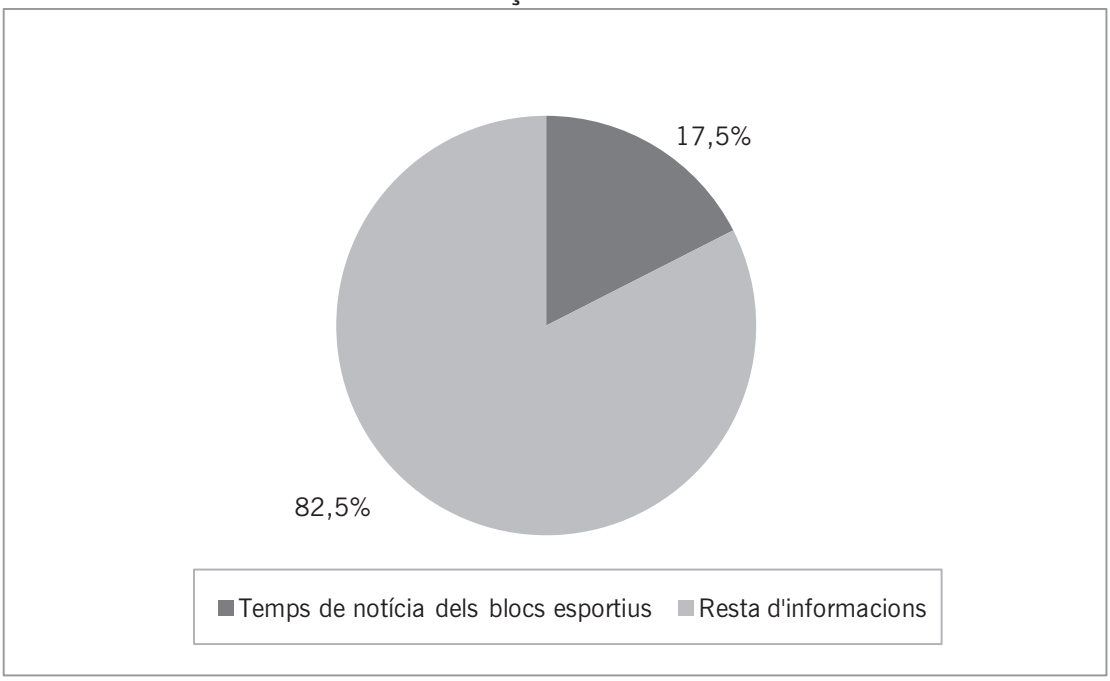
Finalment, cal destacar el temps de notícia dedicat a parlar de la renovació de Pep Guardiola com a entrenador del FC Barcelona (aproximadament, 1 hora). Aquest temps de notícia es concentra en els primers dies de la mostra, ja que la renovació es va fer pública en roda de premsa el 20 de gener.

6.3.2 Presència global de la informació esportiva en el conjunt de la informació

El temps de notícia de les unitats informatives incloses dins dels blocs esportius del conjunt de televisions d'àmbit català analitzades[415] (51 hores i 53 minuts), representa el 17,5% de la durada total dels teleinformatius. Una dada que pot ajudar a contextualitzar aquest percentatge és que el conjunt d'informacions sobre crònica política del mateix període és d'un 15% sobre la durada total dels teleinformatius (vegeu el gràfic 58).

[415] TV3, el 3/24, TVE a Catalunya i 8tv.

Gràfic 58. Televisions d'àmbit català. Temps de notícia dels blocs esportius en relació amb la durada total dels teleinformatius. Gener-març de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

D'altra banda, pel que fa a ítems informatius concrets, el conjunt de televisions d'àmbit català van dispensar a la Lliga professional de futbol de Primera Divisió el 5,6% del temps sobre la durada total dels teleinformatius, una proporció semblant a la de la crisi econòmica durant el mateix període, el principal ítem del trimestre (6,2%).

L'atenció informativa a l'esport se situa per sota de la dada conjunta dels quatre canals d'àmbit català a 8tv (12,7% de la durada total dels teleinformatius) i a TV3 (15,7%), mentre que a TVE a Catalunya i el 3/24[416] se situa per sobre, amb valors molt semblants (22,5% i 22,9%, respectivament). Quant als canals locals, els blocs esportius representen el 14,1% de la durada total dels teleinformatius a Barcelona TV i el 15% al Canal Terrassa Vallès.

[416] Pel que fa al 3/24, només s'han analitzat els blocs esportius inclosos en els teleinformatius que formen part de la mostra dels informes mensuals de pluralisme polític (un teleinformatiu diari).

Taula 67. Totes les televisions. Temps de notícia dels blocs esportius en relació amb la durada total dels teleinformatius

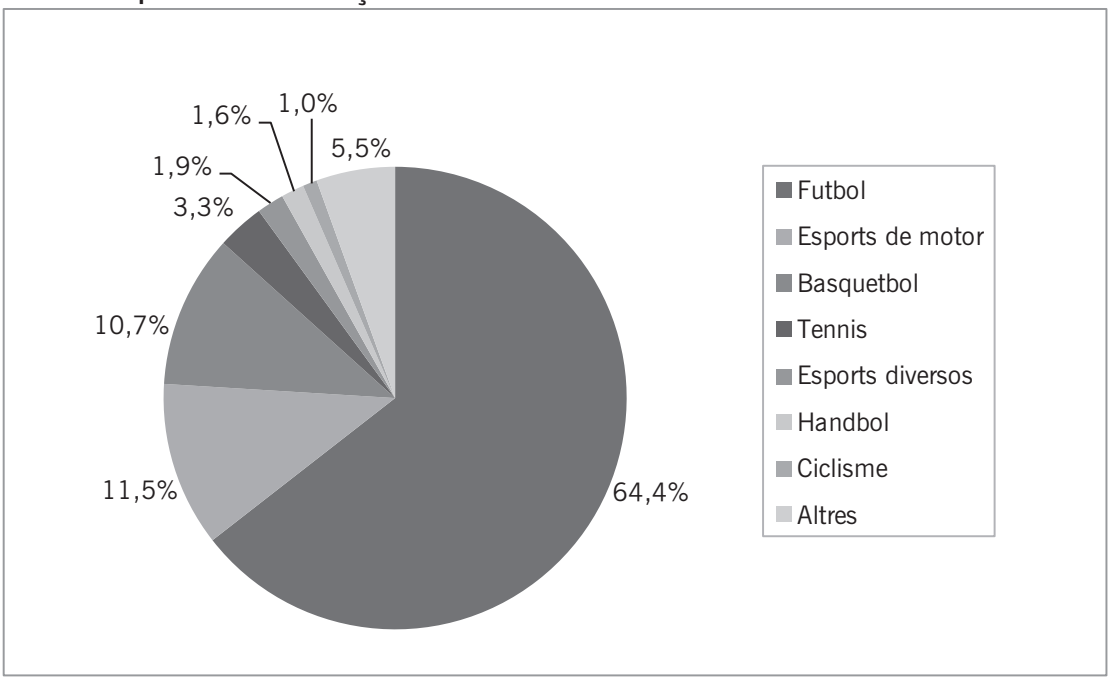
Televisió	Temps de notícia dels blocs esportius	% sobre durada total dels teleinformatius
TV3	31:33:58	15,7
3/24	7:35:23	22,5
TVE a Catalunya	11:01:15	22,9
8tv	1:42:30	12,7
Barcelona TV	12:40:08	14,1
Canal Terrassa Vallès	4:12:00	15,0

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

6.3.3 Presència informativa de les diferents modalitats esportives

El futbol és, amb diferència, la modalitat informativa sobre la qual s'informa més a bastament en el conjunt de canals d'àmbit català analitzats, ja que concentra el 64,4% del temps de notícia de totes les modalitats esportives. A més, totes les televisions analitzades coincideixen a situar el futbol com la modalitat esportiva que acumula més temps de notícia, tot i que amb diferències: als quatre canals d'àmbit català, la proporció de temps de notícia del futbol supera el 60% en tots els casos i frega el 80% a 8tv (vegeu el gràfic 59). Per contra, a les televisions d'àmbit local, la presència del futbol se situa per sota del 60%, concretament en el 58,9% a Barcelona TV i en el 40,6% al Canal Terrassa Vallès. Així, es posa de manifest que als canals locals analitzats hi ha més diversificació de les modalitats esportives (vegeu la taula 67).

Gràfic 59. Televisions d'àmbit català. Temps de notícia dels blocs esportius en segons la modalitat esportiva. Gener-març de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

A continuació, en les televisions d'àmbit català, els esports de motor (11,5%) i el bàsquet (10,7%) se situen com les principals modalitats esportives per temps de notícia. En canvi, el waterpolo és la tercera modalitat esportiva per temps de notícia als dos canals locals, resultat que cal atribuir a la presència d'equips destacats d'aquest esport a les ciutats i comarques de referència respectives.[417]

Taula 68. Totes les televisions. Les tres modalitats esportives amb més temps de notícia (i proporció de temps de notícia sobre el total)

	TV3	3/24	TVE a Catalunya	8tv	Barcelona TV	Canal Terrassa Vallès
1	Futbol (62,8%)	Futbol (62,6%)	Futbol (67,7%)	Futbol (79,1%)	Futbol (58,9%)	Futbol (40,6%)
2	E. de motor (13,5%)	E. de motor (14,6%)	Basquetbol (13,5%)	E. de motor (8,7%)	Basquetbol (12,1%)	Atletisme (7,4%)
3	Basquetbol (10,8%)	Basquetbol (8,7%)	E. de motor (4,1%)	Tennis (6,4%)	Waterpolo (5,3%)	Waterpolo (7,1%)

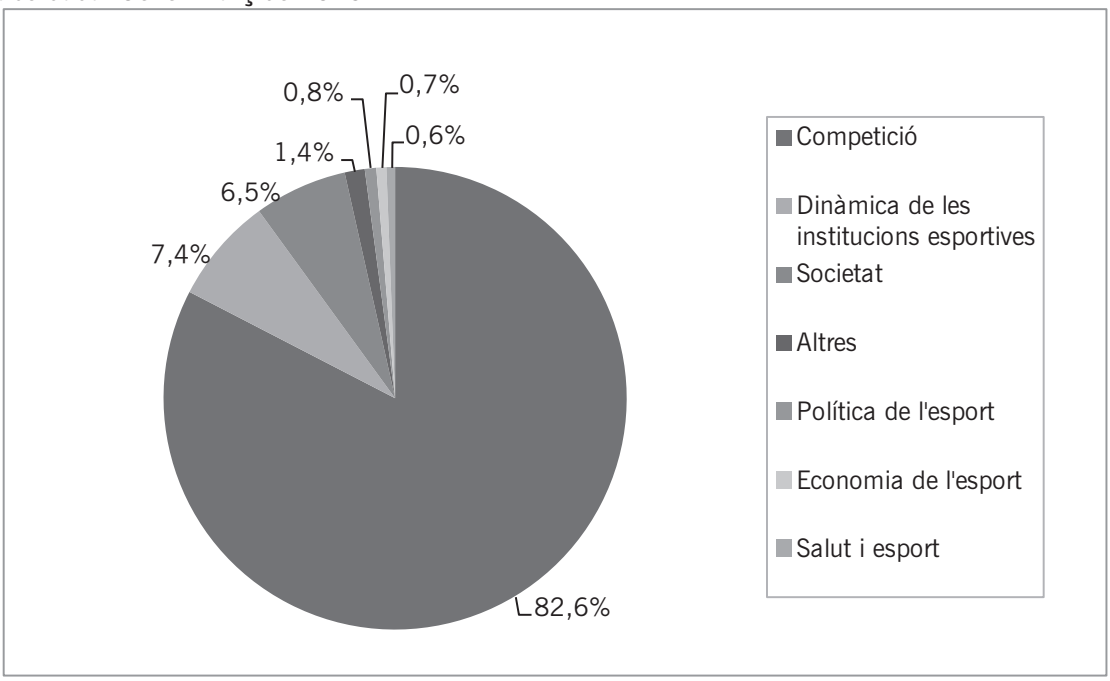
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

[417] CN Atlètic Barcelona, CE Mediterrani, CN Sant Andreu, CN Barcelona i CN Montjuïc pel que fa la ciutat de Barcelona, i CN Terrassa i CN Sabadell al Vallès Occidental.

6.3.4 Les temàtiques abordades als blocs esportius

La informació inclosa als blocs esportius s'aborda, majoritàriament, des del vessant de la competició (82,6% del temps de notícia total). A una gran distància, els descriptors temàtics *dinàmica de les institucions esportives* i *societat* apleguen el 7,4% i el 6,5% del temps de notícia total, respectivament. Cal matisar que, en el cas de la *dinàmica de les institucions esportives*, entorn d'un 40% del temps de notícia correspon a informacions relacionades amb les eleccions a la presidència del FC Barcelona que es van celebrar el juny (vegeu el gràfic 60).

Gràfic 60. Televisions d'àmbit català. Temps de notícia dels blocs esportius en segons la temàtica abordada. Gener-març de 2010



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Tot i que la competició és la temàtica principal dels blocs esportius de tots els canals analitzats, s'observa una diferència entre els d'àmbit català i els d'àmbit local pel que fa al segon tema: els d'àmbit català coincideixen a situar-hi la *dinàmica de les institucions esportives*, mentre que els dos canals locals coincideixen a fer-ho amb el descriptor *societat* (vegeu la taula 61).

Taula 61. Totes les televisions. Temps de notícia dels blocs esportius en segons la temàtica abordada. Gener-març de 2010 (en %)

Descriptor temàtic	TV3	3/24	TVE a Catalunya	8tv	Barcelona TV	Canal Terrassa Vallès
Competició	82,9	85,9	79,7	81,2	79,6	65,6
Dinàmica de les institucions esportives	6,8	7,8	8,7	7,9	7,7	6,5
Societat	6,4	4,4	8,0	7,8	9,3	15,2
Altres	1,5	0,8	1,5	1,2	1,4	0,1
Política de l'esport	1,0	0,6	0,6	0,7	0,7	2,9
Salut i esport	0,8	0,1	0,2	--	0,5	1,5
Economia de l'esport	0,6	0,3	1,4	1,2	0,8	8,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Quant als esdeveniments esportius sobre els quals s'informa, la Lliga de futbol professional de Primera Divisió és la competició que obté una major proporció del temps de notícia total atribuïble a esdeveniments esportius concrets (40,3%). Tot seguit se situen la UEFA Champions League (11,4%) i el Campionat del Món de Fórmula 1 (7,8%). D'aquesta manera, tres úniques competicions concentren gairebé el 60% del temps de notícia de tots els esdeveniments esportius sobre els quals s'informa (129 competicions diferents).

Des d'una altra perspectiva, destaca el predomini gairebé absolut de l'esport professional (98,9% del temps de notícia) davant la presència testimonial de l'esport no professional (1,1%). Aquesta dada difereix substancialment als canals locals, on la presència de l'esport no professional, tot i que minoritària, resulta significativament superior que al conjunt de televisions d'àmbit català. A Barcelona TV, l'esport no professional assoleix un 6,2% del temps de notícia, i al Canal Terrassa Vallès aquesta proporció s'incrementa fins al 38,6%. D'aquesta manera, es constata que l'esport no professional té més cabuda als canals locals analitzats.

6.3.5 Els principals actors esportius en els blocs esportius

El FC Barcelona aglutina un terç del temps de notícia de tots els actors esportius (31,1%). Val a dir que el temps de notícia del FC Barcelona (22 hores) inclou tant el corresponent a les diferents seccions i equips que conformen el club (20 hores,

el 91%), com al temps de notícia dispensat a la institució (2 hores, el 9%) a causa de les eleccions a la presidència celebrades el juny.

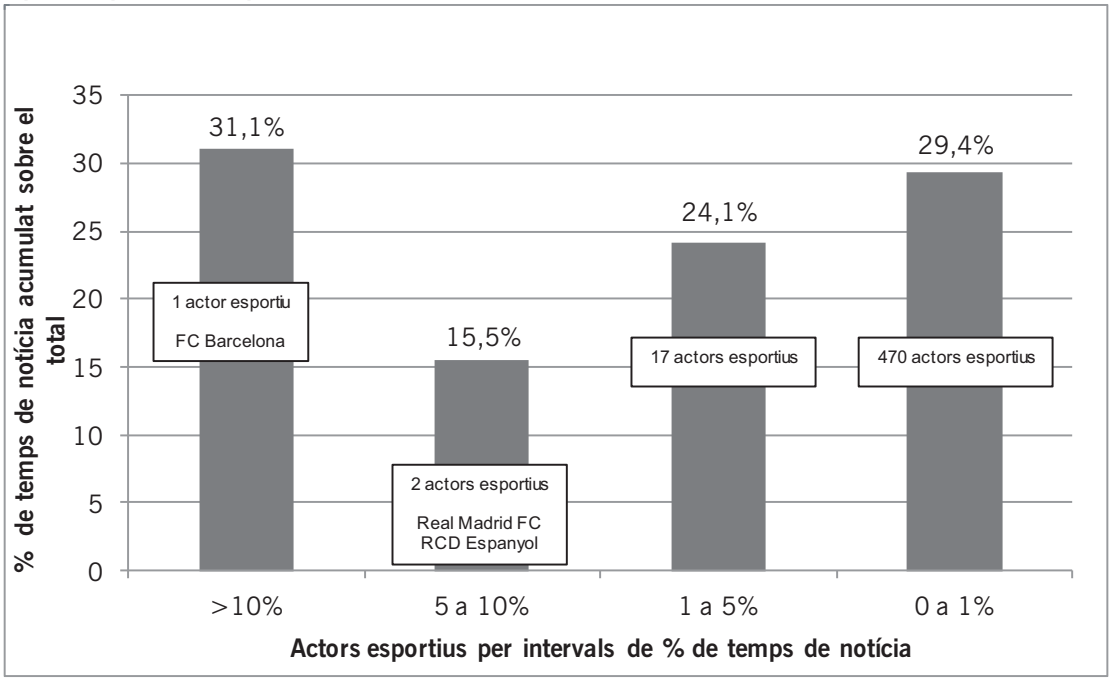
A continuació, el Real Madrid CF i el RCD Espanyol obtenen el 8,1% i el 7,4% del temps de notícia, respectivament. En tots dos casos, també s'hi inclouen totes les seccions i els equips, a més de la institució, però, a diferència del FC Barcelona, la proporció de temps de notícia que correspon a les institucions respectives és molt menor (3,1% del seu temps total en el cas del RCD Espanyol i 0,3% en el cas del Real Madrid CF).

El primer actor individual, que apareix en la vuitena posició, és el pilot de cotxes Fernando Alonso, amb l'1,3% sobre el temps de notícia de tots els actors esportius.

Es constata una gran varietat d'actors esportius, cosa que contrasta amb un grau elevat de concentració del temps de notícia. En el conjunt de televisions d'àmbit català, s'ha registrat la presència de fins a 490 actors esportius diferents (individuals i clubs).[418] En contraposició a aquesta diversitat d'actors, un sol actor (FC Barcelona) concentra una tercera part del temps de notícia de tots els actors esportius i només 2 actors (Real Madrid FC i RCD Espanyol) obtenen un percentatge dins de l'interval del 5% al 10%. La presència de 17 actors esportius se situa en una forquilla d'entre l'1 i el 5% del temps de notícia, mentre que la presència de la resta d'actors (470) es troba per sota de l'1%. Per tant, 3 actors (FC Barcelona, Real Madrid FC i RCD Espanyol) acumulen gairebé la meitat del temps de notícia corresponent a tots els actors esportius que han aparegut a les televisions d'àmbit català (46,6%) (vegeu el gràfic 62).

[418] Pel que fa als clubs, no es distingeixen els diferents equips i/o seccions que els integren.

Gràfic 62. Televisions d'àmbit català. Totes les modalitats esportives. Temps de notícia dels blocs esportius per actor esportiu



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

6.3.6 L'abast territorial de la informació esportiva

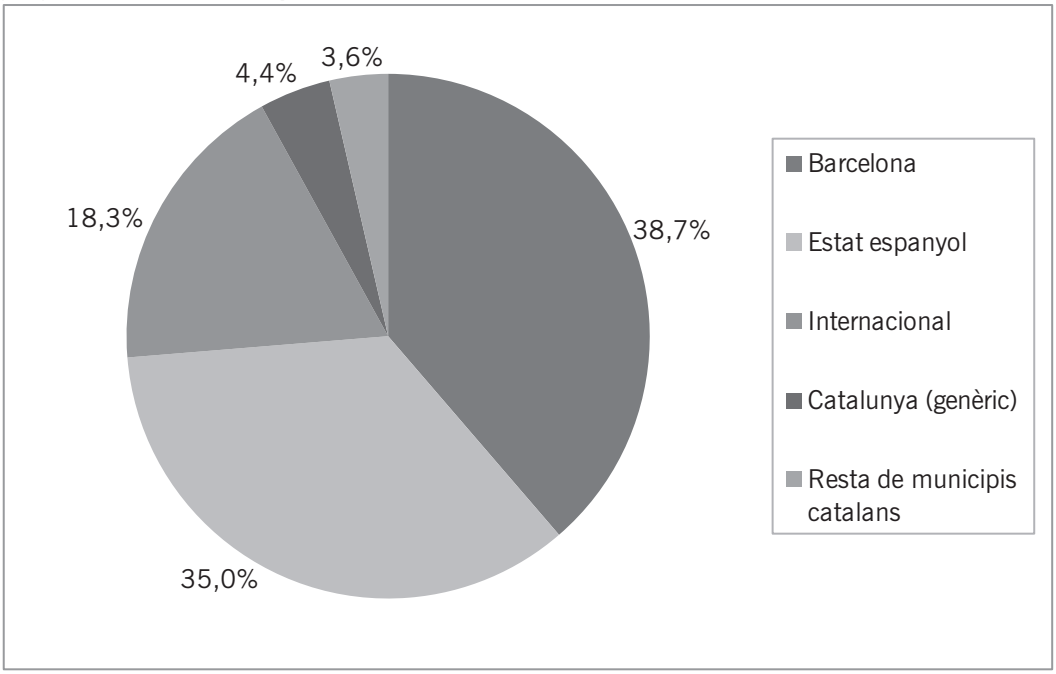
La presència destacada del FC Barcelona en les informacions dels blocs esportius del conjunt de televisions d'àmbit català, sumada a la presència del RCD Espanyol, determina que la referència geogràfica majoritària sigui *Barcelona* (38,7% del temps de notícia total).

La referència geogràfica *Estat espanyol*, que, d'acord amb la metodologia emprada, no inclou les dades referents a Catalunya, aconsegueix una presència similar a la de la ciutat de Barcelona (35%).

D'altra banda, les dues referències geogràfiques que cobreixen la resta del territori de Catalunya, *Catalunya (genèric)*[419] i *resta de municipis catalans*,[420] obtenen conjuntament un 8% del temps de notícia (vegeu el gràfic 63).

[419] S'aplica a les unitats informatives l'objecte principal de les quals són actors esportius individuals d'origen català o arrelats esportivament a Catalunya.
[420] S'aplica a les unitats informatives l'objecte principal de les quals són actors esportius col·lectius ubicats a Catalunya.

Gràfic 63. Televisions d'àmbit català. Temps de notícia dels blocs esportius per referència geogràfica dels actors esportius



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

L'anàlisi de la modalitat esportiva majoritària per a cadascuna de les referències geogràfiques permet constatar que, a banda de Barcelona, cadascun dels municipis catalans que han aparegut en els blocs esportius està estretament vinculat a una determinada modalitat esportiva. El cas més representatiu d'aquest binomi municipi-modalitat esportiva característica, per volum de temps de notícia, és el de Badalona i el bàsquet, però aquesta vinculació també és present entre Tarragona, Girona, Lleida i el futbol; entre Reus, Vilanova i la Geltrú, Vic i l'hoquei patins, o entre Granollers i l'handbol, per posar-ne alguns exemples.

El comportament dels diferents canals d'àmbit català resulta força homogeni pel que fa als de titularitat pública (TV3, el 3/24 i TVE a Catalunya), en què la presència de la referència geogràfica majoritària (*Barcelona*) se situa entre el 37% i el 41,4%, i la referència minoritària (*resta de municipis catalans*), entre el 3,3% i el 4,4%.

A 8tv, en canvi, la ciutat de Barcelona acumula pràcticament la meitat del temps de notícia de totes les referències geogràfiques (49,2%), mentre que la proporció de temps de notícia de la referència *resta de municipis catalans* cau fins al 0,4%. De fet, 8tv únicament registra una informació sobre el DKV Joventut de Badalona en aquesta categoria.

A les televisions d'àmbit local Barcelona TV i el Canal Terrassà Vallès prevalen els municipis de referència respectius.

A Barcelona TV, la referència geogràfica que li és pròpia (*Barcelona*) acumula més de la meitat del temps de notícia de totes les referències geogràfiques (53,2%). D'altra banda, Barcelona TV registra la presència de 27 municipis catalans més dins de la categoria *resta de municipis catalans*, que representen conjuntament el 4,7% del temps de notícia.

Quant al Canal Terrassa Vallès, el municipi de Terrassa obté també més de la meitat del temps de notícia (50,4%), i la presència de la categoria *resta de municipis catalans* se situa gairebé en el 14%. Aquesta dada correspon a 28 municipis catalans diferents, entre els quals destaca el municipi veí de Sabadell, que obté el 2,3% del temps de notícia (vegeu la taula 70).

Taula 70. Totes les televisions. Proporció de temps de notícia per referència geogràfica (en %)

Referència geogràfica	TV3	3/24	TVE a Catalunya	8tv	Barcelona TV	Canal Terrassa Vallès
Barcelona	37,4	37,0	41,4	49,2	53,2	8,3
Estat espanyol	34,8	36,7	35,0	31,8	29,1	15,7
Internacional	19,5	17,2	16,3	16,3	9,4	3,6
Catalunya (genèric)	4,6	4,7	4,0	2,3	3,6	8,2
Resta de municipis catalans	3,7	4,4	3,3	0,4	4,7	13,8
Terrassa[A]	--	--	--	--	--	50,4
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

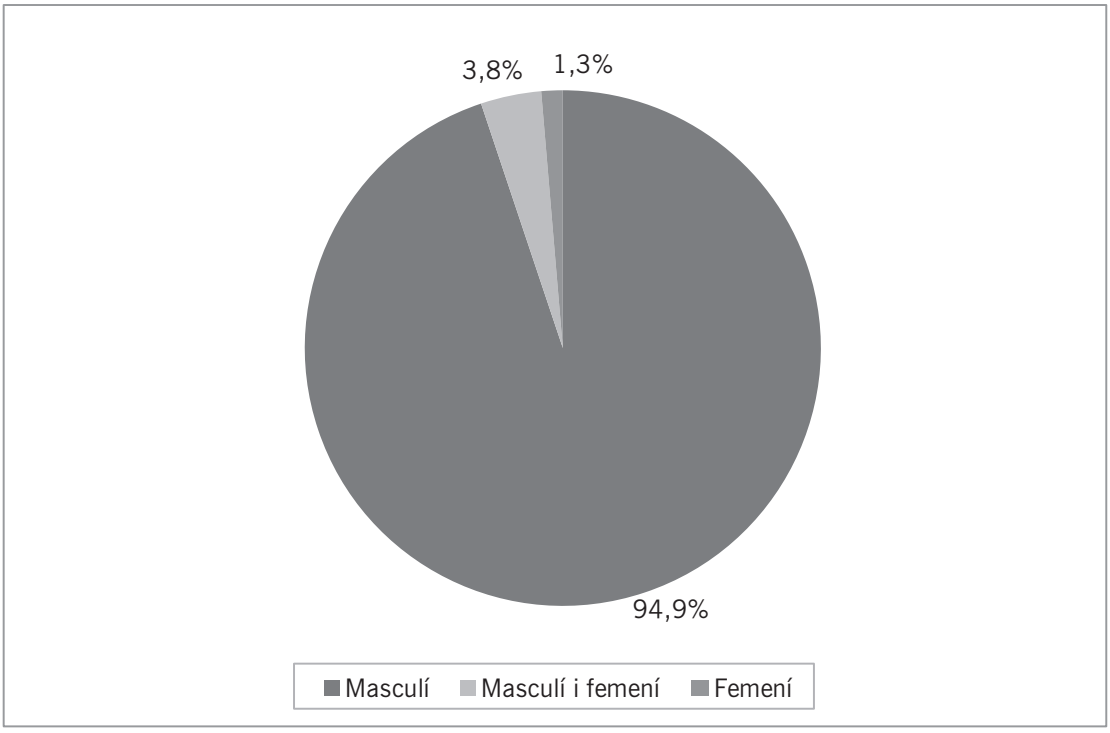
[A] A tots els prestadors de serveis, excepte al Canal Terrassa Vallès, aquesta referència geogràfica està inclosa a *resta de municipis catalans*.

Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

6.3.7 El sexe de referència a les informacions esportives

L'estudi de la variable *sexe* posa de manifest un desequilibri significatiu entre el temps de notícia dedicat a l'esport masculí (94,9%) i a l'esport femení (1,3%) en el conjunt de canals d'àmbit català analitzats. Paral·lelament, les unitats informatives que han estat incloses en la categoria *masculí* i *femení* sumen el 3,8% del temps de notícia total (vegeu el gràfic 64).

Gràfic 64. Televisions d'àmbit català. Temps de notícia dels blocs esportius en funció de la variable *sexe*



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Partint d'aquest desequilibri inicial, l'anàlisi de les modalitats esportives predominants en les unitats informatives sobre esport masculí, d'una banda, i sobre esport femení, de l'altra, també permet constatar diferències significatives entre els dos sexes.

Quant a les unitats informatives sobre esport masculí, destaca el temps de notícia del futbol (67,4% del total). A continuació, els esports de motor (11,9%) i el basquetbol (11,3%) se situen pràcticament al mateix nivell.

Pel que fa a les unitats informatives sobre esport femení, el temps de notícia està molt més disseminat. La modalitat esportiva amb més temps de notícia és l'snowboard (28,8% del total), seguida del tennis (13,6%) i de l'esquí (11,1%).

Per canals, es torna a reproduir un comportament homogeni entre els d'àmbit català, on la proporció de temps de notícia sobre esport masculí se situa entorn del 95%, mentre que la presència de l'esport femení es troba per sota del 2%. A 8tv no s'ha registrat temps de notícia referit exclusivament a esport femení.

A les televisions d'àmbit local Barcelona TV i Canal Terrassa Vallès, la presència d'unitats informatives referides a esport masculí i femení alhora, així com les referides exclusivament a esport femení, és significativament superior que a la

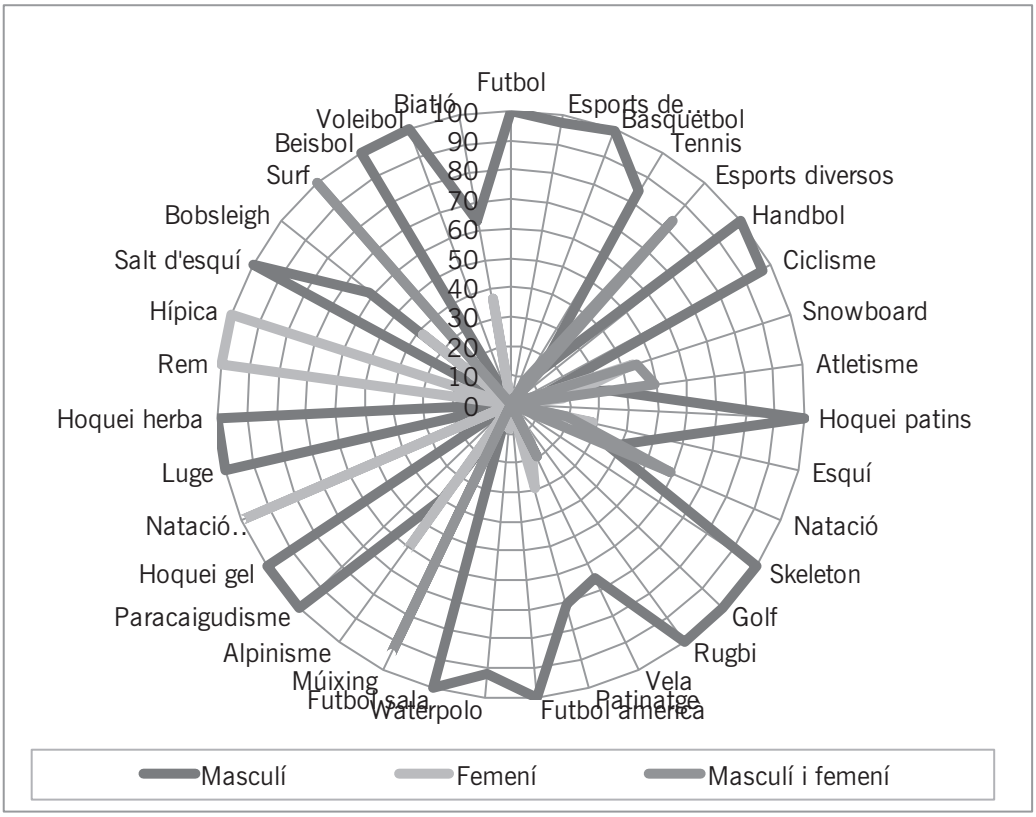
resta de canals, especialment en el cas de la televisió terrassenca (vegeu la taula 71 i els gràfics 65, 66 i 67).

Taula 71. Totes les televisions. Temps de notícia per sexe (en %)

Sexe	TV3	3/24	TVE a Catalunya	8tv	Barcelona TV	Canal Terrassa Vallès
Masculí	94,9	94,8	94,8	**95,6**	89,8	63,2
Masculí i femení	3,9	3,9	3,3	4,4	7,3	27,2
Femení	1,2	1,3	1,8	--	3,0	9,6
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

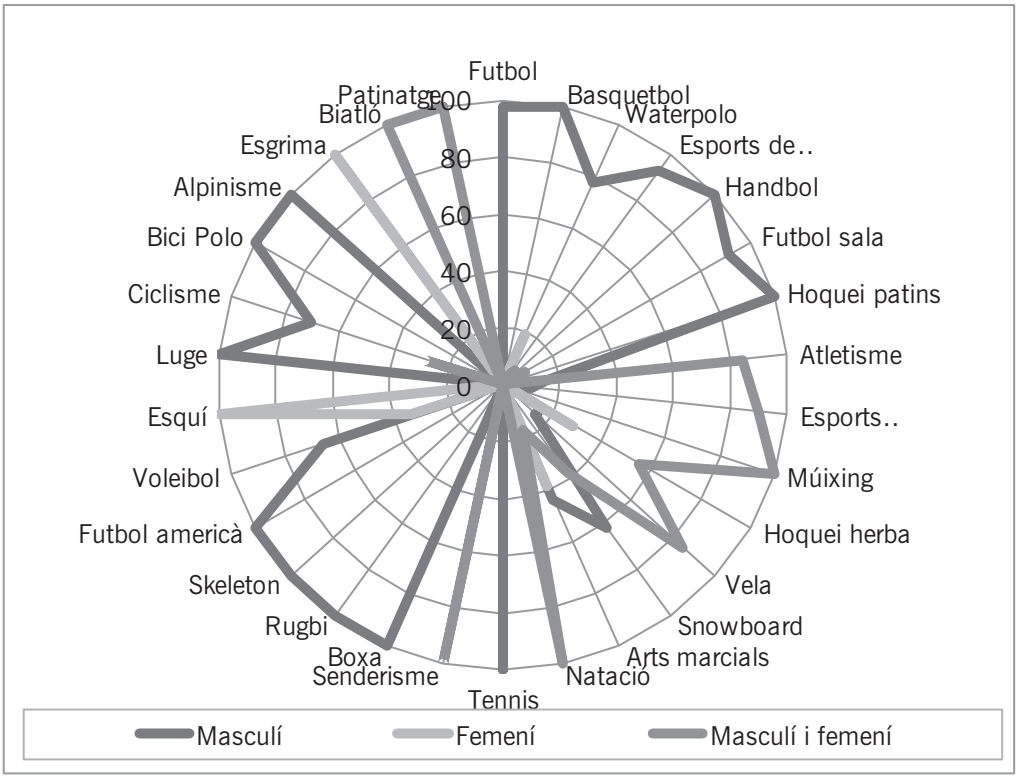
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Gràfic 65. Televisions d'àmbit català. Temps de notícia de les modalitats esportives en funció de la variable *sexe*



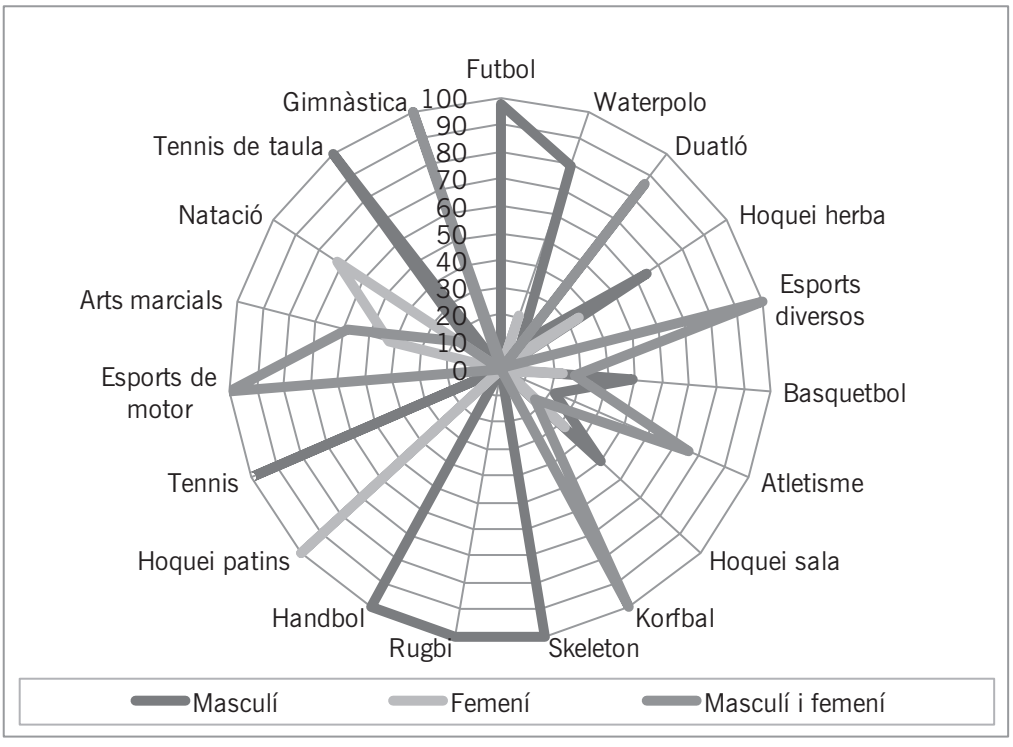
Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Gràfic 66. Barcelona TV. Temps de notícia de les modalitats esportives en funció de la variable *sexe*



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Gràfic 67. Canal Terrassa Vallès. Temps de notícia de les modalitats esportives en funció de la variable *sexe*



Font: CAC a partir de la catalogació per a l'observança del pluralisme esportiu.

Capítol V. El sector de les telecomunicacions i internet

1. Presentació

En aquest capítol es descriuen els fets més rellevants de 2010 pel que fa als canvis tant en el sector de les telecomunicacions com a internet, atenent l'impacte que produeixen en el sector audiovisual. En aquest sentit, es planteja específicament l'estat de la qüestió quant a internet i la distribució de continguts audiovisuals des d'un punt de vista tecnològic. A més, s'analitza, d'una banda, la situació pel que fa a les infraestructures de telecomunicacions (fixes, mòbils, satèl·lit) i, de l'altra, es tracta la penetració d'internet i els usos tant a l'Estat espanyol i Catalunya, com a Europa i a la resta del món.

2. Infraestructures de telecomunicació

La digitalització i l'augment progressiu de l'amplada de banda i, en conseqüència, l'increment de la velocitat de transmissió, són la característica bàsica que ha marcat l'evolució de les xarxes de telecomunicacions els darrers anys, unes xarxes amb una incidència fonamental en l'audiovisual.

Es poden identificar tres grans grups de xarxes que actualment s'utilitzen per al transport de continguts audiovisuals. D'una banda, la xarxa –ja sigui analògica o digital– d'enllaços terrestres o per satèl·lit, per on es difon la televisió per ones. De l'altra, les infraestructures fixes (parell de coure, cable coaxial o fibra òptica). Finalment, la xarxa de telefonia mòbil, tot i que també utilitza l'espectre radioelèctric.

Pel que fa a les tecnologies de transport de la televisió per ones, que es caracteritza per ser punt-multipunt i unidireccional, hi ha dues modalitats: la terrestre, que suporta l'antiga televisió analògica –reconvertida a digital– i la televisió via satèl·lit. Val a dir que, amb la implantació de la TDT –que a l'Estat espanyol culmina el mes d'abril de 2010 amb l'apagada analògica–, tot i l'increment d'oferta de canals s'alliberen freqüències, cosa que es coneix com a *dividend digital*. Específicament, en acabar el procés, abans de l'1 de gener de 2015 s'ha d'haver alliberat la subbanda de freqüències de 790 MHz fins a 862

MHz, assignada originàriament a prestadors de serveis de televisió. Es preveu que es redistribueixin els serveis d'aquesta subbanda, assignant-los a serveis avançats de comunicacions electròniques, entre els quals, els serveis de banda ampla en mobilitat.[421]

Quant a la xarxa de telefonia mòbil, d'una banda, amb el sistema GPRS (*general packet radio service*) –que, afegit a l'estàndard GSM per a telefonia de segona generació, millora la transmissió de dades no vocals–, i amb la telefonia de tercera generació UMTS (*universal mobile telecommunication system*) i de quarta generació LTE (*long term evolution*) i, d'altra banda, els terminals intel·ligents (*smartphones*), que poden rebre les dades també via Wi-Fi (sistema sense fils de curt abast de transmissió/recepció de dades), cada cop és més utilitzada per al transport de continguts audiovisuals.

Sense entrar en la tecnologia específica –si està incorporada a un telèfon mòbil o si és una línia dedicada exclusivament a la banda ampla mòbil per utilitzar en ordinadors–, la taula 1 mostra la penetració de la banda ampla mòbil als països de l'OCDE el desembre de 2010. En termes proporcionals, es constata que la penetració de la banda ampla mòbil és especialment alta als països que fabriquen telèfons mòbils, com ara Corea (89,8%) o el Japó (77,6), i a estats del nord d'Europa (Finlàndia, amb un 84,8; Suècia, 82,9, i Noruega, amb un 79,9 per cada 100 habitants).

18 països dels 34 analitzats l'any 2010 tenen una penetració per sota de la mitjana de l'OCDE (41,6 abonats per cada 100 habitants). Espanya, amb 27,8 abonats per 100 habitants, es troba en aquesta situació, tot i comptar amb penetració de 109,7% línies de telèfons mòbils per 100 habitants.[422] Per interpretar aquesta darrera xifra, d'una banda, cal tenir en compte que hi ha persones usuàries amb més d'un mòbil i, de l'altra, tal com ho assenyala la CMT en l'*Informe anual de 2010*, al creixement de "línies exclusives de tràfic de dades

[421] Reial decret 365/2010, de 26 de març, pel qual es regula l'assignació dels múltiples de la televisió digital terrestre després del cessament de les emissions de televisió terrestre amb tecnologia analògica. BOE, 3 d'abril de 2010. <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/03/pdfs/BOE-A-2010-5400.pdf>. Ja el 2011, vegeu també EL Reial decret 458/2011, d'1 d'abril, sobre actuacions en matèria d'espectre radioelèctric per al desenvolupament de la societat digital. BOE, 2 d'abril de 2011. <http://www.boe.es/boe/dias/2011/04/02/pdfs/BOE-A-2011-5936.pdf> [Consultes: novembre de 2011]

[422] Font: CMT. *Informe anual 2010*. Barcelona: CMT. Pàgina 31 [En línia] <http://informeanual.cmt.es>. [Consulta: juny de 2011]

[...] i les línies associades a màquines (M2M)", que permet que, via telèfon mòbil, s'enviï informació entre sensors sobre el seu estat.[423]

Taula 1. Penetració de la banda ampla mòbil als països de l'OCDE. Desembre de 2010

País	Abonats per cada 100 habitants	Total abonats
Corea	89,8	45.381.162
Finlàndia	84,8	4.549.000
Suècia	82,9	7.779.000
Noruega	79,9	3.906.588
Japó	76,7	97.722.144
Portugal	63,8	6.789.566
Dinamarca	62,9	3.489.080
Austràlia	56,2	12.561.000
Estats Units	53,5	165.395.000
Polònia	52,4	19.997.607
Luxemburg	50,4	253.713
Israel	49,0	3.706.000
Irlanda	47,1	2.105.739
Suïssa	46,5	3.647.850
Islàndia	46,3	147.314
Nova Zelanda	39,5	1.726.007
Itàlia	38,7	23.222.260
Holanda	38,0	6.315.000
Regne Unit	36,9	22.642.034
França	35,7	22.474.000
Eslovènia	32,1	658.338
República Eslovaca	31,2	1.694.532
Canada	30,4	10.364.520
Espanya	27,8	12.826.088
Alemanya	26,0	21.272.150
Grècia	24,6	2.788.778
Àustria	20,8	1.741.246
Estònia	20,1	268.700
República Txeca	12,0	1.257.400
Bèlgica	10,2	1.104.752
Hongria	8,8	879.061
Xile	7,3	1.248.529
Turquia	2,0	1.458.436
Mèxic	0,5	515.334
OCDE	41,6	511.887.928

Font: <http://www.oecd.org/dataoecd/21/35/39574709.xls> [Consulta: juliol de 2011]

[423] CMT. *Informe anual 2010*. Barcelona: CMT, pàg. 80. [En línia] <http://informeanual.cmt.es/informe-sector/comunicaciones-moviles> [Consulta: juny de 2011].

Finalment, les xarxes fixes de telecomunicació inclouen les de parell de coure, de cable coaxial i les de fibra òptica, anomenades *xarxes de nova generació* o *xarxes d'accés de nova generació*.[424] Aquests tres tipus de xarxes es poden combinar entre elles, depenent de fins on s'arriba amb el coure, el cable coaxial o la fibra òptica.

La xarxa de coure és la més antiga i, a més de transmetre el senyal de veu, en l'actualitat s'utilitza, gràcies a les millores tecnològiques, per transportar dades a alta velocitat, incloent-hi els continguts audiovisuals. En relació amb aquest tipus de continguts, hi ha diverses opcions. D'una banda, serveis d'IPTV –de fet, connexió a internet en el sentit clàssic–; en segon lloc, TV sobre ADSL –serveis de pagament oferts per alguns operadors de telecomunicació– i, a l'últim, sistemes propietaris que, mitjançant aparells anomenats *set top box*, permeten connectar els televisors o els ordinadors a plataformes de continguts.[425]

Les xarxes fixes de cable han anat evolucionant i han passat d'infraestructures de televisió unidireccional a xarxes bidireccionals de dades de banda ampla.

En relació amb la penetració de la banda ampla en les xarxes fixes als països de l'OCDE, el desembre de 2010 es va arribar als 305,59 milions d'abonats. Sempre segons dades de la mateixa organització, el juny de 2009 hi havia 283,36 milions d'abonats i, el desembre de 2008, 266,54 milions. És a dir, en dos anys, les persones abonades a la banda ampla en xarxes fixes als països de l'OCDE han augmentat en 39,05 milions.

El desembre de 2010 també ha augmentat 1,8 punts percentuals respecte del desembre de 2009 (23,1%) la penetració mitjana de l'OCDE, i s'ha situat en 24,9 abonats per cada 100 habitants. Per països, les cinc primeres posicions són ocupades pels mateixos cinc el 2009 i el 2010: Holanda (38,1% el 2010; 37,1 el 2009), Suïssa (passa del 35,6% el 2009 al 38,1%, avança una posició i se situa en segon lloc), Dinamarca (37,7% l'any 2010 i 37,1% el 2009), Noruega (34,6% i 33,9%) i Corea (34,0% i 33,54% el 2009). Espanya passa de 9.786.000

[424] Vegeu la Recomanació de la Comissió, de 20 de setembre de 2010, relativa a l'accés regulat a les xarxes d'accés de nova generació (NGA). 2010/572/UE. Diari Oficial núm. L251, de 25/09/2010, p. 35-48. [En línia]
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010H0572:ES:HTML>
[Consulta: novembre de 2011]

[425] Vegeu l'apartat dedicat al televisor connectat, en el capítol 4 d'aquest mateix INFORME.

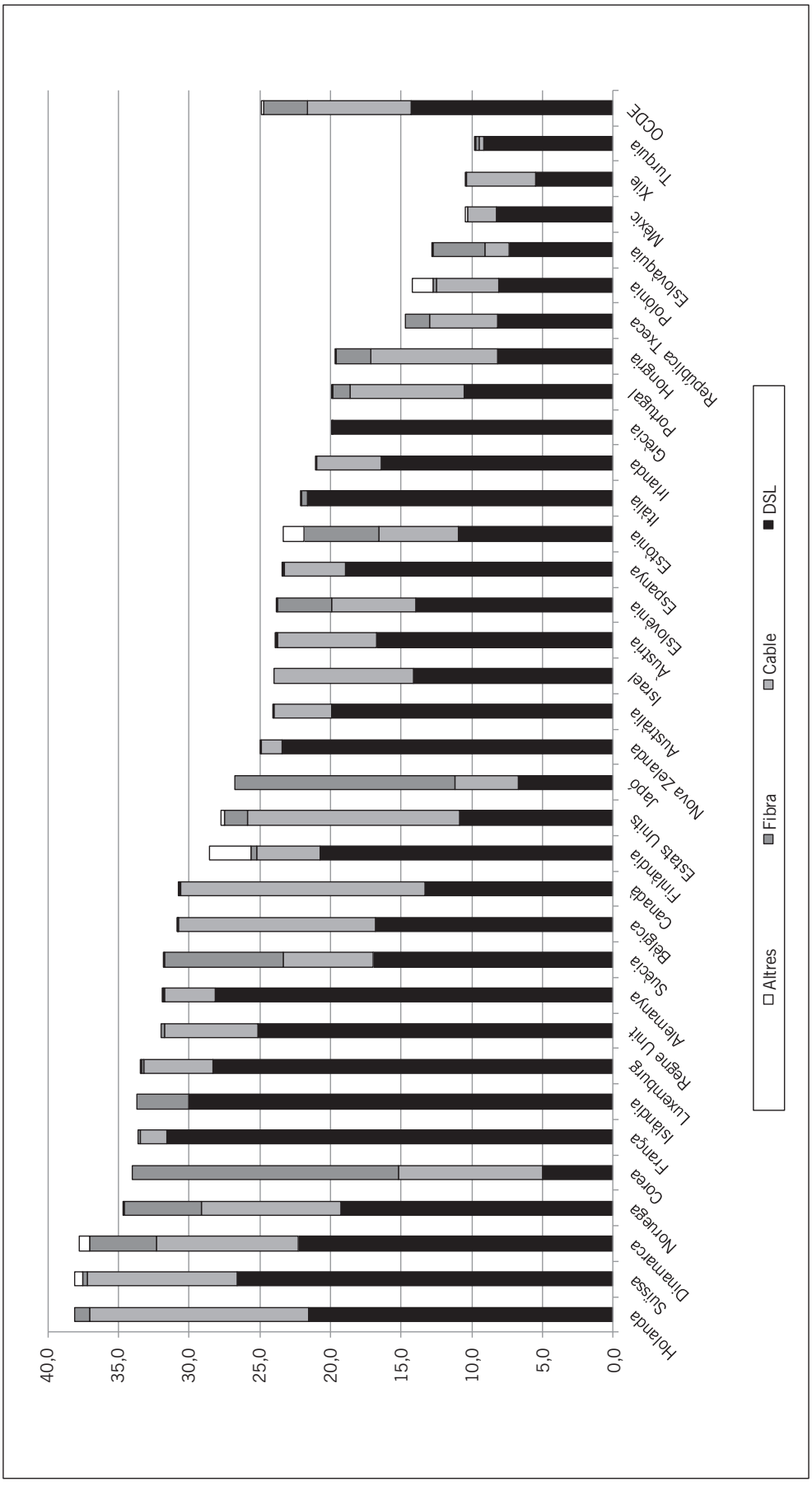
abonats a la banda ampla el 2009, a 10.762.142 el 2010. Amb una penetració de 23,4 abonats per cada 100 habitants, baixa dues posicions (22) respecte del 2009 i continua fregant la mitjana de l'OCDE (vegeu el gràfic 1). Els Estats Units, amb 85,7 milions de persones abonades; el Japó, amb 34,0 milions, i Alemanya, amb 26,1, són els països de l'OCDE amb més abonats de banda ampla.

Pel que fa a la penetració de la banda ampla segons les diverses modalitats de connexió (línies DSL, cable, fibra òptica i altres formes), la més introduïda als països de l'OCDE és la que utilitza les línies DSL, que aprofiten el parell de coure per on arriba la telefonia de veu, ja que no cal fer cap nova estesa de xarxa. Estats com França, Islàndia, Luxemburg i Alemanya és on proporcionalment està més estesa aquesta tecnologia per la banda ampla. El cable té una penetració més alta, en termes relatius, en països en què la televisió s'havia estès per aquest procediment, com ara el Canadà, Holanda, els Estats Units o Bèlgica (vegeu el gràfic 1).

Els abonats de fibra òptica són el 3,1% de tots els abonats de banda ampla dels països de l'OCDE, cosa que representa un augment de mig punt per comparació a 2009. Corea, amb 18,8 abonats per cada 100 habitants (16,4 el 2009), i el Japó, amb 15,5 (13,5 l'any anterior), continuen el 2010 al capdavant pel que fa a usuaris connectats amb fibra òptica. Suècia, amb un 8,4% (7,4% el 2009), també es manté com el tercer país amb més fibra fins a l'usuari.

A l'Estat espanyol, la DSL, sobretot de la mà de l'operador incumbent (Telefónica), és la tecnologia de banda ampla amb més penetració, amb 18,9 abonats per cada 100 habitants. El cable (amb ONO i operadors com R o Euskaltel o Telecable) té una penetració de 4,3 abonats per cada 100 habitants, i la fibra òptica continua amb un 0,1%.

Gràfic 1. Abonats a la banda ampla per cada 100 habitants als països de l'OCDE. Desembre de 2010



Font: <http://www.oecd.org/dataoecd/21/35/39574709.xls> [Consulta: juliol de 2011]

Si es compara la penetració de la banda ampla fixa amb els preus mínims per megabit per segon (taula 2), no s'observa que necessàriament hi hagi una relació directa. Així, per exemple, si bé els preus més alts es donen en estats amb la penetració més baixa (Mèxic i Xile), països com Holanda o Dinamarca, que ocupen posicions capdavanteres en termes de penetració, se situen cap a la meitat de la taula quant a preu mínim per megabit per segon.

Taula 2. Preu[A] mínim per megabit per segon als països de l'OCDE. Setembre de 2010

Rànquing de banda ampla	País	Preu mínim per megabit per segon
32	Mèxic	11,77
33	Xile	2,66
19	Israel	2,04
15	Estats Units	2,00
17	Nova Zelanda	1,76
22	Espanya	1,66
25	Irlanda	1,63
7	Luxemburg	1,57
4	Noruega	1,53
13	Canadà	1,46
9	Regne Unit	1,10
12	Bèlgica	1,10
26	Grècia	1,04
10	Alemanya	0,92
1	Holanda	0,84
3	Dinamarca	0,79
20	Àustria	0,70
2	Suïssa	0,64
34	Turquia	0,62
29	República Txeca	0,59
18	Austràlia	0,52
30	Polònia	0,52
6	Islàndia	0,43
24	Itàlia	0,42
31	Eslovàquia	0,42
5	Corea	0,36
27	Portugal	0,36
8	França	0,34
21	Eslovènia	0,33
28	Hongria	0,31
23	Estònia	0,27
14	Finlàndia	0,22
16	Japó	0,13
11	Suècia	0,12

[A] Preu mínim en dòlars EUA i PPP (de l'anglès *purchase power parity*). Es tracta d'un índex de conversió monetària que elimina les diferències en els nivells de preus entre països per establir-ne la paritat en el valor de compra.

Font: <http://www.oecd.org/dataoecd/22/43/39574979.xls> [Consulta: juliol de 2011]

3. Situació d'internet al món

Segons dades d'Internet World Stats,[426] internet ha anat augmentant a tot al món durant l'any 2010 i, per primera vegada, s'han superat els 2.000 milions de persones (aproximadament un terç de la població mundial) en el còmput de persones usuàries (vegeu el gràfic 2). El març de 2011, gairebé la meitat dels internautes es troben a l'Àsia (922 milions) i, un 23% (476 milions), a Europa. En tercer lloc hi ha Amèrica del Nord, seguida de Sud-amèrica/Carib i l'Àfrica.

Àsia i Europa són també, i pel mateix ordre, les zones del món amb un nombre més alt d'internautes nous entre desembre de 2009 i març de 2011 (vegeu la taula 3). Entre totes dues concentren el 71,1% dels 292,7 milions d'internautes que s'hi han incorporat en aquest període. El tercer àmbit geogràfic és l'Àfrica, amb 33 milions, seguida de Sud-amèrica/Carib, amb 29 milions.

En termes de penetració –és a dir, persones usuàries d'internet per cada 100 habitants–, el març de 2011 la mitjana mundial arriba al 30,2% (3,6 punts percentuals més que el desembre de 2009). Amb l'excepció d'Oceania/Austràlia, en què baixa un 0,7%, la penetració augmenta a tot arreu, en unes xifres que van des dels 5 punts percentuals a Europa, als 2,1 d'Amèrica del Nord. Precisament aquesta zona del món obté la penetració més alta, prop del 80%. L'Àfrica, per la seva banda, té la més baixa, tot i que supera per primera vegada el 10%.

Quant a penetració per països, les dades d'Internet World Stats mostren que la més alta es continua trobant als estats del nord d'Europa. Així, Islàndia, amb el 97% (93,2% el 2009); Noruega, amb el 94,4% (90,9% el 2009), i Suècia, amb el 92,4% (89,2% el 2009), es mantenen a les posicions capdavanteres el març de 2011.

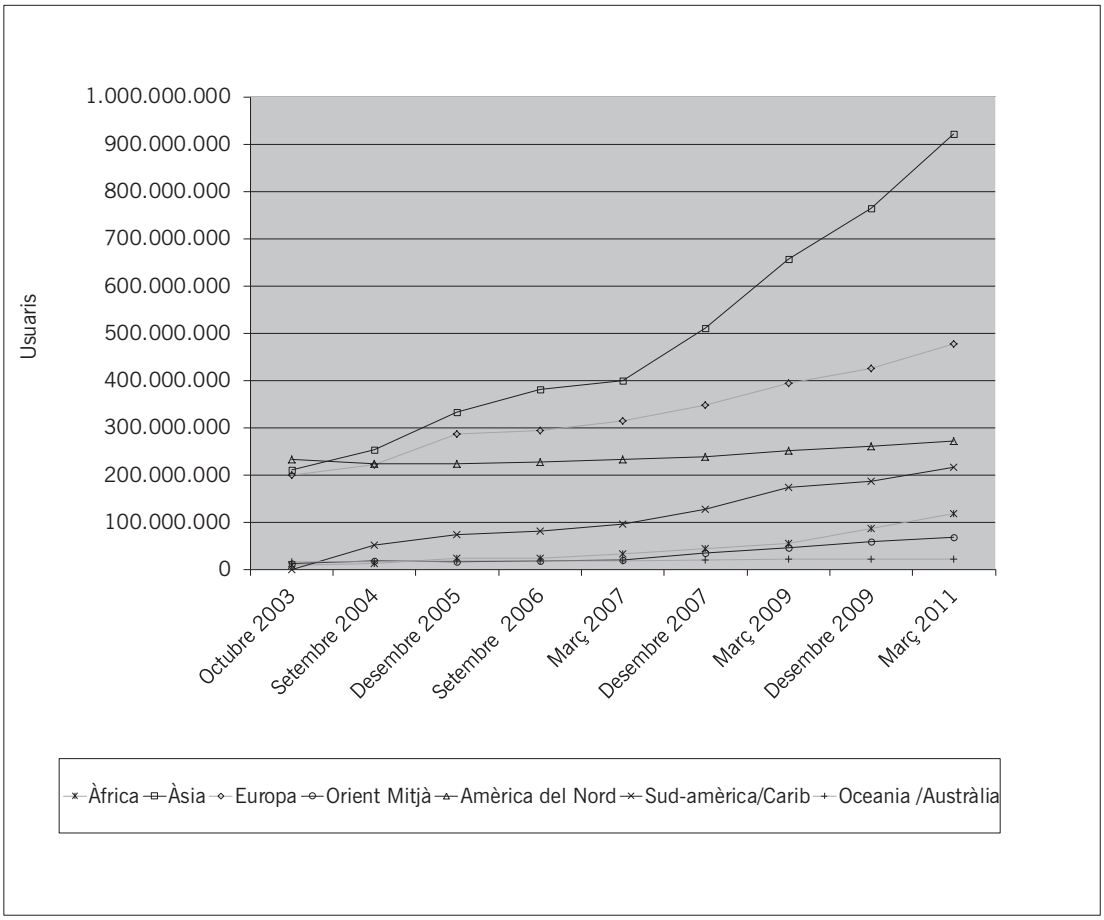
L'Àsia, Corea del Sud (80,9%), Brunei (79,4%), Japó (78,4%) i Singapur (77,2%) són els que tenen la proporció més alta d'usuaris d'internet; a l'altre extrem, Myanmar i Timor Estno passen del 0,2% també el març de 2011. Pel que fa a l'Amèrica del Nord, als Estats Units la penetració és del 78,2% (74,1% el 2009), un punt per sota del Canadà. Aquests indicadors són semblants als d'Oceania, on amb la penetració més elevada hi ha Nova Zelanda, amb el 83,9%, seguida d'Austràlia, amb el 78,3%.

[426] Internet World Stats. *Usage and Population Statistics. Internet Users in the World*. Accessible a: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Consulta: juny de 2011]

A l'Amèrica Llatina, només tres estats superen el 45%: Xile, amb un 50,4%; l'Argentina, amb un 48,9%, i Colòmbia, amb un 47,6%. La resta de països de l'àrea no arriben al 40%, tot i que assoleixen ja els dos dígits, si bé amb diferències notables. Així, per exemple, a Guatemala hi ha un 10,2% de penetració i, a l'Uruguai, un 38,3%.

Finalment, a l'Àfrica, entre els països amb un nombre de persones usuàries d'internet més alt en comparació de la població hi ha el Marroc, amb un 41,3%; Tunísia, amb un 33,9%; Nigèria, amb un 28,3%, i Egipte, amb un 24,5%. A la cua se situen el Congo i Níger, amb un 0,7%, i Etiòpia, amb un 0,5%.

Gràfic 2. Evolució de les persones usuàries d'internet per zones del món. Període 2003-2010



Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.internetworldstats.com> [Consultes: novembre de 2002 i 2003; octubre de 2004; gener de 2006; abril de 2007, 2008 i 2009, i març de 2011]

Taula 3. Penetració d'internautes per continents. Desembre de 2009 i març de 2011

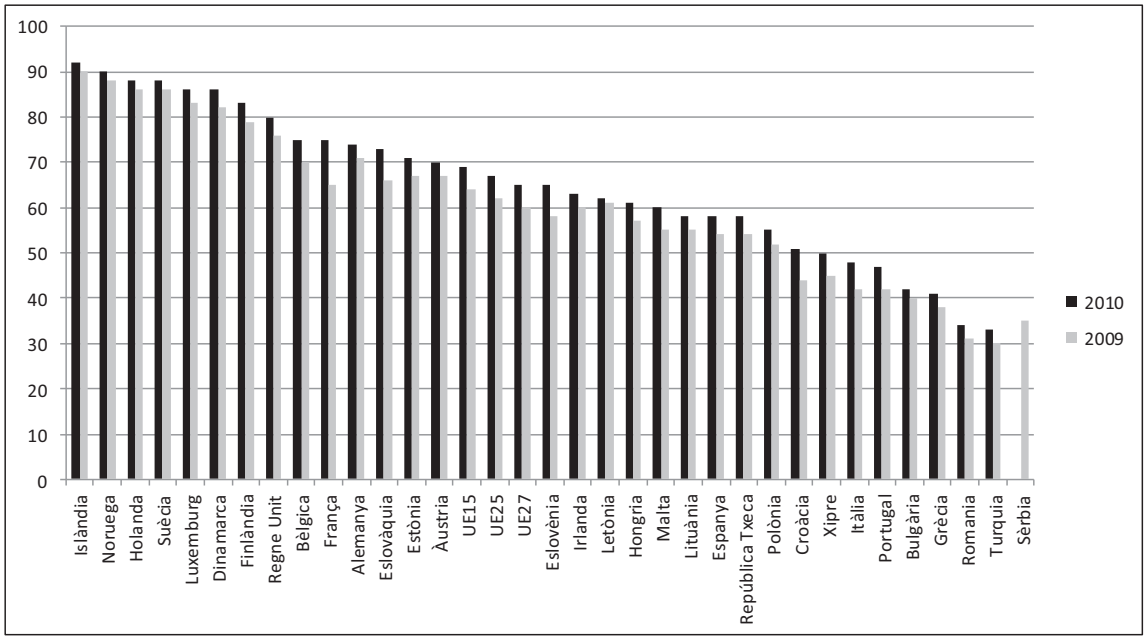
Àrea geogràfica	Penetració desembre 2009 (%)	Penetració març 2011 (%)	Nous usuaris d'internet
Àfrica	8,7	11,4	32.391.720
Àsia	20,1	23,8	157.893.654
Europa	53,0	58,3	50.440.364
Orient Mitjà	28,8	31,7	10.244.120
Amèrica del Nord	76,2	78,3	12.505.000
Sud-amèrica/Carib	31,9	36,1	29.017.350
Oceania/Austràlia	60,8	60,1	183.340
Total/Mitjana	**26,6**	**30,2**	**292.675.548**

Font: <http://www.internetworldstats.com/> [Consulta: juny de 2011]

4. Situació d'internet a Europa i a Espanya

El 2010, el percentatge de persones usuàries regulars d'internet a Europa ha continuat creixent. El rànquing es manté encapçalat pels mateixos vuit països que el 2009, i en el mateix ordre: Islàndia i Noruega ocupen els llocs 1 i 2; Holanda i Suècia, en 3a posició i 4a, respectivament, són els integrants d'Europa amb una proporció més alta d'usuaris regulars d'internet; a continuació es troben Luxemburg, Dinamarca, Finlàndia i el Regne Unit. Aquests 8 països superen el 80% d'usuaris regulars d'internet. Espanya ocupa el lloc 19è dels estats membres de la Unió Europea –el 21è, comptant-hi els extracomunitaris–, amb una penetració del 58%, quatre punts percentuals més que el 2009. Amb tot, continua per sota de les mitjanes europees del 69% (Unió Europea dels 15), 67% (UE25) i 65% (UE27, 60% el 2009) (vegeu el gràfic 4).

Gràfic 4. Usuaris regulars d'internet[A] a Europa. Anys 2009 i 2010 (en %)



[A] Persones d'entre 16 i 74 anys que han accedit a internet un cop a la setmana de mitjana en els últims tres mesos.

Font: Eurostat
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database>
[Consulta: juny de 2011]

L'anàlisi de percentatge per regions de llars connectades i de persones usuàries regulars per regions a Europa a partir de les xifres d'Eurostat mostra com, en general, la proporció de llars és superior. Aquest és el cas de setze de les vint-i-sis regions recollides a la taula 4, incloent-hi les cinc primeres en termes de llars connectades: les regions de Flevoland (amb un 96% i un 94% d'usuaris regulars el 2010), Overijssel (95% i 90%, respectivament), Noord-Holland (94 i 92) i Utrecht (93% de llars i 91% de persones usuàries regulars) a Holanda; i de Vestlandet (95% i 94%) a Noruega. D'altra banda, hi ha sis regions –d'acord amb Eurostat– amb la mateixa proporció de llars connectades a internet i de persones usuàries regulars: Oslo (92%), Islàndia (92%), Viena (74%), Catalunya (68%) i Madrid (67%). Aquestes dues són les que, dins de l'Estat espanyol, tenen més penetració a les llars.

Finalment, en quatre regions hi ha un percentatge superior d'usuaris regulars que de llars connectades a internet: Estocolm, Escòcia, la regió de Brussel·les i el País Valencià.

Taula 4. Llars amb accés a internet per regions dins de la Unió Europea. Anys 2009 i 2010

Regió	Percentatge de llars connectades a internet 2009	Percentatge de llars connectades a internet 2010	Persones usuàries regulars 2010
Flevoland	95	96	94
Overijssel	91	95	90
Vestlandet	77	95	94
Noord-Holland	92	94	92
Utrecht	94	93	91
Oslo	92	92	92
Hampshire	78	92	88
Islàndia	90	92	92
Estocolm	90	91	92
Londres	84	87	86
París	69	86	86
Baviera	80	82	75
Baden-Württemberg	78	82	75
Berlín	78	84	75
Viena	73	74	74
Escòcia	70	69	71
Regió de Brussel·les	61	69	74
Catalunya	63	68	68
Madrid	64	67	67
Illes Balears	60	66	65
País Basc	60	65	61
Llombardia	57	64	54
Piemont	52	57	50
País Valencià	50	54	56
Galícia	42	49	48
Extremadura	42	47	48

Font: Eurostat. *Regional Information Society Statistics. Households with Access to the Internet at Home*.
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database>
[Consulta: març de 2010]

En relació amb l'Estat espanyol, la taula 5 presenta la proporció d'usuaris freqüents d'internet –persones de 16 a 74 anys que l'han utilitzat almenys un cop per setmana durant els últims tres mesos– a les diverses comunitats autònomes, segons les dades de l'INE. Si es comparen aquestes xifres amb les de l'àmbit europeu (vegeu el gràfic 4), s'observa que totes les comunitats es troben per sota de la mitjana de l'Europa dels 15, només Catalunya (67,7%) està per sobre de l'Europa dels 25, i també amb Madrid (66,7%) i les Illes Balears (65,1%), de la mitjana de l'Europa dels 27.

Taula 5. Usuaris freqüents a l'Estat espanyol per comunitats autònomes. Període 2008-2010 (en %)

	2008	2009	2010
Total de l'Estat espanyol	**49,2**	**53,6**	**54,8**
Europa dels 15	**60,0**	**64,0**	**69,0**
Europa dels 25	**58,0**	**62,0**	**67,0**
Europa dels 27	**56,0**	**60,0**	**65,0**
Andalusia	43,7	47,9	52,4
Aragó	48,8	56,9	61,2
Astúries	47,5	51,5	56,5
Illes Balears	52,2	59,6	65,1
Canàries	47,5	48,7	51,5
Cantàbria	50,2	54,6	57,5
Castella i Lleó	45,0	49,7	56,3
Castella-la Manxa	43,7	48,5	55,8
Catalunya	59,1	60,7	67,7
Comunitat Valenciana	46,4	52,9	56,1
Extremadura	36,3	41,5	48,5
Galícia	37,9	44,5	48,3
Madrid	59,0	63,3	66,7
Múrcia	40,1	46,0	52,4
Navarra	49,2	57,6	58,5
País Basc	51,5	56,0	60,7
La Rioja	50,0	46,2	55,5
Ceuta	46,8	44,6	55,4
Melilla	39,3	46,4	51,1

Font: INE (2009, 2010 i 2011) [En línia]: *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares 2008–2010. Resultados por CCAA. Resumen de datos de personas por comunidades autónomas y tipo de uso de TIC.* Madrid: INE.
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2009/l0/&file=05002.px&type=pcaxis&L=0>
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0>
[Consultes: juliol de 2011]

5. Equipament TIC i usos d'internet a Catalunya

El telèfon mòbil és, de mitjana, l'equipament TIC amb una penetració superior a les llars (amb algun membre d'entre 16 i 74 anys) de Catalunya l'any 2010, amb un 95,1%; la segona posició correspon als ordinadors, amb el 73,1%, seguida de la connexió a internet, 68,3% i, a 1,1 punts de distància, de la banda ampla, amb un 67,2% (vegeu la taula 6).

Quant al telèfon mòbil, el 2010 no hi ha gaires diferències entre comarques. Totes es troben entre el 91,3% de llars equipades amb mòbil del Montsià –a la part baixa–, i el 95,6% del Vallès Oriental, a l'extrem superior.

Taula 6. Equipament TIC a les llars[A] per comarques a Catalunya. Any 2010 (en %)

Comarques	Ordinador	Connexió a internet	Telèfon mòbil	Banda ampla
Alt Camp	75,3	69,1	95,5	70,7
Alt Empordà	69,6	63,5	94,5	62,2
Alt Penedès	74,7	70,0	95,3	68,6
Alt Urgell	65,0	59,9	94,3	57,7
Alta Ribagorça	67,3	60,3	94,8	58,5
Anoia	74,4	68,9	95,1	68,1
Bages	73,7	68,3	95,0	66,2
Baix Camp	75,1	66,5	95,5	67,5
Baix Ebre	75,8	66,7	93,9	64,5
Baix Empordà	71,6	67,5	93,6	65,7
Baix Llobregat	74,3	69,5	95,5	68,1
Baix Penedès	71,0	64,8	94,2	65,0
Barcelonès	71,7	68,8	95,3	68,0
Berguedà	74,1	68,0	95,1	64,8
Cerdanya	66,1	58,8	94,8	57,5
Conca de Barberà	73,1	65,9	95,0	65,1
Garraf	72,7	69,4	95,5	68,0
Garrigues	69,5	61,6	93,0	60,0
Garrotxa	72,3	67,4	95,3	65,9
Gironès	72,5	66,0	95,0	64,7
Maresme	76,0	70,8	95,5	69,9
Montsià	68,8	60,2	91,3	55,1
Noguera	71,4	64,5	93,3	61,9
Osona	72,9	67,4	95,0	64,0
Pallars Jussà	64,6	58,1	92,8	57,0
Pallars Sobirà	65,1	58,7	93,8	57,2
Pla d'Urgell	70,3	63,1	93,3	59,1
Pla de l'Estany	71,7	65,6	94,5	65,1
Priorat	68,5	63,3	95,9	59,2
Ribera d'Ebre	72,5	64,5	92,9	61,9
Ripollès	73,5	67,8	93,7	66,0
Segarra	71,2	63,6	93,4	63,3
Segrià	70,1	62,9	93,4	61,8
Selva	70,0	65,1	94,5	63,8
Solsonès	71,7	66,7	95,0	63,0
Tarragonès	74,7	67,2	95,5	68,6
Terra Alta	66,2	59,1	92,4	53,9
Urgell	72,8	65,6	93,9	64,8
Val d'Aran	67,4	61,4	94,7	58,2
Vallès Occidental	76,0	70,8	95,5	69,1
Vallès Oriental	74,1	69,9	95,6	68,5
Catalunya	**73,1**	**68,3**	**95,1**	**67,2**
Àmbit metropolità	73,5	69,5	95,4	68,4
Comarques gironines	71,2	65,7	94,5	64,3
Camp de Tarragona	74,1	66,7	95,3	67,6
Terres de l'Ebre	72,0	63,3	92,6	59,7

Àmbit de Ponent	70,6	63,3	93,4	61,8
Comarques centrals	73,6	68,1	95,0	65,8
Alt Pirineu i Aran	65,7	59,4	94,2	57,6

[A] Llars amb algun membre de 16 a 74 anys.

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE (2010). [En línia]
<http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=620> [Consulta: juny de 2011]

En canvi, les variacions entre comarques són significatives en termes de llars equipades amb ordinadors. L'any 2010, cinc comarques han arribat a una proporció de tres de cada quatre llars amb aquesta tecnologia: el Maresme i el Vallès Occidental (76% en cada cas), el Baix Ebre (75,8%), l'Alt Camp (75,3%) i el Baix Camp (75,1%). El mateix 2010, la penetració més baixa ronda el 65% de llars: 64,6% al Pallars Jussà (11,4 punts per sota de les comarques capdavanteres), 65% a l'Alt Urgell i 65,1% al Pallars Sobirà.

Les diferències entre comarques augmenten en relació amb la connexió a internet. El 2010, el Maresme i el Vallès Occidental, amb un 70,8%, ocupen també en aquest equipament la primera posició, seguides ara (a diferència de l'ordinador) de l'Alt Penedès, amb un 70,0%. A la part inferior de la taula hi ha també el Pallars Jussà, amb un 58,1% (a 12,7 punts percentuals de distància de les primeres); el Pallars Sobirà, amb un 58,7%; la Cerdanya, amb un 58,8%, i la Terra Alta, amb un 59,1%.

La penetració de banda ampla està encapçalada per l'Alt Camp (70,7% de llars), el Maresme (69,9%) i el Vallès Occidental (69,1%). Les comarques amb una proporció més baixa de llars amb connexió a la banda ampla són el Pallars Sobirà (57,2%), el Pallars Jussà (57,0%), el Montsià (55,1%) i la Terra Alta, que, amb el 53,3%, queda 16,8 punts per sota de l'Alt Camp i té l'indicador comarcal més baix de tots els equipaments TIC l'any 2010.

En general, el període 2009-2010, l'equipament específicament audiovisual a les llars de Catalunya està més aviat estabilitzat (per exemple, cadena musical); augmenta poc (4,8 punts percentuals l'ordinador portàtil; 0,6 la telefonia mòbil i 0,5 els altres tipus d'ordinadors) o disminueix, en alguns casos lleugerament (la televisió i l'ordinador de sobretaula, l'MP3/MP4, el DVD) i en d'altres més significativament: la ràdio (7,1 punts) i, sobretot, el vídeo (9,7 punts menys) (vegeu la taula 7). En general, aquestes xifres mostren una disminució dels equipaments tradicionals d'accés

als continguts audiovisuals com són la televisió, la ràdio, el vídeo i el DVD, i un increment en els ordinadors portàtils, ordinadors d'altres tipus i la telefonia mòbil.

Taula 7. Equipament audiovisual a les llars. Catalunya. Anys 2009 i 2010 (en %)

Equipament	Any 2009	Any 2010
Televisió	99,7	99,3
Ordinador de sobretaula	56,4	55,8
Ordinador portàtil	41,0	45,8
Telefonia mòbil	94,5	95,1
Altres tipus d'ordinador (agenda, PDA, *Pocket PC*...)	8,0	8,5
Cadena musical	67,6	67,7
Ràdio	86,9	79,8
MP3 o MP4	49,8	48,6
Vídeo	58,3	48,6
DVD	83,5	80,6

Font: INE (2009 i 2010). *Encuesta sobre equipamientos de productos TIC en las viviendas principales por CCAA en 2009 i 2010*. Madrid: INE. [En línia]
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2009/l0/&file=07001.px&type=pcaxis&L=0>
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2010/l0/&file=07001.px&type=pcaxis&L=0>
[Consultes: agost de 2011]

En termes de persones usuàries habituals d'internet a Catalunya, el mateix període 2009-2010 n'ha augmentat la proporció, tant de mitjana (7 punts percentuals més), com per franges d'edat (vegeu la taula 8). En aquest sentit, destaquen els increments en el grup de 35 a 44 anys (+14,5 punts) i de 55 a 64 anys (+13,3 punts). Cal assenyalar també que, per primera vegada, els usuaris habituals arriben al 20% en el grup de 65 a 74 anys.

Taula 8. Persones usuàries habituals d'internet[A] per grups d'edat a Catalunya. Període 2009-2010 (en %)

Any	Mitjana de persones usuàries habituals d'internet	16-24 anys	25-34 anys	35-44 anys	45-54 anys	55-64 anys	65-74 anys
2009	60,7	89,3	83,0	67,0	60,2	26,7	17,8
2010	67,7	92,4	84,9	81,5	65,4	40,0	20,7

[A] Persones que han utilitzat internet almenys un cop per setmana en els últims tres mesos.

Font: INE (2009 i 2010). *Encuesta sobre equipamientos y uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares 2009-2010. Resumen de datos de personas por comunidades autónomas, sexo, características demográficas y tipo de uso de TIC*. Madrid: INE. [En línia]
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2009/l0/&file=09002.px&type=pcaxis&L=0>
<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2010/l0/&file=09002.px&type=pcaxis&L=0>
[Consultes: agost de 2011]

L'any 2010, el correu electrònic és, segons dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura obtingudes a partir d'enquestes a 30.887 persones sobre una població de 6,42 milions de persones de Catalunya de 14 anys o més, l'ús d'internet més habitual, amb diferència (90,5% de les persones usuàries d'internet). En segona posició es troba la cerca d'informació de béns i serveis (56,1%) i, a continuació, la participació en xats o la missatgeria instantània (54,1%), i les xarxes socials (53,1%). La resta d'usos es troben per sota del 50%. Tot i això, cal assenyalar la proporció (45,8%) que diu que usa internet per llegir o descarregar-se notícies; el 20,3% que manifesta que ho fa per escoltar la ràdio, i el 13,9% que ho fa per veure la televisió (vegeu la taula 9).

Taula 9. Ús d'internet els últims 30 dies a Catalunya. Any 2010 (en %)

Usos	2010
Correu electrònic	90,5
Xats o missatgeria instantània	54,1
Xarxes socials	53,1
Trucades de telèfon, videotrucades	12,4
Veure la televisió	13,9
Escoltar la ràdio	20,3
Descarregar música, vídeo...	39,7
Cercar informació de béns i serveis	56,1
Jugar en línia	15,3
Llegir o descarregar notícies	45,8
Utilitzar serveis de viatges	31,9
Comprar/vendre serveis/productes	17,9
Consultes, gestions de banca	34,2
Realitzar apostes, loteria	1,5
Cercar feina	15,4
Tràmits amb l'Administració	14,2
Cap dels anteriors	0,6

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. *Informe general internet a Catalunya*. Any natural gener-desembre de 2010.

Pel que fa als tipus de webs més visitats pels internautes a Catalunya, n'hi ha una gran diversitat, tal com ho mostren les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (vegeu la taula 10). Els cercadors ocupen la primera posició (95,2% de les persones usuàries que utilitzen internet el 2010). El segon tipus és l'identificat com a "altres", amb un 52,3% de visites, i, el tercer, l'integrat pel conjunt de webs de premsa (generalista o especialitzada, en paper o digital),

amb un 43,6%. Els webs de ràdios i de televisions capten una proporció inferior de visites: 14,1% i 12,5, respectivament, amb xifres semblants a les de 2009.

Taula 10. Webs més visitats els últims 30 dies a Catalunya. Anys 2009 i 2010 (en %)

Visites per tipus de web els últims 30 dies	2009	2010
Total de premsa	38,9	43,6
Premsa generalista en paper	28,6	32,1
Premsa esportiva en paper	14,3	18,1
Premsa econòmica en paper	4,3	5,7
Mitjans de comunicació digitals	7,0	8,2
Webs de revistes	7,0	8,1
Webs de ràdios	14,4	14,1
Webs de televisions	11,7	12,5
Cercadors	97,6	95,2
Portals generalistes	27,9	30,0
Webs temàtics i comercials	24,1	22,4
Webs de bancs i caixes	32,7	32,4
Webs d'administracions públiques	20,8	17,7
Blocs o webs personals	31,0	23,9
Altres	21,7	52,3
Cap	0,5	0,4

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. *Informe general internet a Catalunya*. Anys naturals gener-desembre de 2009 i gener-desembre de 2010.

6. Mitjans de comunicació

L'any 2010, OJD Interactiva ha augmentat la quantitat de publicacions digitals que audita i, davant dels 361 de 2009, ha passat a 386 webs el mes de desembre de 2010. OJD Interactiva inclou els mitjans digitals sota els epígrafs *notícies i informació* i *entreteniment* (que, al seu torn, tenen diversos subapartats) (vegeu la taula 11).

El desembre de 2010, hi ha 24 mitjans de l'Estat espanyol auditats per OJD Interactiva que sobrepassen els dos milions d'usuaris únics al mes, quatre més que el desembre de 2009. El diari esportiu *Marca* encapçala els usuaris únics dels webs dels grups *notícies i informació* i *entreteniment*, amb 27,5 milions (8,8 més que el desembre de 2009), superant la versió digital del diari *El Mundo*, que, amb 26 milions (3,7 més que el desembre de 2009), passa al segon lloc. El nombre d'usuaris únics d'aquestes dues pàgines web dobla, pel cap baix, el dels webs que es troben en els llocs tres i quatre. Des d'una altra perspectiva, cal

destacar el creixement dels usuaris únics del web d'Antena3TV.com, que de 2009 a 2010, es multipliquen per 2,1; de RTVE, que ho fan per 1,5 en el mateix període, i de Telecinco.es (per 1,3).

De desembre de 2009 al mateix mes de 2010 també augmenta el nombre d'usuaris únics dels webs dels diaris catalans *Sport* (+1.323.647), *Mundo Deportivo* (+915.548), *La Vanguardia* (+964.895) i *El Periódico de Catalunya* (+761.830).[427]

Taula 11. Usuaris únics dels webs dels grups *notícies i informació* i *entreteniment* amb més de dos milions d'usuaris únics. A l'Estat espanyol i controlats per l'OJD. Desembre de 2009 i desembre de 2010

Webs	Desembre de 2009	Desembre de 2010
Marca.com	18.676.919	27.501.304
El Mundo	22.256.877	26.047.776
20Minutos.es	9.385.637	12.539.808
Euroresidentes	10.633.873	12.152.140
Rtve.es	6.797.650	10.216.624
Telecinco.es	6.648.478	8.367.346
Antena3TV.com	3.777.479	8.029.058
Sport	4.853.553	6.177.200
Páginas amarillas	5.801.241	6.132.532
3DJuegos.com	3.685.070	5.314.163
Mundo Deportivo	3.654.703	4.570.251
La Vanguardia.es	3.332.207	4.297.102
123People	2.483.739	3.937.125
Hipertextual		3.600.245
Futbol Club Barcelona	2.107.281	3.361.826
El Confidencial.com	2.313.089	3.299.389
Europa Press	2.077.104	3.297.484
Libertad Digital	2.182.134	3.102.838
Publico.es	2.012.012	3.016.632
El Periódico de Catalunya	2.006.941	2.768.771
Formula TV		2.673.236
Consumer Eroski	2.272.372	2.362.076
Hotfrog.es		2.168.543
La Lotería de Navidad		2.117.171

Font: Ojdinteractiva.es.

Quant als webs informatius i els portals d'entreteniment de Catalunya controlats per OJD, en general augmenta el nombre d'usuaris únics entre el desembre de

[427] Voldríem remarcar que, dins del rànquing d'usuaris únics, segons OJD Interactiva, per sobre dels diaris *Marca* i *El Mundo* només hi ha el web de Softonic, que es dedica a comercialitzar programes d'ordinador, amb 68,7 milions d'usuaris únics.

2009 i el mateix mes de 2010. En les cinc posicions capdavanteres es consoliden els webs de quatre diaris –les versions digitals dels esportius *Sport,* amb 6,2 milions d'usuaris únics, i *Mundo Deportivo,* amb 4,6; i les dels generalistes *La Vanguardia,* amb 4,3 milions d'usuaris únics, i d'*El Periódico*, amb 2,8 milions. Tanca el grup capdavanter Televisió de Catalunya, amb 1,6 milions. La versió digital de l'*Ara*, diari en paper nascut a finals de 2010, s'incorpora el desembre de 2010 a l'OJD Interactiva, amb 527.269 usuaris únics.

Taula 12. Usuaris únics de webs informatius i altres portals d'entreteniment catalans controlats per l'OJD. Període 2009-2010

	Web	Usuaris únics desembre de 2009	Usuaris únics desembre de 2010
Sport	<http://www.sport.es>	4.853.553	6.177.200
Mundo Deportivo	<http://www.elmundodeportivo.es>	3.654.703	4.570.251
Lavanguardia.es	<http://www.lavanguardia.es>	3.332.207	4.297.102
El Periódico de Catalunya	<http://www.elperiodico.com>	2.006.941	2.768.771
Televisió de Catalunya	<http://www.tv3.cat>	1.198.491	1.632.953
Ara.cat	<http://www.ara.cat>	-	527.269
3cat24	<http://www.3cat24.cat>	317.074	437.132
Vilaweb	<http://www.vilaweb.cat>	330.913	397.462
Avui	<http://www.avui.cat>	361.653	361.824
El Punt	<http://www.elpunt.cat>	214.390	278.567
Catalunya Ràdio	<http://www.catradio.cat>	220.937	271.217
e-notícies	<http://www.e-noticies.cat>	168.317	232.229
Racó Català	<http://www.racocatala.cat>	148.693	209.547
Nació Digital	<http://www.naciodigital.com>	74.001	181.703
Els esports.cat	<http://www.elsesports.cat>	113.645	171.151
Diari de Girona	<http://www.diaridegirona.cat>	125.313	170.828
Eldebat.cat	<http://www.eldebat.cat>	117.504	143.732
Cronica.cat	<http://www.cronica.cat>	39.236	126.981
Directe.cat	<http://www.directe.cat>	69.218	115.809
Regió 7	<http://www.regio7.cat>	69.063	106.601
Lamalla.net	<http://www.lamalla.net>	69.218	80.550
Barcelona TV	<http://www.barcelonatv.cat>	49.100	71.648
Club de Cuines	<http://www.clubdecuines.cat>	41.684	65.494
Economia Digital	<http://www.economiadigital.es>	-	29.593
Catalunya Press	<http://www.catalunyapress.cat>	11.463	28.697
Anoia Diari	<http://www.anoiadiari.cat>	-	21.226
Capgròs	<http://www.capgros.com>	14.172	20.022
Cugat.cat	<http://www.cugat.cat>	16.247	19.411
El Triangle	<http://www.eltriangle.eu>	10.790	19.359
Butxaca.com	<http://www.butxaca.com>	-	19.326
Portal Lleida	<http://http://cat.lleida.com>	21.023	19.118
Tribuna.cat	<http://www.tribuna.cat>	-	18.165

Revista Cambrils	<http://www.revistacambrils.cat>	8.971	17.662
Emporda.info	<http://www.emporda.info>	16.189	17.279
Vilanova Digital	<http://www.vilanovadigital.com>	14.559	16.587
Reus Digital	<http://www.reusdigital.cat>	11.900	15.938
Ciutatoci.com	<http://www.ciutatoci.cat>	16.863	15.654
Bondia	<http://www.bondia.cat>	8.692	11.978
Teatralnet	<http://www.teatral.net>	8.761	10.164
Dbergueda.cat	<http://www.dbergueda.cat>	-	6.137
Més Osona	<http://www.mesosona.cat>	6.061	5.603
Contrapunt.cat	<http://www.contrapunt.cat>	-	4.810
Comarquesnord.cat	<http://www.comarquesnord.cat>	-	4.349
El Ripollès Digital	<http://www.elripolles.com>	2.357	2.628
Proeixample	<http://www.proeixample.cat>	736	940
ACPG	<http://www.acpg.cat>	-	772
Osona.com	<http://www.osona.com>	41.263	-
Deria.cat	<http://www.deria.cat>	1.518	-

Font: Ojdinteractiva.es.

7. Subvencions de la Generalitat de Catalunya a la digitalització en mitjans de comunicació[428]

Durant l'any 2010 s'han mantingut les dues línies de subvencions per part del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya: d'una banda, en règim de concurrència competitiva, a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació per a empreses periodístiques privades editores de premsa digital i, de l'altra, en règim de concurrència no competitiva, els ajuts estructurals a publicacions digitals en català o aranès.

Quant a la primera línia, l'any 2010 s'ha subvencionat el mateix nombre de projectes, 35, que el 2009, si bé se n'ha incrementat la dotació total, que ha passat d'1.300.000 euros a 1.979.970 euros (vegeu la taula 13).

[428] Vegeu l'apartat 6 del capítol II d'aquest INFORME, dedicat als ajuts financers de caràcter públic al sector audiovisual.

Taula 13 Subvencions, en règim de concurrència competitiva, a projectes que fomentin i consolidin l'espai català de comunicació per a empreses periodístiques privades editores de premsa digital. Any 2010 (en euros)

Destinatari	Projecte	Import
Andreu Castelló Lasauca	Creació de la publicació digital d'art en català artualitat.cat	6.000
Bondia Lleida, SL	Enfortiment de l'equip comercial del bondia.cat	40.000
Can Creu Serveis Digitals, SC	Ampliació de continguts del portal: Jornal.cat	6.000
Capgros Comunicació, SL	Creació del canal d'informació Mataró Innova TV, dedicat a la innovació empresarial, pedagògica	12.400
Catmedia Global, SL	Creació del diari digital de música catalana viasona.cat	40.000
Comerç i Editora de la Coordinadora de Mitjans, SL	Creació del diari digital El 9 Esportiu	230.000
Comunicació Digital de Vegueries, SCP	Creació del diari de seguiment electoral de les comarques del Camp de Tarragona dEleccions.cat	9.000
Contrapunt, SCCL	Conversió del diari digital contrapunt.cat en una plataforma multicanal	30.000
Diari de Girona Media, SLU	Creació d'un diari digital d'abast nacional i d'una redacció central a Catalunya	120.000
Diari de Vic, SL	Creació del portal de notícies diaridemanlleu.cat	5.750
Diari de Vilanova, SL	Millora tecnològica del diaridevilanova.cat	12.000
Edició Disseny i Realització Interactiva, SL	Desenvolupament informàtic del diari electrònic e-noticies.com	93.700
Ediciones Primera Plana, SA	Un nou sistema de gestió documental Intramedia per a elperiodico.cat	231.020
Edicions Salòria, SL	Redissenyar i incorporar noves eines de comunicació a: viurealspirineus.cat	10.000
Editora Singular Digital 2GR, SL	Ampliació i modificació de la plataforma tecnològica d'Elsingulardigital.cat	10.000
Europa Press de Catalunya, SA	Potenciar el diari europapress.cat per convertir-lo en un portal multimèdia d'informació en català i occità	120.000
Grup Enderrock Edicions, SL	Desenvolupar els projectes d'administració de continguts imedmusic.com	20.000
Hermes Comunicacions, SA	Convergència digital de la redacció d'El Punt	393.300
Iniciatives Berguedanes de Comunicació, SL	Consolidació del portal participatiu de notícies bergactual.com	6.000
Iniciatives de Tecnologia Segle XXI, SL	Modificació del disseny i de la graella de continguts del diari Cronica.cat	50.000
La Veu de l'Ebre, SL	Transformació tecnològica del sistema de producció de continguts del diari ebredigital.cat	20.000
Limicola, SL	Creació del diari digital esportiu mesesport.cat	34.000
Lladó Comunicació, SCP	Renovació de la plataforma digital, del disseny web, del gestor de continguts i consolidació del diari digital DiariMaresme.com	5.000
Media Pro Dynamic, SL	Edició i desenvolupament tecnològic de la revista digital laneualdia.cat	5.000
MonMedia Press, SL	Creació del diari LaGentGran.cat, adreçat als professionals del sector	12.000
Orna Comunicación, SL	Creació d'un mòdul de treball en línia per l'equip de Catalunyapress	33.569
Penedès Edicions, SL	Conversió del diari informatiu de l'Alt i el Baix Penedès La Fura Electrònica en La Fura Digital	13.000
Portal, Maresma i Associats, SL	Desenvolupar una campanya estratègica de promoció i difusió de Vilaweb.cat	100.000
PROMICSA	Catalanització i millora de continguts del	50.000

	diaridetarragona.com	
Red Digital XXI, SL	Dotar de contingut el debat.tv	50.000
Reus Comunicació Digital, CB	Augmentar i diversificar la producció videogràfica del web reusdigital.cat	10.000
Serveis de Comunicació Global Aquitània, SL	Projecte de creixement i de consolidació del Grup Nació Digital	80.000
Stilgraphic, SL	Adaptació de portal Cupatges.com al web 2.0	19.131
Tirabol Produccions, SL	Millorar l'estructura del web i de l'equip humà de racocatala.cat i crear una nova unitat comercial	75.000
Zoom Mundi, SL	Creació del portal d'informació econòmica anoiaemergent.cat, associat al diari anoiadiari.cat	28.100
Total		**1.979.970**

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març (DOGC núm. 5874 – 109/05/2011).

En la segona línia, el 2010 s'han atorgat 44 ajuts, davant dels 35 de 2009, per un import total de 842.942,02, un 33% més que el 2009, que va ser 632.898,11 euros (vegeu la taula 14).

Taula 14. Subvencions estructurals en règim de concurrència no competitiva a publicacions informatives digitals en català o en aranès. Any 2010 (en euros)

Destinatari	Projecte	Quantitat
Edició Disseny i Realització Interactiva, SL	<www.e-noticies.com>	50.825,51
Bonet i Grau Publicitat, SL	<www.molletama.cat>	3.992,93
Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya	<www.feec.cat>	8.440,76
Ediciones El Jueves, SA	<www.teatrebcn.com>	8.197,93
Reus Comunicació Digital, CB	<www.reusdigital.cat>	4.747,26
Associació per a la Difusió de les Arts Escèniques	<www.teatral.net>	5.837,63
Comunicacions del Ripollès, SL	<www.elripollesdigital.com>	4.396,92
Zoom Mundi, SL	<www.anoiadiari.cat>	5.049,20
Associació Tribuna Catalana	<www.tribuna.cat>	3.727,12
Ediciones Primera Plana, SA	<www.elperiodico.cat>	129.185,09
Partal, Maresma i Associats, SL	<www.wilaweb.cat>	113.211,24
Tirabol Produccions, SL	<www.racocatala.cat>	28.413,38
Corporació Catalana de Comunicació, SL	<www.avui.cat>	116.204,52
Editorial l'Empordà, SLU	<www.emporda.info>	8.688,20
Diari de Girona Media, SLU	<www.diaridegirona.cat>	37.778,79
Intercomarcals Media, SL	<www.regio7.cat>	13.051,32
Orna Comunicación, SL	<www.catalunyapress.cat>	7.314,67
Penedès Edicions, SL	<www.lafura.cat>	3.235,54
Editora Singular Digital 2GR, SL	<www.elsingulardigital.cat>	22.208,56
Associació Cultural Catalunya Rock	<www.enderrock.cat>	4.495,44
Diari Segre, SLU	<www.segre.com>	17.469,40
Sapiens, SCCL	<www.timeout.cat>	11.520,38
Capgròs Comunicació, SL	<www.capgros.com>	15.803,49
Raúl Rodríguez Bellanco	<ww.reus24.com>	3.900,85
Associació Cultural Revista Cambrils	<www.revistacambrils.cat>	7.766,29
Bondia Lleida, SL	<www.bondia.cat>	8.554,83
Col·lectiu 2014 de reflexió nacionalista	<www.directe.cat>	12.224,79

Iglésies Associats, SL	<www.sies.tv>	6.673,76
Red Digital XXI, SL	<www.eldebat.cat>	23.674,97
Hermes Comunicacions, SA	<www.elpunt.cat>	59.514,56
La Veu de l'Ebre, SL	<www.ebredigital.cat>	3.730,47
Gratuït El Més Osona, SL	<www.mesosona.cat>	5.421,74
El Tot Mataró, SL	<www.totmataro.cat>	4.927,00
Societat Portal de Lleida, SL	<www.lleida.com>	5.310,06
Edicions Salòria, SL	<www.viurealspirineus.cat>	3.397,34
Serveis de Comunicació Global Aquitania, SL	<www.naciodigital.cat>	13.440,76
Serveis de Comunicació Global Aquitania, SL	<www.osona.cat>	11.061,31
Bifidus Produccions, SL	<www.dbergueda.cat>	11.088,47
Contrapunt, SCCL	<www.contrapunt.cat>	5.795,15
Xiz La Plaza, SL	<www.economiadigital.cat>	7.959,73
El Ventall Esdeveniments, SL	<www.ibdigital.net>	3.012,55
Associació Catalunya Nord Punt Com	<www.laclau.cat>	3.649,92
Hora Nova, SA	<www.dbalears.cat>	13.513,40
Doble Columna, SL	< www.teveon.tv>	4.528,79
Total		**842.942,02**

Font: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Resolució CLT/1082/2011, de 10 de març (DOGC núm. 5874 – 109/05/2011).

8. Continguts en català a internet

Un dels indicadors que, a títol il·lustratiu, pot proporcionar una aproximació a la situació de la llengua catalana a internet és el nombre d'articles en català indexats a Wikipedia i la posició relativa en comparació d'altres idiomes. Així mateix, també és un indicador l'evolució del nombre de dominis vinculats al domini *.cat*, de caràcter cultural català.

Taula 15. Articles indexats a la Wikipedia per idiomes. Gener de 2010 i abril de 2011

Idioma	Parlants	Posició	Articles gener 2010 / abril 2011	Posició articles indexats gener 2010	Posició articles indexats abril 2011	Ràtio editors / milió de parlants abril 2011
Anglès	1.500.000.000	1	3,205/3,649 M	1	1	25
Xinès	1.300.000.000	2	0,289/0,346 M	12	12	1
Espanyol	500.000.000	5	0,560/0,756 M	8	6	8
Hindi	550.000.000	3	0,053/0,088 M	43	39	0,1
Francès	200.000.000	11	0,922/1,097 M	3	3	25
Alemany	185.000.000	12	1,033/1,241 M	2	2	38
Finès	6.000.000	107	0,229/0,268 M	14	16	104
Danès	6.000.000	110	0,123/0,148 M	23	24	50
Gallec	4.000.000	129	0,055/0,071 M	41	42	21
Basc	1.000.000	168	0,050/0,089 M	45	38	75
Català	9.000.000	91	0,224/0,339 M	15	13	55

Font: <http://stats.wikimedia.org/ES/>

L'abril de 2011, el català ocupa la tretzena posició en termes de quantitat d'articles indexats a Wikipedia, amb 339.000. El mes de gener de 2010 n'hi havia 224.322, 67.000 articles més que el gener de 2009. Aquest creixement fa que, de gener de 2010 a abril de 2011, el català, que ocupa el lloc 91è quant a nombre de parlants, avanci dues posicions en el rànquing d'articles indexats a Wikipedia per llengua.

L'any 2010 també ha augmentat el nombre de dominis registrats en *.cat* amb 6.910 més (davant dels 6.255 dominis que es van registrar el 2009), s'han superat els 45.000. En termes relatius, això representa un creixement del 17,4% (per un 18,7% de 2009) (vegeu la taula 16).[429]

Taula 16. Evolució dels dominis *.cat*. Període 2007-2010

Data	Dominis registrats
31 de desembre de 2007	26.373
Fi de 2008	33.410
Fi de 2009	39.665
Fi de 2010	46.575

Font: FUNDACIÓ PUNTCAT (2011). *Estadístiques del domini .cat* [En línia]. Barcelona: Fundació puntCAT. <http://www.domini.cat/estadistiques/index.html> [Consulta: agost de 2011].

[429] Font: FUNDACIÓ PUNTCAT. *puntCAT, model de futur*. Barcelona: Fundació puntCAT. Dossier de premsa, 23/02/10. [En línia] <http://www.domini.cat/media/upload/arxius/premsa/100223.dossier_roda.pdf> [Consulta: març de 2010] i *Dominis .cat registrats*. En línia <http://www.domini.cat/estadistiques/index.html> [Consulta: juny de 2011]

Comparant el nombre de documents per domini genèrics d'alt nivell, s'observa que, en el cas del *.cat*, és un valor molt elevat (vegeu la taula 17), un fet que es pot interpretar com un indicador d'ús del domini. La taula 17 també mostra la quantitat de dominis totals en cadascun dels casos la primavera de 2011. En el cultural *.cat*, aquesta xifra de dominis vinculats és baixa per comparació a d'altres dominis d'ús general.

Taula 17. Documents per dominis genèrics d'alt nivell (*generic top level domain*). Novembre de 2008/2009 i primavera de 2011

	Novembre 2008	Novembre 2009	Primavera 2011	Primavera 2011
gTLD	**Documents/domini**	**Documents/domini**	**Documents/domini**	**Dominis totals**
.jobs	4,07	9,62	13,0	44.242
.asia	4,09	9,57	54,9	192.937
.biz	38,35	27,51	316,3	2.146.515
.travel	41,32	38,38	310,5	26.574
.info	50,34	32,58	151,9	7.702.159
.pro	53,55	12,65	42,7	107.361
.aero	76,96	49,23	221,7	7.399
.net	122,5	106,89	820,7	14.256.002
.coop	131,33	86,33	195,3	9.114
.com	222,32	180,36	260,7	96.926.465
.org	243,76	210,09	366,6	9.164.913
.cat	1.265,43	581,35	1.710,2	49.584

Font: FUNDACIÓ PUNTCAT, a partir de dades d'ICANN.

Capítol VI. La publicitat

1. Presentació

Aquest apartat dóna a conèixer, partint d'una visió de l'estat del sector de la publicitat a Espanya, la dinàmica econòmica del mercat publicitari a Catalunya l'any 2010. Al llarg d'aquest capítol, s'analitzen variables específiques sobre la publicitat a Catalunya, que permeten comprendre millor el mercat i el comportament dels anunciants i de les agències, així com la participació dels mitjans de comunicació convencionals i no convencionals en el sector publicitari.

En un segment en què predominen els grups publicitaris i els anunciants multinacionals, la major part de la inversió en publicitat, també la generada per empreses amb seu social a Catalunya, es destina als mitjans de cobertura espanyola. En aquest sentit, les dades que aporten les fonts d'informació principals, com ara InfoAdex o la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), se centren en la situació del mercat publicitari a l'Estat espanyol. La informació del mateix InfoAdex es complementa amb altres fonts, com ara l'Associació Empresarial de Publicitat (AEP), i permet una estimació de la inversió publicitària en mitjans de comunicació a Catalunya.

Cal tenir presents algunes diferències metodològiques significatives en l'elaboració de les dades de la inversió publicitària entre les diverses fonts. InfoAdex comptabilitza els ingressos per inversió publicitària real estimada i per inversió controlada en mitjans convencionals i no convencionals;[430] la CMT opera a partir dels ingressos declarats pels prestadors de serveis de comunicació i l'AEP, basant-se en l'obtenció i el tractament de dades de l'empresa Arce Media.[431] Tot i que les metodologies utilitzades són diferents, les tendències generals que es dibuixen del sector són similars.

El 2010, la inversió publicitària a l'Estat espanyol es recupera lleugerament de les pèrdues dels últims anys i, segons les dades presentades per InfoAdex, arriba a un total de 12.883,8 milions d'euros. Aquesta xifra representa un

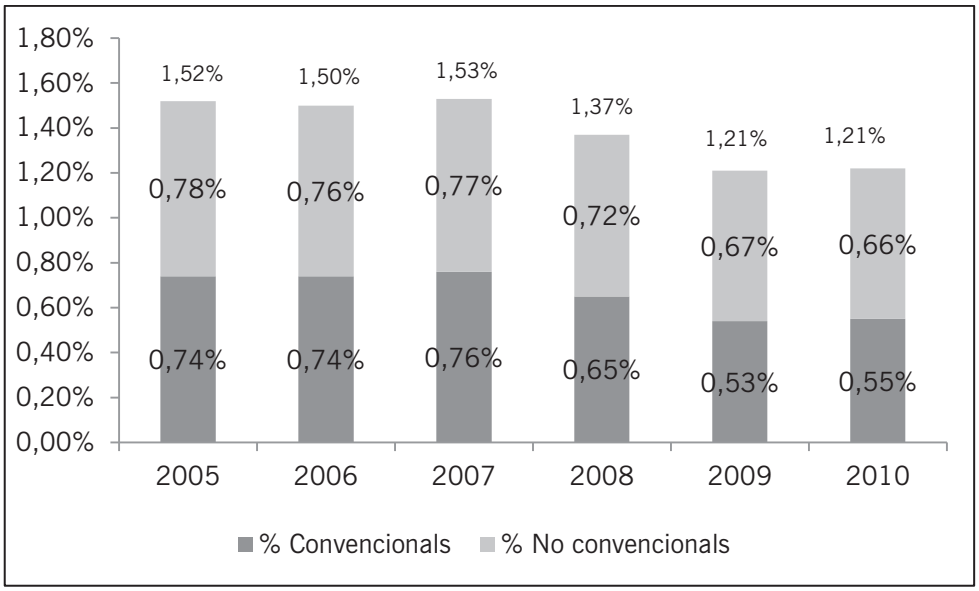
[430] INFOADEX. *Resumen. Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2011* [En línia]. Madrid: InfoAdex, 2011. <http://www.infoadex.es/RESUMEN2011.pdf>[Consulta: abril de 2011].
[431] ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL DE PUBLICITAT. *Estudi 2010 de la inversió publicitària a Catalunya*. Barcelona: Associació Empresarial de Publicitat, 10 març de 2011.

augment d'un 1,4%, amb el qual es trenca el retrocés iniciat el 2008 i que, fins al 2009, va ser de més del 21% respecte del 2007.

El gràfic 1 mostra les tendències en els últims sis anys de la inversió publicitària en els mitjans convencionals i no convencionals en relació amb el producte interior brut (PIB) espanyol. Els tres anys previs a 2008, la participació de la inversió publicitària en relació amb el PIB es manté entre l'1,50% i l'1,53%, mentre que, amb l'inici de la desacceleració econòmica de 2008 i la intensificació de la crisi a Espanya l'any següent, es redueix fins a l'1,21% (1,2059%) de 2009. El 2010 s'atura la pèrdua i es dóna pas a una mínima recuperació fins a arribar a l'1,2125% de quota de participació respecte del PIB, un augment del 0,0055% respecte del 2009.

L'evolució de la participació de la inversió en mitjans convencionals i en no convencionals sobre el PIB entre els anys 2005 i 2010 posa de manifest, d'una banda, una tendència a mitjà termini: la minva general de la participació de la inversió en mitjans sobre el PIB en el període 2008-2010 i, de l'altra, el creixement del diferencial en termes percentuals en la participació entre els mitjans convencionals i els no convencionals, que passa de ser del 0,01% el 2007 al 0,11% el 2010. Val a dir que, malgrat el descens generalitzat, i tot i que, en comparació, els mitjans no convencionals continuen rebent més inversió sobre el PIB, la participació dels mitjans convencionals puja el 2010 un 0,02% respecte del 2009 (vegeu el gràfic 1).

Gràfic 1. Inversió publicitària sobre el PIB a Espanya. Període 2005-2010 (en %)



Font: INFOADEX. *Resumen. Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2011.* Pàg. 14. Madrid: InfoAdex, 2011. [En línia]. <http://www.infoadex.es/RESUMEN2011.pdf> [Consulta: abril de 2011]

La inversió real estimada publicitària en els mitjans convencionals de l'Estat espanyol, després de dos anys de pèrdues acusades, repunta lleugerament el 2010, en passar de 5.630,9 milions d'euros el 2009 a 5.849,5 milions. Internet és el mitjà convencional que ha aportat més, en termes absoluts, a aquest creixement (+135,4 milions d'euros) i absorbeix la major part de l'augment total dels mitjans convencionals el 2010 (+218,6 milions d'euros), juntament amb la televisió (+94,0 milions d'euros) que, per la seva banda, es manté com el mitjà convencional que capta més volum d'inversió (2.471,9 milions). En relació amb aquest mitjà, cal recordar que el 2010 desapareix completament la publicitat a TVE[432] d'acord amb la Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola.

2. La inversió publicitària a Catalunya

L'any 2010 s'apunta una lleugera recuperació de la inversió publicitària real estimada a l'Estat espanyol, amb un import de 12.883,8 milions d'euros, 174,8

[432] Llei de l'Estat 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporació RTVE. <http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988-C.pdf>.

milions més que el 2009 (12.709,0 milions d'euros), segons dades d'InfoAdex. Un resultat que contrasta amb la tendència a la baixa dels últims tres anys.

Pel que fa a la inversió en mitjans convencionals, s'observa una recuperació del 3,9% respecte del 2009. En termes absoluts, aquest increment és de 218,6 milions d'euros. Aquest creixement, combinat amb la reducció de la inversió en mitjans no convencionals (-9,4%), fa que de 2009 a 2010 augmenti la participació dels mitjans convencionals en la distribució de la inversió publicitària d'un 44,3% el 2009 a un 45,4% el 2010.

La televisió, com en anys anteriors, continua sent el mitjà convencional que més publicitat concentra, i passa de 2.377,9 milions d'euros el 2009 a 2.471,9 milions el 2010. Cal fer menció, com a novetat a l'informe InfoAdex de 2010, de la reclassificació del mitjà televisiu, seguint-ne l'evolució que, en aquest període, ha estat marcada sobretot per la implantació de la TDT. Els epígrafs "televisions d'àmbit estatal i autonòmic" i "altres TDT generalistes" s'han substituït pels nous apartats "televisions d'àmbit estatal en obert" i "televisions d'àmbit autonòmic", en què s'inclouen les públiques i les privades. L'apartat "televisions locals" roman sense canvis (vegeu la taula 1).

Taula 1. Inversió publicitària real estimada a l'Estat espanyol per suports convencionals i no convencionals. Període 2008-2010 (en milions d'euros)

Mitjans	2008	2009	2010	Variació 09/08 (%)	Variació 10/09 (%)
Inversió real estimada en mitjans convencionals					
Diaris	1.507,9	1.174,1	1.124,4	-22,1	-4,2
Dominicals	103,9	68,9	72,2	-33,7	4,8
Revistes[A]	617,3	401,9	397,8	-34,9	-1,0
Ràdio	641,9	537,3	548,5	-16,3	2,1
Cinema	21,0	15,4	24,4	-26,5	58,4
Televisions d'àmbit estatal en obert	*2.668,8*	*2.081,1*	*2.128,8*	*-22,0*	2,3
Televisions d'àmbit autonòmic	*319,6*	*237,7*	*272,6*	*-25,6*	14,7
Televisió - canals de pagament	*56,1*	*50,0*	*65,0*	*-10,9*	30,0
Televisió local	*37,9*	*9,1*	*5,5*	*-76,0*	-39,6
Televisió	**3.082,4**	**2.377,9**	**2.471,9**	**-22,9**	**4,0**
Exterior	518,3	401,4	420,8	-22,6	4,8
Internet[B]	610,0	654,1	789,5	7,2	20,7
Total mitjans convencionals	**7.102,8**	**5.630,9**	**5.849,5**	**-20,7**	**3,9**
Inversió real estimada en mitjans no convencionals					
Publitramesa *(mailing)* personalitzada	1.976,4	1.927,0	1.971,3	-2,5	2,3
PLV,[C] senyalització i rètols	1.548,8	1.197,8	1.263,7	-22,7	5,5
Màrqueting telefònic	1.100,6	1.121,0	1.103,1	1,9	-1,6
Bustiada / fullets	852,5	832,9	791,3	-2,3	-5,0
Patrocini, mecenatge, màrqueting social i RSE[D]	569,5	500,3	537,3	-12,2	7,4
Patrocini esportiu	457,6	436,3	465,6	-4,6	6,7
Anuaris, guies i directoris	609,9	485,9	387,8	-20,3	-20,2
Regals publicitaris	227,0	175,6	125,2	-22,6	-28,7
Catàlegs	144,1	120,0	112,5	-16,8	-6,3
Fires i exposicions	109,0	80,8	86,1	-25,9	6,6
Animació al lloc de venda	67,5	64,9	62,1	-3,8	-4,3
Targetes de fidelització	48,1	46,4	41,8	-3,6	-9,9
Jocs promocionals	50,3	44,7	39,3	-11,2	-12,1
Publicacions empresarials	32,5	23,7	25,3	-27,1	6,8
Màrqueting mòbil (exclosa internet)	19,1	20,7	22,0	8,5	6,3
Total mitjans no convencionals	**7.812,9**	**7.078,1**	**7.034,3**	**-9,4**	**-0,6**
Total mitjans de comunicació	**14.915,7**	**12.709,0**	**12.883,8**	**-14,8**	**1,4**

[A] S'hi inclouen revistes de bellesa, decoració, femenines, informació general, masculines, moda i cor.

[B] Inclou la inversió d'internet fix (per ordinador) i d'internet mòbil (a través de qualsevol dispositiu mòbil).

[C] Publicitat al lloc de venda.

[D] Responsabilitat social de l'empresa.

Font: INFOADEX. *Resumen. Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2011.* Madrid: InfoAdex, 2011.[En línia].<http://www.infoadex.es/RESUMEN2011.pdf>[Consulta: abril de 2011]

En xifres absolutes, internet ha estat el suport convencional que més increment d'inversió publicitària ha obtingut (+135,4 milions d'euros), en passar de 654,1 milions d'euros el 2009 a 789,5 milions el 2010. En aquesta línia ascendent, el cinema, la ràdio, la publicitat exterior i els dominicals han canviat el signe de davallada de 2009 i capten més inversió el 2010. En termes relatius, destaca l'augment del 58,4% del cinema, que es converteix en el suport (convencional i no convencional) que percentualment ha crescut més el 2010, tot i que l'augment ha estat de 9 milions d'euros, una xifra que es podria considerar baixa en relació amb les quantitats d'altres mitjans de comunicació. La ràdio (+11,2 milions d'euros), la publicitat exterior (+19,4 milions d'euros) i els dominicals (+3,3 milions d'euros) també presenten resultats positius amb creixements del 2,1%, del 4,8% i del 4,8%, respectivament.

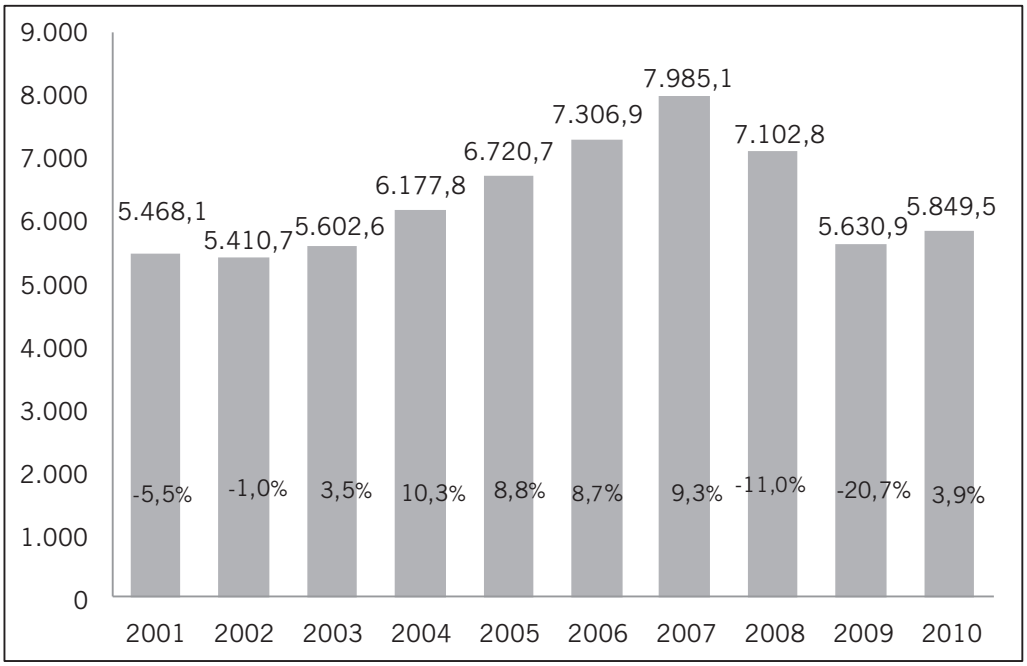
Els únics mitjans convencionals que, en termes absoluts, han registrat pèrdues en inversió real estimada són els diaris i les revistes, tot i que el 2010 han desaccelerat la caiguda: de manera conjunta, perden 53,8 milions d'euros (-49,7 milions els diaris i -4,1 les revistes), davant dels 549,2 milions d'euros menys d'ingressos que van deixar de rebre aquests mitjans (-333,8 milions els diaris i -215,4 milions les revistes) el 2009 respecte de l'any 2008, símptoma d'una petita recuperació després de les fortes caigudes fins a l'any 2009 (vegeu la taula 1).

Pel que fa a la inversió publicitària de 2010 en els mitjans no convencionals, el canvi de signe a l'alça dels dos suports principals, la publitramesa (*mailing*) personalitzada i la publicitat al lloc de venda, la senyalització i els rètols; juntament amb el lleuger creixement de suports com ara les fires i les exposicions; els patrocinis, el mecenatge, el màrqueting mòbil (excloent-ne internet) i les publicacions empresarials han contribuït a tancar el 2010 amb un decreixement només del 0,6% respecte de l'any 2009, després d'una caiguda l'últim any del 9,4%, com es pot veure a la taula 1.

Considerada de manera global, en la inversió publicitària en mitjans convencionals a l'Estat espanyol de 2001 a 2010, s'hi poden identificar tres fases: una primera de certa estabilitat a l'entorn dels 5.400 milions d'euros de 2001 a 2002; en la segona, de fort creixement, la inversió es multiplica per 1,4 entre 2003 i 2007; i la tercera, marcada per la crisi. L'esclat de la crisi financera

internacional va comportar un deteriorament de les inversions, amb reduccions de l'11,0% el 2008 i el 20,7% el 2009. L'any 2010, amb el creixement del 3,9% respecte del 2009, la inversió queda situada en termes absoluts a l'entorn dels 5.850 milions d'euros (vegeu el gràfic 2).

Gràfic 2. Inversió publicitària a l'Estat espanyol en suports convencionals. Període 2001-2010 (en milions d'euros i en %)



Font: Elaboració pròpia amb dades d'InfoAdex (2011).

El fort impuls a l'alça de les inversions publicitàries a internet el 2010 fa que sigui el mitjà convencional que augmenta més la participació en el mercat publicitari. De fet, en el període 2005-2010, és l'únic que manté una tendència creixent i sostinguda, de manera que, partint del 2,4% de 2005, ha arribat al 13,5% el 2010 (+1,9 punts percentuals més que el 2009), i ocupa la tercera posició, a 5,7 punts de distància del segon, els diaris. Per la seva banda, la ràdio, amb una quota similar en els últims sis anys, es manté el 2010 en quart lloc en el rànquing després d'internet, una posició que, com ho mostra la taula 2, només va abandonar el 2008, en què es va situar en tercer lloc, en superar les revistes.

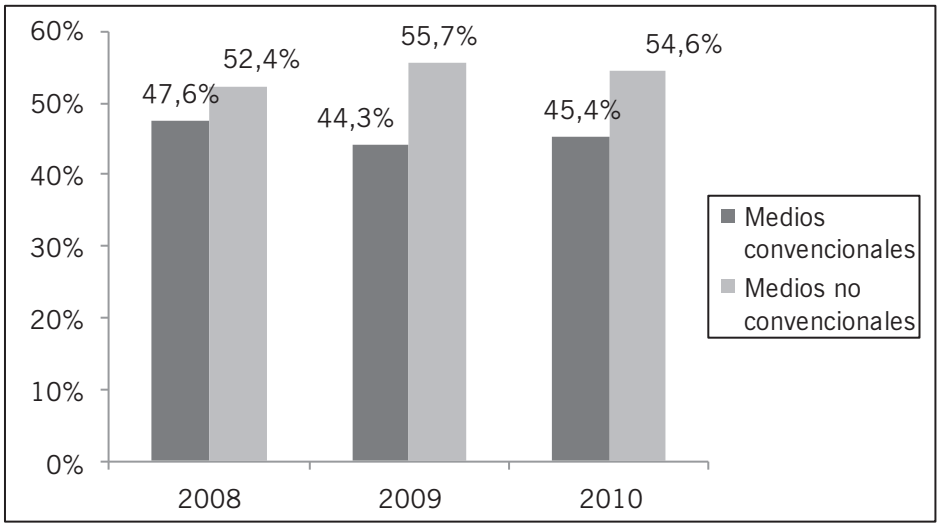
Taula 2. Participació dels mitjans de comunicació convencionals en el mercat publicitari a l'Estat espanyol.

Mitjans	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Televisió	43,9	43,6	43,4	43,4	42,1	42,3
Diaris	24,8	24,5	23,7	21,2	20,9	19,2
Dominicals	1,8	1,7	1,7	1,5	1,2	1,2
Revistes	10,0	9,4	9,0	8,7	7,2	6,8
Ràdio	9,1	8,7	8,5	9,0	9,6	9,4
Internet	2,4	4,2	6,0	8,6	11,6	13,5
Exterior	7,3	7,2	7,1	7,3	7,1	7,2
Cinema	0,6	0,6	0,5	0,3	0,3	0,4

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex (2005-2011).

Quant a la distribució de la inversió publicitària entre mitjans convencionals i no convencionals, el 2010 hi ha un canvi de tendència: augmenta la participació dels mitjans convencionals, que passen del 44,3% de 2009 al 45,4% el 2010, mentre que els no convencionals retrocedeixen del 55,7% de 2009 al 54,6% el 2010 (vegeu el gràfic 3).

Gràfic 3. Participació per suports de la inversió publicitària a l'Estat espanyol. Període 2008-2010 (en %)



Font: INFOADEX. *Resumen. Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2011.* Madrid: InfoAdex, 2011.[En línia].<http://www.infoadex.es/RESUMEN2011.pdf>[Consulta: abril de 2011]

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) proporciona, en el seu informe anual,[433] elements d'anàlisi del sector audiovisual estatal en general,

[433] COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2010* [En línia]. Madrid: CMT, 2011. <http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf> [Consulta: juliol de 2011]

i de l'àmbit publicitari en particular. Segons les dades de la CMT, el 2010, el total d'ingressos publicitaris de les televisions i les ràdios estatals públiques i privades (d'accés obert o de pagament), es manté en un nivell similar al de l'any anterior. De fet, el còmput global el 2010, amb 2.589,8 milions d'euros, supera per poc els 2.585,0 milions de 2009. Cal assenyalar que, amb referència a la publicitat en els serveis de televisió i de ràdio, la CMT comptabilitza els ingressos nets per mitjà en concepte de publicitat, televenda i patrocini, un cop deduïts els descomptes i les comissions aplicats per les empreses que comercialitzen la publicitat.

En el mitjà televisiu, la CMT constata el descens dels ingressos publicitaris de les televisions públiques i el transvasament d'aquests ingressos cap a les televisions privades com a conseqüència de "la reestructuració en el repartiment dels ingressos entre prestadors, ja que la desaparició de Televisión Española del mercat publicitari va propiciar que la resta prestadors comercials registressin notables avenços en la facturació per aquest concepte" (CMT, 2011, p. 159). La ràdio, per la seva banda, inicia una lleugera recuperació el 2010, amb uns ingressos publicitaris de 405,8 milions d'euros, un 2,7% més respecte del 2009 (vegeu la taula 3).

Taula 3. Ingressos publicitaris del sector audiovisual a l'Estat espanyol. Període 2006-2010 (en milions d'euros)

	2006	2007	2008	2009	2010
Televisió[A]	2.886,6	3.138,8	2.808,9	2.189,9	**2.184,0**
Televisions públiques	1.038,9	1.041,6	884,6	637,6	247,6
Televisions privades	1.847,7	2.097,2	1.924,3	1.552,3	1.936,4
Ràdio	403,9	443,7	442,1	395,1	**405,8**
Total	**3.290,5**	**3.582,5**	**3.251,0**	**2.585,0**	**2.589,8**

[A] El total inclou els ingressos en concepte de publicitat, patrocini i televenda, tant de les televisions que operen en obert com de les plataformes de pagament.

Font: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual 2010.* Barcelona: CMT, 2011, pàg. 361. [En línia].
<http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf> [Consulta: juliol de 2011]

Entre els actors que formen part de l'estructura del sector publicitari, les agències de publicitat i de mitjans desenvolupen una tasca fonamental de gestió de

la inversió publicitària. InfoAdex elabora un estudi anual[434] en què proporciona les principals dades d'inversió gestionada per les agències de l'Estat espanyol, prenent com a base la informació sobre inversió controlada que tracta la mateixa InfoAdex en l'estudi general de la inversió publicitària. S'entén per inversió publicitària gestionada per agències la repercussió econòmica de les campanyes i de les accions publicitàries dutes a terme per les agències en els mitjans convencionals a l'Estat espanyol –sense tenir en compte els mitjans no convencionals, ni la inversió en mitjans internacionals, com tampoc els recursos destinats a recerca, producció, etc.

D'acord amb InfoAdex, el petit repunt en la inversió en publicitat durant el 2010 també s'ha traduït en un increment del volum gestionat per part de les agències de publicitat i de les agències de mitjans de comunicació, trencant, d'aquesta manera, la tendència negativa dels dos últims anys. En aquesta línia, la inversió controlada gestionada per les agències de publicitat i de mitjans ha passat de 6.258,9 milions d'euros el 2009 a 6.563,9 milions l'any 2010, xifra que representa un increment de 305 milions i que mostra la recuperació esmentada, després de la forta davallada de 2009, en què la inversió global gestionada per les agències va caure 1.905,8 milions d'euros. Del total de la inversió de 2010, 2.870,3 milions d'euros els han gestionat les agències de publicitat estatals, un 6,2% més que el 2009. Les agències de mitjans, per la seva banda, entre 2009 i 2010 augmenten en 135,6 milions d'euros el volum gestionat, amb la qual cosa passen d'una quota del 43,1% el 2009 al 43,7% de 2010 (vegeu la taula 4).

Taula 4. Inversió gestionada per les agències de publicitat i de mitjans a l'Estat espanyol. Període 2006-2010 (en milions d'euros)

Empresa	2006	2007	2008	2009	2010
Agències de publicitat	3.354,0	3.621,6	3.484,9	2.701,0	2.870,3
Agències de mitjans	4.682,1	5.245,9	4.679,8	3.557,9	3.693,6
Total general	**8.036,1**	**8.867,5**	**8.164,7**	**6.258,9**	**6.563,9**

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

[434] InfoAdex. *Estudio InfoAdex de Agencias de Publicidad y Agencias de Medios 2011*. Presentació de l'informe disponible a *InfoAdex informa*, número 43, 2n quadrimestre, 2011. <http://www.infoadex.es/infoAdexInforma43.pdf>

InfoAdex elabora anualment un rànquing[435] de les agències de publicitat principals a escala estatal, entre les quals, les agències amb seu social a Catalunya més destacades. Com es pot observar a la taula 5, durant l'any 2010 es mantenen en el rànquing de les deu primeres les mateixes agències que el 2009. En termes absoluts, la inversió publicitària gestionada de les deu primeres agències de publicitat ha estat de 1.900,2 milions d'euros el 2010, davant dels 1.965,9 milions d'euros el 2009. De les deu primeres agències, quatre augmenten la inversió: TBWA España (12,7%), Sra. Rushmore (17,8%), Euro RSCG España (1,7%) i, tot i que amb un percentatge molt menor, SCPF (0,007%).

No hi ha canvis en els dos primers llocs del rànquing 2010 respecte del 2009: McCann-Erickson ocupa un any més la primera posició, seguida de Bassat Ogilvy, i pugen un lloc Grey, al 3r; Euro RSCG España al 4t; Sra. Rushmore, al 6è; TBWA España al 8è i SCPF al 9è, mentre que DDB España baixa dues places i ocupa la cinquena posició; Publicis España perd una posició fins a la setena, i dos llocs Young & Rubicam, al 10è (vegeu la taula 5).

Taula 5. Inversió gestionada per les deu primeres agències de publicitat a l'Estat espanyol. Període 2006-2010 (en milions d'euros)

	Agència	2007	2008	2009	2010	Variació 10/09 (%)
1	McCann-Erickson	483,1	438,1	303,0	286,7	-5,1
2	Bassat Ogilvy[A]	309,7	290,2	284,6	269,2	-5,4
3	Grey[A]	246,0	256,6	226,0	222,4	-1,6
4	Euro RSCG España	216,3	245,4	215,6	219,2	1,7
5	DDB España	277,7	251,2	231,6	183,8	-20,6
6	Sra. Rushmore	209,4	165,1	143,3	168,8	17,8
7	Publicis España	255,8	239,7	161,5	150,1	-7,1
8	TBWA España	169,7	159,1	133,2	150,1	12,7
9	SCPF[A]	-	-	130,1	130,2	0,0
10	Young & Rubicam	150,8	247,8	137,0	119,7	-12,6
Resta d'agències[B]		1.303,1	1.191,7	735,1	970,1	32,0
Total general		**3.621,6**	**3.484,9**	**2.701,0**	**2.870,3**	**6,3**

[A] Agències amb seu social a Catalunya.

[B] En el període 2005-2008, l'agència SCPF no figurava entre les deu primeres del rànquing i quedava inclosa a *resta d'agències*.

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

[435] InfoAdex. *Estudio InfoAdex de Agencias de Publicidad y Agencias de Medios 2011*. Presentació de l'informe disponible a *InfoAdex informa*, número 43, 2n quadrimestre, 2011. <http://www.infoadex.es/infoAdexInforma43.pdf>

Només dues de les deu primeres agències de publicitat augmenten lleugerament el 2010 la quota de participació per inversió gestionada –Sra. Rushmore passa del 5,3% al 5,9%, i TBWA España, del 4,9% al 5,2%–, mentre que el percentatge global de la resta d'agències que estan fora de les deu primeres posicions del rànquing passa del 27,2% el 2009 a un 33,8% el 2010, xifra que dóna una idea del transvasament d'inversió gestionada i de participació de les grans agències cap a les petites (vegeu la taula 6).

Taula 6. Les deu primeres agències de publicitat a l'Estat espanyol per inversió gestionada. Període 2007-2010

Agència		2007	2008	2009	2010	
		(%)	(%)	(%)	(%)	Milions d'euros
1	McCann-Erickson	13,3	12,6	11,2	10,0	286,7
2	Bassat Ogilvy[A]	8,6	8,3	10,5	9,4	269,2
3	Grey[A]	6,8	7,4	8,4	7,7	222,4
4	Euro RSCG España	6,0	7,0	8,0	7,6	219,2
5	DDB España	7,7	7,2	8,6	6,4	183,8
6	Sra. Rushmore	5,8	4,7	5,3	5,9	168,8
7	Publicis España	7,1	6,9	6,0	5,2	150,1
8	TBWA España	4,7	4,6	4,9	5,2	150,1
9	SCPF[A]	s. d.	s. d.	4,8	4,5	130,2
10	Young & Rubicam	4,2	7,1	5,1	4,2	119,7
Resta d'agències		36,0	34,2	27,2	33,8	970,1
Total general		**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**2.870,3**

[A] Agències amb seu social a Catalunya.

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

Quant a les agències de mitjans, el total de la inversió que han gestionat durant l'any 2010 ha estat de 3.693,6 milions d'euros, d'acord amb InfoAdex. Això equival a un creixement del 3,8% en comparació de l'any anterior, com es pot observar a la taula 7. La quota d'inversió gestionada per aquestes agències en relació amb les agències de publicitat minva del 56,9% el 2009 al 56,3% de 2010 (-0,6 punts percentuals).

El rànquing d'agències de mitjans que elabora InfoAdex l'encapçala des de fa anys l'agència amb seu social a Catalunya Media Planning. Com es pot observar a les taules 7 i 8, pràcticament totes les agències mantenen durant l'any 2010 el mateix lloc que el 2009; les excepcions són Arena Media i Mediacom Iberia, que

intercanvien posicions; Starcom, que avança al lloc 9, i Universal McCann, que en el període 2006-2009 figurava entre les deu primeres del rànquing i l'any 2010 n'ha quedat fora, donant entrada per primer cop a Equmedia XL, en el 10è lloc. En tres casos, es redueix el volum d'inversió gestionada: Optimedia (-8,4%), OMD (-2,6%) i MEC (-5,5%), mentre que en la resta s'incrementa entre un 1,3% i un 9,7%. En el rànquing, i a més de la primera, hi ha dues agències de mitjans més amb seu social a Catalunya: OMD i MEC, en el 3r i el 7è llocs, respectivament, (vegeu les taules 7 i 8).

Taula 7. Inversió gestionada per les deu primeres agències de mitjans a l'Estat espanyol. Període 2007-2010 (en milions d'euros)

	Agències de mitjans	2007	2008	2009	2010	Variació 10/09 (%)
1	Media Planning[A]	1.031,1	925,2	725,7	754,6	4,0
2	Optimedia	507,1	498,3	443,8	406,3	-8,4
3	OMD[A]	379,1	369,1	332,9	324,3	-2,6
4	Zenithmedia	396,1	377,4	297,2	314,3	5,8
5	Arena Media Communications	296,2	292,4	266,0	289,2	8,7
6	Mediacom Iberia	440,9	350,6	268,4	271,9	1,3
7	MEC[A]	500,0	448,8	259,7	245,4	-5,5
8	Mindshare Spain	363,7	308,7	193,4	203,3	5,1
9	Starcom Mediavest Group	289,4	221,4	145,0	159,0	9,7
10	Equmedia XL[B]	-	-	-	149,7	-
11	*Universal McCann[C]*	*266,5*	*203,7*	*153,3*	-	-
Resta d'agències[B,C]		775,8	684,3	472,5	575,3	21,8
Total general		**5.245,9**	**4.679,8**	**3.557,9**	**3.693,6**	**3,8**

[A] Agències amb seu social a Catalunya.

[B] En el període 2007-2009, l'agència Equmedia XL no figurava entre les deu primeres del rànquing i quedava inclosa a *resta d'agències*.

[C] En el període 2006-2009, l'agència Universal McCann figurava entre les deu primeres del rànquing, però l'any 2010 n'ha quedat fora; la inversió gestionada s'engloba dins la categoria *resta d'agències*.

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

En termes absoluts, la inversió publicitària gestionada de les deu primeres agències de mitjans el 2010 ha estat de 3.118,0 milions d'euros, davant dels 3.085,4 milions d'euros el 2009. Amb aquesta xifra, concentren més de tres quartes parts de la inversió controlada per aquestes agències a l'Estat espanyol, el 84,4% el 2010.

Un any més, Media Planning encapçala de manera destacada el rànquing i gestiona 754,6 milions d'euros, un 4,0% més que el 2009. Optimedia, segona, ha gestionat 406,3 milions d'euros, un 8,4% menys que el 2009. Cal esmentar que les cinc primeres agències concentren més del 56% de la inversió gestionada per aquest tipus d'agències a l'Estat espanyol (vegeu la taula 8).

Taula 8. Les deu primeres agències de mitjans a l'Estat espanyol per inversió gestionada. Any 2010

	Agències de mitjans	Milions d'euros	(%)
1	Media Planning[A]	754,6	20,4
2	Optimedia	406,3	11,0
3	OMD[A]	324,3	8,8
4	Zenithmedia	314,3	8,5
5	Arena Media Communications	289,2	7,8
6	Mediacom Iberia	271,9	7,4
7	MEC[A]	245,4	6,6
8	Mindshare Spain	203,3	5,5
9	Starcom Mediavest Group	159,0	4,3
10	Equmedia XL[B]	149,7	4,1
Resta d'agències		575,3	15,6
Total general		**3.693,6**	**100,0**

[A] Agències amb seu social a Catalunya.

[B] En el període 2006-2009, l'agència Equmedia XL no figurava entre les deu primeres del rànquing.

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

En relació amb els anunciants, InfoAdex també n'elabora un rànquing segons el volum d'inversió controlada, un indicador més que permet analitzar el grau de participació dels principals anunciants en el conjunt del sector publicitari a l'Estat espanyol. Com es pot veure a la taula 9, la classificació dels deu primers anunciants corresponent a l'any 2010 es manté pràcticament invariada respecte del 2009, amb dues incorporacions, Viajes El Corte Inglés i Línea Directa Aseguradora, que substitueixen en el novè i el desè llocs, respectivament, ING Direct i Unilever España. El total d'inversió publicitària dels deu primers anunciants el 2010 ha estat de 830,7 milions d'euros, 36,3 milions més que el 2009, cosa que representa un creixement del 4,6%.

Dels deu primers anunciants de 2010, n'hi ha set que incrementen la inversió: Procter & Gamble (+16,8%), L'Oréal (+5,3%), El Corte Inglés (+16,3%), Volkswagen (+1,0%), France Télécom (+17,8%), Viajes El Corte

Inglés (+16,2%) i Línea Directa Aseguradora (+47,7%); els tres restants, la disminueixen: Telefónica (-1,8%), Vodafone (-4,3%) i Danone (-9,3%).

Telefónica, tot i haver invertit menys el 2010 que el 2009, es manté com a primer anunciant; tampoc no hi ha variacions en les cinc posicions següents. Per la seva banda, France Télécom en guanya una, i intercanvia el lloc amb Danone, que el 2010 baixa a la vuitena. Viajes El Corte Inglés puja dues posicions –de l'11a a la 9a– respecte del 2009, mentre que Línea Directa Aseguradora és qui més posicions escala: del 16è lloc de 2009 al 10è de 2010.

Taula 9. Rànquing dels deu primers anunciants de l'Estat espanyol i inversió publicitària. Anys 2009 i 2010 (en milions d'euros)

Anunciants		2009
1	Telefónica	133,3
2	Procter & Gamble	110,7
3	L'Oréal	96,1
4	El Corte Inglés	85,3
5	Vodafone	81,1
6	Volkswagen	71,8
7	Danone	61,0
8	France Télécom	53,0
9	ING Direct	52,6
10	Unilever España	49,5
Total		**794,4**

Anunciants		2010
1	Telefónica	130,9
2	Procter & Gamble	129,3
3	L'Oréal	101,2
4	El Corte Inglés	99,2
5	Vodafone	77,6
6	Volkswagen	72,5
7	France Télécom	62,5
8	Danone	55,3
9	Viajes El Corte Inglés	53,8
10	Línea Directa Aseguradora	48,4
Total		**830,7**

Font: INFOADEX (2011). Accessible a: *FCBlanquerna* [En línia]. Barcelona: *Información útil InfoAdex*, 1 de març de 2010. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/estudio-infoadex-de-la-inversin-publicitaria-en-espaa-2011> [Consulta: setembre de 2011]

Mentre que la informació que elaboren InfoAdex i la CMT aporta el marc referencial de la situació del mercat publicitari a escala estatal, l'informe anual de l'Associació Empresarial de Publicitat (AEP)[436] complementa l'anàlisi amb l'estudi de la inversió publicitària en mitjans de comunicació convencionals[437] a Catalunya. L'AEP estructura l'informe corresponent a 2010[438] en funció de quatre variables: la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya; la inversió publicitària

[436] ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL DE PUBLICITAT. *Estudi 2010 de la inversió publicitària a Catalunya*. Barcelona: Associació Empresarial de Publicitat, 10 març de 2011.

[437] En mitjans convencionals, l'AEP considera ix les categories següents: televisió, premsa, revistes, ràdio, exterior, dominicals, internet i cinema.

[438] La font bàsica per elaborar aquest informe és Arce Media (empresa d'investigació i mesurament de l'activitat publicitària en els mitjans convencionals) i la direcció de l'estudi correspon a Media Hotline (empresa consultora especialitzada en mitjans) i a Medio Público, en l'apartat de la inversió publicitària de les administracions públiques (AEP, 2011).

que reben els mitjans catalans d'anunciants de dins i fora de Catalunya; la inversió publicitària total que arriba a Catalunya; i la inversió publicitària de les administracions públiques (Generalitat de Catalunya, diputacions de Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona, i ajuntaments).

Segons l'AEP (2011, p. 30 i 39), el volum d'inversió publicitària que ha arribat el 2010 a territori català, amb independència de la ubicació de la seu social dels anunciants, ha estat de 978,2 milions d'euros: 459,2 milions han anat al que l'estudi d'AEP qualifica com a "mitjans de comunicació catalans" i els 519,0 milions restants s'han invertit en "mitjans no catalans".

Després de dos anys seguits amb pèrdues d'inversió, tant en el conjunt de l'Estat com a Catalunya, el 2010 hi ha un canvi de tendència en positiu; d'acord amb dades de l'AEP (2011, p. 32), la recuperació de la inversió publicitària que arriba a Catalunya es xifra en un 3,8%, percentatge superior a l'1,4% corresponent a Espanya (vegeu la taula 10). La quota de participació catalana en la inversió publicitària del conjunt de l'estat se situa en el 19,0%, 0,4 dècimes per sobre de 2009 i el percentatge més alt del període 2007-2010.

Taula 10. Evolució i participació de la inversió publicitària que arriba a Catalunya i a l'Estat espanyol. Període 2007-2010 (en milions d'euros)

Any	Variació a Espanya (%)	Variació a Catalunya (%)	Participació catalana (%)
2007	7,3	4,5	17,9
2008	-13,4	-11,5	18,3
2009	-23,9	-22,7	18,6
2010	1,4	3,8	19,0

Font: Associació Empresarial de Publicitat (2011, p. 31-32).

Per la seva banda, InfoAdex també proporciona dades sobre la inversió publicitària a Catalunya el 2010.[439] Així, segons InfoAdex (2011, p. 40), el 2010 els anunciants de tot Espanya van invertir en publicitat en mitjans (convencionals) de Catalunya 342,8 milions d'euros, xifra que representava un 6,7% del total estatal. Per mitjans, els diaris (38,8%) van captar-ne la major part, seguits de la televisió (30,9%) i, a distància, de la publicitat exterior (20,4%).

[439] INFOADEX. *La inversión publicitaria en Cataluña 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/la-inversin-publicitaria-en-catalua-2011> [Consulta: setembre de 2011]

L'AEP també proporciona informació sobre els anunciants amb seu a Catalunya. En aquest sentit, la seva inversió durant el 2010 assoleix un total de 1.123,9 milions d'euros el 2010, el 21,7% sobre el total d'inversió dels anunciants a l'Estat espanyol. Aquesta quantitat, que supera en un 2,8% el total de 2009 (1.093,3 milions d'euros), s'ha distribuït entre mitjans catalans, 195,9 milions d'euros (17,4%), i mitjans de fora de Catalunya, 928,0 milions d'euros (82,6%).

En l'anàlisi de la inversió dels anunciants amb seu a Catalunya el 2010 per tipologia de mitjans convencionals, en destaca l'increment d'internet, que rep un terç més que el 2009, i arriba als 51,7 milions d'euros, amb una quota de mercat del 4,6% (1,1 més que el 2009). També cal assenyalar que el cinema, tot i que amb la quota més baixa, pràcticament dobla en termes absoluts la inversió el 2010 i passa d'1,4 a 2,7 milions d'euros, un augment del 92,9%. La televisió continua com el mitjà que rep més inversió dels anunciants catalans, el 59,1% del total, i amb 664,0 milions d'euros creix lleugerament el 2010, un 2,9%; les revistes i els dominicals, tot i mantenir gairebé la mateixa participació de mercat (9,5%), atreuen un 4,0% més d'inversió que el 2009, i assoleixen els 107,1 milions d'euros. La resta de mitjans, premsa, ràdio i publicitat exterior, perden tant en termes de participació de mercat com en total d'inversió publicitària (vegeu la taula 11).

Taula 11. Inversió dels anunciants amb seu a Catalunya per mitjans convencionals. Període 2008-2010

Mitjans	Milers d'euros			Variació 10/09 (%)	Participació (%)		
	2008	2009	2010		2008	2009	2010
Televisió	787,4	645,3	664,0	2,9	58,6	59,0	59,1
Premsa	230,7	179,3	175,2	-2,3	17,2	16,4	15,6
Revistes i dominicals	138,2	103,0	107,1	4,0	10,3	9,4	9,5
Ràdio	89,8	76,2	74,6	-2,1	6,7	7,0	6,6
Internet	35,2	38,2	51,7	35,3	2,6	3,5	4,6
Exterior	60,9	49,9	48,6	-2,6	4,5	4,6	4,3
Cinema	1,9	1,4	2,7	92,9	0,1	0,1	0,2
Total	**1.344,1**	**1.093,3**	**1.123,9**	**2,8**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Associació Empresarial de Publicitat (2009-2011).

A la taula 12 es poden observar quins són els sectors d'activitat dels anunciants amb seu a Catalunya. Cal destacar que sis sectors empresarials concentren el 65,4% de tota la inversió dels anunciants catalans; en conjunt, han crescut durant el 2010 un 5,6% respecte del 2009. *Alimentació* esdevé el sector amb més inversió, amb 244,6 milions d'euros (16,1 milions d'euros més que el 2009), xifra que representa un creixement del 7,0%. També han augmentat en inversió *automoció*, *bellesa i higiene*, *distribució*, *neteja* i *finances*, *llar*, *begudes*, mentre que l'han reduït *salut*, *cultura i esports*, *art i espectacles*, *decoració*, *serveis públics* i *mitjans de comunicació*, entre d'altres.

Taula 12. Inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya per sectors empresarials. Anys 2009 i 2010 (en milions d'euros i en %)

Sector empresarial	2009		2010		Variació inversió 10/09 (%)
	Inversió dels anunciants amb seu a Catalunya	Participació (%)	Inversió dels anunciants amb seu a Catalunya	Participació (%)	
Alimentació	228,5	20,9	244,6	21,8	7,0
Automoció	136,7	12,5	144,5	12,9	6,5
Bellesa i higiene	134,5	12,3	143,0	12,7	7,1
Distribució	75,4	6,9	76,1	6,9	0,9
Neteja	66,7	6,1	71,2	6,3	6,8
Finances	52,5	4,8	54,1	4,8	3,0
Salut	50,3	4,6	48,7	4,3	-3,2
Cultura i esports	45,9	4,2	44,9	4,0	-2,3
Moda i complements	40,5	3,7	42,7	3,8	5,5
Begudes	29,5	2,7	32,4	2,9	9,8
Serveis públics	36,1	3,3	31,5	2,8	-12,6
Oci i temps lliure	29,5	2,7	29,0	2,6	-1,9
Art i espectacle	33,9	3,1	28,4	2,5	-16,2
Decoració	27,3	2,5	23,8	2,1	-12,8
Informàtica i telecomunicacions	21,9	2,0	23,0	2,0	5,2
Llar	18,6	1,7	21,0	1,9	12,8
Energia	20,8	1,9	19,6	1,7	-5,6
Serveis privats	15,3	1,4	14,6	1,3	-4,5
Mitjans de comunicació	9,8	0,9	9,6	0,9	-2,5
Viatges i turisme	8,7	0,8	9,1	0,8	3,5
Diversos	10,9	0,1	12,1	1,0	2,1
Total	**1.093,3**	100,0	**1.123,9**	100,0	100,0

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Associació Empresarial de Publicitat (2011).

D'acord amb l'AEP (2011, p. 19), l'any 2010 ha augmentat en 11,4 milions d'euros el volum d'inversió publicitària dels vint principals anunciants amb

seu social a Catalunya, un 2,4% més que el 2009, en passar de generar 475,9 milions a generar-ne 487,3. Entre tots, els 20 anunciants principals representen el 43,3% del total de la inversió catalana. Entre els anunciants catalans que han destinat més a invertir en publicitat el 2010, en destaca, en creixement en termes relatius (+99,8%) i absoluts (+8,4 milions d'euros), l'empresa del sector *bellesa i higiene* Coty Astor, que s'incorpora directament al 13è lloc del rànquing de 2010) doblant la inversió publicitària de 2009 i arribant a 16,8 milions d'euros el 2010. El rànquing l'encapçala Volkswagen-Audi, que, en sintonia amb la resta d'anunciants del sector de l'automoció de la classificació (Seat, Nissan i Sköda), ha augmentat la inversió en publicitat en comparació de l'any anterior. En contraposició, entre els anunciants que han invertit menys el 2010 que el 2009, destaquen Danone, segon del rànquing (-8,8%), Reckitt Benckiser (-6,0%), Antonio Puig (-4,9%), Gas Natural (-8,3%) i "la Caixa" (-35,5%). Aquesta última empresa redueix en més d'un terç la quantitat invertida, gairebé 10,0 milions menys que el 2009 (vegeu la taula 13).

Taula 13. Inversió publicitària dels vint principals anunciants amb seu a Catalunya. Període 2009-2010 (en milions d'euros)

Anunciants	2009	2010	Variació 10/09 (%)
Volkswagen-Audi	55,3	58,4	5,6
Danone	63,0	57,4	-8,8
Reckitt Benckiser	43,7	41,1	-6,0
Seat	30,6	35,1	14,7
Nestlé	27,0	31,2	15,6
Antonio Puig	30,5	29,0	-4,9
Henkel	20,7	24,2	17,1
Gas Natural	23,1	21,2	-8,3
Nissan	16,4	20,7	26,5
Arbora	16,9	20,4	20,9
Media Markt	14,2	19,4	36,4
"la Caixa"	27,2	17,7	-35,5
Coty Astor	8,4	16,8	99,8
Kellogg's	16,2	15,5	-4,7
Nutrexpa	15,8	13,8	-12,9
Skoda	11,3	13,6	20,0
Ferrero Ibérica	16,6	13,3	-19,9
Cervecerías Damm	11,0	13,2	20,8
CEAC	11,5	13,0	13,2
Grupo Planeta	16,4	12,4	-24,5
Total	**475,9**	**487,3**	**2,4**

Font: AEP. *Estudi 2010 de la inversió publicitària a Catalunya*. Barcelona: AEP, 2011, pàgina 19.

Durant l'any 2010, la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya no ha registrat variacions essencials en funció de les demarcacions. Segons les dades de l'AEP, els anunciants amb seu a Barcelona han invertit 32,8 milions d'euros més que el 2009, i concentren el 96,5% (0,3 dècimes més) de la inversió controlada dels anunciants amb seu a Catalunya. La inversió dels anunciants de la demarcació de Lleida (6,5 milions d'euros) creix un 4,8% el 2010 i manté la quota de mercat del 0,6% de 2009, mentre que la inversió dels anunciants de Tarragona (23,0 milions d'euros) i de Girona (9,5 milions d'euros) decreix un 4,2% i un 13,6%, respectivament, i baixen ambdues 0,2 punts la participació de la inversió publicitària per demarcacions (vegeu la taula 14).

Taula 14. Inversió publicitària i participació dels anunciants amb seu social a Catalunya per demarcacions. Període 2007-2009 (en milions d'euros i en %)

Demarcació	2007	2008	2009	2010
Barcelona				
Milions d'euros	1.503,8	1.295,5	1.052,1	1.084,9
Percentatge	96,2%	96,4%	96,2%	96,5%
Tarragona				
Milions d'euros	33,9	28,4	24,0	23,0
Percentatge	2,2%	2,1%	2,2%	2,0
Girona				
Milions d'euros	16,9	13,0	11,0	9,5
Percentatge	1,1%	1,0%	1,0%	0,8%
Lleida				
Milions d'euros	9,3	7,1	6,2	6,5
Percentatge	0,6%	0,5%	0,6%	0,6%
Total Catalunya	**1.563,9**	**1.344,0**	**1.093,3**	**1.123,9**

Font: AEP. *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2010.* Barcelona: AEP, 2011, pàgina 18.

En conjunt, les administracions públiques de l'Estat espanyol continuen el 2010 amb la tendència decreixent dels últims anys quant a inversió publicitària en mitjans de comunicació convencionals. Segons l'AEP (2011, p.41), la inversió publicitària global de l'Administració pública de l'Estat espanyol ha estat, el 2010, de 235,6 milions d'euros, un 13,7% menys que el 2009 (272,3 milions d'euros). A l'informe de l'AEP, es distingeixen quatre nivells o tipus d'administració pública: estatal, autonòmica, local (ajuntaments) i provincial (diputacions); les quotes de participació que –sempre a escala d'Espanya– obtenen l'any 2010 són de 41,6%, 36,1%, 19,0% i 3,2%, respectivament. Així, les dues terceres parts (77,7%) de la

inversió institucional en publicitat corresponen a l'Administració central i a l'autonòmica. En relació amb anys anteriors, el pes de les diputacions i els ajuntaments s'incrementa: passa del 17,8% de 2008 al 19,1% de 2009, i arriba al 22,2% el 2010.

A Catalunya, la inversió publicitària de l'Administració pública (Generalitat de Catalunya, diputacions i ajuntaments)[440] l'any 2010 ha estat de 25,1 milions d'euros, 2,2 menys que el 2009 (-8,1%). S'obté la xifra més baixa dels darrers anys –una reducció del 40,8% respecte del màxim de 2008– i es confirma la tendència decreixent (vegeu la taula 15).

Taula 15. Inversió publicitària de l'Administració pública de Catalunya i Espanya. Període 2007-2010 (en milions d'euros)

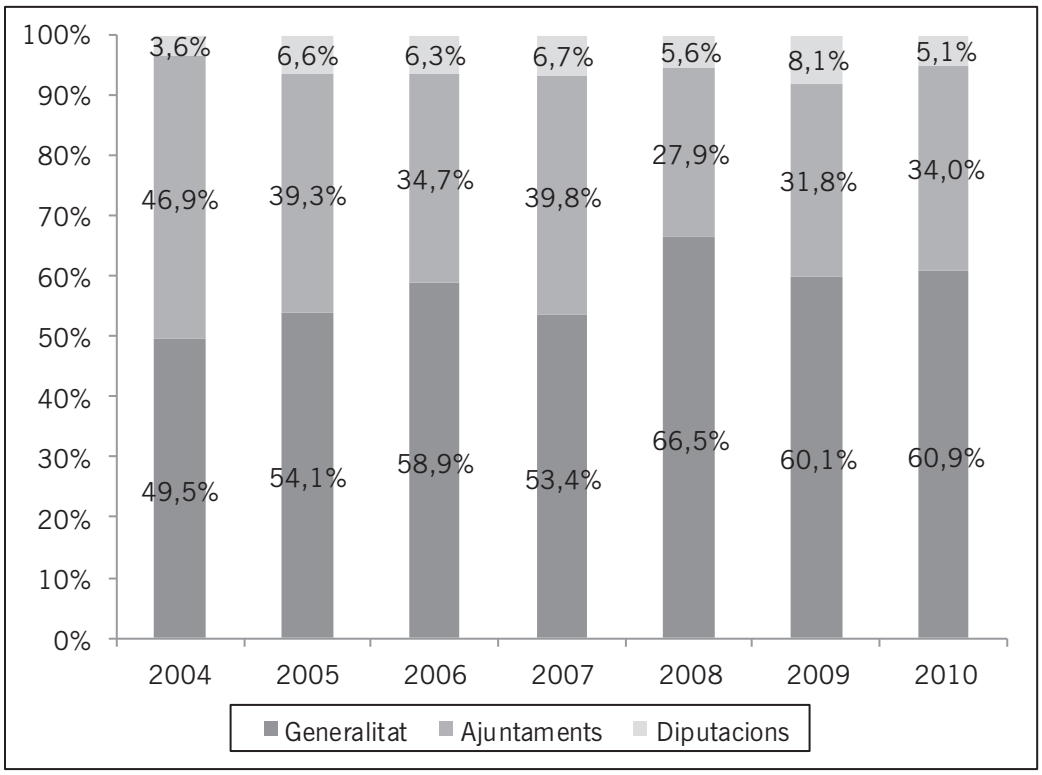
Any	Inversió publicitària de l'Administració pública d'Espanya	Variació a Espanya (%)	Inversió publicitària de l'Administració pública catalana	Variació a Catalunya (%)	Participació catalana (%)
2007	461,2	8,3	37,5	-6,9	8,1
2008	362,8	-21,3	42,4	13,1	11,7
2009	272,3	-24,9	27,3	-35,6	10,0
2010	**235,6**	**-13,7**	**25,1**	**-8,1**	**10,7**

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Associació Empresarial de Publicitat (2011).

Dels 25,1 milions d'euros que l'Administració pública catalana ha invertit el 2010 en publicitat en mitjans convencionals segons l'AEP, els dos actors principals en l'escenari de la inversió publicitària a Catalunya han estat la Generalitat de Catalunya, amb 15,3 milions d'euros (-6,7%) i l'Ajuntament de Barcelona, que hi destina 7,2 milions d'euros (1,4% menys respecte del 2009). Ambdues institucions copen gairebé el 90% del total invertit, amb un 60,9% i un 28,7%, respectivament. En conjunt, els ajuntaments –incloent-hi el de Barcelona– representen un 34,0% i, les diputacions, el 5,1% (vegeu el gràfic 3).

[440] Amb referència a Catalunya, l'estudi distingeix entre els ajuntaments de les ciutats de Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona i "altres ajuntaments".

Gràfic 3. Inversió publicitària per tipus d'Administració pública catalana. Període 2004-2010 (en %)



Font: AEP. *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2010.* Barcelona: AEP, 2011, pàgina 45.

El 2010 es detecta un canvi de tendència en relació amb el tipus de mitjà convencional en què inverteix l'Administració pública catalana. La participació de la premsa creix per segon any consecutiu (+17,0%) i supera els nivells dels últims cinc anys, com es pot observar a la taula 16. D'aquesta manera, es consolida com a primera opció, en atreure el 51,7% de la publicitat institucional catalana de 2010, i amplia la distància amb la televisió, mitjà que, des de 2009, ocupa la segona posició, encara que obté la quota de participació més baixa dels últims anys, amb un 26,9% el 2010 (11,5 punts percentuals menys que el 2009). La participació de la publicitat exterior i de les revistes cau 0,3 i 0,8 dècimes, respectivament, durant l'any 2010, i obtenen unes quotes del 4,8% i del 4,6% sobre el total d'inversió. Per contra, la ràdio, internet i el cinema són els mitjans que més han crescut en termes percentuals el 2010. Aquest creixement també ha comportat una major participació en el mercat: la ràdio obté el 8,9%, internet el 2,1%, i el cinema l'1,0%.

Taula 16. Inversió publicitària de l'Administració pública catalana per mitjà de comunicació convencional. Període 2006-2010 (en %)

Mitjans	2006	2007	2008	2009	2010	Variació 10/09 (%)
Premsa	42,6	42,5	38,4	44,2	51,7	17,0
Televisió	43,6	40,6	45,8	38,4	26,9	-29,9
Ràdio	4,2	4,5	4,9	6,4	8,9	39,1
Exterior	4,4	5,1	5,8	5,1	4,8	-17,6
Revistes i dominicals	4,4	6,7	4,5	5,5	4,6	-16,4
Internet	0,2	0,1	0,2	0,3	2,1	600,0
Cinema	0,6	0,5	0,4	0,1	1,0	900,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Associació Empresarial de Publicitat (2011).

L'anàlisi de les dades de l'AEP sobre la inversió publicitària de la Generalitat de Catalunya per àmbits temàtics, i per comparació a l'any 2009, mostra que el 2010 només s'ha incrementat en tres sectors: la imatge institucional, la sanitat i la cultura. En conjunt, aquestes tres àrees concentren la meitat (50,2%) de la inversió de la Generalitat en publicitat institucional. En contrapartida, i com s'observa a la taula 17, destaca la reducció d'inversió en l'àmbit del turisme, segon sector després de la imatge institucional i abans de la cultura, que el 2010 rep un 9,0% menys que el 2009. Quant a la resta d'àmbits, cal esmentar les davallades en publicitat institucional d'assumptes socials, educació, medi ambient i, en menor mesura, treball i jocs i apostes. Aquestes àrees han passat de representar un 43,7% el 2009 al 30,7% el 2010.

Taula 17. Inversió publicitària de la Generalitat de Catalunya per àmbits temàtics. Període 2005-2010 (en %)

Mitjans	2006	2007	2008	2009	2010	Variació 10/09 (%)
Imatge	23,9	24,1	24,4	24,2	32,8	35,5
Turisme	14,9	15,2	15,4	15,5	14,1	-9,0
Cultura	7,3	9,0	9,5	12,6	13,3	5,6
Jocs i apostes	6,2	3,8	3,8	5,9	5,1	-13,6
Medi ambient	4,4	5,1	6,5	7,7	4,7	-39,0
Treball	5,2	3,8	3,9	5,7	4,2	-26,3
Sanitat	0,4	0,2	2,0	0,1	4,1	4.000,0
Educació	4,8	4,6	4,4	3,9	2,0	-48,7
Assumptes socials	5,4	5,3	5,1	5,0	0,6	-88,0
Resta	27,5	28,9	25,0	19,4	19,1	-1,5
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	

Font: AEP. *Estudi de la inversió publicitària a Catalunya 2010.* Barcelona: AEP, 2011, pàgina 47.

3. La inversió publicitària en ràdio

La inversió publicitària en ràdio a l'Estat espanyol durant el 2010 ha evolucionat lleugerament a l'alça. Com s'ha assenyalat al començament d'aquest capítol, prenent com a referència les dades d'InfoAdex, el 2010 es trenca la tendència decreixent dels últims anys de la inversió en els mitjans convencionals. Pel que fa a la ràdio, després de la caiguda de 104,6 milions d'euros l'any 2009 respecte del 2008, durant el 2010 hi ha un petit repunt del 2,1%, que situa la inversió publicitària en aquest mitjà a Espanya en 548,5 milions d'euros, 11,2 milions més que el 2009 (vegeu la taula 1).

En termes de participació respecte dels mitjans convencionals, la ràdio ocupa el quart lloc en inversió publicitària i manté una quota del 9,4%, 0,2 dècimes per sota de 2009, però 0,6 per sobre de 2008 (vegeu la taula 2).

D'acord amb l'informe anual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT, 2011, p. 183), l'any 2010 la ràdio ha ingressat 406,3 milions d'euros en concepte de publicitat, un 2,7% més respecte del 2009. En aquests ingressos no es comptabilitzen les subvencions públiques rebudes, que arriben a 275,7 milions d'euros el 2010, un 35,8% més que el 2009, any en què la ràdio va percebre 203,0 milions en subvencions.

Per grups, segons la CMT, un any més, el 2010 la Cadena SER (Prisa) lidera la classificació i atreu gairebé la meitat (49,6%) del total d'ingressos publicitaris de la ràdio, en captar 201,5 milions d'euros en publicitat, tot i que aquesta xifra és menor que l'obtinguda el 2008 i el 2009 pel mateix concepte (vegeu la taula 18).

Taula 18. Ingressos per publicitat dels principals grups radiofònics de l'Estat espanyol. Període 2008-2010 (en milions d'euros)

Grup radiofònic	Ingressos per publicitat		
	2008	2009	2010
Cadena SER	216,3	205,6	201,5
Onda Cero	93,6	86,4	88,7
Cadena COPE	97,6	83,6	84,2
Resta[A]	34,6	19,8	31,9
Total	**442,1**	**395,4**	**406,3**

[A] Inclou dades del grup Radio Publi, que el 2010 ingressa 10,3 milions d'euros en publicitat, i d'emissores públiques autonòmiques.

Font: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informe anual 2010.* Madrid: CMT, 2011, pàg. 183. <http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf> [Consulta: setembre de 2011]

L'Associació Empresarial de Publicitat (AEP) ofereix diverses perspectives d'anàlisi quant a la inversió publicitària en ràdio. D'una banda, segons l'AEP, del total d'inversió publicitària que arriba a Catalunya (978,2 milions d'euros), el mitjà radiofònic en rep el 7,5%, tres dècimes més que el 2009. En relació amb la inversió publicitària captada pels mitjans de Catalunya (459,2 milions el 2010), 70,4 milions d'euros corresponen a la ràdio, una situació molt semblant a la del 2009 (70,1 milions) i que representa una quota del 15,3% respecte de la resta de mitjans de comunicació catalans, una dècima més que el 2009. Per la seva banda, els anunciants amb seu a Catalunya han invertit 1,6 milions d'euros menys en publicitat a la ràdio el 2010 que el 2009, amb una inversió total de 74,6 milions d'euros.

També cal ressaltar –d'acord amb les dades de l'AEP– l'evolució a l'alça de la quota d'inversió de l'Administració pública catalana en publicitat a la ràdio, que creix del 6,4% el 2009 al 8,9% el 2010. La ràdio esdevé el mitjà que, en termes percentuals, ha augmentat més en inversió pública en publicitat a Catalunya, juntament amb la premsa (+7,5%), internet (+1,8%) i el cinema (+0,9%), i en detriment de la televisió (-11,5 punts percentuals), un mitjà cada cop menys utilitzat per l'Administració pública catalana per publicitar, com es pot observar a la taula 16.

Per la seva banda, en l'estudi específic sobre la inversió publicitària a Catalunya,[441] InfoAdex considera que, el 2010, la ràdio a Catalunya va rebre 24,6 milions d'euros, un 7,2% del total que els anunciants de l'Estat van destinar a mitjans del Principat. En comparació dels 19,8 milions de 2009, la ràdio de Catalunya va captar 4,8 milions més. En conjunt, els 20 principals anunciants aporten el 27,2% de la inversió del mitjà. Entre aquests anunciants més importants quant a inversió en ràdio, els dotze que tenen la seu social a Catalunya aporten una proporció més elevada de la inversió, el 16,9%, davant del 10,3% dels vuit restants (vegeu la taula 19).

Taula 19. Principals anunciants en ràdio de Catalunya. Període 2009-2010

	Anunciant	Inversió 2010	Inversió 2009	Variació 10/09 (%)
1	Viajes El Corte Inglés, SA	639.257	311.294	105,4
2	Generalitat de Catalunya[A]	561.561	483.500	16,1
3	3P Mobel 3, SL[A]	557.567	561.293	-0,7
4	ONCE	542.810	215.615	+151,7
5	Productos Mercedes, SL[A]	522.805	2.459	+21.160,0
6	Corsa Tratamientos de Agua[A]	511.418		
7	Galerías del Tresillo[A]	353.832	320.584	10,4
8	Comercial del descanso[A]	348.360	129.503	169,0
9	El Corte Inglés, SA	346.518	290.066	19,5
10	Volkswagen-Audi España, SA	295.779	294.198	0,5
11	Ajuntament de Barcelona[A]	253.410	103.938	143,8
12	Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona[A]	240.290	254.243	-5,5
13	Mutua General Catalunya Prev.[A]	222.922	109.376	103,8
14	Club Català de Cultura, SL[A]	215.901	217.041	-0,5
15	Starbene[A]	210.984		
16	Liberty Seguros, Cía Seg. Reas. SA	193.053	168.586	14,5
17	Endesa, SA	174.859	218.730	-20,1
18	Muebles La Fábrica (Rauli, SA)	173.145	88.095	96,5
19	Telefónica, SAU	164.767	95.033	73,4
20	Establiments Miró, SL[A]	163.425	162.413	0.6
	Total 20 primers anunciants	6.692.663	4.025.972	66,3
	Total anunciants de ràdio de Catalunya	24.632.456	19.785.307	24,5

[A] Seu social a Catalunya.

Font: INFOADEX. *La inversión publicitaria en Cataluña 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011, p. 49. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/la-inversin-publicitaria-en-catalua-2011> [Consulta: setembre de 2011].

[441] INFOADEX. *La inversión publicitaria en Cataluña 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011, p. 48-49. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/la-inversin-publicitaria-en-catalua-2011> [Consulta: setembre de 2011]

Pel que fa a la ràdio pública de la CCMA, els ingressos publicitaris de les emissores de la societat Catalunya Ràdio, SRG, SA, han baixat de manera continuada a partir de l'any 2008, encara que la davallada ha estat menor el 2010 (-10,2%) que el 2009 (-33,6%). Com es mostra a la taula 20, els ingressos de Catalunya Ràdio han passat de 9.821.846 euros el 2009 a 8.816.180 euros el 2010. Entre 2007 i 2010, el volum d'inversió publicitària de Catalunya Ràdio quasi s'ha reduït a la meitat, en proporcions molts semblants quant a formats (falques i patrocinis). En canvi, en el període 2008-2010, la inversió en falques radiofòniques ha disminuït un terç, en obtenir poc més de 6 milions d'euros el 2010, davant dels 9.066.349 euros de 2008, mentre que la inversió en patrocinis el 2010 cau per segon any consecutiu, i queda en 2,7 milions d'euros, una xifra dues vegades inferior a la de 2008.

Taula 20. Inversió publicitària a Catalunya Ràdio, SRG, SA. Període 2007-2010 (en euros)

	2007	2008	2009	2010	Variació 09/08 (%)	Variació 10/09 (%)
Total inversió publicitària	**15.985.995**	**14.802.269**	**9.821.846**	**8.816.180**	**-33,6**	**-10,2**
Inversió publicitària en format **falques**	11.056.974	9.066.349	6.752.195	6.095.528	-25,5	-9,7
Inversió publicitària en format **patrocinis**	4.929.021	5.735.919	3.069.651	2.720.652	-46,5	-11,3

Font: Catalunya Ràdio/CCMA.

Entre 2007 i 2009, el volum d'inversió en publicitat a les emissores de Catalunya Ràdio i el temps d'inserció en falques i patrocini tenia una correspondència, en el sentit que el decreixement en la inversió anava acompanyat d'una reducció del temps –a excepció del patrocini el 2008. L'any 2010, en canvi, es dóna una circumstància singular: tot i la disminució d'ingressos (-10,2% en conjunt; -9,7% en falques i -11,3% en patrocinis), augmenta el temps d'insercions publicitàries (18,9% en total; 14,7% i 27,7% en falques i en patrocini, respectivament), la qual cosa trenca la tendència a la correspondència entre tots dos paràmetres (vegeu la taula 21).

Taula 21. Temps d'insercions publicitàries a Catalunya Ràdio, SRG, SA. Període 2007-2010 (en segons)

	2007	2008	2009	2010	Variació 09/08 (%)	Variació 10/09 (%)
Total temps d'inserció	**2.674.460**	**2.340.493**	**1.809.395**	**2.151.973**	**-22,7**	**18,9**
Falques	2.062.930	1.513.983	1.218.824	1.397.755	-19,5	14,7
Patrocinis	611.530	826.510	590.571	754.218	-28,5	27,7

Font: Catalunya Ràdio/CCMA.

Quant als principals anunciants de les emissores de Catalunya Ràdio, el 2010 "la Caixa" manté el primer lloc del rànquing, amb una inversió publicitària de 562.131 euros, és a dir, amb una pujada lleu de l'1,0% respecte del 2009. La Generalitat de Catalunya augmenta la inversió en més de 70.500 euros, més del 16,0% en relació amb l'any anterior, i deixa Endesa –que, al seu torn, minva 95.771 euros la inversió publicitària en aquest grup d'emissores–, a la tercera posició; altres anunciants dins del rànquing que també destaquen per invertir més el 2010 en aquest grup d'emissores són El Corte Inglés i Caixa Penedès, a més d'Establiments Miró i l'ONCE, que el 2010 se situen entre els deu primers, en detriment d'Ediciones Primera Plana i Red Renault Catalunya. Per contra, Volkswagen protagonitza el 2010 la major reducció en publicitat de tots els que formen part del rànquing dels deu primers anunciants de Catalunya Ràdio, i baixa de 321.833 euros el 2009 a 135.291 euros (-186.542) (vegeu la taula 22).

Taula 22. Principals anunciants i inversió publicitària al grup d'emissores de Catalunya Ràdio. Període 2009-2010 (en euros)

2009		
Principals anunciants		Inversió publicitària
1	"la Caixa"	562.131
2	Endesa	444.261
3	Generalitat de Catalunya	442.672
4	Volkswagen	321.833
5	El Corte Inglés	287.982
6	Ediciones Primera Plana, SA	263.340
7	Caixa Penedès	262.893
8	Autopistas II (Unip)	242.702
9	Red Renault Catalunya	184.796
10	Nissan Motor	160.531

2010		
Principals anunciants		Inversió publicitària
1	"la Caixa"	567.889
2	Generalitat de Catalunya	513.290
3	Endesa	348.490
4	El Corte Inglés	302.257
5	Caixa Penedès	283.745
6	Autopistas II (Unip)	141.272
7	Establiments Miró	140.440
8	ONCE	140.000
9	Volkswagen	135.291
10	Nissan Motor	134.854

Font: Catalunya Ràdio.

4. La inversió publicitària en televisió

El 2010, a l'Estat espanyol la televisió continua sent el mitjà que més publicitat concentra, en atreure 2.471,9 milions d'euros, el 42,3% del total de les inversions publicitàries en mitjans convencionals. Segons InfoAdex, la inversió publicitària en el mitjà televisiu es recupera un 4,0% el 2010 respecte de l'any anterior, la qual cosa representa, en termes absoluts, un augment de 94,0 milions d'euros per primer cop des de 2006, com es pot veure a la taula 1.

Com ja s'ha assenyalat en l'apartat 2 d'aquest capítol, InfoAdex ha modificat la classificació dels epígrafs de televisió per tal d'intentar reflectir –tal com ho indica a la presentació de l'informe corresponent a 2010–amb més precisió la nova configuració que ha anat adoptant el mitjà, bàsicament, amb de la implantació de la TDT. Mentre que l'epígraf "televisions locals" es manté, els apartats "televisions d'àmbit estatal i autonòmic", "altres TDT generalistes" i "canals temàtics de pagament" es redefineixen en "televisions d'àmbit estatal en obert", "televisions d'àmbit autonòmic" i "canals de pagament".

A la taula 23 es pot observar com, en comparació d'altres categories televisives, el 2010 la inversió publicitària en les televisions d'àmbit estatal en obert ha obtingut 74,2 milions d'euros, 47,7 milions d'euros més respecte del 2009 (+2,3%). D'altra banda, també creix la inversió en les televisions d'àmbit autonòmic –públiques i privades–, que se situa en 272,6 milions d'euros, 35,3 milions d'euros més que el 2009 (+14,7%), i en els canals de pagament, que atreuen 15,0 milions més que el 2009 (+30,0%) i ingressen 65,0 milions d'euros. L'única variació negativa del 2010 la protagonitzen les televisions locals, que reben 5,5 milions d'euros, 3,6 milions menys que el 2009, cosa que representa un 39,6% menys.

Cal esmentar, en relació amb les televisions d'àmbit estatal en obert que, a partir de 2010, la pública estatal Televisió Espanyola deixa d'emetre publicitat per mandat legal i que, per aquest motiu, deixa de monitoritzar-se per InfoAdex, que ja no la inclou al seu informe.

Segons InfoAdex, el 2010 el grup Telecinco és qui ha captat més ingressos en concepte de publicitat –186,9 milions d'euros més que el 2009–, i arriba als 792,9 milions, seguit del grup Antena 3 TV, que atreu 106,4 milions d'euros més

d'inversió que el 2009 i assoleix els 690,2 milions d'euros. Els números també són positius per a Cuatro (43,8 milions més), però sobretot destaca el creixement del grup laSexta, l'únic que havia pujat en inversió el 2009 i que el 2010 l'incrementa un 39,5%, en obtenir 276,9 milions d'euros (78,3 milions més que el 2009). Tot i que amb xifres molt inferiors, cal assenyalar els creixements en termes relatius de Disney Channel, Veo7 i Intereconomía, amb increments de la inversió del 375% (+22,5 milions d'euros), el 594% (+20,2 milions d'euros) i el 369% (+11,8 milions d'euros), respectivament. La categoria "resta de televisions estatals en obert" capta el 2010 la mateixa inversió que el 2009, 7,1 milions d'euros.

De manera paral·lela a les televisions d'àmbit estatal en obert, els prestadors autonòmics en general també han augmentat els ingressos per publicitat el 2010, d'acord amb les dades d'InfoAdex. En conjunt, la inversió publicitària de les televisions autonòmiques ha repuntat a l'alça, amb un increment del 14,7% (+34,9 milions d'euros més) respecte de l'any 2009 i un total de 272,6 milions d'euros.

Televisió de Catalunya continua encapçalant la llista de prestadors autonòmics que més ingressos publicitaris han obtingut, amb 95,6 milions d'euros el 2010 (13,1 milions més que el 2009), seguida de Canal Sur Televisión, amb 46,2 milions d'euros (9,3 milions més), que és qui ha tingut un creixement percentual superior l'any 2010 (+25,2%). Sis prestadors d'àmbit autonòmic (Televisió de Catalunya, Canal Sur Televisión, Telemadrid, TVV, TV Galicia i ETB) concentren el 87,0% dels ingressos per publicitat de les televisions autonòmiques, i d'un import de 207,0 milions el 2009, passen a 236,9 milions d'euros el 2010. La resta de televisions autonòmiques incrementa el 2010 un 15,5% la inversió publicitària, i arriba als 35,8 milions (vegeu la taula 23).

Taula 23. Ingressos per publicitat a les televisions d'àmbit estatal en obert, autonòmiques, canals de pagament i televisions locals de l'Estat espanyol. Període 2009-2010 (en milions d'euros)

Prestadors públics i privats	2009	2010	Variació 10/09 (%)
Grup Telecinco[A]	606,0	792,9	30,8
Grup Antena 3 TV[A]	583,8	690,2	18,2
TVE	422,0	-	-
Cuatro	251,3	295,1	17,4
Grup LaSexta[A]	198,2	276,5	39,5
Disney Channel	6,0	28,5	375,0
Veo 7	3,4	23,6	594,1
Intereconomía	3,2	15,0	368,8
Resta de televisions estatals en obert	7,1	7,1	-1,3
Total televisions estatals en obert	**2.081,1**	**2.128,8**	**2,3**
Televisió de Catalunya	82,5	95,6	15,9
Canal Sur Televisión	36,9	46,2	25,3
Telemadrid[B]	31,7	32,7	3,3
TV Galicia	17,7	21,9	23,5
TVV	21,6	21,8	1,0
ETB	16,6	18,7	12,2
Resta de televisions autonòmiques	30,8	35,8	16,6
Total televisions autonòmiques	**237,7**	**272,6**	**14,7**
Total canals de pagament	**50,0**	**65,0**	**30,1**
Total televisió local	**9,1**	**5,5**	**-39,6**
Total televisió	**2.377,9**	**2.471,9**	**4,0**

[A] S'integren sota aquest grup els canals TDT que són 100% propietat de la cadena (múltiplex).

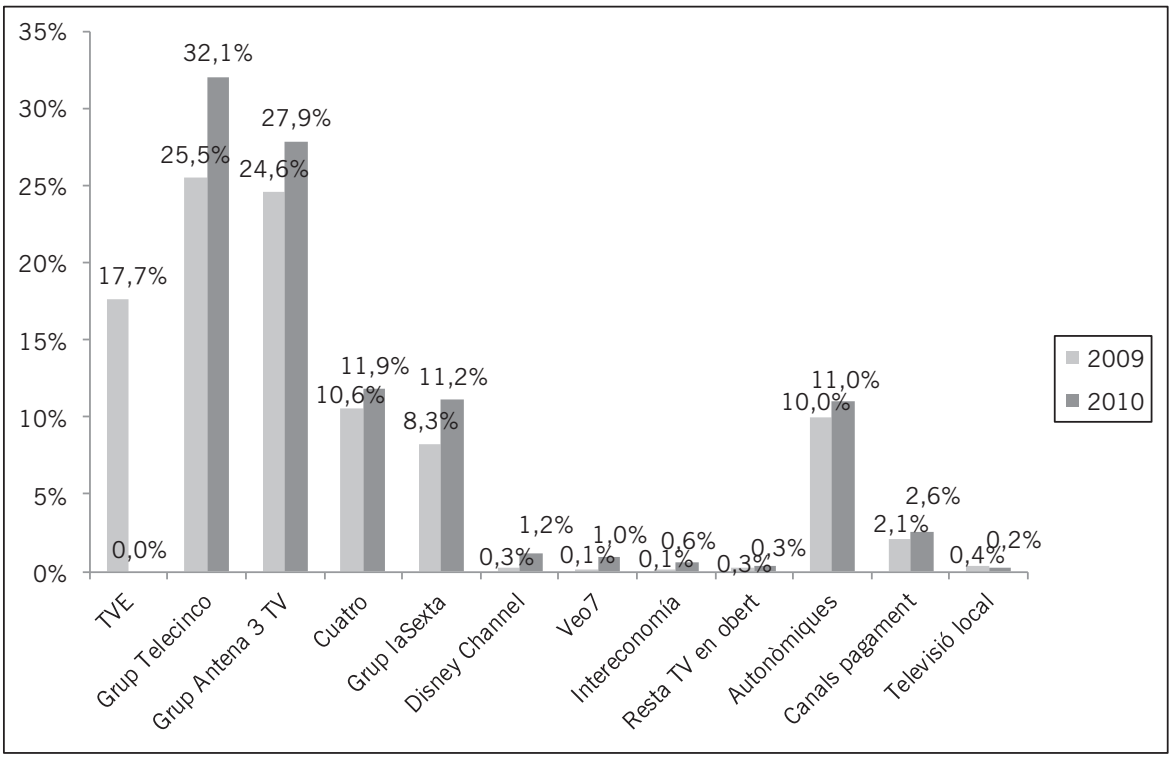
[B] La xifra declarada per a 2009 per Telemadrid és inferior a l'estimada per InfoAdex en un primer moment, tot i que a la taula es manté per un motiu d'integritat d'informació històrica. Amb la nova informació, el creixement del prestador seria del 22,8%.

Font: INFOADEX. *Presentación. Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011, pàg. 34. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/estudio-infoadex-de-la-inversin-publicitaria-en-espaa-2011> [Consulta: setembre de 2011]

El creixement generalitzat també té correspondència en les quotes de participació en el mercat publicitari de les televisions públiques i privades de l'Estat espanyol. Per comparació a 2009, les úniques variacions en un altre sentit són la pèrdua de pes específic de les televisions locals, que baixen del 0,4% al 0,2%, i l'absència de TVE per la desaparició de la publicitat de l'ens televisiu. El 2010, el grup Telecinco obté pràcticament un terç de la quota de mercat (32,1%), seguit pel grup Antena 3 TV (27,9%), Cuatro (11,9%), i el grup laSexta (11,2%). A certa distància –sempre entre les estatals en obert– es troben Disney Channel (1,2%), Veo7 (1,0%), Intereconomía (0,6%) i la resta de televisions en obert (0,3%).

Per la seva banda, mentre que els canals de pagament creixen dues dècimes respecte del 2009 i se situen en el 2,6%, les televisions autonòmiques augmenten la quota un 1,0% i assoleixen l'11,0% (vegeu el gràfic 4).

Gràfic 4. Participació sobre la inversió total per publicitat a les televisions públiques i privades de l'Estat espanyol. Període 2009-2010

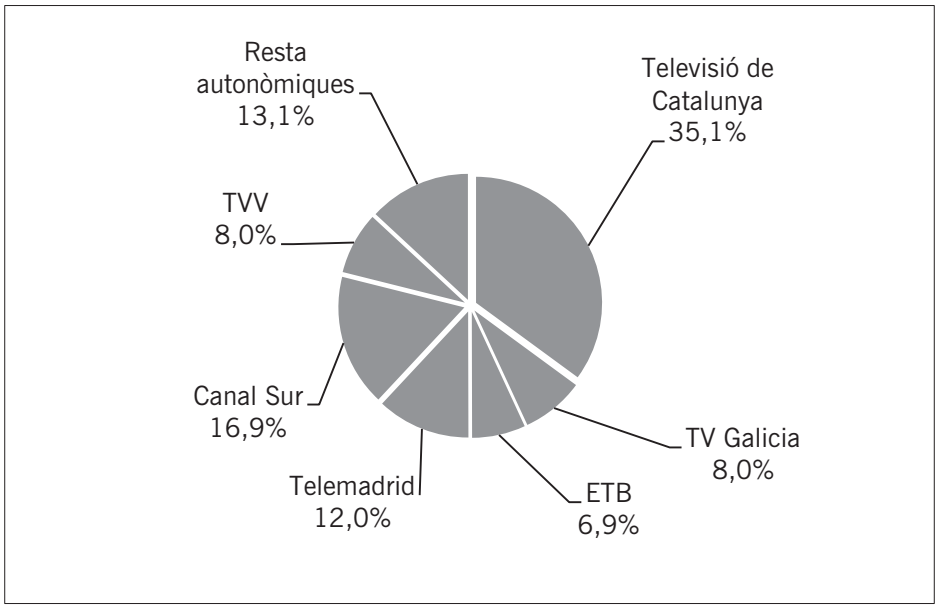


Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex (2011).

Aquest 11% de mercat televisiu publicitari assolit el 2010 per les televisions autonòmiques correspon a 272,6 milions d'euros i, d'acord amb InfoAdex, està integrat de la manera següent (vegeu el gràfic 5). D'una banda, les televisions que guanyen quota dins del mercat autonòmic: Televisió de Catalunya, que, amb 95,6 milions d'euros i una quota del 35,1% (0,4 punts més que el 2009), és la televisió que més publicitat atreu el 2010; Canal Sur, que amb 46,2 milions d'euros creix 1,4 punts respecte del 2009 i capta el 16,9% del total de publicitat televisiva autonòmica i TV Galicia, que incrementa la participació un 0,6% i assoleix el 8,0% amb 21,9 milions d'euros; de l'altra, les que disminueixen el percentatge de participació: Telemadrid, que baixa 1,3 punts i, amb 32,7 milions d'euros, obté un 12,0%, TVV, amb 8,0% (21,8 milions d'euros i 1,1 punts menys que el 2009) i ETB, amb 18,7 milions d'euros, que representen un 6,9%

(0,1 punts menys respecte del 2009). També guanya quota la "resta de televisions autonòmiques", categoria a la qual, amb 35,8 milions d'euros, correspon el 13,1% del mercat televisiu autonòmic, davant del 12,9% que havia obtingut el 2009.

Gràfic 5. Quota de participació sobre la inversió total per publicitat a les televisions autonòmiques de l'Estat espanyol. Any 2010 (en %)



Font: InfoAdex (2011).

Mentre que InfoAdex xifra el creixement de la inversió publicitària en televisió en un 4,0%, inclosos els ingressos dels canals de pagament i les televisions locals, l'informe de la CMT indica una petita regressió del 0,3% en els ingressos dels prestadors de televisió en obert en concepte de publicitat, que passen de 2.189,9 milions d'euros el 2009 a 2.184,0 milions el 2010. Segons la CMT, aquesta inversió publicitària s'ha comportat de manera diferent en funció dels prestadors: així, mentre que les televisions autonòmiques han captat un 15,5% més el 2010 que el 2009 i han passat de 225,6 milions d'euros a 260,6 milions el 2010, el conjunt de les televisions estatals públiques i privades en obert ha ingressat 1.923,4 milions d'euros el 2010, un 2,1% menys que l'any anterior (vegeu la taula 24).

Taula 24. Ingressos per publicitat a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic de l'Estat espanyol. Període 2009-2010 (en milions d'euros)

	Ingressos publicitaris		
Prestadors	**2009**	**2010**	**Variació 10/09 (%)**
Televisions autonòmiques	225,6	260,6	15,5
Televisions estatals públiques i privades en obert	1.964,3	1.923,4	-2,1
Total	**2.189,9**	**2.184,0**	**-0,3**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la CMT (2011).

L'informe anual 2010 de la CMT[442] apunta la desaparició de la publicitat a TVE com un dels factors que podrien justificar els canvis en la distribució dels ingressos entre els prestadors i, més concretament, el creixement de la inversió publicitària de les televisions privades en obert. Si s'analitza el repartiment dels ingressos publicitaris, s'observa que el grup conformat pels quatre principals operadors de televisió en obert que emeten en l'àmbit estatal, Telecinco, Antena 3 TV, Sogecable i laSexta, sumen 1.849,2 milions d'euros, és a dir, el 84,7% del total dels ingressos publicitaris de les televisions en obert durant l'any 2010, quan el 2009 aquest mateix grup va obtenir 1.511,4 milions d'euros i una quota de mercat del 69,0% (vegeu la taula 25).

[442] COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe anual 2010* [En línia]. Madrid: CMT, 2011, pàgina 164.
<http://informeanual.cmt.es/docs/INFORME%20ANUAL%20CMT%202010.pdf>
[Consulta: novembre de 2011]

Taula 25. Ingressos i quotes de mercat de publicitat[A] a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic en obert de l'Estat espanyol. Període 2009-2010 (en milions d'euros)

	2009		2010	
Prestadors	**Ingressos publicitaris**	**Quota de mercat**	**Ingressos publicitaris**	**Quota de mercat**
Televisions estatals públiques i privades en obert				
Telecinco	498,9	22,8	663,9	30,4
Antena 3 TV	555,3	25,4	632,9	29,0
RTVE	421,7	19,3	-	-
Sogecable	266,2	12,2	302,2	13,8
laSexta	191,0	8,7	250,2	11,5
Net TV	21,7	1,0	49,2	2,3
Veo Televisión	9,5	0,4	25,0	1,1
Televisions autonòmiques				
TVC	79,2	3,6	89,9	4,1
Canal Sur Televisión	38,7	1,8	43,6	2,0
Telemadrid	24,1	1,1	30,8	1,4
TVV	20,8	0,9	21,1	1,0
Televisión de Galicia	13,4	0,6	16,4	0,7
ETB	16,3	0,7	16,4	0,7
Radiotelevisió de les Illes Balears			6,5	0,3
Resta	33,1	1,5	35,9	1,6
Total	**2.189,9**	**100,0**	**2.184,0**	**100,0**

[A] Inclouen la facturació per patrocini, televenda i publicitat de les televisions que operen en obert.

Font: CMT (2011, p. 363).

L'anàlisi del comportament de la saturació publicitària el 2010 és encara més significativa l'any en què l'únic prestador públic estatal deixa d'emetre publicitat. Ateses les metodologies diferents que fan servir la CMT i Kantar Media (abans TNS), els resultats presenten diferències tant en xifres com en tendències. Per exemple, la CMT comptabilitza els minuts emesos tant de publicitat com de patrocini i de televenda, i Kantar Media no té en compte la publicitat emesa en desconnexions regionals o locals.

D'acord amb les dades presentades per la CMT, el temps de publicitat emesa pels principals prestadors en obert augmenta el 2010 un 0,5% respecte del 2009, i puja d'1.597.571 minuts emesos el 2009 a 1.605.954 minuts el 2010 (vegeu la taula 26).

Taula 26. Minuts de publicitat, patrocini i televenda[A] a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic en obert de l'Estat espanyol. Període 2009-2010

	Minuts de publicitat, patrocini i televenda		
	2009	**2010**	**Variació 10/09 (%)**
Gestevisión Telecinco	339.806	353.704	4,1%
Antena 3 Televisión	241.881	249.569	3,2%
Veo 7	117.437	132.572	12,9%
Net TV	102.111	126.772	24,2%
laSexta	120.849	101.070	-16,4%
Sogecable (TV en obert)	78.857	97.248	23,3%
RTVE	223.232	68.294	-69,4%
TV Canarias	44.819	102.111	127,8%
Canal Sur Televisión	73.494	74.250	1,0%
ETB	68.242	69.723	2,2%
Telemadrid	10.223	67.020	555,6%
TV3	83.917	61.263	-27,0%
TVV	54.120	57.892	7,0%
Televisión de Galicia	30.536	37.049	21,3%
TV Extremadura	8.047	7.417	-7,8%
Total minuts	**1.597.571**	**1.605.954**	**0,5%**

[A] En el cas dels prestadors amb emissions en obert i de pagament, la CMT només considera els minuts de la televisió en obert.

Font: CMT (2011, pàgina 165).

Per la seva banda, la informació sobre el volum de publicitat que publica Kantar Media (abans TNS) a l'*Anuario de audiencia de televisión 2010*[443] proporciona més elements d'anàlisi sobre el comportament del mercat publicitari a la televisió de l'Estat espanyol. En línies generals, segons Kantar Media, el volum de publicitat al llarg de l'any 2010 es redueix en relació amb el del 2009. En concret, s'han emès 2.751.232 espots i 905.053 minuts de publicitat; per comparació a les xifres de 2009, representen una reducció del 3,8% del nombre d'espots (-109.889) i del 6,9% dels minuts emesos de publicitat (-66.749). Destaquen les davallades tant en espots emesos com en temps de publicitat a Telecinco i Cuatro, així com en algunes televisions autonòmiques (ETB1, Punt Dos, K3/33, Canal 2 Andalucía, Onda6 i IB3) (vegeu la taula 27).

Per nombre d'espots emesos, el 2010 Antena 3 TV ha passat a ocupar la primera posició, en superar Telecinco, que queda al segon lloc. laSexta, per la seva banda, esdevé el prestador que més minuts de publicitat emet el 2010, per davant

[443] Kantar Media. *Anuario de audiencia de televisión 2010*. Madrid: Kantar Media, 2011.

d'Antena 3 TV i Telecinco. Les principals cadenes privades de cobertura estatal en obert, Telecinco, Antena 3 TV, Cuatro i laSexta, apleguen més d'un terç del total d'espots (36,2%) i de minuts (35,8%) emesos al llarg de 2010, un percentatge que el 2009 –incloent-hi TVE– rondava el 46%.

Comptabilitzades de manera conjunta, les televisions d'abast autonòmic emeten el 2010 un 6,2% més de temps publicitari que el 2009, sempre d'acord amb Kantar Media. Alhora, el conjunt de prestadors autonòmics concentra un any més el gruix d'espots emesos a Espanya i, amb un increment de més de nou punts respecte del 2009, emeten el 63,3% del total d'espots de 2010. Tot i que l'augment en el nombre d'espots afecta la majoria de cadenes autonòmiques –12 de 18–, destaquen els increments percentuals de 7RM, la televisió autonòmica de Múrcia, que emet més del doble d'espots que el 2009 (+122,5%) i de la televisió del Principat d'Astúries, TPA (+59,0%).

En relació amb el prestador públic català, segons Kantar Media, durant el 2010, TV3 augmenta un 3,0% el nombre d'espots emesos i un 0,9% els minuts d'emissió de publicitat, mentre que al K3/33 és ben al contrari, perd quasi el 30% tant pel que fa al temps de publicitat (-29,0%) com al nombre d'espots (-29,5%). El prestador privat català 8tv emet el 2010 més publicitat que el 2009, amb augments del 32,9% del nombre d'espots i del 14,7% de minuts d'emissió respecte del 2009 (vegeu la taula 27).

Taula 27. Volum de publicitat[A] per cadenes. Evolució del nombre d'espots i de minuts de publicitat emesos a les televisions estatals i autonòmiques. Període 2009-2010

	Nombre d'espots emesos					Minuts d'emissió de publicitat		
	2009	%	2010	%	Variació 10/09 (%)	2009	2010	Variació 10/09 (%)
Antena 3 TV	262.438	9,2	263.528	9,6	0,4	81.853	81.308	-0,7
Telecinco	273.996	9,6	263.354	9,6	-3,2	86.495	80.498	-6,9
Cuatro	250.095	8,7	236.188	8,6	-5,6	79.011	76.071	-3,7
laSexta	223.042	7,8	233.140	8,5	4,5	84.624	85.884	1,5
Telemadrid	136.093	4,8	173.156	6,3	27,2	42.882	53.668	25,2
Canal 9	137.053	4,8	155.331	5,6	13,3	42.113	47.365	12,5
ETB 2	109.814	3,8	153.452	5,6	39,7	47.286	58.954	24,7
8tv	111.548	3,9	148.245	5,4	32,9	54.246	62.227	14,7
Castilla-La Mancha TV	113.219	4,0	143.110	5,2	26,4	35.056	43.386	23,8
TV Canaria	128.087	4,5	137.718	5,0	7,5	42.247	46.902	11,0
TV3	127.660	4,4	131.438	4,8	3,0	37.680	38.006	0,9
Canal Sur	108.340	3,8	124.861	4,5	15,2	35.699	39.147	9,7
TVG	102.003	3,6	121.414	4,4	19,0	31.581	36.891	16,8
IB3	116.529	4,1	108.939	4,0	-6,5	34.392	32.763	-4,7
Aragón TV	67.198	2,3	79.907	2,9	18,9	27.463	28.132	2,4
TPA	31.365	1,1	49.871	1,8	59,0	11.633	16.744	43,9
7RM	20.843	0,7	46.376	1,7	122,5	6.848	14.921	117,9
Canal 2 Andalucía	54.165	1,9	44.550	1,6	-17,8	16.054	13.227	-17,6
Onda 6	57.560	2,0	39.508	1,4	-31,4	39.224	18.875	-51,9
ETB 1	52.883	1,8	31.828	1,2	-39,8	17.358	9.672	-44,3
K3/33	38.546	1,3	27.191	1,0	-29,5	11.017	7.818	-29,0
Punt Dos	35.238	1,2	24.523	0,9	-30,4	10.497	8.530	-18,7
La 1	165.089	5,8	6.881	0,3	-95,8	53.550	2.279	-95,7
La 2	140.337	4,9	6.723	0,2	-95,2	42.995	1.783	-95,9
Total	**2.861.121**	**100,0**	**2.751.232**	**100,0**	**-3,8**	**971.802**	**905.053**	**-6,9**

[A] No inclou la publicitat emesa en desconnexions regionals o locals.

Font: Kantar Media. *Anuario de audiencia de televisión 2010.* Madrid: Kantar Media, 2011.

D'acord amb la llista anual elaborada per Kantar Media dels principals anunciants del mitjà televisiu a l'Estat espanyol, Procter & Gamble encapçala el rànquing dels deu primers anunciants a una distància considerable de la resta quant al volum d'inversió publicitària (que l'any 2010 va ser de 676,6 milions d'euros, un 14,3% més que el 2009). Com es pot veure a la taula 28, no hi ha una correlació exacta entre el volum de publicitat emesa i d'inversió publicitària, ja que, per exemple, Danone és segon quant a inversió però supera lleugerament

Procter & Gamble tant en nombre d'espots com en minuts d'emissió, o L'Oréal, que és tercer en inversió i és superat per altres anunciants en espots i en temps publicitari.

Partint de les dades dels deu primers anunciants, el preu mitjà d'inversió per espot que s'obté és 2.840,7 euros i la mitjana del temps dedicat per espot, 18,5 segons. Segons aquests càlculs, Telefónica de España, SA, és l'anunciant que més euros ha destinat proporcionalment per espot, 7.225, i el que més temps ha dedicat per espot, 26,9 segons (vegeu la taula 28).

Taula 28. Els deu principals anunciants per inversió publicitària emesos a les televisions d'àmbit estatal i autonòmic. Any 2010

	Anunciants	Espots	Segons	Segons/ espot	Inversió (en euros)
1	Procter & Gamble España, SA	212.479	4.029.382	19,0	676.617.760
2	Danone, SA	213.840	4.083.481	19,1	350.006.710
3	L'Oréal	49.430	970.227	19,6	269.602.500
4	Benckiser España, SA	122.407	2.438.559	19,9	266.447.030
5	Telefónica de España, SA	27.577	742.907	26,9	199.249.100
6	Sociedad Nestlé, AEPA	33.093	535.318	16,2	144.073.800
7	Unilever	31.314	501.008	16,0	123.031.180
8	Henkel	55.254	942.887	17,1	118.613.980
9	Johnson & Johnson, SA	47.042	610.582	13,0	102.083.390
10	El Corte Inglés	33.787	424.987	12,6	97.288.130
	Total 10 principals anunciants	**826.223**	**15.279.338**	**18,5**	**2.347.013.580**

Font: Kantar Media. *Anuario de audiencia de televisión 2010.* Madrid: Kantar Media, 2011.

A la taula 29 es presenta una evolució de la inversió publicitària dels deu principals anunciants en el mitjà televisiu a l'Estat espanyol en els darrers tres anys, segons Kantar Media. De manera global, el 2010 aquesta inversió ha crescut un 8,6% respecte del 2009, i un 14,6% entre 2008 i 2010 (16,4 acumulat des de 2008). Benckiser España, SA, protagonitza el major creixement de 2010 amb 95,2 milions d'euros més en inversió publicitària, és a dir, un 55,6% més que el 2009; Procter & Gamble és el segon anunciant en creixement en termes absoluts, amb 84,5 milions d'euros més el 2010 que el 2009; mentre que Henkel, per segon any consecutiu, incrementa més del 50% la inversió publicitària en televisió, el 51,7% (40,4 milions més) el 2010. Entre els anunciants que disminueixen la inversió el 2010, en destaca Unilever, amb un 26,6% (44,6 milions d'euros) menys que el 2009; cal tenir en compte, però, que Unilever el 2009 havia

incrementat en més del 100% la inversió respecte del 2008; altres anunciants que també destinen menys diners a publicitat televisiva l'any 2010 són Telefónica de España, SA (-17,9%, 43,5 milions d'euros menys), L'Oréal (-9,4%, 28,1 milions d'euros menys) i Johnson & Johnson, SA (-2,4%, 2,5 milions d'euros menys).

Taula 29. Evolució de la inversió publicitària dels deu principals anunciants en televisió a l'Estat espanyol. Període 2008-2010 (en milions d'euros)

Anunciants	2008	2009	2010	Variació 09/08 (%)	Variació 10/09 (%)
Procter & Gamble España, SA	576,1	592,1	676,6	2,8	14,3
Danone, SA	322,3	299,1	350,0	-7,2	17,0
L'Oréal	248,2	297,7	269,6	19,9	-9,4
Benckiser España, SA	137,7	171,2	266,4	24,3	55,6
Telefónica de España, SA	260,0	242,7	199,2	-6,7	-17,9
Sociedad Nestlé, AEPA	111,2	110,8	144,1	-0,4	30,1
Unilever	82,2	167,6	123,0	103,9	-26,6
Henkel	51,5	78,2	118,6	51,8	51,7
Johnson & Johnson, SA	128,8	104,6	102,1	-18,8	-2,4
El Corte Inglés	97,7	97,3	97,3	-0,4	0,0
Total	**2.015,7**	**2.161,3**	**2.346,9**	**7,2**	**8,6**

Font: Kantar Media. *Anuario de audiencia de televisión 2010.* Madrid: Kantar Media, 2011.

En l'àmbit de Catalunya, i segons les xifres publicades per l'Associació Empresarial de la Publicitat (AEP), la televisió és el mitjà convencional preferent pels anunciants amb seu a Catalunya, amb 664,0 milions d'euros el 2010, 59,1% sobre el total de mitjans convencionals. La demanda contractual en publicitat d'aquests anunciants en el mitjà televisiu ha crescut el 2010 un 2,9% en relació amb el 2009, com es pot observar a la taula 12.

Amb referència a la publicitat institucional de les administracions públiques catalanes, com s'ha esmentat en l'apartat 2 d'aquest capítol, la televisió es manté com a segona opció, tot i que ha reduït la quota de mercat (26,9%) i es distancia encara més de la premsa, mitjà que concentra el 51,7% de la publicitat institucional catalana. D'aquesta manera, es consolida el canvi de tendència que es va iniciar el 2009, quan la televisió, que havia predominat el mercat publicitari de l'Administració catalana en els últims anys, deixa de ser el primer mitjà a favor de la premsa (vegeu la taula 16).

InfoAdex, en l'estudi específic sobre la inversió publicitària a Catalunya,[444] xifra en 107,2 milions la inversió que l'any 2010 rep la televisió a Catalunya, prop d'un terç (30,9%) de la inversió que –sempre segons InfoAdex– els anunciants de l'Estat van dedicar a mitjans del Principat. En el cas de la televisió –a diferència de la ràdio–, el 2010 es redueixen les aportacions en concepte de publicitat: 15,5 milions d'euros menys (-14,0%).

La inversió dels 20 principals anunciants representa el 42,7% del total que rep el mitjà *televisió* a Catalunya, amb una distribució molt semblant entre els onze anunciants que tenen la seu a Catalunya i els 9 que no: 21,3% i 21,4%, respectivament (vegeu la taula 30).

Taula 30. Principals anunciants en ràdio de Catalunya. Període 2009-2010

	Anunciant	Inversió 2010	Inversió 2009	Evolució 2009
1	Telefónica, SAU	6.736.137	6.594.704	2,1
2	Procter & Gamble España, SA	5.370.130	5.253.062	2,2
3	Danone, SA [A]	4.074.857	3.430.198	18,8
4	Generalitat de Catalunya[A]	3.215.220	5.411.086	-40,6
5	SA Damm [A]	2.915.826	1.963.981	48,5
6	Volkswagen-Audi España, SA[A]	2.481.900	4.037.130	-38,5
7	L'Oréal España, SA	2.158.999	1.867.161	15,6
8	Reckitt Benckiser España, SL	1.894.695	1.864.549	1,6
9	Antonio Puig, SA [A]	1.773.080	1.517.619	16,8
10	Club Català de Cultura, SL[A]	1.746.135	831.262	110,1
11	Cableuropa, SAU	1.572.447	1.185.468	32,6
12	Seat, SA[A]	1.551.545	2.273.766	-31,8
13	El Corte Inglés, SA	1.387.109	880.476	57,5
14	La Sirena Aliment. Congelada,SLU[A]	1.327.980	1.108.237	19,8
15	Repsol YPF, SA	1.313.812	1.197.328	9,7
16	Nestlé España, SA[A]	1.289.632	1.654.405	-22,0
17	McDonald's Sistemas de España, SA	1.276.610	849.387	50,3
18	Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona[A]	1.261.428	1.287.606	-2,0
19	General Motors España, SL	1.220.864	432.601	182,2
20	Henkel Ibérica, SA[A]	1.207.492	907.701	33,0
	Total 20 primers anunciants	45.775.898	44.547.727	2,8
	Total anunciants en televisió de Catalunya	107.239.801	124.741.017	-14,0

[A] Seu social a Catalunya.

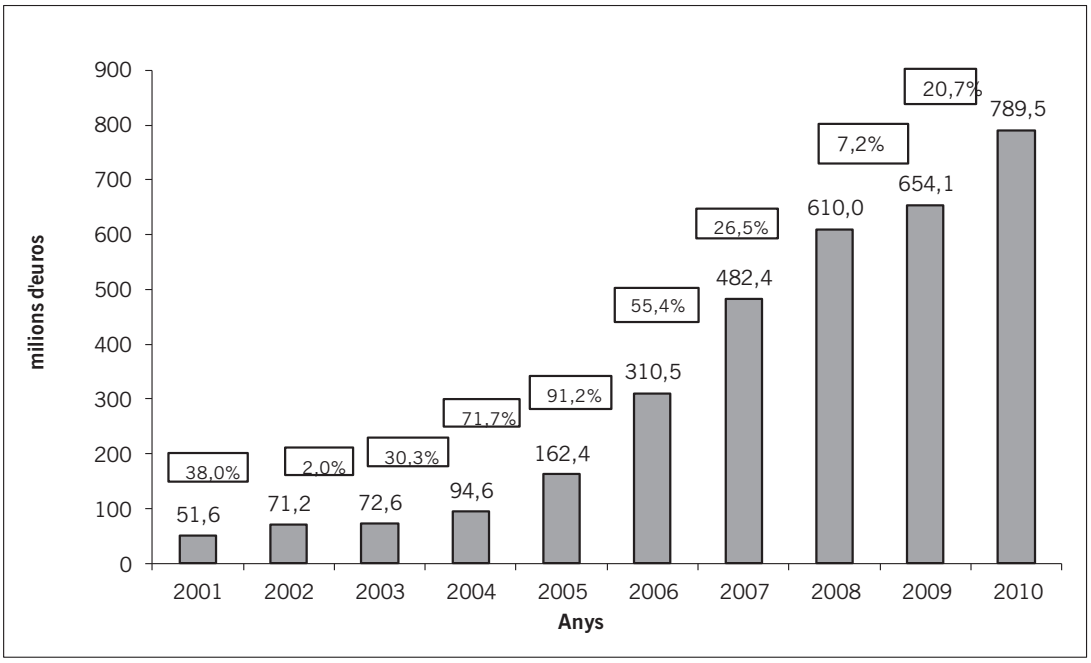
Font: INFOADEX. *La inversión publicitaria en Cataluña 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011, p. 45. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/la-inversin-publicitaria-en-catalua-2011> [Consulta: setembre de 2011].

[444] INFOADEX. *La inversión publicitaria en Cataluña 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011, p. 44-45. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/la-inversin-publicitaria-en-catalua-2011> [Consulta: setembre de 2011]

5. La inversió publicitària a internet

Un dels trets més característics del panorama publicitari en l'última dècada és el creixement sostingut que protagonitza internet davant la resta de mitjans convencionals. El 2010, a Espanya, la inversió en publicitat a internet s'incrementa un 20,7% respecte del 2009, segons InfoAdex, i assoleix els 789,5 milions d'euros. Aquest nou creixement no fa sinó constatar l'impuls que, any rere any i malgrat la crisi econòmica, ha tingut internet. El gràfic 7 mostra l'evolució de la inversió publicitària en aquest mitjà entre 2001 i 2010: des de 2001, any en què va captar 51,6 milions d'euros, s'ha multiplicat per 15. El període de 2005 a 2007, la xarxa va tenir els majors índexs d'increment, en passar dels 94,6 milions de 2004 als 482,4 milions de 2007.

Gràfic 7. Evolució de la inversió publicitària a internet i percentatge de creixement anual a l'Estat espanyol. Període 2002-2010 (en milions d'euros)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'InfoAdex (2011).

Per tipologia, més de la meitat dels 789,5 milions d'euros invertits en publicitat a internet el 2010, el 52,8% s'han destinat a cercadors i enllaços patrocinats, amb 417,2 milions d'euros en total, segons l'*Estudio sobre la inversión publicitaria en medios digitales* d'IAB Spain-PricewaterhouseCoopers.[445]

[445] INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU SPAIN; PRICEWATERHOUSECOOPERS. *Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales. Resultados del año 2010*. Madrid: IAB-Spain–PwC, 2011, [En línia]. <http://iabspain.net/descargas/descarga.php?id=155> [Consulta: setembre de 2011].

Per tercer any consecutiu, els enllaços en cercadors són la fórmula més triada per anunciar-se a internet, per sobre dels formats gràfics, que l'any 2010 han atret 372,4 milions d'euros d'inversió, el 47,2% restant (vegeu la taula 31).

Taula 31. Evolució de la inversió publicitària a internet a l'Estat espanyol, segons tipus. Període 2008-2010 (en milions d'euros i en %)

Formats	2008		2009		2010	
	Inversió	%	Inversió	%	Inversió	%
Cercadors i enllaços patrocinats	324,4	52,1	356,4	54,5	417,2	52,8
Publicitat gràfics	298,8	47,9	297,7	45,5	372,4	47,2
Total	**623,2**	**100,0**	**654,1**	**100,0**	**789,6**	**100,0**

Font: IAB Spain – PwC (2010). *Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales. Resultados del año 2010*. Madrid: IAB-Spain–PwC, 2011, pàg. 10-14. [En línia]. <http://iabspain.net/descargas/descarga.php?id=155>[Consulta: setembre de 2011].

Tot i la multiplicitat de formats de publicitat gràfica, no hi ha variacions substancials si es comparen les dades de 2009 i 2010 pel que fa a les estratègies dels anunciants a la xarxa. Un any més, els formats integrats –bàners, botons, gratacels, segells, robapàgines, etc.– es mantenen com a primera opció, amb un 51,42%. Pugen lleugerament els patrocinis o les seccions fixes, els correus electrònics amb publicitat o els formats flotants i, sobretot, l'espot en vídeo, en detriment d'altres fórmules com ara el *cobranding* (associació de marques) o l'*advergaming* (vegeu la taula 32 i el gràfic 8).

Taula 32. Ingressos per tipus de format de publicitat gràfica. Any 2010

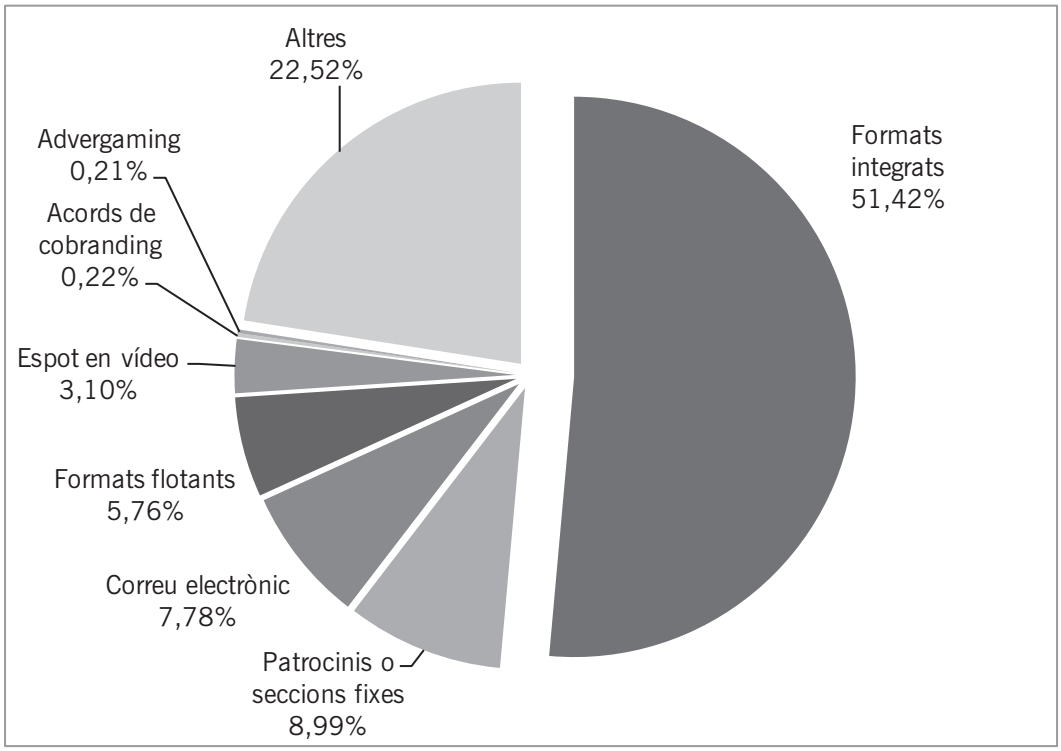
Ingressos per tipus de format	2009	2010
Formats integrats	51,44	51,42
Patrocinis o seccions fixes	8,25	8,99
Correu electrònic	6,87	7,78
Formats flotants i desplegables	4,90	5,76
Espot en vídeo	1,72	3,10
Acords de *cobranding*[A]	0,50	0,22
Advergaming[B]	0,32	0,21
Altres	26,00	22,52
Total	100,00	100,00

[A] Mostra de logotips i marques de manera conjunta a llocs o seccions web diferents.

[B] Videojocs interactius per anunciar una marca, un producte, etc.

Font: IAB Spain – PwC (2010). *Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales. Resultados del año 2010*. Madrid: IAB-Spain–PwC, 2011, pàg. 31 [En línia]. <http://iabspain.net/descargas/descarga.php?id=155>[Consulta: setembre de 2011].

Gràfic 8. Ingressos per tipus de format de publicitat gràfica. Any 2010



Font: IAB Spain – PwC (2010). *Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales. Resultados del año 2010*. Madrid: IAB-Spain–PwC, 2011, pàg. 31 [En línia]. <http://iabspain.net/descargas/descarga.php?id=155>[Consulta: setembre de 2011].

En relació amb el sector d'activitat, d'acord amb l'estudi d'IAB Spain-PwC, les empreses de telecomunicacions encapçalen el rànquing d'anunciants, amb un 12,9% sobre el total invertit en publicitat gràfica l'any 2010, i desplacen les empreses de transports, viatges i turisme, que ocupaven aquesta posició en els últims anys, però que han anant minvant les inversions publicitàries a internet, passant d'un 16,9% el 2008 a ocupar el tercer lloc, amb un 10,5% de participació, el 2010, per darrere del sector de l'automoció (vegeu la taula 33).

Taula 33. Participació en la inversió en publicitat gràfica a l'Estat espanyol per sectors d'activitat. Període 2008-2010 (en %)

Sector d'activitat	2008	2009	2010
Telecomunicacions	10,9	13,3	12,9
Automoció	9,8	11,4	11,5
Transports, viatges i turisme	14,1	14,3	10,5
Finances	10,3	7,2	8,5
Mitjans de comunicació, ensenyament i cultura	9,3	9,3	8,2
Esports i temps lliure	3,0	4,1	5,5
Serveis públics i privats	4,9	4,9	5,2
Resta	**35,6**	**34,6**	**37,8**
Bellesa i higiene	4,8	3,4	4,9
Alimentació	1,3	2,2	3,3
Begudes	4,5	2,9	3,2
Distribució i restauració	2,9	2,7	3,2
Portals	5,1	4,9	3,2
Energies	1,8	1,9	2,6
Equips d'oficina i comerç	2,9	3,0	2,2
Tèxtil i indumentària	1,2	1,5	1,8
Llar	2,0	1,9	1,5
Construcció	1,2	0,6	0,9
Salut	0,5	0,6	0,7
Objectes personals	0,3	0,5	0,5
Neteja	0,1	0,5	0,4
Industrial i material de treball	0,5	0,4	0,2
Diversos	8,7	8,4	9,3

Font: IAB Spain – PwC (2011*). Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales. Resultados del año 2010.* Madrid: IAB-Spain–PwC, 2011, pàg. 21. [En línia]. <http://iabspain.net/ver.php?mod=noticias&identificador=88> [Consulta: setembre de 2011].

La taula 34 recull el rànquing dels vint primers anunciants en publicitat gràfica a internet el 2010, elaborat per IAB Spain-PwC. S'observa una correspondència entre els sectors d'activitat que més inverteixen en publicitat gràfica a internet –telecomunicacions i automoció– i els principals anunciants en aquesta tipologia publicitària: entre els cinc primers hi ha tres empreses de telecomunicacions (Telefónica, Vodafone i Orange), una d'automoció (Peugeot) i, com a excepció a aquesta correspondència, uns grans magatzems, El Corte Inglés, que ocupen la tercera posició al rànquing.

Taula 34. Principals vint anunciants en publicitat gràfica a internet a l'Estat espanyol. Any 2010

	Anunciants
1	Telefónica
2	Vodafone
3	El Corte Inglés
4	Orange
5	Peugeot
6	Unilever
7	Procter & Gamble
8	Betclic
9	General Motors
10	BBVA
11	Renault
12	Microsoft
13	Toyota
14	Línea Directa Aseguradora
15	Vueling
16	Repsol
17	Nissan
18	Bet365
19	ING Direct
20	Mercedes

Font: IAB Spain – PwC (2010). *Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales. Resultados del año 2010*. Madrid: IAB-Spain–PwC, 2011, pàg. 24 [En línia]. <http://iabspain.net/descargas/descarga.php?id=155> [Consulta: setembre de 2011].

Pel que fa a la inversió publicitària a internet a Catalunya, l'Associació Empresarial de Publicitat (AEP) aporta dades sobre la contractació publicitària en aquest mitjà per part dels anunciants amb seu a Catalunya. La inversió catalana en publicitat a internet creix el 2010 13,5 milions d'euros, un 35,3% més que l'any anterior, i supera per primera vegada la inversió en publicitat exterior dels anunciants amb seu a Catalunya (vegeu la taula 12). De manera paral·lela, s'incrementa un any més la quota de participació de la inversió publicitària dels anunciants catalans a la xarxa: 2,6% el 2008, 3,5% el 2009 i 4,6% el 2010.

També les xifres d'InfoAdex referides a Catalunya apunten en el mateix sentit.[446] Així, segons InfoAdex, el 2010 els anunciants amb seu a Catalunya inverteixen 37.984.869 euros a internet, un 2,5 més que el 2009 (37.050.391 euros). Aquesta inversió té un grau de concentració important i creixent, ja que, entre tots, els deu anunciants principals n'aporten el 33,2% el 2009 i el 46,0% el 2010.

[446] INFOADEX.*La inversión publicitaria en Cataluña 2011*. Madrid: InfoAdex, 2011, p. 26. [En línia]. <http://www.slideshare.net/FCBlanquerna/la-inversin-publicitaria-en-catalua-2011> [Consulta: setembre de 2011].

Síntesi

En l'audiovisual, hi ha tres variables que afecten de manera transversal l'evolució del sector tant a Catalunya com en àmbits territorials superiors. D'una banda, el **context de crisi econòmica**, iniciada el 2008, que està condicionant en termes generals els resultats, la confiança i les perspectives de futur. En segon lloc, la **transformació tecnològica** és un vector que incideix profundament en l'audiovisual, i és també un fenomen de llarga durada que no es pot circumscriure a un any concret. I, finalment, també són remarcables els **canvis en el marc legal**, que pretenen actualitzar l'ordenament jurídic, donar garanties al sector o bé establir les línies estratègiques que cal seguir.

Quant al **context econòmic**, hi ha diverses qüestions plantejades, com ara el debat sobre el finançament dels mitjans de comunicació, comú a tot Europa. Un primer exemple és la disminució d'ajuts públics financers al sector audiovisual a Catalunya, un sector que sovint es troba en una situació atomitzada. Com a contrapunt a aquesta tendència econòmica, són destacables les dades presentades per InfoAdex, segons les quals els 12.883,8 milions d'euros d'inversió publicitària a l'Estat espanyol el 2010 representen un augment d'un 1,4% respecte de l'any anterior. Aquesta xifra trenca el descens iniciat el 2008 i que, en l'acumulat de 2008 i 2009, va ser de més del 21% respecte del 2007

Pel que fa a la **transformació tecnològica**, el 2010 manté i accentua la multiplicació de pantalles audiovisuals, a més de les "tradicionals", a través de dispositius com l'ordinador, el telèfon intel·ligent, la tauleta tàctil, etc. La millora en la qualitat tecnològica dels dispositius i l'increment de l'amplada de banda permeten un millor accés de continguts audiovisuals en línia. En aquest sentit, s'han desenvolupat estratègies per reforçar la presència a internet per part dels mitjans de comunicació audiovisual: accés a l'emissió en directe o sota demanda, en la majoria de casos de forma gratuïta o mitjançant micropagaments; participació a les xarxes socials (Facebook i Twitter com a principals exemples), i creació de la figura de moderador per dinamitzar les comunitats, així com l'ús de blocs, fòrums i xats. Una altra característica d'aquest apartat és l'augment de les emissions en alta definició en televisió, tant per part de les plataformes de

pagament com dels prestadors d'àmbit estatal en obert (5 dels 7 han engegat el format en alta definició) i de Televisió de Catalunya. I, en un pas més enllà, s'han produït acords entre prestadors i fabricants d'aparells de televisió per incorporar l'accés de part dels seus continguts en els models de televisors connectats a internet.

I, en darrer terme, els canvis de llarga durada en el **marc legal** han donat lloc a novetats, tant a Catalunya, com a Espanya i la Unió Europea.

Pel que fa a Catalunya, el Parlament va aprovar el primer Mandat marc del sistema públic audiovisual, mitjançant la Resolució 612/VIII, d'11 de febrer de 2010. Aquest nou instrument normatiu estableix les previsions relatives als objectius generals del servei públic audiovisual (nacional i local) i al finançament dels mitjans audiovisuals públics, entre d'altres. El seu desplegament s'ha de concretar en els contractes programa respectius que cada prestador públic ha de signar amb l'administració.

D'altra banda, el Govern va aprovar el Decret llei 2/2010, de 30 de març, que afegeix un nou apartat a l'article 7 de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Aquesta disposició permet elegir els membres del Consell de Govern de la CCMA per majoria absoluta en una segona votació al Parlament, si és que no s'ha obtingut una majoria qualificada de dos terços en la primera votació, tal com estava establert.

A Espanya, una novetat remarcable ha estat l'aprovació de la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (LGCA). Té com a objectius i funcions principals la incorporació a l'ordenament jurídic estatal de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual, la compilació i l'actualització de la normativa estatal vigent encara vàlida, així com la regulació de les noves situacions que no tenien encara marc legal. La LGCA deroga tota la normativa audiovisual existent amb anterioritat a la seva entrada en vigor, i s'erigeix, d'aquesta manera, com a marc legal de referència per a la prestació dels serveis de comunicació audiovisual a l'Estat.

La LGCA representa un canvi respecte del règim jurídic anterior pel que fa a la prestació dels serveis de comunicació audiovisual de titularitat privada, que queda liberalitzada i passa a considerar-se d'interès general. Aquest fet comporta,

en els casos que el prestador utilitzi l'espectre radioelèctric per difondre els continguts, que el règim concessional sigui substituït per un de llicències; al seu torn, si els continguts es transmeten mitjançant altres tecnologies, el règim passa a ser de comunicació prèvia. A més, l'article 29 de la LGCA preveu l'arrendament per part de les persones titulars de llicències per a la prestació del servei de comunicació audiovisual, cosa que implica la subrogació de tots els drets i les obligacions a l'arrendatari, incloent-hi la responsabilitat editorial del canal arrendat. Cal remarcar que la LGCA prohibeix expressament el subarrendament.

A partir de l'entrada en vigor de la LGCA, s'adopta normativa de desenvolupament d'alguna de les seves previsions. Aquest és el cas del Reial decret 691/2010, de 20 de maig, pel qual es regula la televisió digital terrestre en alta definició.

La LGCA també preveu per primera vegada la figura del Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals (CEMA) com a autoritat independent de regulació dels serveis de comunicació audiovisual, i n'estableix les funcions, l'organització, les garanties d'independència i la responsabilitat.

Pel que fa a l'activitat de la Unió Europea, el 2010 la Comissió s'ha pronunciat sobre la imposició de taxes als operadors de telecomunicacions per part dels estats francès i espanyol. Aquestes taxes sobre els operadors de telecomunicacions van ser introduïdes per contribuir al sosteniment dels serveis públics de comunicació audiovisual respectius. En una primera decisió, de 20 de juliol, la Comissió Europea va considerar que la imposició d'aquestes taxes no era incompatible amb la normativa europea referida al mercat interior. Posteriorment, en les decisions publicades el 30 de setembre, la Comissió va dictaminar que les taxes específiques sobre el volum de negocis dels operadors de telecomunicacions, introduïdes per compensar la pèrdua d'ingressos en concepte de publicitat de pagament en els serveis públics de televisió, eren incompatibles amb les normes comunitàries en matèria de telecomunicacions (comunicacions electròniques), en especial, amb l'article 12 de la Directiva 2002/20/CE. Aquesta directiva, que regula l'autorització de xarxes i serveis de comunicacions electròniques, estableix que les taxes específiques cobrades als operadors de telecomunicacions han d'estar relacionades específicament i directament amb els costos de regular el sector de

les telecomunicacions. En aquest context, la Comissió va decidir exigir a França i Espanya la supressió d'aquestes taxes.

Aquest INFORME SOBRE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA 2010 té un capítol centrat en l'estructura econòmica del sector en què es desgranen dades rellevants sobre la situació de l'activitat econòmica al Principat i la seva comparació amb el conjunt de l'Estat espanyol. D'acord amb les darreres dades disponibles de l'Idescat i de l'Instituto Nacional de Estadística, l'any 2009 el sector audiovisual a Catalunya es constituïa per 2.101 empreses, ocupava 13.441 persones i generava un valor afegit brut al cost dels factors de 731,5 milions d'euros. El nombre de persones ocupades va disminuir el 2009 respecte de l'any anterior un 1,3% a Catalunya, mentre que al global de l'Estat espanyol aquesta minva va ser del 3,5%. Així mateix, el nombre d'empreses amb seu a Catalunya va augmentar un 2,3% en aquest mateix període, mentre que al conjunt d'Espanya va davallar un mateix 2,3%.

Les xifres disponibles estan desagregades en dues categories, d'acord amb la Classificació d'activitats econòmiques de 2009: "cinema i vídeo; enregistrament de so", d'una banda, i "ràdio i televisió", de l'altra. Considerant la magnitud "volum de negoci", es constata que l'activitat desenvolupada a Catalunya, en relació amb el conjunt de l'Estat, va constituir entre el 25 i el 27% de la primera categoria. En canvi, a "ràdio i televisió" va ser d'entre un 6 i un 7%. Aquestes diferències es deuen a la concentració de la indústria televisiva a Madrid i a la baixa participació de Catalunya en els ingressos produïts per aquests mitjans en el còmput total espanyol. Amb tot, cal destacar que l'evolució en aquest apartat és divergent entre Catalunya i el conjunt de l'Estat. Mentre que el 2009 les activitats de "ràdio i televisió" augmenten un 22,1% al Principat respecte de l'any anterior, a tot Espanya disminueixen un 11,8%.

D'altra banda, a partir de la informació comptable disponible, es descriu l'activitat econòmica dels prestadors dels serveis de ràdio i televisió. Quant a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), cal fer referència als dos nivells de finançament. El 2010, en el context de retallades pressupostàries endegades pel Govern de la Generalitat, la transferència anual del Govern a la CCMA es va reduir 2,1 milions d'euros. Així mateix, durant aquest exercici no s'ha

executat l'aportació extraordinària de 20 milions d'euros, prevista per aplicar el pla de reestructuració de la CCMA. Com a contrapunt, els ingressos en concepte de publicitat a la filial TVC han augmentat un 13,8% respecte del 2009.

Quant a la televisió pública estatal, en virtut de la LGCA, la Corporación RTVE es transforma en una única societat mercantil. D'aquesta manera, es busca facilitar-ne l'operativitat interna i millorar-ne l'eficiència en la gestió. En aquest context, però, les despeses directes de producció de TVE a Catalunya durant el 2010 s'han reduït considerablement: el cost de la producció de programes en llengua castellana cau un 70,0%, mentre que el dels programes en català ho fa en un 12,0%, cosa que indica una reducció de la participació de TVE a Catalunya en el conjunt de la producció de TVE.

Per la seva banda, la societat Emissions Digitals de Catalunya, SAU, prestador privat titular d'un múltiplex d'abast nacional, presenta una evolució lenta però progressiva. En aquesta línia apunten, per exemple, els ingressos d'explotació, que passen dels 11.612.727 euros el 2009 a 12.923.292 el 2010. Malgrat això, aquesta empresa ha obtingut uns ingressos d'explotació per empleat de 516.932 euros l'any 2010, en contrast amb les privades d'abast estatal, que obtenen unes xifres majors.

En els prestadors privats d'abast estatal, la principal novetat de l'any radica en els canvis accionarials esdevinguts entorn de Gestevisión Telecinco, SA, i Prisa Televisión, SAU (aleshores Sogecable, SAU). Al llarg de 2010, Telecinco ha realitzat dues ampliacions del capital social, fins a un total de 535 milions d'euros. Ambdues operacions es donen en el context de l'operació de compravenda entre Telecinco i Prisa/Sogecable, d'una banda, i de la creació d'una nova societat que integra el negoci de televisió en obert de Prisa, de l'altra. Com a conseqüència d'aquestes operacions, es va fer efectiva la presa de control d'una societat (Gestevisión Telecinco, SA) sobre l'altra (Prisa Televisión, SAU). Aquest negoci va requerir el consentiment de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) en aspectes com ara –i entre d'altres– el control del mercat publicitari televisiu.

Un altre apartat amb personalitat pròpia durant el 2010 ha estat l'apagada analògica completa (*switch off*) el 3 d'abril. La fi de les emissions analògiques terrestres i el pas definitiu a la TDT en acabar el primer trimestre de l'any 2010

també impliquen modificacions, en aquest cas, relacionades amb el nombre de programes disponibles. Amb la redistribució de noves freqüències planificada pel Reial decret 365/2010, de 26 de març, els que aleshores encara eren concessionaris passen a tenir disponible l'equivalent a la capacitat d'un múltiplex sencer per a la seva explotació. Aquest fet ha permès la materialització de nous formats, que comencen a aparèixer a la graella estatal de TDT a partir de l'agost de 2010, així com emissions en alta definició.

En paral·lel a aquest fet, la implantació de la TDT, tot i que comporta un increment en l'oferta de canals, també permet l'alliberació de freqüències, fet que es coneix com a *dividend digital*. En acabar el procés, abans de l'1 de gener de 2015, s'ha d'haver alliberat la subbanda de freqüències de 790 MHz fins a 862 MHz, assignada originàriament a prestadors de serveis de televisió. Es preveu que es redistribueixin els serveis d'aquesta subbanda, assignant-los a serveis avançats de comunicacions electròniques, entre els quals els de banda ampla en mobilitat.

L'oferta en TDT a Catalunya el 2010 ha consistit en 5 programes públics i 26 de privats de cobertura estatal; els 7 programes de TVC i els 4 d'EDC de cobertura nacional, i 18 programes públics i 46 de privats en emissió (dades de desembre) de cobertura local.

El desembre de 2010, TVC transmetia 7 programes, 4 dels quals no van patir modificacions durant l'any: TV3, el 3/24, el 33 i TV3CAT (a les Illes Balears). Super3/3XL va ser Super3/300 fins al 18 de setembre de 2010, data a partir de la qual van substituir-se les emissions de 300 per 3XL (destinat a públic jove) en la mateixa franja horària, de 21.30 a 6.00 del matí. Esport 3 i TV3HD van ser, el 2010, programes en proves. Cal destacar, en aquest darrer apartat, l'augment d'hores en alta definició (AD), fins arribar a sincronitzar TV3 amb TV3HD. Per últim, cal esmentar que TVC ha dut a terme el 2010 les primeres proves en 3D.

Pel que fa als continguts de TVC, hi ha un elevat nombre d'estrenes amb una marcada vocació social, un increment d'espais informatius i una forta presència del futbol. En paral·lel amb això, Televisió de Catalunya ha maximitzat les opcions que ofereix la xarxa, com per exemple l'aposta de formats multiplataforma (internet i mòbil), ús social del web per a l'estrena de programes i presència a les xarxes socials.

Atenent a l'estructura de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), cal destacar els canvis en la seva cúpula al llarg de 2010. D'una banda, el president del Consell de Govern, Albert Sáez, i, mesos més tard, la directora general, Rosa Cullell, renuncien al càrrec. De l'altra, s'aprova el Decret llei 2/2010 esmentat. Després de l'aprovació d'aquesta norma, el Ple del Parlament de Catalunya escull Enric Marín membre del Consell de Govern de la CCMA i, posteriorment, en la mateixa sessió, president del Consell de Govern de la CCMA. El mateix Enric Marín designa el director de Catalunya Ràdio, Ramon Mateu, perquè assumeixi provisionalment les funcions de director general.

Pel que fa a la televisió privada nacional, Emissions Digitals de Catalunya (EDC) tenia 4 programes en emissió el desembre de 2010: 8tv, RAC105, Barça TV i Estil 9, aquest darrer, estrenat el mes maig d'aquest any i orientat al públic femení.

Referent a la televisió pública local a Catalunya, es constata que dels 37 programes previstos (4 d'unimunicipals i 33 de plurimunicipals), n'hi ha 18 en emissió el desembre de 2010. Al llarg de l'any, s'han engegat 4 programes nous a les demarcacions de Cornellà de Llobregat (2), d'Igualada (1) i de Reus (1). També s'han constituït 2 consorcis a la demarcació de Blanes, però sense que s'hagin començat les emissions. Així mateix, s'ha dissolt el consorci de Sant Adrià del Besòs i Santa Coloma de Gramenet. D'aquesta manera, en acabar el 2010 hi havia 23 consorcis constituïts. En definitiva, de les 21 demarcacions planificades, 11 no comptaven amb cap programa públic en actiu l'any 2010.

La televisió privada local ofereix una altra fotografia. Inicialment, els programes de gestió privada eren 59. De tota manera, aquesta xifra baixa el 2010 a 47, perquè cal restar-hi els tres que es van declarar deserts en no ser adjudicats durant la fase de concurs (Balaguer, Blanes i Vielha e Mijaran), aquells els contractes concessionals dels quals van ser resolts (Barcelona [2], Cornellà de Llobregat [2], Granollers [1], Mataró [1] i Palafrugell [2]), i un per l'extinció automàtica d'una concessió per manca de sol·licitud de transformació del títol en llicència (Reus). Així, dels 47 programes previstos, 46 estaven en emissió el 2010, després d'haver-ne engegat 15 durant l'any 2010: Balaguer (1), Igualada (3), Manresa (3), Sabadell (1), la Seu d'Urgell (2), Tortosa (3), Vielha i Mijaran (1) i

Vilanova i la Geltrú (1). Per contra, 5 programes han deixat d'emetre en el mateix any: Barcelona (2), Cornellà del Llobregat (1), Mataró (1) i Reus (1).

Encetant l'apartat d'audiència televisiva, s'han d'esmentar les diferències entre les dues principals fonts de dades, les quals tenen metodologies, àmbits de cobertura i de temàtica diversos: Kantar Media (antiga Sofres) i el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Tot i així, ambdues fonts coincideixen a manifestar la fragmentació progressiva de l'audiència televisiva, tant a Catalunya com arreu. En efecte, prenent les dades de Kantar, es constata un fet rellevant: per primera vegada, la quota sumada de pantalla de les televisions temàtiques amb concessió de TDT supera la quota de pantalla del líder de la televisió generalista el 2010 (global temàtiques 19,0% vs. TV3 14,8%). En aquesta tendència, el 2010 s'ha produït una disminució generalitzada de l'audiència en tots els canals, excepte 8tv (que passa del 3,0% el 2009 al 3,1% el 2010) i La 1 (del 12,4% al 12,7%). En qualsevol cas, però, el consum televisiu general de l'any augmenta respecte de l'anterior i se situa en 242 minuts persona/dia, 6 minuts més que el 2009.

En el podi dels canals més vistos hi ha TV3, que continua sent la cadena amb més quota de pantalla el 2010 (entre el 14,8% i el 17,4%, segons quina sigui la font, Kantar Media o el Baròmetre), seguida de Telecinco (d'entre 12,7% i 14,1%). L'any 2009, la quota de TV3 estava entre un 14,5% i un 19,0% i la de Telecinco entre el 14,9% i el 15,5%.

I per tancar la informació relativa a la televisió, cal observar que la inversió publicitària ofereix novetats interessants. D'una banda, aquest mitjà es manté com a principal receptor d'inversió a Espanya, amb 2.471,9 milions d'euros, un 4% més respecte del 2009, d'acord amb dades d'InfoAdex. D'altra banda, el 2010 és el primer any en què TVE no va emetre publicitat, fet que va propiciar un nou repartiment de la inversió publicitària en benefici de les televisions privades de cobertura estatal, sigui en obert o de pagament, i de les autonòmiques. Les televisions locals són les que més han patit la davallada publicitària, i el 2010 han facturat 5,5 milions d'euros, el 14,5% del que havien ingressat el 2008.

Per canals d'àmbit espanyol, Telecinco és el que atreu més inversió publicitària el 2010, seguit d'Antena 3 TV i Cuatro. laSexta registra el major creixement percentual, ja que augmenta la inversió un 39,5%. Televisió de

Catalunya es manté un any més com el prestador autonòmic que obté més inversió publicitària, seguit de Canal Sur i de Telemadrid. El 2010, TVC ha facturat 95,6 milions d'euros en publicitat, un 15,9% més que el 2009.

El capítol de l'INFORME dedicat a la ràdio subratlla l'estabilitat en l'oferta d'aquest mitjà, ja que el nombre de freqüències públiques i privades no es veu modificat al llarg de 2010. Com a prestadors públics, hi ha Radio Nacional de España, Catalunya Ràdio, COMRàdio i 259 emissores municipals amb concessió. Com a privats, es compten 177 freqüències d'FM, una menys que el 2009.

Així mateix, en termes de programació, l'oferta de les ràdios generalistes es caracteritza el 2010 per la continuïtat i l'estabilitat programàtica en relació amb la temporada anterior. Es reforça la presència dels programes a internet, tant en accés en directe com sota demanda, i es generalitza el recurs de les xarxes socials (Facebook, Twitter) per participar en els programes, en detriment d'altres vies com el correu electrònic o els xats.

En el consum radiofònic, es consolida l'augment de l'audiència tant de ràdios generalistes, temàtiques com musicals, essent aquesta darrer el tipus de ràdio més escoltat. També aquí les dades varien en funció de la font i de la metodologia (Estudio General de Medios o Baròmetre). Segons aquest darrer, Catalunya Ràdio continua com a cadena més escoltada al Principat, i fins i tot recupera oients respecte del 2009 (510.000 en total). RAC1 té el major creixement d'audiència i desplaça el 2010 la Cadena SER com a segona opció radiofònica (468.000 oients). La Cadena SER baixa a la tercera posició (384.000). Per contra, EGM canvia en rànquing d'audiències. RAC1 passa del tercer lloc el 2009 a ser líder de les generalistes el 2010 (494.000 oients). Catalunya Ràdio, malgrat guanyar oients respecte del 2009, ocupa la segona posició (459.000). La Cadena SER és l'emissora més escoltada el 2009, però la tercera el 2010 (421.000).

Una qüestió d'interès és la preferència del tipus de ràdio (generalista, informativa o musical), en funció de la llengua d'emissió. A partir d'una elaboració de les dades del Baròmetre, es constata que la ràdio generalista en català obté més oients que en castellà. Així, si es compara l'audiència acumulada (oients/dia) de ràdio a Catalunya, s'observa que 1.086.000 prefereix l'oferta d'aquest tipus en català, mentre que 863.000 ho fa en castellà. En canvi, la ràdio musical capgira

els resultats, i 1.879.000 oients opta pel castellà, mentre que 1.047.000 ho fa pel català. En la ràdio informativa hi ha un empat virtual amb un lleuger avantatge pel català (136.000 vs. 122.000).

Així com en televisió, la inversió publicitària a la ràdio obté millors resultats el 2010 que el 2009, tot i que es manté en quarta posició per darrere d'internet. Segons InfoAdex, la ràdio al conjunt de l'Estat ha atret 548,5 milions d'euros en inversió publicitària el 2010, amb un creixement del 2,1% respecte de l'exercici anterior. Les emissores de Catalunya Ràdio han perdut el 2010 un milió d'euros en inversió publicitària respecte del 2009, i amb 8,8 milions ingressen gairebé la meitat que el 2007.

L'INFORME també analitza el sector de les telecomunicacions i internet, en tant que relacionats amb l'audiovisual. Segons dades d'Internet World Stats, internet ha augmentat el nombre d'usuaris a tot al món durant l'any 2010 i, per primera vegada, s'han superat els 2.000 milions. Aquesta xifra representa aproximadament un terç de la població mundial. El març de 2011, gairebé la meitat dels internautes es trobaven a l'Àsia (922 milions) i un 23%, a Europa (476 milions).

A Catalunya, l'ús d'internet també ha augmentat. Així, el percentatge de persones usuàries habituals d'internet al Principat ha crescut durant el període 2009-2010, tant pel que fa a la mitjana general com a les franges d'edat considerades particularment. En aquest sentit, les dades de l'INE constaten els increments en el segment de 35 a 44 anys (+14,5 punts) i de 55 a 64 anys (+13,3 punts). És remarcable també que, per primera vegada, el 2010 els usuaris habituals en les franges de 65 a 74 anys arriben al 20%.

Aquest augment d'usuaris de la xarxa és correlatiu a l'increment dels ingressos publicitaris que genera aquest mitjà. Un dels trets més característics del panorama publicitari en l'última dècada és el creixement sostingut que protagonitza internet envers la resta de mitjans convencionals. L'any 2010, la inversió en publicitat a internet s'incrementa un 20,7% respecte de 2009, segons InfoAdex, i assoleix els 789,5 milions d'euros. Aquest nou creixement no fa més que confirmar l'impuls que, any rere any i malgrat la crisi econòmica, ha tingut

internet. La inversió publicitària a la xarxa en l'última dècada s'ha multiplicat per 15 des del 2001, any en què va generar 51,6 milions d'euros.

Atenent a la tipologia de la publicitat en aquest mitjà, es comprova que més de la meitat, el 52,8%, ha estat destinat a cercadors i enllaços patrocinats; i, per formats de publicitat gràfica, no hi ha variacions substancials si es comparen les dades dels anys anteriors. Un any més, els formats integrats –bàners, botons, gratacels, segells, robapàgines, etc.– es mantenen com a primera opció.

Annex 1

Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010

1. Presentació

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha fet durant l'any 2010 el vuitè *Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2010,*[447] amb l'objectiu d'ajudar a conèixer i d'analitzar les pautes de conducta i les percepcions de les persones usuàries dels mitjans de comunicació audiovisual al nostre país.

Aquest estudi es va començar a realitzar l'any 2001, mitjançant una enquesta telefònica a una mostra de 1.600 persones a partir de 18 anys. Després d'una interrupció l'any 2008, el 2009 es va reprendre amb canvis metodològics significatius: fonamentalment, la substitució de l'enquesta telefònica per una entrevista personal i l'ampliació de la mostra a 2.000 persones, també a partir de 18 anys.[448] L'estudi de 2010 s'ha basat en la mateixa metodologia, cosa que permet comparar els resultats de les respostes a algunes qüestions, especialment pel que fa a les preferències i als hàbits de consum de l'audiència, entre els anys 2009 i 2010.

---

[447] Realització del treball de camp**:** l'enquesta ha estat realitzada per l'Instituto DYM entre els dies 12 d'abril i 9 de maig de 2010.
Àmbit geogràfic: Catalunya.
Recollida d'informació: entrevista domiciliària mitjançant sistema CAPI (*computer assisted personal interview*).
Univers d'anàlisi: població de 18 anys en endavant resident a Catalunya.
Mida de la mostra: 2.000 entrevistes (770 a Barcelona, 410 a Girona, 410 a Lleida i 410 a Tarragona).
Marge d'error**:** el marge d'error pel total de la mostra és de + 2,70%, per un marge de confiança del 95% i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p = q = 50\%$). Per a cadascuna de les demarcacions, l'error en un marge de confiança del 95% i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p = q = 50\%$) és el següent:
Barcelona: + 3,6%, per un marge de confiança del 95%.
Girona: + 4,9%, per un marge de confiança del 95%.
Lleida: + 4,9%, per un marge de confiança del 95%.
Tarragona: + 4,9%, per un marge de confiança del 95%.
Per tal de tabular-ne els resultats, les dades s'han ponderat d'acord amb el pes real de cadascuna de les demarcacions.
Procediment de mostreig**:** estratificat per dimensió de municipi:
*Unitats primàries de mostreig (MUNICIPIS) seleccionades de forma aleatòria i proporcional per a cada demarcació.
*Unitats secundàries (LLARS) seleccionades dins de la secció censal.
*Unitats últimes (INDIVIDUS) segons les quotes creuades de sexe i edat.

[448] Vegeu l'Annex 1, "Estudi d'opinió pública sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya 2009", a l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2009* (Barcelona, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2011).

En aquesta ocasió, a més de consultar les persones enquestades sobre la presència de l'equipament audiovisual amb què compten a la llar, els hàbits de consum pel que fa a continguts obtinguts a través del televisor, la ràdio o l'ordinador i les percepcions que tenen d'aquests continguts, s'hi han introduït elements nous, com ara el tipus de descodificador de TDT utilitzat a la llar o els aparells disponibles per enregistrar programes de televisió, en l'àmbit més tècnic. Pel que fa a continguts, s'han plantejat qüestions com ara els principals problemes que s'observen a la programació televisiva o sobre la distinció entre contingut de programació i espai publicitari a la televisió i a la ràdio.

En l'àmbit del consum audiovisual, s'ha demanat el tipus de programa preferit en televisió i ràdio o l'horari en què els joves de 13 a 17 anys veuen la televisió.

S'ha pretès saber també el parer de les persones enquestades sobre l'existència de normativa, i sobre els organismes de regulació i control dels continguts oferts pels mitjans de comunicació audiovisuals.

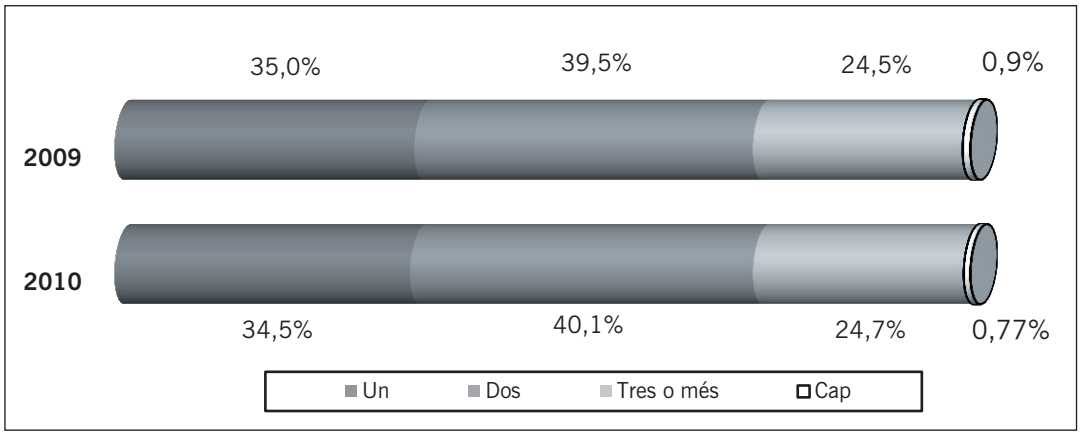
Aquest Annex analitza els resultats obtinguts en l'estudi i destria la informació en els àmbits de la televisió, la ràdio, internet i els òrgans reguladors, i exposa, finalment, unes conclusions.

2. Televisió

2.1 Equipament de la llar

Pràcticament totes les llars catalanes tenen televisor i han fet la transició del sistema analògic al digital. El 99,2% de les persones entrevistades disposa, com a mínim, d'un televisor al seu domicili i el 64,8% diu que disposa de dos o més aparells de televisió (vegeu el gràfic 1).

Gràfic 1. Nombre de televisors per domicili. Període 2009-2010



Font: CAC.

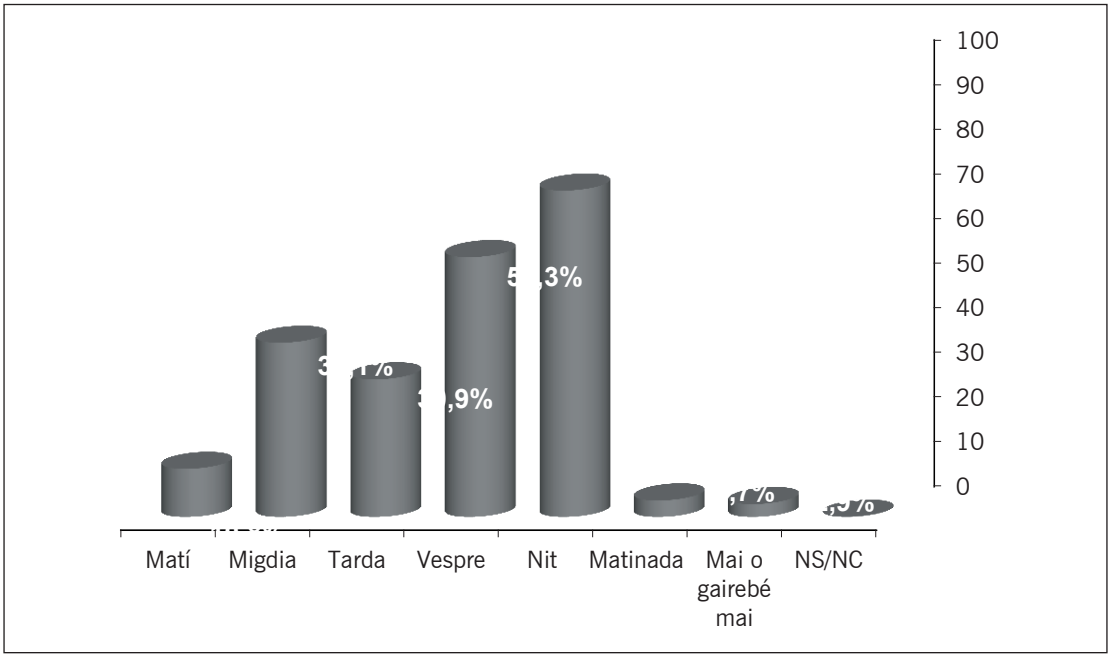
La immensa majoria de persones enquestades té descodificador de TDT (96,4%). Un 49,0% el té integrat al televisor i un 47,4% disposa d'un aparell extern. El 3,4% afirma no tenir descodificador.

L'enregistrament de programes de televisió no sembla que sigui una pràctica habitual. Més de la meitat de les persones enquestades no tenen cap aparell per enregistrar continguts televisius (53,2%). Entre els que diuen que tenen l'hàbit d'enregistrar continguts, l'aparell més comú és el DVD gravador (27,1%).

2.2 Hàbits de consum i preferències

Pel que fa als hàbits de consum televisiu, l'audiència màxima es registra a la nit *entre les 22 h i la 1 de la matinada (73,2%)*, i els vespres entre les 19 i les 22 h (58,3%) (vegeu el gràfic 2).

Gràfic 2. Franja horària amb més audiència televisiva[A]



[A] Matí: de 6 a 12 h / Migdia: de 12 a 16 h / Tarda de 16 a 19 h / Vespre de 19 a 22 h / Nit de 22 a 1 h / Matinada d'1 a 6 h.

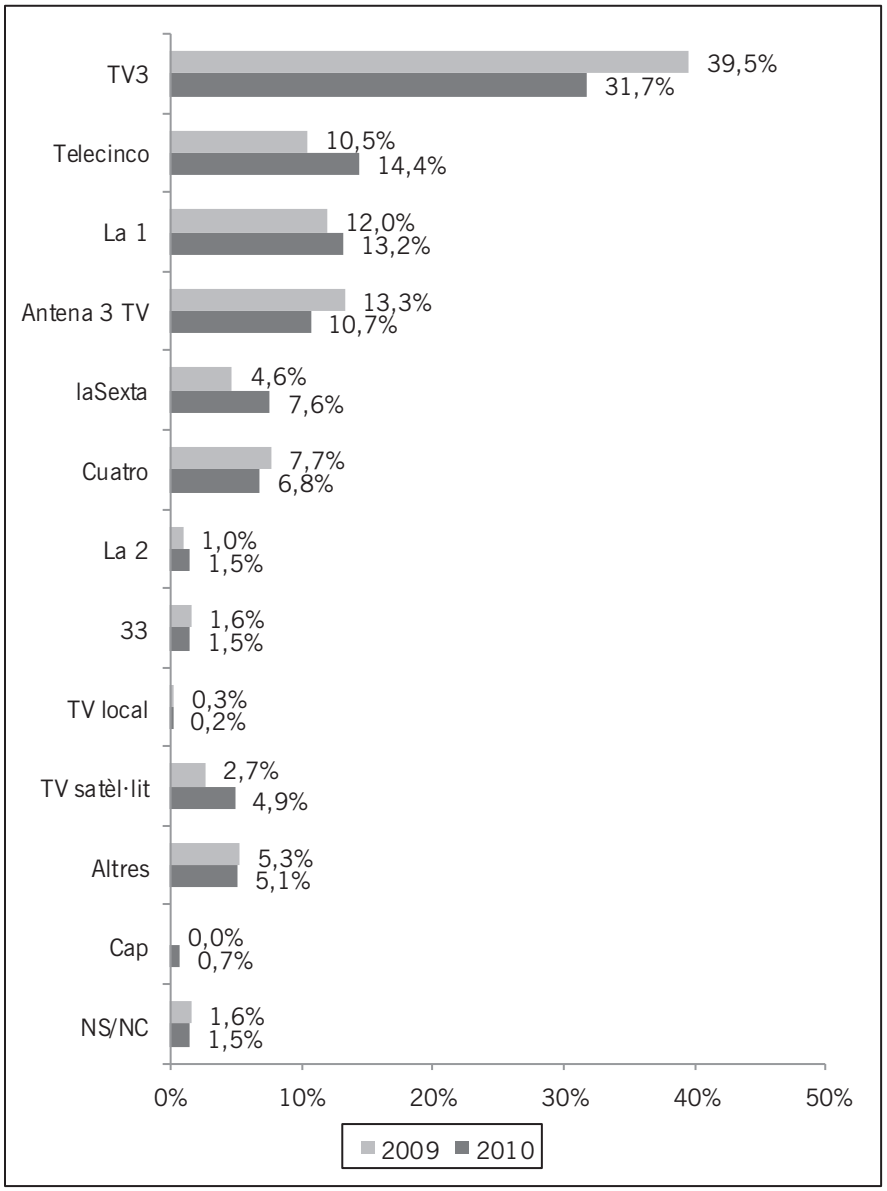
Font: CAC.

Amb tot, les franges horàries de consum televisiu varien en funció de l'edat. Així, per exemple, els majors de 64 anys prefereixen veure la televisió al matí i al vespre.

També canvia si el consum es produeix en dies laborables o festius. La mitjana d'hores de consum d'un dia feiner és de dues o més hores al dia en el 67,6% dels casos, mentre que, en cap de setmana, el percentatge de persones entrevistades que diuen que veuen la televisió més de quatre hores al dia s'incrementa fins al 24,5%.

Quan es demana, entre les persones enquestades, per les seves preferències a l'hora d'escollir entre l'oferta televisiva, *TV3 és el canal de televisió preferit per la majoria (31,7%),* seguit, a força distància, per Telecinco (14,4%), La 1 (13,2%) i Antena 3 TV (10,7%). Aquests percentatges mostren variació respecte dels de 2009. TV3, que tenia el 39,5%, i Antena 3, amb un 13,3%, experimenten una davallada de 7,8 i 2,6 punts percentuals, respectivament. Els canals que augmenten el percentatge són Telecinco, del 10,5% al 14,4%; La 1, del 12,0% al 13,2%, i laSexta, que passa del 4,6% el 2009 al 7,6% de 2010.

Gràfic 3. Canal de televisió preferit



Font: CAC.

Les preferències en relació amb la tria de canal varien en funció del sexe, l'edat, el lloc de naixement i la llengua habitual del públic enquestat. Com a segona opció darrere de TV3, les dones prefereixen Telecinco, mentre que els homes opten en major mesura que les dones per laSexta i Cuatro. Els joves es decanten per Antena 3 TV, laSexta i Cuatro, mentre que, a mesura que s'incrementa l'edat, les persones entrevistades tendeixen a preferir més TV3 i La 1.

Segons el lloc de naixement, també es detecten diferències en les preferències de canals televisius. Els nascuts a Catalunya prefereixen TV3, mentre que els nascuts a d'altres punts de l'Estat espanyol, Telecinco i La 1. Per als

nascuts a l'estranger, els canals preferits són La 1 i Antena 3 TV. En aquest segment també destaca la preferència per canals de la televisió per satèl·lit.

Pel que fa a usos lingüístics, TV3 és preferida pel 69,4% de les persones entrevistades que utilitzen la llengua catalana de forma habitual, i pel 31,8% de les persones entrevistades que utilitzen el català i el castellà indistintament. En canvi, les persones que utilitzen el castellà com a llengua habitual trien canals estatals: La 1, Telecinco i Antena 3 TV; els mateixos que trien les persones que parlen altres llengües, tot i que en aquest segment destaca l'elecció de la televisió per satèl·lit (23,4%) (vegeu taula 1).

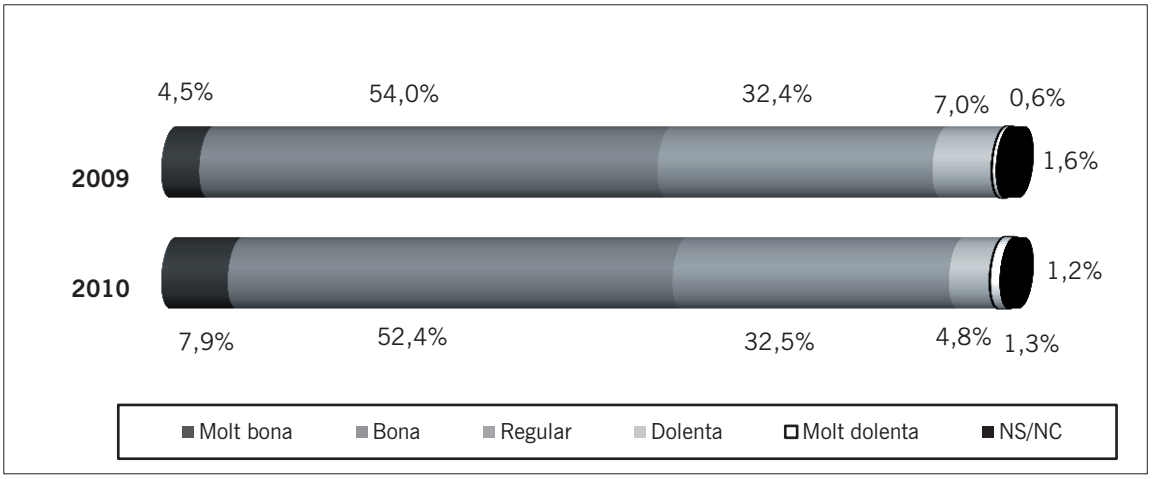
Taula 1. Canal preferit segons lloc de naixement i llengua habitual (en %) (base: miren la televisió)

	Lloc de naixement			Llengua habitual			
	Catalunya	Resta de l'Estat	Estranger	Català	Castellà	Ambdues llengües	Altres llengües
TV3	46,90	13,10	6,30	69,40	7,10	31,80	5,10
Telecinco	12,50	21,50	11,00	7,30	19,50	13,80	16,90
La 1	6,00	24,20	22,30	3,10	20,20	13,10	16,60
Antena 3 TV	8,80	11,00	16,90	3,60	15,20	11,40	15,50
laSexta	7,30	6,70	9,40	3,60	10,50	8,00	7,10
Cuatro	6,00	5,20	11,90	3,40	9,60	4,60	9,10
La 2	1,40	2,90	0,00	0,60	2,40	1,00	0,00
Canal 33	1,80	1,80	0,20	2,60	1,10	0,40	0,00
8tv	0,70	2,20	1,10	1,00	1,50	0,20	0,00
Canal 3/24	0,60	1,00	0,60	0,40	0,80	1,10	0,80
Cap	0,80	0,30	1,30	0,50	0,60	1,80	1,90
Televisió local	0,30	0,00	0,20	0,10	0,30	0,00	0,50
Televisió per satèl·lit	2,80	4,50	12,70	1,10	5,40	6,30	23,40
Altres televisions	2,20	4,10	5,90	1,40	4,60	3,40	2,80
NS/NC	2,10	1,60	0,20	1,80	1,00	3,00	0,30

Font: CAC.

El 30,8% de les persones entrevistades veuen alguna televisió local. Aquesta pràctica és més freqüent entre les persones enquestades de 50 a 64 anys, de la demarcació de Barcelona i que parlen habitualment català o castellà. La majoria (60,3%) dels qui veuen algun canal de televisió local en fan una valoració positiva (vegeu el gràfic 4). Se n'esmenta especialment l'oferta d'informació local (43,1%) i se'n consideren aspectes més negatius la poca varietat (23,2%) i la repetició dels programes (17,9%).

Gràfic 4. Valoració de la televisió local



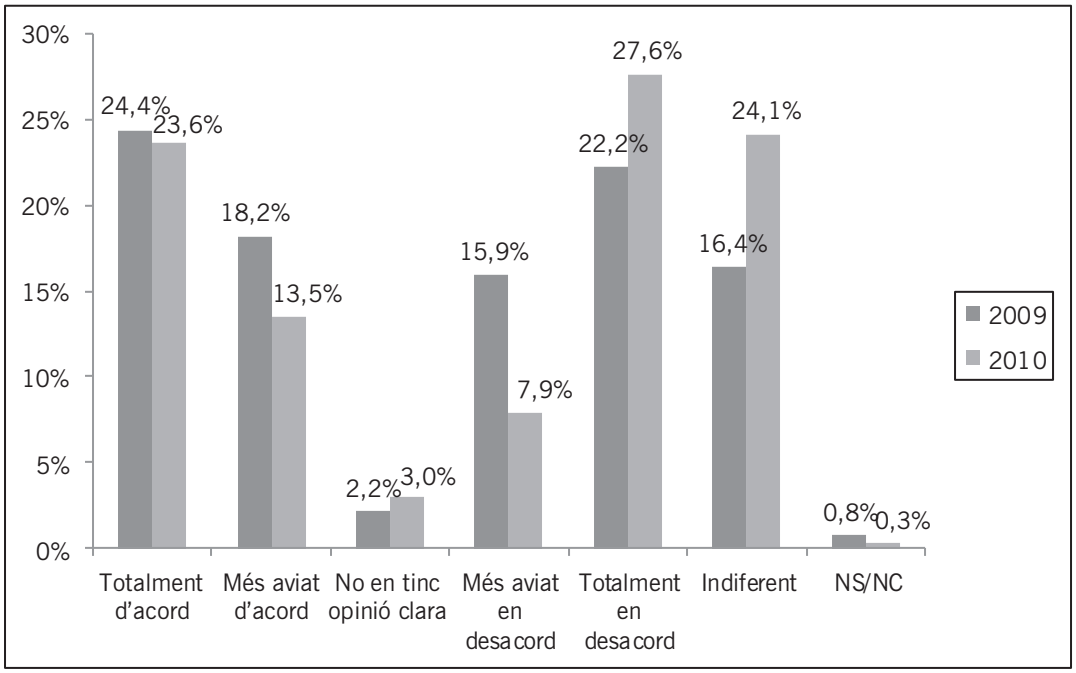
Font: CAC.

Aquest estudi d'opinió s'ha interessat per les noves formes de consum de televisió. Tot i que sis de cada deu persones enquestades disposen de connexió a internet a casa, només un 17,5% diu que ha mirat programes de televisió a través d'aquest suport en el darrer any. Tot i que aquesta pràctica és encara minoritària, experimenta un augment respecte del 2009 (+6,3%), quan les persones enquestades que deien que havien mirat la televisió via internet eren l'11,2%. Entre els que usen internet per visionar programes de televisió, el percentatge més alt es troba entre els homes (20,3%) i els més joves (32,8%). A mesura que augmenta el nivell d'estudis de les persones entrevistades, s'incrementa la proporció dels que han mirat alguna vegada la televisió a través d'internet.

2.3 Publicitat

Sobre la tolerància de l'audiència respecte dels diversos tipus de presència publicitària a les pantalles televisives, un 37,1% de les persones enquestades diu que els molesta que surtin marques o productes a les sèries de televisió, mentre que un 35,5% diu que no els molesta. Un 24,1% s'hi mostra indiferent. Aquesta opinió indiferent augmenta respecte de l'any anterior (el 2009 els indiferents representaven un 16,4% dels enquestats).

Gràfic 5. Molesta la presència de marques o productes a les sèries de televisió. Període 2009-2010



Font: CAC.

El 41,8% està totalment o més aviat d'acord que de vegades no queda clar què és publicitat i què és el contingut del programa. Entre aquests, el segment més destacable és el de majors de 64 anys. Els que prefereixen TV3 també hi estan més d'acord i els que es decanten per Cuatro són els qui s'hi mostren més en desacord.

Quan es demana a les persones enquestades si es fixen en les marques o els patrocinadors que apareixen en pantalla durant les retransmissions esportives, només un 18,8% diu que ho fa habitualment. La variable *sexe* és determinant en aquesta qüestió, atesos els diferents hàbits televisius en relació amb l'esport. Un 26,7% de dones diu que no mira mai o gairebé mai les retransmissions esportives, enfront del 5,2% dels homes (vegeu taula 2).

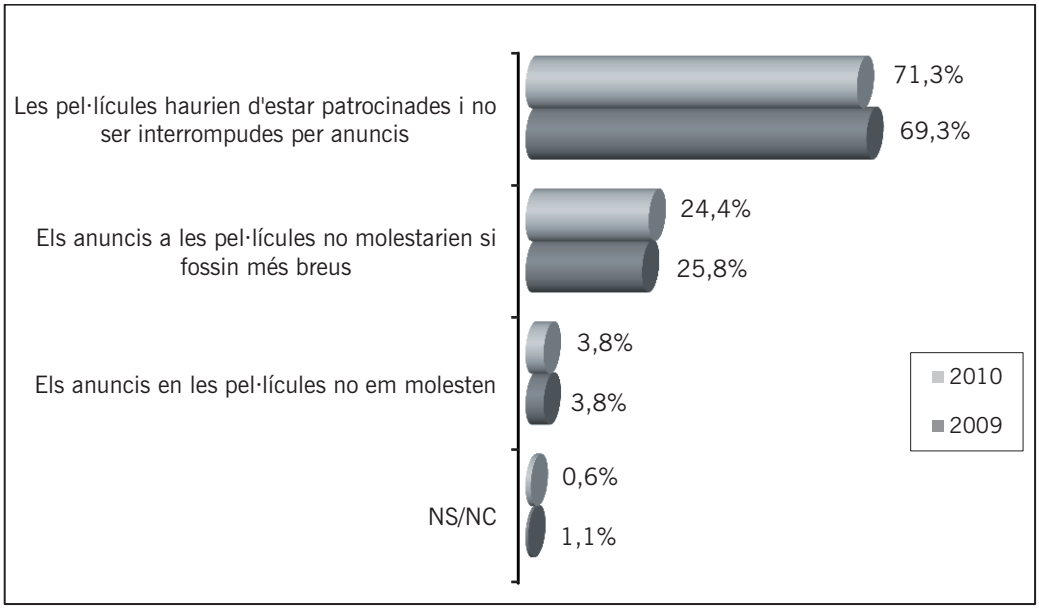
Taula 2. Es fixa en les marques o els patrocinadors durant les retransmissions esportives

	Sexe		Edat			
	Home	Dona	De 18 a 34	De 35 a 49	De 50 a 64	65 i més
Habitualment	22,7	14,9	26,9	17,4	15,6	11,7
Ocasionalment	30,1	20,8	28,2	25,7	27,5	18,6
Mai	42,0	37,1	34,0	42,0	41,4	42,4
No miro mai o gairebé mai les retransmissions esportives	5,2	26,7	10,6	14,7	15,5	27,1
NS/NC	0,	0,5	0,4	0,3	0,0	0,3

Font: CAC.

Respecte de les interrupcions durant les emissions de pel·lícules per inserir-hi anuncis, la majoria opina que haurien de ser patrocinades per tal de no veure's sotmeses a talls publicitaris (69,3%) o es mostraria d'acord amb les interrupcions si fossin més breus (25,8%) (vegeu el gràfic 6). L'opinió que les pel·lícules no s'haurien de veure interrompudes és compartida per tots els grups d'edat.

Gràfic 6. Interrupcions de pel·lícules per publicitat. Període 2009-2010



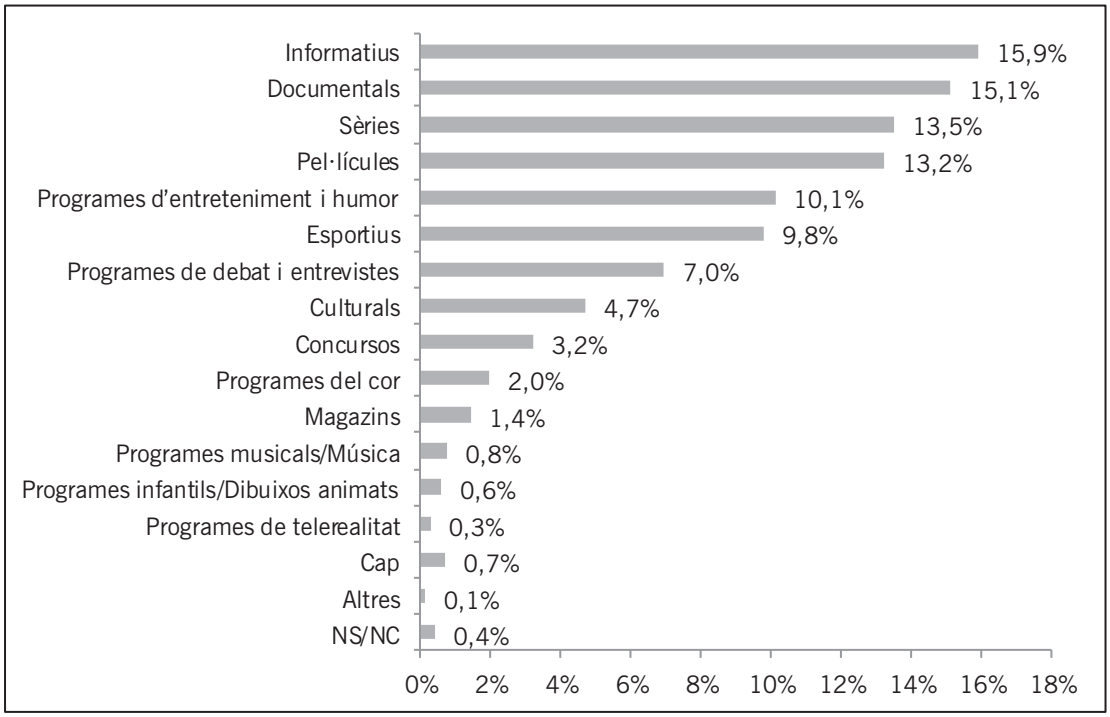
Font: CAC.

2.4. Canals i programes de televisió

Els programes preferits per l'audiència entrevistada són els informatius, els documentals i les sèries (vegeu el gràfic 7). Les preferències varien substancialment en alguns casos segons els segments enquestats. Així, els homes diuen que prefereixen els informatius (18,2% homes i 13,7% dones) i els

programes esportius (18,2% homes i 1,6% dones). Les dones, en canvi, prefereixen les sèries (19,5% dones i 7,3% homes) i les pel·lícules (17,7% dones i 8,6% homes). Els joves, per la seva banda, prefereixen les sèries, els programes d'entreteniment i humor, i els esports.

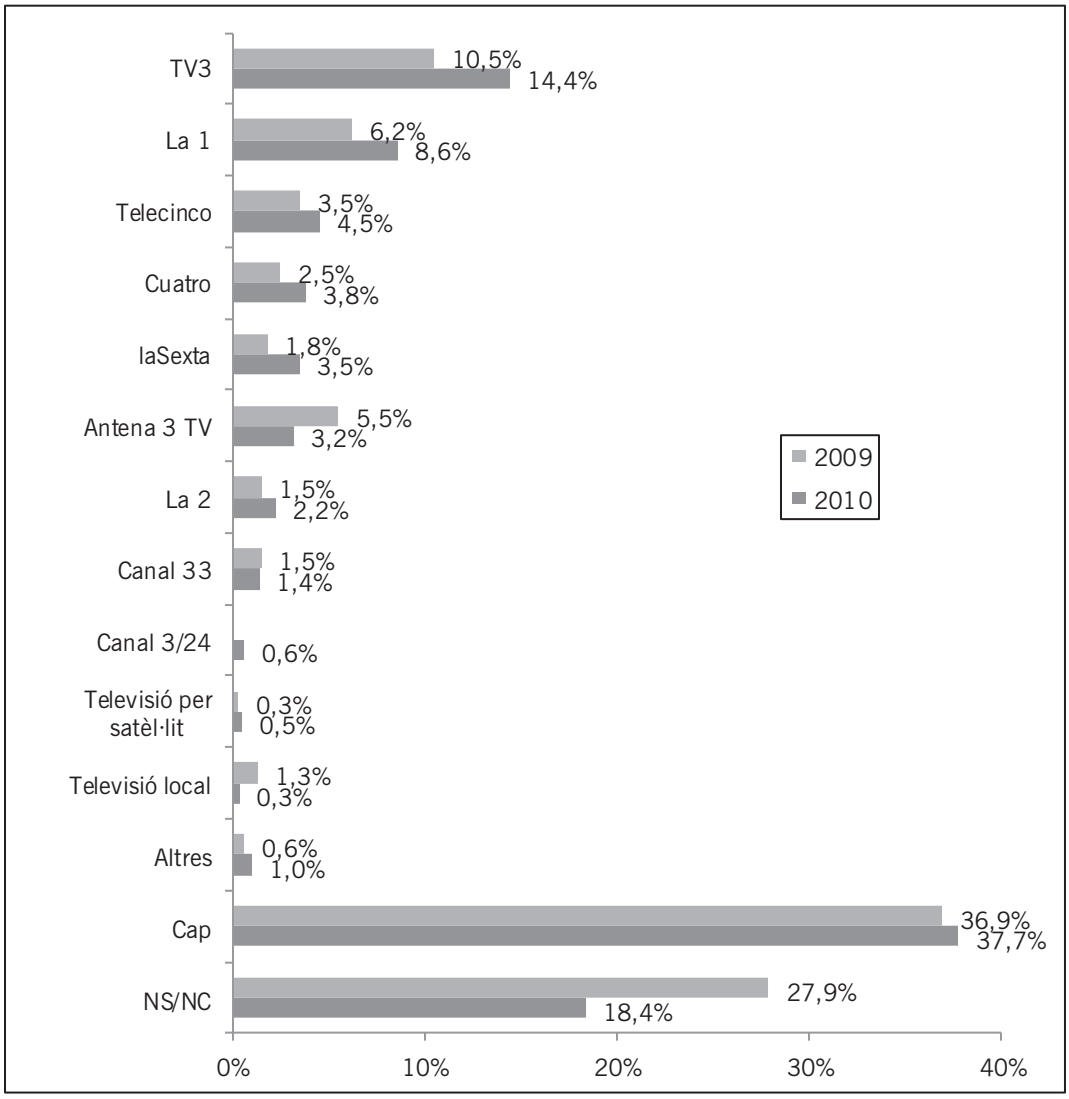
Gràfic 7. Tipus de programes preferits



Font: CAC.

Per tal de conèixer la valoració que les persones enquestades fan de cada canal de televisió, se'ls va demanar la seva consideració sobre aspectes concrets de l'oferta televisiva. Quan es demana pel canal de televisió políticament més imparcial, el 37,7% diu que no ho és cap. TV3 és el considerat més imparcial pel 14,4%, seguit de La 1 (8,6%). Ambdós canals han augmentat el percentatge de percepció d'imparcialitat respecte del 2009 (vegeu el gràfic 8).

Gràfic 8. Canal considerat políticament més imparcial. Període 2009-2010

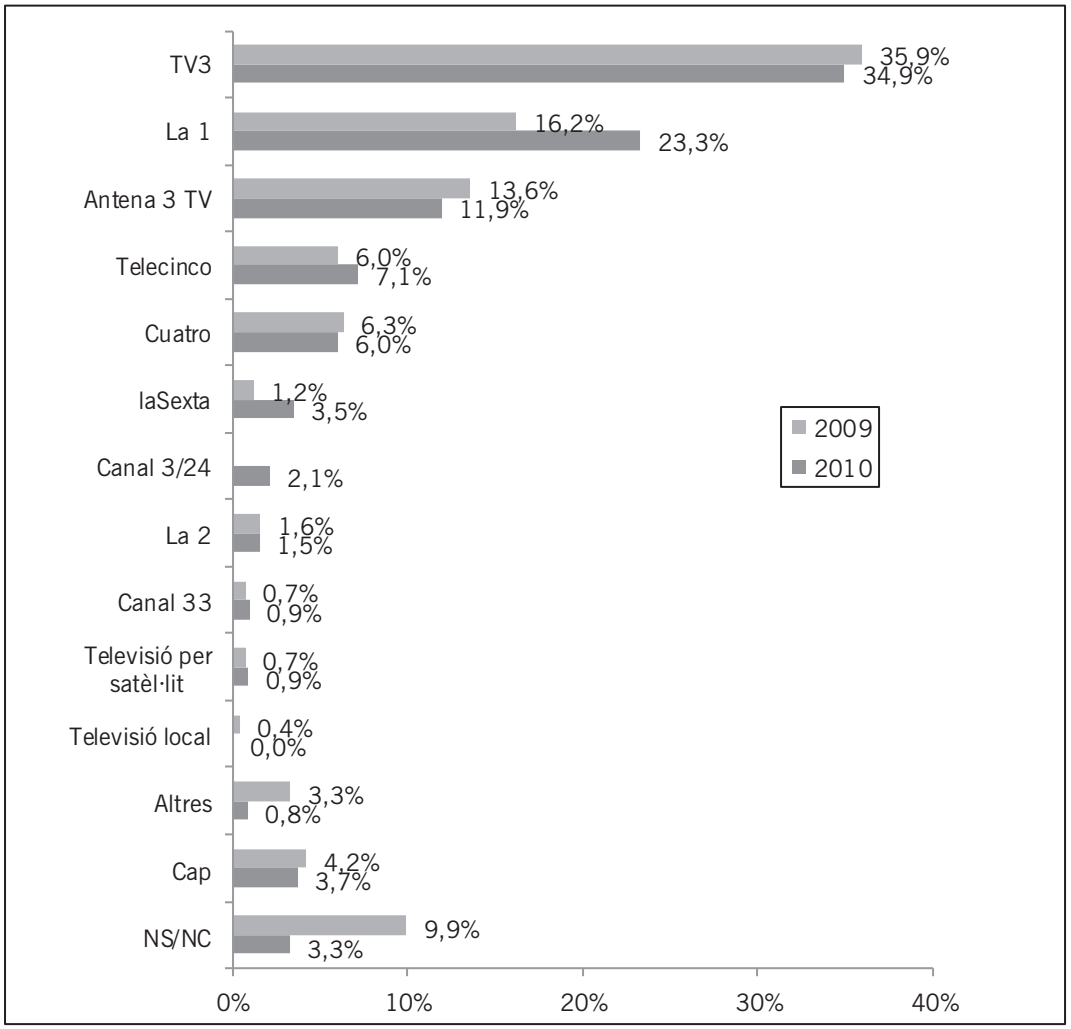


Font: CAC.

TV3 també és el canal que es considera que té més en compte una programació adreçada a tota la família (28,6%). En aquest àmbit, TV3 pateix poca variació respecte del 2009. No en canvi La 1, que experimenta un increment percentual d'11 punts respecte de l'any anterior i se situa en segona posició, amb un 21,5%.

La televisió pública catalana també és considerada la que informa millor (34,9%) (vegeu el gràfic 9). En aquest apartat és destacable la diferència d'opinió entre els nascuts a Catalunya, que consideren que TV3 informa millor en un 50,7%, enfront dels nascuts a altres llocs de l'Estat espanyol i a l'estranger, que elegeixen La 1 en un 42,4% i un 38,8%, respectivament.

Gràfic 9. Canal que informa millor. Període 2009-2010



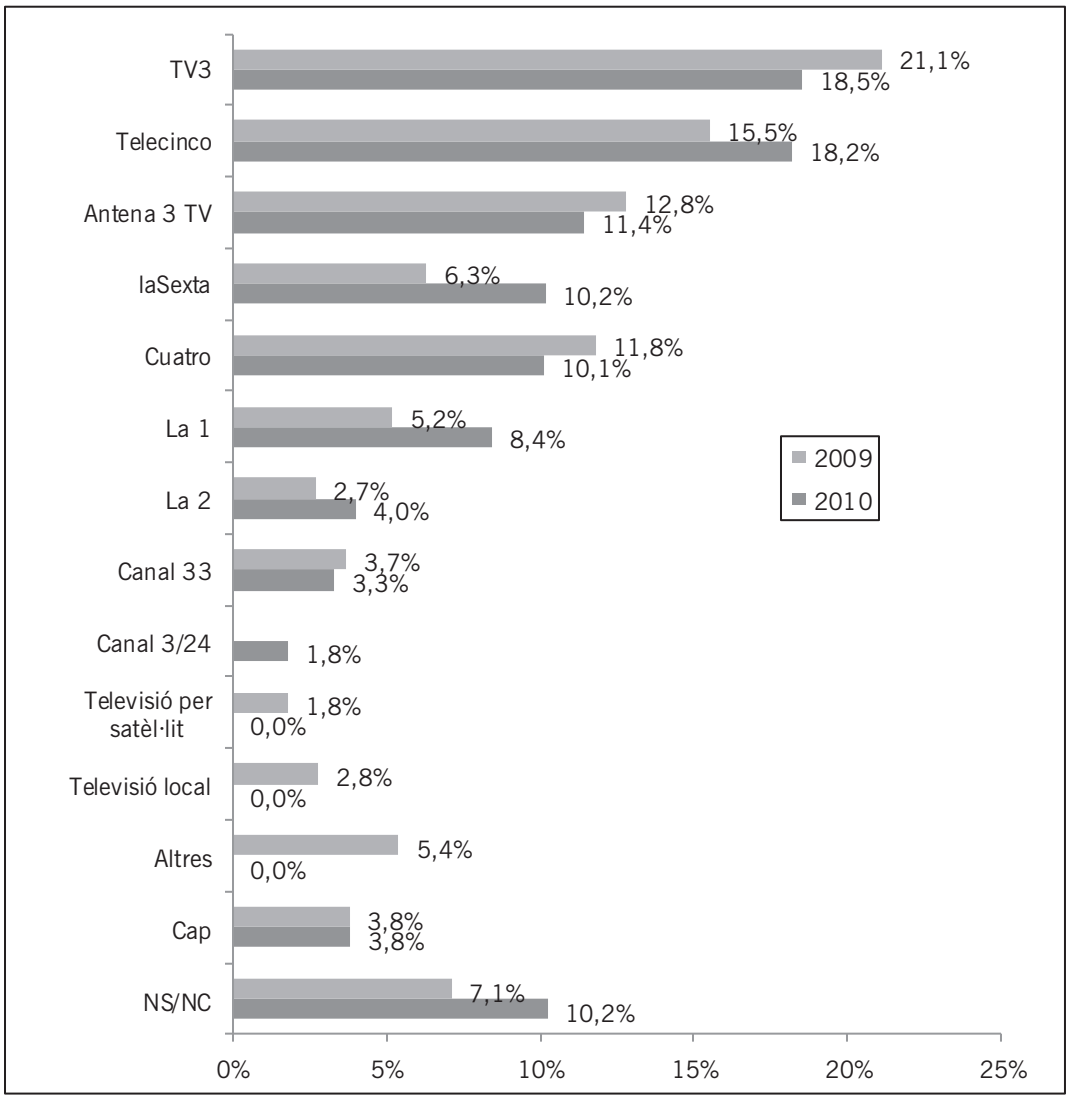
Font: CAC.

Els canals considerats més educatius són TV3 (23,0%), La 2 (22,2%) i La 1 (14,80%). Per segments d'edat, les persones de 50 anys i més consideren que TV3 és el canal més educatiu (26,0% entre 50 i 64 anys, i 32,5% de més de 64 anys), mentre que les persones enquestades d'entre 35 i 49 anys creuen que ho és La 2 en un 27,0%. Pel que fa al factor del lloc de naixement, les persones nascudes a Catalunya pensen que TV3 (33,1%) i el 33 (17,3%) són els canals més educatius, i les persones nascudes a altres punts de l'Estat consideren que ho són La 2 (30,6%) i La 1 (25,1%).

L'elecció del canal a l'hora de buscar entreteniment es reparteix de forma gairebé igual entre TV3 (18,5%) i Telecinco (18,2%) (vegeu el gràfic 10). En el segment dels joves, la preferència es decanta cap a Cuatro (18,5%), laSexta (16,9%) i Antena 3 TV (16,7%). Els percentatges d'homes (17,2%) i de dones

(19,8%) que elegeixen TV3 per a l'entreteniment són similars. En canvi, les dones prefereixen clarament Telecinco (26,4%), mentre que els homes trien preferentment laSexta (15,9%) i Cuatro (11,2%).

Gràfic 10. Canal preferit per a l'entreteniment. Període 2009-2010



Font: CAC.

El canal considerat amb una millor oferta de programació esportiva és laSexta (20,9%). El percentatge arriba al 27,1% entre les persones enquestades més joves (de 18 a 34 anys). TV3 es converteix en la primera opció entre les persones enquestades nascudes a Catalunya (26,9%).

Quan es pregunta quin canal es considera que tracta de manera més adequada la diversitat cultural, un 24,7% pensa en TV3. La segueixen La 2 (20,2%), que incrementa el percentatge entre les persones nascudes a la resta de

l'Estat (31,7%), i La 1 (12,9%), que és l'elegida en aquest àmbit per les persones nascudes a l'estranger (25,4%).

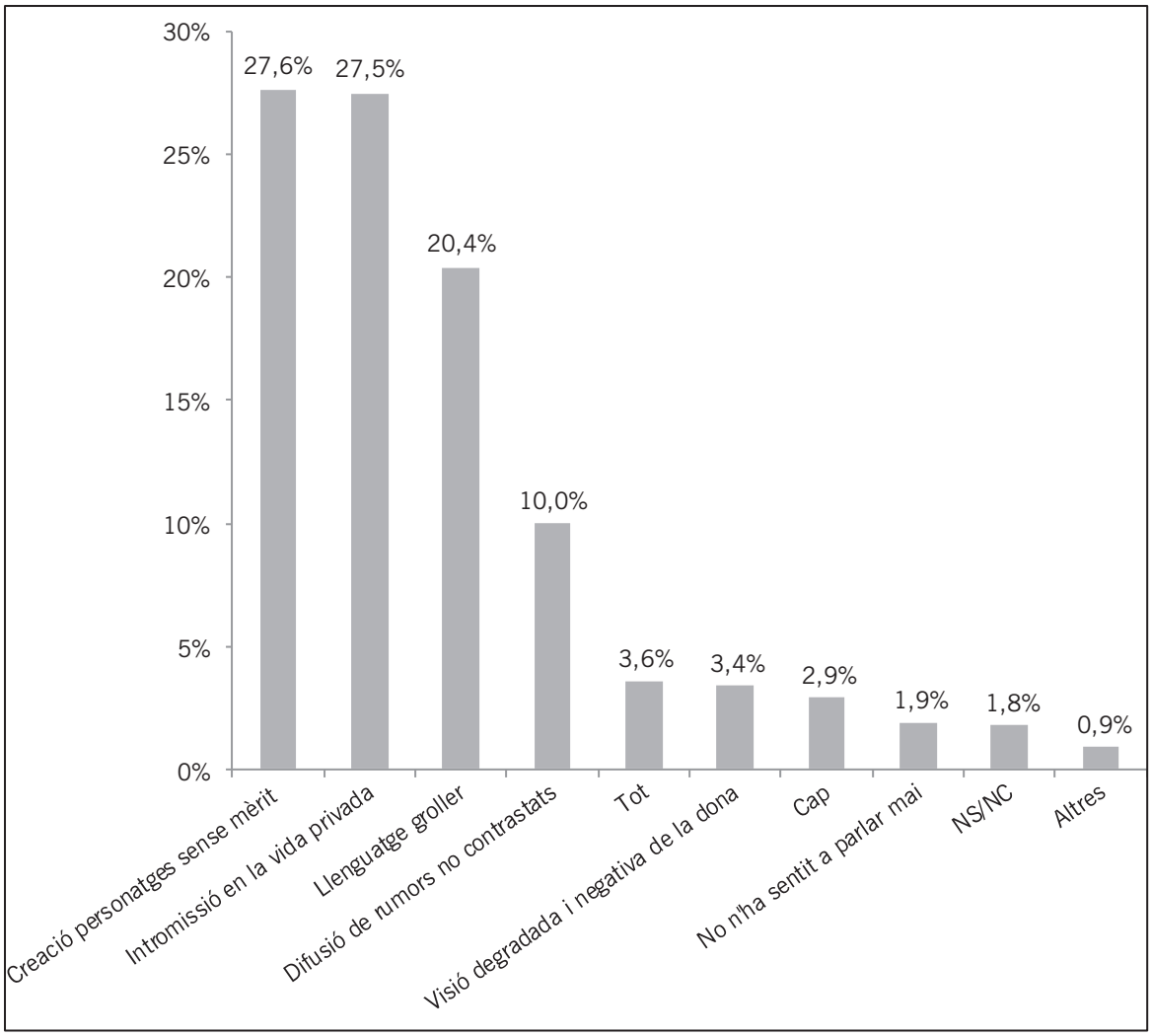
La televisió pública catalana se situa, a força distància de la resta, en el primer lloc com a canal que ofereix una millor programació en el seu conjunt (32,4%). Amb tot, aquest percentatge és una mica menor respecte de l'any 2009 (34,9%). Els nascuts a la resta de l'Estat i a l'estranger trien preferentment La 1 (32,1% i 25,3%, respectivament).

En resum, TV3 és elegida com la millor opció en gairebé tots els aspectes plantejats en aquest estudi d'opinió i a una distància important, en molts casos, de la segona elecció. Només és superada per laSexta en la valoració de la seva oferta esportiva.

2.5 Teleporqueria

Aquest estudi d'opinió ha pretès desglossar els aspectes que ajuden a definir la teleporqueria i a valorar el grau de molèstia que provoca en les persones teleespectadores enquestades. Els aspectes de la teleporqueria que molesten més són la creació de personatges sense cap mèrit professional o artístic (27,6%) i la intromissió en la vida privada de les persones (27,5%) (vegeu el gràfic 11).

Gràfic 11. Aspectes que molesten de la teleporqueria

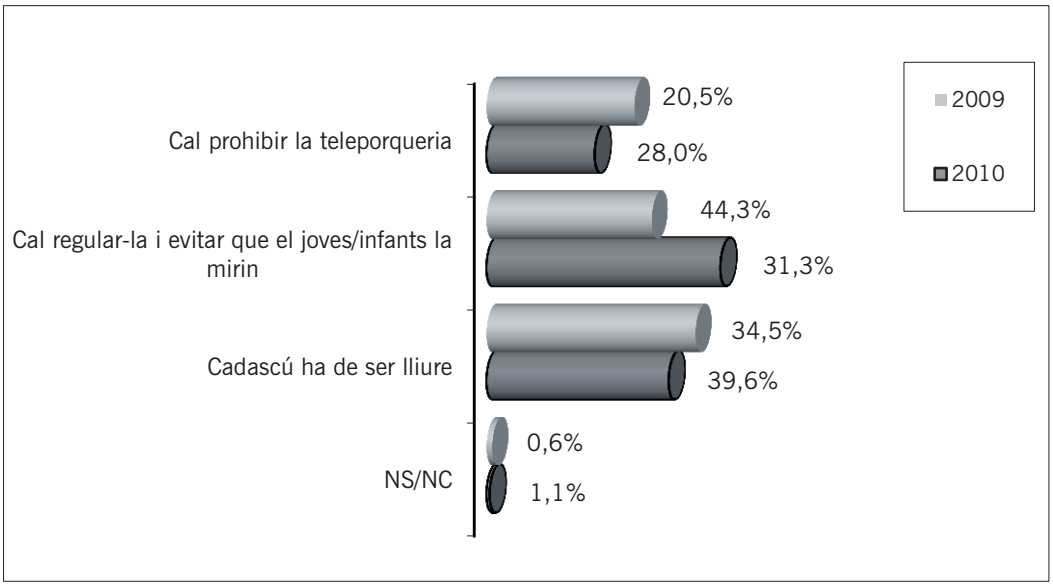


Font: CAC.

A les dones els molesta més l'ús del llenguatge groller (24,4% de dones i 16,2% d'homes) i la difusió d'una imatge negativa de la dona (4,7 i 2,1%, respectivament) i als homes els importuna més la creació de personatges sense cap mèrit professional ni artístic (31,9% dels homes i 23,5% de les dones). En aquesta enquesta, en l'àmbit de la valoració de la teleporqueria, a més de tenir en consideració aspectes com el sexe o la llengua habitual, s'ha considerat la cadena preferida de la persona enquestada. A les persones teleespectadores de Cuatro i de laSexta els molesta especialment la creació de personatges famosos sense cap mèrit professional (34,2% i 36,5%, respectivament), mentre que les que prefereixen Telecinco diuen en una proporció més alta (9,3%) que no hi ha cap aspecte de l'oferta televisiva que els molesti.

El 75,5% de les persones enquestades creu que ha augmentat el nombre de programes de teleporqueria en el darrer any. La major part també considera que caldria regular (44,3%) o prohibir (20,5%) la teleporqueria. Aquesta darrera opinió augmenta entre les persones enquestades d'entre 50 i 64 anys (24,4%). Respecte del 2009, han augmentat els que creuen que caldria regular-la i evitar que els joves o els infants la mirin, més que no pas els que consideren que caldria prohibir-la.

Gràfic 12. Prohibició o regulació de la teleporqueria



Font: CAC.

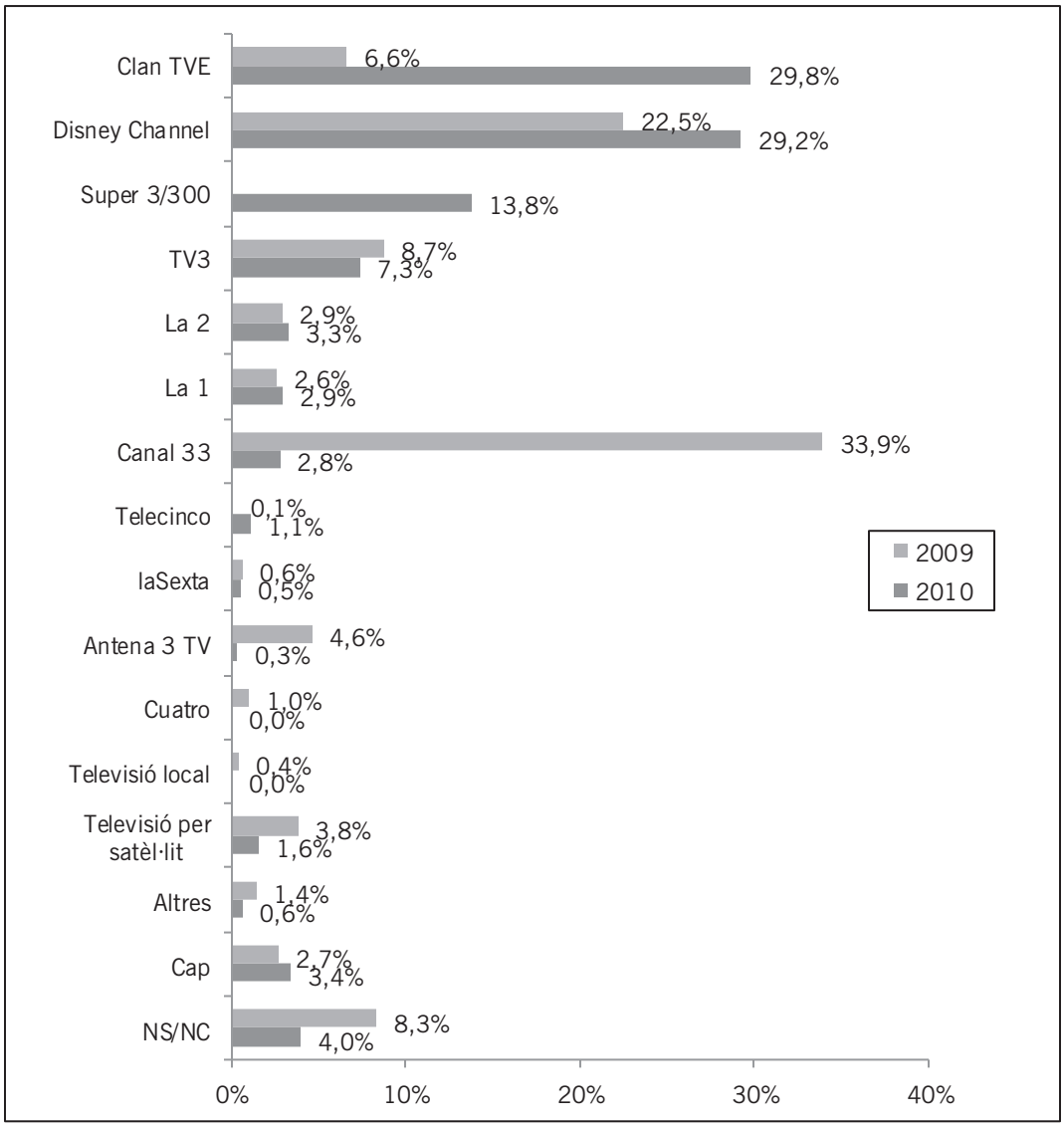
Un 44,9% de les persones entrevistades se senten ofeses per l'emissió d'algun programa en concret i, en general, es refereixen als programes del cor i rosa, i als concursos de telerealitat.

2.6 Programació infantil

Els canals de televisió més ben valorats per la seva oferta de programació infantil[449] són Clan TVE (29,8%) i Disney Channel (29,2%). En aquest àmbit, el canal 33 experimenta una davallada important respecte del 2009. Cal tenir en compte, però, que la programació infantil d'aquest canal s'ha traslladat al Super 3/300, que el 2010 se situa en la tercera posició.

[449] En aquest apartat només s'ha enquestat les persones de la mostra que diuen que tenen fills menors de 13 anys, en un segment, i les que en tenen de 13 a 17 anys, en un altre.

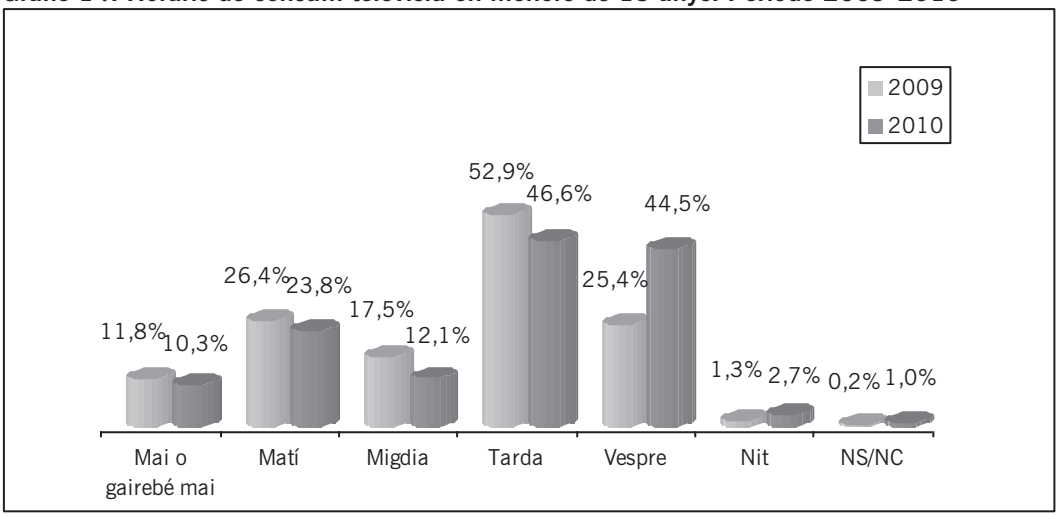
Gràfic 13. Canal amb millor programació infantil. Període 2009-2010



Font: CAC.

Segons les persones enquestades, els horaris habituals de consum televisiu dels menors de 13 anys són a la tarda, entre les 16 i les 19 h (46,6%), i al vespre, entre les 19 i les 22 h (44,5%), tot i que hi ha nens i nenes que miren la televisió entre les 6 i les 12 h del matí (23,8%).

Gràfic 14. Horaris de consum televisiu en menors de 13 anys. Període 2009-2010



Matí: de 6 a 12 h / Migdia: de 12 a 16 h / Tarda de 16 a 19 h / Vespre de 19 a 22 h / Nit de 22 a 1 h / Matinada d'1 a 6 h
Font: CAC.

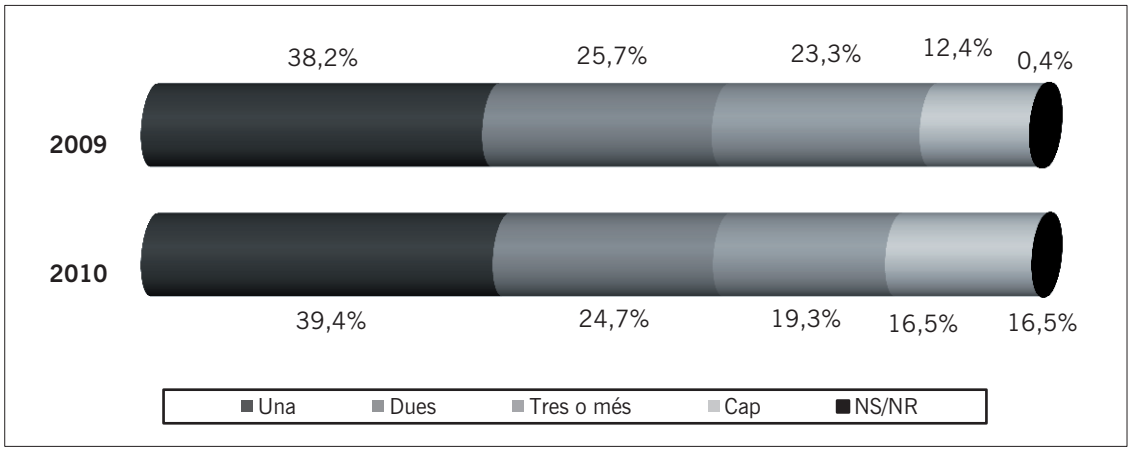
El segment de menors que va dels 13 als 17 anys veu la televisió de forma majoritària al vespre, entre les 19 i les 22 h (60,5%). El 64,4% afirmen que els seus fills acostumen a veure la televisió acompanyats d'un adult (davant d'un 74,9% l'any 2009) i ho fan generalment al menjador o a la sala d'estar (88,4% el 2010, i 89,3% el 2009).

3. Ràdio

3.1 Equipament a la llar

El 83,4% de les persones enquestades disposa, com a mínim, d'un aparell de ràdio a la seva llar, i el 44,0% diu que en té dos o més. Aquests percentatges són pràcticament idèntics als de l'any 2009 (vegeu el gràfic 15).

Gràfic 15. Nombre de ràdios al domicili. Període 2009-2010

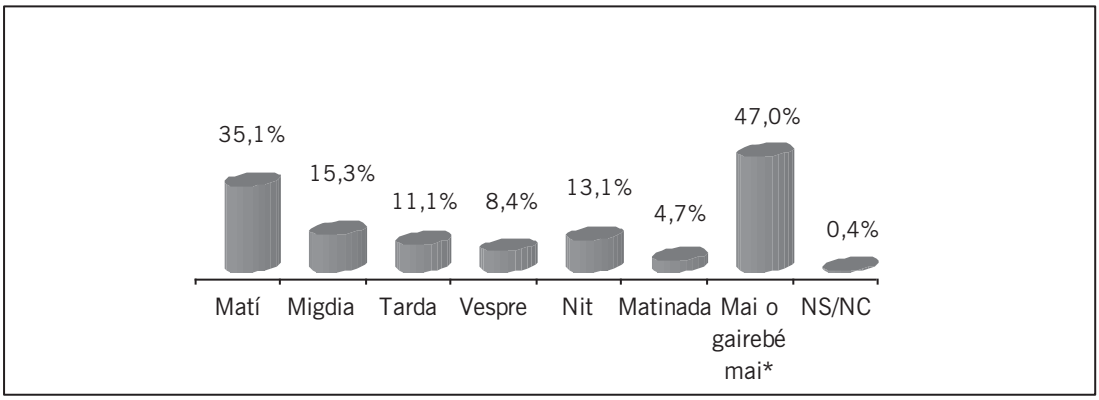


Font: CAC.

3.2 Hàbits de consum i preferències

El matí, de 6 a 12 h, és la franja horària preferida a l'hora d'escoltar la ràdio (35,1%). Hi ha un nombre superior de persones, però, que diu que no escolta mai o gairebé mai la ràdio (47,0%).

Gràfic 16. Franja horària preferida per escoltar la ràdio



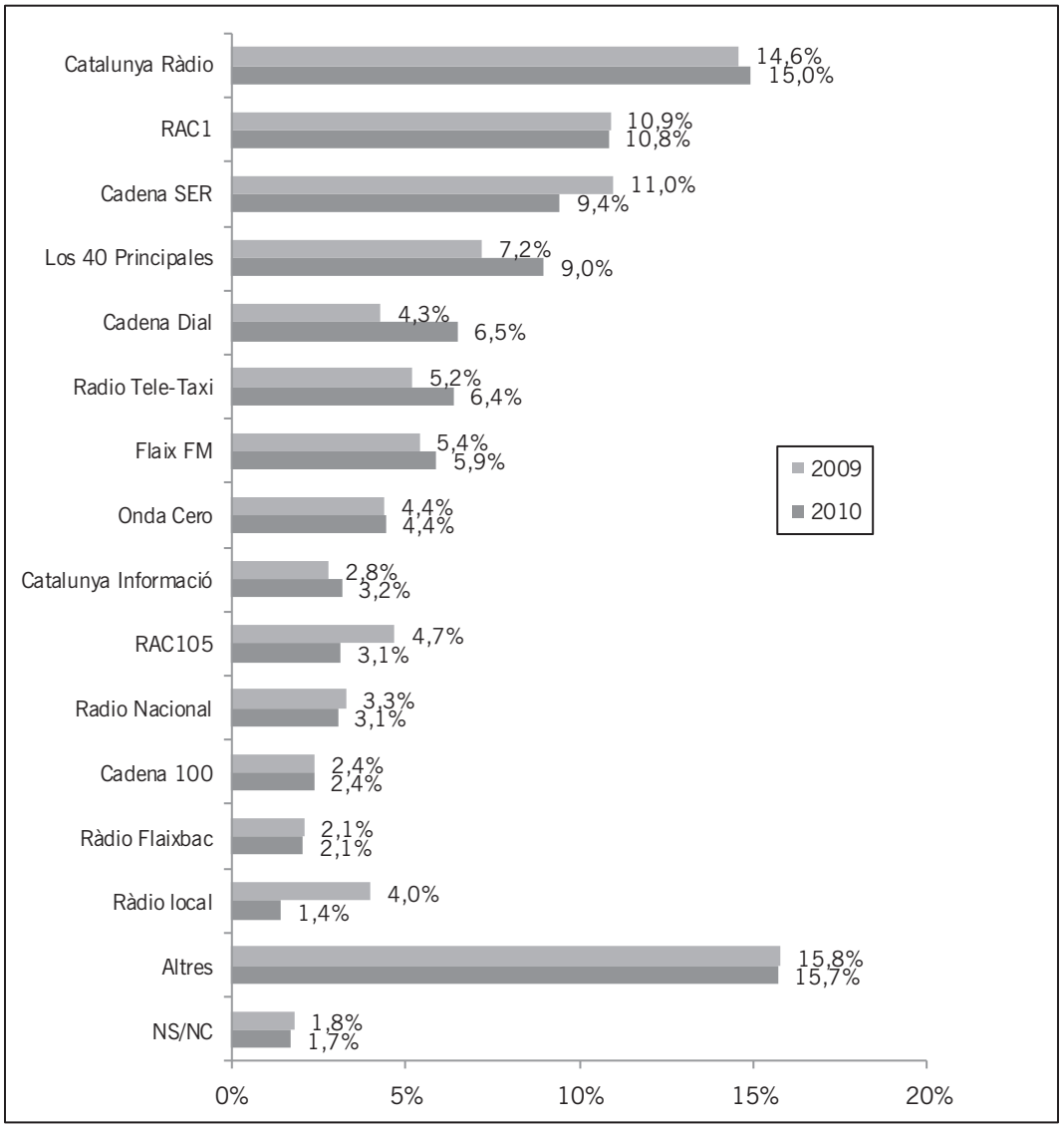
Matí: de 6 a 12 h / Migdia: de 12 a 16 h / Tarda de 16 a 19 h / Vespre de 19 a 22 h / Nit de 22 a 1 h / Matinada d'1 a 6 h
Font: CAC.

La preferència per escoltar la ràdio al matí és comuna a tots els segments d'edat. Hi ha un percentatge important de joves (50,4%) i de majors de 65 anys (50,9%) que diuen que no escolten mai o gairebé mai la ràdio.

Un terç de les persones enquestades que escolten la ràdio hi dediquen una mitjana d'entre 1 i 2 hores diàries (33,1%). El consum de ràdio en dies festius o en caps de setmana, contràriament al que succeeix amb la televisió, disminueix. Els que diuen que escolten la ràdio entre 1 i 2 hores passen a ser el 24,1%. Quan es pregunta sobre el nombre d'hores de mitjana que es dediquen a escoltar la ràdio, no hi ha diferències significatives pel que fa al sexe i a l'edat dels oients. Amb tot, les persones de més edat hi dediquen més temps.

Pel que fa a les preferències a l'hora d'escollir una cadena de ràdio, Catalunya Ràdio és la més anomenada entre les persones enquestades (15,0%), seguida de RAC1 (10,8%) i la Cadena Ser (9,4%). Globalment, RAC1 avança en el rànquing de ràdio preferida i passa al segon lloc, ocupat per la Cadena SER l'any anterior.

Gràfic 17. Cadena de ràdio preferida. Període 2009-2010



Font: CAC

Existeixen diferències entre les persones consumidores habituals de ràdio a l'hora d'escollir la seva emissora preferida en funció del sexe, l'edat, el lloc de naixement i la llengua habitual de les persones enquestades. Les dones, després de Catalunya Ràdio (15,3%), prefereixen Los 40 Principales (11,2%), Cadena Dial (9,2%) i Ràdio Tele Taxi (9,25). Els homes es decanten en un 15,5% per RAC1. La franja més jove, entre els 18 i els 34 anys, tria les cadenes musicals com Los 40 Principales (16,4%) i Flaix FM (13,1%). A mesura que augmenta l'edat de les persones entrevistades, augmenta la preferència per la ràdio pública catalana (el 22,0% dels majors de 49 anys i el 25,4% dels més grans de 64 anys). Catalunya Ràdio (32,2%) i RAC1 (21,5%) són preferides per les persones nascudes a

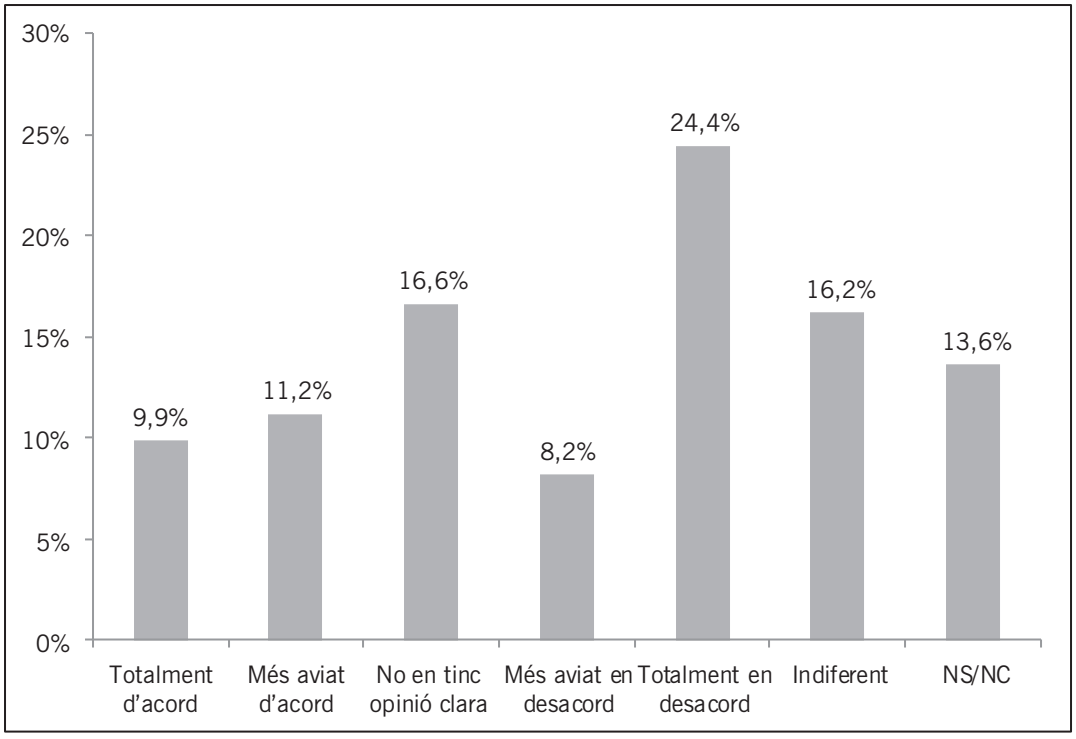
Catalunya, mentre que Ràdio Tele Taxi (16,9%), la Cadena SER (12,6%) i Onda Cero (10,9%) són preferides pels nascuts a la resta de l'Estat.

Pel que fa al consum de ràdio a través d'internet, igual que en el cas de la televisió, són molt poques les persones que afirmen que l'han escoltat per aquesta via en el darrer any (19,0%). Aquest percentatge ha augmentat lleugerament respecte del 2009 (14,7%). Entre les persones amb estudis universitaris, el percentatge arriba al 35,8%. A diferència de la televisió, però, la majoria dels que escolten la ràdio a través d'internet ho fan en directe (82,4%).

3.3 Publicitat

La confusió que les persones enquestades diuen que es pot donar en ocasions entre què és publicitat i què és contingut del programa és menor a la ràdio que a la televisió. En el cas de la ràdio, el 21,1% considera que de vegades no queda clara aquesta distinció, mentre que, en el cas de la televisió, aquest percentatge és del 41,8%. Els majors de 64 anys no tenen una opinió clara sobre aquest tema (20,3%) i els és indiferent en un 20,5% dels casos.

Gràfic 18. No queda clara la distinció entre continguts i publicitat a la ràdio

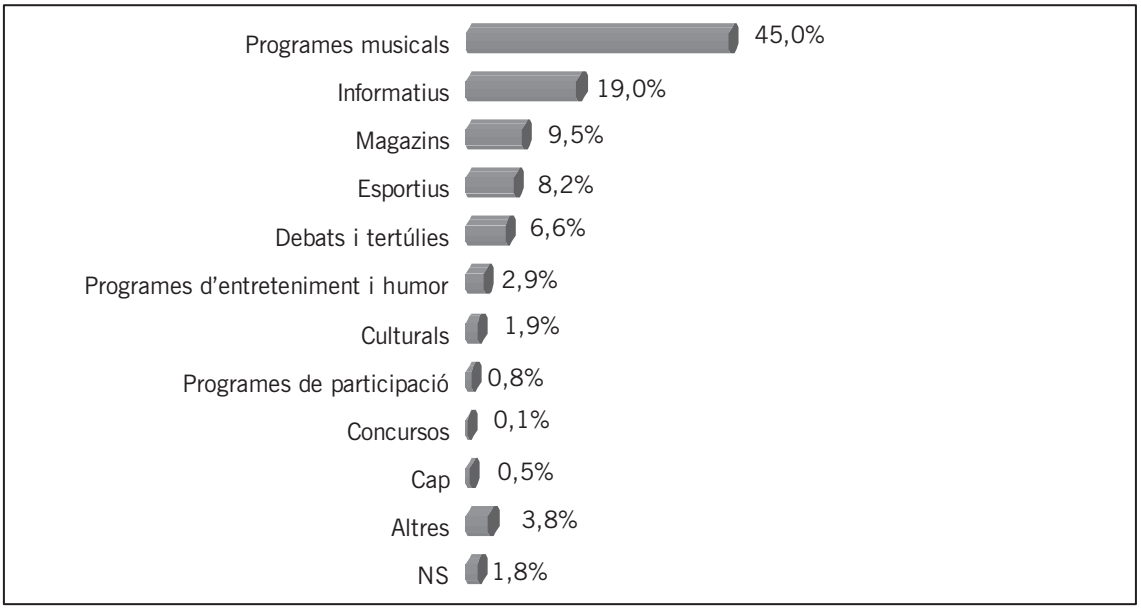


Font: CAC.

3.4 Cadenes i programes de ràdio

Els programes preferits pel 45,0% de les persones enquestades que escolten la ràdio són els musicals. Aquesta xifra augmenta entre el segment de les persones entrevistades més joves i arriba al 66,1%. Els segueixen, a molta distància, els programes informatius (19,0%), que, en el cas de les persones joves, ja se situen en quarta posició (5,9%). Els homes es decanten més pels informatius (21,6%) i els programes esportius (14,7%), mentre que les dones prefereixen clarament els programes musicals (53,2%).

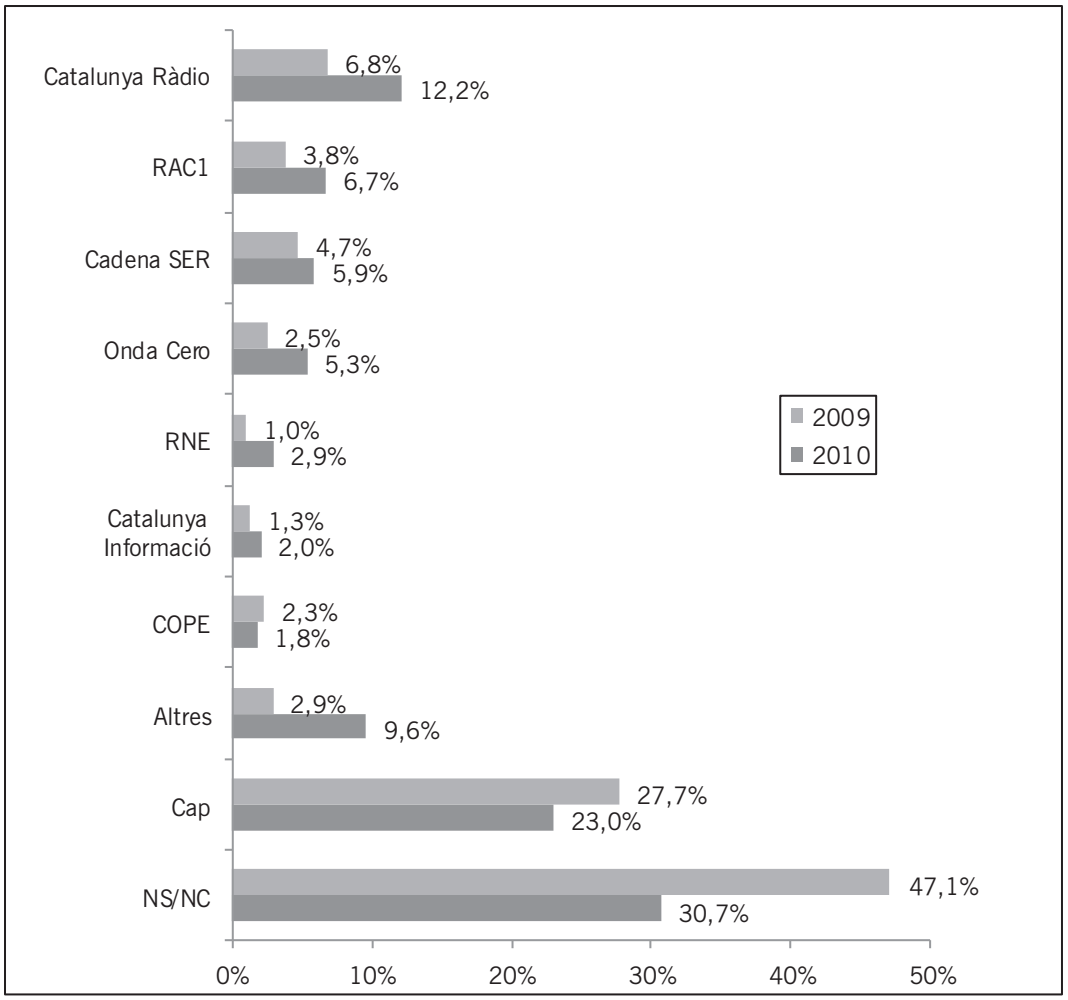
Gràfic 19. Tipus de programes de ràdio preferits



Font: CAC.

L'emissora que es considera políticament més imparcial és Catalunya Ràdio (12,2%), que gairebé dobla el percentatge d'aquesta valoració respecte de l'any 2009 (6,8%). Amb tot, un 23,0% de les persones entrevistades considera que no hi ha cap ràdio políticament imparcial, i un 30,7% no es manifesta en relació amb aquesta qüestió. La majoria de les persones enquestades nascudes a altres punts de l'Estat consideren Onda Cero (10,6%) i la Cadena SER (10,2%) les emissores més políticament imparcials.

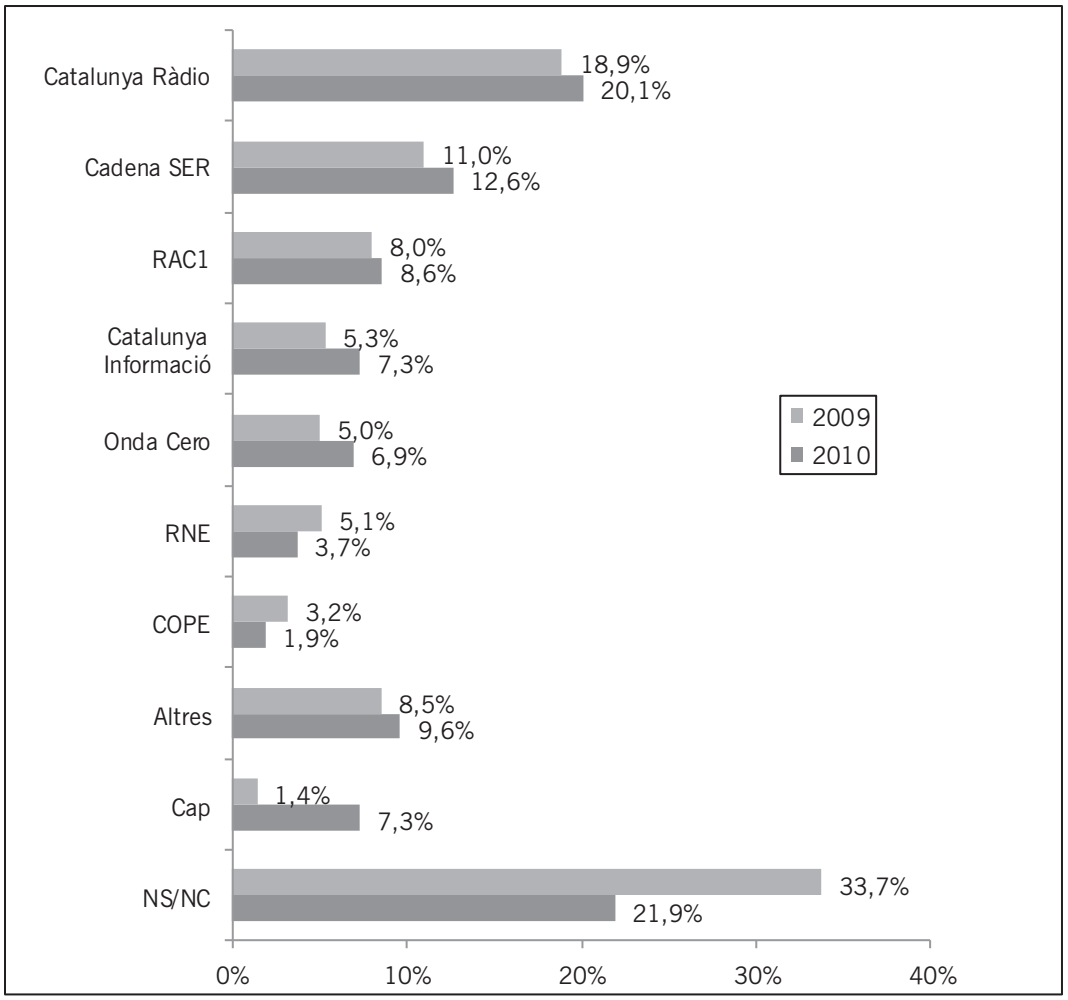
Gràfic 20. Cadena de ràdio políticament més imparcial



Font: CAC.

Catalunya Ràdio també és considerada la que informa millor (20,1%). En aquest apartat és destacable la diferència entre les persones enquestades nascudes a Catalunya que consideren que Catalunya Ràdio informa millor en un 27,6%, així com RAC1 en un 12,1% i Catalunya Informació en un 9,5%, enfront de les nascudes a altres llocs de l'Estat espanyol, que opinen que la Cadena SER informa millor en un 18,3%. Pràcticament la mateixa proporció d'homes i de dones destaquen Catalunya Ràdio i la Cadena SER en aquest terreny. Atenent al factor de l'edat, les persones enquestades de 50 anys i més (26,3%) i de més de 64 anys (27,3%) consideren Catalunya Ràdio l'emissora que informa millor, mentre que entre les persones enquestades de 35 a 49 anys s'esmenten de forma força igualada la Cadena SER (16, 4%), Catalunya Ràdio (15,3%) i RAC1 (11,5%).

Gràfic 21. Emissora de ràdio que informa millor

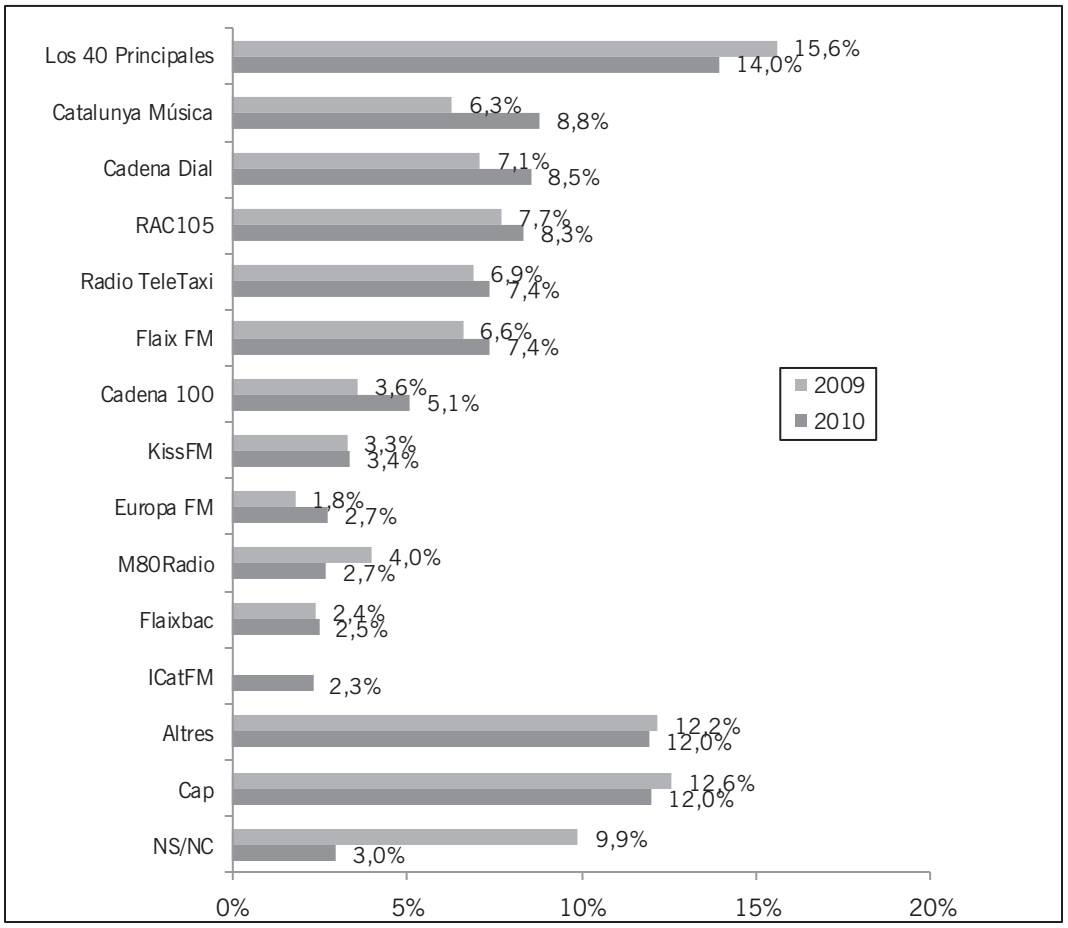


Font: CAC.

Catalunya Ràdio (12,5%) i la Cadena SER (12,2%) són considerades les ràdios amb una millor programació d'esports, i totes dues mantenen uns percentatges en aquest terreny similars al 2009. RAC1 es manté en una tercera posició (9,7%), tot i que la seva valoració com a emissora amb una millor programació esportiva puja gairebé quatre punts percentuals respecte del 2009. Aquesta emissora és també la preferida pel segment més jove (12,6%). Pel que fa a la variable *sexe*, cal tenir en compte que el 58,6% de les dones enquestades no ha contestat aquesta pregunta i que un 12,2% ha respost "cap". Les persones nascudes fora de Catalunya opten majoritàriament per la Cadena SER a l'hora de triar programació d'esports (15,5% nascudes a la resta de l'Estat i 9,2% a l'estranger).

Quan es demana per l'emissora preferida per escoltar música, el 14,0% diu Los 40 Principales. El segment més jove de les persones entrevistades (21,8%) opta majoritàriament per aquesta mateixa emissora, mentre que entre els majors de 64 anys, la cadena elegida en més casos és Catalunya Música (25,9%). Les persones nascudes a Catalunya escolten majoritàriament Los 40 Principales (13,5%), Catalunya Música (12,2%) i RAC105 (10,8%), mentre que les nascudes a la resta de l'Estat escolten Ràdio Tele Taxi (19,3%), i les persones estrangeres, Los 40 Principales (25,2%).

Gràfic 22. Emissora musical preferida



Font: CAC.

Per al 18,1% de les persones entrevistades, Catalunya Ràdio és l'emissora que tracta la diversitat cultural d'una manera més adequada. Aquesta xifra varia en les persones enquestades nascudes a la resta de l'Estat espanyol, que valoren més positivament aquest aspecte en la Cadena SER (12,9%), Onda Cero (12,5%) i Ràdio Tele Taxi (11,1%). Entre les persones entrevistades nascuts a l'estranger,

Catalunya Ràdio també és l'emissora més valorada pel seu tractament de la diversitat cultural (10,2%).

Catalunya Ràdio és considerada l'emissora amb la millor programació en conjunt per un 17,7% de les persones enquestades. En aquest àmbit, els homes esmenten com a segona opció RAC1 en un 15,1% dels casos (per un 18,1% Catalunya Ràdio), mentre que les dones prefereixen Cadena Dial (9,2%) (17,3% Catalunya Ràdio). Entre els joves de 18 a 34 anys, la cadena elegida majoritàriament amb la millor programació és Los 40 Principales (12,3%).

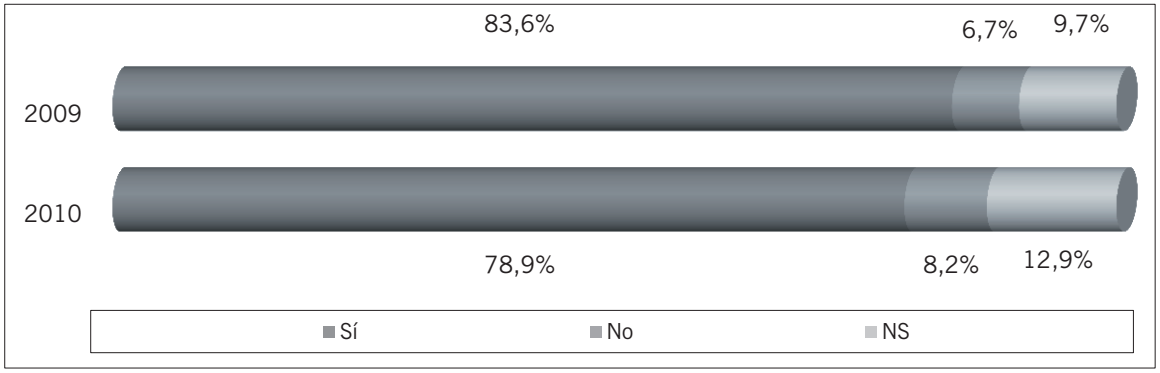
En resum, Catalunya Ràdio és la cadena de ràdio elegida com la millor opció en tots els aspectes plantejats en aquest estudi d'opinió.

4. Internet

4.1 Equipament a la llar

Entre les persones enquestades, 6 de cada 10 diuen que disposen de connexió a internet al seu domicili i molt majoritàriament (78,9%) és de banda ampla.

Gràfic 23. Connexió a internet de banda ampla al domicili. Període 2009-2010



Font: CAC.

El 46,5% de persones de la mostra s'havia connectat a internet, com a mínim en una ocasió, la setmana que es va fer l'enquesta. Aquest percentatge augmentava entre els més joves (74,8%) i els que tenen un nivell d'estudis universitaris (78,3%).

5. Mitjans públics de comunicació i òrgans reguladors

5.1 Qualitat de les informacions als mitjans audiovisuals

La majoria de les persones enquestades considera que la qualitat de la informació que ofereixen els mitjans audiovisuals a Catalunya és alta o adequada. El 61,2% troba adequada la qualitat de la informació que dóna la televisió. El percentatge arriba al 73,4% si se sumen el nombre de persones que la consideren adequada i de qualitat alta.

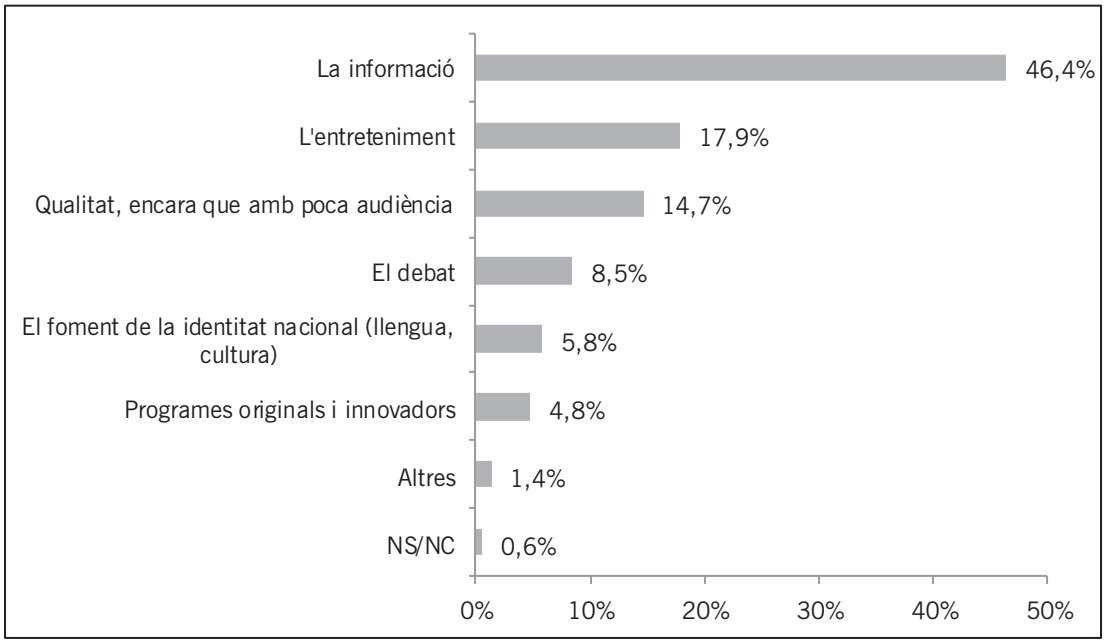
Les dones mostren una major consideració per la qualitat de la informació oferta per la televisió: un 63,5% la considera adequada enfront d'un 58,8% dels homes. Les persones enquestades amb estudis universitaris són les més crítiques: un 36,0% troba que la qualitat de la informació que ofereix la televisió és baixa, enfront del 24,9% de mitjana.

En el cas de la ràdio, la xifra de valoració positiva de la qualitat de la informació és inferior: un 40,3% la troba adequada i un 15,4% la considera alta. Amb tot, la diferència no es correspon a una valoració negativa d'aquest mitjà, sinó al fet que part de les persones enquestades afirma que no escolta la ràdio (34,1%). Contràriament al que passa amb la televisió, els homes tendeixen a pensar en major mesura que les dones que la qualitat de la informació que ofereix la ràdio és alta (17,3% d'homes i 13,4% de dones).

Per valorar la qualitat de la informació, també es va demanar considerar el grau d'independència dels mitjans. Gairebé tres de cada quatre persones entrevistades creuen important que es prenguin mesures per augmentar la independència dels mitjans de comunicació públics (75,4%). D'aquestes, les que hi donen més importància són les persones d'entre 35 i 49 anys, i les de 50 a 64 anys (78,6% en ambdós casos).

Segons el 46,4% de les persones entrevistades, l'aspecte més important en una televisió pública és la informació. Les dones (20,6%) i els joves (24,0%) són els que consideren amb major mesura que, després de la informació, el més important és l'entreteniment.

Gràfic 24. Aspectes més importants en una televisió pública



Font: CAC.

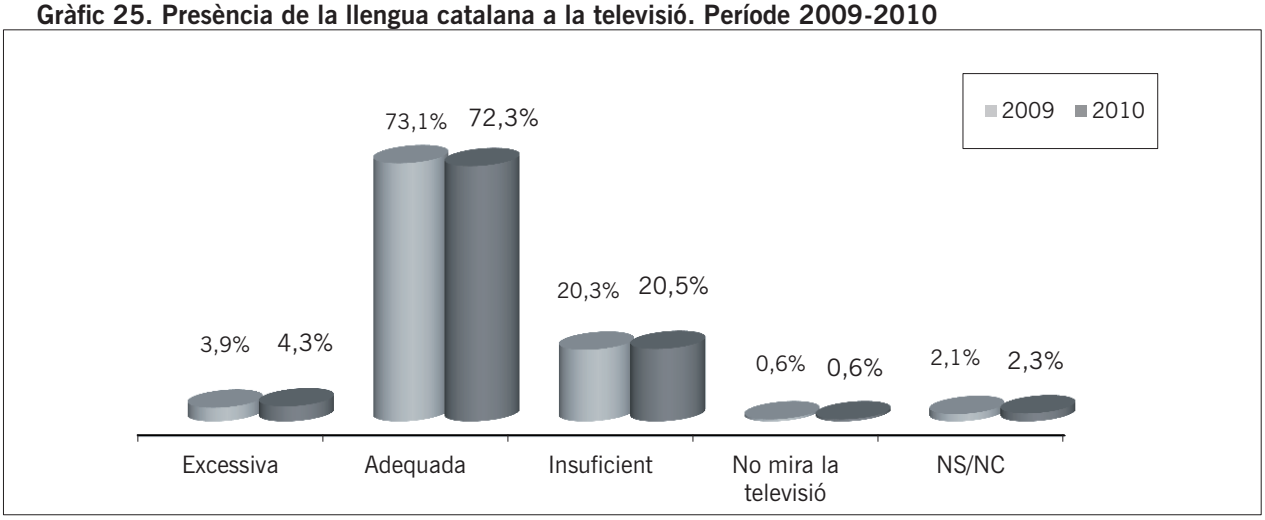
En l'enquesta també es va preguntar sobre la visió de la dona que mostra la televisió. Un 45,6% de les persones enquestades creu que la televisió mostra actituds masclistes de forma ocasional i un 19,0% creu que ho fa habitualment (64,6%). Aquesta xifra augmenta en el cas de les dones enquestades, que consideren en un 68,0% que la televisió mostra habitualment (21,5%) o ocasionalment (46,5%) actituds masclistes i fomenta una visió negativa de la dona.

En relació amb la prohibició d'emetre continguts pornogràfics a la televisió en obert, el 88,1% de les persones entrevistades s'hi mostra d'acord. Aquest percentatge creix fins al 92,9% quan són les dones les preguntades. Els partidaris de prohibir la pornografia a la televisió en obert han augmentat respecte de l'any 2009, en què eren el 73,1%.

Quan es demana per la presència de la llengua catalana als mitjans audiovisuals, la majoria de persones enquestades considera que és adequada: un 72,3% pel que fa a la televisió i un 56,3% en el cas de la ràdio. La diferència que es dóna entre televisió i ràdio no es deu a la percepció de la presència del català entre ambdós mitjans, sinó principalment al nombre de persones que contesten

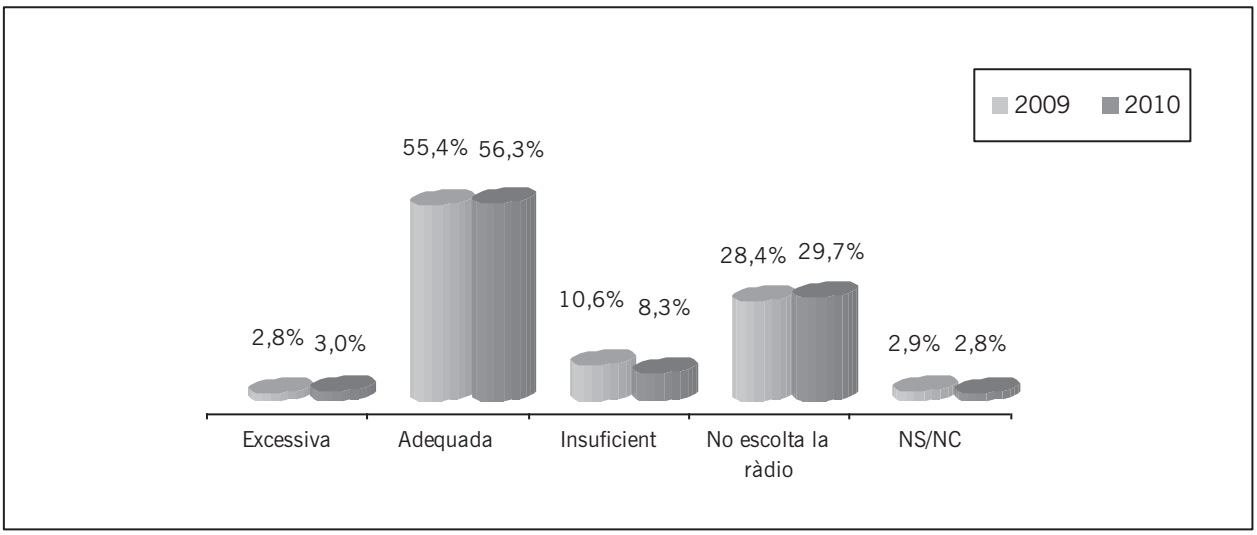
que no escolten la ràdio (29,7%). Aquests percentatges són pràcticament idèntics als del 2009 (vegeu els gràfics 25 i 26).

Gràfic 25. Presència de la llengua catalana a la televisió. Període 2009-2010



Font: CAC.

Gràfic 26. Presència de la llengua catalana a la ràdio. Període 2009-2010

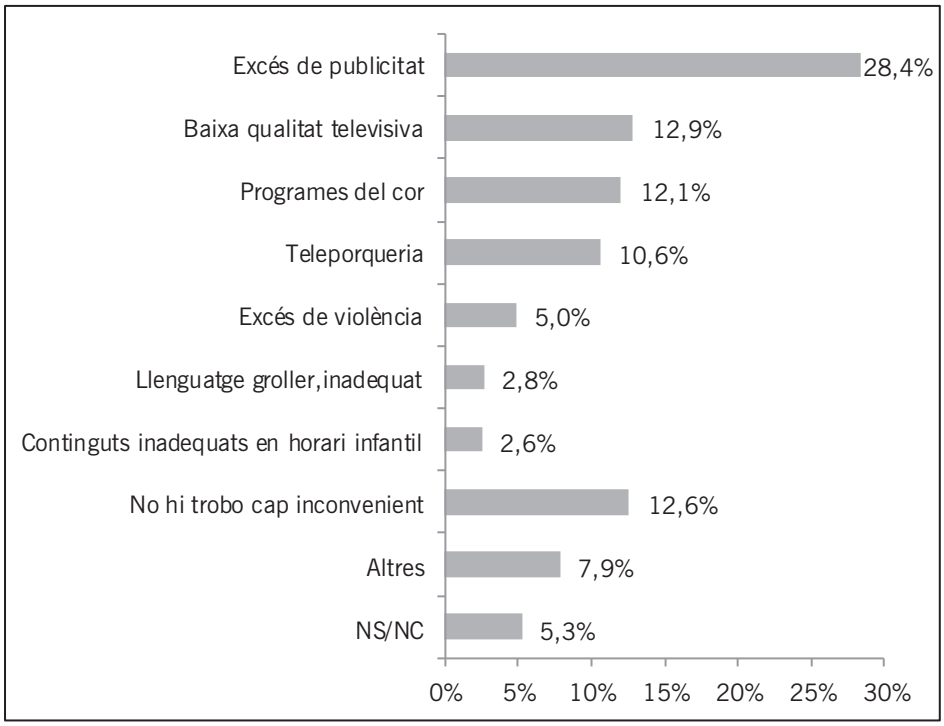


Font: CAC.

Quan es tracta d'enumerar els problemes o els inconvenients percebuts pel públic en la programació televisiva, el més esmentat és l'excés de publicitat (28,4%). El segueixen la baixa qualitat televisiva (12,9%) i els programes del cor (12,1%). No hi ha gaires diferències entre els segments de sexe i edat en els inconvenients que es manifesten, excepte pel que fa a les dones que denuncien més l'excés de violència (7,5% enfront del 2,4% dels homes) i el llenguatge groller

(4,0% en contrast amb l'1,5% dels homes). Els joves d'entre 18 i 34 anys rebutgen majoritàriament els programes del cor (15,5%). Aquest mateix tipus de programes és menys valorat també entre les persones teleespectadores de laSexta (20,3%), mentre que una part significativa de les persones entrevistades que prefereixen La 1 i Telecinco diuen que no troben cap inconvenient a la programació televisiva (17,1% i 16,1%, respectivament).

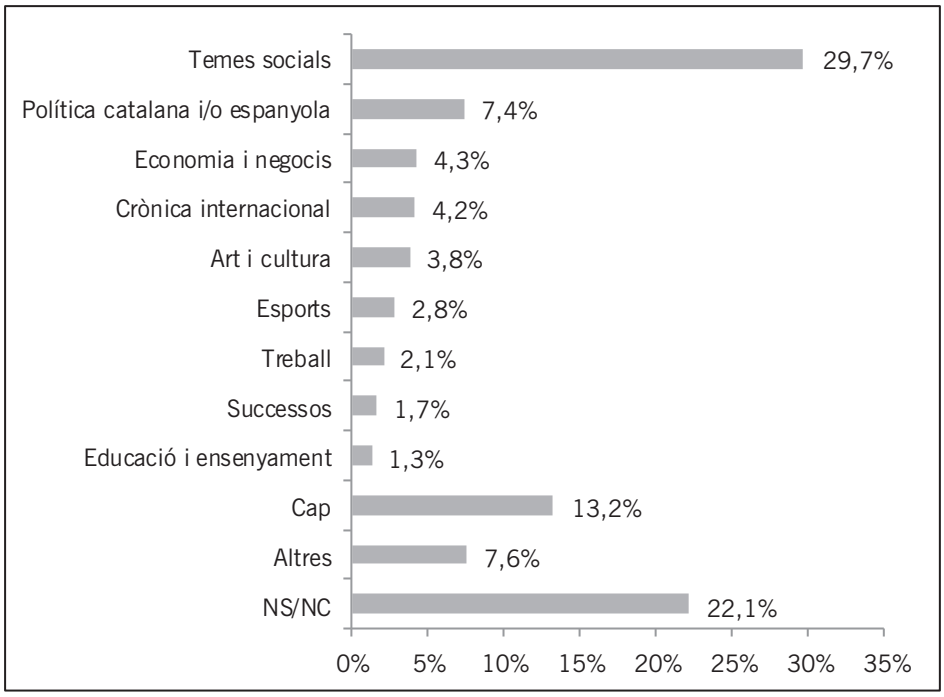
Gràfic 27. Principals inconvenients observats a la programació televisiva



Font: CAC.

A la pregunta de quin tema hauria d'ocupar més temps en un informatiu en general, el 29,7% de les persones enquestades responen que els temes socials. Aquesta categoria fa referència a qüestions molt diverses, que inclouen informació general sobre Catalunya o temes d'actualitat amb incidència social. A molta distància, les persones enquestades demanen temps per a la política catalana i/o espanyola (7,4%). Tot i que homes (28,4%) i dones (30,9%) coincideixen a demanar més temps per les qüestions socials, els homes es mostren interessats en segon terme en la política (9,0%) i l'economia (5,6%), mentre que un percentatge important de dones no es posiciona en aquesta qüestió (25,7%).

Gràfic 28. Temes que haurien d'ocupar més temps en els informatius



Font: CAC.

Quan es tracta de considerar quin tema hauria d'ocupar menys temps en els informatius, el 19,1% de les persones enquestades coincideixen a esmentar els esports. Aquest percentatge augmenta fins al 25,8% en les dones enquestades (12,1% en els homes) i al 23,6% en els joves d'entre 18 i 34 anys. En segon lloc se situa la política catalana i/o espanyola (16,3%), seguida pels successos (14,6%).

5.2. Normatives i mecanismes de control

La immensa majoria de les persones entrevistades (el 75,2%) sap que existeix la normativa per la qual no es poden emetre a la televisió continguts perjudicials per a infants i joves en horari protegit. Però també una majoria important, el 74,8%, creu que en aquest horari s'emeten escenes i missatges perjudicials per als menors, tot i l'existència d'aquesta normativa. La xifra dels que són d'aquesta opinió ha augmentat respecte del 2009 i ha passat del 63,5% al 74,8%. La

normativa que regula l'horari protegit és coneguda sobretot per les persones d'entre 35 i 64 anys.

Un 70,9% de les persones enquestades té coneixement del sistema de senyalització d'edat a la televisió. Les persones que tenen fills menors de 18 anys en tenen més coneixement (81,2%), i els homes (74,4%) diuen en major mesura que les dones (67,5%) que el coneixen.

La pràctica totalitat de les persones enquestades amb fills menors de 18 anys (96,6%) diu que no fa servir cap mecanisme de control per regular l'accés dels seus fills a continguts de la televisió. Aquesta xifra és encara superior (96,8%) quan es tracta de controlar l'accés dels fills a continguts en el telèfon mòbil. L'exercici de control d'accés dels fills a determinats continguts s'incrementa en el cas de l'ús d'internet: un 7,6% de les persones entrevistades diu que fa servir algun mecanisme de control. El més freqüent en el cas d'internet és la instal·lació de programes de seguretat que permeten als pares controlar l'accés dels seus fills a continguts web inadequats i a d'altres sistemes de control (vegeu la taula 3)

Taula 3. Sistemes de control d'accés a internet

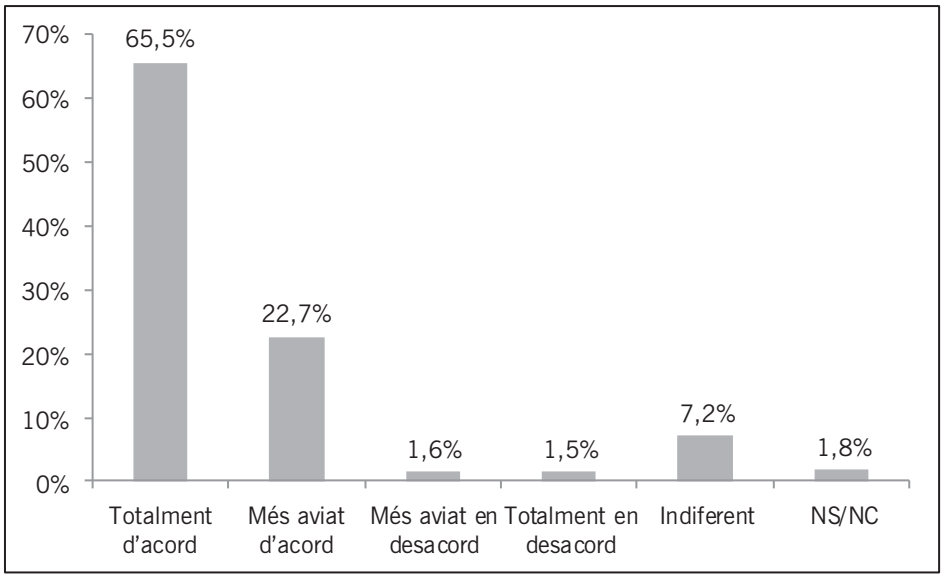
	Nre. de casos
Programes protectors	20
Codi d'accés	10
Bloquejar pàgines web	6
Filtres al navegador	4
Altres respostes	2
NS/NC	3

Font: CAC.

5.3 Òrgans reguladors

El 88,2% de les persones entrevistades es mostra a favor que hi hagi òrgans reguladors que vetllin pel pluralisme i pels drets de la ciutadania en la programació i la publicitat. Aquesta opinió augmenta en el cas de les persones consultades que tenen fills menors de 18 anys (90,7%).

Gràfic 29. Opinió sobre l'existència d'òrgans reguladors



Font: CAC.

El 70,3% de les persones enquestades diu que no ha sentit mai a parlar del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. El nombre de persones que té coneixement de l'existència del CAC és més elevat entre les que tenen TV3 com a canal preferit (46,3%).

Només un 5,2% de les persones entrevistades s'ha adreçat en alguna ocasió a una administració o a un mitjà de comunicació per queixar-se sobre qüestions relacionades amb la ràdio o la televisió. En canvi, un 22,7% es mostra interessat a poder fer-ho. Quan es demana a què farien referència les seves queixes o suggeriments davant la possibilitat de fer-ho, la majoria denuncia l'excés de publicitat (36,9%) i la teleporqueria (25,7%).

Taula 4. Consulta, comentari o suggeriment que plantejaria (en %)

Excés de publicitat	36,90
Massa teleporqueria	25,70
Manquen programes culturals	5,00
Ús de llenguatge groller	3,70
Anuncis i programes més controlats per als nens	2,70
Més imparcialitat	2,40
Poca qualitat	2,40
Excés de violència	2,10
Crítiques a programes i locutors	1,60
Programes "estafa"	1,40
Més i millors pel·lícules	1,00
Millorar la qualitat de la informació	0,70
Massa futbol	0,50
Anuncis masclistes	0,50
Manca de puntualitat	0,40
Millorar el senyal de la TDT	0,40
Més i millor programació en castellà i en català	0,2%
Programació superficial, sense contingut	0,10
Altres	10,00
NS/NC	2,20

Font: CAC.

6. Conclusions

Equipament

La pràctica totalitat de les persones entrevistades tenen televisor a casa i una gran majoria (64,8%) en té més d'un. La transició a la TDT s'ha fet de forma generalitzada: el 96,4% de les persones que han participat en aquest estudi d'opinió disposa de descodificador de TDT, integrat al televisor en un 49,0% dels casos i amb un aparell extern en el 47,4%. També gairebé tothom disposa d'un aparell o més de ràdio a casa (83,4%). Pel que fa a l'equipament d'internet, sis de cada deu té connexió a casa, i la majoria d'aquestes connexions són de banda ampla. Amb tot, no sembla habitual consumir televisió o ràdio a través d'internet. Els que ho fan en un percentatge més elevat són els joves i les persones amb estudis universitaris, i ho fan de manera diferent segons el mitjà: en directe en el cas de la ràdio, i en diferit pel que fa a continguts televisius. Tampoc no està

generalitzada la pràctica d'enregistrar programes. El 53,2% de les persones enquestades afirma que no té cap aparell per enregistrar programes de televisió, i d'entre les que en tenen, el més habitual és el DVD gravador (27,1%).

Hàbits de consum i preferències

Franges horàries

La franja horària preferida per mirar la televisió és entre les 10 de la nit i la 1 de la matinada (73,2%), i els vespres entre les 19 i les 22 h (58,3%). En canvi la ràdio s'escolta preferentment els matins, de 6 a 12 h (35,1%). Hi ha un 47,0% de persones enquestades que diu que no escolta mai o gairebé mai la ràdio.

En dies laborables, el 67,6% de les persones entrevistades dediquen dues hores o més al dia a mirar la televisió. El cap de setmana, el consum televisiu augmenta, i un 24,5% diu que la mira més de quatre hores al dia.

A la ràdio la tendència és inversa. El consum en dies laborables acostuma a ser d'entre 1 i 2 hores diàries en el 33,1% de les persones enquestades, mentre que en festiu o en cap de setmana aquest percentatge disminueix fins al 24,1%.

Preferència de canals i d'emissores

TV3 continua sent la més esmentada quan es demana pel canal de televisió preferit, tot i que ha patit un lleuger retrocés respecte del 2009 (del 39,5% el 2009 al 31,7% el 2010). Els nascuts a Catalunya prefereixen TV3, mentre que els nascuts a d'altres punts de l'Estat espanyol prefereixen Telecinco i La 1. Per a les persones nascudes a l'estranger, els canals preferits són La 1, Antena 3 TV i la televisió per satèl·lit. La televisió pública catalana és l'elegida com la millor opció en gairebé tots els aspectes plantejats en aquest estudi d'opinió, i a una distància important, en molts casos, de la segona elecció. laSexta és la preferida per la seva oferta de programació d'esports.

Taula 5. Resum de la valoració de la televisió[A]

	TV3	La 1	Antena 3 TV	Tele-cinco	Cuatro	laSexta	33	La 2	3/24	TDP	Super 3	Local	Satèl·lit	Altres	Cap	NS/NC
Políticament més imparcial	14,4	8,6	3,2	4,5	3,8	3,5	1,4	2,2	0,6			0,3	0,5	1,0	38,0	18,4
Programació familiar	28,6	21,5	10,5	7,7	4,6	3,0	1,0	2,6	0,5			0,0	1,1	2,8	5,8	10,3
Informa millor	34,9	23,3	11,9	7,1	6,0	3,5	0,9	1,5	2,1			0,0	0,9	0,8	3,7	3,3
Més educatiu	23,0	14,8	3,7	1,9	2,4	1,2	12,0	22,0	0,4		1,6	0,1	0,7	1,9	5,6	8,7
Habitual per a l'entreteniment	18,5	8,4	11,4	18,2	10,1	10,2	3,3	4,0	1,8			0,0	0,0	0,0	3,8	10,2
Millor programació d'esports	18,5	6,0	2,2	1,7	5,8	20,9	2,7	1,7	0,0	4,9		0,0	2,6	1,2	9,0	22,9
Millor tractament diversitat cultural	24,7	12,9	4,1	3,1	4,2	2,5	10,0	20,0	25,0			0,0	0,0	0,0	3,2	14,7
Millor programació en conjunt	32,4	16,6	11,0	10,2	8,6	6,6	1,6	1,6	0,9			0,0	0,0	0,0	3,2	7,3

[A] Ombrejats en gris els valors més alts.

Font: CAC.

Una de cada tres de les persones enquestades acostuma a veure alguna televisió local i en fa una valoració positiva en la majoria dels casos. Les persones teleespectadores de televisió local valoren positivament, en primer terme, l'oferta d'informació de proximitat. En canvi, consideren que l'oferta de televisió local acostuma a ser repetitiva.

La ràdio pública catalana també continua sent líder entre les emissores preferides: el primer lloc l'ocupa Catalunya Ràdio, amb el 15,0%, seguida de RAC1, amb el 10,8%, i la Cadena SER, amb un 9,4%. Cal tenir en compte que entre les dones i el segment més jove es mostra una preferència clara per les emissores musicals. Així també s'esmenten com a preferides Los 40 Principales (9,0%), Cadena Dial (6,5%), Ràdio Tele Taxi (6,4%) i Flaix FM (5,9%). El 2010, RAC1 se situa en segon lloc en el rànquing de ràdios preferides, desplaçant la Cadena SER al tercer lloc. Catalunya Ràdio és la cadena de ràdio elegida com la millor opció en tots els aspectes plantejats en aquest estudi d'opinió.

Taula 6. Resum valoració emissores de ràdio[A]

	Cat. Ràdio	RAC1	Cadena SER	Onda Cero	RNE	COPE	Cat. Infor-mació	Locals	Altres	Cap	NS/NC
Políticament més imparcial	12,2	6,7	5,9	5,3	2,9	1,8	2,0	0,5	9,0	23,0	30,7
Informa millor	20,1	8,6	12,6	6,9	3,7	1,9	7,3	0,7	8,9	7,3	21,9
Millor programació d'esports	12,5	9,7	12,2	3,1	1,9	1,3	0,8	0,1	3,7	9,7	45,0
Millor tractament diversitat cultural	18,1	8,0	10,0	4,8	2,9	1,2	0,0	0,2	21,8	5,0	28,1
Millor programació en conjunt	17,7	10,7	10,3	5,9	2,8	1,3	0,0	0,7	38,0	1,7	10,9

[A] Ombrejats en gris els valors més alts.

Font: CAC.

Publicitat

Quan es planteja el tema de la presència de la publicitat en els mitjans, la major part de les persones enquestades considera que n'hi ha un excés. Aquest és precisament l'element més destacat quan es pregunten els inconvenients detectats en la programació televisiva (28,4%). Pràcticament hi ha el mateix nombre de persones que diuen que els molesta la presència de marques a les sèries de

televisió (37,1%) que les que s'hi mostren indiferents (35,5%). El 41,8% està totalment o més aviat d'acord que en ocasions hi ha una certa confusió entre què és publicitat i què és el contingut del programa. El segment més destacable de les persones que diuen que de vegades això no queda clar és el de majors de 64 anys (47,4%). Només un 18,8% de les persones entrevistades es fixa habitualment en les marques o els patrocinadors que apareixen en la pantalla durant les retransmissions esportives. Els homes s'hi fixen més perquè les dones diuen que no miren mai o gairebé mai les retransmissions esportives. On coincideixen la majoria de les persones enquestades, i en tots els segments, és a dir que les pel·lícules haurien d'estar patrocinades i no ser interrompudes per anuncis (69,3%). Una quarta part de les persones preguntades diu que els anuncis no els molestarien si els talls publicitaris fossin més breus.

Teleporqueria

En relació amb la teleporqueria, es demana quins són els aspectes que molesten més les persones teleespectadores. En els dos primers llocs del rànquing, i amb gairebé el mateix percentatge, s'esmenten la creació de personatges sense cap mèrit professional o artístic (27,6%) i la intromissió en la vida privada (27,5%). Altres qüestions que es consideren molestes són l'ús del llenguatge groller (20,4%), la difusió de rumors i d'informacions no contrastades (10,0%) i donar una visió degradada i negativa de la dona (3,4%). El 75,5% pensa que el nombre de programes de teleporqueria ha augmentat en el darrer any, i la majoria opina que caldria regular aquest tipus de programes per evitar que els joves i els infants els mirin. Augmenta el nombre de persones que aposten per la regulació (44,3%) enfront de les que creuen que caldria prohibir-los (20,5%).

Programació infantil

Un altre dels aspectes a què dóna importància aquest estudi d'opinió és el consum i la valoració de la programació infantil. En aquest apartat només s'han tingut en compte les persones enquestades que tenien fills menors d'edat, cosa que s'ha fet en dos segments diferenciats: fins als 13 anys i entre 13 i 17 anys. Pel que fa als hàbits a l'hora de mirar la televisió, els menors de 13 anys acostumen a mirar-la a

les tardes (de 16 a 19 h) i als vespres (entre les 19 i les 22 h) i, en general, ho fan al menjador o a la sala d'estar, i acompanyats d'un adult.

Per a les persones que tenen fills menors de 13 anys, els canals més valorats per la seva programació infantil són Disney Channel (29,8%) i Clan TVE (29,2%), seguits a molta distància pel canal Super 3/300 (13,8%).

Valoració de la qualitat dels mitjans i necessitat de normativa, mecanismes de control i òrgans reguladors

La qualitat de la informació que ofereixen els mitjans audiovisuals és considerada alta o adequada. Així ho afirmen la majoria de persones que han participat en aquest estudi d'opinió. D'altra banda, tres de cada quatre persones entrevistades consideren molt o bastant important que es prenguin mesures per augmentar la independència dels mitjans de comunicació públics.

Per a una aproximació a la valoració qualitativa dels mitjans audiovisuals que fan les persones enquestades, s'han posat damunt la taula qüestions concretes, com ara la visió de la dona, els continguts pornogràfics, la presència de la llengua catalana, els inconvenients més detectats en la programació per part de les persones teleespectadores o els temes que haurien d'ocupar, segons ells, més o menys espai en els informatius. La majoria (46,4%) creu que en una televisió pública el més rellevant és l'oferta informativa. Dins dels informatius, caldria dedicar més temps als temes socials, segons el 29,7% de les persones enquestades. Un 20,5% opina que la presència del català a la televisió és insuficient, mentre que, per a la ràdio, aquest percentatge és només del 8,3%. Aquesta percepció no experimenta grans canvis entre el 2009 i el 2010. El 28,4% de les persones enquestades creu que l'excés de publicitat és el principal problema de la programació televisiva. Gairebé tots els enquestats coneixen la regulació de continguts televisius en l'horari protegit (75,2%) i el sistema de senyalització per a menors (70,9%), però alhora consideren que s'emeten continguts perjudicials per als infants i els joves en aquest horari (74,8%). Un 19,0% considera que la televisió exhibeix de forma habitual actituds masclistes, tot i que la majoria (30,3%) nega que la televisió mostri actituds discriminatòries respecte de la dona. El 88,1% de les persones enquestades està d'acord amb la prohibició d'emetre continguts pornogràfics a la televisió en obert.

La gran majoria dels pares i de les mares enquestats diuen que no fan servir cap mecanisme ni dispositiu per controlar l'accés dels seus fills menors d'edat als continguts de televisió, internet i mòbil. Tan sols un 7,6% du a terme un control de l'accés a internet.

Pel que fa als òrgans reguladors de la programació i la publicitat, una immensa majoria en defensa l'existència (88,2%), tot i que només el 29,3% diu que coneix el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Aquest coneixement retrocedeix respecte de l'any 2009, quan se situava en el 37,8%. Poques persones entrevistades s'han adreçat en alguna ocasió a una administració o un mitjà de comunicació per queixar-se sobre algun tema relacionat amb la ràdio o la televisió (5,2%). Amb tot, un 22,7% mostra interès davant la possibilitat de fer-ho. Quan se'ls demana quins són els temes que podrien motivar la seves consultes o queixes, la majoria opina que se centrarien en l'excés de publicitat i de teleporqueria.

Estats de desenvolupament i d'execució del Pressupost de la Generalitat en data del 30 de juny de 2012
Tram. 334-00079/09

Presentació
Conseller, del Departament d'Economia i Coneixement
Reg. 77122 / Coneixement: Mesa del Parlament, 02.10.2012

A la presidenta del Parlament

En compliment de l'article 79 del Text Refós de la Llei de finances públiques de Catalunya, trameto els estats de desenvolupament i d'execució del Pressupost de la Generalitat de Catalunya a 30 de juny de 2012, i l'informe sobre l'evolució dels resultats no financers i de l'endeutament previst en l'article 21.4 de la mateixa Llei, per al seu lliurament a la Comissió d'Economia, Finances i Pressupost del Parlament de Catalunya.

Barcelona, 26 de setembre de 2012

Andreu Mas-Colell
Conseller d'Economia i Coneixement

N. de la R.: La documentació esmentada pot ésser consultada a l'Arxiu del Parlament

---