

El perfil d'audiència de les sèries a Catalunya, 2013-2014

Reinald Besalú i Anna Medrano

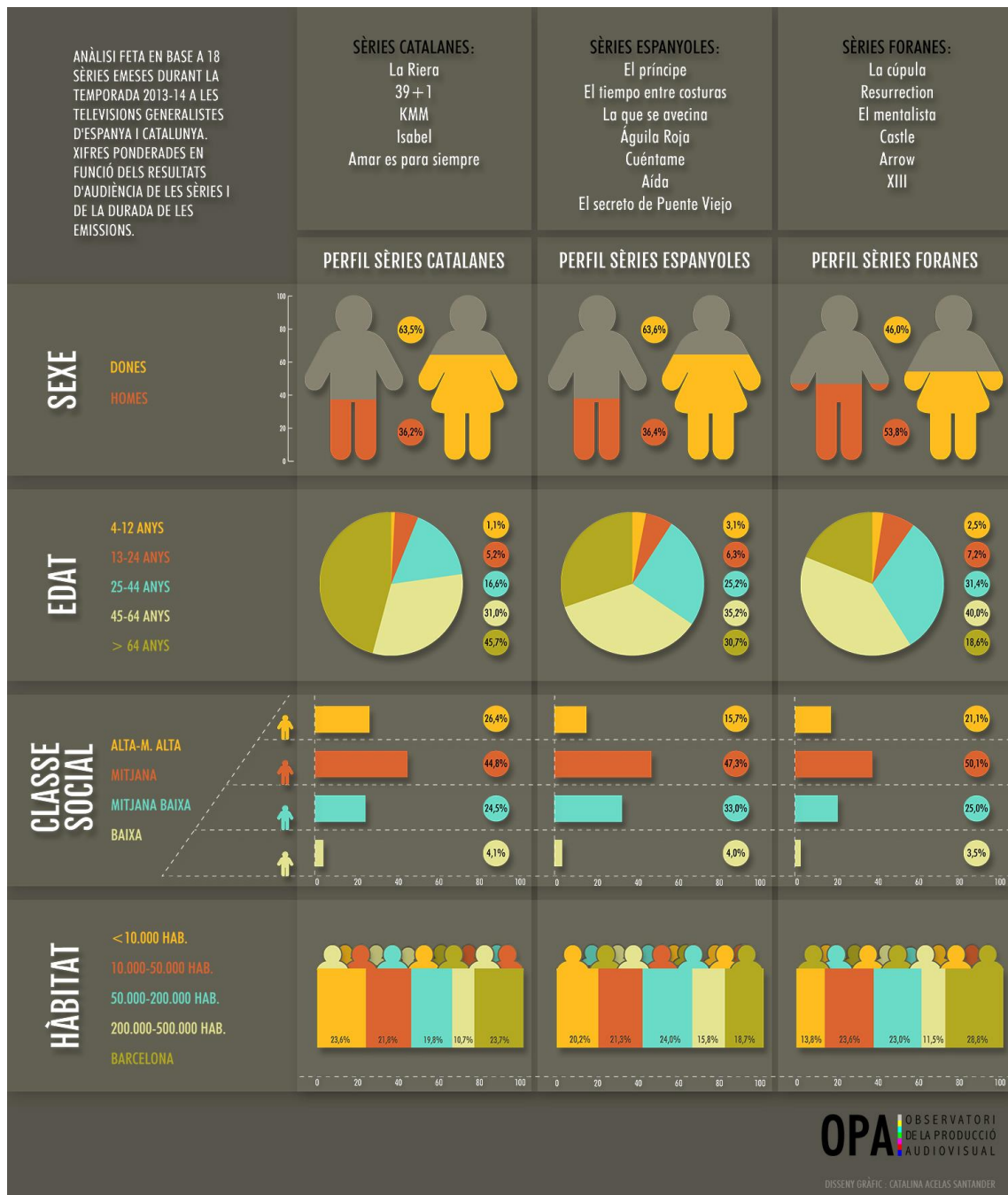
El perfil d'audiència de les sèries a Catalunya, 2013-2014

Reinald Besalú i Anna Medrano

Aquesta és la tercera edició de l'Informe sobre els perfils de públic de les sèries televisives a Catalunya que publica l'OPA. L'estudi de les característiques del públic d'aquestes produccions resulta d'interès perquè proporciona informació útil per a l'adopció d'estratègies per part dels productors i programadors, alhora que permet establir comparacions entre cadenes, franges horàries i tipus de produccions, i observar la capacitat que tenen sèries diverses d'atreure diferents perfils d'espectadors. A continuació detallem quins han estat els principals resultats de l'estudi:

- S'han estudiat els perfils d'audiència de *El Príncipe*, *La Cúpula*, *El tiempo entre costuras*, *La que se avecina*, *La Riera*, *Resurrection*, *Águila Roja*, *Cuéntame cómo pasó*, *Aída*, *KMM*, *39+1*, *Isabel*, *El secreto de Puente Viejo*, *El Mentalista*, *Castle*, *Arrow*, *Amar es para siempre* i *XIII*. La majoria de les sèries analitzades obtenen millors resultats d'audiència que les cadenes en les quals s'emeten. TV3, però, n'és l'excepció, ja que només *La Riera* obté una quota de pantalla mitjana superior a la de la cadena.
- En gairebé totes les sèries, i especialment en les que s'emeten en horari de tarda i en les de producció catalana i espanyola, hi és predominant el públic femení. Aquesta és una característica, de fet, que també és pròpia del públic de la televisió en general (a excepció de les cadenes Cuatro i La Sexta, on el públic masculí hi és majoritari).
- En línies generals, les sèries tenen un perfil de públic força envellit i una afinitat molt negativa per part del públic infantil, tal i com també succeeix en el conjunt del públic televisiu. No obstant, aquesta presència important del públic de més edat s'accentua en les sèries que s'emeten en horari de tarda i també és especialment important en les sèries de TV3. Per contra, les sèries de Telecinco són les que tenen una audiència més rejuvenida, ja que el públic menor de 45 anys hi té una presència significativament més elevada que en la resta de cadenes. Les sèries de producció catalana també tenen un públic força envellit, mentre que les de producció forana són les que tenen una presència major de públic jove.

- Les sèries de TV3 són les que aconseguixen més percentatge d'espectadors de classe alta i mitjana alta, un perfil que en alguns casos arriba a ser majoritari, mentre que les sèries d'Antena 3 atreuen en major mesura el públic de classe baixa i mitjana baixa. La presència de públic de classe alta i mitjana alta també és important en les sèries de producció forana.
- L'hàbitat de residència dels espectadors és la variable que presenta menys desequilibris i una major uniformitat, ja que no es detecta una concentració especial del públic de determinades zones en el perfil de les diferents sèries. Tot i això, sí que s'observa una presència menor de públic resident en poblacions de menys de 10.000 habitants en les sèries de producció forana i, en canvi, una presència important d'aquest perfil de públic en les sèries de tarda i de TV3. Els residents en els municipis catalans d'entre 50.000 i 500.000 habitants, d'altra banda, tenen una presència baixa en les sèries de TV3.
- La comparació amb l'anàlisi del perfil públic de les sèries de la temporada 2007-2008 mostra que, respecte de llavors, la presència del públic femení i també del de classe social alta i mitjana alta ha augmentat.



1. Mostra de sèries analitzades, descripció de les seves característiques generals i anàlisi del seu perfil

[El Príncipe](#)

[La Cúpula](#)

[El tiempo entre costuras](#)

[La que se avecina](#)

[La Riera](#)

[Resurrection](#)

[Águila Roja](#)

[Cuéntame cómo pasó](#)

[Aída](#)

[KMM](#)

[39+1](#)

[Isabel](#)

[El secreto de Puente Viejo](#)

[El Mentalista](#)

[Castle](#)

[Arrow](#)

[Amar es para siempre](#)

[XIII](#)

[2. Classificació de les sèries en funció del seu perfil](#)

[3. L'audiència de les sèries segons la cadena d'emissió, la nacionalitat i la franja d'emissió](#)

[3.1. Cadena d'emissió](#)

[3.2. Nacionalitat](#)

[3.3. Franja d'emissió](#)

[4. Comparació dels perfils d'Aída, La que se avecina i Cuéntame en les temporades 2007-2008 i 2013-2014](#)

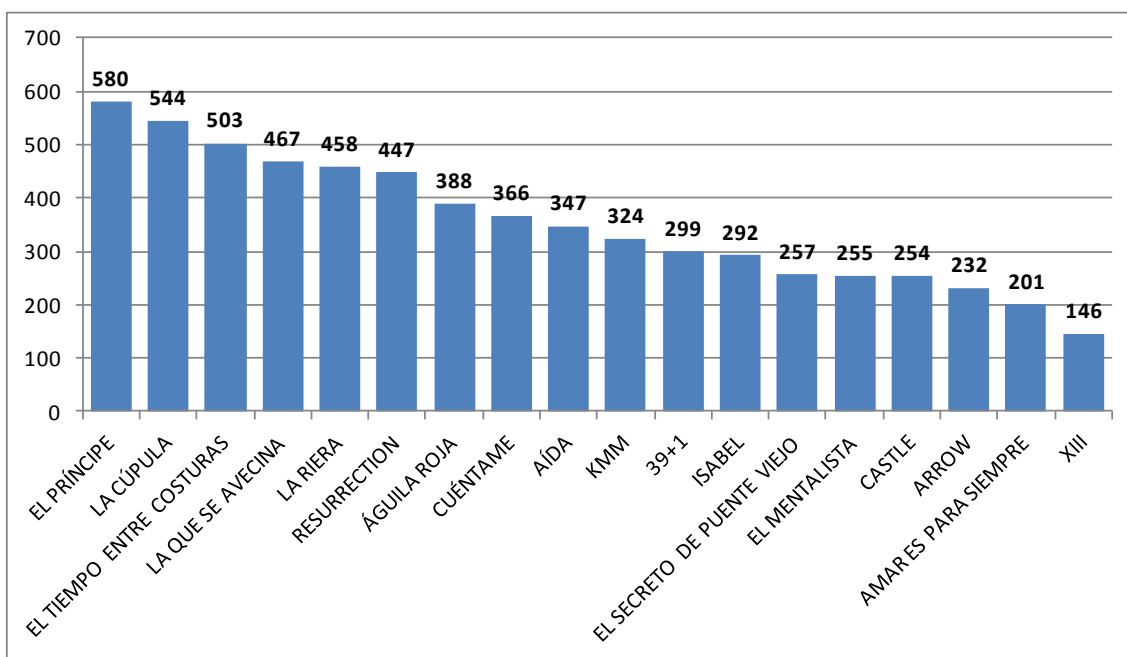
[5. Nota metodològica](#)

1. MOSTRA DE SÈRIES ANALITZADES, DESCRIPCIÓ DE LES SEVES CARACTERÍSTIQUES GENERALS I ANÀLISI DEL SEU PERFIL

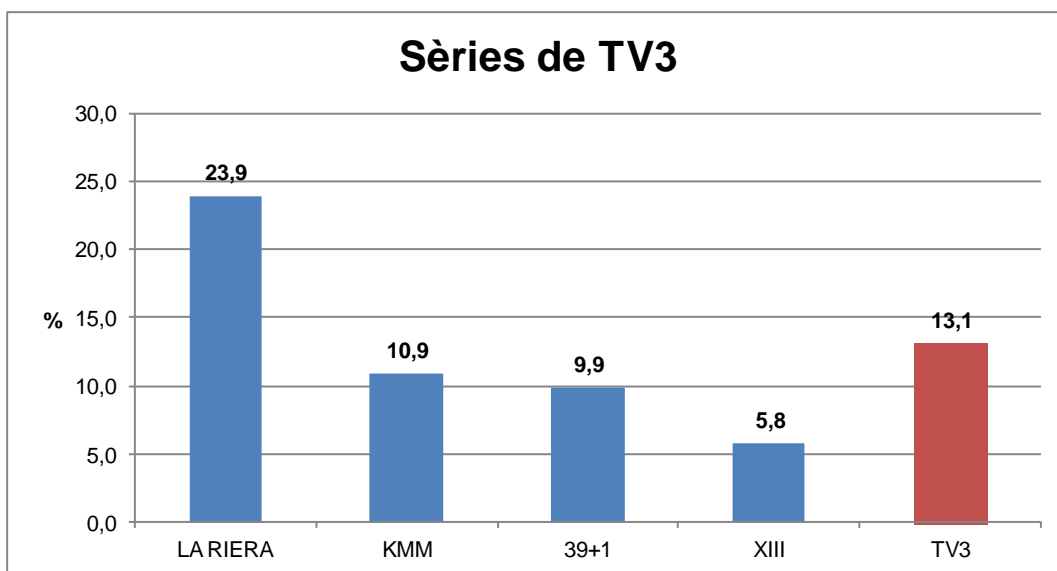
Les sèries escollides per a l'anàlisi han estat 18 produccions emeses durant la temporada 2013-2014 (de l'1 de setembre de 2013 al 30 de juny de 2014) a les televisions generalistes espanyoles i també a TV3. La selecció s'ha fet en base a diversos criteris:

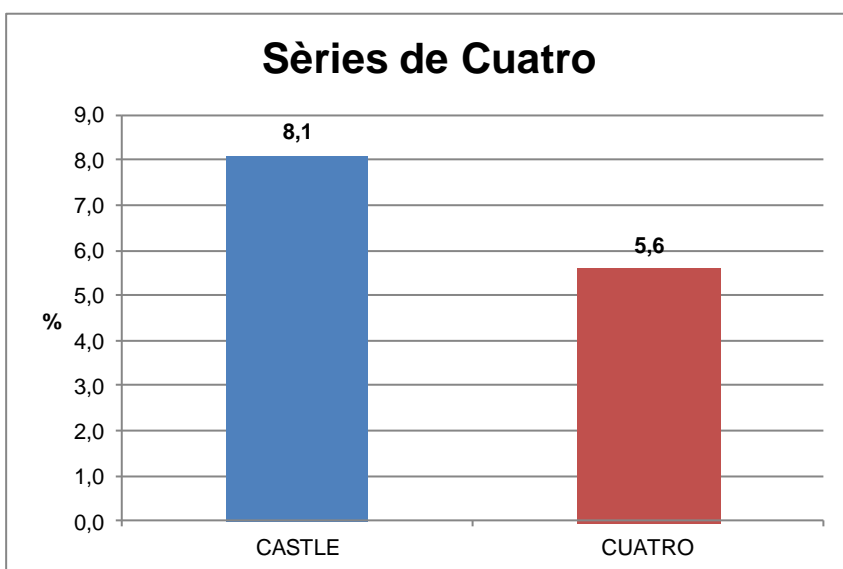
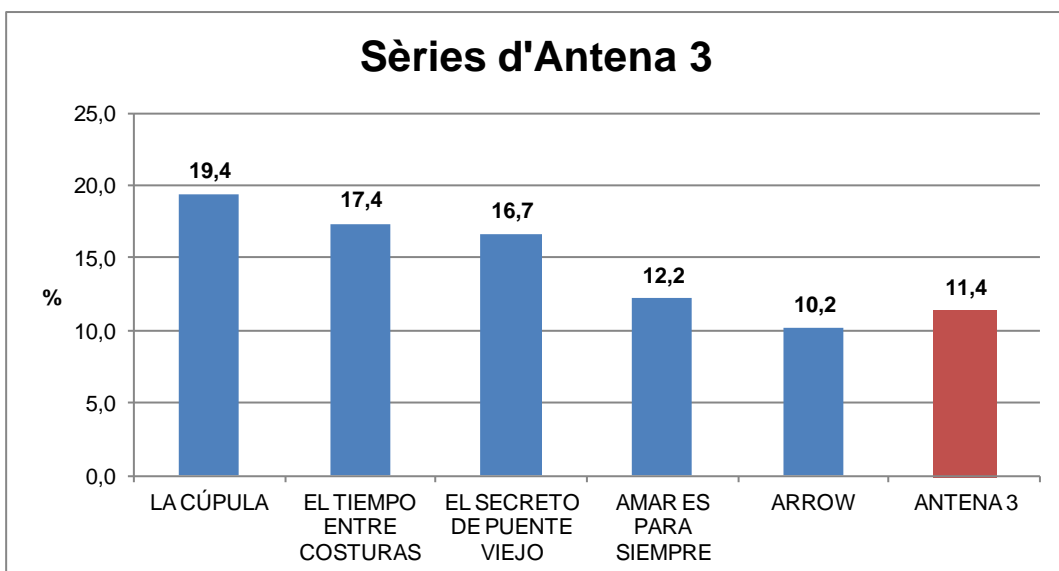
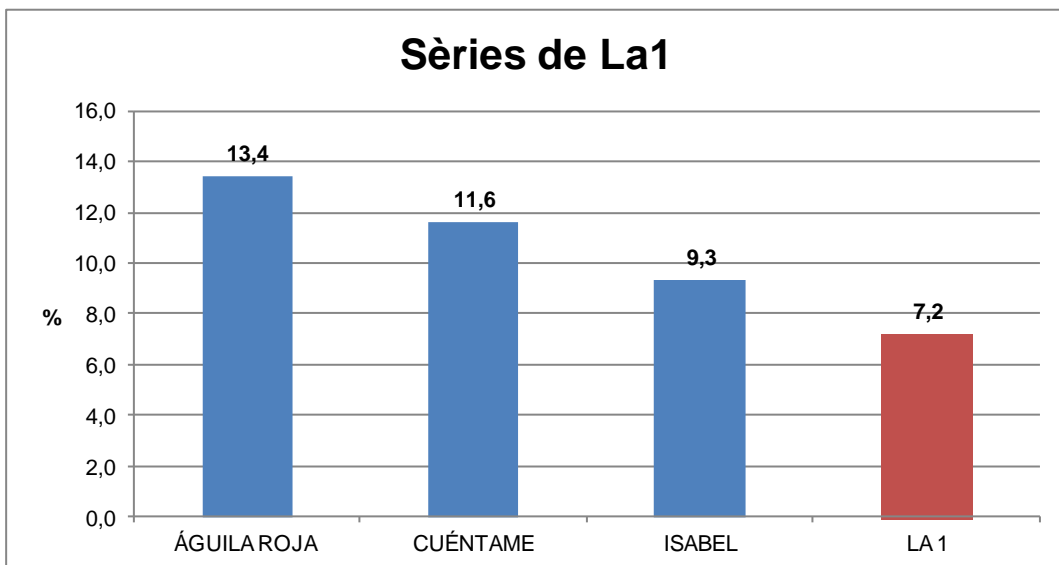
- a) Criteri d'audiència: s'han escollit sèries amb una audiència mitjana superior als 125.000 espectadors, per tal d'assegurar que es tracta de les produccions de ficció seriada amb més incidència social a Catalunya
- b) Criteri d'origen de la producció: s'han inclòs en la selecció sèries de producció catalana (5), de producció de la resta de l'Estat (7) i de producció forana (6) per tal de poder establir comparacions entre els seus perfils
- c) Criteri de cadena d'emissió: s'han inclòs en la selecció sèries emeses a les principals cadenes generalistes, és a dir, TV3 (4), La1 (3), Antena 3 (5), Cuatro (1), Telecinco (4) i La Sexta (1)
- d) Criteri de franja d'emissió: s'han inclòs en la selecció sèries emeses en la franja de *prime time* (15) i en la franja de tarda (3)
- e) S'han exclòs de la selecció sèries que no són d'estrena i minisèries

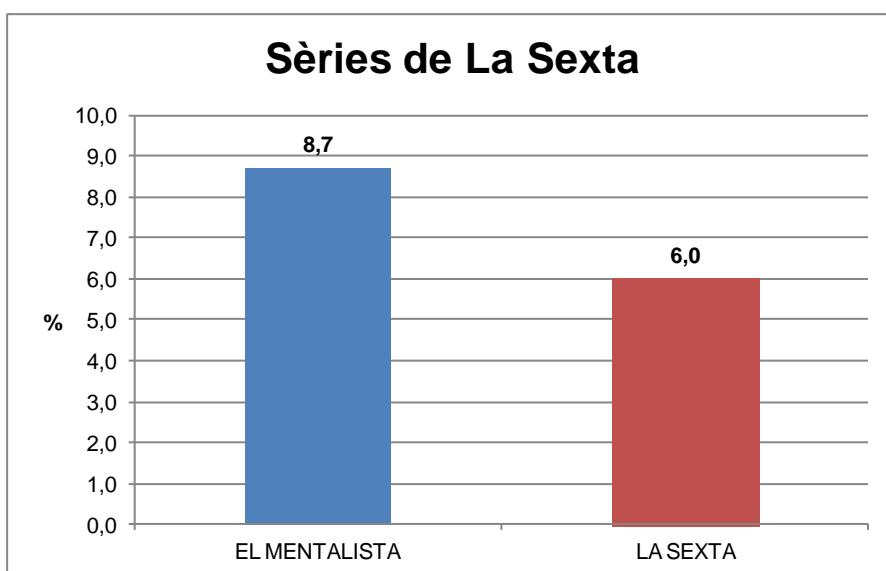
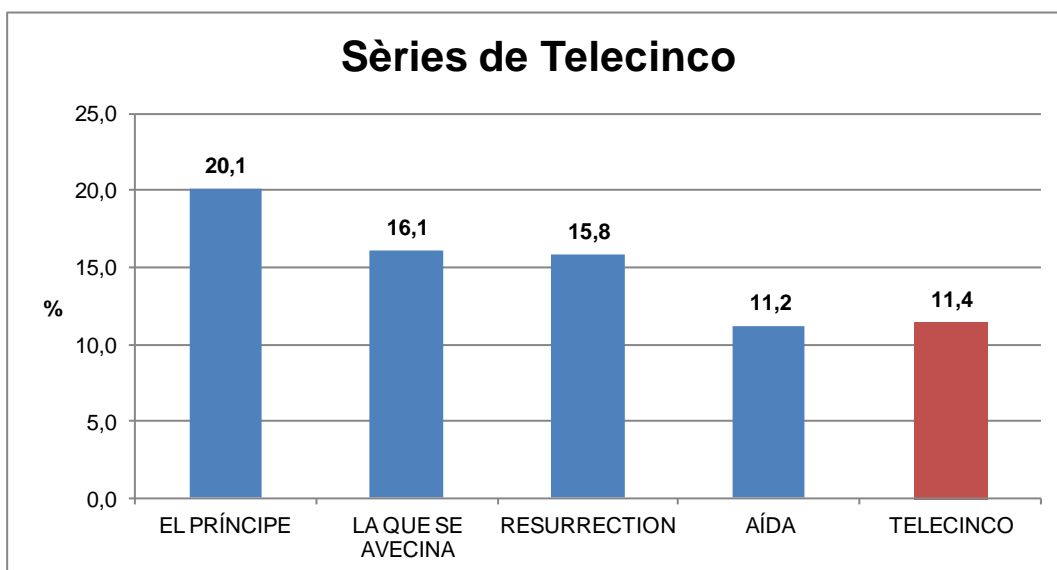
Aquestes sèries, ordenades segons l'audiència mitjana (en milers d'espectadors) que van obtenir durant la temporada 2013-2014 a Catalunya, són les següents:



D'altra banda, la quota de pantalla obtinguda per aquestes sèries a Catalunya, en comparació amb la quota de les seves cadenes d'emissió al llarg de la temporada 2013-2014, va ser la següent:



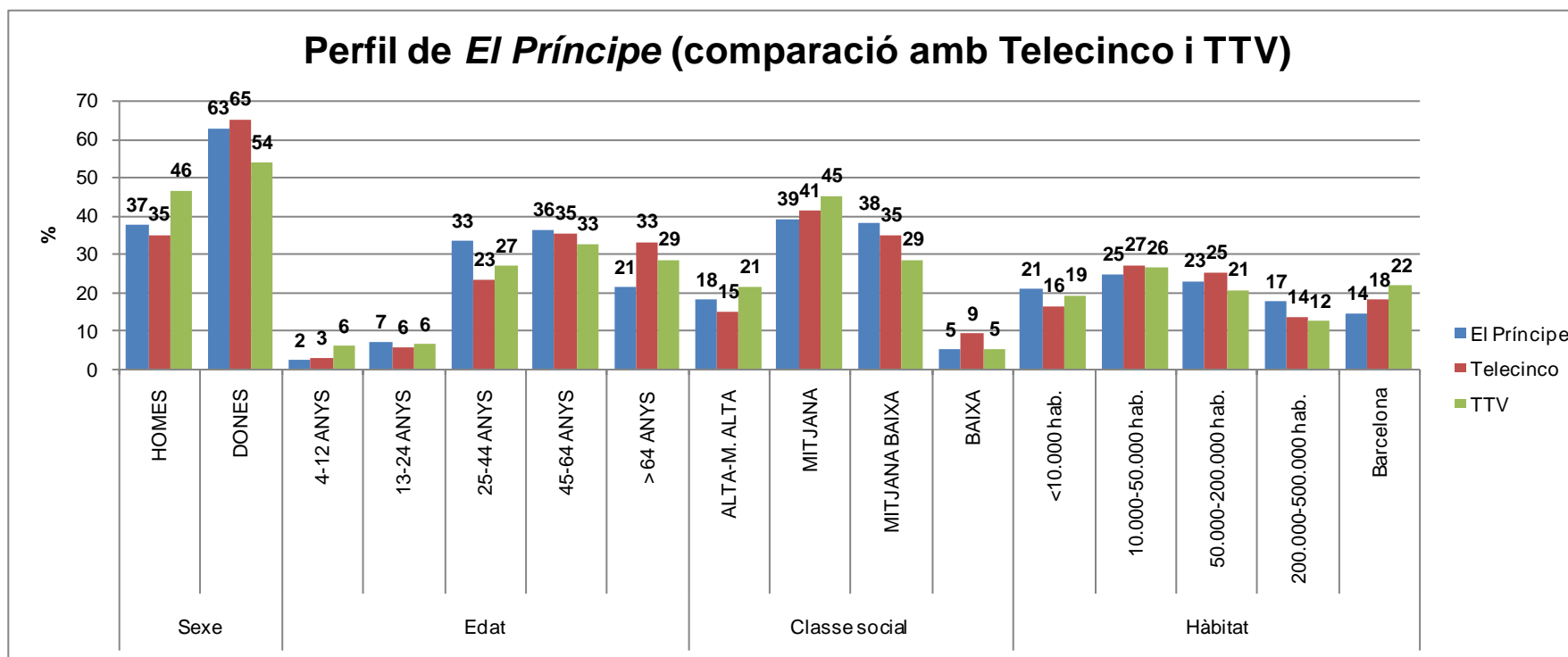


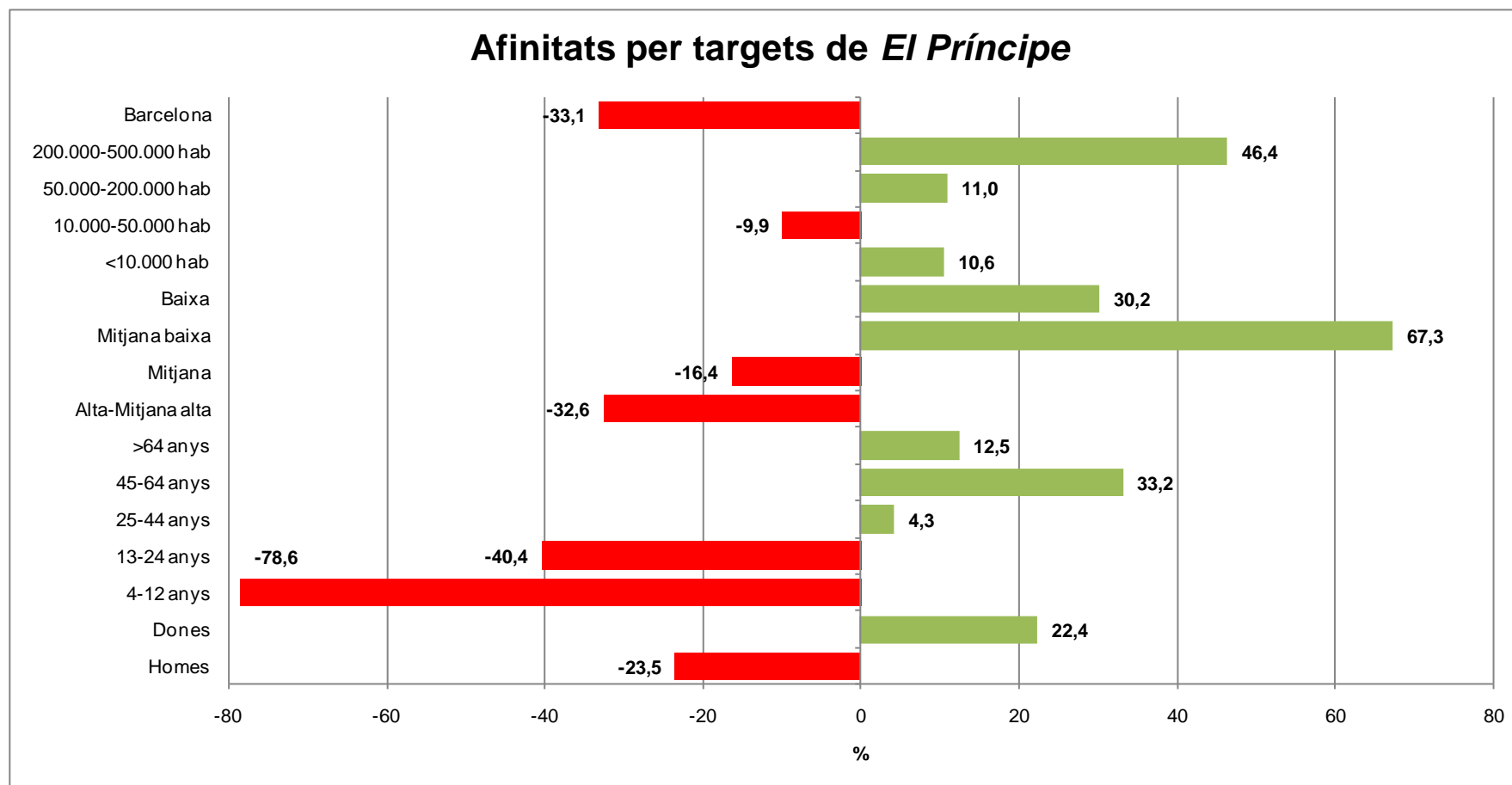


Com es pot observar, la gran majoria de sèries van obtenir quotes de pantalla superiors a les de la seva cadena d'emissió i, en aquest sentit, van resultar productes clarament rendibles. No obstant, cal fer notar que, en el cas de TV3, tan sols una sèrie (*La Riera*) va assolir una quota de pantalla netament superior a la mitjana de la cadena, mentre que la resta de sèries hi van quedar per sota. Les altres sèries amb una quota inferior a la mitjana de la seva cadena d'emissió van ser *Arrow* (Antena 3) i *Aída* (Telecinco).

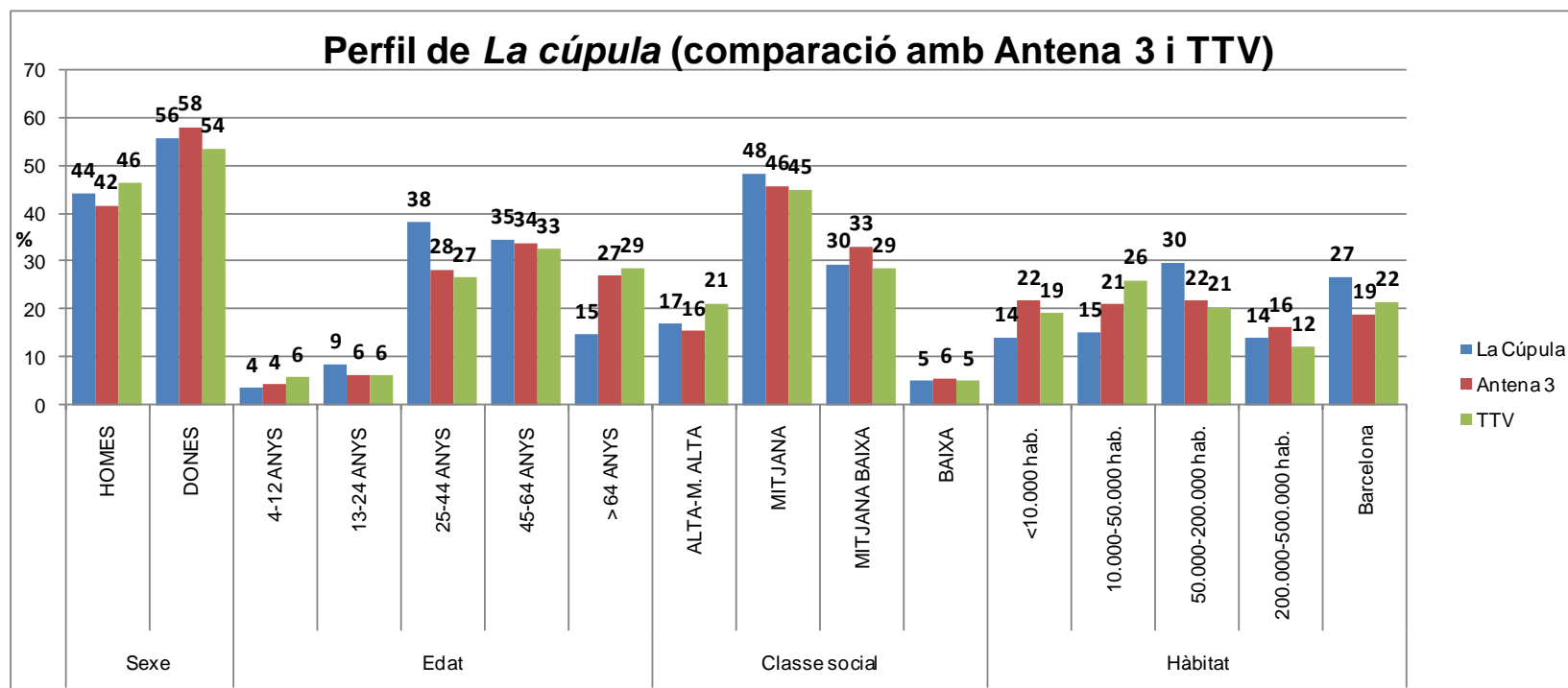
A continuació es descriuen breument les característiques de cadascuna d'aquestes sèries seleccionades, se'n defineix el perfil i se'l compara amb el perfil general de la cadena on es van emetre i del Total Televisió (TTV). Totes les dades fan referència a Catalunya:

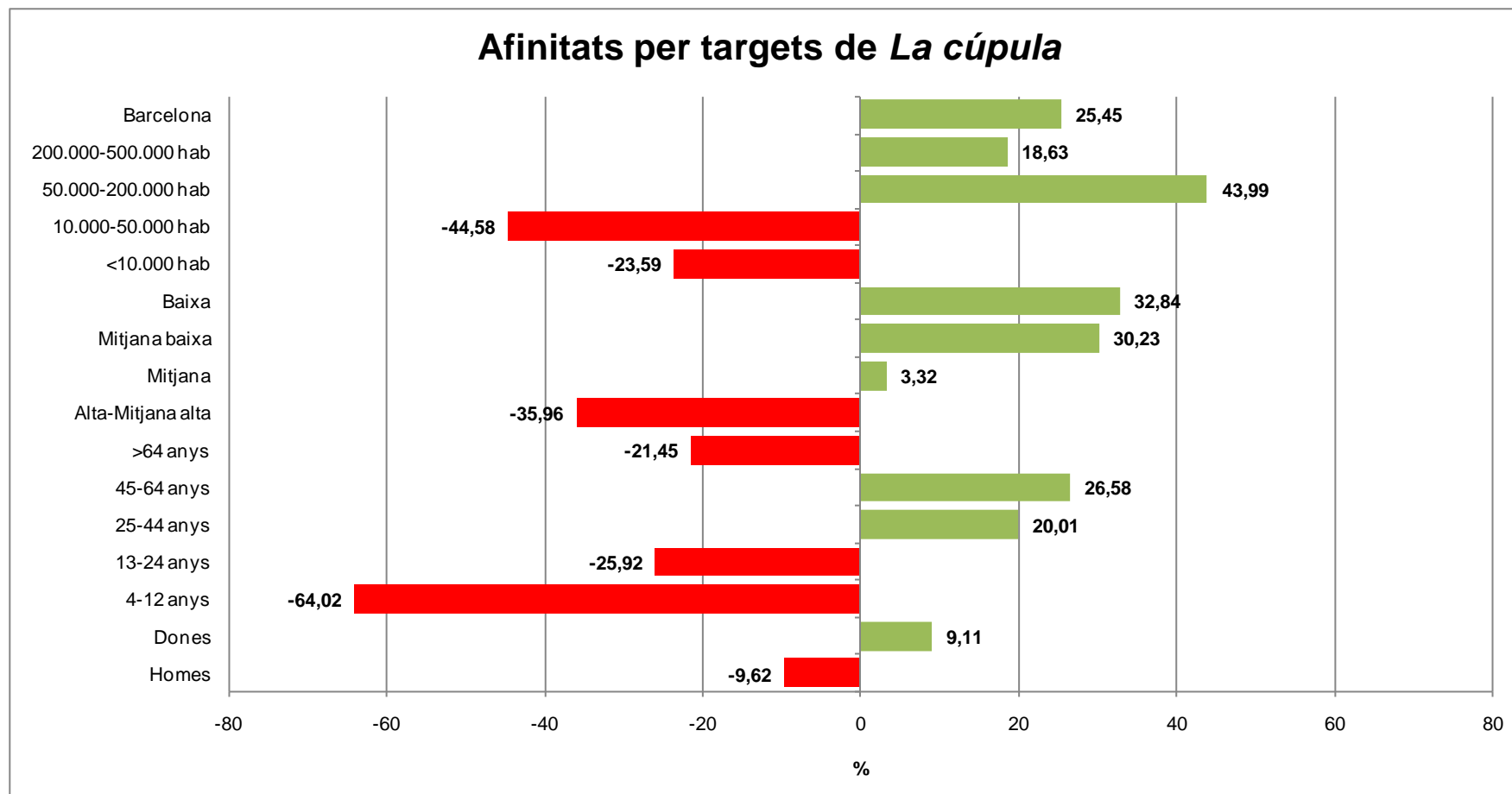
1. **El Príncipe.** Sèrie produïda per Plano a Plano i emesa a Telecinco els dimarts a la nit. Se'n van emetre 13 capítols. Va obtenir una audiència mitjana de 580.000 espectadors i una quota de pantalla mitjana del 20,1%. Com es pot observar en el gràfic següent, la sèrie aconsegueix un perfil de públic més rejuvenit que el de la cadena d'emissió, així com lleugerament més masculí. Tot i això, en comparació amb el TTV, es tracta d'una sèrie amb un pes molt gran de públic femení. D'altra banda, el públic infantil té una afinitat negativa molt alta respecte de la sèrie, mentre que destaquen les afinitats positives de les persones de classe mitjana baixa i de les residents en ciutats d'entre 200.000 i 500.000 habitants.



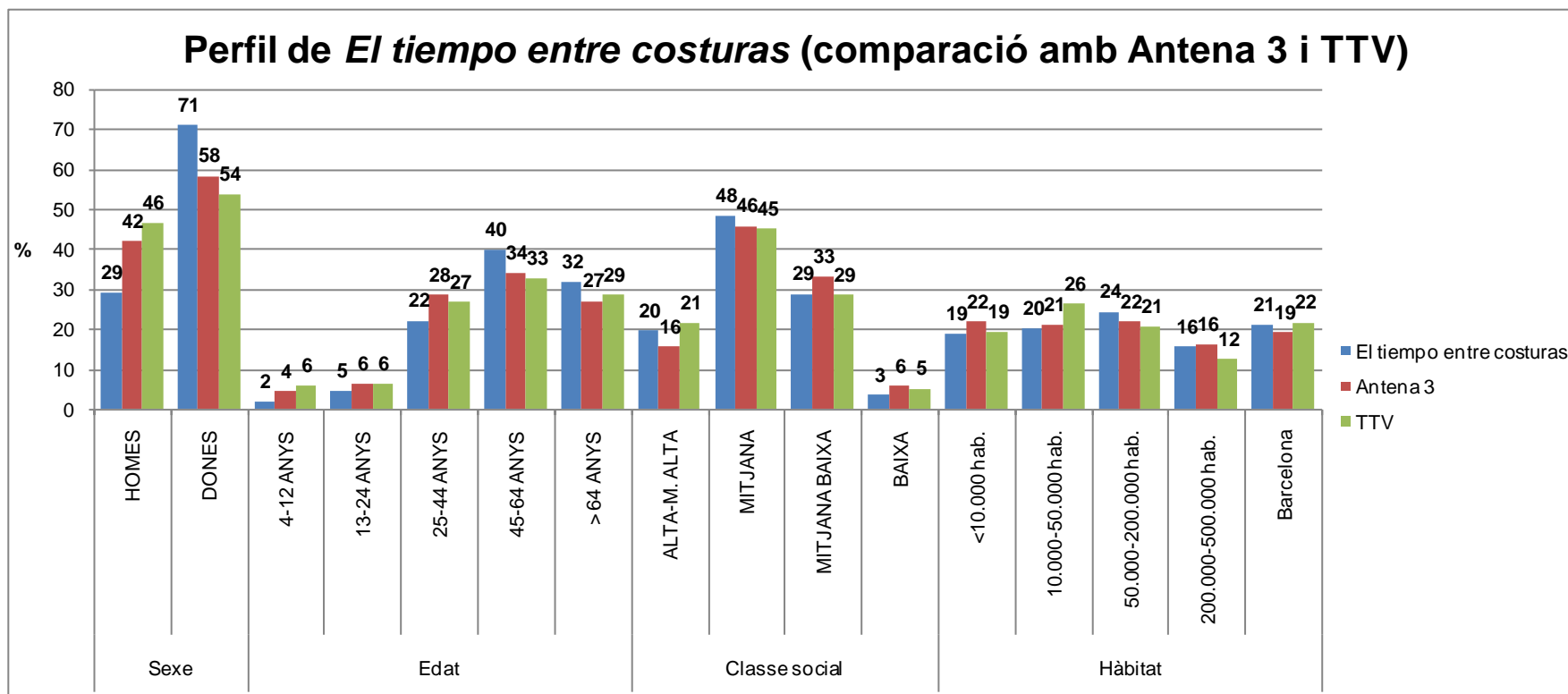


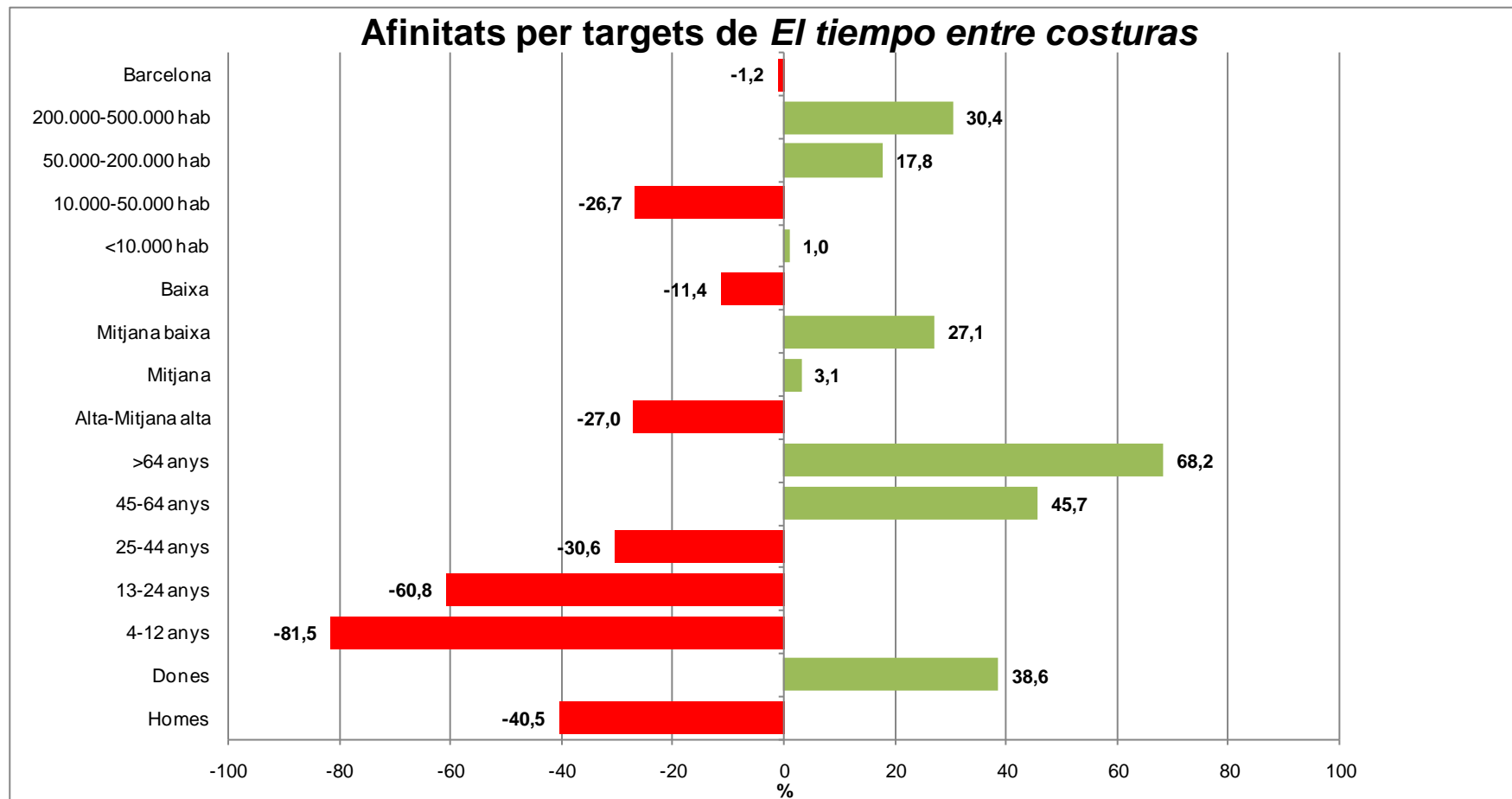
2. **La cúpula.** Sèrie produïda per Amblin Entertainment, Baer Bones, CBS Television Studios i Dreamworks Television. A Espanya es van emetre els 13 capítols corresponents a la segona temporada a Antena 3 els dimarts en horari de *prime time*. La sèrie va aconseguir una audiència mitjana de 544.000 espectadors i una quota de pantalla mitjana del 19,4%. Com veiem, el perfil de públic és més masculí que el del canal de televisió, encara que més de la meitat de l'audiència és femenina. Igualment, el perfil de públic és també més jove que el de la cadena emissora, on destaca especialment la franja d'edat compresa entre els 25 i els 44 anys. Per la seva banda, el públic infantil té una afinitat molt negativa, mentre que és notòria l'afinitat positiva de les persones de classe mitjana baixa i baixa i de les residents en ciutats d'entre 50.000 i 200.000 habitants.



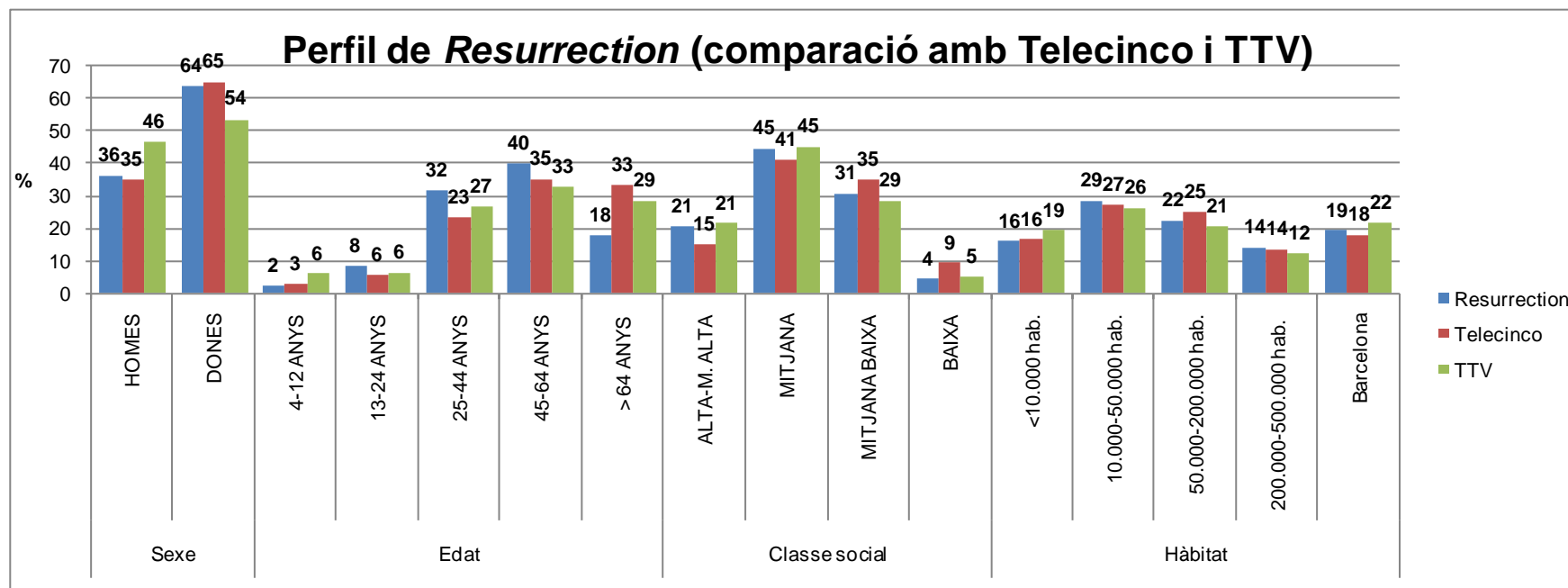


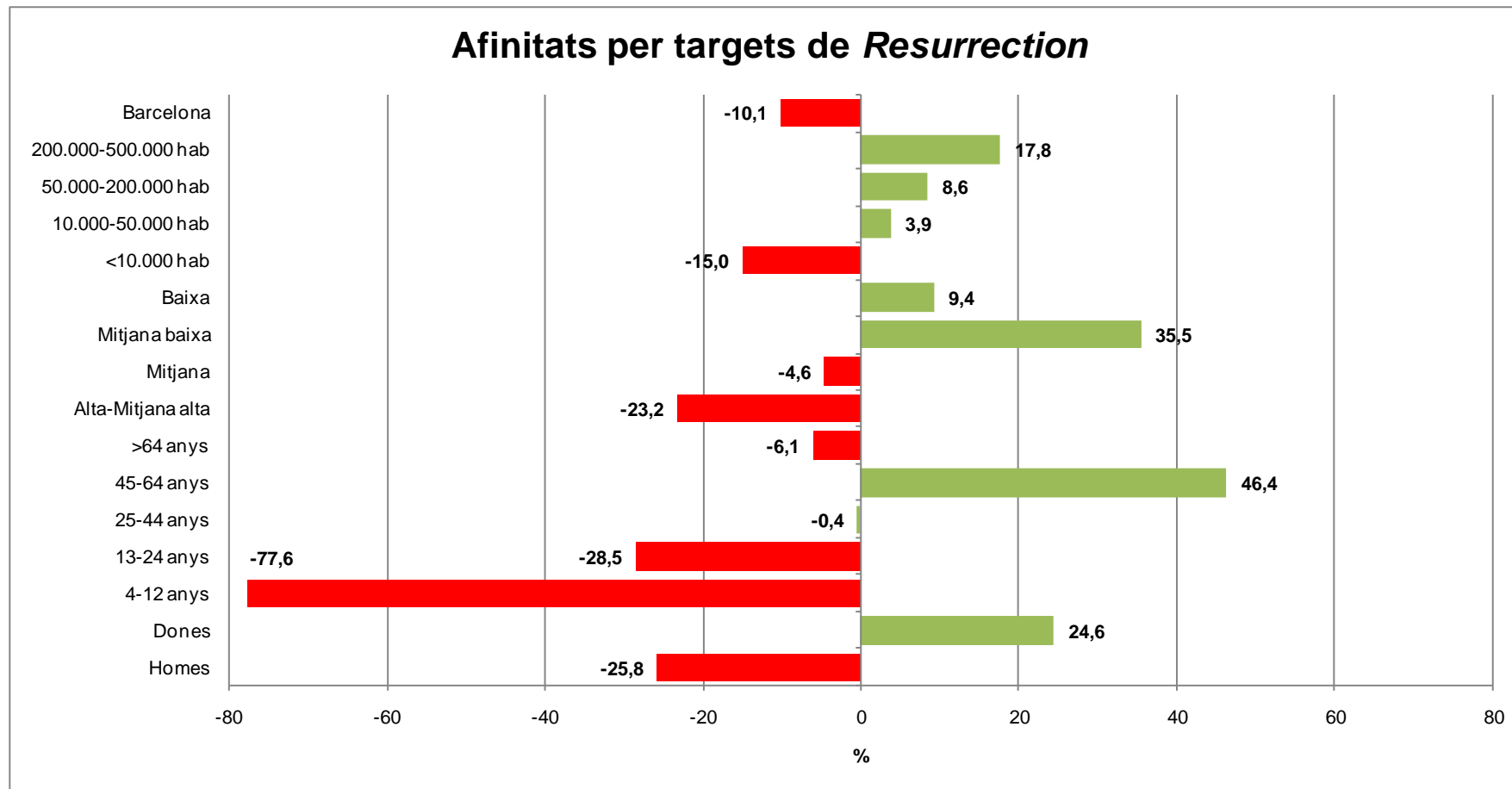
3. **El tiempo entre costuras.** Sèrie produïda per Boomerang TV i emesa a Antena 3 els dilluns en horari de *prime time*. Se'n van emetre 11 episodis amb una audiència mitjana de 503.000 espectadors i una quota de pantalla del 17,4%. Com indiquen els gràfics, el perfil de públic és sobretot femení, fins i tot més que el del conjunt de la cadena. Pel que fa a l'edat, destaca especialment l'alta afinitat de les persones majors de 64 anys, mentre que el públic infantil hi té una afinitat molt negativa. En relació amb la residència, l'afinitat de les persones residents en nuclis urbans d'entre 200.000 i 500.000 habitants és superior a la resta.



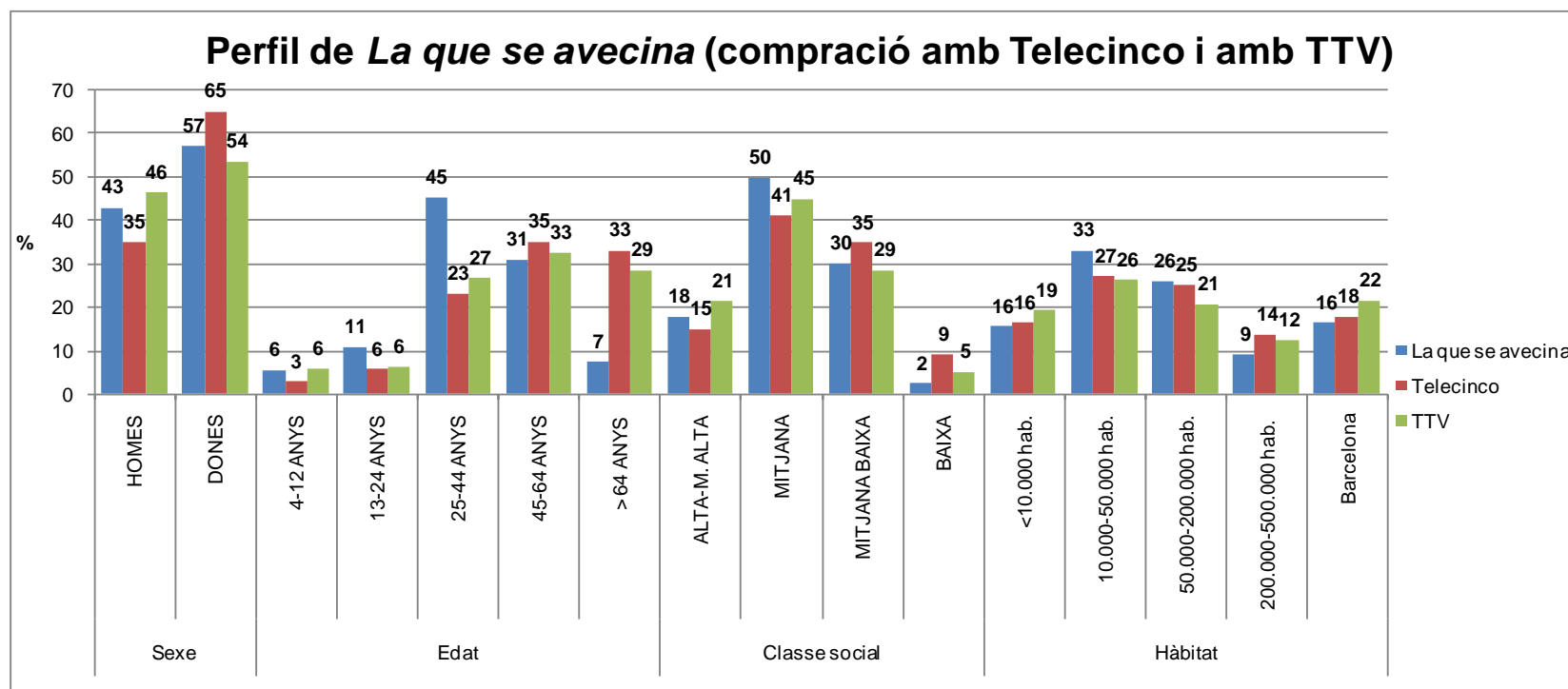


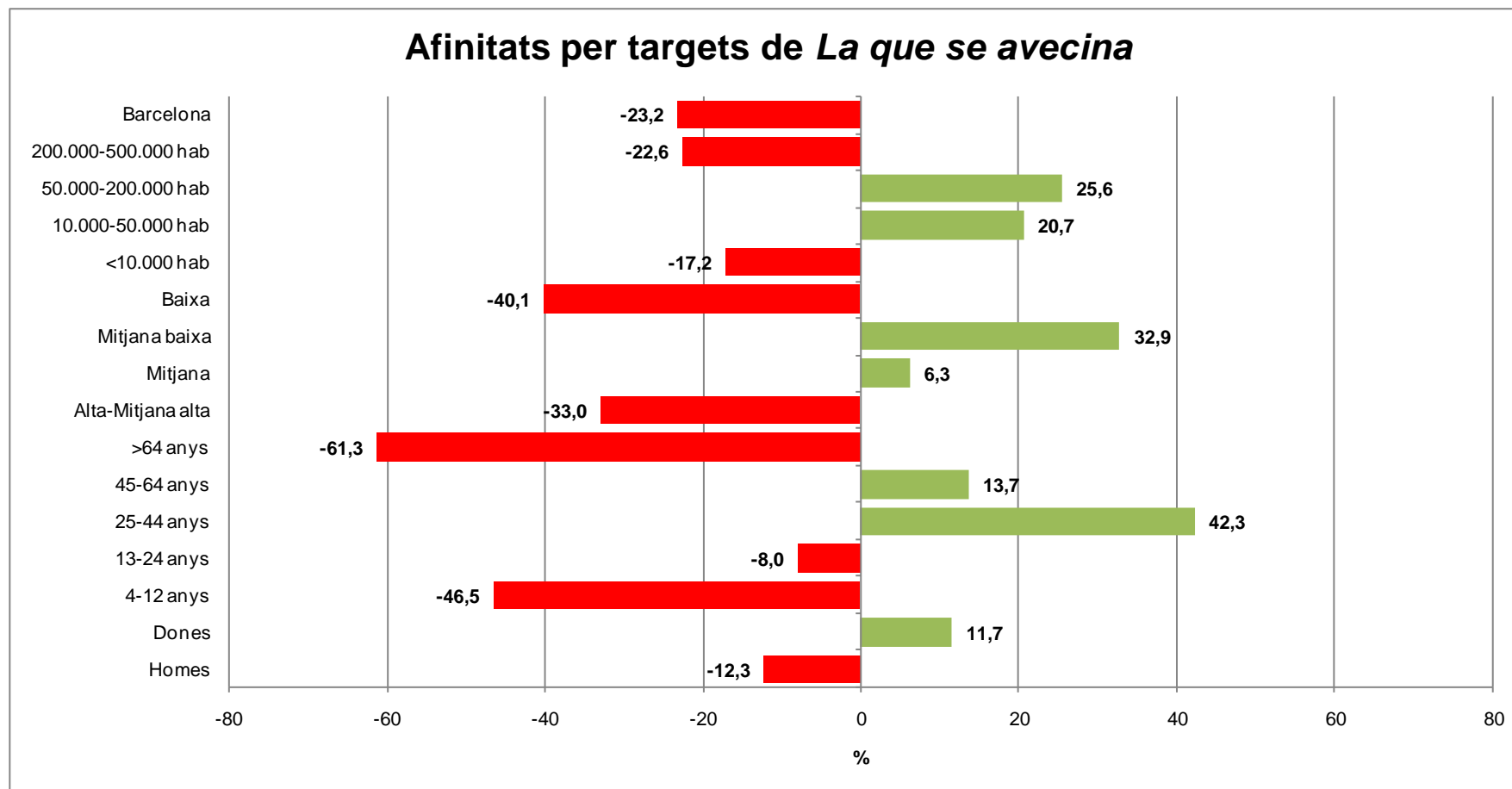
4. **Resurrection.** Sèrie nord-americana emesa originàriament a la cadena ABC. La primera temporada, integrada per 8 capítols, es va estrenar a Telecinco el 15 de maig de 2014 en horari de *prime time*. La sèrie va assolir una audiència mitjana de 493.000 espectadors i una quota de pantalla del 15,8%. El perfil de públic de la sèrie és una mica més masculí que el de la cadena, tot i que l'audiència és majoritàriament femenina. Pel que fa a l'edat, destaca el perfil de públic d'entre 45 i 64 anys, mentre que la classe social predominant és la mitjana. És notable, d'altra banda, l'afinitat negativa del públic infantil. En relació amb la zona de residència, i d'igual manera que en el cas del canal d'emissió, el públic majoritari habita en ciutats d'entre 10.000 i 50.000 habitants.



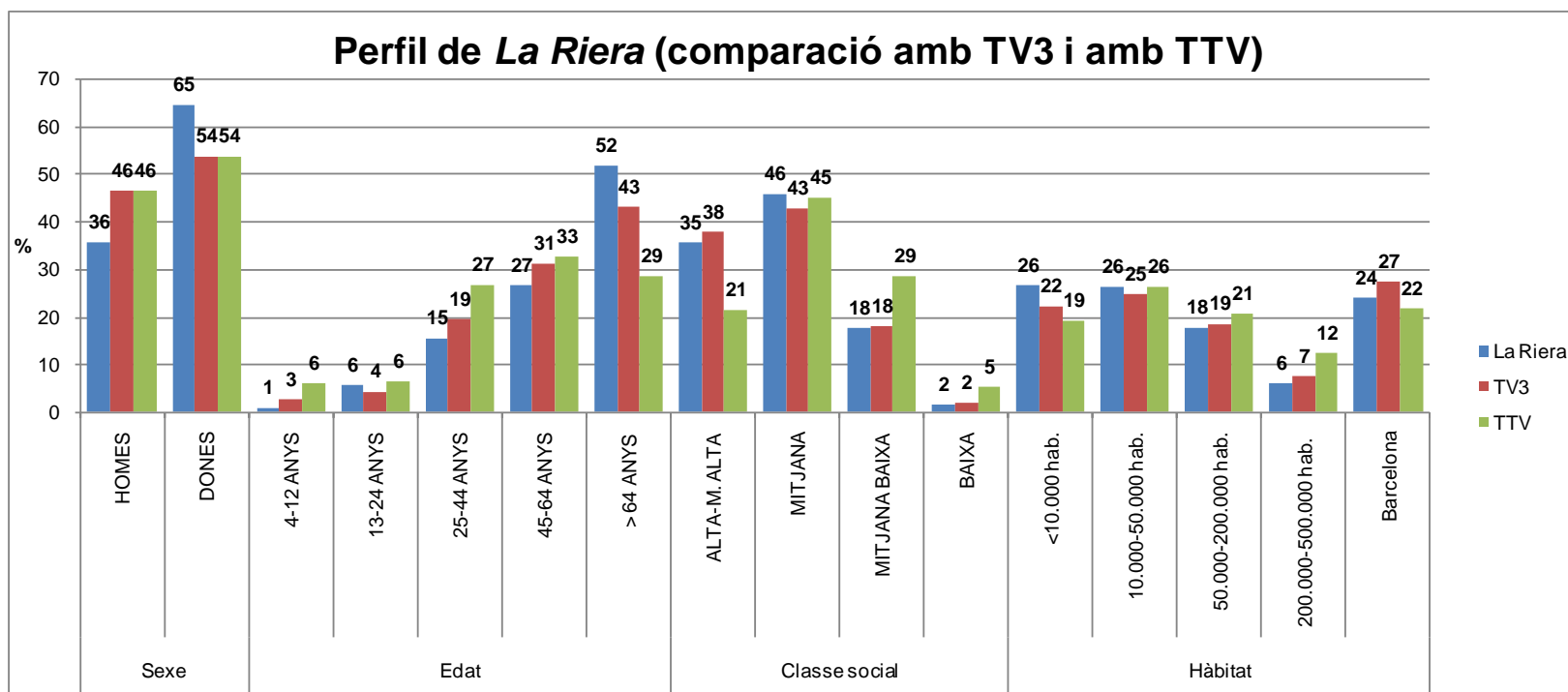


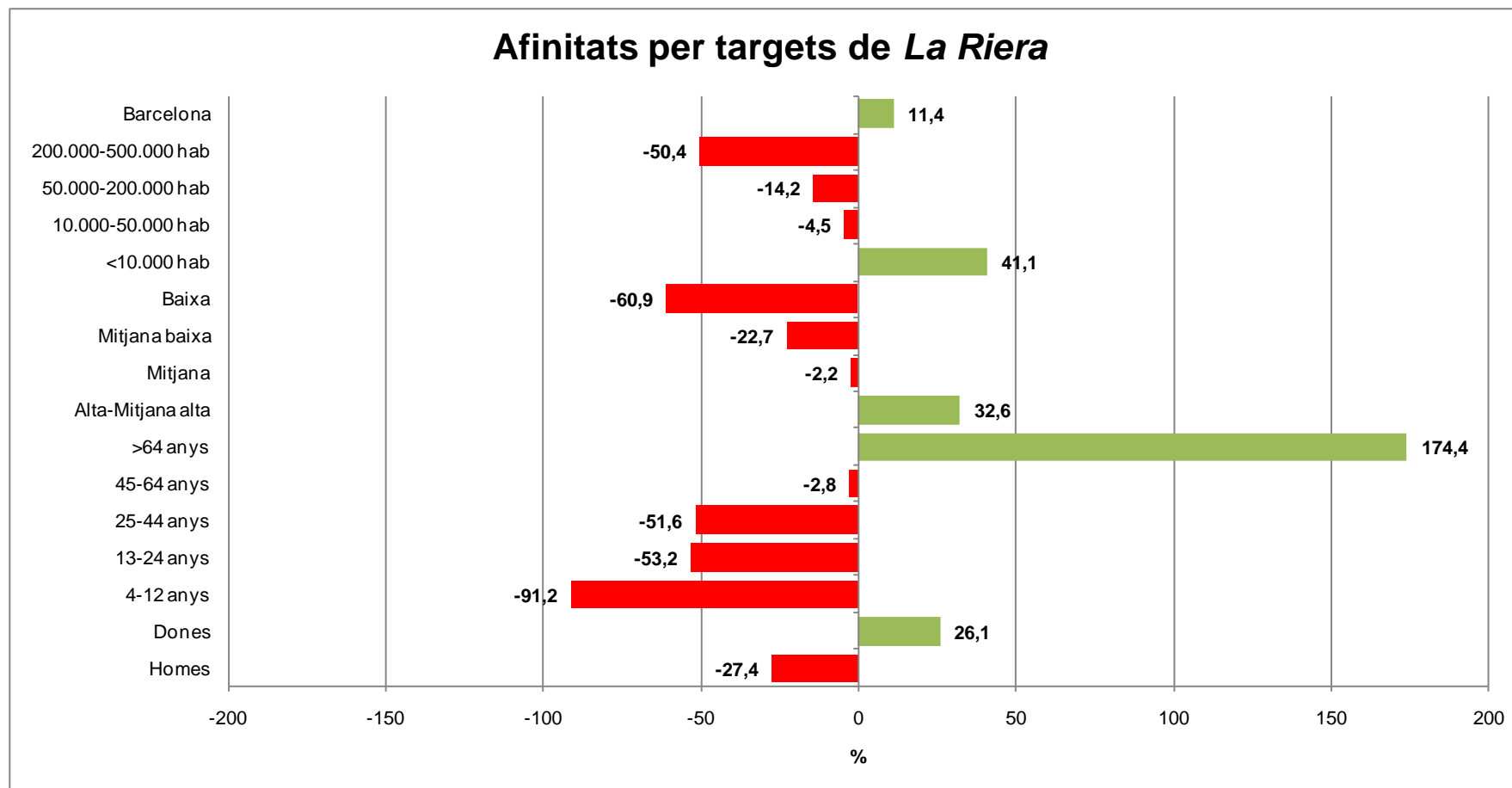
5. **La que se avvicina.** Sèrie de televisió produïda per Contubernio. Entre desembre de 2013 i març de 2014 es va emetre a Telecinco la setena temporada, de 13 capítols, i va aconseguir una audiència mitjana de 467.000 espectadors i una quota de pantalla del 16,1%. El públic femení hi té més pes, tot i que l'audiència masculina de la sèrie és molt superior a l'audiència masculina mitjana de Telecinco. Comprovem també que el perfil de públic és força més jove que el de la cadena d'emissió, destacant la franja d'edat dels 25 als 44 anys, mentre que l'afinitat del públic més gran de 64 anys és molt negativa. Des del punt de vista de les classes socials, predomina la classe mitjana. Per últim, el perfil del públic majoritari és de ciutats de 10.000 a 50.000 habitants, tal com succeeix amb el perfil general de Telecinco.



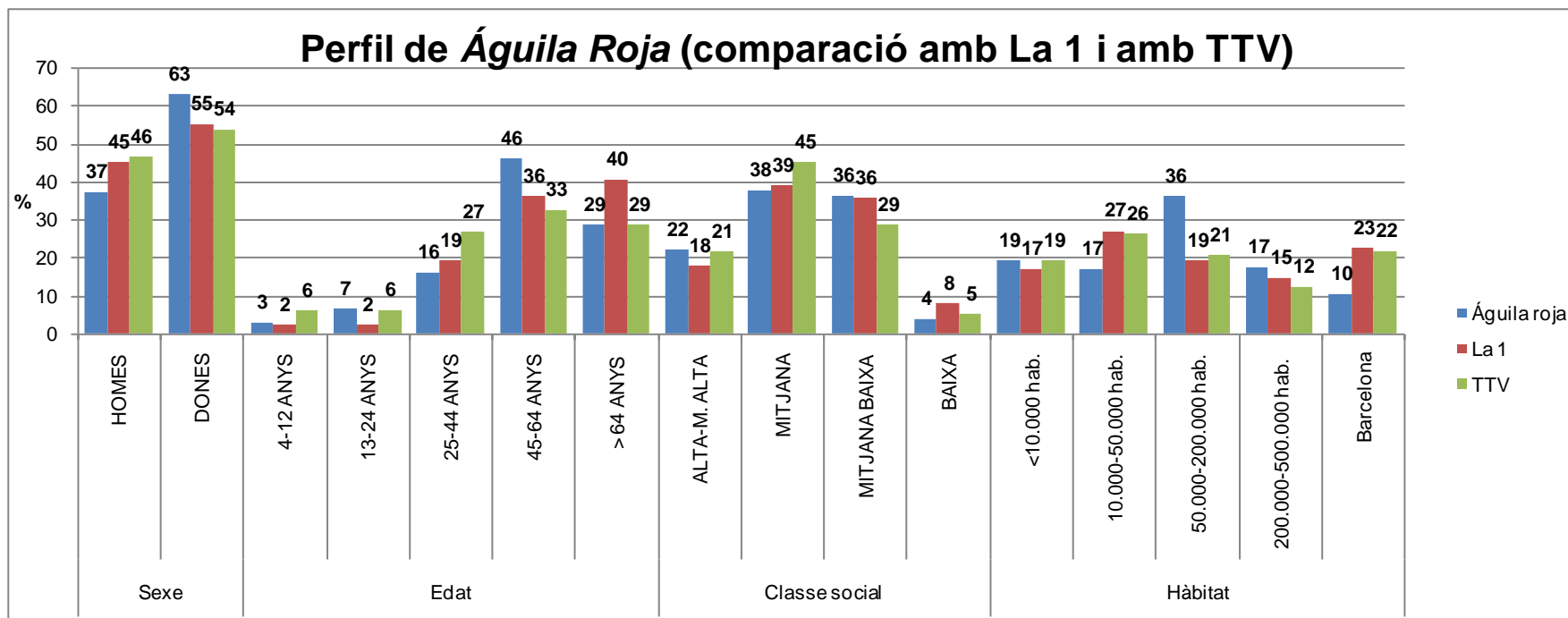


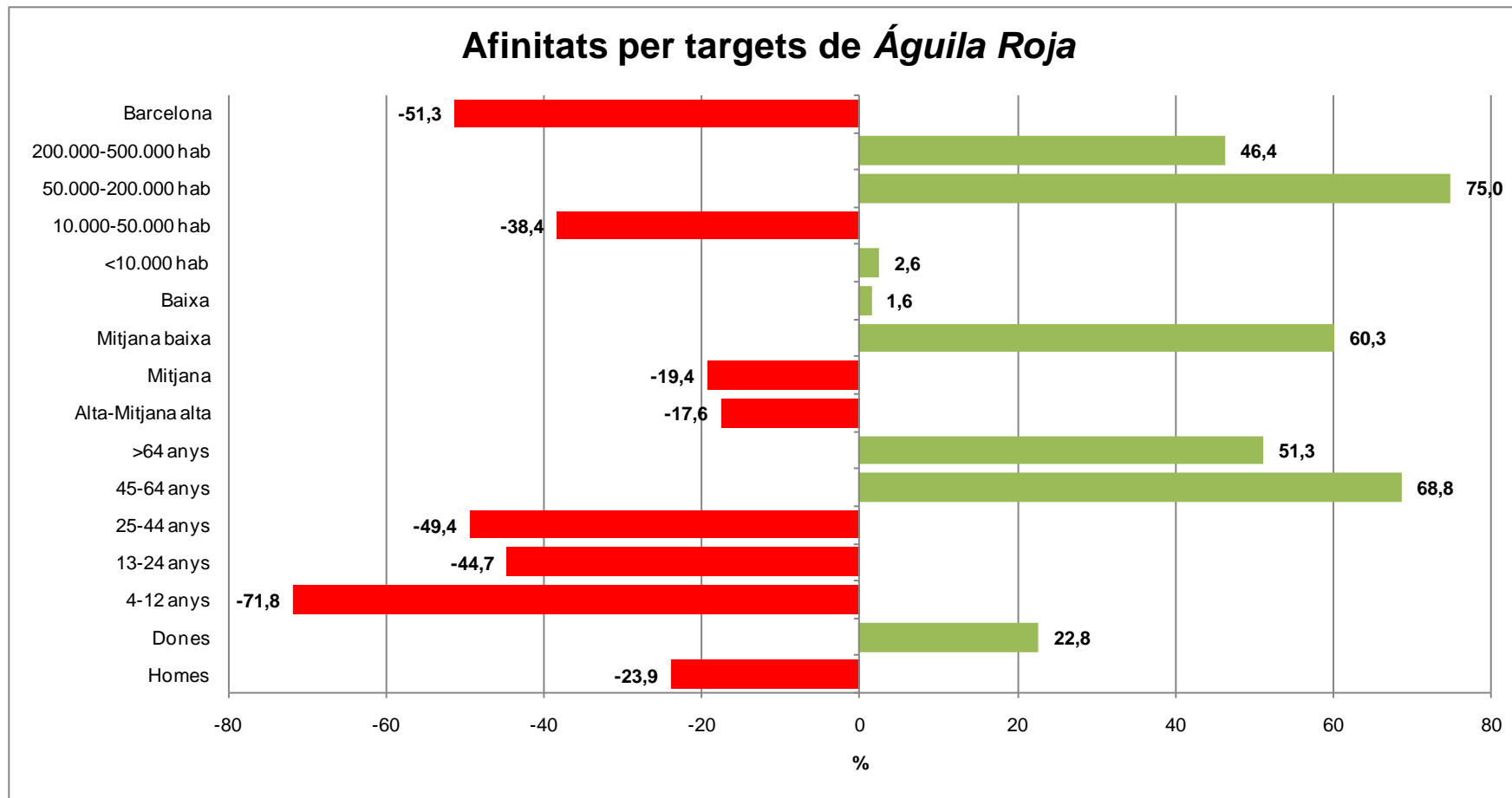
6. **La Riera.** Sèrie catalana produïda per Televisió de Catalunya i emesa diàriament a les tardes. Durant la cinquena temporada, les 193 emissions van obtenir una audiència mitjana de 460.000 espectadors i una quota de pantalla del 23,9%. El perfil de públic de la sèrie és especialment femení, mentre que el públic masculí és inferior al del conjunt de TV3. A més, també observem que el perfil de públic és menys jove que el de la cadena, tot i que aquesta ja té un perfil general d'edat avançada. De fet, l'afinitat de les persones més grans de 64 anys és molt alta. Pel que fa a les classes socials, el perfil de públic majoritari es troba a la classe mitjana, mentre que l'afinitat negativa de la classe baixa és destacable. En relació amb la residència, ressaltem l'afinitat negativa de les persones que viuen en nuclis de 200.000 a 500.000 habitants.



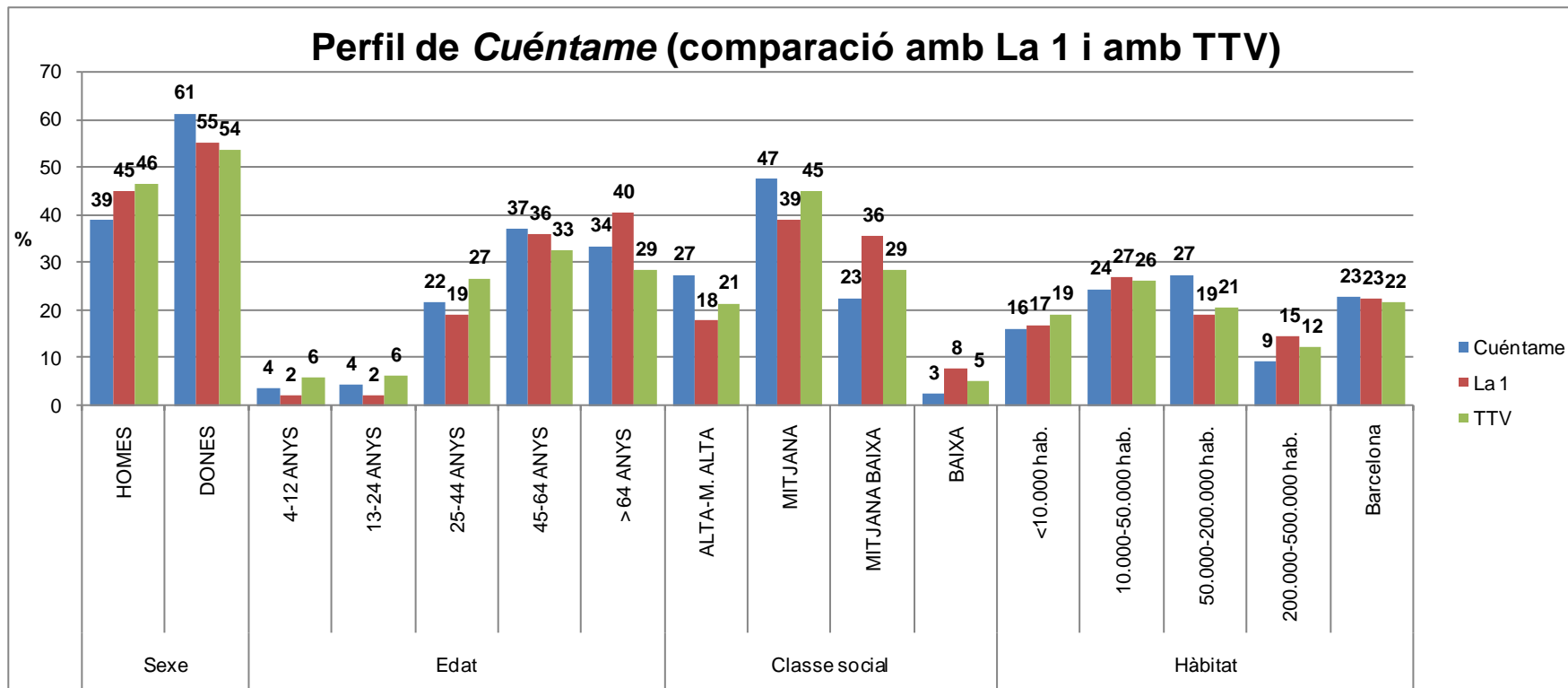


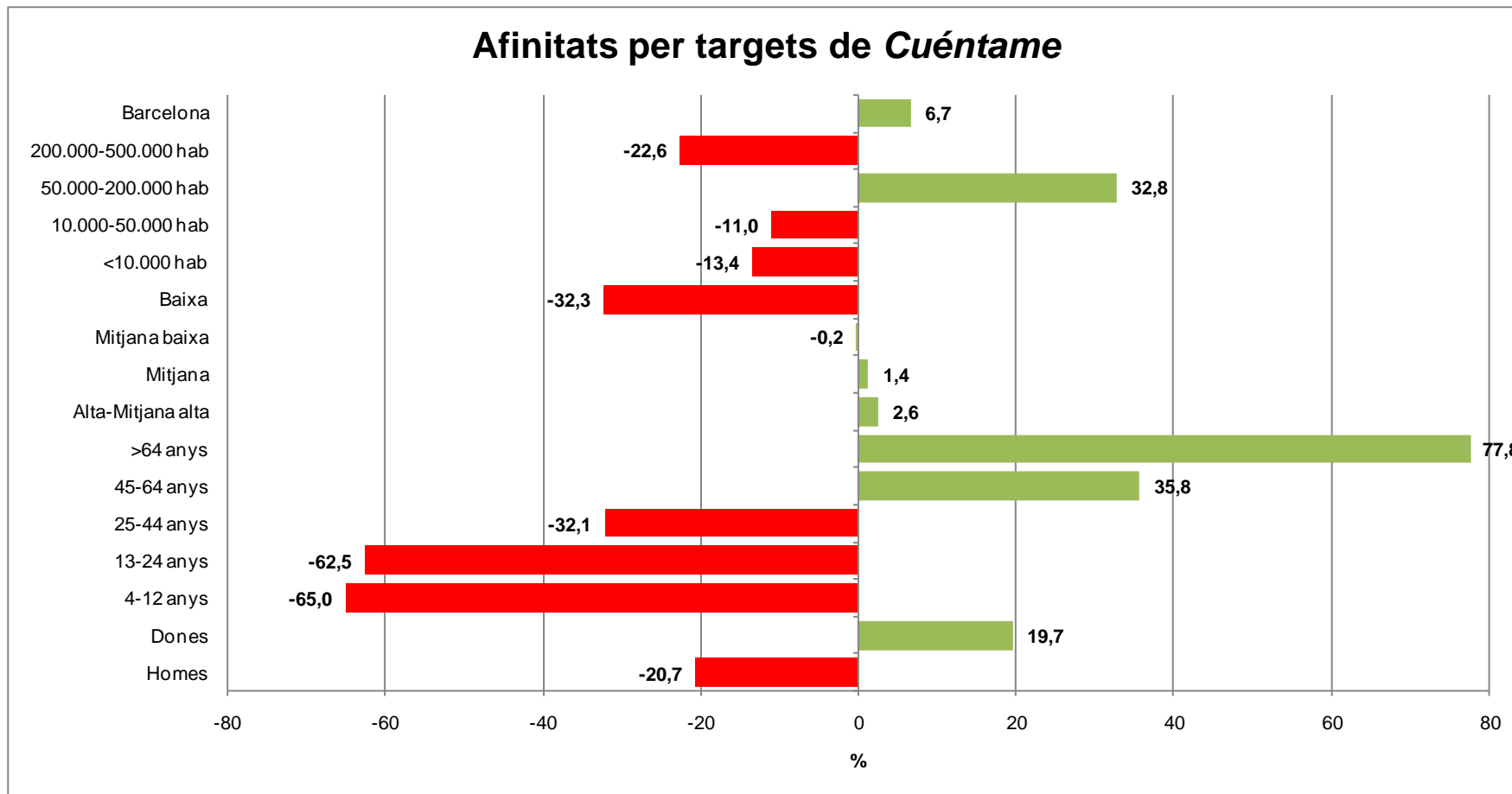
7. **Águila roja.** Sèrie produïda per Globomedia que porta diverses temporades en *prime time* a La 1. Durant la cinquena temporada, els 11 capítols de la sèrie van arribar a una audiència mitjana de 388.000 espectadors i a una quota de pantalla del 13,4%. El perfil de públic és clarament femení, fins i tot més que el del conjunt de la cadena, i té una edat compresa entre els 45 i els 64 anys. És principalment destacable l'alta afinitat negativa del públic infantil. La classe social predominant és la mitjana i la mitjana baixa, assimilant-se força al perfil de públic general de La 1. D'altra banda, l'afinitat de les persones residents en nuclis de 50.000 a 200.000 habitants és significativament alta.



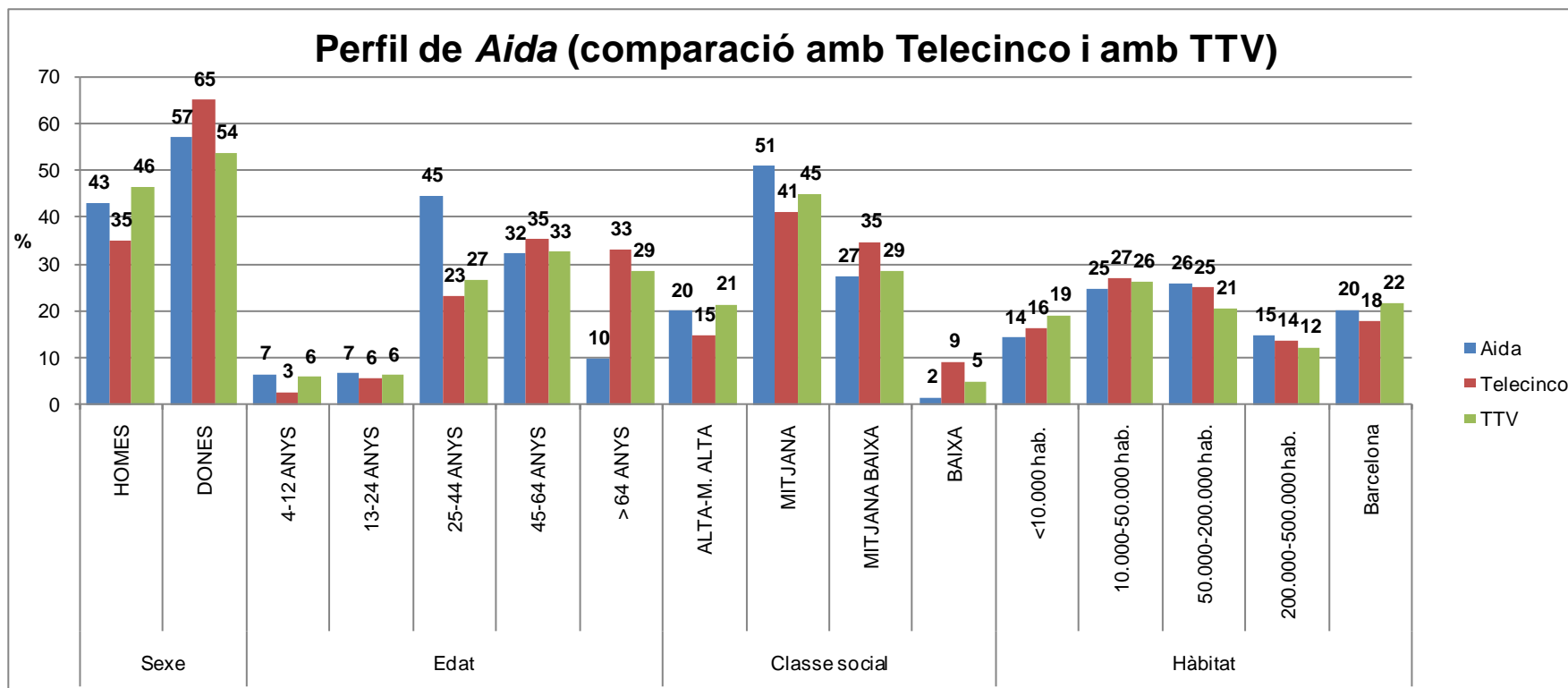


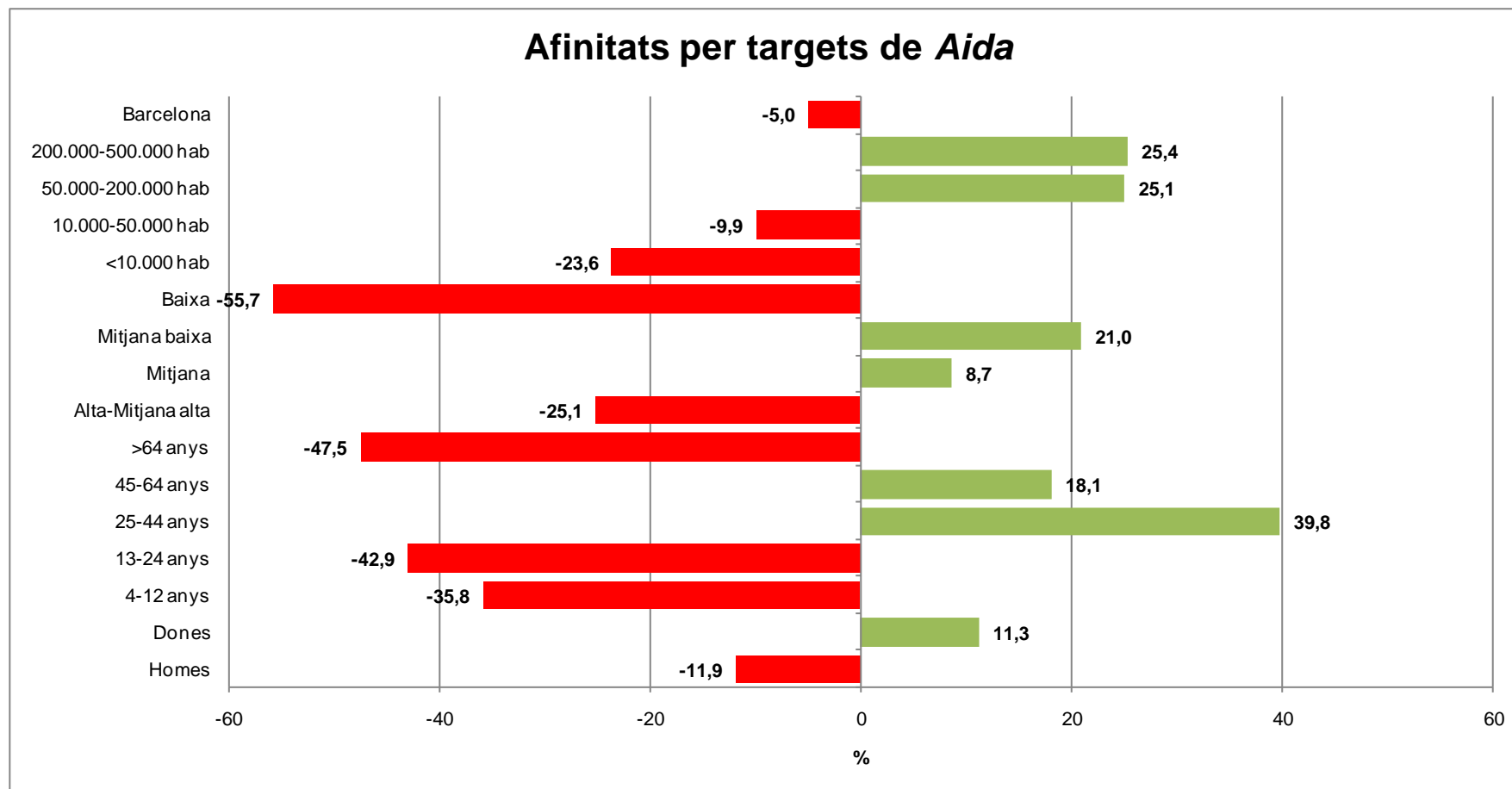
8. ***Cuéntame cómo pasó.*** Sèrie produïda per Grupo Ganga i que s'emet els dijous a la nit a La 1. *Cuéntame* porta 15 temporades en antena. La darrera temporada, emesa entre el 16 de gener i el 5 de juny de 2014 i de 19 capítols, va obtenir una audiència mitjana de 358.000 espectadors i una quota de pantalla de l'11,6%. El perfil de públic és femení, encara més que el perfil global de la cadena d'emissió. Sobre l'edat, despunta una mica la franja compresa entre els 45 i els 64 anys, però també és notòria l'alta afinitat de les persones més grans de 64 anys. En canvi, els públics infantil i juvenil tenen una alta afinitat negativa. Per últim, el perfil de públic és de classe mitjana i resideix en zones d'entre 50.000 i 200.000 habitants. No hi ha afinitats altes en aquestes categories.



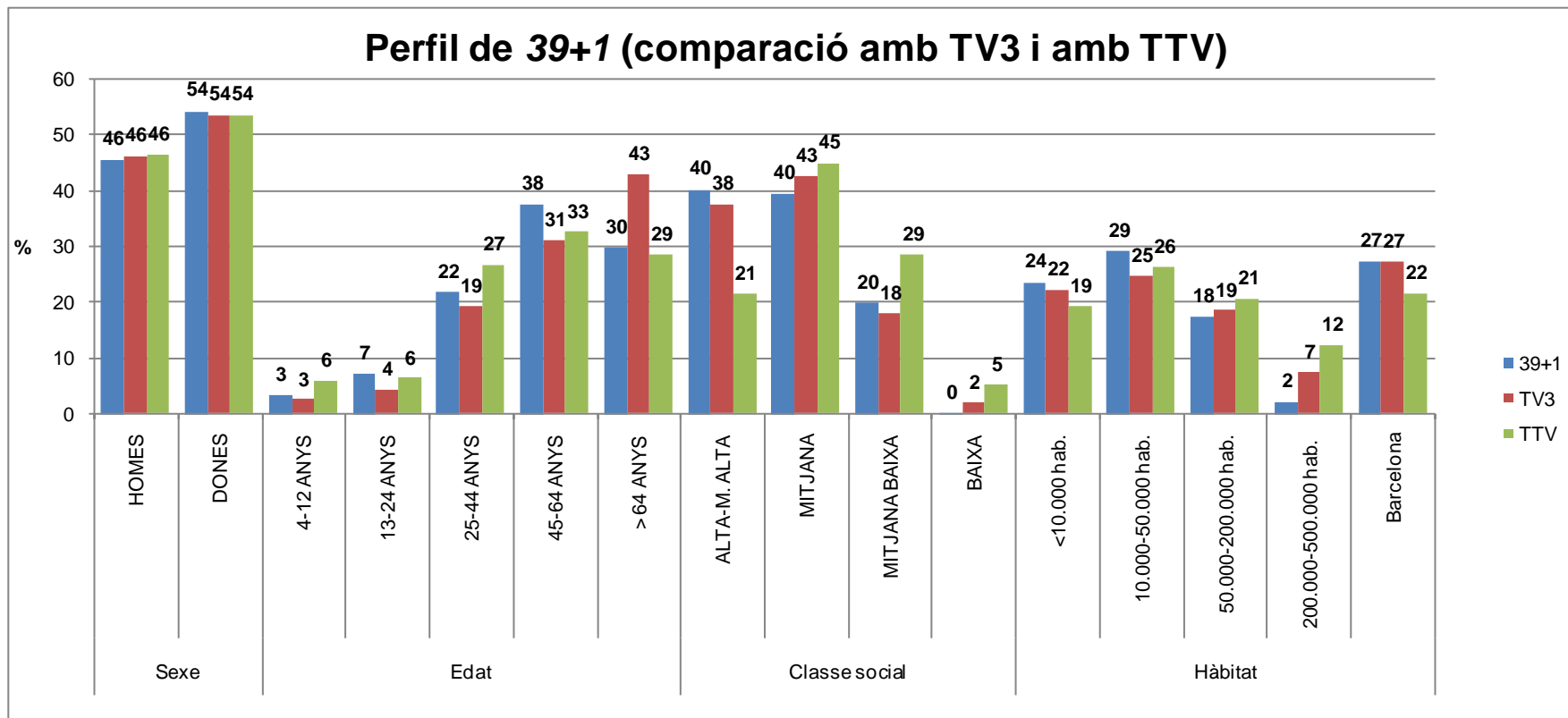


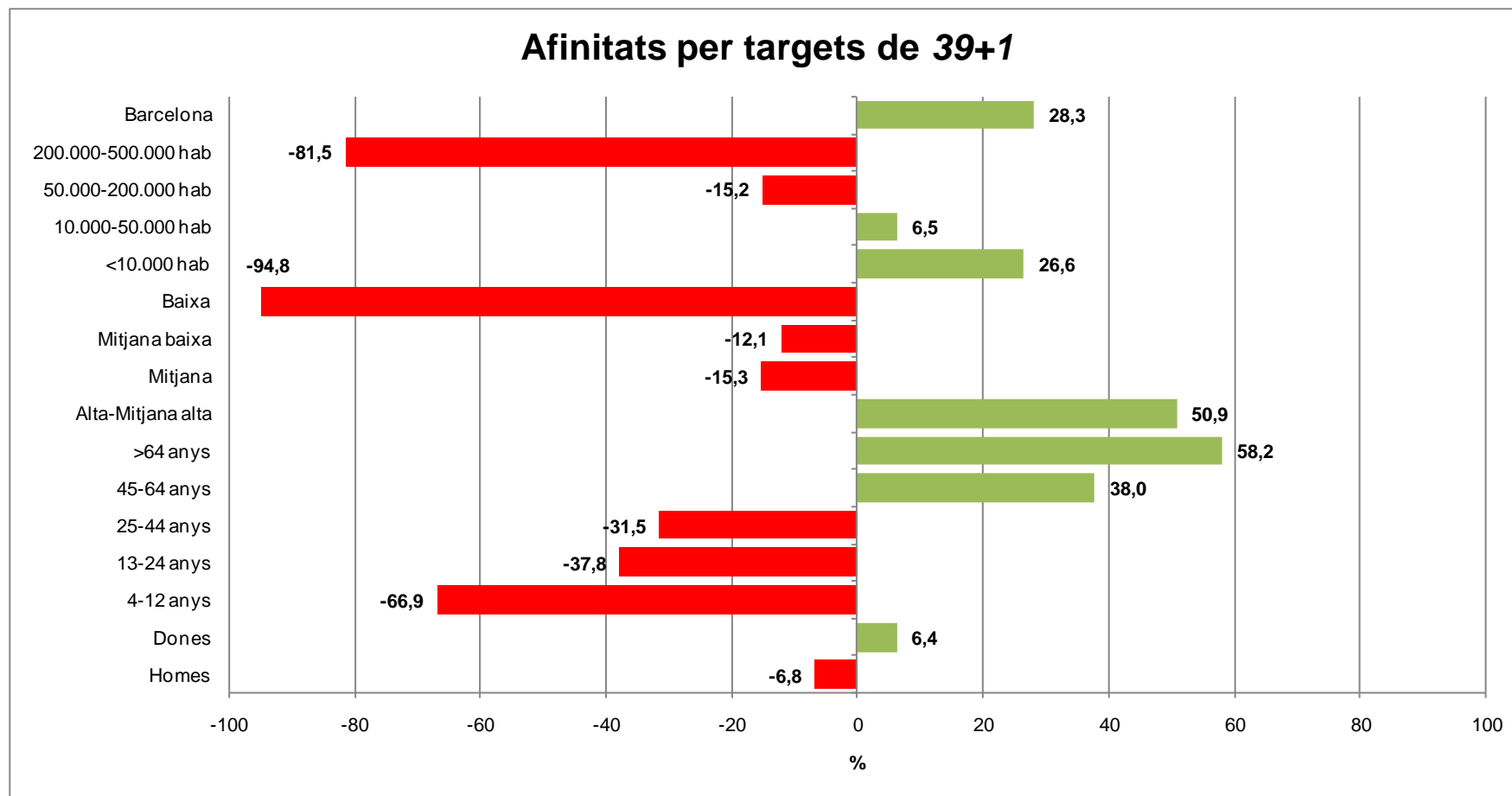
9. **Aída.** Sèrie produïda per Globomedia que va acomiadar-se de l'audiència el 8 de juny de 2014, després de 10 temporades a Telecinco. Durant la darrera temporada, de 39 capítols, l'audiència mitjana va ser de 343.000 espectadors i la quota de pantalla de l'11,2%. El perfil de públic és més femení, però menys que el del canal de televisió. Així doncs, el públic masculí de la sèrie és més alt que el de Telecinco en el seu conjunt. A més, observem que es tracta d'un perfil de públic força més jove que el de la cadena d'emissió i de classe mitjana. Destaca l'afinitat negativa alta de les persones de classe baixa. Pel que fa a la zona de residència, el perfil de públic no presenta grans variacions respecte del de Telecinco i habita, sobretot, en espais d'entre 10.000 i 200.000 habitants.



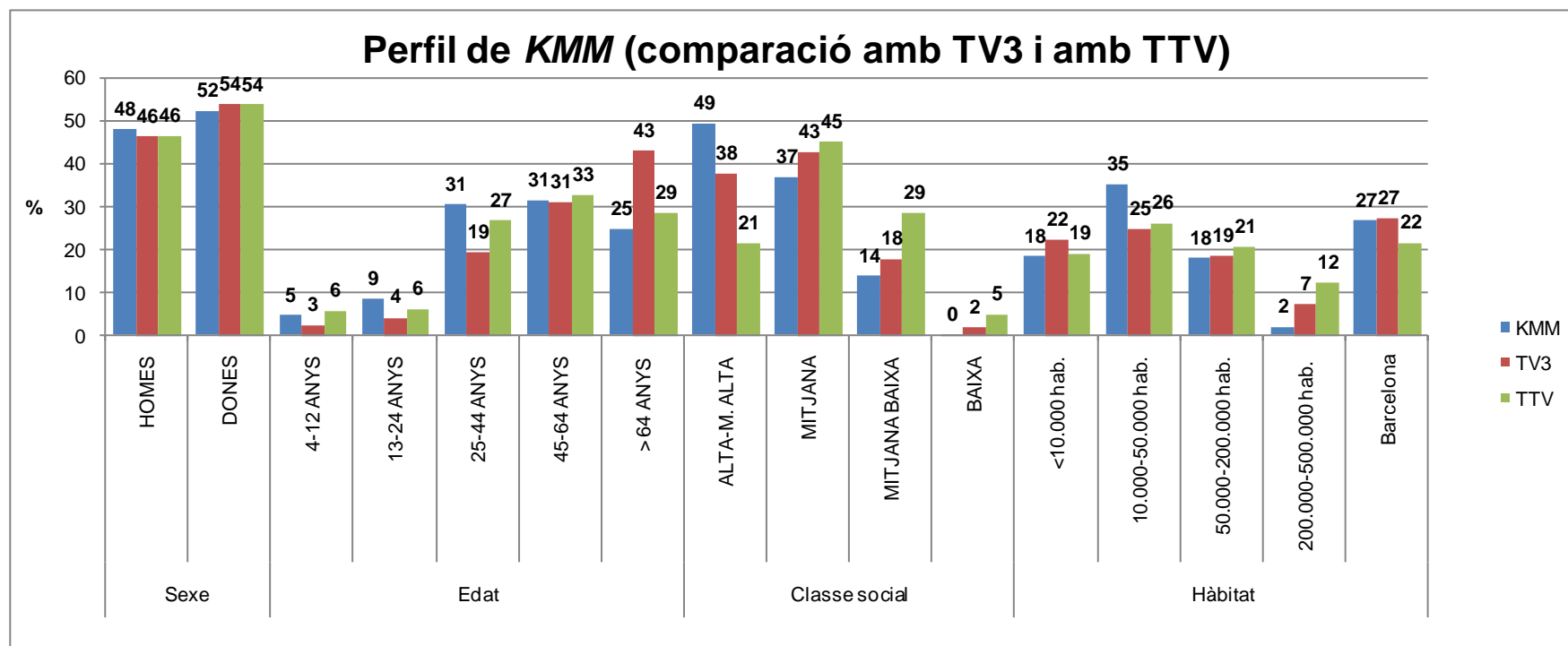


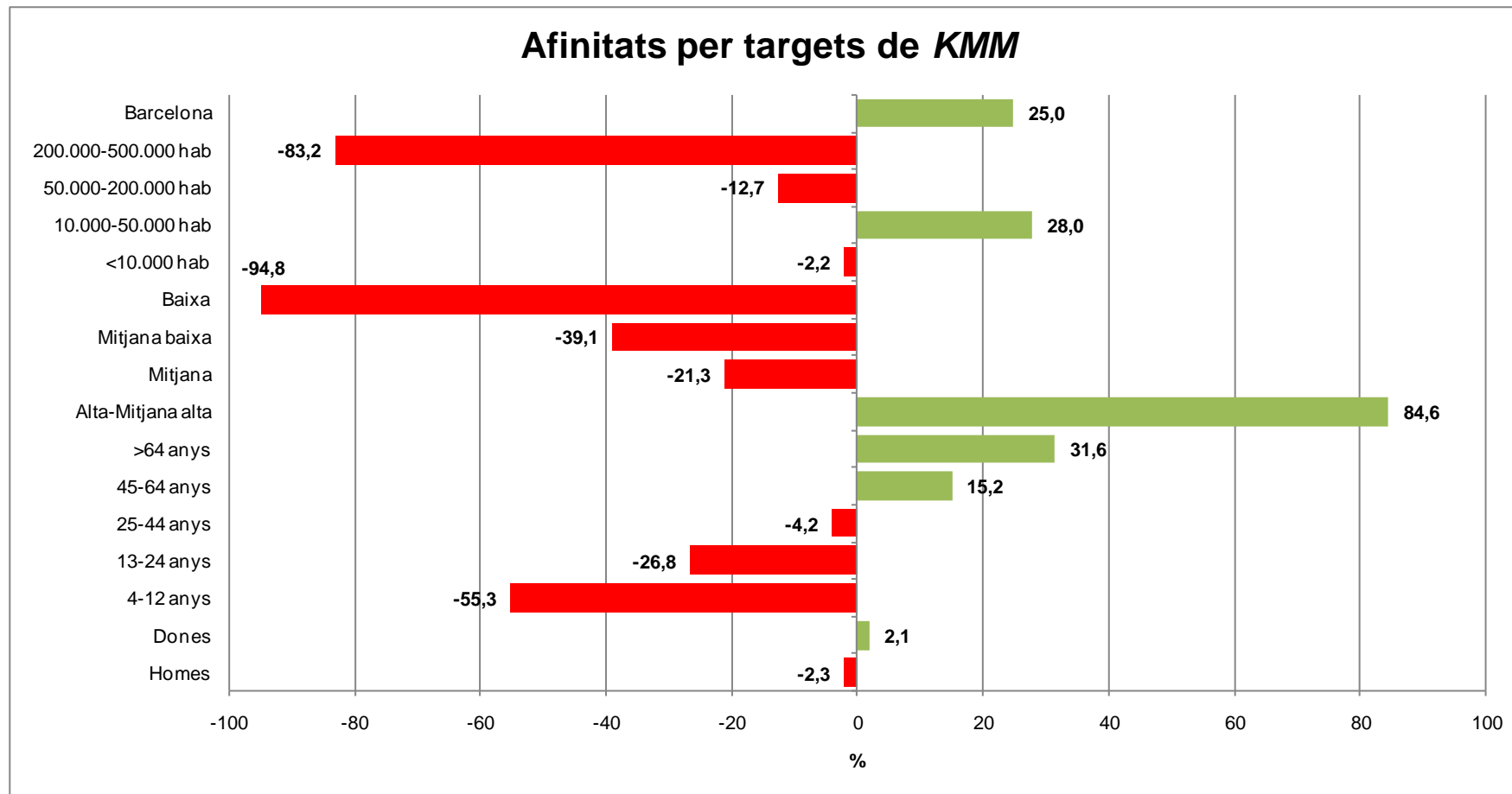
10. **39+1**. Sèrie produïda per Diagonal TV i per Televisió de Catalunya i emesa a TV3 els dilluns a la nit. Al llarg de 7 emissions va aconseguir una audiència mitjana de 330.000 espectadors i una quota de pantalla del 9,9%. Pel que fa al sexe de l'audiència, el perfil de públic de la sèrie és idèntic al del conjunt de TV3 i al del total de la televisió. D'altra banda, el perfil de públic és d'una edat que oscil·la entre els 45 i els 64 anys i de classe social alta i mitjana. De fet, destaca especialment l'alta afinitat negativa del públic infantil i de les persones de classe social baixa. En l'altre extrem, trobem afinitats positives altes de les persones més grans de 64 anys i de classe social alta o mitjana alta. En relació amb la zona de residència, el perfil de públic no pateix canvis substantius respecte el conjunt de TV3.



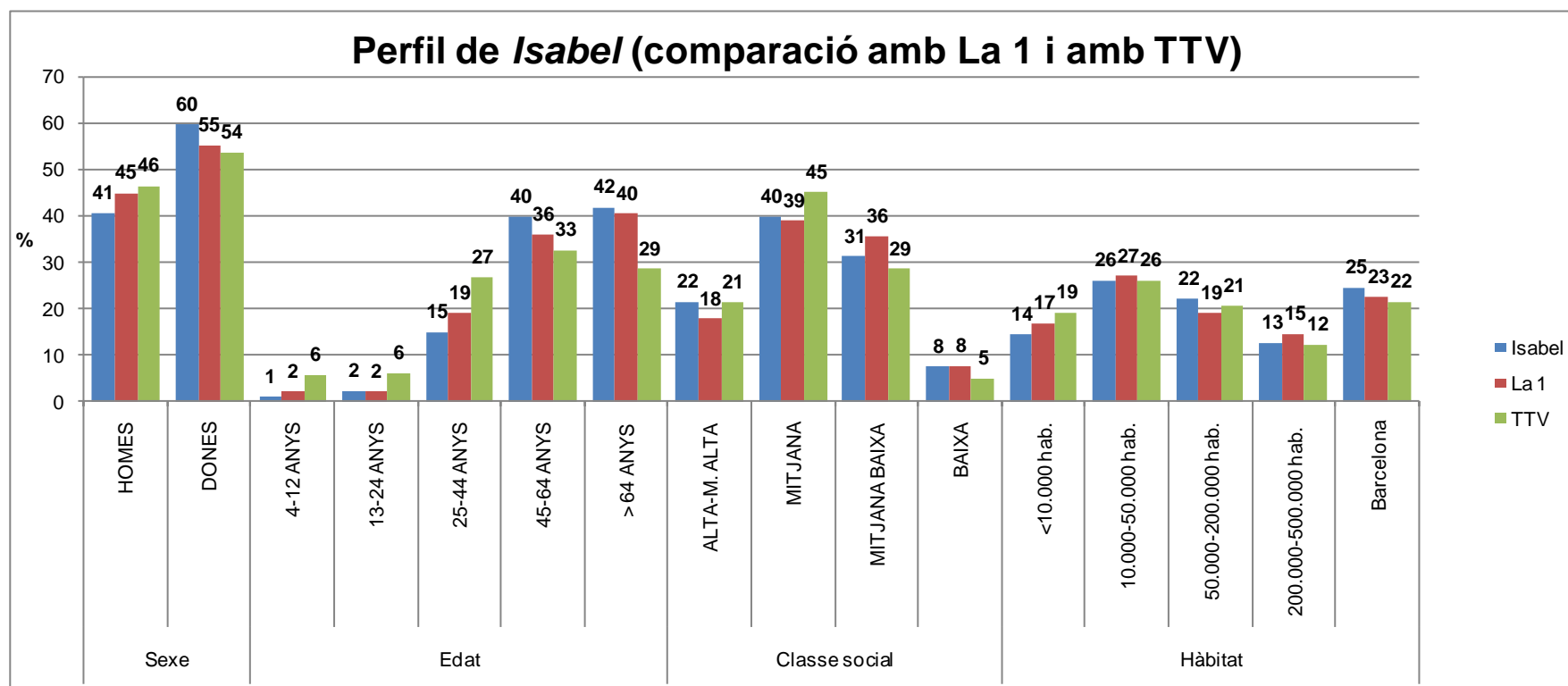


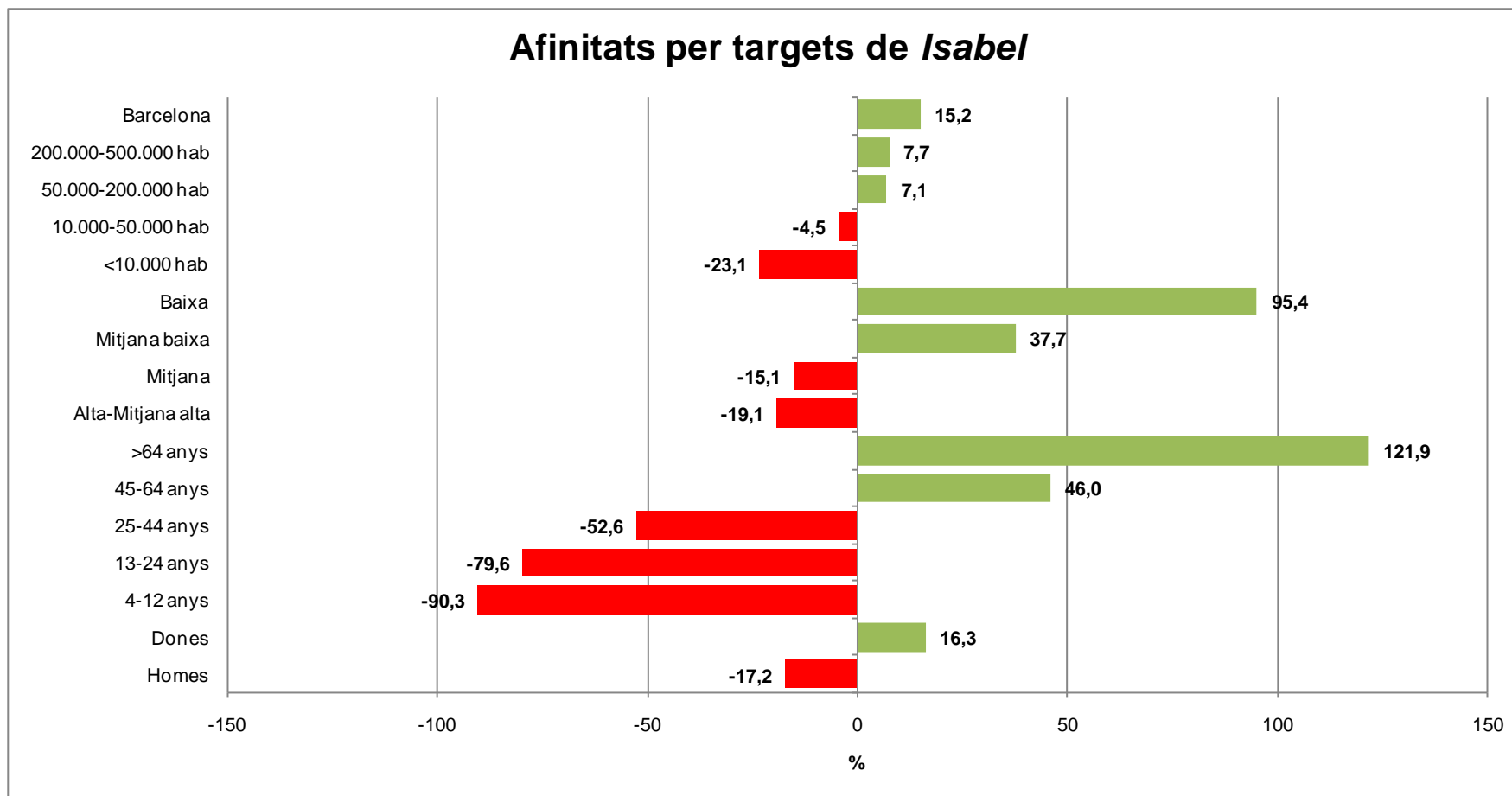
11. **KMM**. Sèrie produïda per Diagonal TV i Televisió de Catalunya. La tercera temporada, de 13 capítols, es va emetre a TV3 entre febrer i juny de 2014 en horari de *prime time* i va adquirir una audiència mitjana de 320.000 espectadors i una quota de pantalla del 10,9%. El perfil de públic és més femení, tot i que obté unes xifres força igualades entre homes i dones. De fet, el perfil de públic d'aquesta sèrie és una mica més masculí que el de la totalitat de TV3. Centrant-nos en l'edat, el perfil de públic és d'una franja compresa entre els 25 i els 64 anys i cal subratllar l'afinitat negativa del públic infantil. Des del punt de vista de la classe social, l'afinitat negativa de la classe baixa és alta, mentre que la classe social alta o mitjana alta es caracteritza per una afinitat positiva alta. Per últim, és destacable també l'afinitat negativa alta de les persones que habiten en zones d'entre 50.000 i 200.000 habitants.



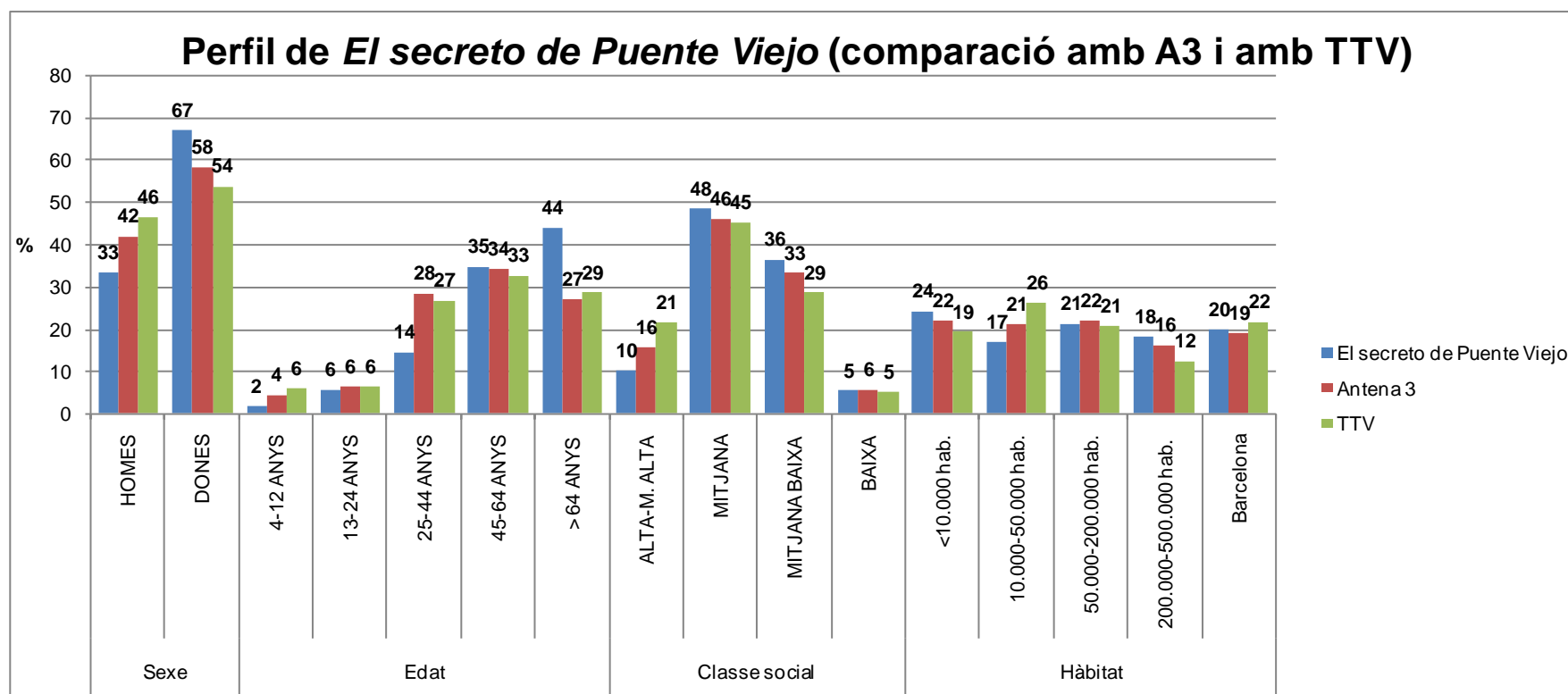


12. **Isabel.** Sèrie produïda per Diagonal TV i emesa a La 1 els dilluns a la nit. Durant la segona temporada, de 13 capítols, l'audiència mitjana va ser de 292.000 espectadors i la quota de pantalla del 9,3%. El perfil de públic és majoritàriament femení, d'edat avançada i de classe social mitjana. És notable l'afinitat negativa del públic infantil i jove, mentre que l'afinitat de les persones de més de 64 anys és molt alta. També cal assenyalar l'alta afinitat de les persones de classe social baixa. Pel que fa a la zona de residència, no hi ha grans diferències entre el perfil de públic d'*Isabel* i el de La 1.

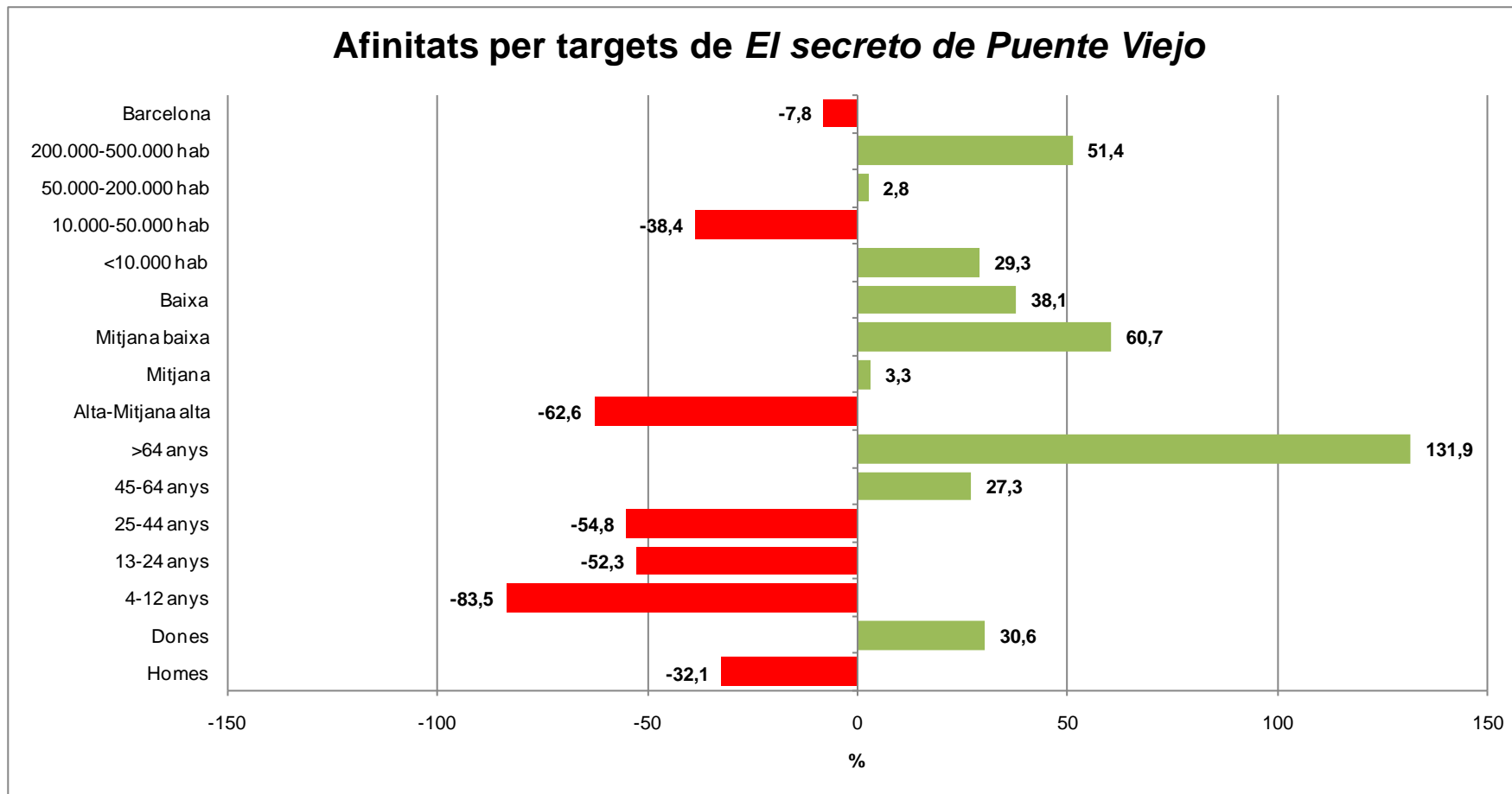




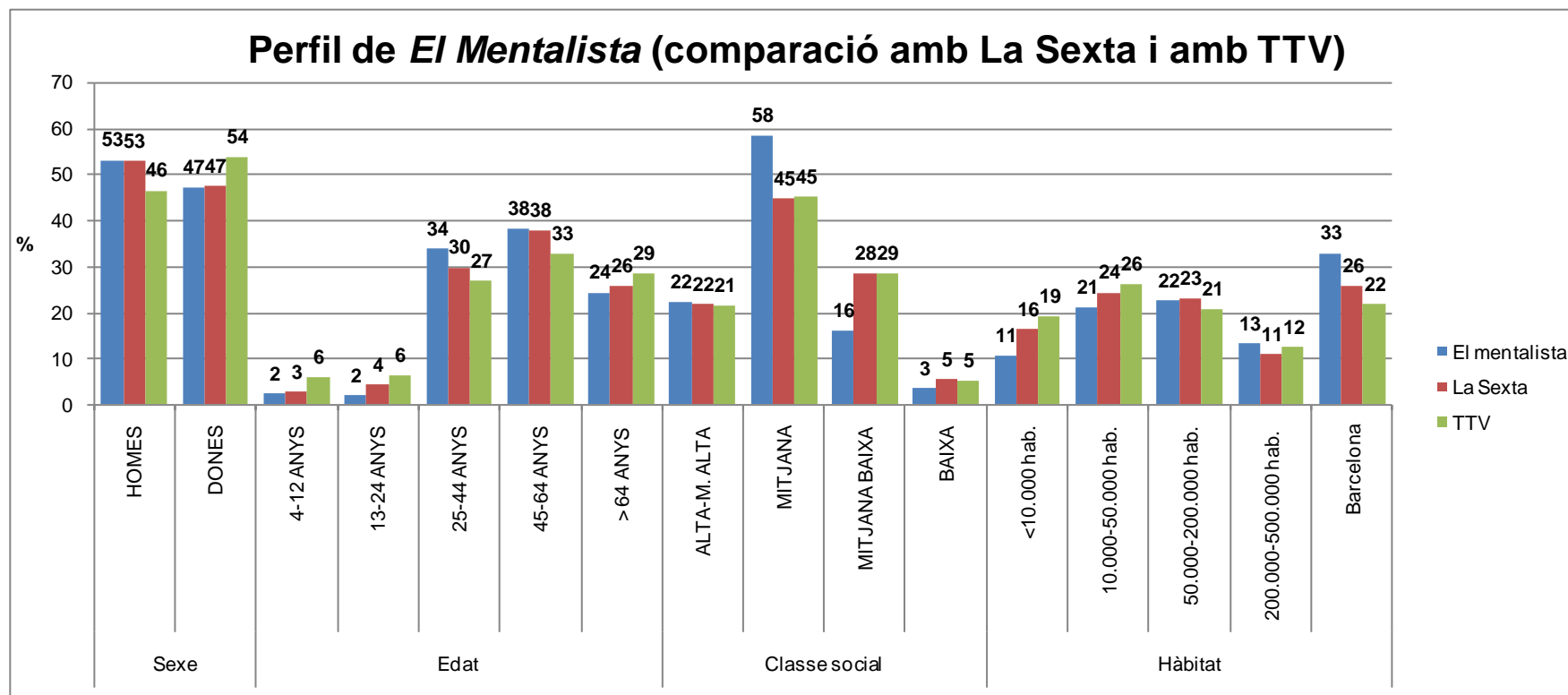
13. **El secreto de Puente Viejo**. Sèrie espanyola produïda per Boomerang TV i emesa a Antena 3 de dilluns a divendres a les tardes. En 209 emissions, va sumar una audiència mitjana de 257.000 espectadors i una quota de pantalla del 16,7%. El perfil de públic és clarament femení, d'una edat superior als 64 anys i de classe mitjana. De fet, observem una alta afinitat negativa del públic infantil i una molt alta afinitat positiva del públic més gran de 64 anys. També són sensiblement altes les afinitats de les persones de classe social mitjana-baixa i de les que resideixen a zones d'entre 200.000 i 500.000 habitants.

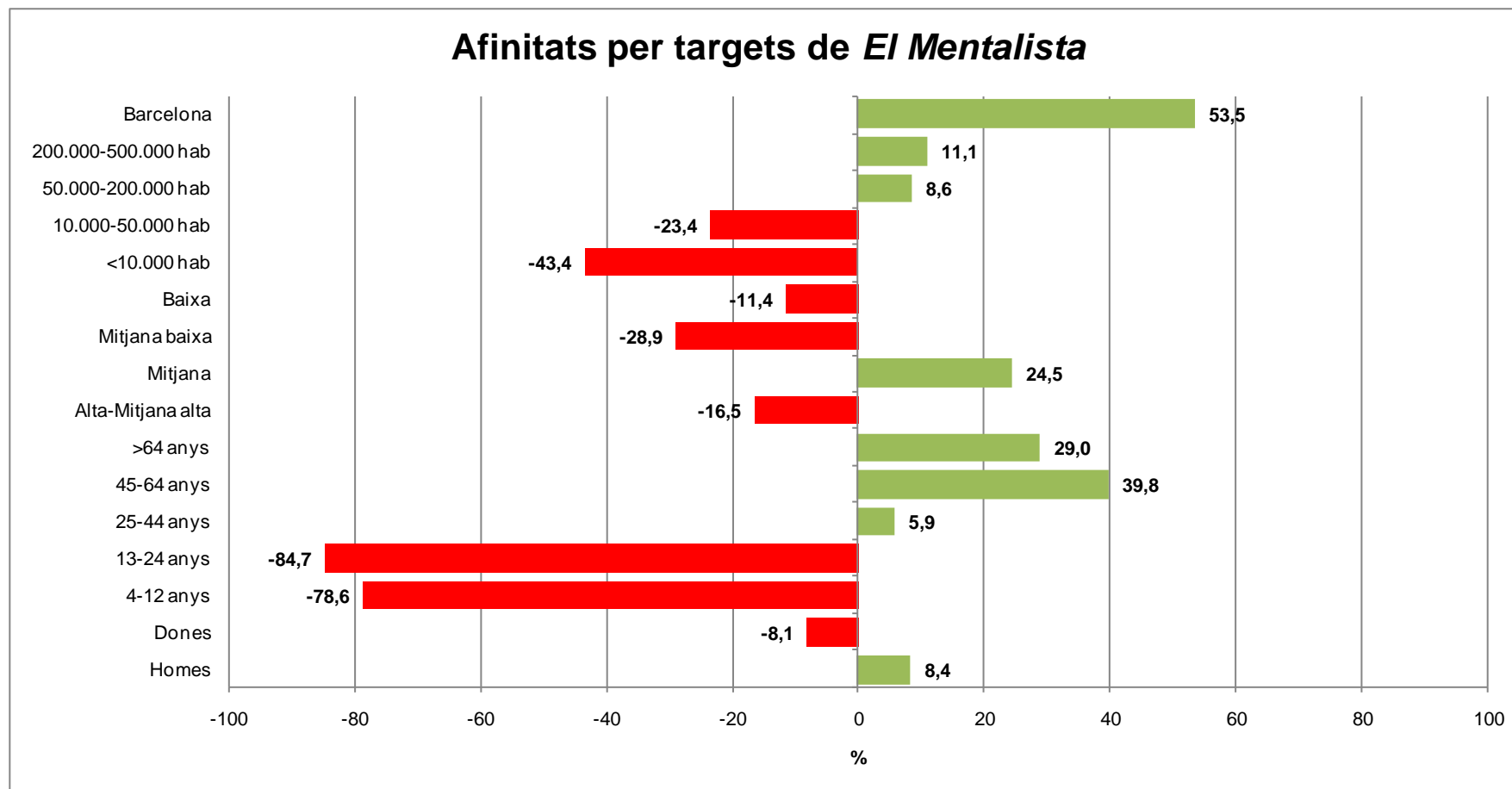


Afinitats per targets de *El secreto de Puente Viejo*

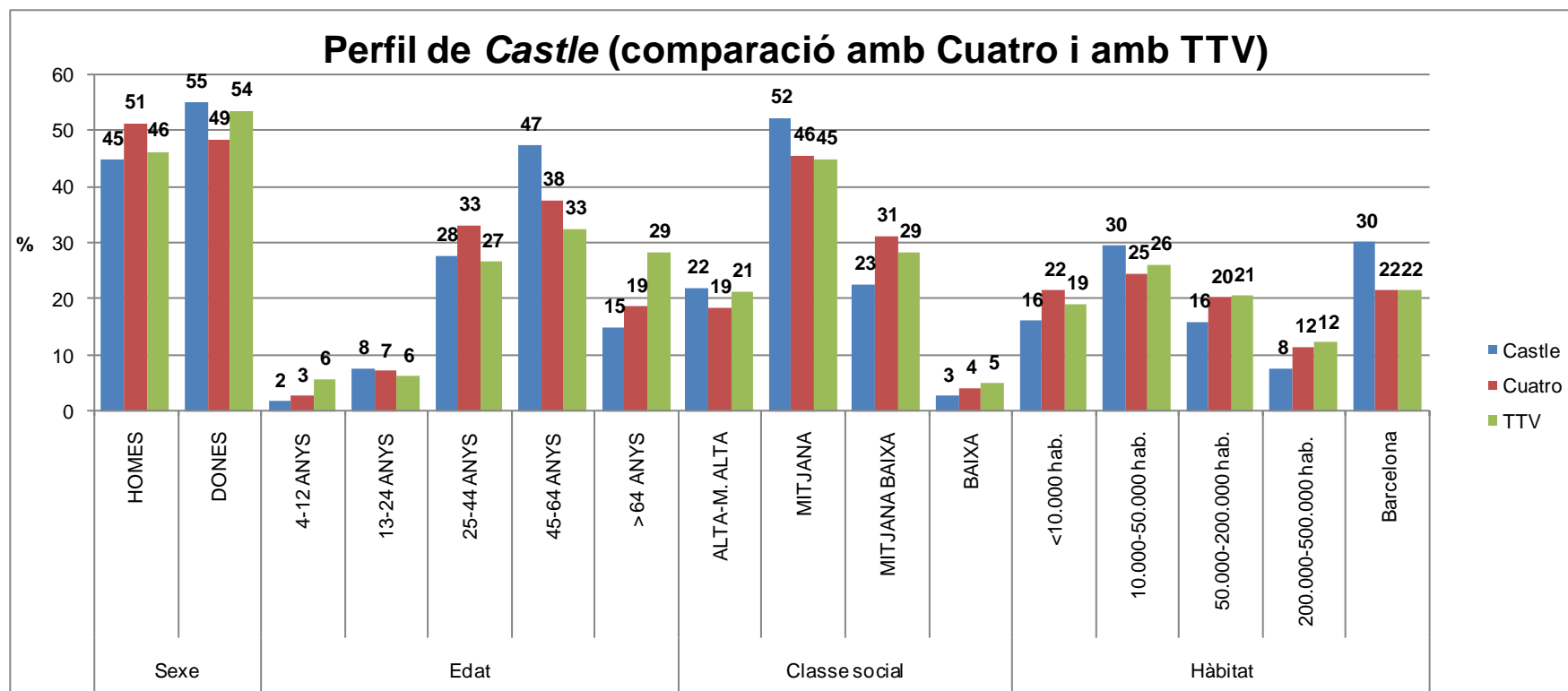


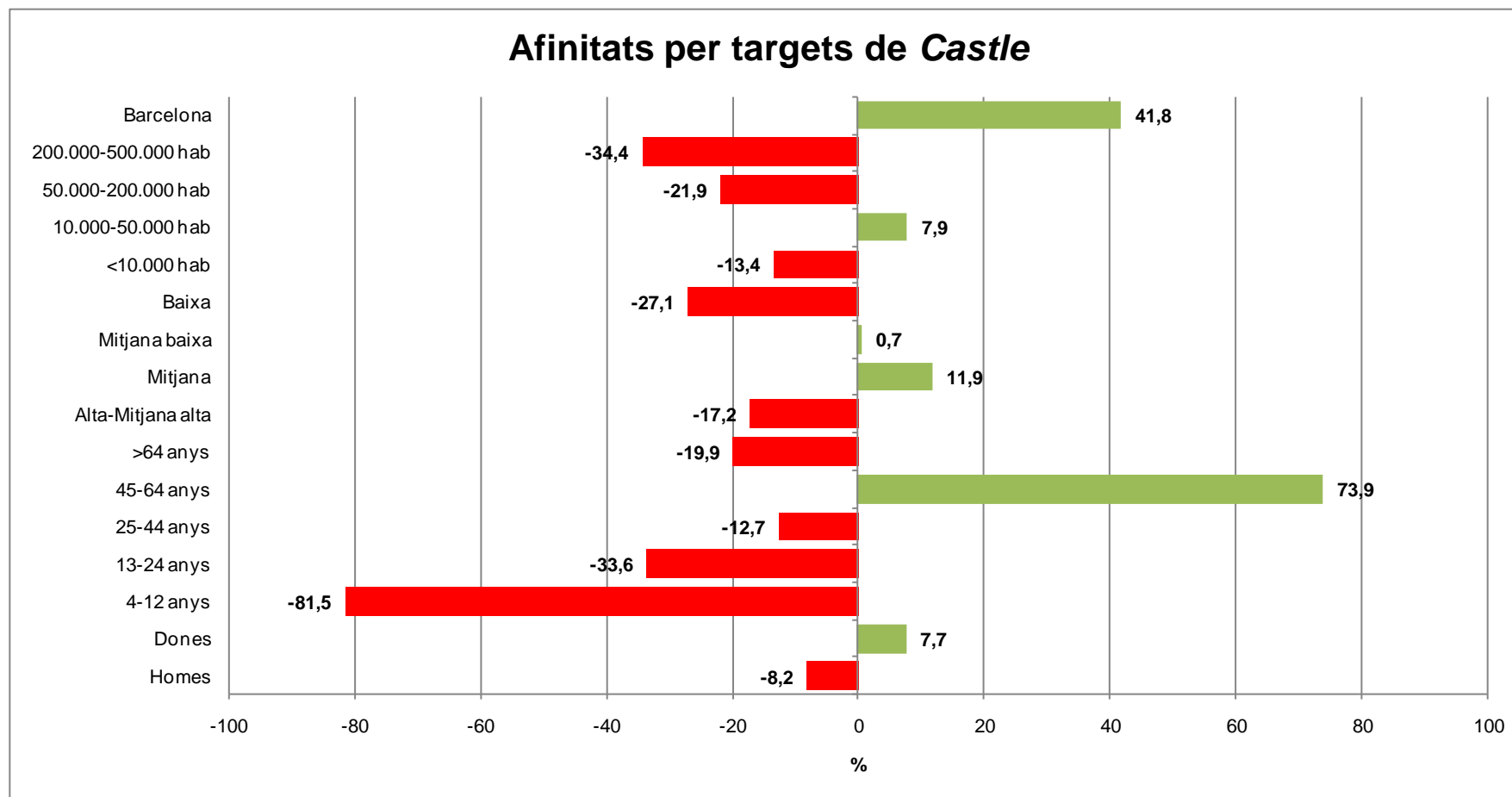
14. **El mentalista.** Sèrie dels Estats Units que va estrenar-se a La Sexta l'any 2009 en horari de *prime time*. La temporada 2013-14 l'audiència mitjana va arribar als 255.000 espectadors i la quota de pantalla al 8,7% al llarg de 22 emissions. El perfil de públic és exactament idèntic al de La Sexta en quant al gènere. De fet, La Sexta és la cadena amb el perfil de públic més masculí de les analitzades. D'altra banda, el perfil de públic d'aquesta sèrie és, principalment, de mitjana edat i de classe social mitjana. Les afinitats negatives són altes en el cas del públic infantil i juvenil, mentre que destaca l'afinitat positiva alta per als residents a Barcelona.



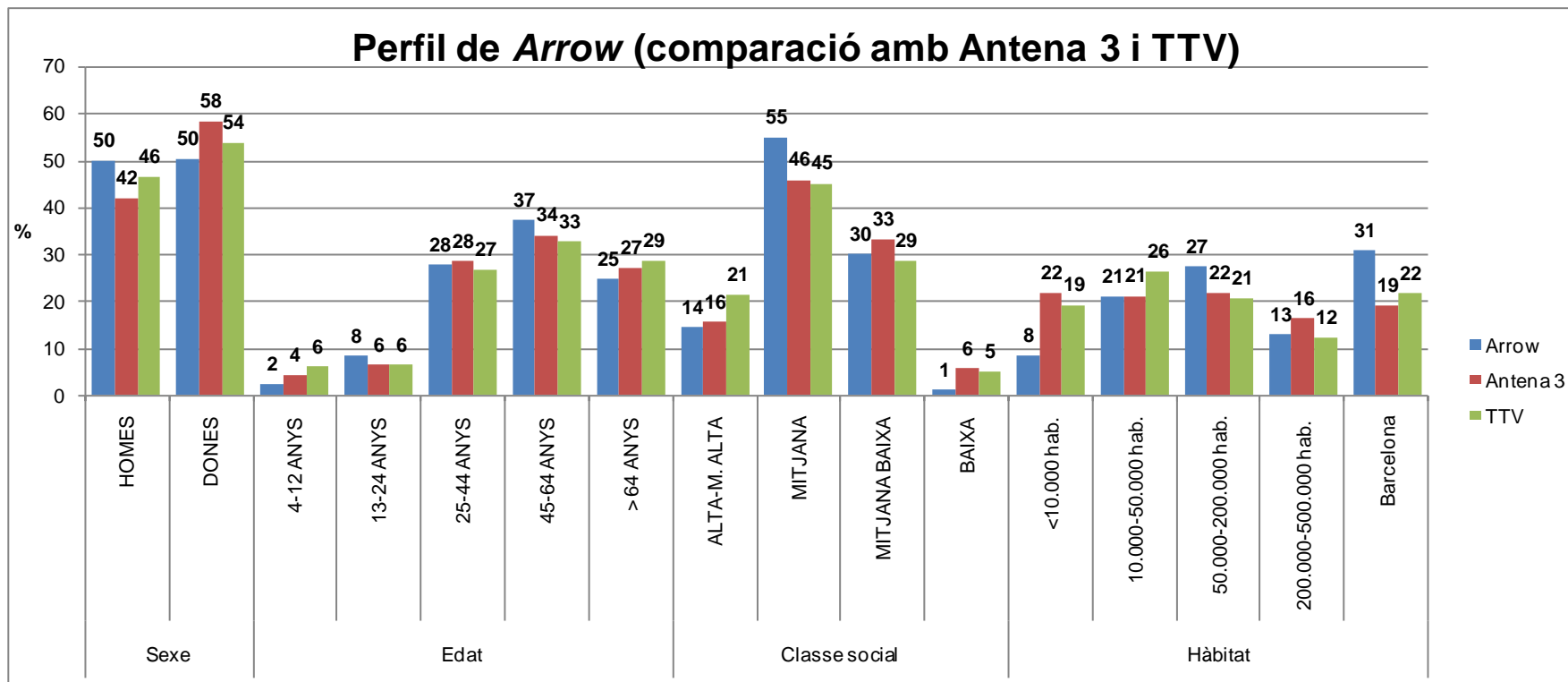


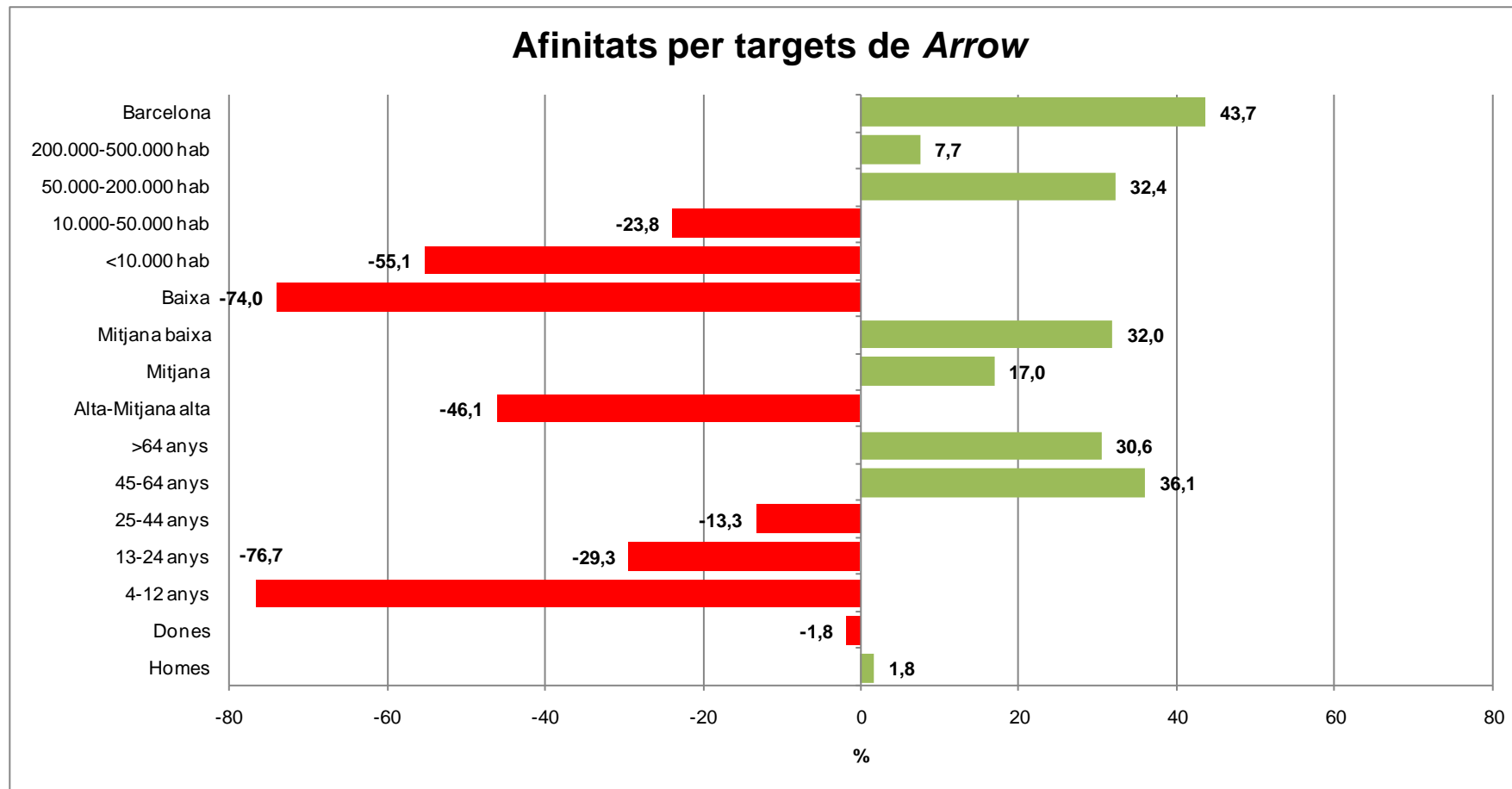
15. **Castle.** Sèrie dels Estats Units produïda per Beacon Pictures, Experimental Pictures i ABC Studios. A Espanya va ser comprada per Cuatro, que l'emet en horari de *prime time*. L'audiència mitjana al llarg de 22 emissions va ser de 246.000 espectadors i la quota de pantalla del 8,1%. El perfil de públic és femení, a diferència del de la cadena d'emissió, que és una mica més masculí que femení. El perfil de públic de *Castle* també es caracteritza per tenir entre 45 i 64 anys i ser de classe social mitjana. Es manifesta, a més, una afinitat negativa alta del públic infantil i una afinitat positiva alta dels espectadors d'entre 45 i 64 anys. Sobre la zona de residència, el perfil de públic es troba, primordialment, en ciutats de 10.000 a 50.000 habitants i a Barcelona.



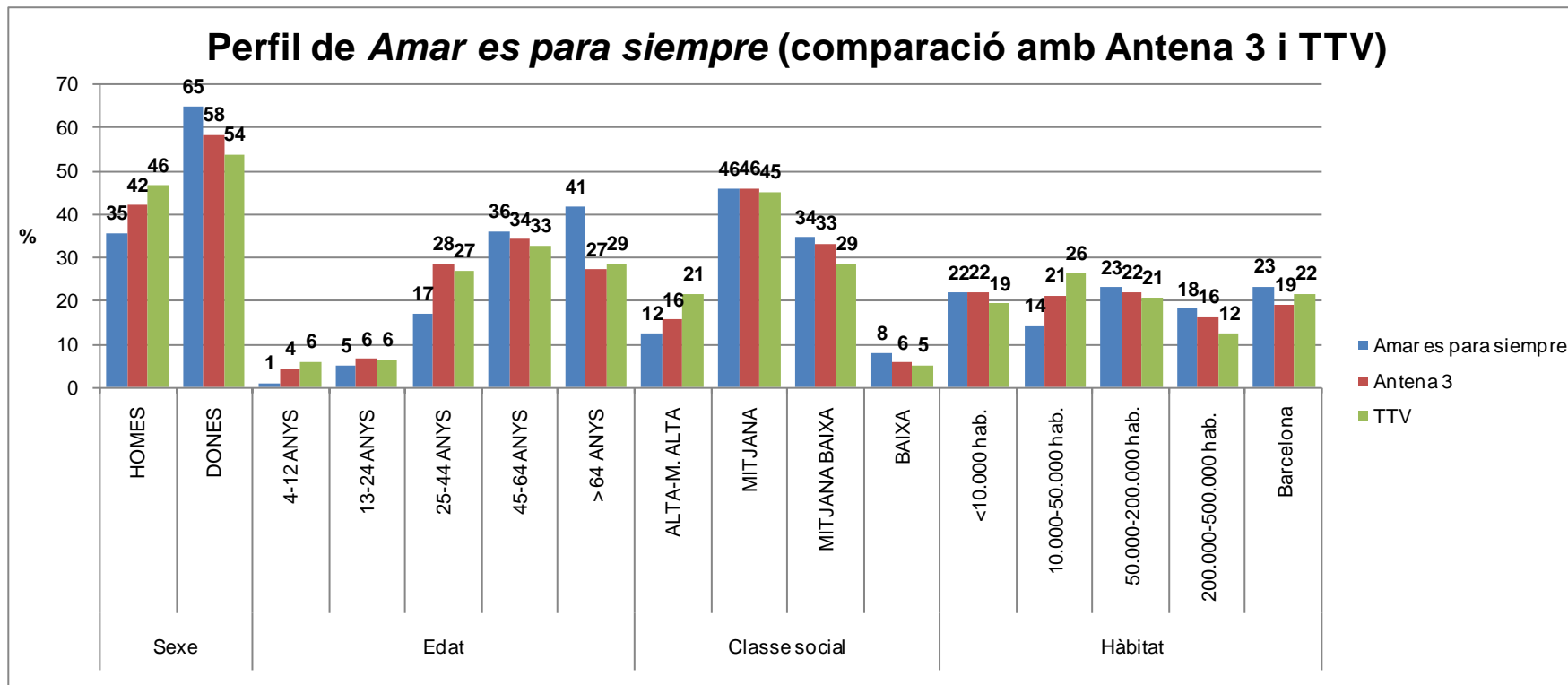


16. **Arrow.** Sèrie nord-americana produïda per Bonanza Productions Inc., Berlanti Productions, Warner Bros. Television i DC Comics. A Espanya, se'n van emetre 11 emissions a Antena 3 en horari de *prime time*. Va obtenir una audiència mitjana de 232.000 espectadors i una quota de pantalla del 10,2%. El perfil de públic és equitativament masculí i femení, a diferència del de la cadena d'emissió, que és fonamentalment femení. L'edat dels espectadors d'Arrow oscil·la, sobretot, entre els 45 i els 64 anys i és destacable l'afinitat negativa del públic infantil. En relació amb la classe social, el perfil de públic és de classe mitjana, essent alta l'afinitat negativa de les persones de classe baixa. Fixant-nos en la zona de residència, el perfil de públic és més de Barcelona que el del conjunt d'Antena 3.

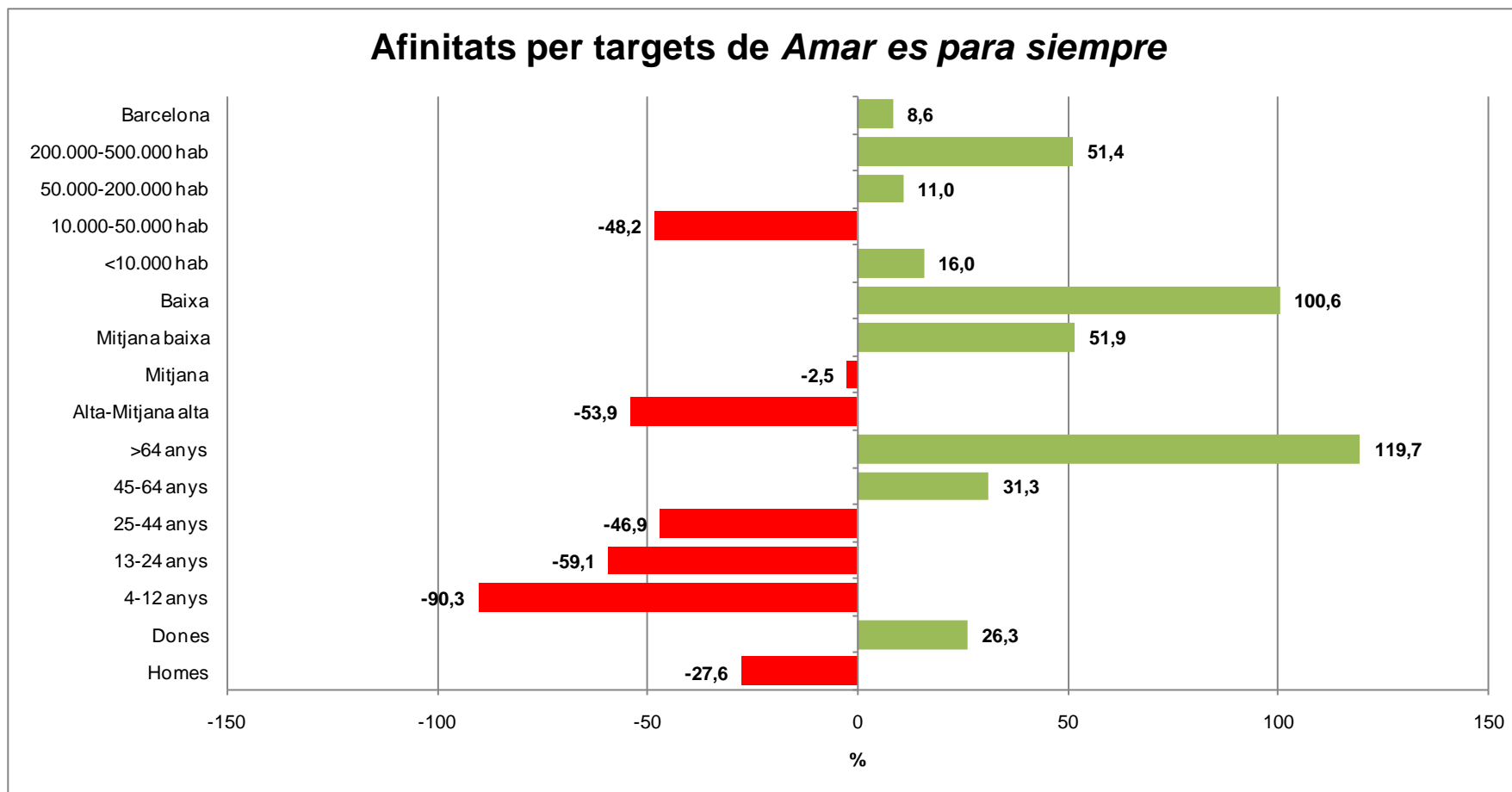




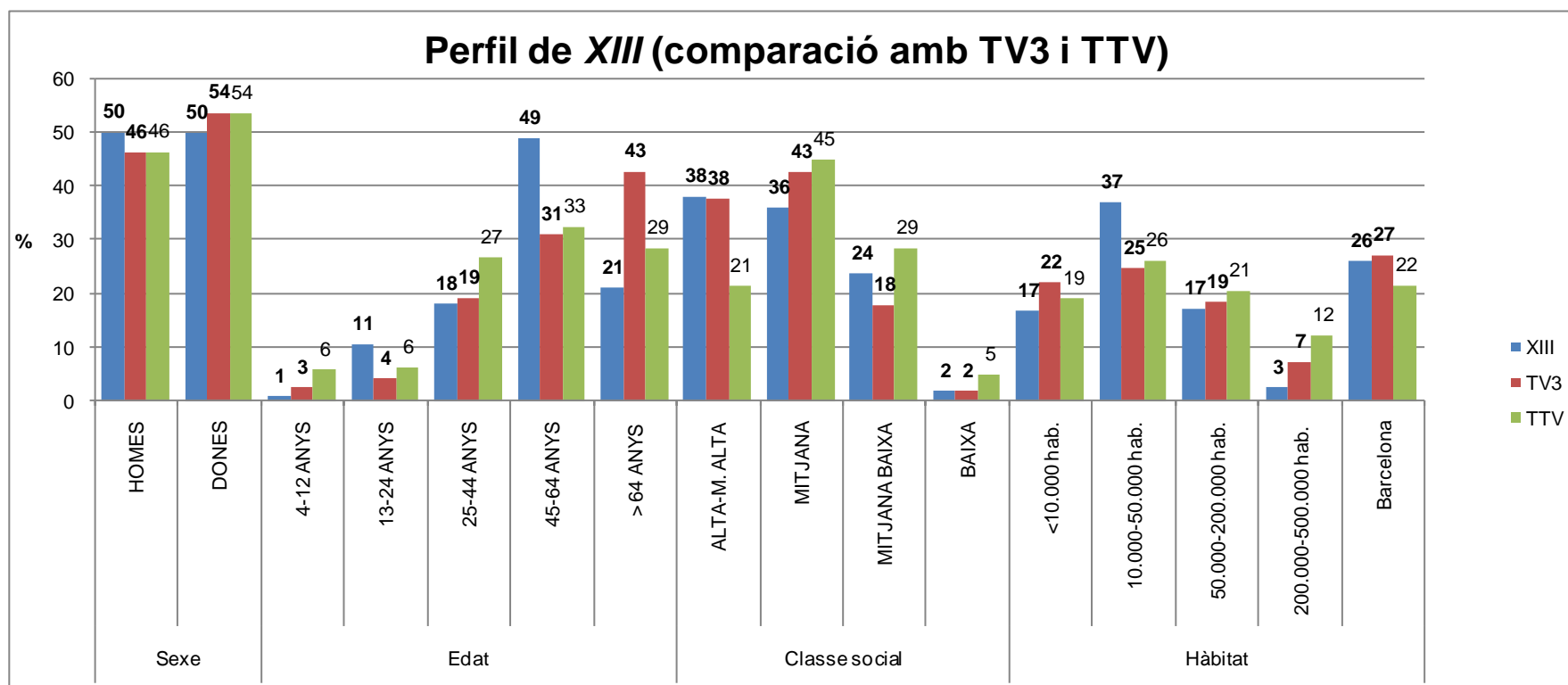
17. **Amar es para siempre.** Sèrie catalana produïda per Diagonal TV i emesa a Antena 3 diàriament a les tardes. Al llarg de 209 emissions, va tenir una audiència mitjana de 203.000 espectadors i una quota de pantalla del 12,2%. El perfil de públic és femení, fins i tot més que el de la totalitat de la cadena, que ja és predominantment femení. A més, es tracta d'un públic d'edat avançada. En aquest sentit, cal fer notar l'afinitat molt alta de les persones més grans de 64 anys i l'afinitat negativa alta del públic infantil. El perfil de públic és sobretot de classe social mitjana, però és remarcable l'alta afinitat de les persones de classe baixa. Pel que fa al perfil de públic en funció de la zona de residència, no apreciem diferències importants entre la sèrie i el canal d'emissió.

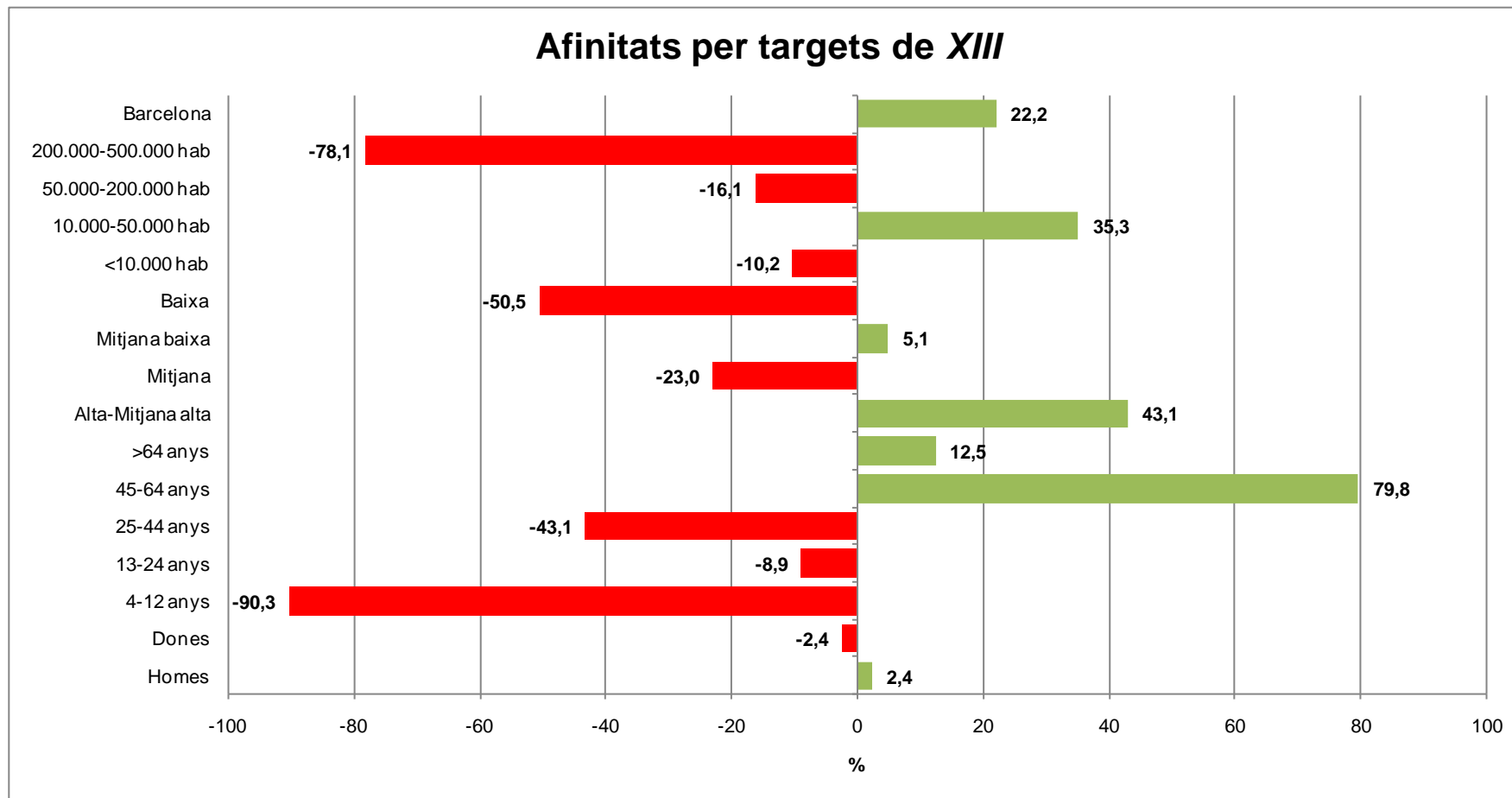


Afinitats per targetes de *Amar es para siempre*



18. **XIII.** Sèrie francocanadenca emesa a TV3 en horari de *prime time*. Se'n van emetre 14 capítols i va arribar als 146.000 espectadors de mitjana i a una quota de pantalla del 5,8%. El perfil de públic és equilibrat en quant a sexe, més jove que el del conjunt de TV3, de classe social alta o mitjana i sobretot resident en zones de 10.000 a 50.000 habitants. Pel que fa a l'afinitat, observem unes afinitats negatives altes del públic infantil i de les persones que habiten en nuclis de 200.000 a 500.000 habitants, mentre que l'afinitat de les persones d'entre 45 i 64 anys és alta.





2. CLASSIFICACIÓ DE LES SÈRIES EN FUNCIÓ DEL SEU PERFIL

En base a les descripcions realitzades en l'apartat anterior, relatives al perfil de cadascuna de les sèries, en aquest apartat se'n recullen els aspectes més destacables i es classifiquen les sèries en funció de les diferents variables tingudes en compte: sexe, edat, classe social i hàbitat.

A/ Sexe

La gran majoria de sèries analitzades tenen un perfil de públic força feminitzat, cosa que és coherent amb les característiques del públic de la televisió en general (TTV), en el qual les dones suposen el 54%. No obstant, hi ha diverses sèries en què la presència de dones és inferior a la mitjana del TTV o fins i tot minoritària: *El Mentalista* (47%), *Arrow* (50%), *XIII* (50%) i *KMM* (52%). Per contra, les sèries en què la presència de dones supera amb escreix la dels homes són *El tiempo entre costuras* (71%), *El secreto de Puente Viejo* (67%), *La Riera* (65%), *Amar es para siempre* (65%) i *Resurrection* (64%). En coherència amb això, les sèries amb un desequilibri major en les afinitats d'ambdós sexes, és a dir, les sèries en què el pes d'homes i dones és més dissimilar respecte del seu pes social, són *El tiempo entre costuras* (+/-40%), *El secreto de Puente Viejo* (+/-31%), *La Riera* (+/-27%), *Amar es para siempre* (+/-27%) i *Resurrection* (+/-25%). Les úniques sèries en què l'afinitat dels homes és positiva, tot i que molt baixa, són *El Mentalista*, *XIII* i *Arrow*.

B/ Edat

El perfil de públic de les sèries analitzades és força envellit, tal com també passa amb el perfil de públic del conjunt de la televisió. Observem, a més, una afinitat negativa del públic infantil força alta a la majoria de les sèries. Per la seva banda, el públic adolescent i jove també té una afinitat negativa alta en diverses sèries: *El tiempo entre costuras* (-60,8%), *La Riera* (-53,2%), *Cuéntame* (-62,5%), *Isabel* (-79,6%), *El secreto de Puente Viejo* (-52,3%), *El Mentalista* (-84,7%) i *Amar es para siempre* (-59,1%). La majoria de les sèries tenen un perfil de públic amb una edat que oscil·la entre els 25 i els 64 anys. No obstant, algunes sèries es caracteritzen per un perfil de públic més envellit que el del total televisiu, ja que gran part dels espectadors superen els 64 anys: *La Riera* (52%), *Isabel* (42%), *El Secreto de Puente Viejo* (44%) i *Amar es para siempre* (41%). Es tracta sobretot, com es pot observar, de sèries emeses en la franja de tarda. En canvi, les sèries amb un perfil de públic més jove són *La que se avecina*, amb un 44% dels espectadors que tenen entre 25 i 44 anys, i *Aída*, amb un 45% del públic que té aquesta edat.

C/ Classe social

El perfil de públic majoritari del conjunt de les cadenes de televisió és de classe mitjana, tal com passa amb el perfil de públic de la majoria de les sèries. Dues sèries, però, destaquen per tenir un perfil de públic majoritari de classe social alta o mitjana alta: *39+1* (40%) i *KMM* (49%). Ambdues sèries, emeses a TV3, superen el percentatge d'espectadors de classe alta o mitjana alta que el del total de la cadena (38%). També es caracteritzen per presentar unes afinitats negatives altes de les persones de classe baixa: -94,8% en ambdós casos. Tot i això, hi ha altres sèries que també presenten altes afinitats negatives dels espectadors de classe baixa: *La Riera* (-60,9%), *Aída* (-55,7%), *Arrow* (-74%) i *XIII* (-50,5%). Contràriament, hi ha sèries que mostren afinitats negatives altes de les persones de classe alta o mitjana alta: *Amar es para siempre* (-53,9%) i *El Secreto de Puente Viejo* (-62,6%). Pel que fa a les afinitats positives, observem que algunes sèries tenen una alta afinitat de les persones de classe mitjana baixa: *El Príncipe* (67,3%) i *Águila roja* (60,3%), mentre que d'altres destaquen per una afinitat alta o molt alta del públic de classe baixa: *Isabel* (95,4%) i *Amar es para siempre* (100,6%).

D/ Hàbitat

És una variable amb pocs desequilibris, perquè el perfil de públic de la majoria de les sèries i del total televisiu està força dividit i no es concentra en uns determinats hàbitats. Tot i així, trobem algunes afinitats notables. En relació amb les afinitats negatives, cal esmentar les següents sèries: *La Riera*, amb una afinitat negativa del 50,4% dels espectadors que resideixen en zones d'entre 200.000 i 500.000 habitants; *Águila Roja*, amb una afinitat negativa del 51,3% de les persones de Barcelona; *39+1*, amb una afinitat negativa del 81,5% dels residents en territoris d'entre 200.000 i 500.000 habitants; *KMM*, amb una afinitat negativa del 83,5% dels individus de zones de 200.000 a 500.000 habitants; *Arrow*, amb una afinitat negativa del 55,1% de les persones que viuen en territoris de menys de 10.000 habitants; i *XIII*, amb una afinitat negativa del 78,1% dels espectadors de zones d'entre 200.000 i 500.000 habitants. Les afinitats positives més notòries són: *Águila Roja*, amb una afinitat del 75% de les persones que viuen en llocs d'entre 50.000 i 200.000 habitants; *El Secreto de Puente Viejo*, amb una afinitat del 51,4% dels espectadors de zones d'entre 200.000 i 500.000 habitants; *El Mentalista*, amb una afinitat del 53,5% de les persones de Barcelona i *Amar es para siempre*, amb una afinitat del 51,4% de les persones d'hàbitats d'entre 200.000 i 500.000 individus.

3. L'AUDIÈNCIA DE LES SÈRIES SEGONS LA CADENA D'EMISSIÓ, LA NACIONALITAT I LA FRANJA D'EMISSIÓ

A continuació s'ofereixen les dades sobre els diferents perfils de sexe, edat, classe social i hàbitat de les sèries analitzades en funció de tres grans variables d'agrupació: la cadena d'emissió (se n'exclouen Cuatro i La Sexta, ambdues amb una única sèrie en el corpus d'anàlisi: *Castle* a Cuatro i *El Mentalista* a La Sexta), la nacionalitat de les produccions i la franja d'emissió.

D'altra banda, cal dir que les agrupacions s'han realitzat no a partir de mitjanes simples sinó ponderant el pes de cada sèrie en funció del temps d'emissió ocupat i de l'audiència mitjana. D'aquesta manera, s'ha pogut avaluar l'aportació de perfil que ha fet en termes reals cadascuna de les agrupacions al conjunt del sistema televisiu. A continuació detallem quines sèries integren cadascuna d'aquestes agrupacions i el factor de ponderació que s'ha aplicat en cada cas entre parèntesis:

Cadena d'emissió	Nacionalitat	Franja d'emissió	
TV3	Catalana	Prime Time	
<i>La Riera</i> (88%)	<i>La Riera</i> (51%)	<i>El príncipe</i> (12%)	<i>Aída</i> (18%)
<i>KMM</i> (6%)	<i>KMM</i> (4%)	<i>La cúpula</i> (6%)	<i>KMM</i> (5%)
<i>39+1</i> (3%)	<i>39+1</i> (2%)	<i>El tiempo entre costuras</i> (9%)	<i>39+1</i> (2%)
<i>XIII</i> (3%)	<i>Isabel</i> (4%)	<i>La que se avecina</i> (12%)	<i>Isabel</i> (5%)
	<i>Amar es para siempre</i> (39%)	<i>Resurrection</i> (3%)	<i>El mentalista</i> (4%)
		<i>Águila Roja</i> (6%)	<i>Castle</i> (5%)
		<i>Cuéntame cómo pasó</i> (9%)	<i>Arrow</i> (2%)
			<i>XIII</i> (2%)

Cadena d'emissió	Nacionalitat	Franja d'emissió
La1 <i>Águila Roja (31%)</i> <i>Cuéntame cómo pasó (44%)</i> <i>Isabel (25%)</i>	Espanyola <i>El príncipe (10%)</i> <i>El tiempo entre costuras (7%)</i> <i>La que se avecina (10%)</i> <i>Águila Roja (5%)</i> <i>Cuéntame cómo pasó (7%)</i> <i>Aída (16%)</i> <i>El secreto de Puente Viejo (45%)</i>	Tarda <i>La Riera (38%)</i> <i>El secreto de Puente Viejo (33%)</i> <i>Amar es para siempre (29%)</i>
Antena 3 <i>La cúpula (5%)</i> <i>El tiempo entre costuras (7%)</i> <i>El secreto de Puente Viejo (46%)</i> <i>Arrow (2%)</i> <i>Amar es para siempre (40%)</i>	Forana <i>La cúpula (27%)</i> <i>Resurrection (14%)</i> <i>El mentalista (20%)</i> <i>Castle (21%)</i> <i>Arrow (10%)</i> <i>XIII (8%)</i>	
Telecinco <i>El príncipe (26%)</i> <i>La que se avecina (25%)</i> <i>Resurrection (7%)</i> <i>Aída (42%)</i>		

3.1. Cadena d'emissió

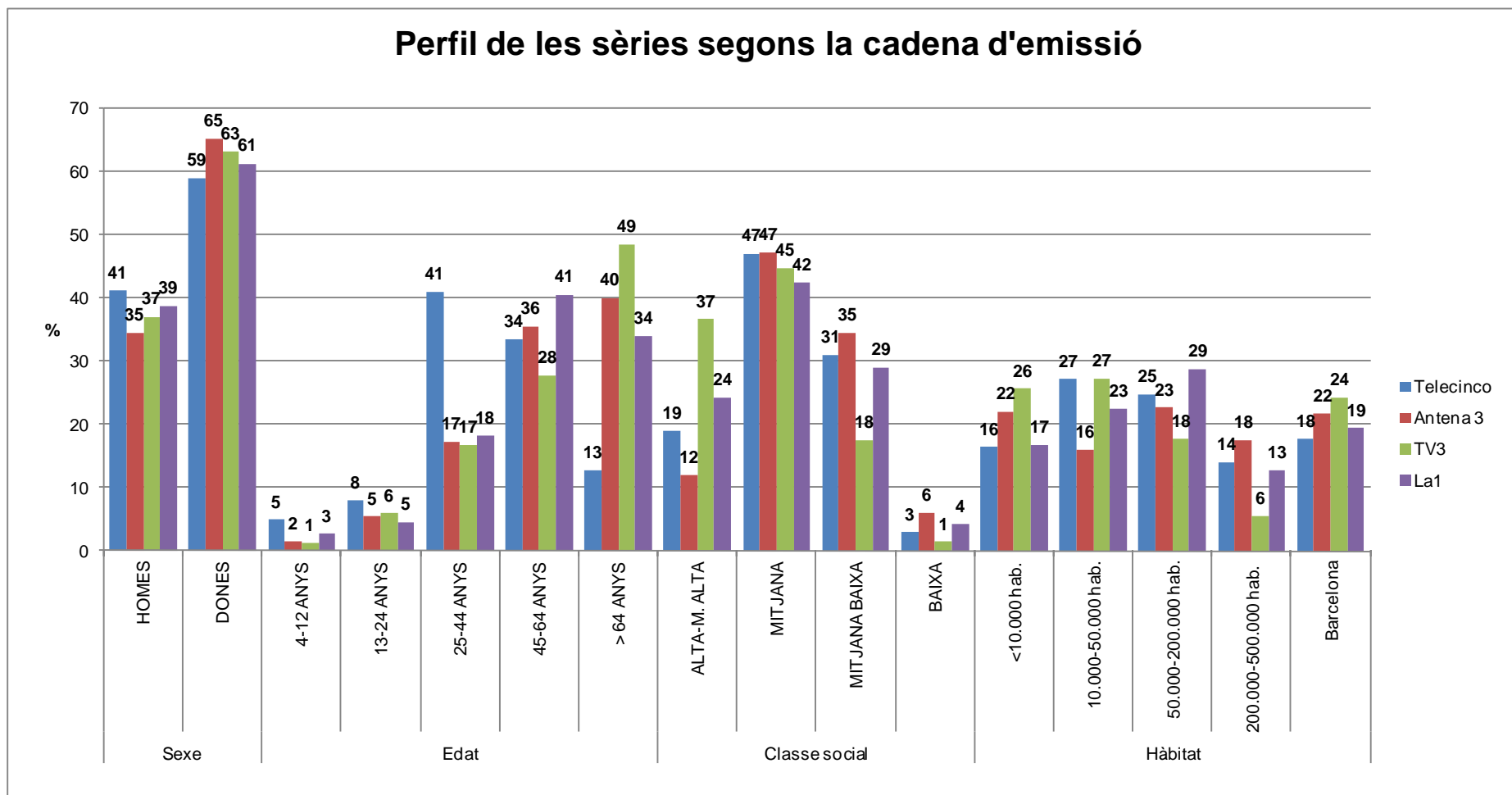
A/ Sexe: El perfil de sexe de les sèries es força similar en totes quatre cadenes estudiades, ja que en totes elles les dones suposen a l'entorn del 60% del públic. Tot i això, s'observa que les sèries de Telecinco són les que tenen un perfil més masculinitzat (41%), mentre que les d'Antena 3 són les que tenen un perfil més feminitzat (65%). En coherència amb això, totes les cadenes presenten afinitats positives del públic femení vers les seves sèries, però aquesta és major a Antena 3 (28%) que a la resta.

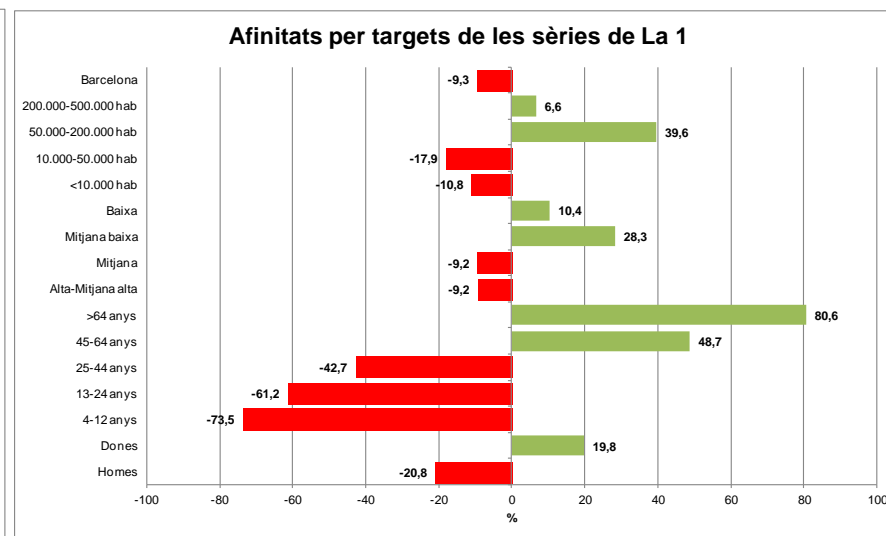
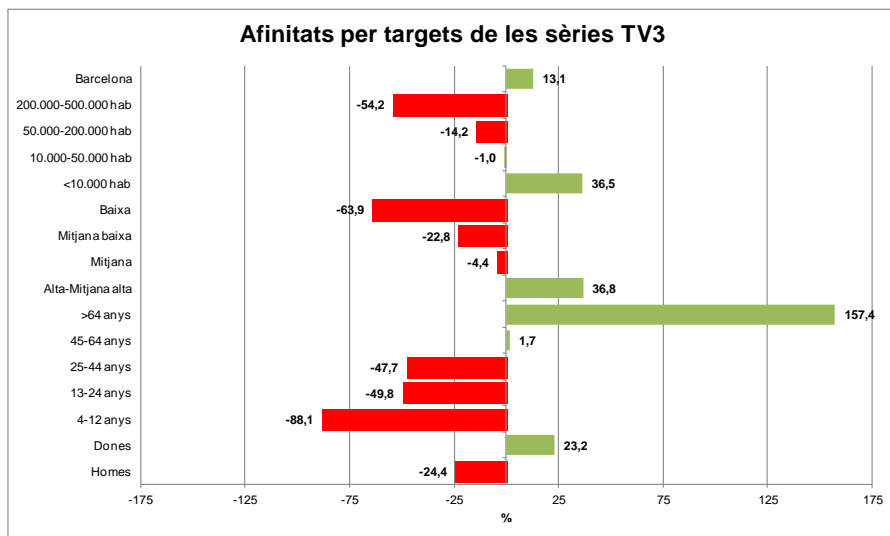
B/ Edat: Majoritàriament, el perfil de públic de les sèries supera els 45 anys: 76% en el cas de les sèries d'Antena 3, 77% en les de TV3 i 75% en les de La1. No obstant, Telecinco és el canal en què les sèries tenen un públic més jove, ja que un 41% dels espectadors té una edat compresa entre els 25 i els 44 anys. En canvi, el percentatge de públic d'aquesta franja d'edat per a les sèries de les altres cadenes és igual o inferior al 18%. Per la seva banda, TV3 té el perfil de públic de sèries més envellit, perquè el 49% de la seva audiència supera els 64 anys. El públic infantil és força residual en totes les cadenes. En aquest sentit, les afinitats del públic infantil vers les sèries són negatives i, en general, altes.

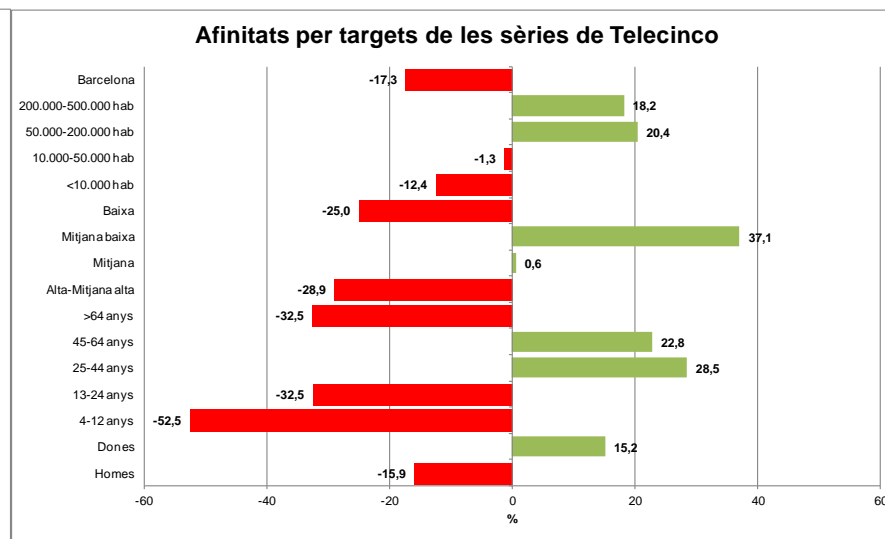
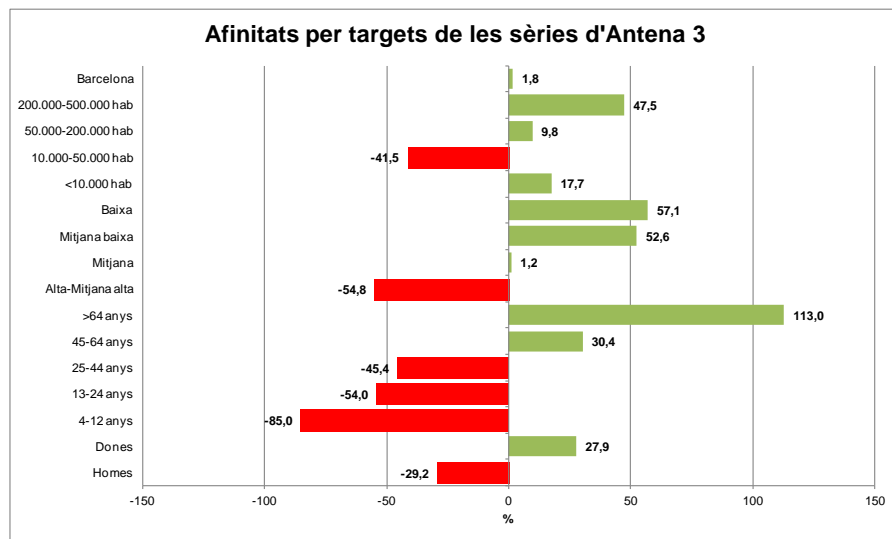
C/ Classe social: El perfil de públic de les sèries és, sobretot, de classe mitjana, amb uns percentatges que oscil·len entre el 42% i el 47%. TV3 és la cadena que més es diferencia de la resta, ja que un 37% de l'audiència de les seves sèries és de classe social alta o mitjana alta, percentatge que supera en 13 punts el de La1, en 18 punts el de Telecinco i en 25 punts el d'Antena 3. Pel que fa al públic de classe mitjana baixa i baixa, TV3 també mostra uns resultats més distints, ja que només un 19% del públic de les seves sèries respon a aquest perfil, percentatge força inferior als de la resta de cadenes. D'acord amb aquestes xifres, l'afinitat del públic de classe baixa per a les sèries de TV3 és altament negativa (-63,9%).

D/ Hàbitat: No apreciem diferències rellevants pel que fa a aquesta variable. De fet, el públic està força repartit, sense advertir un perfil clarament dominant. Sí que observem, però, que el perfil de públic minoritari habita en zones d'entre 200.000 i 500.000 habitants, ja que significa només un 14% en les sèries de Telecinco, un 18% en les d'Antena 3, un 6% en les de TV3 i un 13% en les de La1.

Perfil de les sèries segons la cadena d'emissió







3.2. Nacionalitat

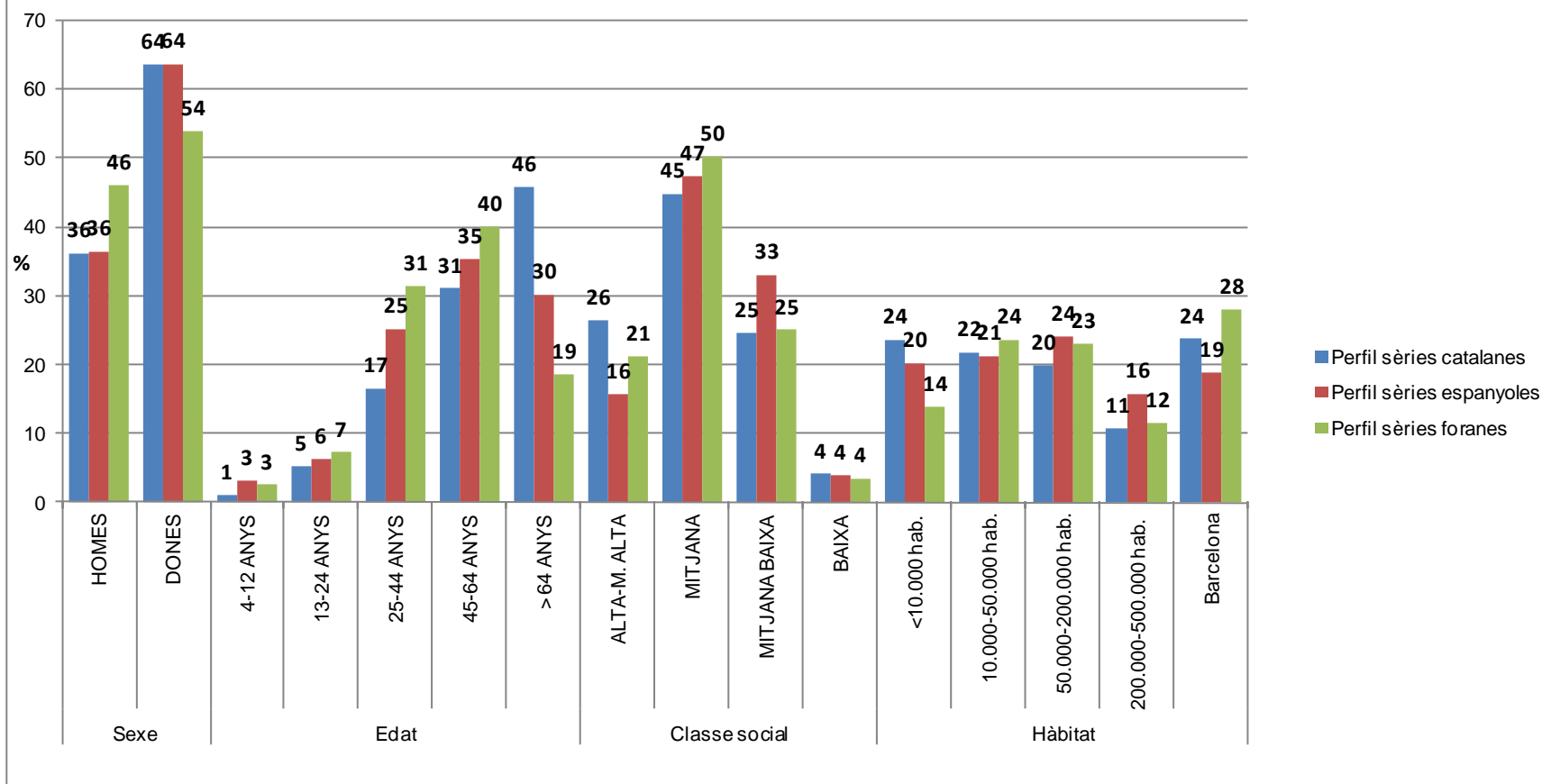
A/ Sexe: El perfil de les sèries de producció catalana i de producció espanyola és idèntic pel que fa al sexe, essent en un 64% femení i en un 36% masculí. En canvi, el perfil és més equitatiu en les sèries foranes, en les quals el públic masculí representa el 46% del total. Per aquest motiu, en aquestes sèries tant l'afinitat positiva del públic femení com l'afinitat negativa del públic masculí són més baixes.

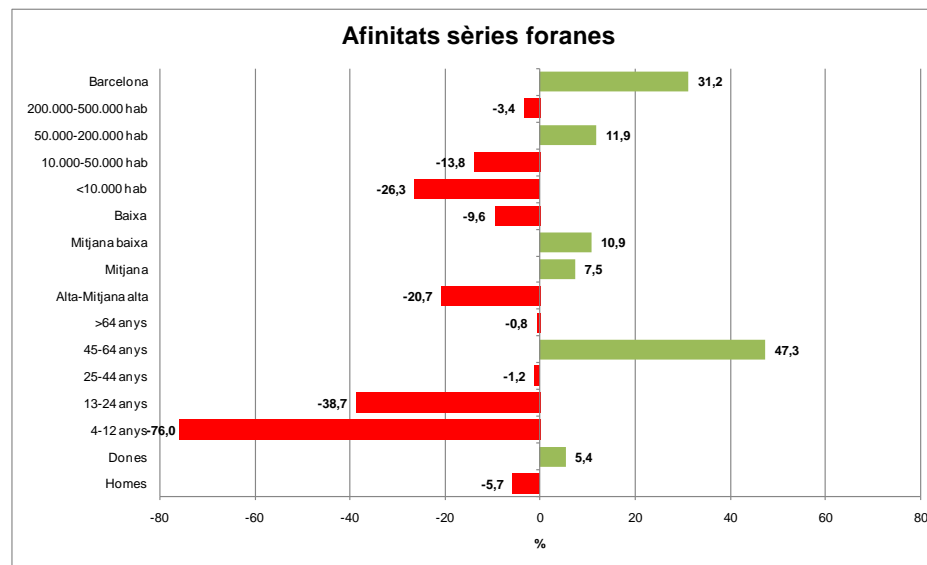
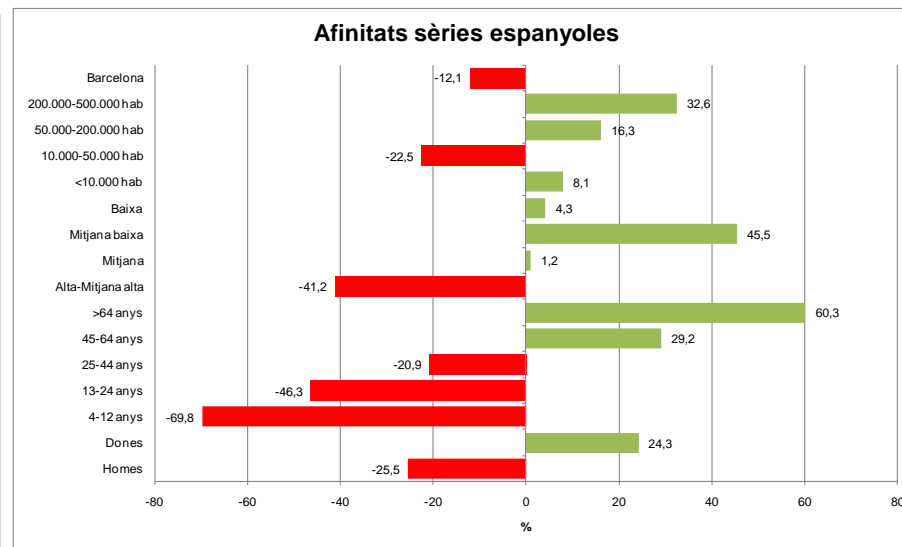
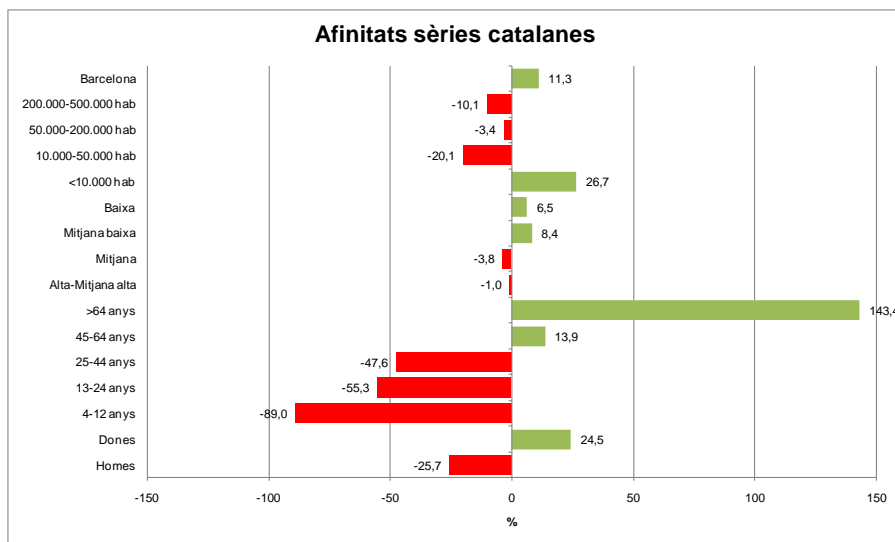
B/ Edat: En termes generals, el perfil de públic de les sèries foranes és més jove, si el comparem amb les sèries espanyoles i sobretot amb les catalanes. Aquestes darreres tenen un perfil de públic més envellit, ja que un 46% del seu públic és major de 64 anys. D'acord amb això, l'afinitat del públic més gran de 64 anys és molt alta per a les sèries catalanes (143,4%) i alta per a les sèries espanyoles (60,3%).

C/ Classe social: Copsem algunes diferències, fonamentalment pel que fa al públic de classe alta o mitjana alta i al de classe mitjana baixa. Les sèries catalanes tenen un percentatge de públic de classe alta o mitjana alta del 26%, percentatge superior al de les sèries foranes (21%) i, especialment, al de les sèries espanyoles (16%). Pel que fa al públic de classe mitjana baixa, aquest és més elevat a les sèries espanyoles (33%) que a les catalanes (25%) i foranes (25%).

D/ Hàbitat: Pel que fa a aquestes variables les xifres són força uniformes i no apreciem grans diferències. No obstant, sí que es detecta un perfil de públic una mica més urbà o de gran ciutat en el cas de les sèries foranes (28%). En canvi, la presència d'espectadors residents en zones amb menys de 10.000 habitants és superior a les sèries catalanes (24%) i espanyoles (20%) que a les sèries foranes (14%).

Perfil de les sèries segons la nacionalitat





3.3. Franja d'emissió

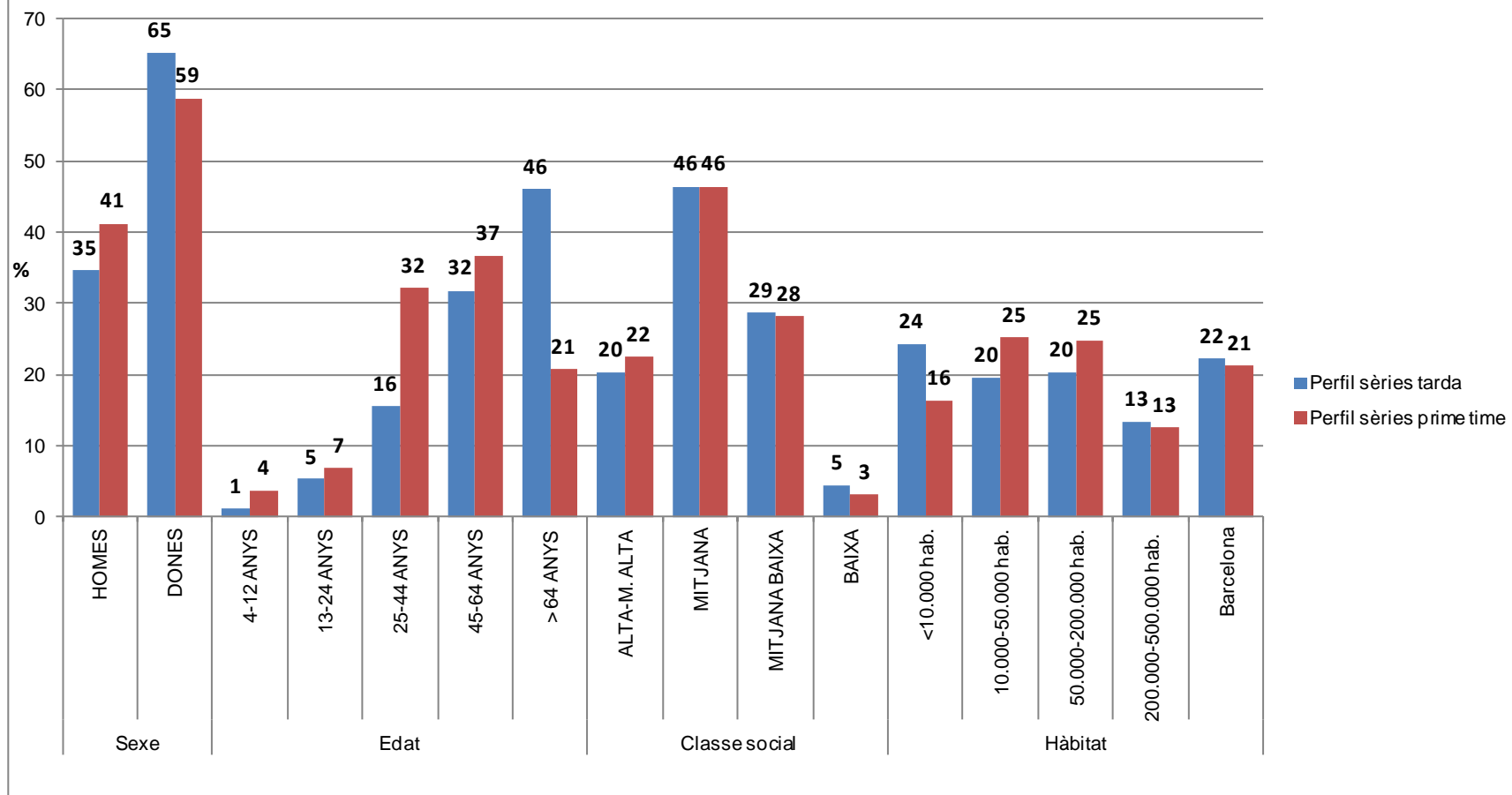
A/ Sexe: El perfil del públic de les sèries estudiades és més femení tant en les de franja de tarda com en les de *prime time*. No obstant, comprovem que hi ha una desproporció major en les sèries de tarda. Així, mentre que el públic masculí només representa el 35% del total en les sèries de tarda, el percentatge puja fins al 41% en les sèries de *prime time*. En aquesta mateixa línia, l'afinitat del públic masculí és negativa en ambdós horaris, però ho és en major mesura en l'horari de tarda.

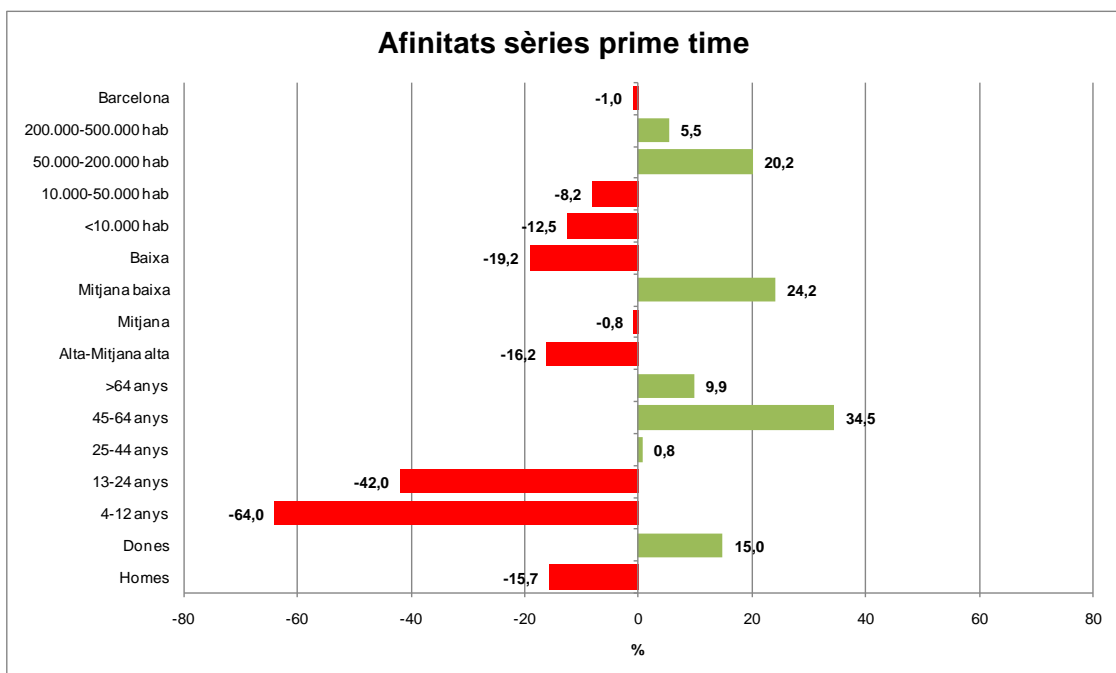
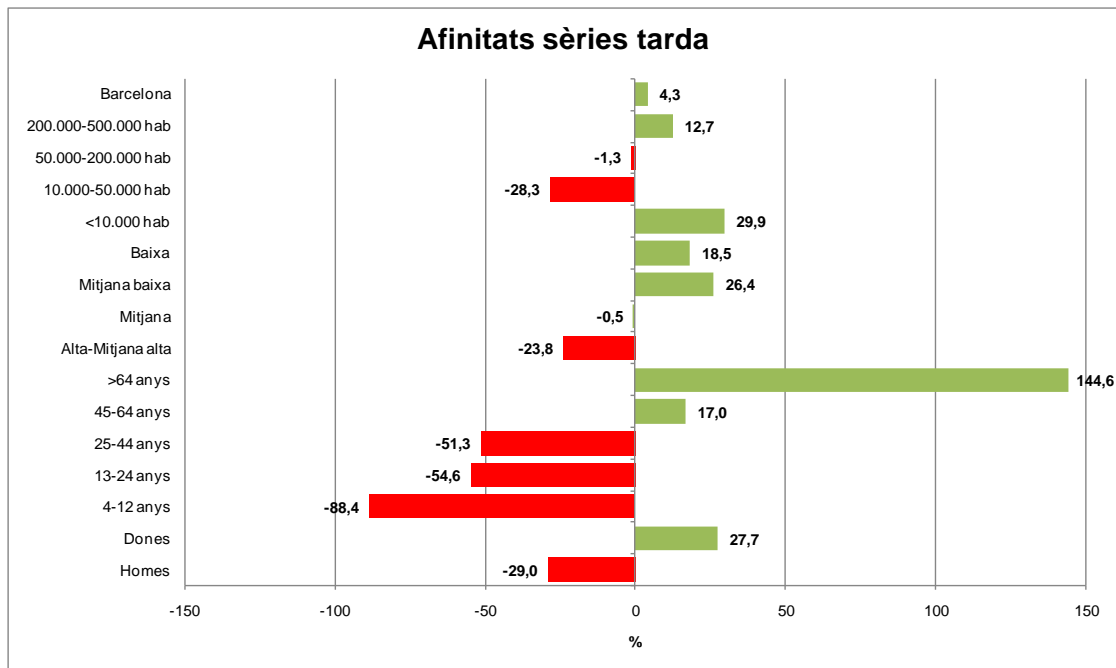
B/ Edat: El perfil de públic de les sèries de les tardes és més envellit que el de les de *prime time*. En horari de tarda, el públic dels 25 als 44 anys només suposa el 16%, mentre que el major de 64 anys arriba al 46%. En aquest punt, cal posar èmfasi en l'alta afinitat del públic més gran de 64 anys en les sèries de tarda (144,6%). En canvi, el públic d'aquesta edat cau considerablement en el cas de les sèries de *prime time*. En aquest franja d'emissió, el perfil de públic té, sobretot, una edat compresa entre els 45 i els 64 anys (37%) i entre els 25 i els 44 anys (32%). En ambdós horaris destaquen, d'altra banda, unes altes afinitats negatives del públic infantil i juvenil.

C/ Classe social: Trobem un perfil de públic força homogeni des del punt de vista d'aquest paràmetre. De fet, el percentatge de públic de classe mitjana és idèntic en ambdós horaris (46%). A continuació, la classe més destacada és la mitjana baixa, amb un percentatge del 29% en el cas de les sèries de tarda i del 28% en les de *prime time*. No observem altes afinitats ni positives ni negatives en cap de les franges d'emissió.

D/ Hàbitat: El perfil de públic també es manté regular en relació amb l'hàbitat en ambdues franges d'emissió. Hi ha, però, alguna lleugera diferència. Així, el públic de les zones d'entre 10.000 i 200.000 habitants té més pes en l'horari de *prime time* (25%) que en el de tarda (20%). Tampoc no distingim altes afinitats pel que fa a aquest paràmetre.

Perfil de les sèries segons la franja d'emissió



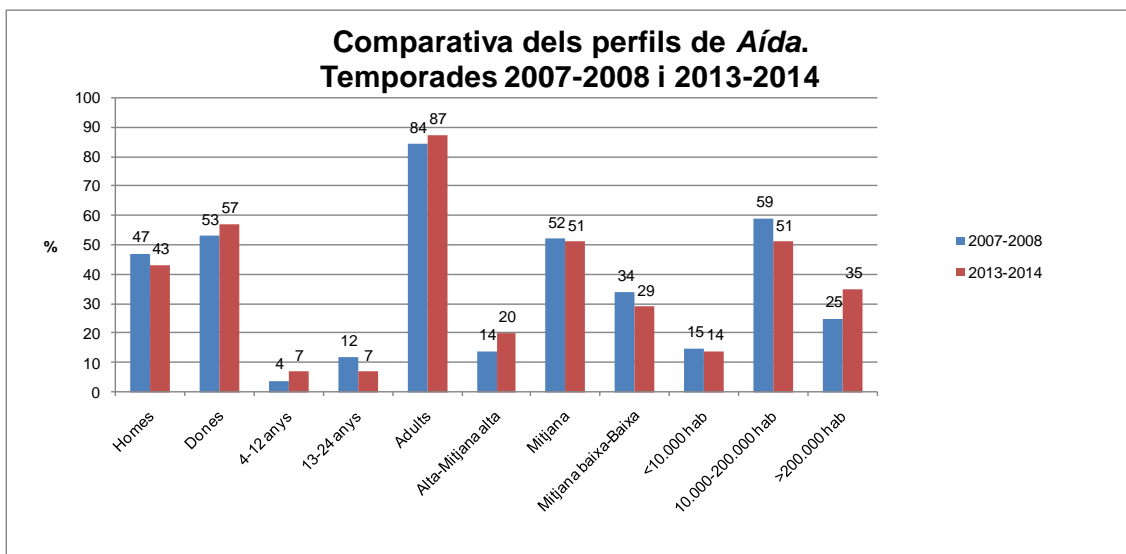


4. COMPARACIÓ DELS PERFILS D'ÀIDA, LA QUE SE AVECINA I CUÉNTAME EN LES TEMPORADES 2007-2008 I 2013-2014

A continuació es fa una comparació entre els perfils de tres sèries que ja formaven part de la mostra d'estudi utilitzada en l'anterior informe de l'OPA, corresponent a la temporada 2007-2008, i els perfils d'aquestes mateixes sèries durant la temporada 2013-2014. Es tracta de *Aída* (Telecinco), *La que se avecina* (Telecinco) i *Cuéntame cómo pasó* (La1). No obstant, per tal de poder fer aquesta comparació ha calgut unificar algunes de les categories. Així, pel que fa a les edats, s'ha distingit tan sols entre nens (4-12 anys), joves (13-24 anys) i adults, i pel que fa a les classes socials s'ha creat la categoria de classe mitjana baixa i baixa. Per últim, s'han distingit només tres categories d'hàbitat: menys de 10.000 habitants, entre 10.000 i 200.000 habitants i més de 200.000 habitants.

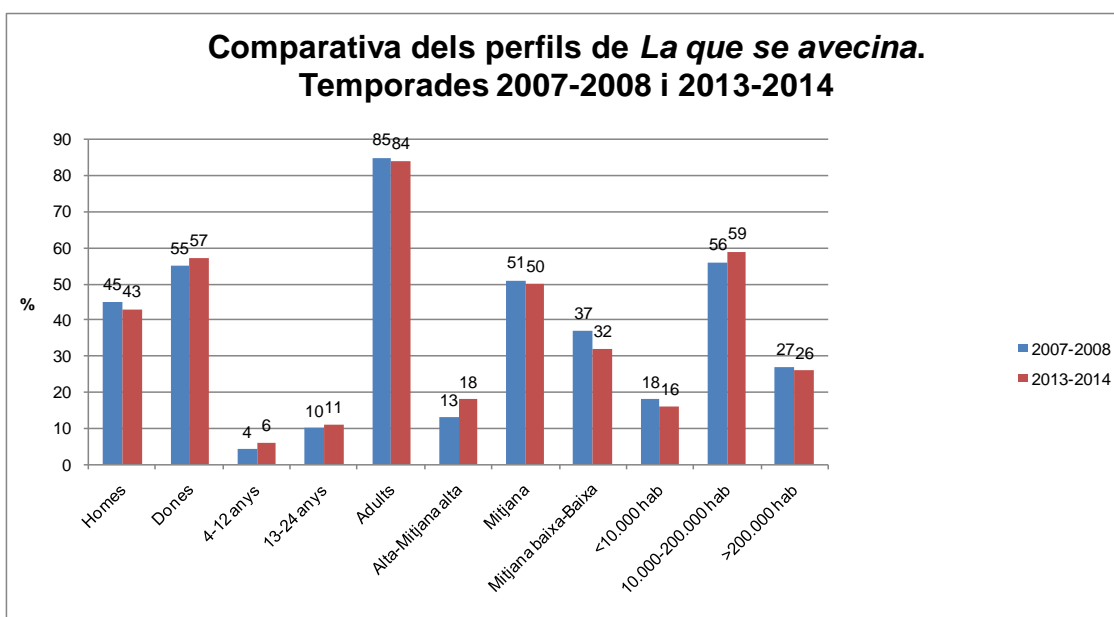
4.1. *Aída*

No apreciem grans variacions en els perfils d'audiència d'aquesta sèrie la temporada 2013-2014 en comparació amb la situació de la temporada 2007-2008. Tot i això, podem subratllar que el perfil s'ha feminitzat més, ja que s'ha passat d'un percentatge del 53% de dones a un del 57%. Per tant, amb el temps, el públic s'ha desequilibrat més pel que fa al sexe. Des del punt de vista de la classe social, hi ha hagut un augment del perfil de públic de classe social alta o mitjana alta (6 punts) en detriment del de classe social baixa o mitjana baixa (5 punts).



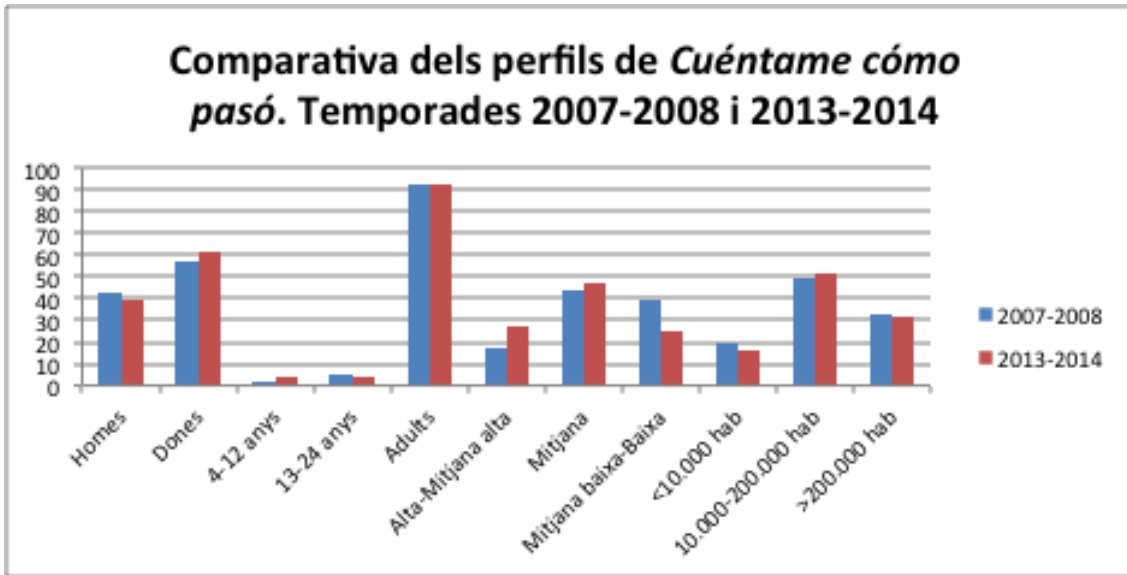
4.2. *La que se avvicina*

Com en el cas d'*Aída*, també observem una petita davallada del públic masculí. Així doncs, s'accentua la feminització del perfil de públic d'aquesta sèrie, que ha passat de suposar el 55% del total a ser el 57% durant la temporada 2013-2014. Igualment, l'altra categoria que més ha variat és la classe social, perquè hi ha hagut un increment de 5 punts en el públic de classe social alta o mitjana alta, augment que s'ha acompanyat d'una caiguda amb idèntica del públic de classe social baixa o mitjana baixa.



4.3. *Cuéntame cómo pasó*

Com en el cas de les sèries anteriors, els dos paràmetres amb més canvis són el gènere i la classe social. En relació amb el primer, el perfil de públic és més femení en la temporada 2013-2014, passant d'una majoria del 57% a una de més àmplia del 61%. Pel que fa a la classe social, és força notable l'augment del públic de classe social alta o mitjana alta, ja que ha estat de 10 punts. Més evident és encara la baixada del públic de classe social baixa o mitjana baixa, perquè del 39% durant la temporada 2007-2008 ha passat a suposar tan sols el 25% durant la temporada 2013-2014. La resta de categories no han patit grans variacions.



5. NOTA METODOLÒGICA

Les dades d'audiència, perfil i afinitat de les sèries d'aquest informe corresponen sempre a l'àmbit de Catalunya, i provenen de la mostra audimètrica de Kantar Media. Totes les xifres fan referència a la temporada 2013-2014, que es va iniciar l'1 de setembre de 2013 i va finalitzar el 30 de juny de 2014. Els principals indicadors tinguts en compte són:

- a) El perfil: indica com es distribueix percentualment el públic d'un programa de televisió o cadena en funció de certes variables sociodemogràfiques. En el nostre cas, hem distingit entre sexe (homes o dones), edat (4-12 anys; 13-24 anys; 25-44 anys; 45-64 anys o més de 64 anys), classe social (alta i mitjana alta, mitjana, mitjana baixa o baixa) i hàbitat (de menys de 10.000 habitants; entre 10.000 i 50.000 habitants; entre 50.000 i 200.000 habitants; entre 200.000 i 500.000 habitants i, finalment, la ciutat de Barcelona).
- b) L'afinitat: indica fins a quin punt la presència d'un determinat perfil de públic en un programa de televisió és equivalent a la seva presència social. Pot ser positiva o negativa: en el primer cas, significa que el pes d'un determinat perfil de públic en l'audiència del programa és superior a la seva presència social, mentre que una afinitat negativa indica que es tracta d'un perfil de públic amb una presència menor a la que li correspondria segons el seu pes social. S'expressa en percentatge, i es considera alta si se situa entre el +/-50% i el +/-100% i molt alta si supera el +/-100%.

- c) Total televisió (TTV): fa referència a les xifres de perfil per al conjunt de l'audiència televisiva. Així, quan es compara el perfil d'una cadena o programa amb el del TTV s'està avaluant fins a quin punt l'audiència d'aquesta cadena o programa difereix de les característiques que té, en termes generals, l'audiència en conjunt de la televisió.

Finalment, cal remarcar que quan s'han realitzat mitjanes entre els perfils de diferents sèries, aquestes s'han calculat ponderant els resultats de cadascuna d'elles en funció de la seva audiència i del seu temps d'emissió, és a dir, del temps que han ocupat en les graelles televisives. D'aquesta manera, s'ha pogut observar la seva contribució real en el perfil d'audiència general.