

# Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

**El apunte.  
Universidad y formación  
en comunicación**

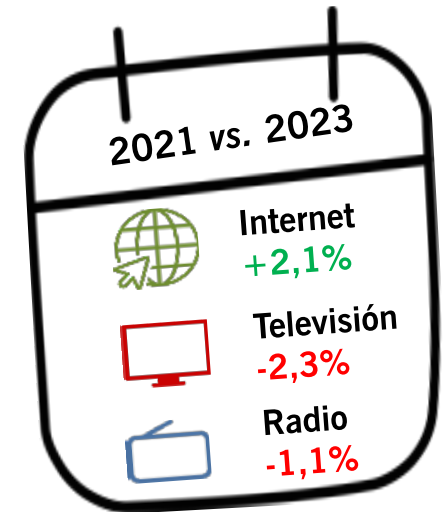
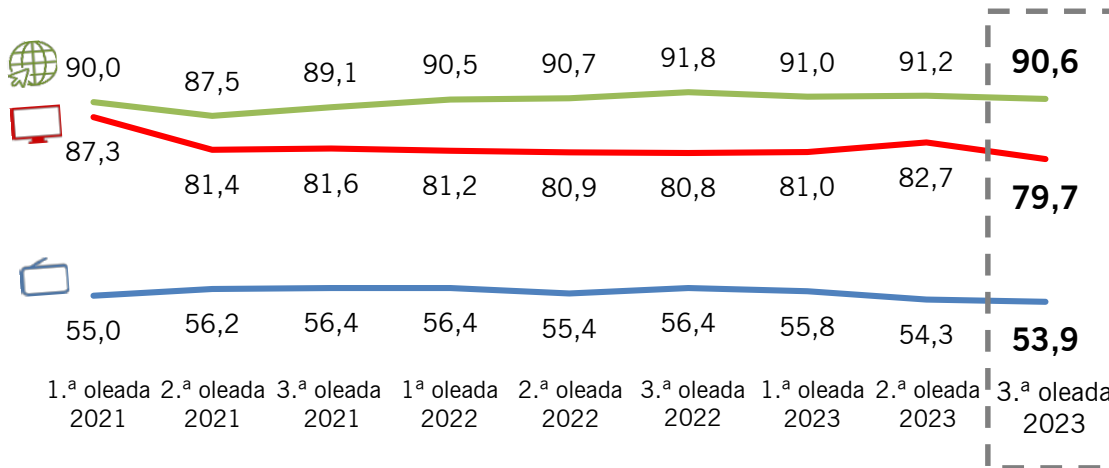
	Penetración del audiovisual en Cataluña	3		Radio	
	<b>TDT</b>			Oferta de emisoras de radio en Cataluña	20
	Oferta de TDT en Cataluña	5		La radio de ámbito nacional y estatal	21
	La TDT de ámbito nacional	6		La FM de ámbito nacional	22
	La TDT de ámbito estatal	7		La FM de ámbito estatal	23
	La TDT de ámbito local	8		La FM de ámbito local	24
	Audiencia de la TDT	11		Audiencias de radio	25
	<b>Audiovisual en línea</b>			<b>El apunte.</b>	
	Presencia de obra española en los servicios SVOD	13		<b>Universidad y formación en comunicación</b>	<b>31</b>
	Suscripciones a plataformas de televisión IPTV	16		<b>Flashes</b>	<b>37</b>
	Suscripciones a servicios OTT de pago	17			
	Consumo de redes sociales en Cataluña	18			



# Penetración del audiovisual en Cataluña (1)

Internet sigue siendo el medio con más penetración en Cataluña (90,6%) seguido de la televisión, que baja 3 puntos respecto a la oleada anterior (79,7%) y la radio, en tercera posición, con un 53,9% de penetración. El tiempo de escucha radiofónica (de lunes a viernes) no varía y el consumo televisivo diario roza las 3 horas.

Penetración del audiovisual por medio en Cataluña. Periodo 2021-2023 (en %)



**Consumo diario de televisión**  
2 h 43 minutos/día



**Consumo diario de radio**  
1 hora 40 minutos (lunes-viernes)  
1 hora 32 minutos (lunes-domingo)

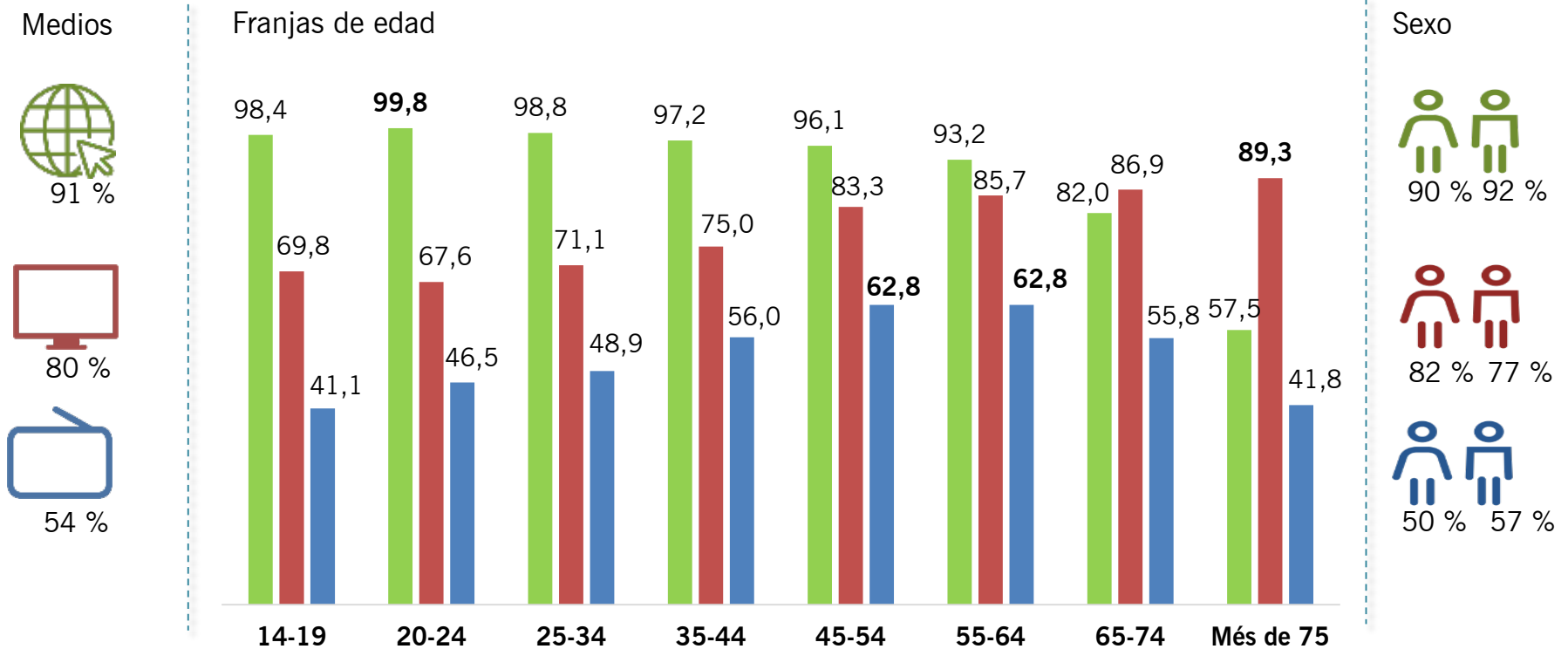
Nota: Los datos sobre internet hacen referencia a la conexión. Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior). Fuentes: EGM – Datos Cataluña. 3.ª oleada 2023 (datos penetración y consumo de radio), y 3.as oleadas acumuladas de 2021 y 2023 (comparativa), y Barlovento Comunicación (consumo televisivo de diciembre de 2023).



# Penetración del audiovisual en Cataluña (y 2)

La televisión sigue siendo el medio preferido por las franjas de edad más altas (a partir de los 65 años), mientras que internet lo es por el resto de la población. La media de edad de la audiencia radiofónica se sitúa en torno a los 49 años.

## Penetración del audiovisual por edad y sexo. Cataluña. 3.ª oleada 2023 (en %)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2023.



# Oferta de TDT en Cataluña

Canal TV TV privada TV pública



El hogar catalán recibe una media de **35 canales de televisión en abierto**: 8 de ámbito nacional, 26 de estatal y los canales de ámbito local.

**74 canales lineales de televisión tradicional en abierto**

**7 de cada 10** canales de televisión son **privados** y la mitad emiten en el ámbito **local**.

## 4 canales de ámbito nacional



4 públicos

## 26 canales de ámbito estatal



5 públicos

21 privados

## 44 canales de ámbito local



11 públicos

33 privados

Nota: en el BIAC se denomina *canales* (término usual) a los programas (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada múltiplex (MUX). Se contabilizan únicamente una vez los canales de televisión que emiten en *simulcast* en alta definición (TV3, La 1, Clan, Teledeporte, Antena 3 TV, laSexta, Telecinco y Cuatro).


Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública (canales TDT estatal). Diciembre de 2023.



# La TDT de ámbito nacional

■ TV pública ■ TV privada  Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

 Catalán

4 canales	4 canales públicos	<p>Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)</p> 
-----------	--------------------	--



## Cataluña se queda temporalmente sin televisión privada de ámbito nacional

En noviembre el CAC hace efectiva la extinción de la licencia del canal múltiple de TDT nacional ([Acuerdo 122/2023](#)). El cierre del MUX afecta a los canales **8tv** y **Verdi Classics**. El canal **Barça TV** ya había parado sus emisiones en julio de 2023.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2023.



# La TDT de ámbito estatal

■ TV pública ■ TV privada □ Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

Castellano

26 canales	5 canales públicos	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)				
	21 canales privados	Atresmedia Televisión	Mediaset España	SQUIRREL MEDIA	ÁBSIDE MEDIA	SECUOYA

Nota: el prestador CRTVE emite contenidos en catalán para Cataluña a través de los canales La 1, La 2 y Canal 24 Horas.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Diciembre de 2023.



# La TDT de ámbito local (1)

■ TV pública ■ TV privada □ Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

Catalán

44 canales	11 canales públicos						
	33 canales privados	<p>Grup 4 (2)</p>	<p>Segre (4)</p>	<p>Taelus (4)</p>	<p>ETV (3)</p>	<p>Cadena Pirenaica RTV (2)</p>	<p>Mola (1)</p>
		<p>Ebre (2)</p>	<p>Corisa Media Grup (2)</p>	<p>CB Global Media (1)</p>	<p>Prosa (1)</p>	<p>Doble Columna (1)</p>	<p>TV La Selva</p>



<sup>A</sup> El CAC aprueba la extinción del canal local 25 TV por el cese de emisiones desde el mes de septiembre ([Acuerdo 123/2023](#), de 15 de noviembre, del Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña).

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2023.

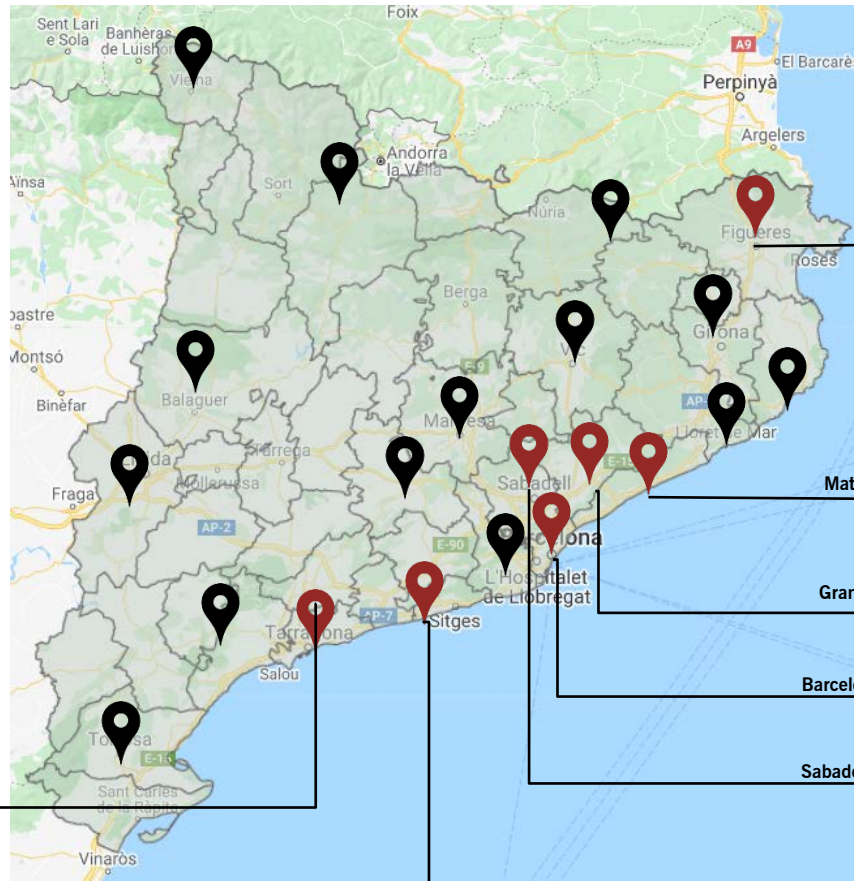


# La TDT de ámbito local (2)

## 11 televisiones públicas distribuidas en 7 demarcaciones de TDT

-  Demarcaciones de TDT sin televisión pública.
-  Demarcaciones de TDT con televisión pública (1 o más).

Demarcació →



Figueres



Mataró



Granollers



Barcelona



Sabadell



Tarragona



Vilanova i la Geltrú

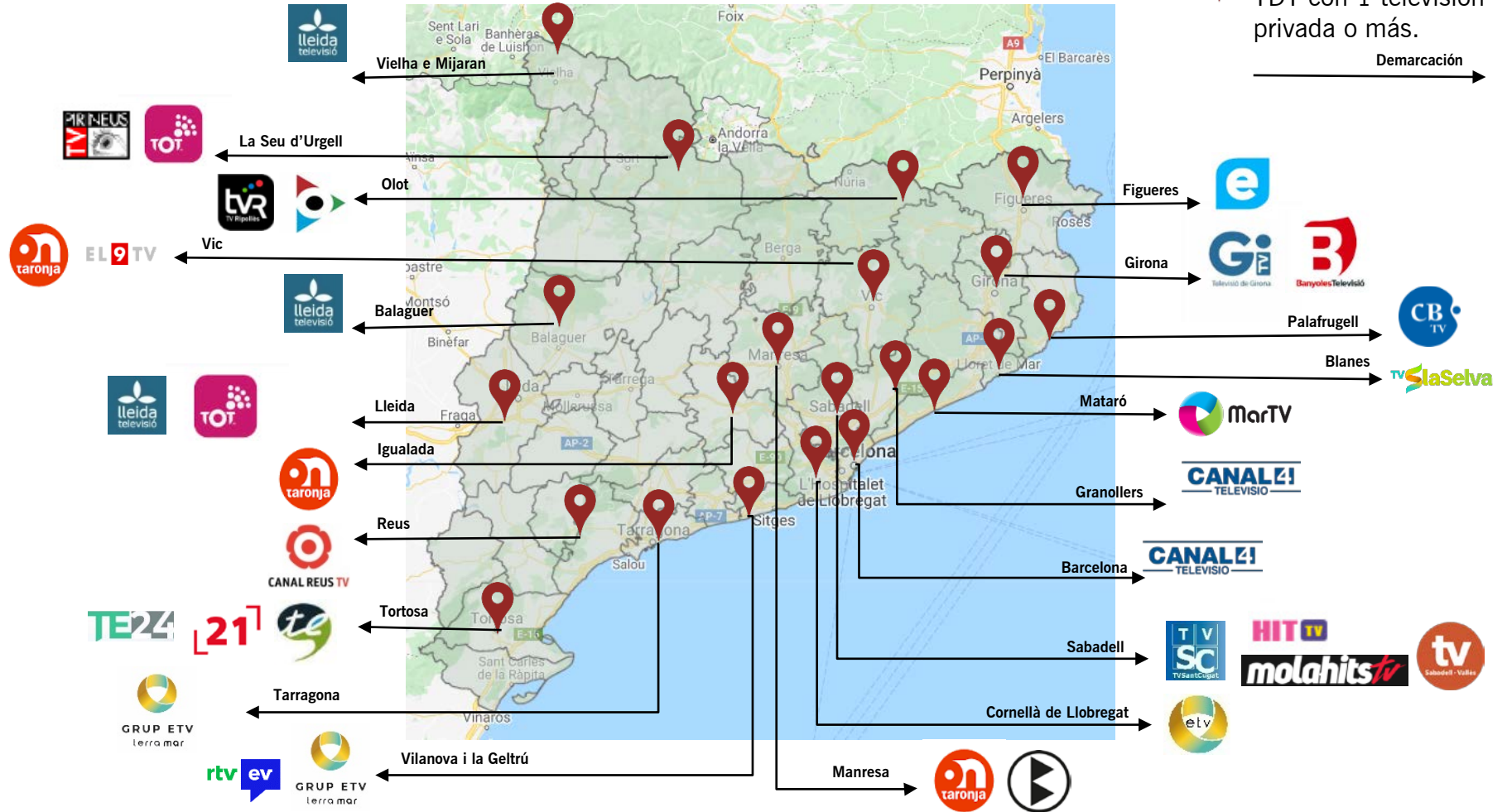
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2023.



# La TDT de ámbito local (y 3)

## 33 televisiones privadas distribuidas en 21 demarcaciones

Demarcaciones de TDT con 1 televisión privada o más.

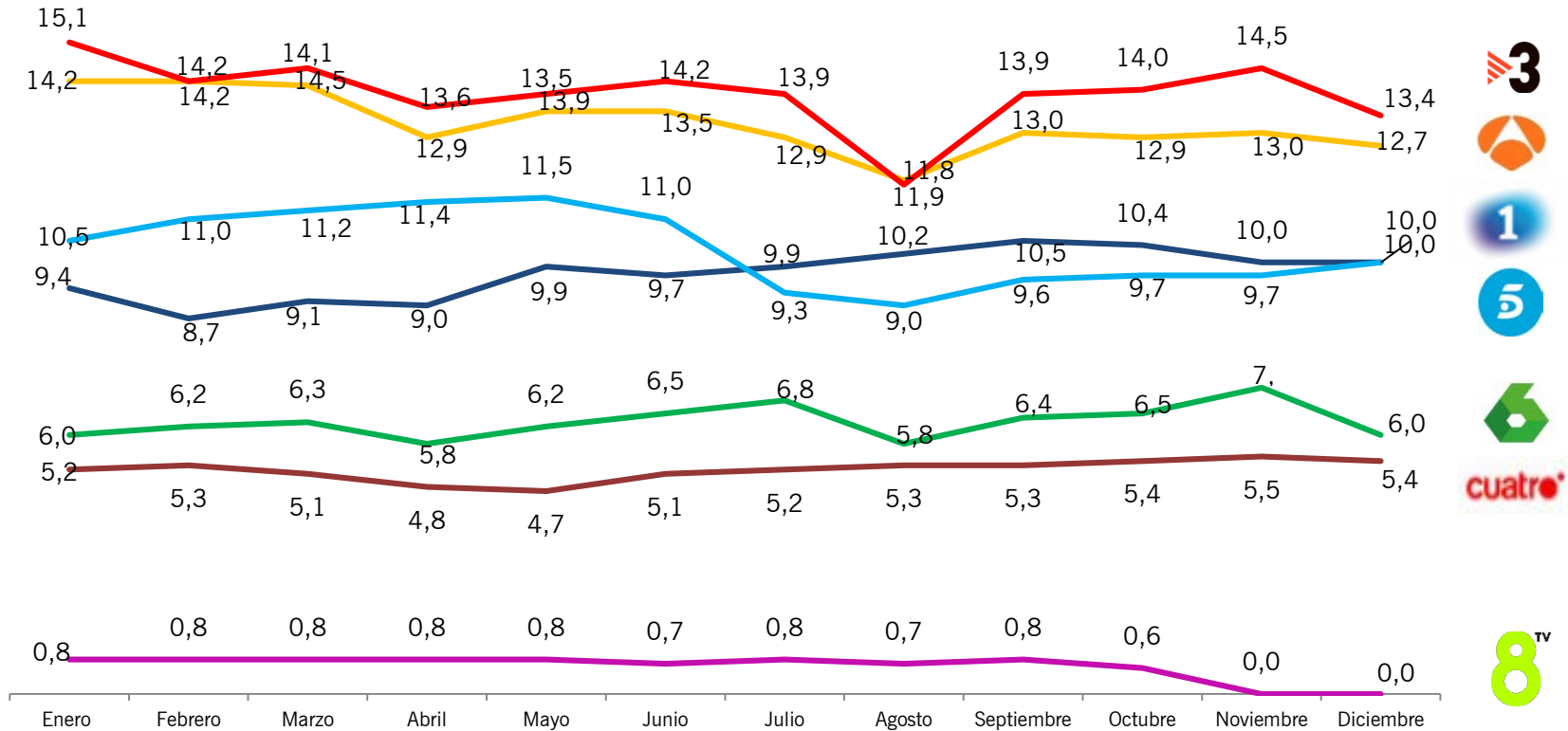


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2023.



# Audiencia de la TDT (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales de televisión. España. Año 2023 (en %)



Fuente: Barlovento Comunicación. Los datos de audiencia de TV3 se corresponden a su territorio de cobertura.



# Audiencia de la TDT (y 2)

**Evolución mensual de la cuota televisiva. España. Enero-diciembre 2023** (en % y en orden descendente según media anual)

Cadena	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Media
<b>TV3</b>	15,1	14,2	14,5	13,6	13,9	14,2	13,9	11,8	13,9	14,0	14,5	13,4	<b>13,9</b>
<b>Antena 3 TV</b>	14,2	14,2	14,1	12,9	13,5	13,5	12,9	11,9	13,0	12,9	13,0	12,7	<b>13,2</b>
<b>Telecinco</b>	10,5	11,0	11,2	11,4	11,5	11,0	9,3	9,0	9,6	9,7	9,7	10,0	<b>10,3</b>
<b>La1</b>	9,4	8,7	9,1	9,0	9,9	9,7	9,9	10,2	10,5	10,4	10,0	10,0	<b>9,7</b>
<b>laSexta</b>	6,0	6,2	6,2	5,8	6,2	6,5	6,8	5,8	6,4	6,5	7,1	6,0	<b>6,3</b>
<b>Cuatro</b>	5,2	5,3	5,1	4,8	4,7	5,1	5,2	5,3	5,3	5,4	5,5	5,4	<b>5,2</b>
<b>Energy</b>	3,0	3,0	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1	2,7	2,8	2,9	2,9	<b>3,0</b>
<b>La2</b>	2,9	2,8	2,7	2,6	2,8	2,8	3,1	3,2	2,9	2,8	2,7	2,9	<b>2,9</b>
<b>FDF</b>	2,4	2,5	2,6	2,5	2,6	2,5	2,6	2,7	2,5	2,5	2,7	2,8	<b>2,6</b>
<b>Divinity</b>	2,2	2,4	2,4	2,4	2,2	2,3	2,1	2,2	2,1	2,1	2,0	2,0	<b>2,2</b>
<b>Neox</b>	2,0	2,0	2,0	2,0	1,9	2,0	2,0	2,1	2,1	2,0	2,0	2,1	<b>2,0</b>
<b>Nova</b>	2,0	2,0	1,9	2,1	2,1	2,3	2,1	2,2	1,9	1,8	1,9	1,9	<b>2,0</b>
<b>TRECE</b>	2,2	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,1	1,9	1,8	2,0	2,1	<b>2,0</b>
<b>Atreseries</b>	1,7	1,8	1,6	1,6	1,4	1,7	1,8	2,0	1,8	1,9	1,9	1,9	<b>1,8</b>
<b>Dmax</b>	1,6	1,6	1,6	1,6	1,5	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	1,6	1,6	<b>1,6</b>
<b>3/24</b>	3,6	1,2	1,1	1,1	1,2	1,3	1,5	1,5	1,6	1,5	1,7	1,3	<b>1,6</b>
<b>MEGA</b>	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	1,7	1,5	1,6	1,5	1,6	<b>1,5</b>
<b>BeMad</b>	1,1	1,2	1,1	1,3	1,4	1,4	1,4	1,6	1,4	1,5	1,5	1,7	<b>1,4</b>
<b>Paramount Network</b>	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	<b>1,4</b>
<b>DKISS</b>	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1	1,3	1,2	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3	<b>1,2</b>
<b>24h</b>	1,0	0,9	1,1	1,0	1,0	1,1	1,3	1,2	1,3	1,4	1,5	1,1	<b>1,2</b>
<b>Esport3</b>	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	0,9	0,6	1,0	1,2	1,2	1,1	1,1	<b>1,0</b>
<b>Gol Play</b>	0,9	1,0	0,9	1,0	1,0	0,8	0,8	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9	<b>1,0</b>
<b>Clan</b>	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9	<b>0,9</b>
<b>TEN</b>	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,2	1,1	<b>0,9</b>
<b>Boing</b>	0,8	0,9	0,8	1,0	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	<b>0,9</b>
<b>Disney Channel</b>	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	<b>0,7</b>
<b>Teledeporte</b>	0,6	0,4	0,5	0,8	0,7	0,6	1,3	1,2	0,8	0,5	0,5	0,4	<b>0,7</b>
<b>SX3/33</b>	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,8	0,7	0,8	0,6	0,8	<b>0,6</b>
<b>8tv</b>	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,6	0,0	0,0	<b>0,6</b>
<b>Real Madrid HD</b>	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	<b>0,6</b>
<b>BOM Cine</b>	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	<b>0,4</b>
<b>Verdi Classics</b>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	<b>0,1</b>

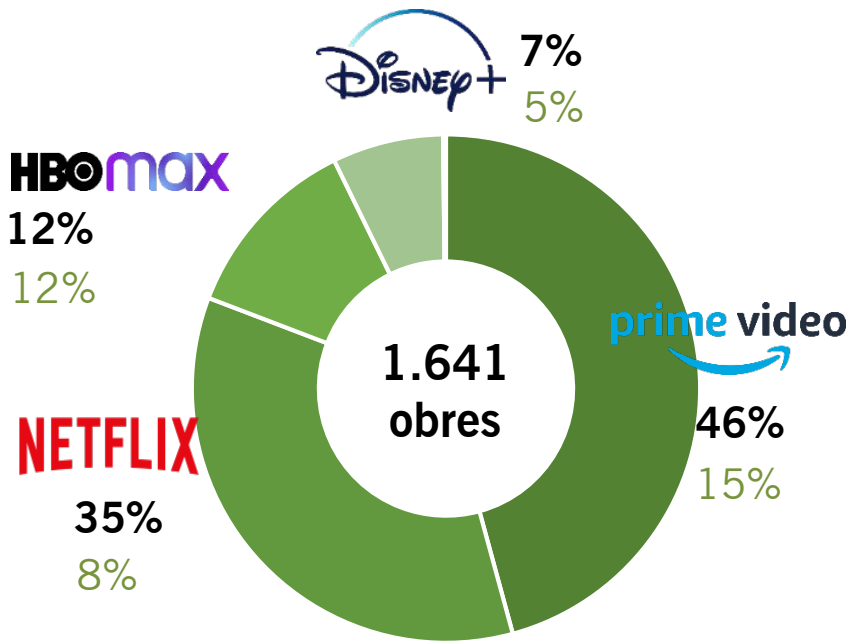
Fuente:  
Barlovento  
Comunicación.  
Las audiencias  
de los canales  
autónomos  
corresponden a  
su territorio de  
cobertura.



# Presencia de obra española en los servicios SVOD (1)

Durante 2023, la **presencia de las producciones audiovisuales españolas** en los catálogos de las principales plataformas OTT de pago (SVOD) norteamericanas varía según el servicio. El total de obras audiovisuales españolas fue de **1.641 títulos**, un **10% del total de obras de los servicios SVOD**.

## Distribución de obra española disponible en los servicios SVOD. Año 2023



Porcentaje en negro: presencia respecto al número total de títulos de obra española.  
 Porcentaje en verde: presencia respecto al número total de títulos en el catálogo.

### Oferta de obras españolas

En número de títulos, **Prime Video** y **Netflix** suman el 80% del total de obras que ofrecen las cinco plataformas.

### Peso de las obras sobre el catálogo completo

En proporción, **Prime Video** dispone de un mayor porcentaje de obra audiovisual española, con un 15% del total de los títulos de su catálogo.

El segundo lugar es para **HBO Max**, con un 12%. En el resto de plataformas, la representación de los títulos de origen español no alcanza el 10%: Netflix y Disney+.

En **Apple TV+**, con tres coproducciones, representa un 2% de todo su catálogo.

Fuente: Albornoz, L. A., García Leiva, M. T. y Gallo, P. (2023). [Disponibilidad y prominencia de obra española en servicios audiovisuales por suscripción. Edición 2023](#). Grupo de investigación Diversidad Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid, p. 1-33.

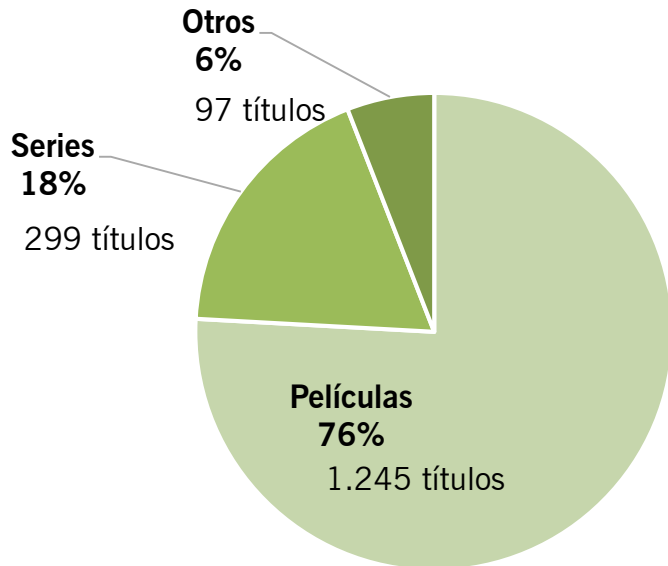


## Presencia de obra española en los servicios SVOD (2)

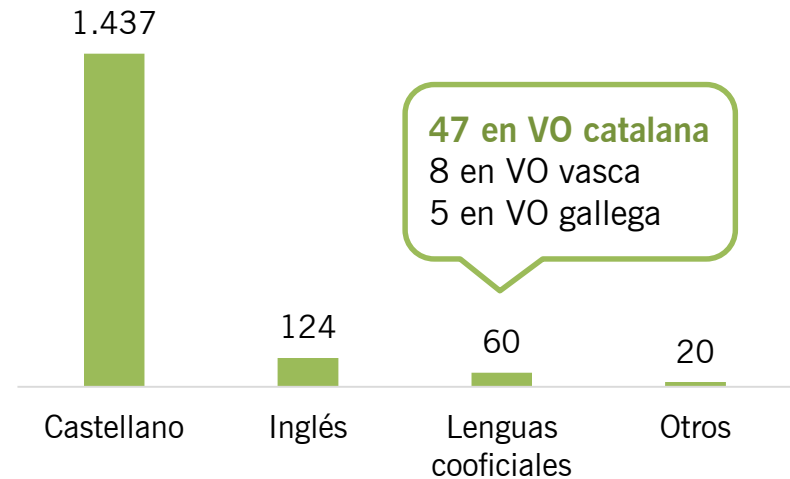
**7 de cada 10** obras audiovisuales ofrecidas en los catálogos de los servicios SVOD son **películas**, mayoritariamente de ficción. El resto de los títulos se reparten en **series** (de ficción, de animación o documentales) y **otros** (*realities*, cortometrajes, monólogos). En general, los contenidos de ficción disfrutan de más disponibilidad.

El **principal idioma original (V. O.)** de las obras españolas disponibles es el **castellano**, seguido de las obras producidas en lengua inglesa (7,5%). La **lengua catalana** ocupa el **tercer lugar** en presencia (2,8%) con 24 títulos en Prime Video, 21 en Netflix y 2 en HBO Max.

Obra audiovisual disponible según la tipología



Obra audiovisual disponible por idioma original (VO)



Fuente: Albornoz, L. A., García Leiva, M. T. y Gallo, P. (2023). [Disponibilidad y prominencia de obra española en servicios audiovisuales por suscripción. Edición 2023](#). Grupo de investigación Diversidad Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid, p. 1-33.



## Presencia de obra española en los servicios SVOD (y 3)

En relación con la **prominencia** otorgada a la obra audiovisual española, **Netflix** es el único servicio que dispone de secciones dedicadas al cine y series producidas en el territorio español de fácil acceso (barra de menú superior). En el resto de servicios, la prominencia de los títulos es muy variable.

### Nivel de prominencia de obra española en los servicios SVOD. Año 2023








Fuente: Albornoz, L. A., García Leiva, M. T, y Gallo, P. (2023). [Disponibilidad y prominencia de obra española en servicios audiovisuales por suscripción. Edición 2023](#). Grupo de investigación Diversidad Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid, p. 1-33.



# Suscripciones a plataformas de televisión IPTV

Suscripciones a las principales plataformas de IPTV de pago convencionales en Cataluña. Octubre-noviembre 2023

IPTV	HOGARES 		PERSONAS ABONADAS 		
					Variación vs. 2.ª oleada 2023
	603.720	19,5%	1.463.014	21,7%	-3,1%
	195.048	6,3%	458.456	6,8%	-0,2%
	120.744	3,9%	370.810	5,5%	+1,7%

**Movistar+** es la plataforma líder de IPTV en Cataluña, pese a la pérdida de suscripciones respecto a la oleada anterior (-3,1%).

En segunda posición, **Orange TV** se mantiene estable y no acaba de llegar al casi medio millón de personas abonadas, mientras que la plataforma **Vodafone** reduce la distancia entre ellas y crece casi un 2% en el último cuatrimestre.



Nota: las respuestas pueden ser múltiples, puesto que un mismo hogar o persona puede contar con más de una suscripción a plataformas de pago, ya sean IPTV o OTT.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada de 2023. Base: 3.096.000 hogares y 6.742.000 personas.



# Suscripciones a servicios OTT de pago

## Suscripciones a las principales plataformas de servicios OTT de pago en Cataluña. Octubre-noviembre 2023

PLATAFORMAS	HOGARES 		PERSONAS ABONADAS 		
					Variación vs. 1.ª oleada 2023
<b>NETFLIX</b>	1.681.128	54,3%	4.065.426	60,3%	+3,4%
<b>prime video</b>	1.321.992	42,7%	3.060.868	45,4%	+3,0%
<b>HBOmax</b>	687.312	22,2%	1.685.500	25,0%	+3,1%
<b>Disney+</b>	774.000	25,0%	1.860.792	27,6%	+6,2%
<b>DAZN</b>	241.488	7,8%	573.070	8,5%	+0,6%
<b>FILMIN</b>	157.896	5,1%	364.068	5,4%	+1,4%
<b>Rakuten TV</b>	133.128	4,3%	343.842	5,1%	+2,6%
Otros proveedores	600.624	19,4%	1.301.206	19,3%	-0,3%

La tendencia de las OTT se mantiene al alza de forma generalizada respecto a la oleada anterior de EGM.

Netflix es la OTT con más hogares y personas abonadas, con más de 4 millones de personas abonadas, un millón más que la plataforma que le sigue, **Amazon Prime Video**.

**Disney+** pasa por delante de **HBO Max** con el mayor crecimiento en suscripciones del último cuatrimestre (+6,2%).

El resto de plataformas de OTT (**DAZN**, **Filmin** y **Rakuten TV**) se mantienen en el mismo lugar del ranking, sin cambios significativos.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada de 2023. Base: 3.096.000 hogares y 6.742.000 personas.

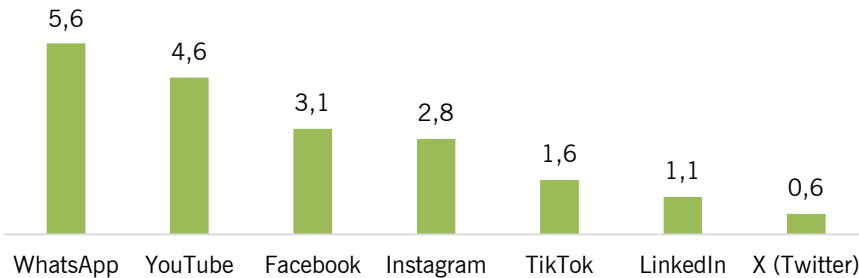


# Consumo de redes sociales en Cataluña

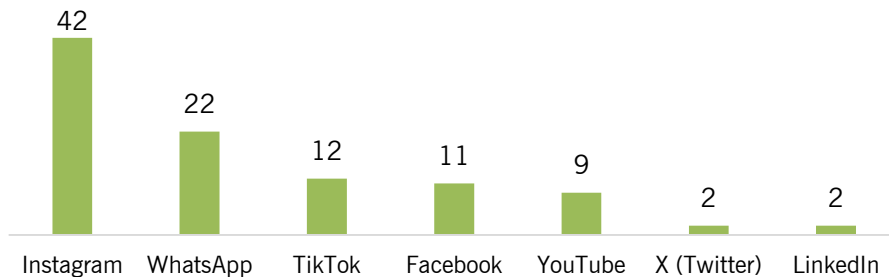
**+6 millones usuarios** Un **95,3%** de la población catalana (de más de 16 años) indica que es usuaria de al menos una red social. El mayor porcentaje (un 99%) se encuentra entre la gente más joven.

**+3 redes sociales** Media de redes utilizadas al día por la ciudadanía.

## Número de usuarios por red social en Cataluña (en millones)



## Red social preferida (en porcentaje)



**WhatsApp** es la aplicación más utilizada en todas las franjas de edad, mientras que **TikTok** es una aplicación consolidada entre las franjas más jóvenes (personas usuarias de 16 a 45 años).

**Instagram** es la red que prefiere la mayoría de usuarios, especialmente entre los usuarios ubicados en las franjas de edad de los 16 a los 45 años.

**LinkedIn** y **X (Twitter)** se convierten en residuales, tanto por la preferencia como por el número de usuarios y la actividad.

Fuente: Col·legi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya (2023). [Estudi sobre l'ús i aplicacions de les xarxes socials a Catalunya](#). Marzo-abril de 2023.



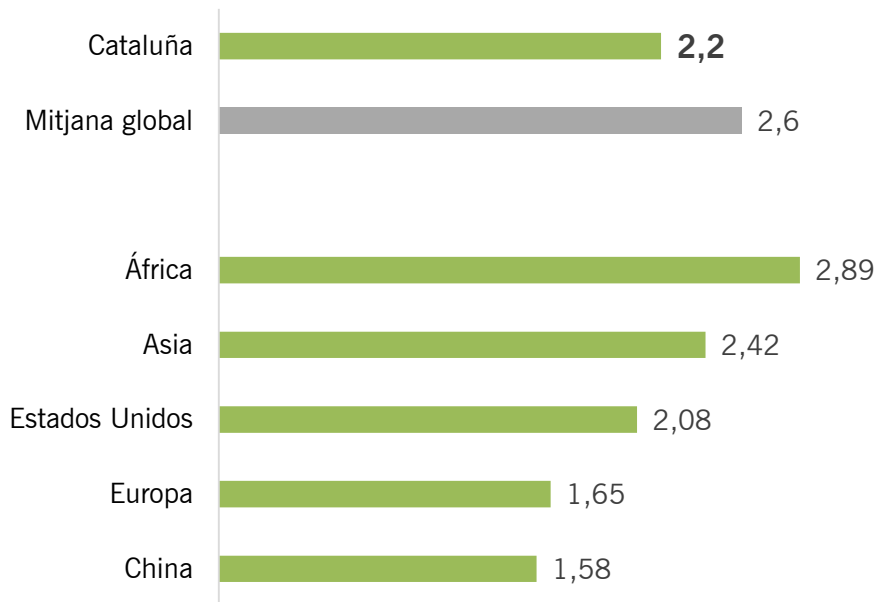
# Consumo de redes sociales en Cataluña



## Tiempo de uso diario: 2 horas y 20 minutos

La **media** de uso de las redes sociales al día en Cataluña es de **2,2 horas**, una media **similar** al de la **media mundial**, pero **superior** a la de los **países europeos, Estados Unidos y China**.

### Comparativa mundial de uso diario de las redes sociales (en horas)



Los jóvenes pasan **más de tres horas** diarias, el doble de tiempo que los mayores de 66 años.

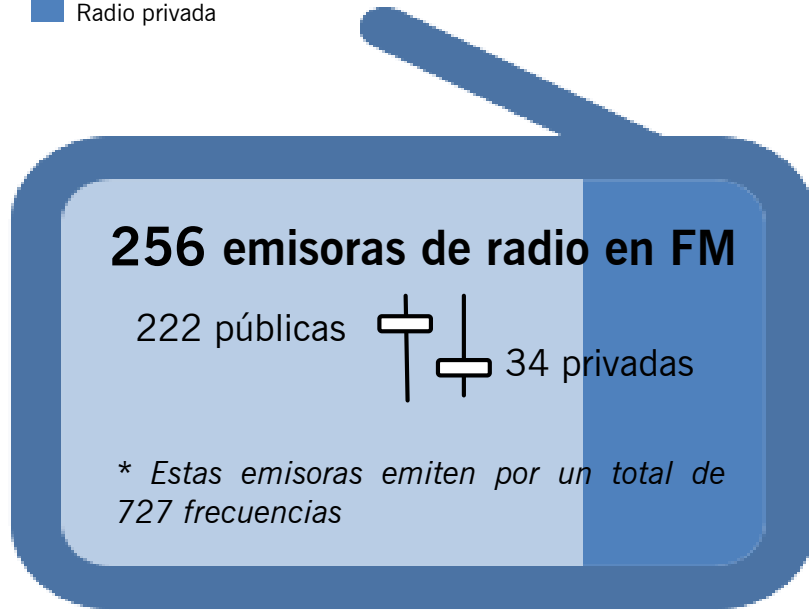
**WhatsApp, TikTok y YouTube** son las redes sociales que ocupan más tiempo de uso por parte de las personas usuarias.

Fuente: Col·legi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya (2023). [Estudi sobre l'ús i aplicacions de les xarxes socials a Catalunya](#). Marzo-abril de 2023.



# Oferta de emisoras de radio en Cataluña

- Radio pública
- Radio privada

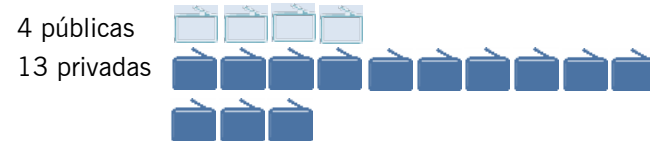


El hogar catalán recibe una media de más de 30 emisoras por la FM: 12 radios de ámbito nacional, 19 estatal y la emisora local.

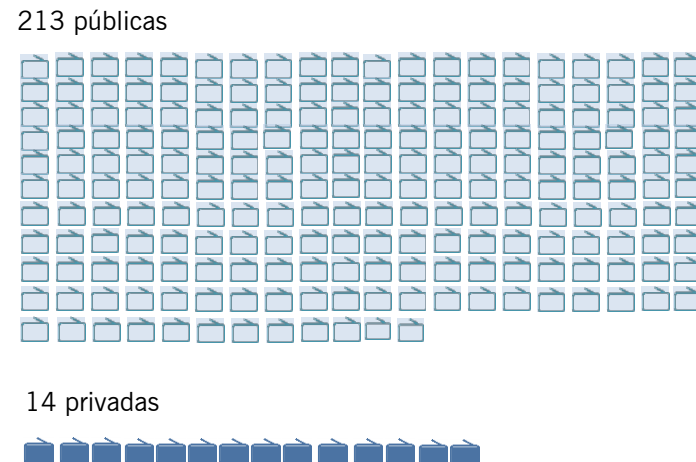
## 12 emisoras de ámbito nacional



## 17 emisoras de ámbito estatal



## 227 emisoras de ámbito local

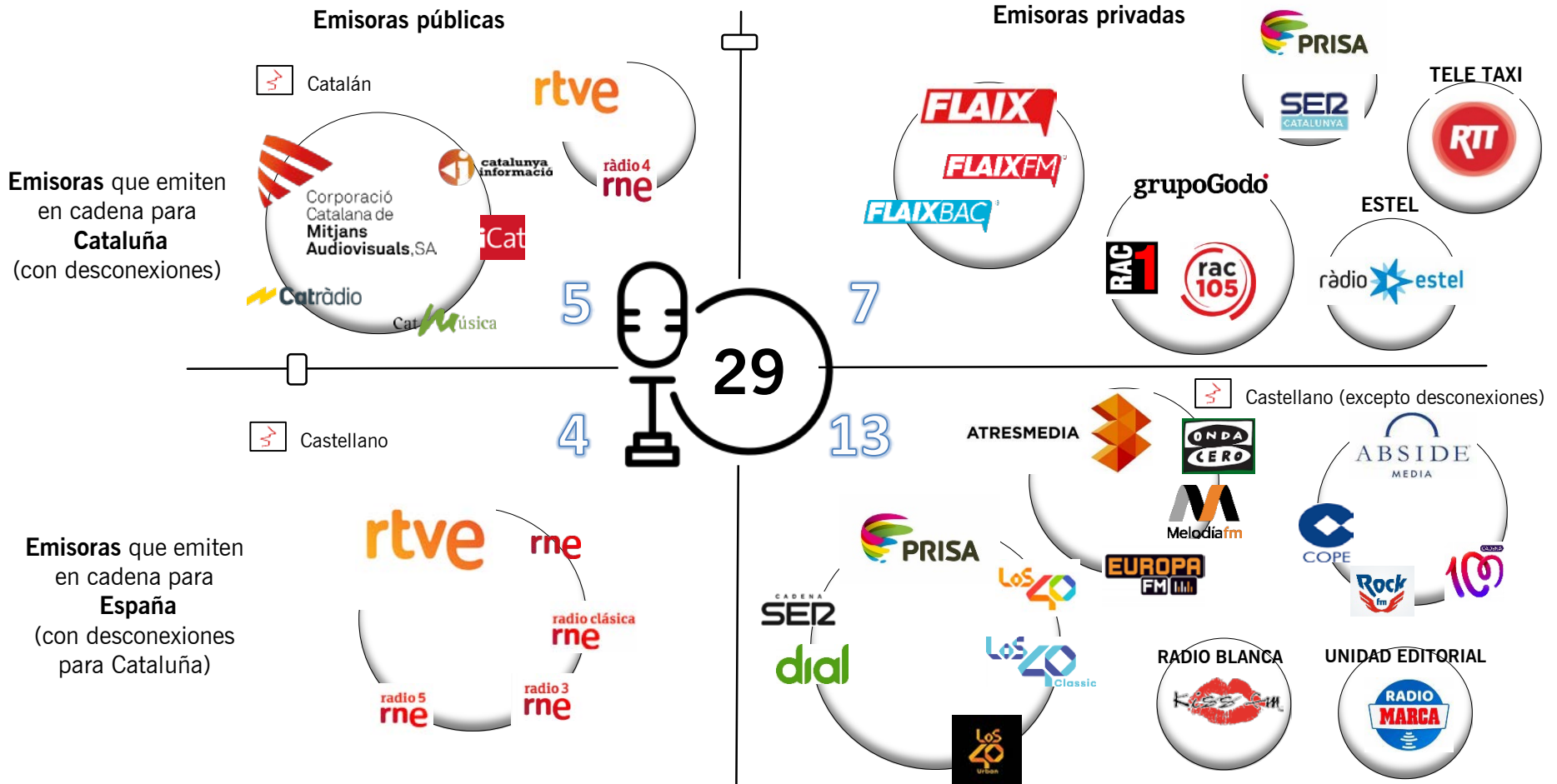


Nota: en el BIAC se entiende por *emisora de radio* el medio de comunicación que ofrece una programación radiofónica por medio de una o más frecuencias y se entiende por *emisión en cadena* el grupo de estaciones de radio que emiten un contenido desde una fuente centralizada.  
Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) y Ministerio para la Transformación Digital y Función Pública (FM estatal públicas). Diciembre de 2023.



# La radio de ámbito nacional y estatal

Oferta de emisoras de ámbito nacional y estatal en Cataluña. Por titularidad y lengua vehicular



Fuente: CAC, Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública webs corporativos. Diciembre de 2023.



# La FM de ámbito nacional

Oferta de emisoras que emiten exclusivamente para Cataluña. Por titularidad, lengua vehicular y número de frecuencias FM

<b>12 emisoras</b>	<b>5 emisoras públicas</b>  270 frecuencias FM	<b>CCMA</b> 	<b>CRTVE</b> 	 Catalán
	<b>7 emisoras privadas</b>  96 frecuencias FM	<b>FLAIX</b> 	<b>GODÓ</b> 	<b>PRISA</b> 
		<b>ESTEL</b> 	<b>TELE TAXI</b> 	

Nota: Una emisora puede tener más de una frecuencia de FM.

Fuente: CAC (frecuencias emisoras privadas), CCMA (frecuencias CCMA) y RTVE (frecuencias Ràdio 4). Diciembre de 2023.



# La FM de ámbito estatal

Oferta de emisoras que emiten para España con desconexiones en Cataluña. Por titularidad, lengua vehicular y número de frecuencias FM

<b>17 emisoras</b>	<b>4 emisoras públicas</b>  65 frecuencias FM	<b>CRTVE (Corporación de Radio y Televisión Española)</b>     	 Castellano
	<b>13 emisoras privadas</b>  61 frecuencias FM	<b>PRISA</b>     	<b>ÁBSIDE MEDIA</b>   
		<b>ATRESMEDIA</b>   	
		<b>RADIO BLANCA</b> 	<b>UNIDAD EDITORIAL</b> 

Fuente: CAC (frecuencias emisoras privadas), Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública ([frecuencias emisoras de CRTVE](#)). Diciembre de 2023.

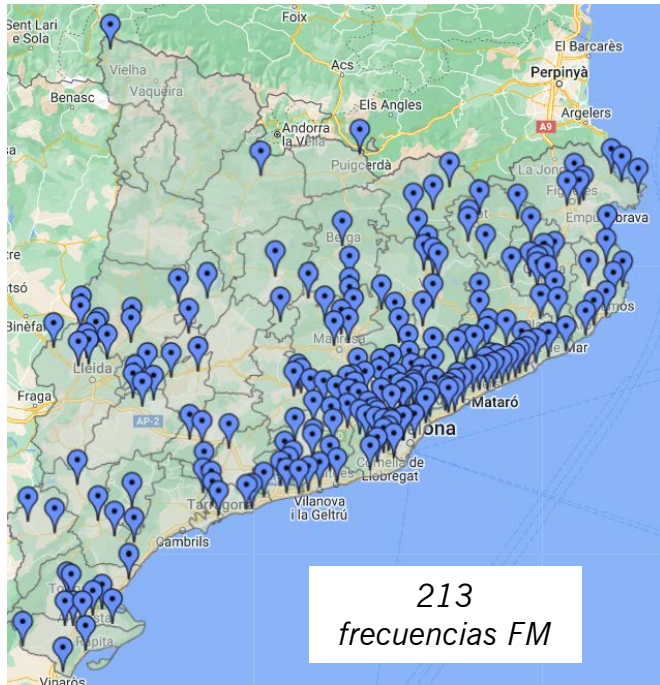


# La FM de ámbito local

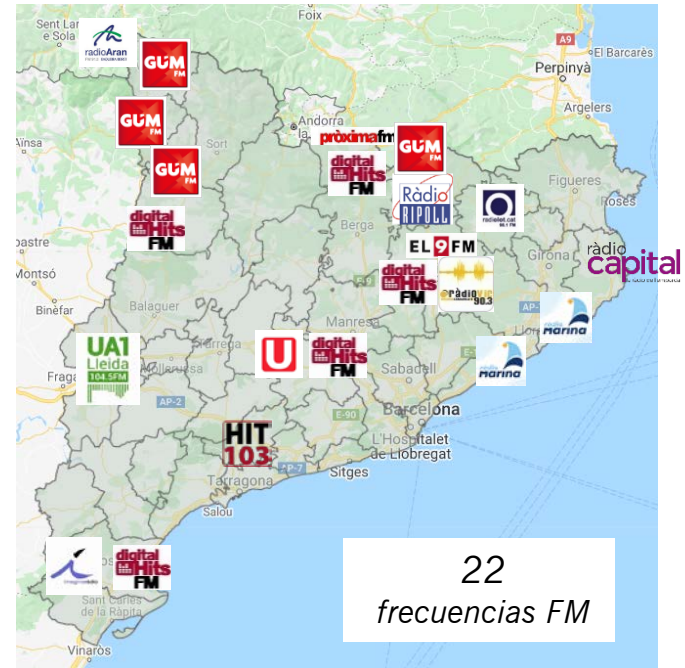
Oferta de emisoras de ámbito local en Cataluña. Por titularidad y lengua vehicular

Catalán

213 emisoras públicas



Fe de errores:  
En BIAC anteriores se ha contabilizado por error la emisora Canal Taronja Radio como radio en emisión.



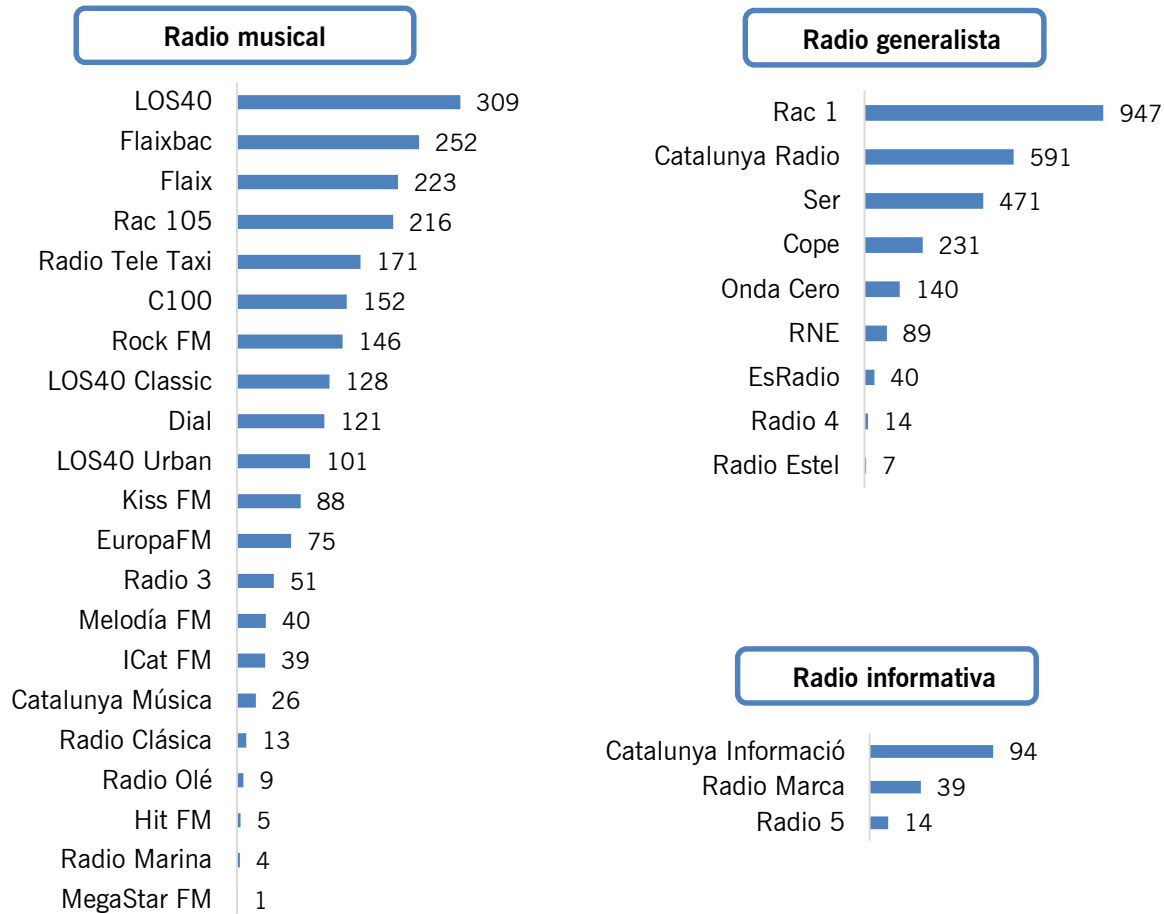
14 emisoras privadas

Fuente: CAC y webs corporativas. Diciembre de 2023.



# Audiencias de radio (1)

Audiencia radiofónica acumulada diaria en Cataluña, por tipología de radio (en miles, de LUNES a VIERNES)

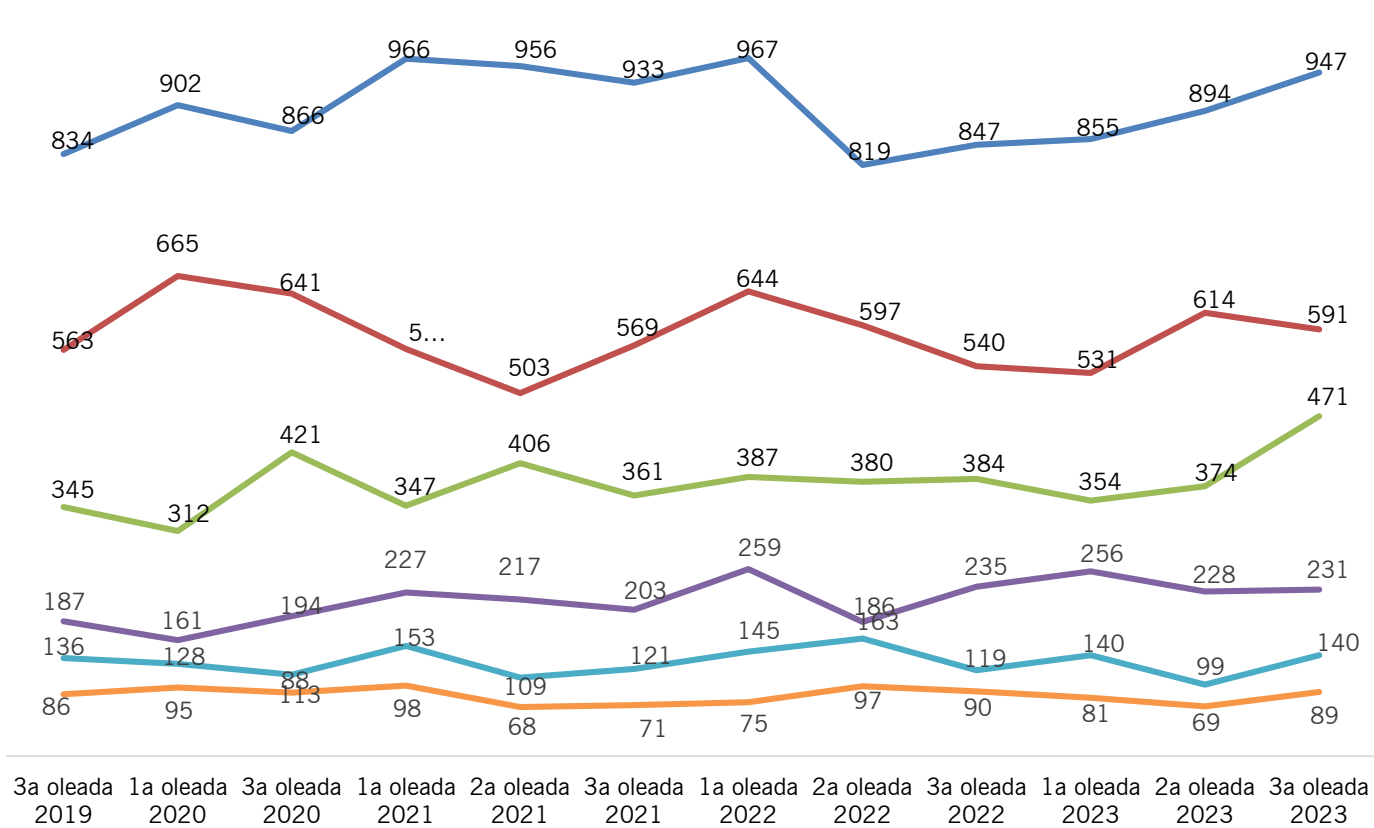


Fuente: EGM – Datos Cataluña.3.ª oleada de 2023.



# Audiencias de radio (2)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 3.<sup>a</sup> oleada 2019 – 3.<sup>a</sup> oleada 2023 (de LUNES a VIERNES, en miles)









Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.<sup>a</sup> oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



## Audiencias de radio (3)

Audiencia principales cadenas radiofónicas generalistas por franjas horarias en Cataluña. 3.ª oleada 2023 (de LUNES a VIERNES, en miles)

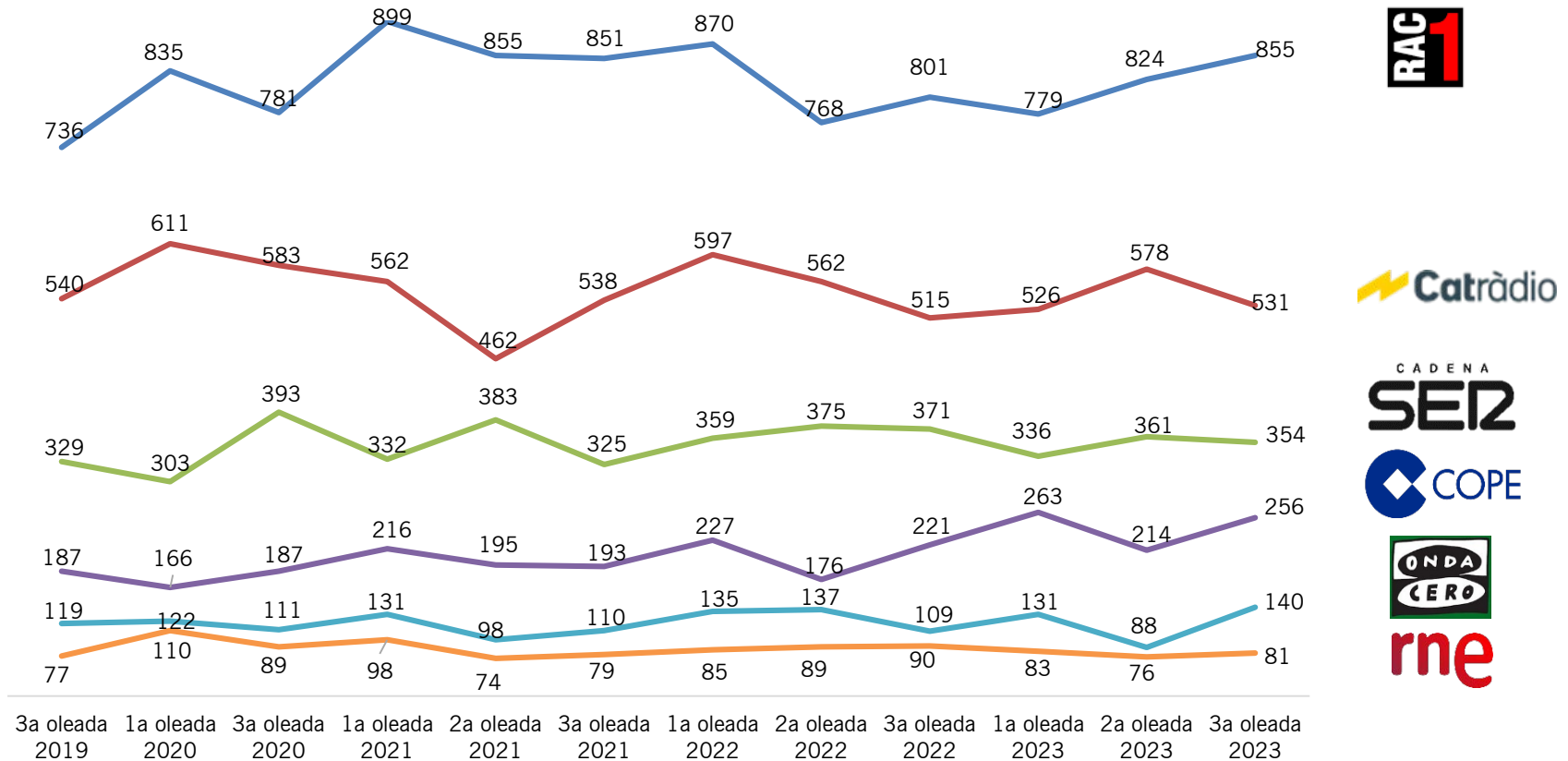
	Audiencia total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	947	704	323	321	176
	591	379	183	150	200
	471	312	125	109	175
	231	140	40	28	97
	140	94	31	37	20
	89	49	29	9	39

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada de 2023.



# Audiencias de radio (4)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 3.<sup>a</sup> oleada 2019 - 3.<sup>a</sup> oleada 2023 (de LUNES a DOMINGO, en miles)

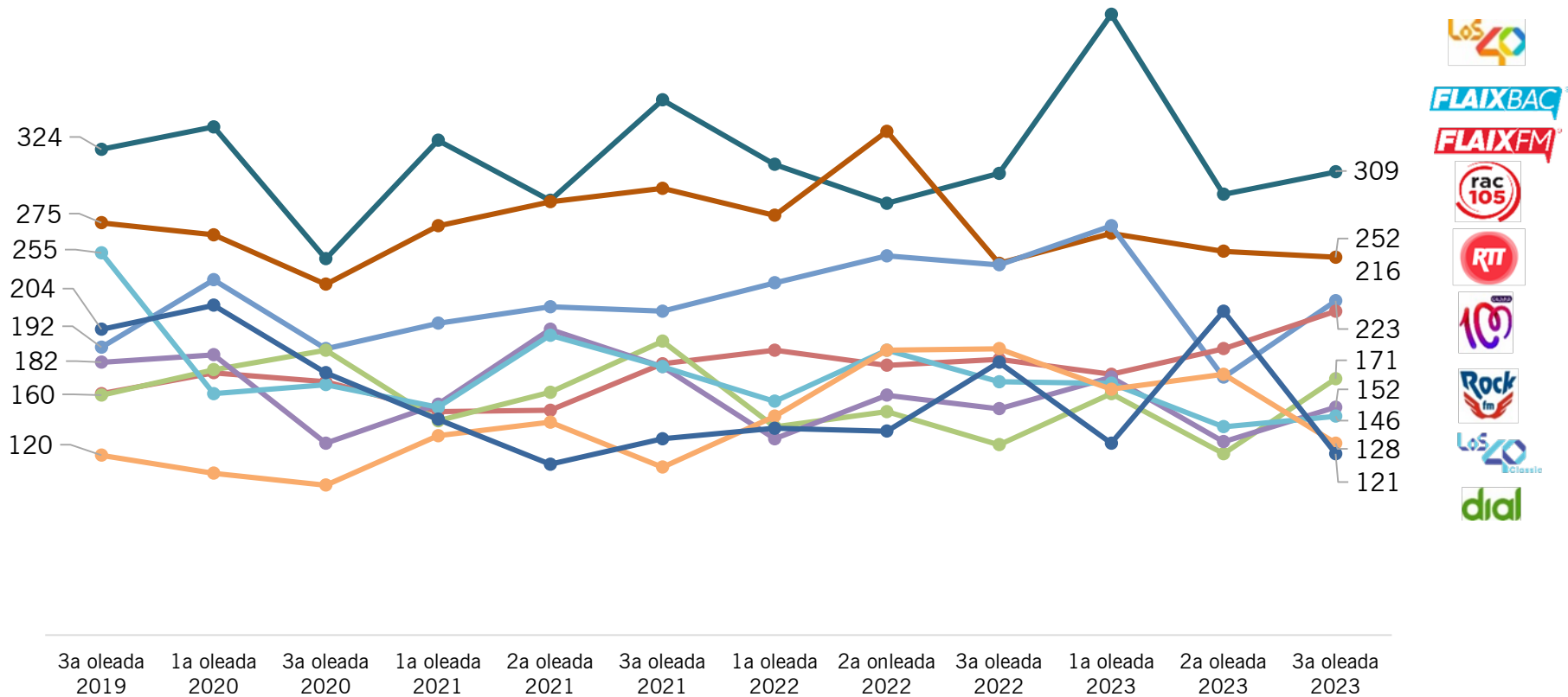


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.<sup>a</sup> oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



# Audiencias de radio (5)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales. Periodo 3.<sup>a</sup> oleada 2019 – 3.<sup>a</sup> oleada 2023 (de LUNES a VIERNES, en miles)

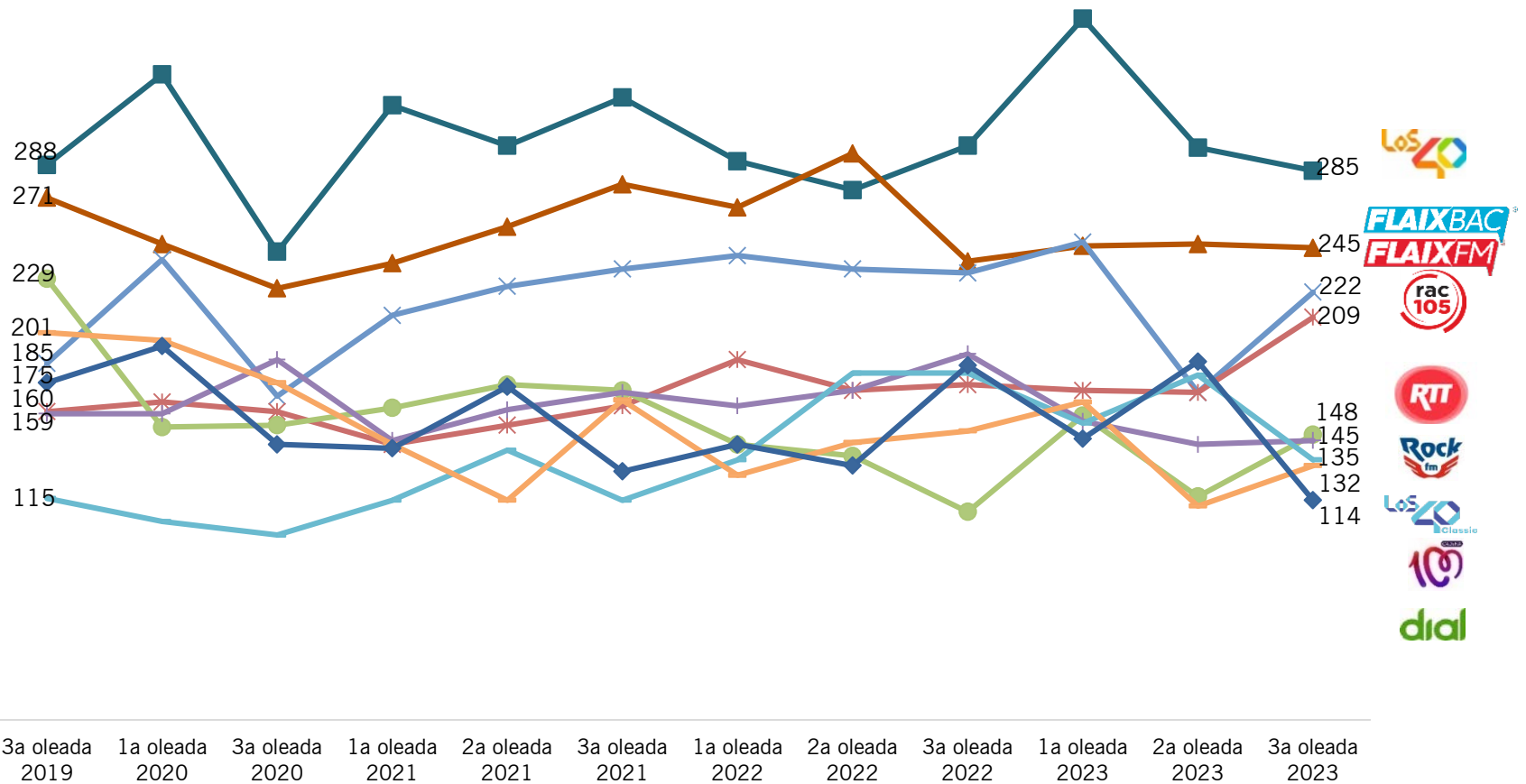


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.<sup>a</sup> oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



# Audiencias de radio (y 6)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales. Periodo 3.<sup>a</sup> oleada 2019 – 3.<sup>a</sup> oleada 2023 (de LUNES a DOMINGO, en miles)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.<sup>a</sup> oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.





# El apunte. Universidad y formación en comunicación

## La educación universitaria en comunicación en Cataluña



11 universidades



19.979 estudiantes



1.440 docentes i personal investigador



Universitat  
Abat Oliba CEU

**UAB**  
Universitat Autònoma  
de Barcelona



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Universitat  
de Girona



Universitat de Lleida

**UVIC**  
UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

**UIC**  
barcelona

**UOC** Universitat Oberta  
de Catalunya



Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona

**b** Blanquerna  
UNIVERSITAT RAMON LLULL



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

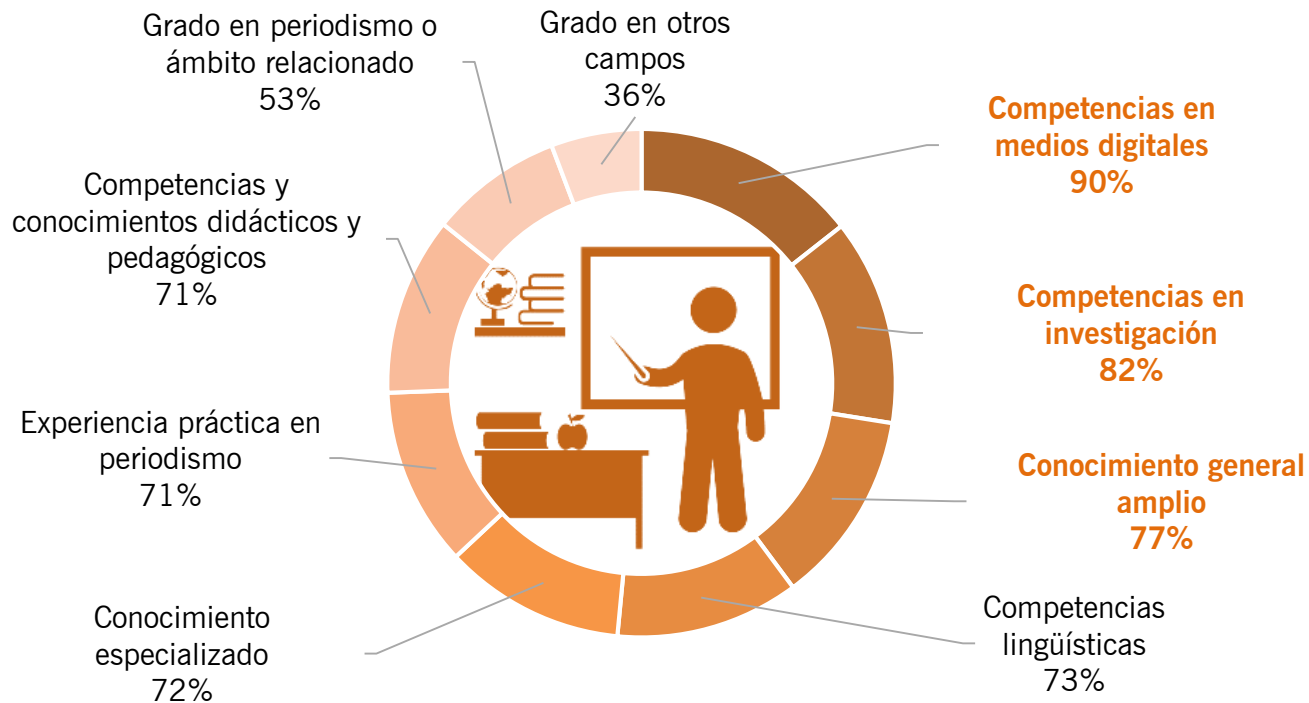
Fuente: Uneix. Departamento de Investigación y Universidades de la Generalitat de Cataluña. Datos correspondientes al curso 2021-2022.



# El apunte. Universidad y formación en comunicación

## Competencias del profesorado

Según una encuesta de [World Journalism Education Council](#), las tres competencias más relevantes del profesorado de periodismo en los próximos diez años serán las relativas **al ámbito digital (90%)**, **en la investigación (82%)** y **al conocimiento general (77%)**.

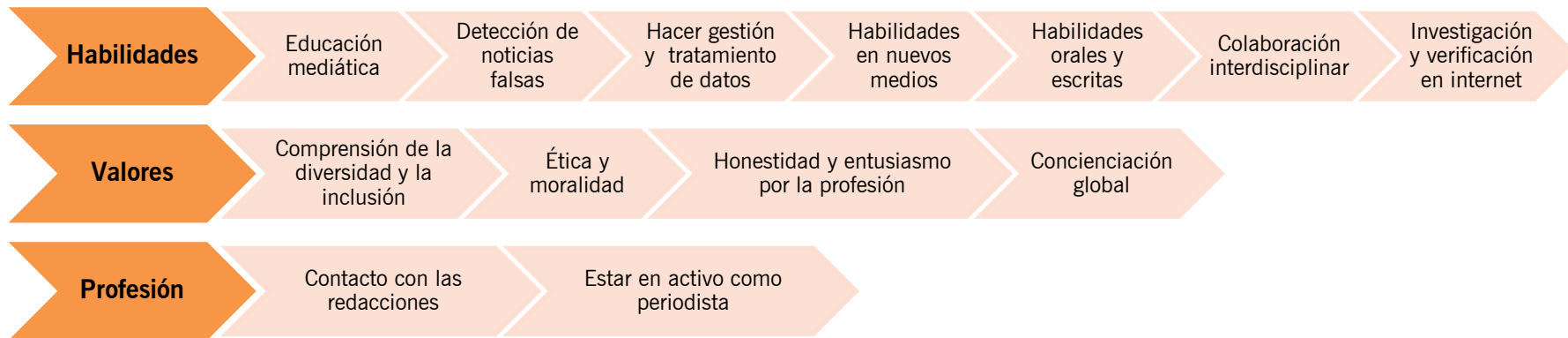


Fuente: World Journalism Education Council (2023). Drok, N. y Duiven, N. [Journalistic roles, values and qualifications in the network era. How journalism educators around the globe view the future of journalism](#). Encuesta a profesorado de periodismo. Muestra: 1.696 personas de 46 países.



# El apunte. Universidad y formación en comunicación

## Otras competencias y habilidades



El [Programa internacional para el desarrollo la comunicación](#)



de la Unesco aporta recursos prácticos a las universidades para formar a periodistas, con manuales, herramientas prácticas y modelos curriculares.

Font: World Journalism Education Council (2023). Drok, N. y Duiven, N. [Journalistic roles, values and qualifications in the network era. How journalism educators around the globe view the future of journalism](#). Encuesta a profesorado de periodismo. Muestra: 1.696 personas de 46 países.



# El apunte. Universidad y formación en comunicación

**Quaderns del CAC número 49**

**Universidad y pensamiento crítico: formar en comunicación**



Bajo la dirección de Amparo Huertas y Sara Suárez, el último número de la revista científica *Quaderns del CAC* está dedicado a [Universidad y pensamiento crítico: formar en comunicación](#).

Los cinco artículos que forman el monográfico contribuyen al **debate sobre el papel y el compromiso de la educación superior en el ámbito de la comunicación**, con aportaciones relevantes sobre la función de la universidad y el lugar que ocupa en el contexto social, económico y político actual:

- [José Luis Terrón](#) abre con un ensayo sobre cómo afecta la lógica mercantilista a los estudios de periodismo;
- [Lydia Sánchez y Jorge Franganillo](#) argumentan que el pensamiento crítico es una herramienta clave para desarrollar la tarea profesional en el ámbito de la comunicación;
- [Marta Civil i Serra, Marta Rial Pan y Teresa Santos Prados](#) analizan los 50 años de la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca de la UAB como servicio público para el profesorado y el alumnado en comunicación;
- [Maria del Carmen García Galera, Beatriz Catalina García y Manuel Martínez Nicolás](#) estudian cómo las personas graduadas en Comunicación Audiovisual utilizan las plataformas digitales para buscar trabajo y las competencias digitales requeridas en el sector de la comunicación;
- [Patrícia Lázaro e Ileana Zeler](#) reflexionan sobre cómo implicar al alumnado en la divulgación científica a partir de un proyecto propio de innovación docente en YouTube.



# El apunte. Universidad y formación en comunicación

## 25 años de diálogo, reflexión y responsabilidad

La revista *Quaderns del CAC* cumplió 25 años y lo celebró con un [acto en el Parlamento de Cataluña](#) el 16 de noviembre en el que, además de hacer un recorrido por su historia, presentó el número 49 de la revista.



## Reflexiones sobre la universidad en Cataluña

Durante el acto en el Parlamento, la codirectora de *Quaderns del CAC* **Sara Suárez** moderó una mesa redonda para hablar sobre los retos de las universidades en este nuevo contexto. Participaron en ella los decanos de las facultades con estudios de comunicación **Enric Marín** (Universitat Autònoma de Barcelona), **Carles Pont** (Universitat Pompeu Fabra) y **Miquel Térmens** (Universitat de Barcelona), así como la subdirectora de Docencia **Amalia Creus** (Universitat Oberta de Catalunya).

Temas tratados:

- Oportunidades, retos y necesidades que debe afrontar la universidad.
- Misión de la universidad para formar en comunicación.
- Características principales del alumnado en comunicación.
- Adaptación de los planes docentes.



## La TDT se escapa de un tercer dividendo digital

El 15 de diciembre, la Conferencia Mundial de Radiocomunicaciones 23 ([CMR23](#)) tomó la decisión de mantener en la TDT las frecuencias actuales (de 470 a 694 MHz) hasta 2031, como mínimo, entre otras.

Esta decisión evita, por unos años, que las frecuencias que actualmente utiliza la TDT sean entregadas a las operadoras de telefonía –tal y como pasó en los dos dividendos digitales anteriores: de la banda de los 800 MHz en 2015 y la de los 700 MHz en 2020– y el declive del único servicio de televisión gratuito a escala mundial.



## El proyecto Catalonia Media City toma forma

El 19 de diciembre, la Administración general del Estado y la de la Generalitat de Cataluña hacen público el convenio para la financiación del proyecto Catalonia Media City, que regula la concesión de la subvención a la Generalitat de Cataluña de un importe de 60 millones de euros en el ejercicio 2023, lo que representa un 44% del presupuesto total del proyecto (136 millones de euros).

Catalonia Media City nace con el objetivo de convertirse en el hub del sector audiovisual, la cultura digital y el videojuego, y ofrecer un apoyo integral a la cadena de valor. Se ubicará en las Tres Chimeneas, en Sant Adrià de Besós.



## Medios públicos en alta definición

El 16 de enero la [Corporació Catalana de Mitjans Audiovisual](#) (CCMA) inicia la emisión de todos sus canales de TDT en alta definición. Así, la CCMA se avanza a la obligatoriedad indicada por el Estado español, establecida para febrero, de dejar al emitir en formato estándar.

Además del apagón de los canales en calidad estándar, el ente estatal RTVE ha anunciado la decisión de iniciar emisiones regulares en ultra alta definición (UHD) a partir del 14 de febrero. Ya las había hecho, en pruebas.

Los televisores más antiguos se equiparán con un aparato decodificador de TDT en HD para recibir la señal televisiva en alta definición.



## Estudio de sostenibilidad de la industria audiovisual del Estado español

El 28 de septiembre, la asociación Spain Film Commission presentó el estudio “[Sostenibilidad de la industria audiovisual](#)”. El informe ha sido elaborado conjuntamente con [REDCAU](#) (Red Española de Clústeres Audiovisuales) y [CENER](#) (Centro Nacional de Energías Renovables), y analiza en qué áreas de la cadena de valor habría oportunidades de mejora; indica iniciativas y buenas prácticas, y propone acciones específicas, como disponer de criterios estándares, ayudas (subvenciones y/o incentivos fiscales ) y cursos de formación.



## Flashes (y 2)



### El CAC avala la función de servicio público de los medios de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

En noviembre de 2023, el Consejo del Audiovisual de Cataluña constató que la CCMA sigue cumpliendo con las misiones de servicio público establecidas en la ley. Así lo indica el [informe](#) del Consejo correspondiente a 2022 en el que se aportan datos sobre los canales de distribución de contenidos, lineales y digitales, sobre su consumo y el contenido que ofrecen, y la representación de la pluralidad social y política de Cataluña en la oferta de contenidos, entre otros aspectos.



### Suiza: puesta en marcha de un aplicativo que promueve la educación mediática y lucha contra la desinformación

Politools, SRG Public Value, Stiftung Mercator Schweiz y Medieninstitut ponen en marcha en octubre la herramienta [newstest.ch](https://www.newstest.ch), un autotest digital que nace con el objetivo de fortalecer la alfabetización mediática y hacer frente a la desinformación. Newstest promueve la competencia mediática de jóvenes y adultos de forma lúdica, contiene preguntas sobre cómo tratar noticias en internet en diversas áreas y dispone de una sección de evaluación que muestra herramientas y consejos para fortalecer las habilidades mediáticas.



### EBU: Informe sobre los medios de comunicación de servicio público y la alfabetización mediática

En octubre, la European Broadcasting Union (EBU) publicó el informe “[Public Service Media strengthening Media Literacy](#)”, que recoge una visión general de las actividades de alfabetización mediática, tanto de los medios de comunicación de servicio público (PSM) como de la industria de los medios de comunicación en general. También esclarece las regulaciones y las actividades básicas de alfabetización mediática.



### IAB Spain actualiza el libro blanco sobre la televisión conectada

El [libro blanco sobre la televisión conectada](#) actualiza la primera edición de 2020 con conceptos que describen y simplifican la televisión conectada, un sector que evoluciona rápidamente. El estudio analiza el entorno y los modelos de negocio, de compra y de medición de audiencia.

Además, en el último cuatrimestre IAB Spain ha presentado informes de interés sobre cómo conectar con el [público de la generación Z](#), sobre [creadores de contenidos](#) y su valor, sobre la [privacidad digital](#), la [publicidad nativa](#) o la [inversión publicitaria](#) en medios digitales, entre otros.



# Fuentes principales y citación bibliográfica

---

## Fuentes principales:

CAC: datos propios del Consejo del Audiovisual de Cataluña.

EGM: 3.ª oleada de 2023. Datos para Cataluña.

Barlovento Comunicación: informes públicos mensuales.

Iconografía: [Noun Project](#), [Freepik](#).

## Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 26.

Barcelona: CAC, enero de 2024. <[www.cac.cat](http://www.cac.cat)>