



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

L'apunt.
Usos i percepcions
dels mitjans audiovisuals

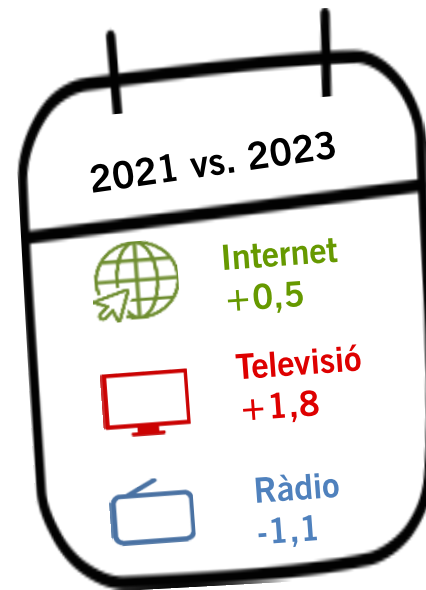
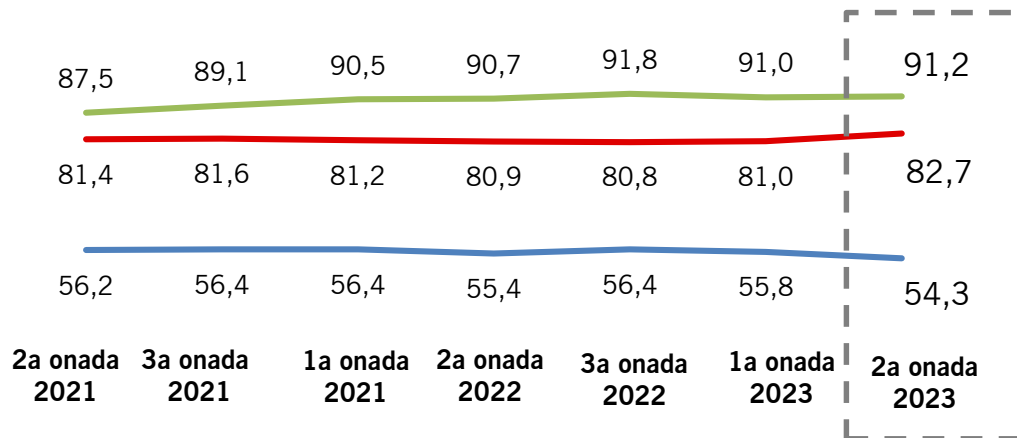
	Penetració de l'audiovisual a Catalunya	3		Ràdio	
	TDT			Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya	15
	Oferta de TDT a Catalunya	5		La FM d'àmbit nacional	16
	La TDT d'àmbit nacional	6		La FM d'àmbit estatal	17
	La TDT d'àmbit estatal	7		La FM d'àmbit local	18
	La TDT d'àmbit local	8		Audiències de la ràdio	19
	Audiència de la TDT	11		L'apunt. Usos i percepcions dels mitjans audiovisuals	25
	Audiovisual en línia			Flaixos	33
	Subscripcions a plataformes de televisió IPTV	13			
	Subscripcions a serveis OTT de pagament	14			



Penetració de l'audiovisual a Catalunya (1)

Estabilitat dels barems de penetració dels mitjans a Catalunya. Internet és el mitjà amb més penetració (91,2%), seguit del mitjà televisiu, amb una tendència lleugera a alça l'últim any (+1,8%). Respecte de l'onada anterior, el temps d'escolta radiofònica disminueix (-2 minuts) i també el temps dedicat al consum televisiu (-8 minuts).

Penetració de l'audiovisual per mitjà a Catalunya. Període 2021-2023 (en %)



Consum diari **ràdio**
1 h 40 min (dilluns-divendres)
1 h 33 min (dilluns-diumenge)



Consum diari **TV**
2 h 35 min/dia

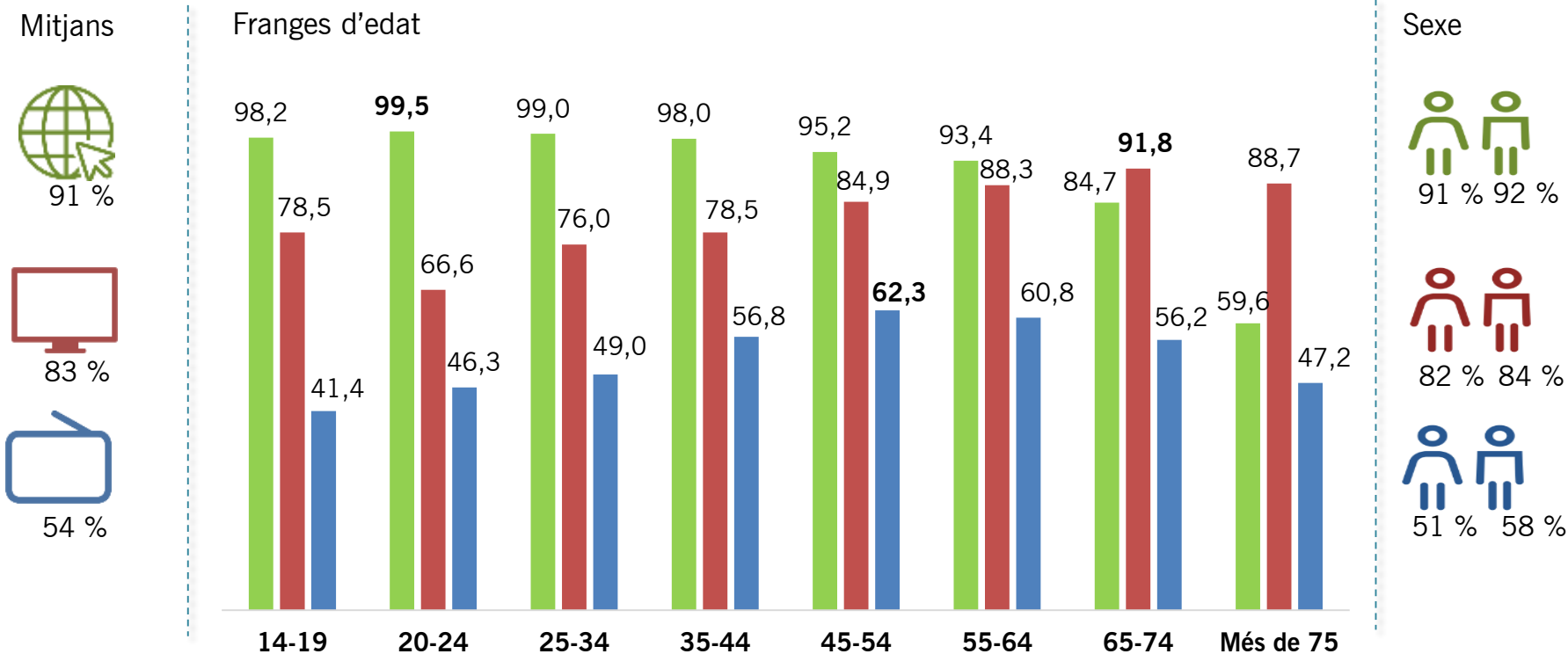
Nota: s'entén per *penetració* el % d'audiència de cada mitjà en relació amb el total de la població. Les dades relatives a internet fan referència a la connexió, indistintament de l'ús que se'n faci. Els períodes: ràdio (dilluns-diumenge); televisió i internet (audiència del dia anterior a l'entrevista).
Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada 2023 (Dades penetració i consum ràdio) i Barlovento Comunicación (Consum TV).



Penetració de l'audiovisual a Catalunya (2)

La penetració d'internet és majoritària en totes les franges d'edat, excepte a partir dels 65 anys, on deixa de ser la primera opció en favor de la televisió. La ràdio es referma a les franges d'edat entre els 45 i 64 anys.

Penetració de l'audiovisual per edat i sexe. Catalunya. Segona onada 2023 (en %)



Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada 2023.



Oferta de TDT a Catalunya

 Canal TV  TV privada  TV pública



La llar catalana rep una mitjana de 35 canals de televisió en obert: 8 d'àmbit nacional, 26 d'estatal i els canals d'àmbit local.

80 canals lineals de televisió tradicional en obert

7 de cada 10 canals de televisió són **privats** i la meitat emeten en l'àmbit **local**.

8 canals d'àmbit nacional



4 públics    
4 privats    

26 canals d'àmbit estatal



5 públics     
21 privats                     

46 canals d'àmbit local



11 públics         
35 privats                             

Nota: dins del BIAC es denomina *canals* (terme usual) els *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada múltiplex (MUX). Es comptabilitzen només una vegada els canals de televisió que emeten en *simulcast* en alta definició (TV3, Barça TV, La 1, Clan, Teleduarte, Antena 3, laSexta, Telecinco i Cuatro).

Font: CAC (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital (canals TDT estatal). Setembre del 2023.



La TDT d'àmbit nacional

TV pública TV privada Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

Català

8 canals	4 canals públics	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)
	4 ^A canals privats	

^A El mes d'agost el prestador EDICA, que compta amb una llicència de MUX privat d'àmbit nacional, entra en fase de concurs de creditors, una vegada esgotada la fase de preconcurs iniciada el 30 de maig de 2023.

^B La programació del canal 8tv s'emet pels programes 1 i 4 del MUX privat d'àmbit nacional. L'emissió del canal 8tv pel programa número 4 té caràcter provisional. Aquest lloc abans l'ocupava el canal Fibracat TV, que va deixar d'emetre l'1 de gener de 2023.

^C El canal Barça TV atura les seves emissions l'1 de juliol de 2023.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2023.



La TDT d'àmbit estatal

■ TV pública ■ TV privada  Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

 Castellà

26 canals	5 canals públics	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)     				
	21 canals privats	Atresmedia Televisión      	Mediaset España       	SQUIRREL MEDIA   UNIDAD EDITORIAL  	ÁBSIDE MEDIA  Real Madrid Televisión  	SECUOYA  KISS MEDIA 

Nota: el prestador CRTVE emet continguts en català per a Catalunya mitjançant els canals La 1, La 2 i Canal 24 Horas.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Setembre del 2023.



La TDT d'àmbit local (1)

■ TV pública ■ TV privada ■ Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

■ Català

46 canals	11 canals públics						
	35 canals privats	Grup 4 (2) Segre (4) Taelus (4) ETV (4) Cadena Pirenaica RTV (2) Mola (1) Ebre (1) Corisa Media Grup (2) CB Global Media (1) Prosa (1) Doble Columna (1) TV la Selva					

Nota: els canals privats s'agrupen per grups de comunicació, si escau.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2023.



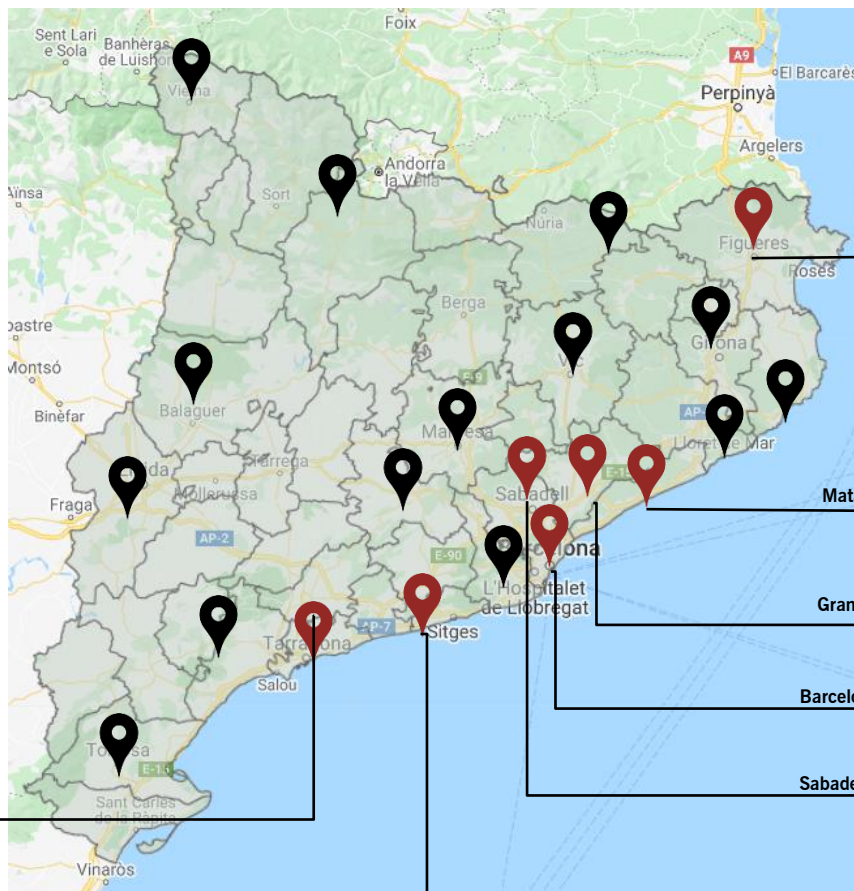
La TDT d'àmbit local (2)

11 televisions públiques distribuïdes en 7 demarcacions de TDT

📍 Demarcacions de TDT sense televisió pública.

📍 Demarcacions de TDT amb televisió pública (1 o més).

Demarcació →



Figueres



Mataró



Granollers



Barcelona



Sabadell



Tarragona



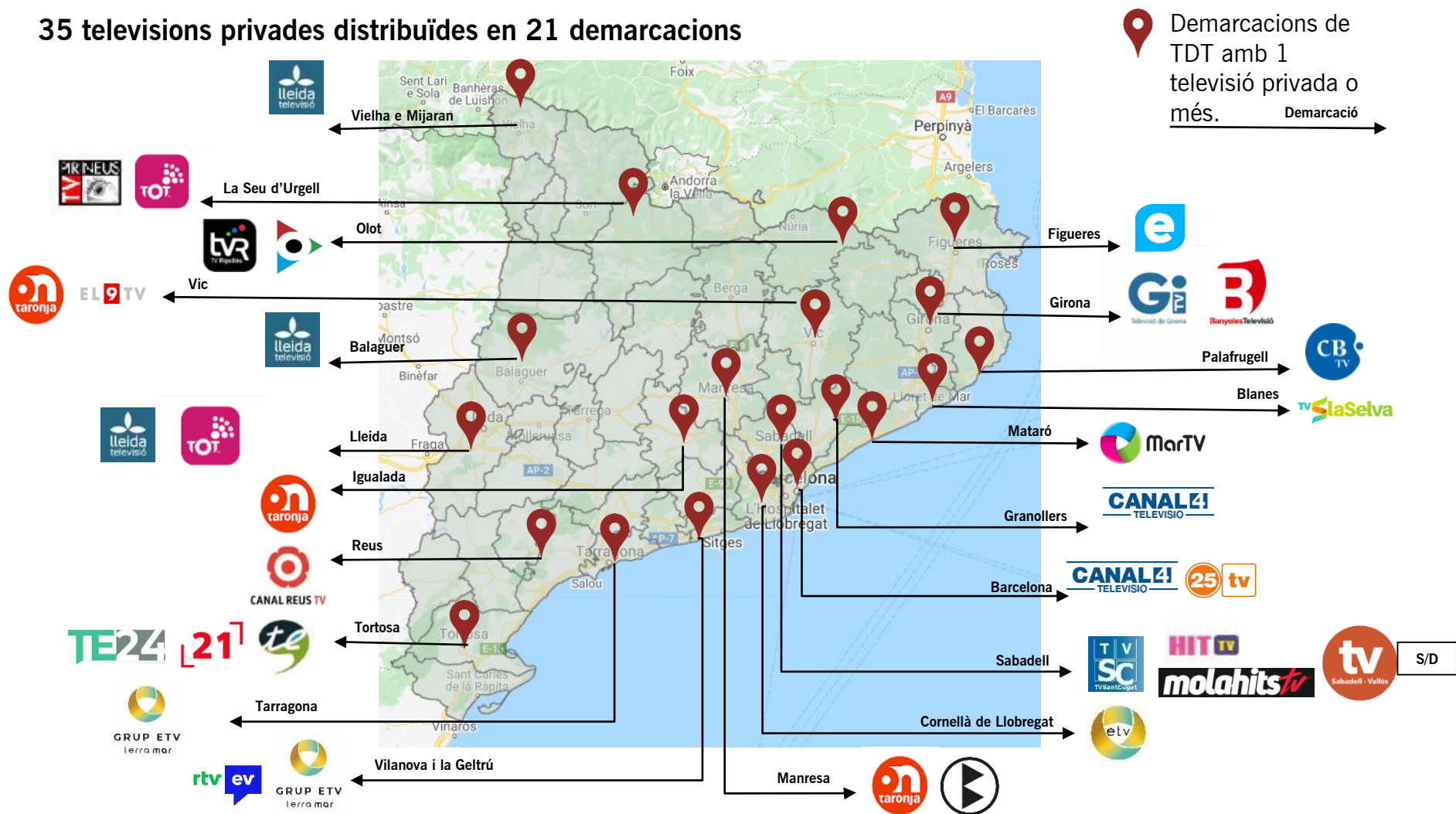
Vilanova i la Geltrú

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2023.



La TDT d'àmbit local (i 3)

35 televisions privades distribuïdes en 21 demarcacions

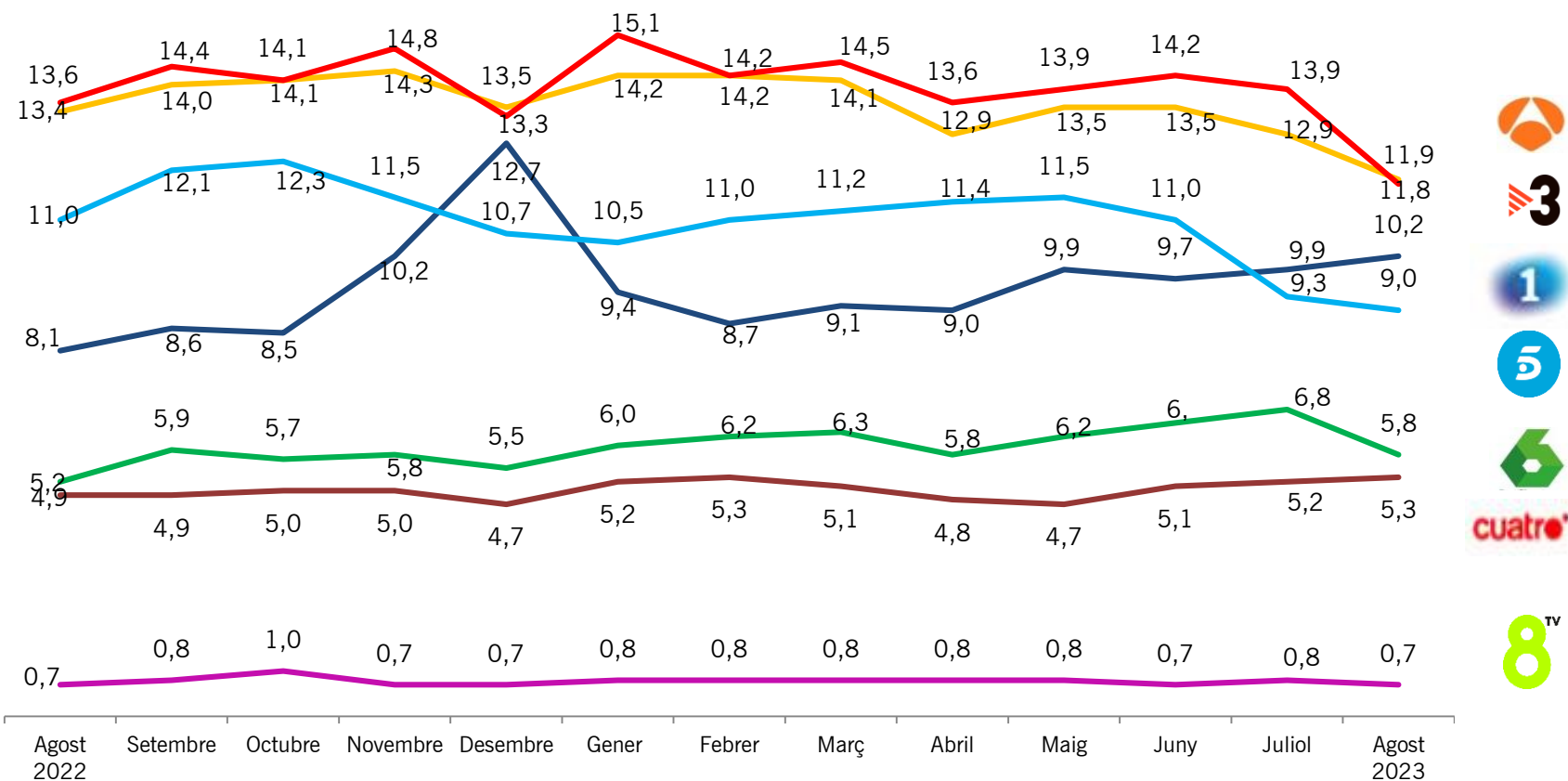


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2023.



Audiència de la TDT (1)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals de televisió. Espanya (en %, de l'agost del 2022 a l'agost del 2023)



Font: Barlovento Comunicación.



Audiència de la TDT (i 2)

Evolució mensual de la quota de pantalla de televisió. Espanya. Gener-agost 2023 (en % i en ordre descendent segons l'agost)

Cadena	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost
Antena 3 TV	14,2	14,2	14,1	12,9	13,5	13,5	12,9	11,9
TV3	15,1	14,2	14,5	13,6	13,9	14,2	13,9	11,8
La1	9,4	8,7	9,1	9,0	9,9	9,7	9,9	10,2
Telecinco	10,5	11,0	11,2	11,4	11,5	11,0	9,3	9,0
laSexta	6,0	6,2	6,2	5,8	6,2	6,5	6,8	5,8
Cuatro	5,2	5,3	5,1	4,8	4,7	5,1	5,2	5,3
La2	2,9	2,8	2,7	2,6	2,8	2,8	3,1	3,2
Energy	3,0	3,0	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1
FDF	2,4	2,5	2,6	2,5	2,6	2,5	2,6	2,7
Divinity	2,2	2,4	2,4	2,4	2,2	2,3	2,1	2,2
Nova	2,0	2,0	1,9	2,1	2,1	2,3	2,1	2,2
Neox	2,0	2,0	2,0	2,0	1,9	2,0	2,0	2,1
TRECE	2,2	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,1
Atreseries	1,7	1,8	1,6	1,6	1,4	1,7	1,8	2,0
Dmax	1,6	1,6	1,6	1,6	1,5	1,6	1,7	1,8
MEGA	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	1,7
BeMad	1,1	1,2	1,1	1,3	1,4	1,4	1,4	1,6
Paramount Network	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,5
3/24	3,6	1,2	1,1	1,1	1,2	1,3	1,5	1,5
DKISS	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1	1,3	1,2	1,3
Gol Play	0,9	1,0	0,9	1,0	1,0	0,8	0,8	1,2
24h	1,0	0,9	1,1	1,0	1,0	1,1	1,3	1,2
Teledeporte	0,6	0,4	0,5	0,8	0,7	0,6	1,3	1,2
TEN	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0
Esport3	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	0,9	0,6	1,0
Clan	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
Boing	0,8	0,9	0,8	1,0	0,8	0,9	0,8	0,9
SX3/33	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,8
8tv	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7
Disney Channel	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Real Madrid HD	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5
BOM Cine	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3
Verdi Classics	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Font: Barlovento Comunicación.



Subscripcions a plataformes de televisió IPTV

Subscripcions a les principals plataformes d'IPTV de pagament convencionals a Catalunya. Abril-maig 2023

IPTV	LLARS 		PERSONES ABONADES 		
					Variació vs. 1a onada 2023
	678.024	21,9 %	1.671.520	24,8 %	+12,5 %
	179.568	5,8 %	471.800	7,0 %	+10,0 %
	117.648	3,8 %	256.120	3,8 %	-39,5 %

Movistar+ continua líder de les plataformes IPTV, amb més d'un milió i mig de persones abonades, i augmenta un 12,5 % les subscripcions respecte de l'onada anterior.

Orange TV es recupera de la davallada d'inicis de l'any 2023 i es manté com a segona plataforma IPTV a Catalunya, amb gairebé mig milió de subscripcions.

Cal destacar la **davallada** de **Vodafone**, que cau un 39,5 % en un quadrimestre.

Nota: les respostes poden ser múltiples, ja que una mateixa llar o persona pot comptar amb més d'una subscripció a plataformes de pagament, ja siguin IPTV o OTT.

Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023. Base: 3.096.000 llars i 6.740.000 persones.



Subscripcions a serveis OTT de pagament

Subscripcions a les principals plataformes de serveis OTT de pagament a Catalunya. Abril-maig 2023

PLATAFORMES	LLARS 		PERSONES ABONADES 		Variació vs. 1a onada '23
NETFLIX	1.606.824	51,9 %	3.835.060	56,9 %	+1,6 %
prime video	1.195.056	38,6 %	2.857.760	42,4 %	+1,2 %
HBOmax	662.544	21,4 %	1.476.060	21,9 %	-6,4 %
Disney+	643.968	20,8 %	1.442.360	21,4 %	-4,2 %
{DAZN}	238.392	7,7 %	532.460	7,9 %	+3,8 %
FILMIN	139.320	4,5 %	269.600	4,0 %	+5,0 %
Rakuten TV	92.880	3,0 %	168.500	2,5 %	-28,0 %
Altres proveïdors	575.856	18,6 %	1.321.040	19,6 %	+11,7 %

Netflix continua dominant el mercat OTT a Catalunya, amb gairebé 4 milions de persones abonades (56,9 %), per davant de **Prime Video**, amb gairebé 3 milions de subscripcions (42,4 %).

HBO Max i **Disney+** perden subscripcions, però mantenen la tercera i quarta posició en el rànquing, amb un 21,9 % i 21,4 % del mercat, respectivament.

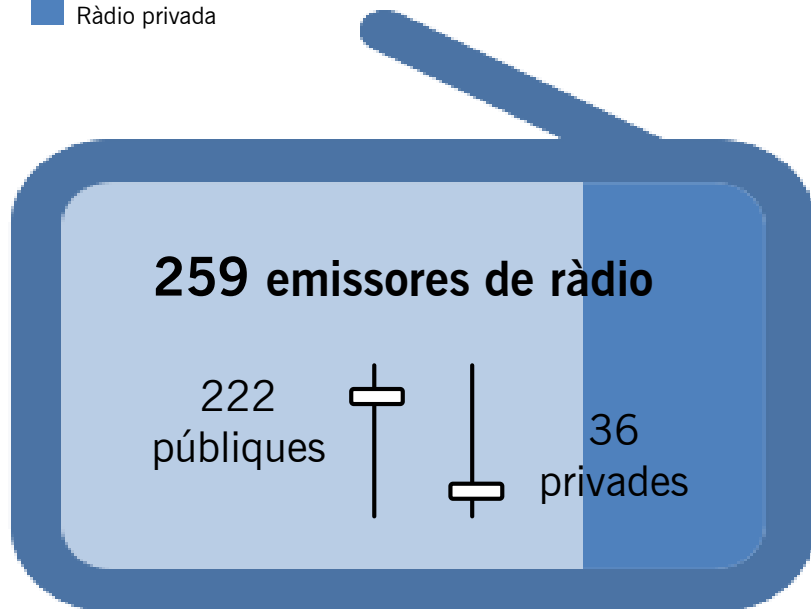
La plataforma espanyola **Filmin** té el creixement més gran del període i ja arriba al 4% de quota, davant un **Rakuten TV** que disminueix el nombre d'abonaments.

Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023. Base: 3.096.000 llars i 6.740.000 persones.



Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya

■ Ràdio pública
■ Ràdio privada



La llar catalana rep una mitjana de més de 30 emissores: 12 ràdios d'àmbit nacional, 19 d'estatal i les emissores d'àmbit local.

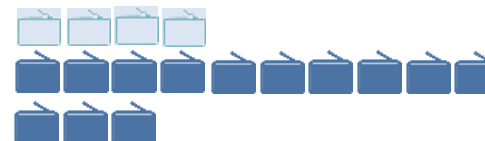
12 emissores d'àmbit nacional

5 públiques
7 privades



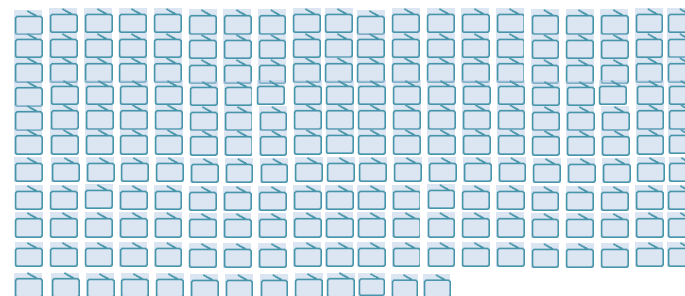
17 emissores d'àmbit estatal

4 públiques
13 privades



230 emissores d'àmbit local

214 públiques



16 privades



Nota: dins del BIAC s'entén per *emissora de ràdio* el mitjà de comunicació que ofereix una programació radiofònica i s'entén per *emissió en cadena* el grup d'estacions de ràdio que emeten un contingut des d'una font centralitzada.

Font: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Afers Econòmics i Transformació Digital (FM estatal públiques). Setembre del 2023.



La FM d'àmbit nacional

Oferta d'emissores que emeten exclusivament per a Catalunya. Per titularitat, llengua vehicular i nombre de freqüències FM

12 emissores	5 emissores públiques 216 freqüències FM	CCMA  catalunya informació  Cat  CRTVE  Català 		
	7 emissores privades 96 freqüències FM	FLAIX   GODÓ   PRISA  ESTEL  TELE TAXI   Català		

Nota: Una emissora pot tenir més d'una freqüència d'FM.

Font: CAC (freqüències emissores privades), CCMA (freqüències CCMA) i RTVE (freqüències Ràdio 4). Setembre del 2023.



La FM d'àmbit estatal

Oferta d'emissores que emeten per a Espanya amb desconexions a Catalunya. Per titularitat, llengua vehicular i nombre de freqüències FM

17 emissores	4 emissores públiques	CRTVE (Corporación de Radio y Televisión Española)  Castellà	
	83 freqüències FM	   	
	13 emissores privades	       Castellà (excepte desconnexions)	
	65 freqüències FM	           	

Font: CAC (freqüències emissores privades), Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (freqüències emissores de CRTVE). Setembre del 2023.



La FM d'àmbit local

Oferta d'emissores d'àmbit local a Catalunya. Per titularitat i llengua vehicular



Català



214 emissores
públiques



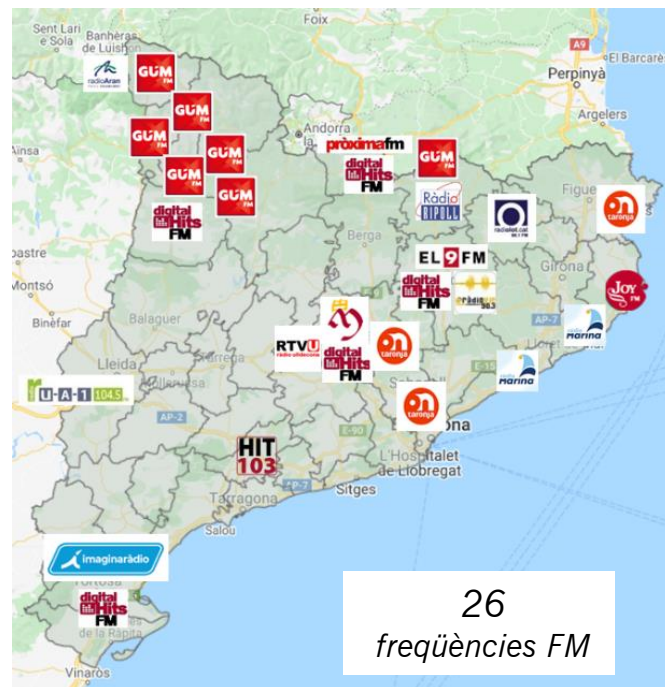
230
ràdios
locals



16 emissores
privades



Català



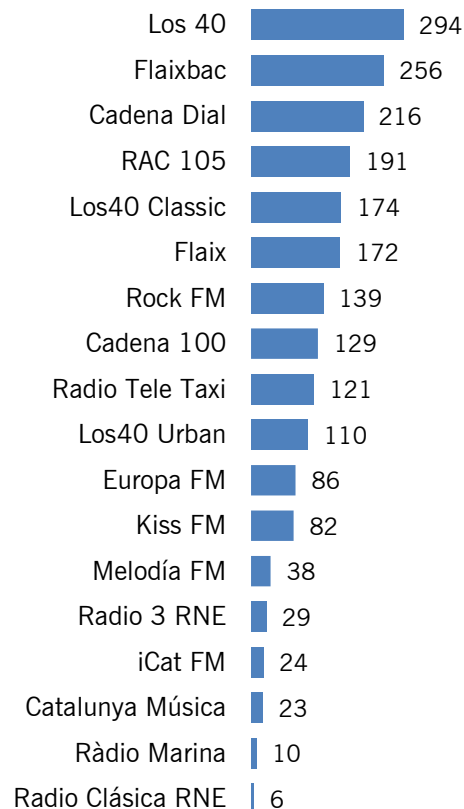
Font: CAC i webs corporatius. Setembre del 2023.



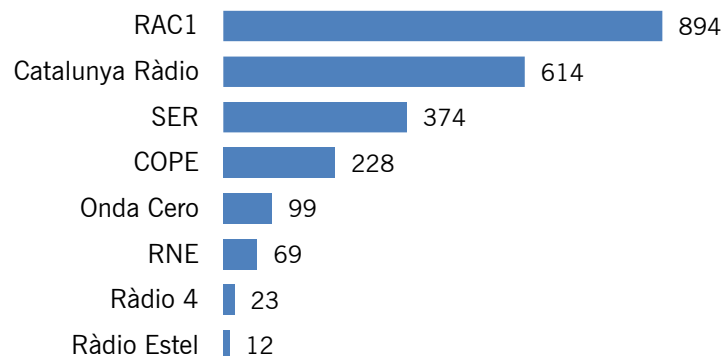
Audiències de la ràdio (1)

Audiència radiofònica acumulada diària a Catalunya, per tipologia de ràdio (en milers, de DILLUNS a DIVENDRES)

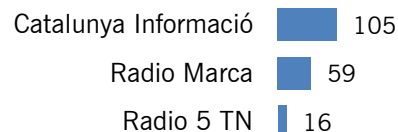
Ràdio musical



Ràdio generalista



Ràdio informativa

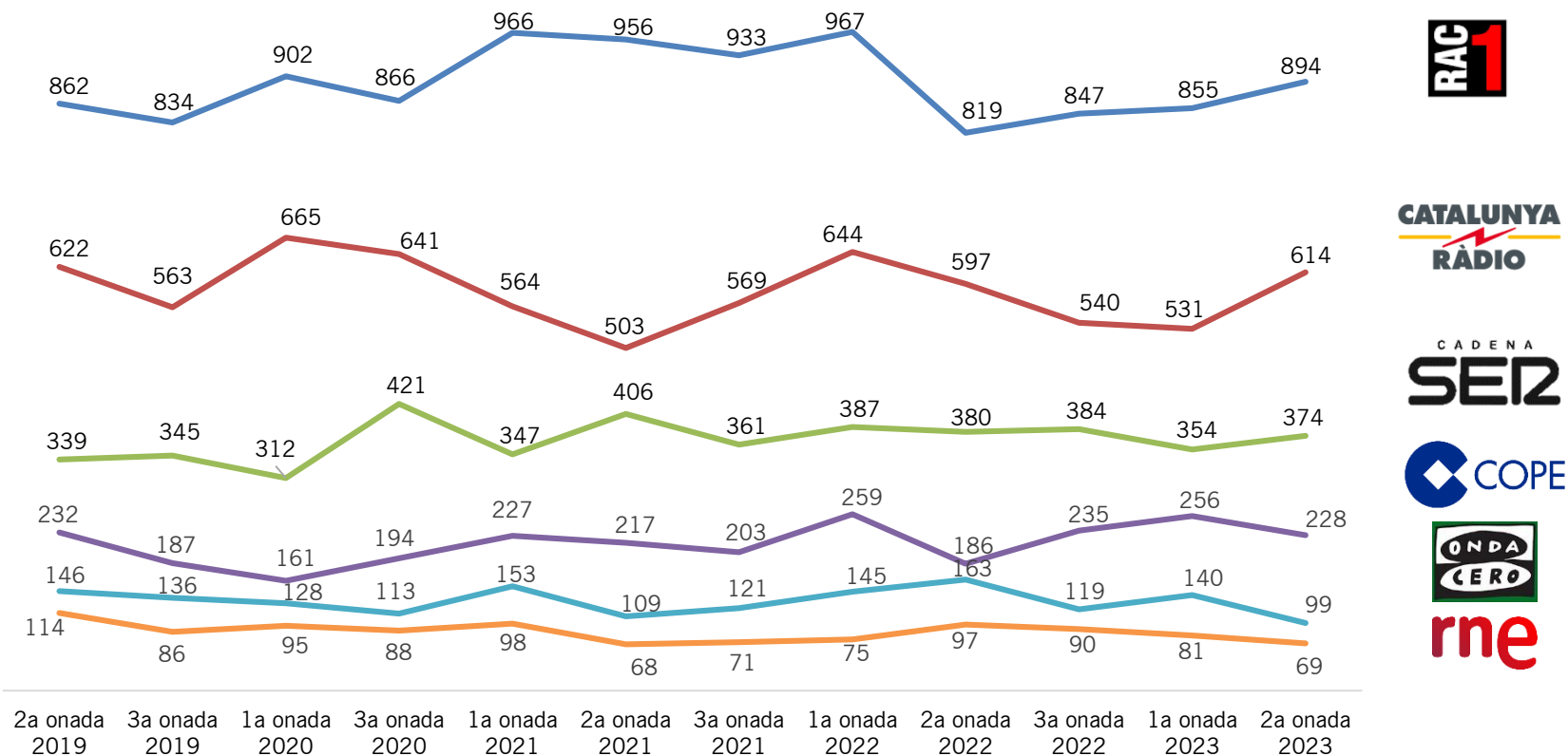


Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2023.



Audiències de la ràdio (2)

Rànquing de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 2a onada 2019 – 2a onada 2023 (de DILLUNS a DIVENDRES, en milers)



Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



Audiències de la ràdio (3)

Audiència principals cadenes radiofòniques generalistes per franges horàries a Catalunya. 2a onada 2023 (de DILLUNS a DIVENDRES, en milers)

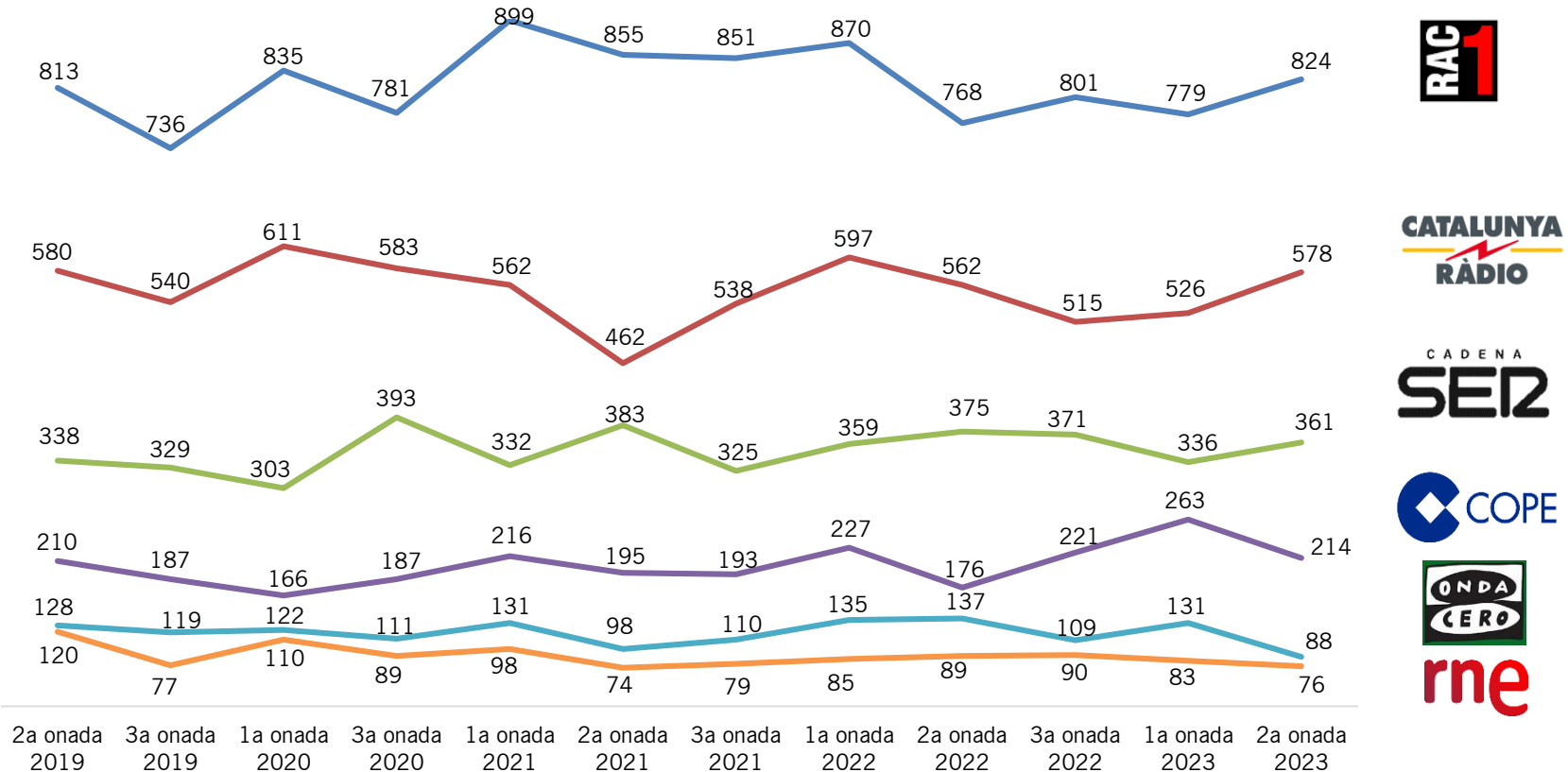
	Audiència total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	894	711	325	275	201
	614	397	180	138	173
	374	241	116	94	126
	228	148	36	47	125
	99	65	28	35	14
	69	51	26	11	26

Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023.



Audiències de la ràdio (4)

Rànking de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 2a onada 2019 – 2a onada 2023 (de DILLUNS a DIUMENGE, en milers)

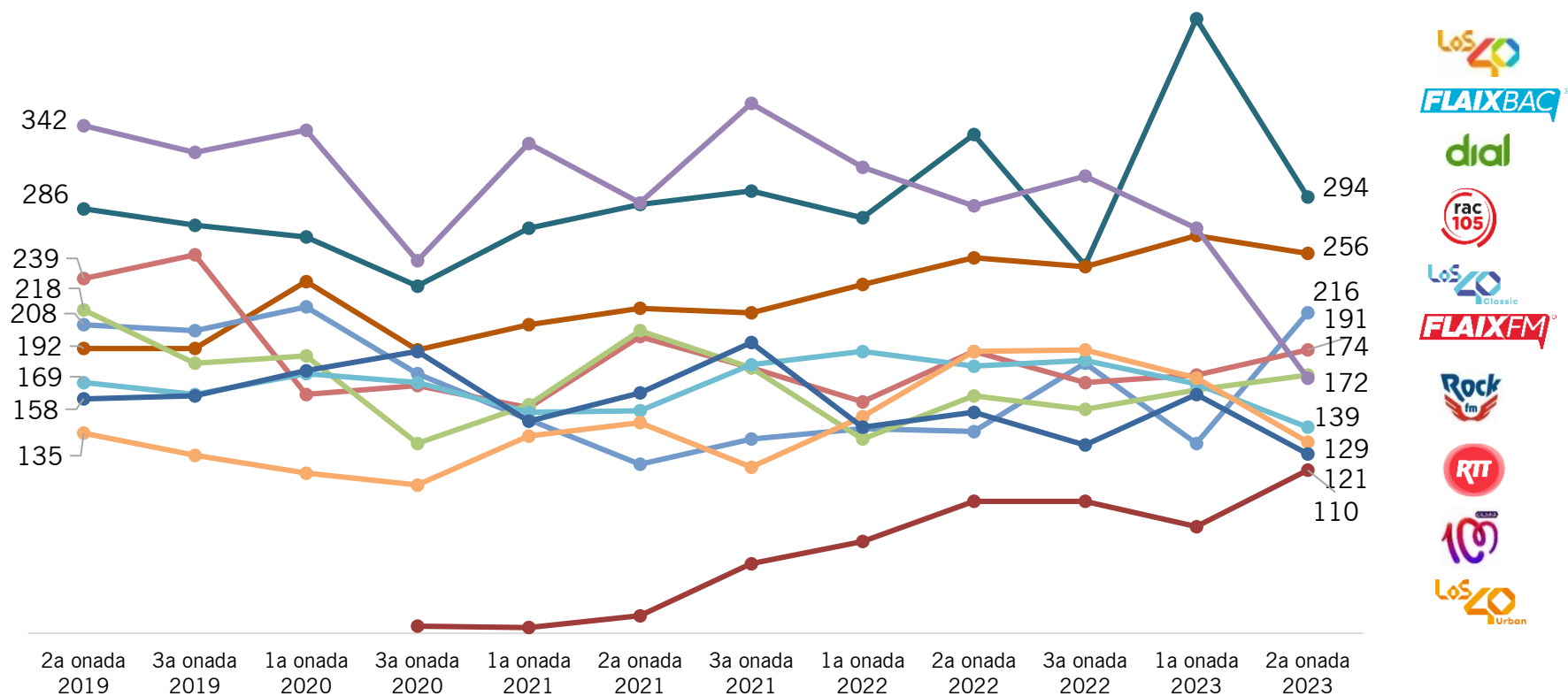


Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



Audiències de la ràdio (5)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals. Període 2a onada 2019 – 2a onada 2023 (de DILLUNS a DIVENDRES, en milers)

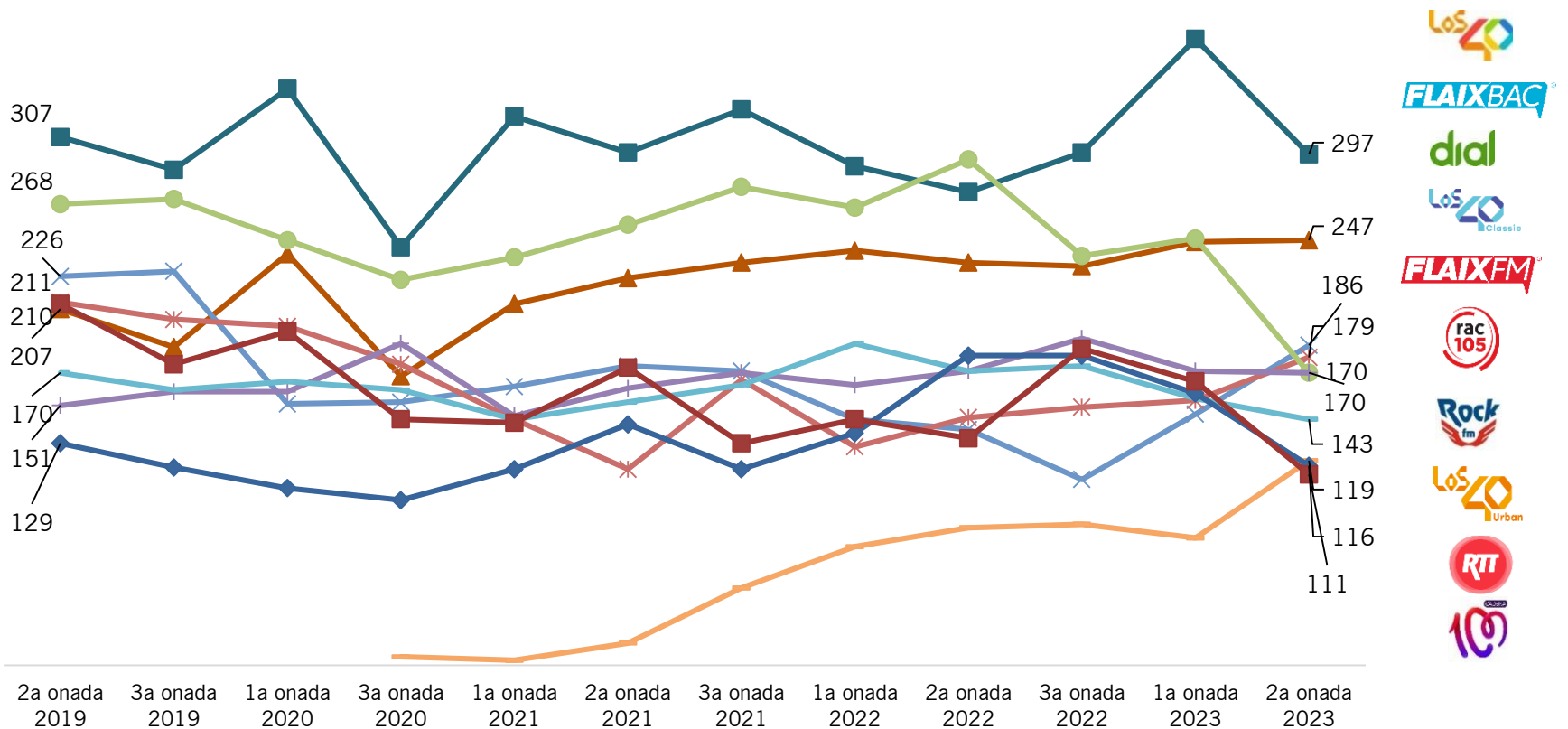


Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



Audiències de la ràdio (i 6)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals. Període 2a onada 2019 – 2a onada 2023 (de DILLUNS a DIUMENGE, en milers)



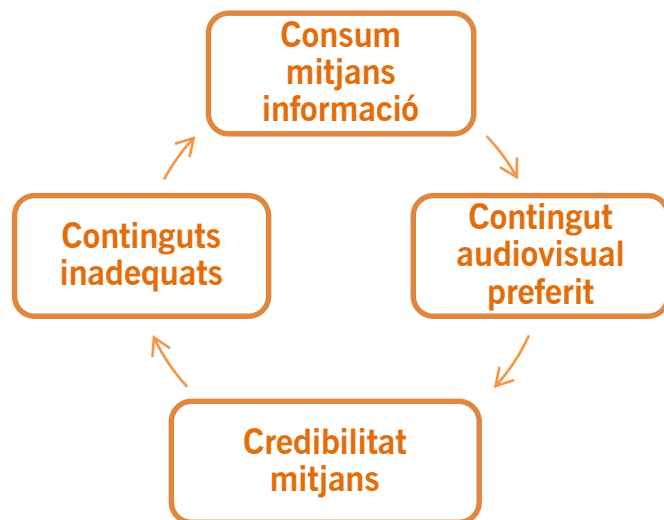
Font: EGM – Dades Catalunya – 2a onada del 2023. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



L'apunt. Usos i percepcions dels mitjans audiovisuals

Aquest apunt presenta els resultats de l'últim [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya \(2023-2\)](#) sobre l'opinió de la ciutadania de Catalunya en relació amb els **mitjans de comunicació i la societat de la informació** en general.

L'Òmnibus és un estudi d'opinió més ampli sobre qüestions d'interès –com ara territori, economia, seguretat, educació o salut, entre d'altres- i l'elabora el [Centre d'Estudis d'Opinió](#), l'òrgan de referència dels estudis d'opinió pública de la Generalitat de Catalunya.



Fitxa tècnica

Mostra:

2.564 persones de 16 anys i més.

Àmbit:

Catalunya

Metodologia:

Quantitativa. Enquesta autoadministrada
(*push-to-web* + paper)

Treball de camp:

Del 2 de maig al 4 de juliol de 2023

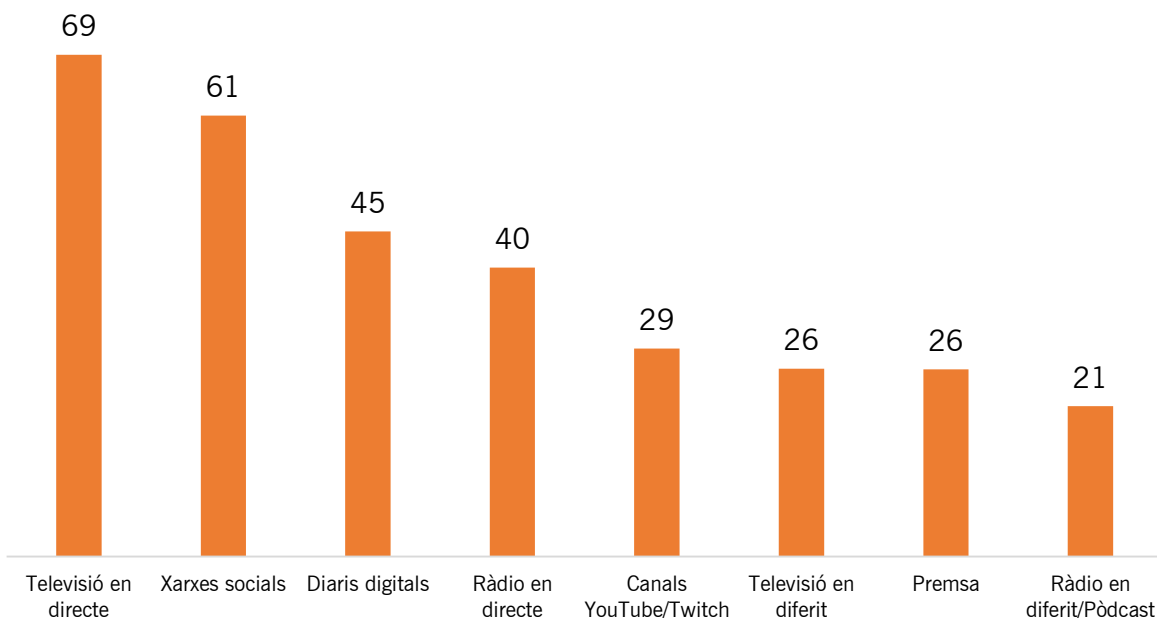


L'apunt. Com ens informem de l'actualitat?

La **televisió en directe** i les **xarxes socials** són els **dos principals mitjans** escollits per la ciutadania per **informar-se de l'actualitat** (amb gairebé un 70% i 61%, respectivament).

Per edats, les franges més joves (dels 16 als 34 anys) s'informen preferentment a través de les **xarxes socials**, mentre que les franges de més edat opten per la **televisió en directe** (persones entre els 50 i els 65 anys).

En un dia qualsevol, quins mitjans fa servir per informar-se de l'actualitat? (En %)



A **Europa**, la **televisió** continua sent la forma més important d'accedir a les notícies (75%).

Les plataformes en línia (mitjà digital) i la ràdio ocupen el segon i tercer lloc, amb un 43% i 39%, respectivament.

En molts països europeus el **creixement** de les **xarxes socials** s'accentua i els joves són més consumidors de notícies digitals.

Font: Dades de Catalunya: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Setembre del 2023. Dades d'Espanya i d'Europa: [Eurobarometer Media News and Survey 2022](#).

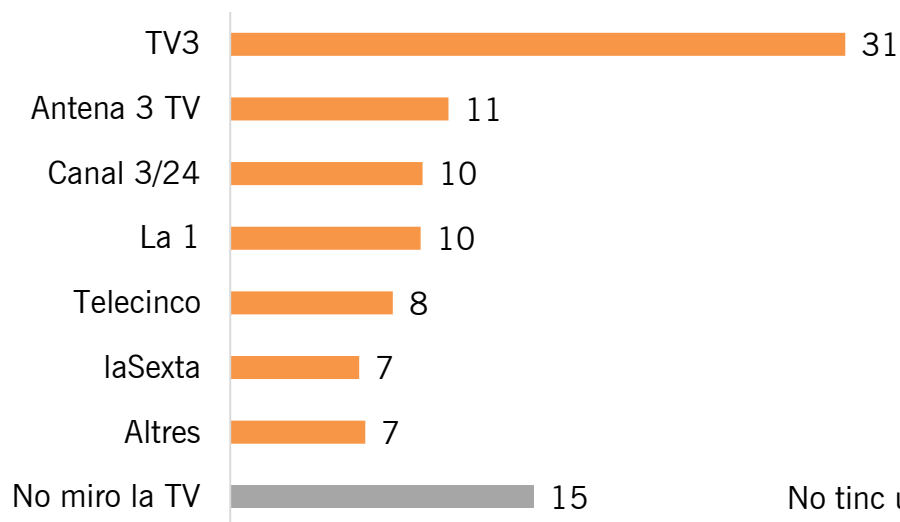


L'apunt. Canal de TV habitual per informar-se

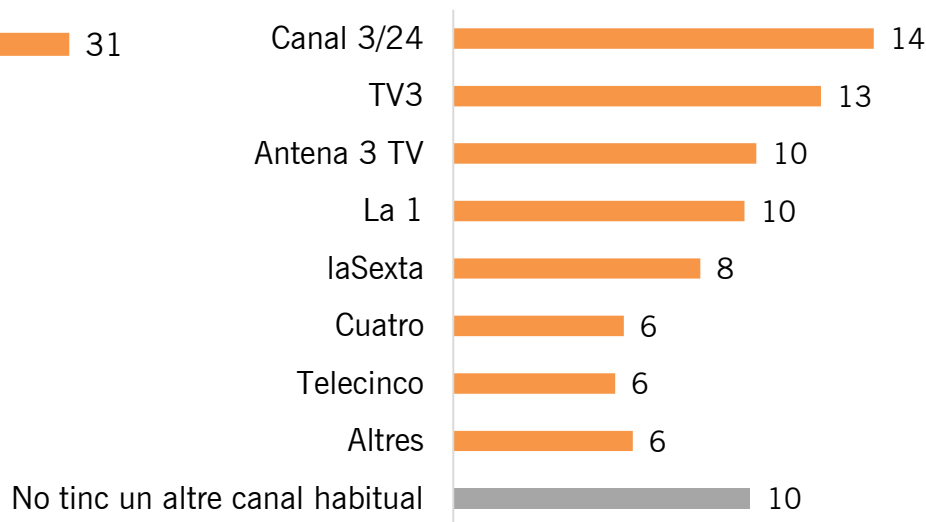
TV3 és el canal de televisió més mirat per la ciutadania de Catalunya per informar-se i el segueix, a distància, per Antena 3 i el canal 3/24.

Davant la pregunta de **segona opció de canal habitual**, la tria de la ciutadania és el **canal informatiu 3/24**.

Quin canal de televisió o audiovisual mira més habitualment per informar-se de l'actualitat? (En %)



I quin altre canal o audiovisual mira més habitualment per informar-se de temes d'actualitat? (En %)



Font: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Setembre del 2023.



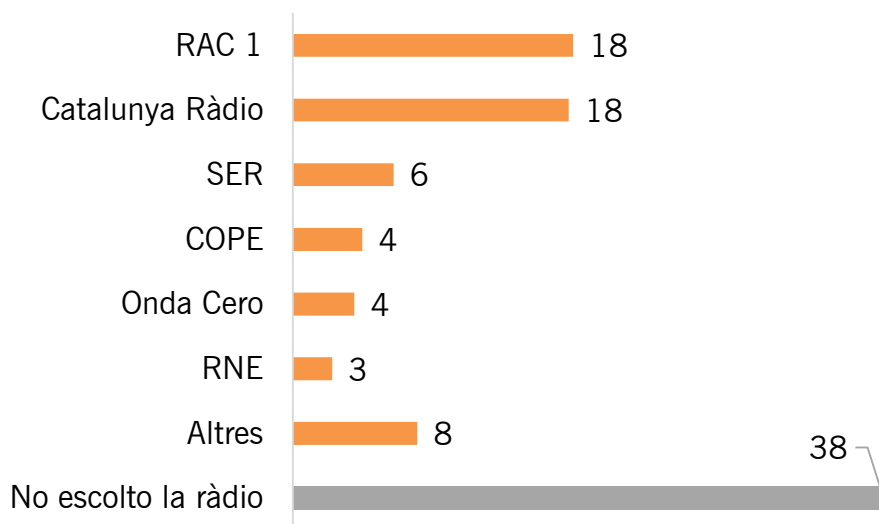
L'apunt. Emissora de ràdio habitual per informar-se

Sis de cada deu persones enquestades escolten la ràdio per informar-se de l'actualitat.

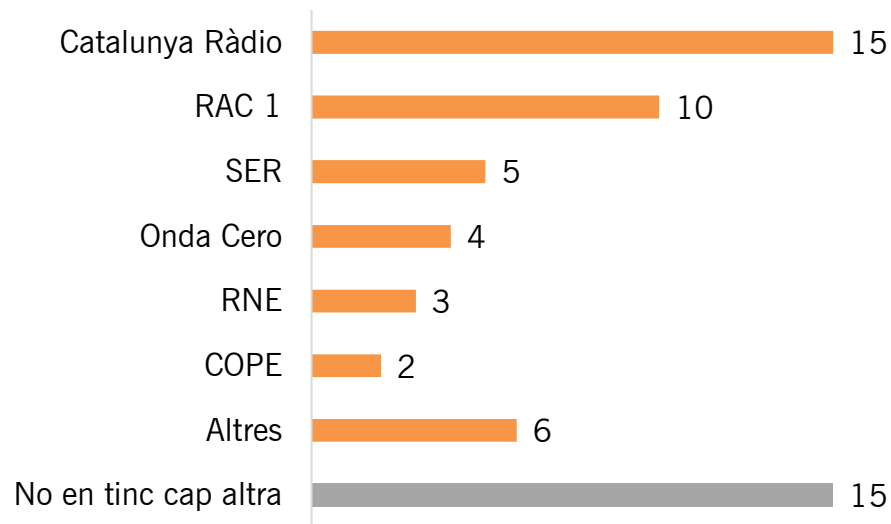
Catalunya Ràdio i RAC1 són les emissores més escoltades tant en primera com en segona opció de tria, mentre que l'emissora d'àmbit estatal SER ocupa la tercera posició, a distància.

El 37,5 % de les persones enquestades no escolten la ràdio per informar-se.

Quina emissora de ràdio escolta més habitualment per informar-se de l'actualitat? (En %)



I quina altra emissora de ràdio escolta més habitualment per informar-se de temes d'actualitat? (En %)



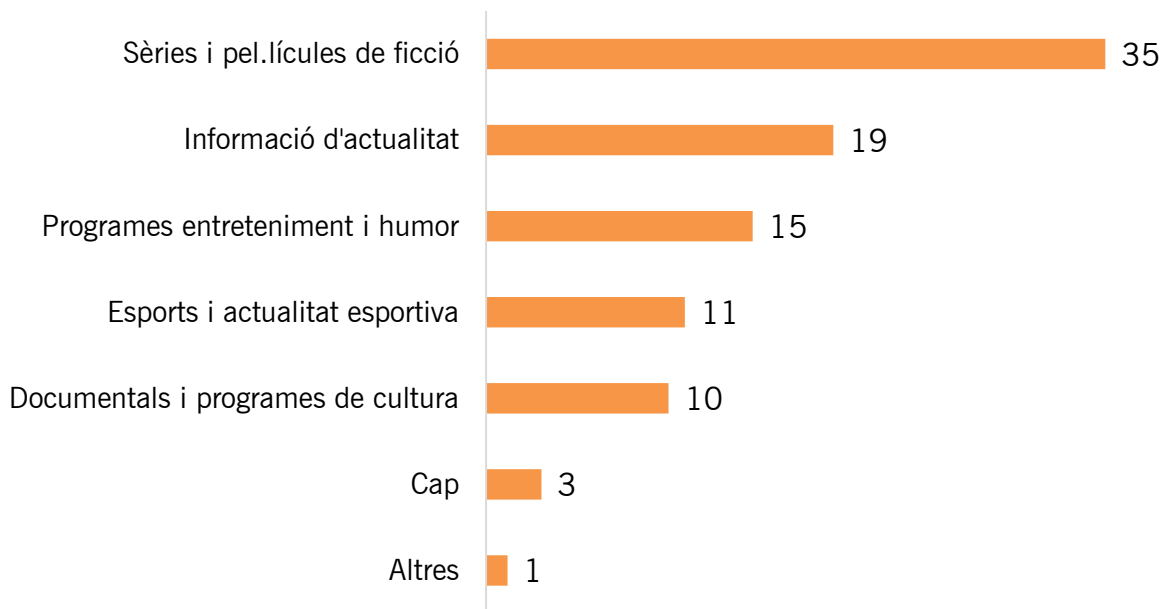
Font: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Setembre del 2023.



L'apunt. Consum de continguts audiovisuals per tipologia

Les **sèries** i les **pel·lícules** són el **contingut audiovisual més vist** per televisió o per internet pel conjunt de la ciutadania catalana (un 35 %). A molta distància, hi ha la informació d'actualitat (amb un 19%) –aquest percentatge és més elevat en les persones de més edat. El contingut preferit pels més joves són els esports i l'actualitat esportiva.

Quin tipus de contingut audiovisual mira amb més freqüència a la televisió o per internet? (En %)



A Europa, **una de cada tres persones ha evitat, de vegades o sovint, la informació d'actualitat** (36 %), una tendència que ha crescut més d'un 5 % respecte de l'any 2017. El percentatge a Espanya és del 29 %.

Els **temes** que la població acostuma a evitar són els **que es repeteixen molt i són esgotadors emocionalment**, com ara la guerra a Ucraïna, el canvi climàtic o els debats polítics, entre d'altres.

Font: Dades Catalunya: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Setembre del 2023.

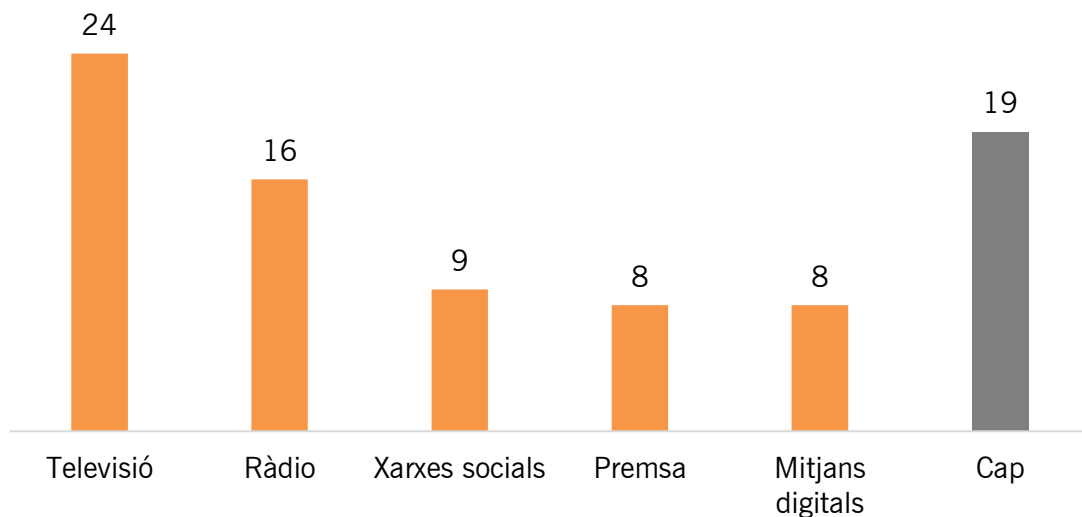
Dades d'Espanya i d'Europa: [Digital News report 2023](#).



L'apunt. Credibilitat dels mitjans audiovisuals (1)

Segons les persones enquestades, els **mitjans tradicionals** (televisió i ràdio) són els que aporten informació més **creïble**. Respecte de l'any anterior, augmenta la credibilitat de la ciutadania vers els continguts de les xarxes socials, a diferència de la resta de mitjans, i destaca el volum alt de persones que **no donen credibilitat a cap mitjà de comunicació (19 %)**.

Quin mitjà de comunicació considera, en general, que aporta informació més creïble?



A **Europa**, la **ràdio és el mitjà de comunicació que aporta una informació més creïble** (segons el 56% de la ciutadania), seguida de la TV i la premsa amb un 49% cadascun.

A l'entorn d'un **50% i un 70% de persones desconfien d'internet i les xarxes socials**, respectivament.

Font: Dades Catalunya: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Setembre del 2023.

Dades Europa: [Digital News Report 2022](#).



L'apunt. Credibilitat dels mitjans audiovisuals (i 2)

La percepció de credibilitat dels mitjans de comunicació canvia segons la franja d'edat de la ciutadania: les persones més joves creuen en el contingut que ofereixen les xarxes socials; les persones de mitjana edat (35-49 anys) no dubta de la veracitat dels continguts proporcionats pels mitjans digitals, i les franges d'edat més avançada busquen la credibilitat dels mitjans tradicionals (ràdio i televisió).

	16-24	25-34	35-49	50-64	64 i més
Televisió	10,6	9,1	26,0	26,4	27,9
Ràdio	5,0	6,0	31,9	30,7	26,4
Prensa	10,2	10,7	25,6	29,7	23,8
Mitjà digital	12,2	25,2	33,2	19,0	10,5
Xarxes socials	18,7	26,3	32,0	14,3	8,7
Cap	15,7	15,0	28,4	18,9	22,1

Font: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2.](#) Setembre del 2023



L'apunt. Reacció davant continguts inadequats

Més de la meitat de les persones enquestades farien arribar una queixa i/o denúncia davant un contingut audiovisual que considerés inadequat.

Si vol fer arribar una queixa o denunciar un contingut audiovisual que considera inadequat, on s'adreçaria?



Els llocs escollits per fer arribar la queixa són diversos, però en destaquen els **cosos de seguretat** i el **mitjà de comunicació/plataforma** que ha difós el contingut.

El 35% de la ciutadana desconeix on pot adreçar la seva queixa.

Font: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#).. Setembre del 2023



Flaixos (1)



Aprovada la nova Llei de l'Estat 13/2022, general de comunicació audiovisual

El 7 de juliol el Govern de l'Estat va publicar en el BOE la nova Llei general de comunicació audiovisual ([Llei 13/2022](#)), després de rebre l'aprovació del Senat a finals de juny. Aquesta llei deroga l'anterior i regula el sector audiovisual d'àmbit estatal, i ofereix normativa bàsica aplicable a escala autonòmica i local, sense perjudici de les seves competències en els seus àmbits respectius.

Amb la nova llei es fa efectiva la transposició a la legislació espanyola de la Directiva (UE) 2018/1808 de 14 de novembre, que modifica la Directiva 2010/13/UE de 10 de març, de serveis de comunicació audiovisual.



8tv entra en fase de concurs de creditors

El mes d'agost, el canal català de televisió privada va entrar en fase de concurs de creditors. Entre els factors que van condicionar la situació econòmica del prestador hi ha la finalització dels contractes de lloguer dels canals Fibracat i Barça TV, així com la tendència a la baixa dels ingressos publicitaris que afecta el sector de la televisió convencional.



Telefónica: renovació dels drets televisius de futbol i canvi en l'accionariat

L'empresa de telecomunicacions s'ha adjudicat per 960 milions d'euros els drets audiovisuals per emetre les principals competicions del futbol europeu, en exclusiva i per a Espanya. La compra de Telefónica inclou els drets d'emissió de tres temporades de futbol masculí de la UEFA Champions League, la UEFA Conference League i la UEFA Europa League, entre d'altres.

El setembre, la companyia Saudi Telecom Company (STC) adquireix el 9,9% de Telefónica, per un valor de 2.100 milions d'euros i es converteix en accionista principal. Aquesta compra està pendent de l'avaluació de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).



La presència de les dones als mitjans catalans

Segons l'informe del CAC [Els pluralismes i la diversitat en els continguts de la televisió i de la ràdio lineals](#), SX3 és l'únic mitjà català on la presència de les dones supera la barrera del 50%. Aquesta anàlisi, emmarcada en el període setembre-desembre del 2022, mostra que encara persisteix una infrarepresentació de les dones als mitjans audiovisuals catalans.



Flaixos (i 2)



La UNESCO i la UE, a favor de l'aplicació de normes d'ètica en la IA

El juny la UNESCO i la Comissió Europea van signar un acord per accelerar l'aplicació de la [Recomanació de la UNESCO sobre ètica de la intel·ligència artificial](#) (IA), que proporciona un marc normatiu comú per a tots els països del món amb l'objectiu de garantir el respecte de la IA vers les llibertats fonamentals i els drets humans. La signatura de l'acord incloïa la destinació de 4 milions d'euros per donar suport als països menys desenvolupats perquè introdueixin aquestes normes ètiques a la seva regulació.



Més de 12.500 serveis audiovisuals a Europa

L'Observatori Europeu de l'Audiovisual va publicar un any més el seu [informe](#) del sector audiovisual a Europa. Segons la seva radiografia, la majoria dels serveis audiovisuals disponibles a Europa (12.664 a desembre del 2022) són lineals (9.349 televisions), davant una quarta part que són serveis no lineals (3.315 serveis sota demanda i plataformes d'intercanvi de vídeos). La presència d'empreses nord-americanes és forta i tenen una posició estratègica en la televisió temàtica infantil i en el sector de serveis audiovisuals d'entreteniment en SVoD.



Nova edició del Media Pluralism Monitor

Un any més, l'European University Institute i el Robert Schuman Centre han publicat el seu estudi sobre el pluralisme mediàtic a l'era digital. El [Media Pluralism Monitor 2023](#) (MPM) analitza els riscos potencials en relació amb quatre àrees relacionades amb els mitjans: la protecció de drets fonamentals, la pluralitat del mercat, la independència política i la inclusió social. L'informe ofereix les dades de manera global i també per països. L'informe MPM corresponent a [Espanya](#) ha estat elaborat per un equip de la Blanquerna-Universitat Ramon Llull i determina que l'aspecte que deté un risc més alt (69%) és la pluralitat del mercat, en termes de problemes de transparència quant a la propietat i al finançament dels mitjans.



Com està configurat l'ecosistema mediàtic europeu?

La Unió Europea de Radiodifusió (UER) presenta en el seu informe [PSM competitive environment](#) una radiografia i xifres de referència sobre els grups comercials mediàtics més grans a Europa sobre la base dels seus ingressos i les seves audiències. L'anàlisi compara aquesta realitat amb la dels prestadors de servei públic.



Fonts principals i citació bibliogràfica

Fonts principals:

CAC: dades pròpies del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

EGM: 2a onada del 2023. Dades per a Catalunya.

Barlovento Comunicación: informes públics mensuals.

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

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 25.

Barcelona: CAC, setembre del 2023. <www.cac.cat>