



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

PRIMER QUADRIMESTRE del 2018
Número 10. Maig del 2018

Sumari

Penetració dels mitjans a Catalunya

3



Televisió

5

Distribució de canals de televisió a Catalunya

6

La televisió d'àmbit nacional

7

La televisió d'àmbit estatal

8

La televisió d'àmbit local

9

La televisió local pública

10

La televisió local privada

11

Audiència de la televisió

13

Audiència de la televisió: els programes més vistos

17

Audiència de la televisió temàtica de pagament

18



Ràdio

19

Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya

20

La ràdio pública

21

La ràdio privada

22

Audiència de la ràdio

23

Audiència de la ràdio per franges horàries

29



Internet

30

Consum d'internet a Catalunya

31

Consum de continguts audiovisuals a internet

32

Mobile World Congress

34



L'apunt

37

Comissió Europea, *fake news* i desinformació en línia

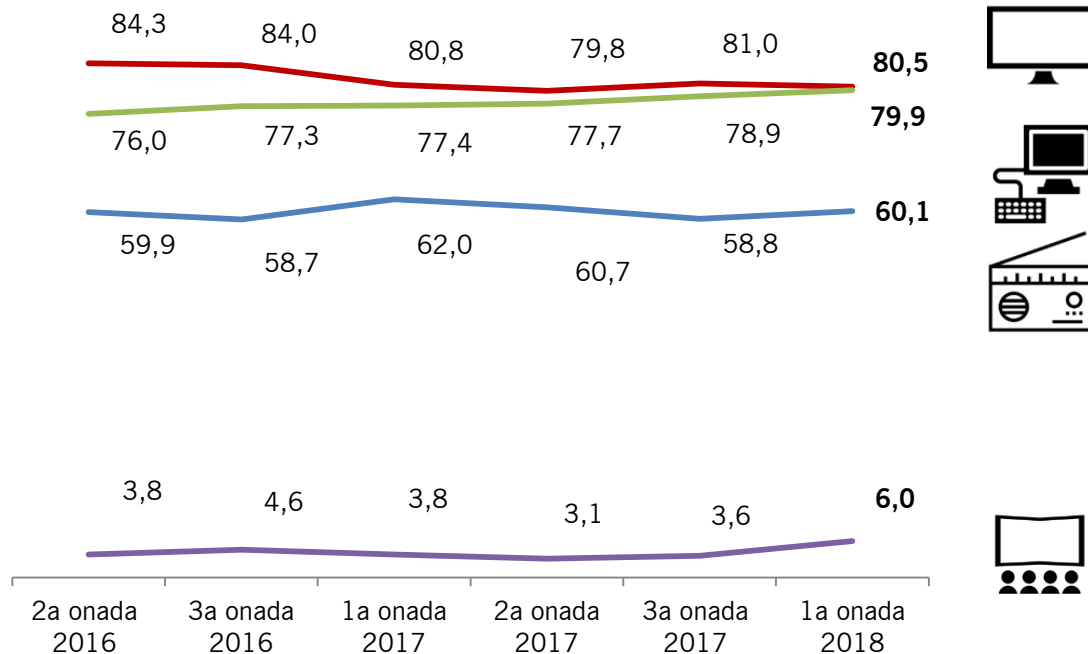


Flaixos

41

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya (1)

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



Mitjana diària de consum audiovisual dels ciutadans que viuen a Catalunya a principis del 2018:

Ràdio: 1 h 42' (dl-dg)
1 h 50' (dl-dv)

Televisió: 3 h 42'

Notes: la penetració indica el percentatge que l'audiència de cada mitjà representa 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.
Períodes: ràdio (dilluns-diumenge); televisió i internet (audiència del dia anterior a l'entrevista); cinema (última setmana).

Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya (i 2)

Penetració de mitjans audiovisuals a Catalunya per sexe i franja d'edat (en % sobre el total de la població)



SEXE / EDAT	TELEVISIÓ	RÀDIO	INTERNET	CINEMA
Total població	80,5	60,1	79,9	6,0
Homes	80,5	64,6	82,5	5,4
Dones	80,5	55,9	77,4	6,5
De 14 a 19 anys	72,2	54,9	94,5	7,6
De 20 a 24 anys	70,4	56,7	95,8	7,7
De 25 a 34 anys	70,2	60,1	95,9	8,8
De 35 a 44 anys	75,4	65,2	93,1	7,4
De 45 a 54 anys	82,4	71,5	89,9	6,1
De 55 a 64 anys	86,7	62,4	82,3	3,0
De 65 anys i més	90,6	47,5	41,2	4,0

Notes: la penetració indica el percentatge que l'audiència de cada mitjà representa 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. Períodes: ràdio (dilluns-diumenge); televisió i internet (audiència del dia anterior a l'entrevista); cinema (última setmana).

Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.



Distribució de canals de televisió a Catalunya



Canal TV

TV privada

TV pública

90 canals de televisió en obert

L'oferta de la televisió privada és majoritària (un 74%) respecte de la pública (un 26%).
La llar catalana rep entre 41 i 44 canals (segons la demarcació).

Oferta TV per àmbit territorial

TV nacional 8 canals

5 públics



3 privats



TV estatal 32 canals

7 públics



25 privats

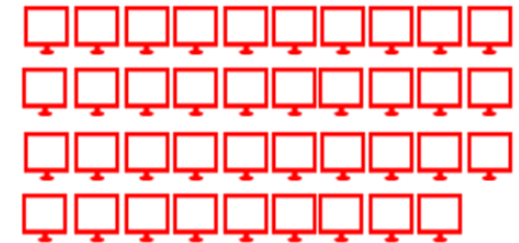


TV local 50 canals

11 públics



39 privats



Nota: dins del BIAC es denomina *canals* (terme usual) als *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada múltiplex (MUX).
Font: CAC (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital (canals TDT estatal). Maig del 2018.

La televisió d'àmbit nacional

 TV pública
  TV privada
  Llengua vehicular

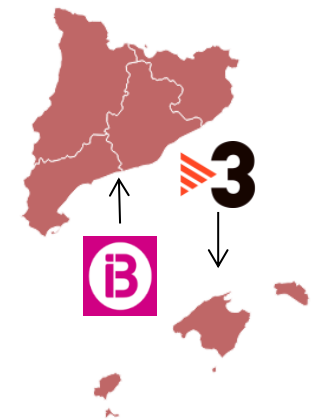
Per titularitat i oferta (en nombre i % de canals de TDT)

 Català

8 canals nacionals	5 canals públics 62%	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) 
	3 canals privats 37%	Grupo Godó  Futbol Club Barcelona 

+ Reciprocitat d'emissions

El canal balear IB3 Global es veu a Catalunya des de l'abril del 2016.



Nota: A partir del 20 d'abril el canal TV3HD canvia de freqüència i s'incorpora al MUX de la CCMA junt amb els altres canals del grup.
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2018.

La televisió d'àmbit estatal

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

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

□ Castellà

32 canals estatals	7 canals públics 22%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)				
	25 canals privats 78%	Atresmedia Televisión	Mediaset España	NET Televisión	13 Televisión	Grupo Secuoya
						
						

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

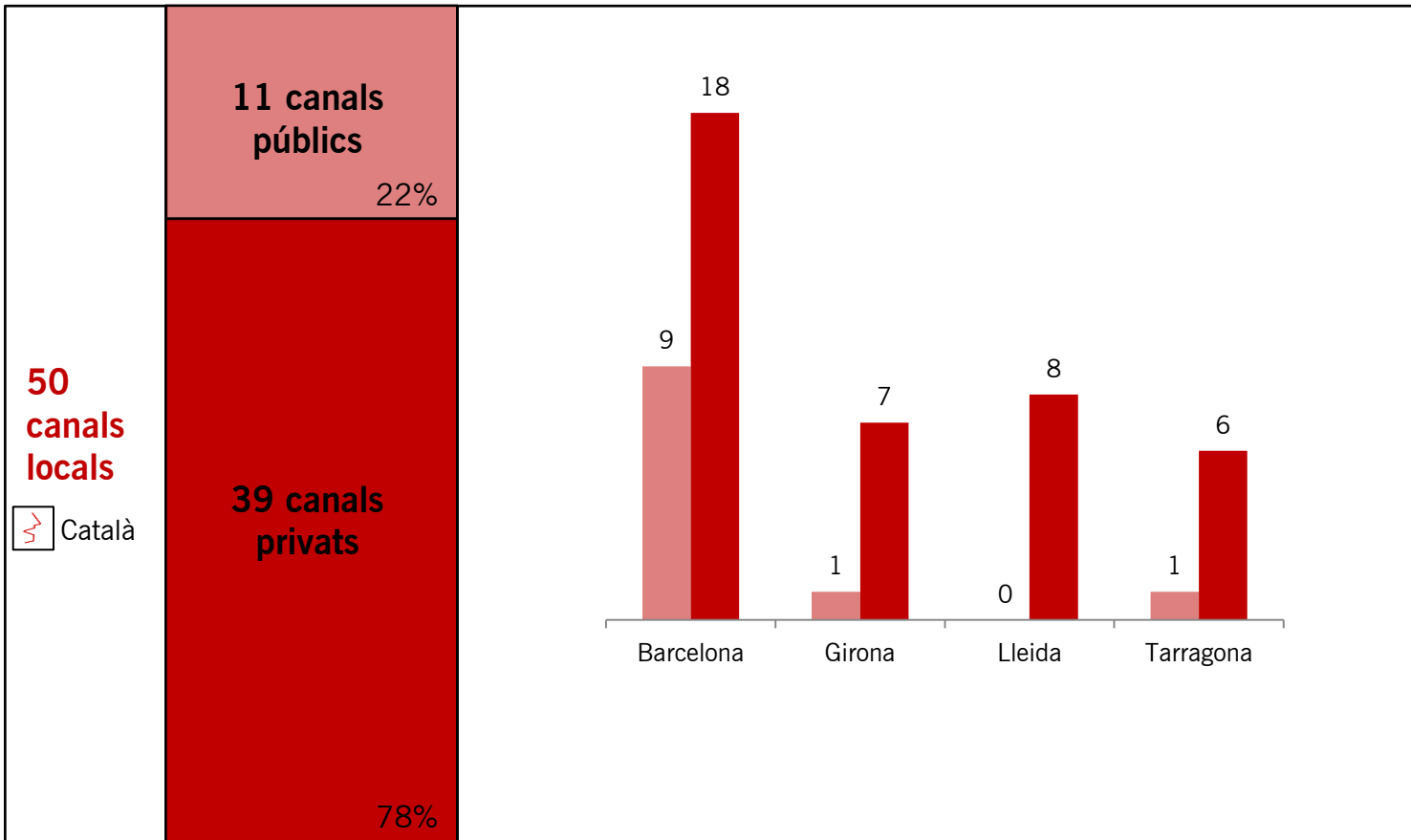
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Maig del 2018.

La televisió d'àmbit local

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

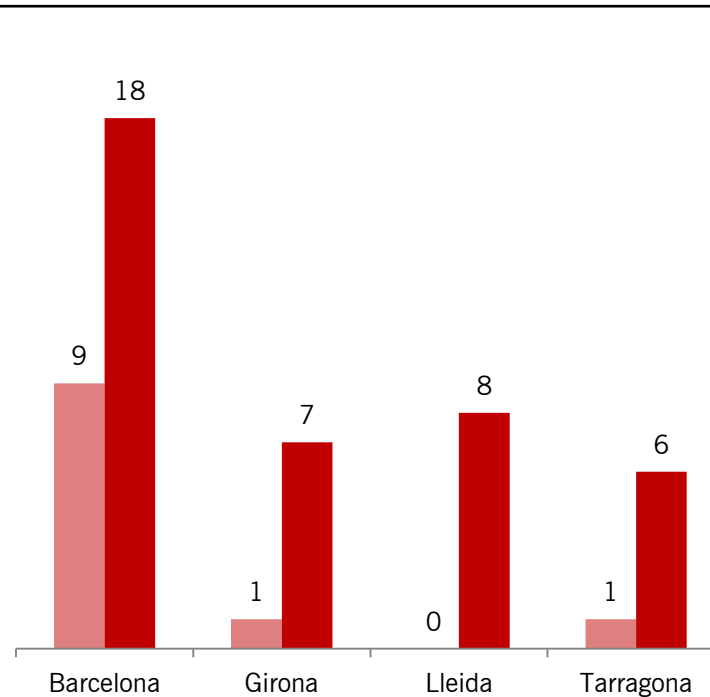
Per titularitat i oferta

(en nombre i % de canals de TDT)



Per províncies

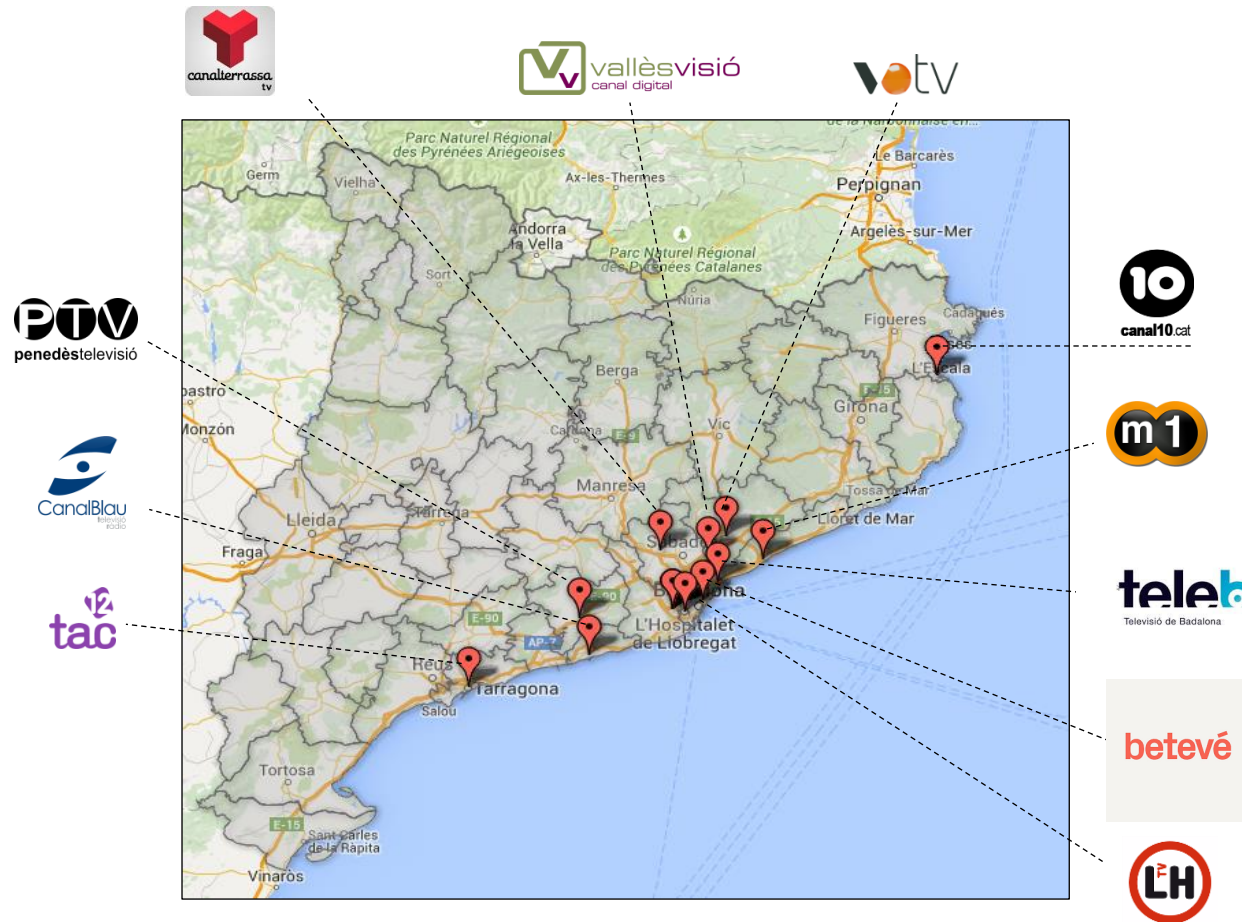
(en nombre de canals de TDT)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2018.

La televisió local pública

Oferta de les 11 televisions públiques d'àmbit local



Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2018.

La televisió local privada (1)

Oferta de les 39 televisions privades d'àmbit local

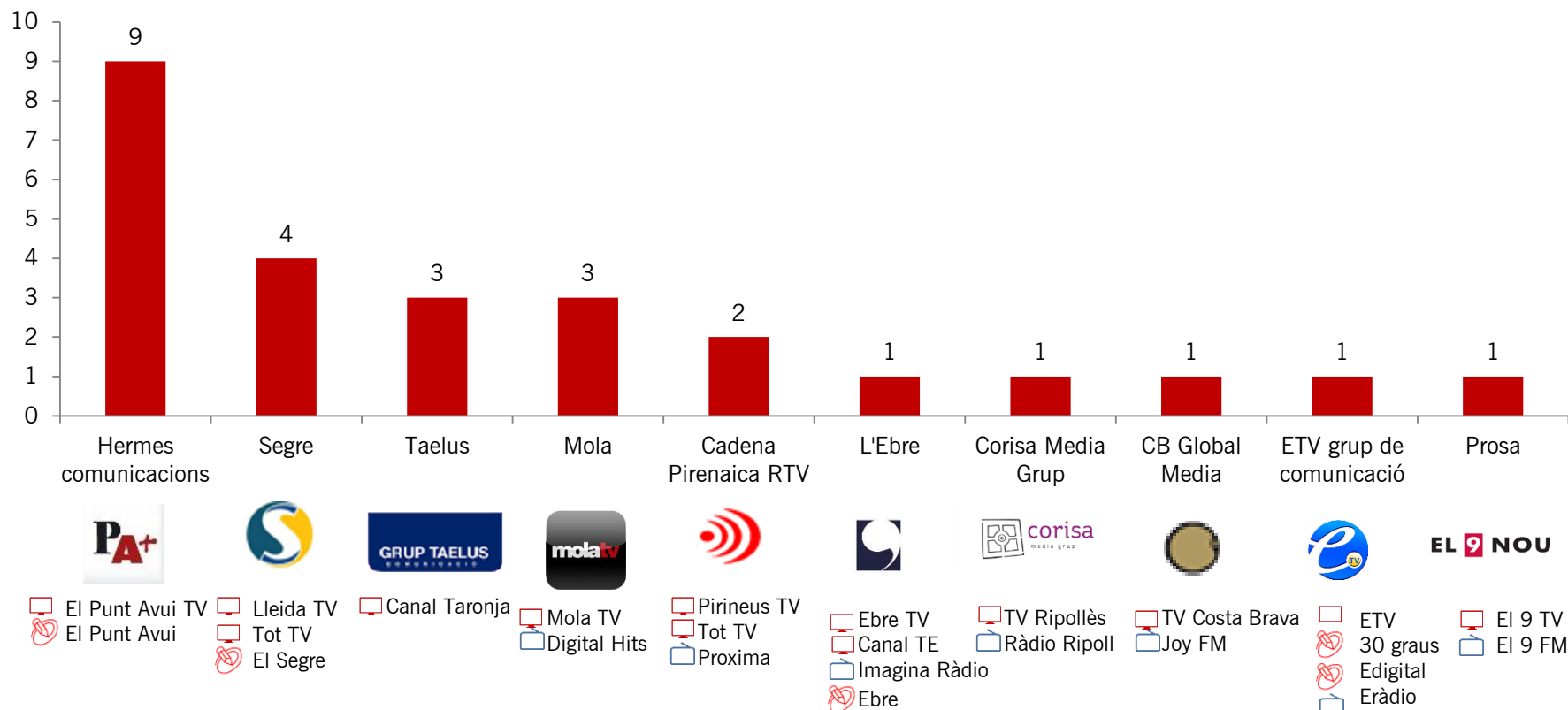


Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2018.

La televisió local privada (i 2)

Grups de comunicació local privats amb presència al sector televisiu local

 Canal TV
  Emissora ràdio
  Premsa

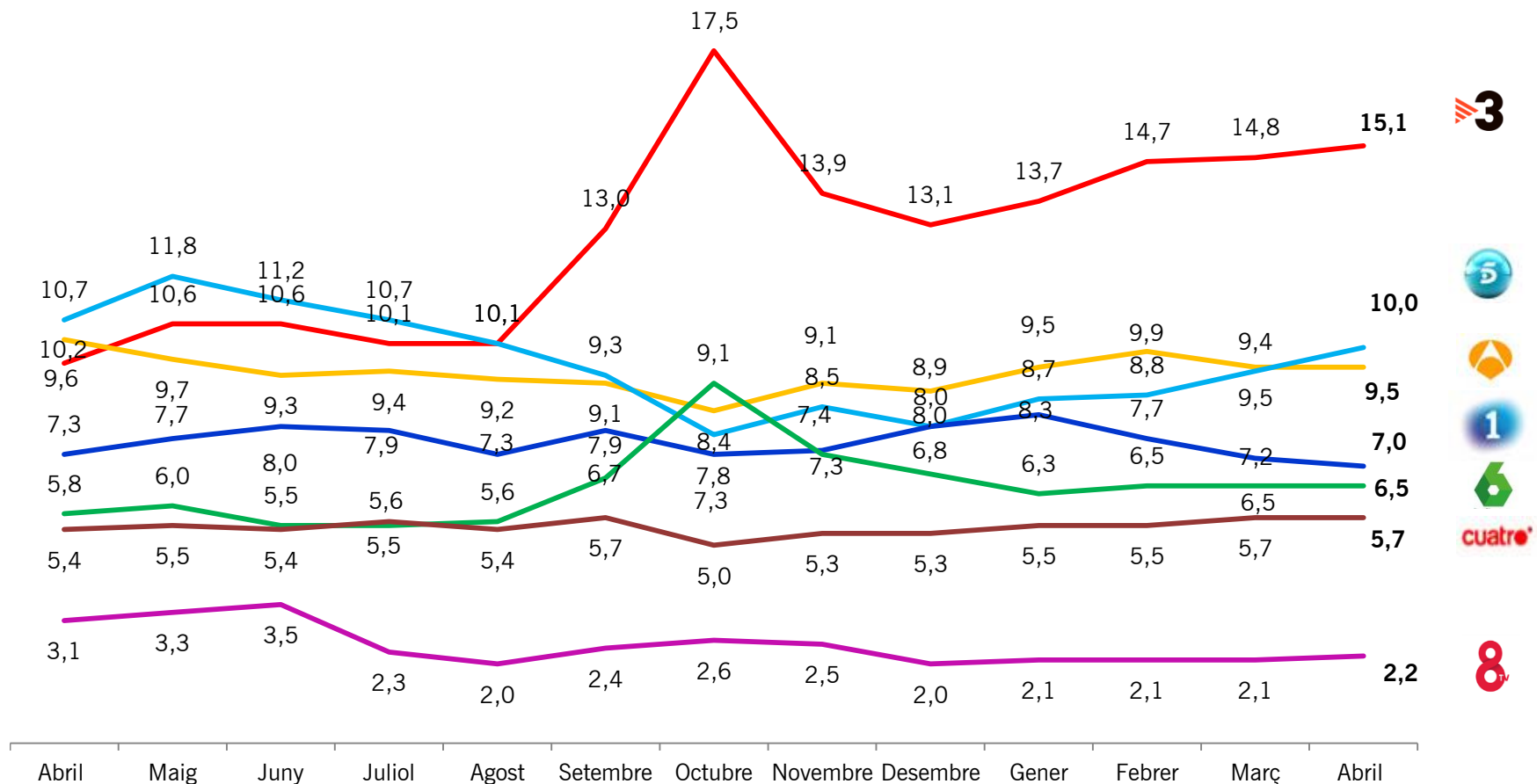


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2018.

Audiència de la televisió (1)

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

(en %, d'abril de 2017 a abril de 2018)



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

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

Audiència de la televisió (2)

Quota mensual de pantalla per canals a Catalunya
(en %, de gener a abril del 2018, en ordre descendent segons el rànquing d'abril)

TV3 es manté líder en el rànquing de les audiències a Catalunya, mentre que Antena 3 TV, que es trobava en segona posició el primer trimestre, es veu superada per Telecinco a l'abril.

La 1, laSexta i Cuatro es mantenen, per aquest ordre, en el mateix lloc del rànquing.

Factoría de Ficción continua sent el canal temàtic amb més seguidors.

8tv guanya una dècima de *share* respecte dels tres primers mesos de l'any.

	Gener	Febrer	Març	Abril
TV3	13,7	14,7	14,8	15,1
Telecinco	8,7	8,8	9,4	10
Antena 3 TV	9,5	9,9	9,5	9,5
Temàtiques pagament	8,1	8	8,1	7,6
La1	8,3	7,7	7,2	7,0
laSexta	6,3	6,5	6,5	6,5
Cuatro	5,5	5,5	5,7	5,7
Factoría de Ficción	3,2	3,1	3,0	3,1
Neox	2,6	2,7	2,6	2,4
Divinity	2,4	2,5	2,3	2,4
8tv	2,1	2,1	2,1	2,2
TRECE	2,2	2,0	2,0	2,1
Nova	1,9	1,9	1,8	2,1
Paramount Channel	2,1	2,2	2,2	2,0
Canal 3/24	1,9	1,9	2,2	2,0
La2	2,1	2,2	2,1	2,0
Energy	2,0	1,8	2,0	1,8
DMax	1,8	1,6	1,7	1,8
ATRESERIES	1,5	1,4	1,4	1,6
Mega	1,6	1,2	1,5	1,4
Clan	1,6	1,5	1,5	1,3
Dkiss	0,9	0,9	0,8	1,0
Gol	1,0	0,9	0,6	1,0
Super3/33	1,0	1,1	1,1	0,9
Boing	0,8	1,0	0,9	0,7
24h	0,7	0,8	0,9	0,7
Disney Channel	0,7	0,9	0,6	0,7
Esport3	0,6	0,5	0,6	0,7
BEMADtv	0,7	0,6	0,6	0,6
Teledeporte	0,5	0,4	0,4	0,6
TEN	0,4	0,4	0,4	0,5
Barça TV	0,2	0,2	0,3	0,2
Real Madrid HD	0,1	0,1	0,2	0,1
RAC105	0,1	0,1	0,1	0,1

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

Audiència de la televisió (3)

Quota de pantalla per canals de televisió a Catalunya (en % i mitjana de gener a abril del 2018)

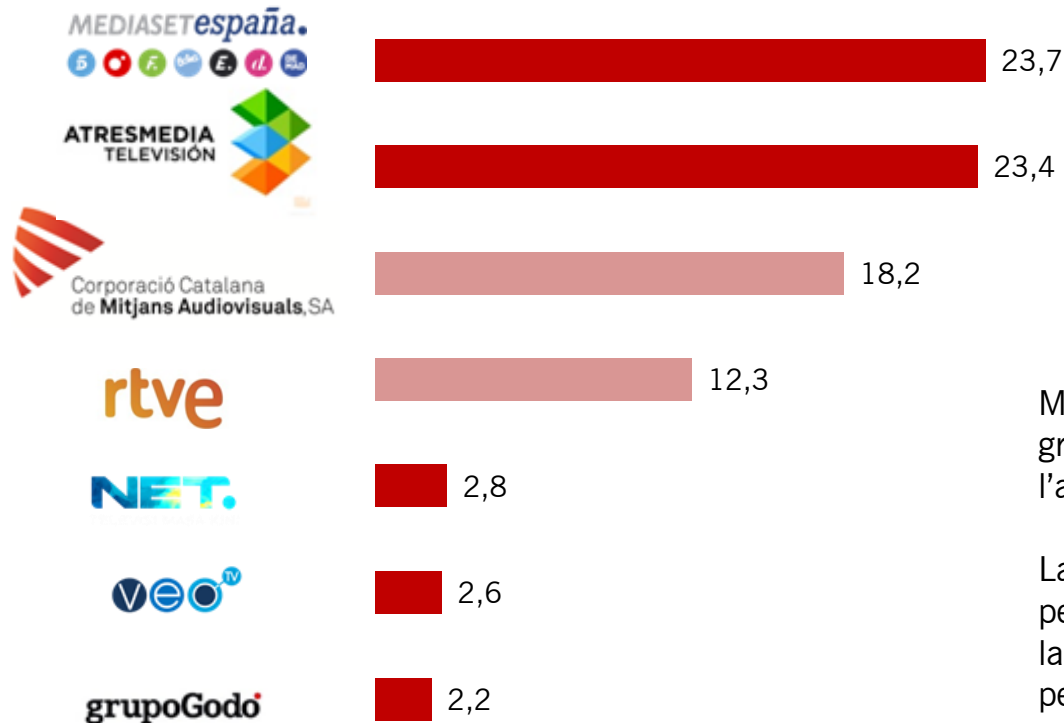
Posició	Cadenes	Mitjana
1a		14,6
2a		9,6
3a		9,2
4a		7,6
5a		6,4
6a		5,6
7a		3,1
8a		2,6
9a		2,4
10a		2,1
11a		2,6
12a		2,1
13a		2,1
14a		2,1
15a		2,1
16a		2,0
17a		1,9
18a		1,9

Posició	Cadenes	Mitjana
19a		1,7
20a		1,5
21a		1,5
22a		1,4
23a		1,0
24a		0,9
25a		0,9
26a		0,9
27a		0,7
28a		0,8
29a		0,6
30a		0,6
31a		0,5
32a		0,4
33a		0,2
34a		0,1
35a		0,1
	Temàtiques pagament	8,0

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

Audiència de la televisió (i 4)

Quota de pantalla a Catalunya (en % per grups, mitjana de gener a abril del 2018)



Mediaset i Atresmedia, amb quotes de grup similars, sumen més del 47% de l'audiència catalana.

La CCMA puja arrossegada bàsicament per TV3, perquè la resta de cadenes de la corporació pública catalana mantenen percentatges similars.

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

Audiència de la televisió: els programes més vistos

Gener del 2018

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
SENSE FICCIO / 1-0		09/01/2018	1135	34,4
BENVINGUTS A LA FAMILIA		22/01/2018	777	25,8
TN VESPRES		29/01/2018	739	25,8
FUTBOL: COPA DEL REY / BARÇA-ESPANYOL		25/01/2018	732	23,9
TN VESPRES		30/01/2018	731	24,5
TN VESPRES		24/01/2018	674	24,8
BENVINGUTS A LA FAMILIA		29/01/2018	666	22,2
TN VESPRES		09/01/2018	663	23,4
TN VESPRES		22/01/2018	654	23,1
TN VESPRES		31/01/2018	648	24

Març del 2018

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
TN VESPRES		21/03/2018	783	27,4
TN VESPRES		01/03/2018	723	25,6
TN VESPRES		26/03/2018	711	25,6
TN VESPRES		20/03/2018	710	25,8
FUTBOL: AMISTOSO / ESPAÑA-ARGENTINA		27/03/2018	704	26,4
TN CAP DE SETMANA VESPRES		25/03/2018	691	24,8
POLÒNIA		01/03/2018	675	23
TN VESPRES		27/03/2018	675	26,3
TN VESPRES		05/03/2018	673	23,5
TN VESPRES		12/03/2018	646	22,4

Febrer del 2018

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
FUTBOL: Lliga de Campions / Chelsea-Barça		20/02/2018	1168	35,4
TN VESPRES		05/02/2018	896	28,7
TN VESPRES		26/02/2018	831	27,6
TN VESPRES		27/02/2018	822	27,4
TN VESPRES		07/02/2018	796	26
TN VESPRES		28/02/2018	783	26,9
FUTBOL: COPA DEL REY / Valencia-Barça		08/02/2018	760	24
TN VESPRES		12/02/2018	719	23,7
POLÒNIA		22/02/2018	719	24,2
TN VESPRES		21/02/2018	704	25,2

Abril del 2018

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
FUTBOL: COPA DEL REY / Sevilla-Barça		21/04/2018	1335	52,0
FUTBOL: Lliga de Campions / Roma-Barça		10/04/2018	1082	35
ENTREVISTA A CARLES PUIGDEMONT		15/04/2018	991	30,5
TN VESPRES		05/04/2018	818	30,2
POLÒNIA		05/04/2018	782	26,8
TN VESPRES		23/04/2018	728	27,9
TN VESPRES		16/04/2018	712	26,3
POLÒNIA		12/04/2018	708	24,8
TN CAP DE SETMANA VESPRES		15/04/2018	661	23,4
POLÒNIA		19/04/2018	657	24,2

Audiència de la televisió temàtica de pagament

A Catalunya, la televisió de pagament té una audiència mitjana diària de 79.000 espectadors.

Audiència mitjana diària de les principals cadenes de pagament. Catalunya. Abril del 2018

						
4,9	4,2	3,7	3,5	3,1	2,6	2,5
						
2,5	2,2	2,2	2,0	1,7	1,6	1,5
						
1,5	1,4	1,4	1,2	1,2	1,2	1,2
						
1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8

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

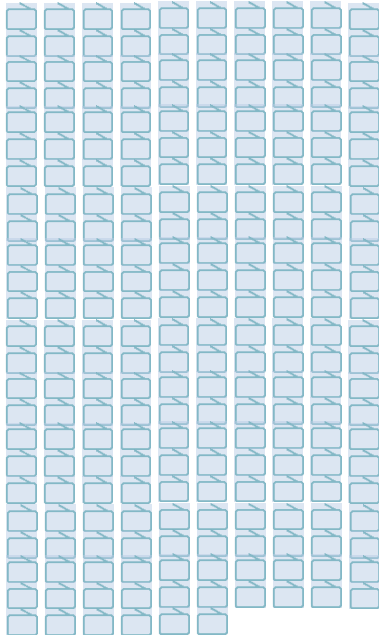


Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya

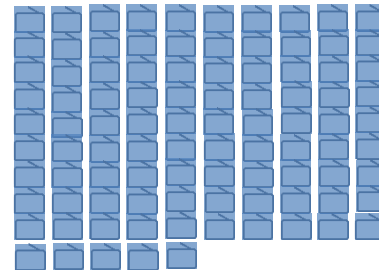
Oferta de ràdio per zona de servei

Ràdio nacional: 339 FM

244 públiques

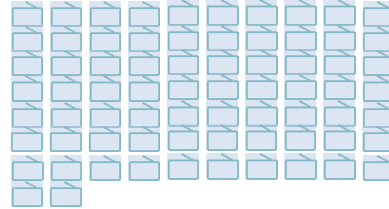


95 privades

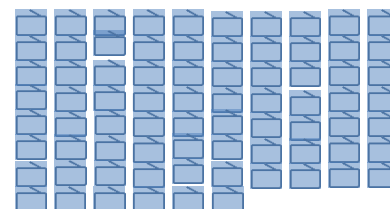


Ràdio estatal: 153 FM

77 públiques

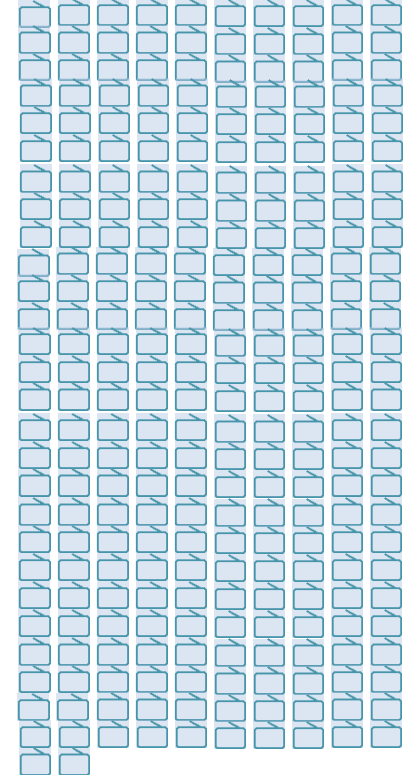


76 privades



Ràdio local: 299 FM

272 públiques



27 privades



**787 freqüències de ràdio
en FM**

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

589 públiques

198 privades

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

Font: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital (FM estatal). Maig del 2018.

La ràdio pública

 Llengua vehicular

Per zona de servei
(en freqüències)

Per oferta
(en emissores)

589 freqüències	77 FM estats 13%	280 emissores	5 emissores estats	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)       Castellà (excepte Ràdio 4, en català)
	244 FM nacionals 41%		4 emissores nacionals	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)      Català
	272 FM locals 46%		272 emissores locals ^A	Ens locals (exemples ràdios municipals)            Català

^A Inclou emissores actives i inactives.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (FM local), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (FM nacional) i Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital (FM estatal). Maig del 2018.

La ràdio privada

 Llengua vehicular

Per zona de servei
(en freqüències)

Per oferta
(en nombre d'emissores)

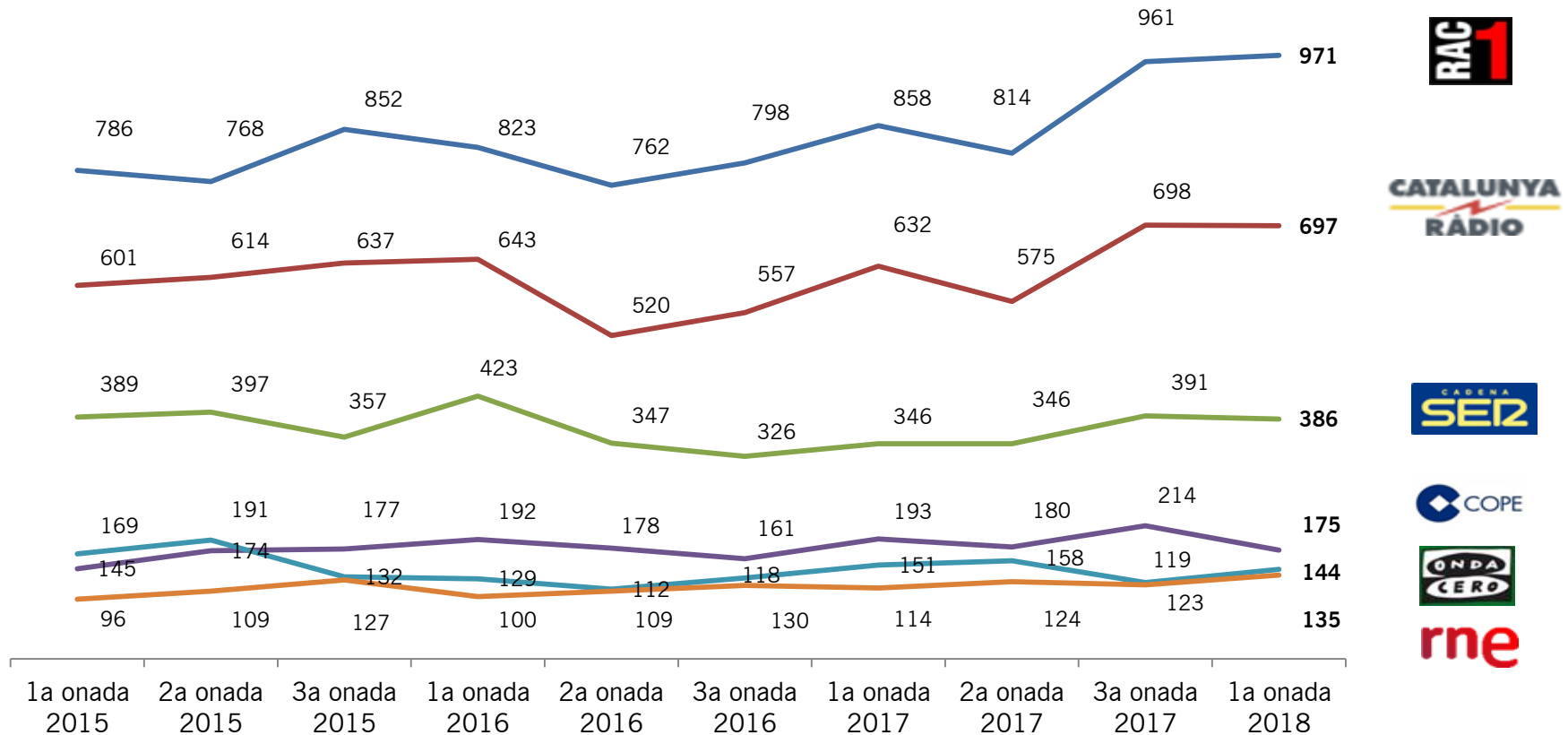
198 freqüències	27 FM locals 14%	41 emissores	18 emissores locals	Emissores ràdio local^A   Català
	76 FM cadena estatal 38%		15 emissores estatals	PRISA       COPE    Atresmedia    Radio Blanca  Unidad Editorial   Castellà (excepte desconnexions)
	95 FM cadena nacional 48%		8 emissores nacionals	Godó   Flaix   Tele Taxi   Estel  PRISA   Català

^A En el quadre hi falten les emissores 3de8 Ràdio, Radio Adventista i Capital Radio; i les del prestador Llegeix Escriu Escolta Català, SL.
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2018.

Audiència de la ràdio (1)

Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

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

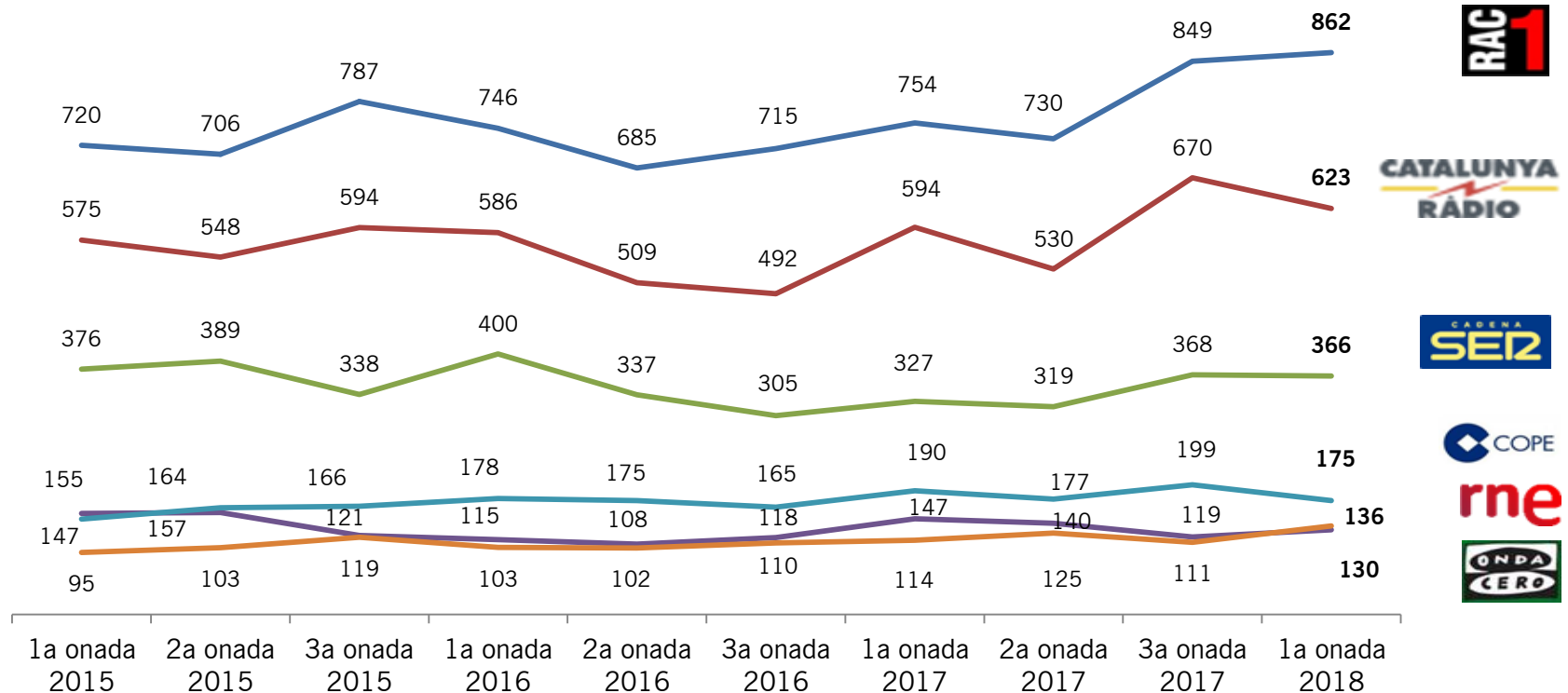


Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Audiència de la ràdio (2)

Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

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

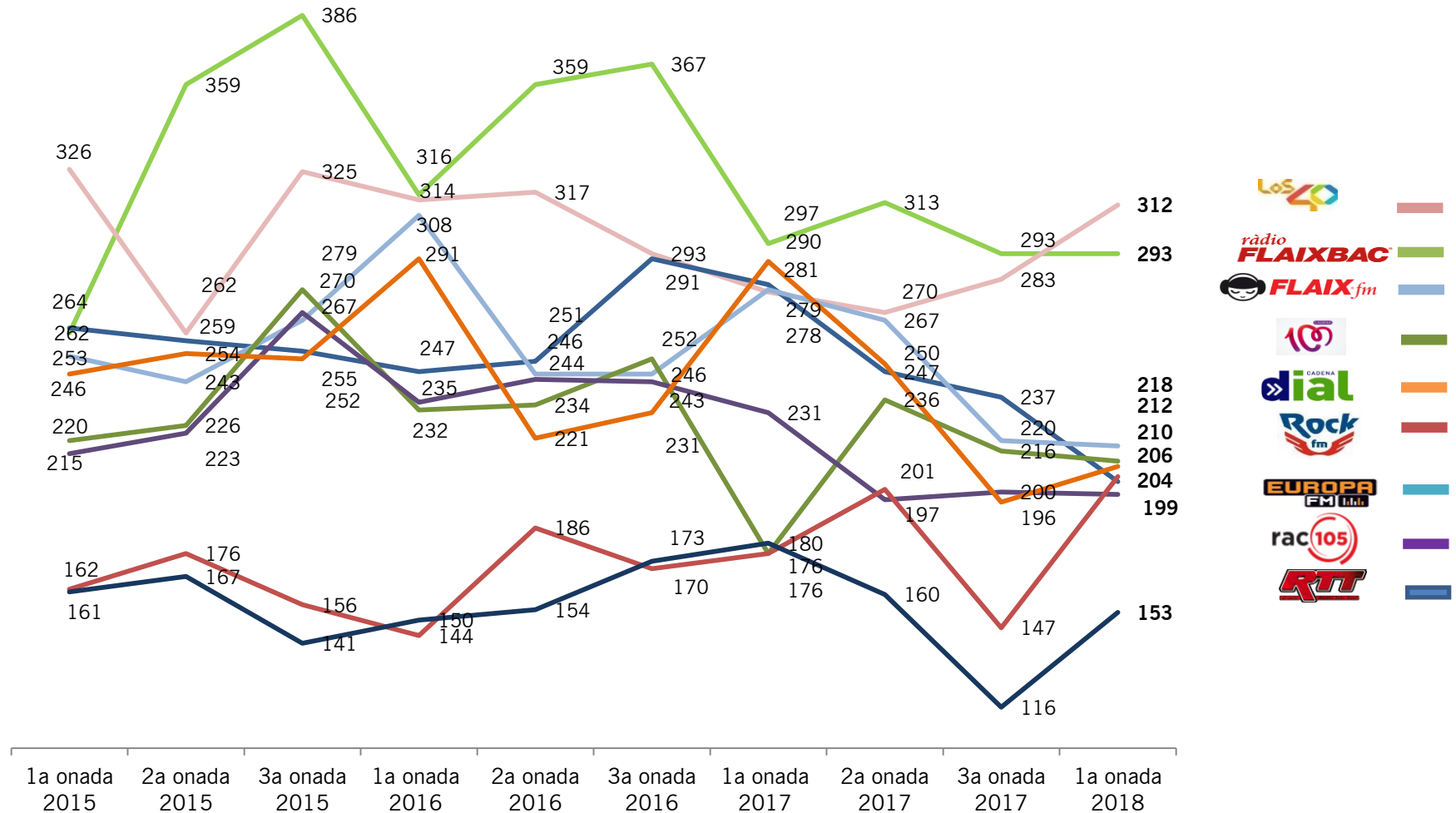


Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Audiència de la ràdio (3)

Rànquing de les ràdios musicals. Audiència

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

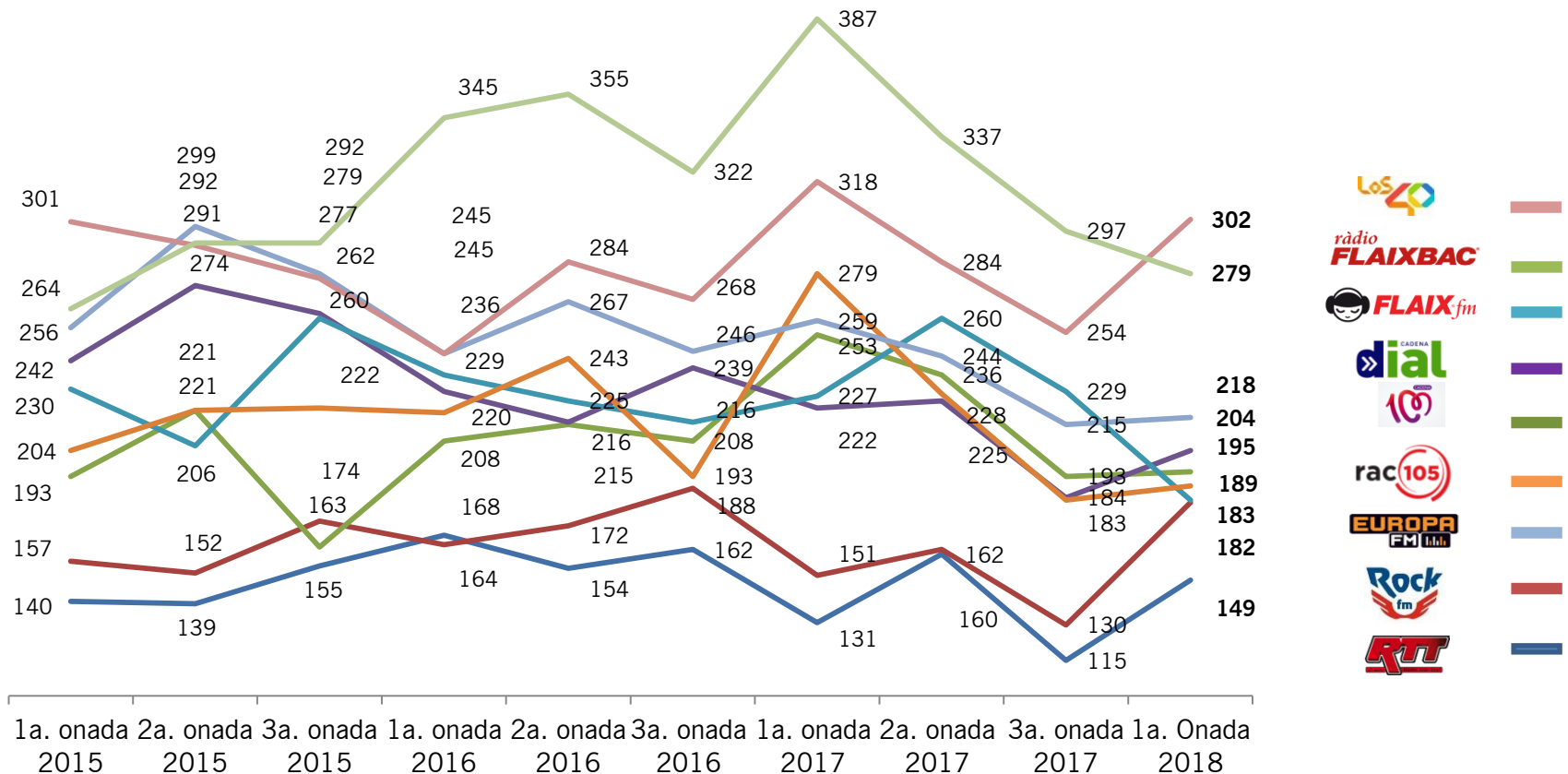


Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Audiència de la ràdio (4)

Rànquing de les ràdios musicals. Audiència

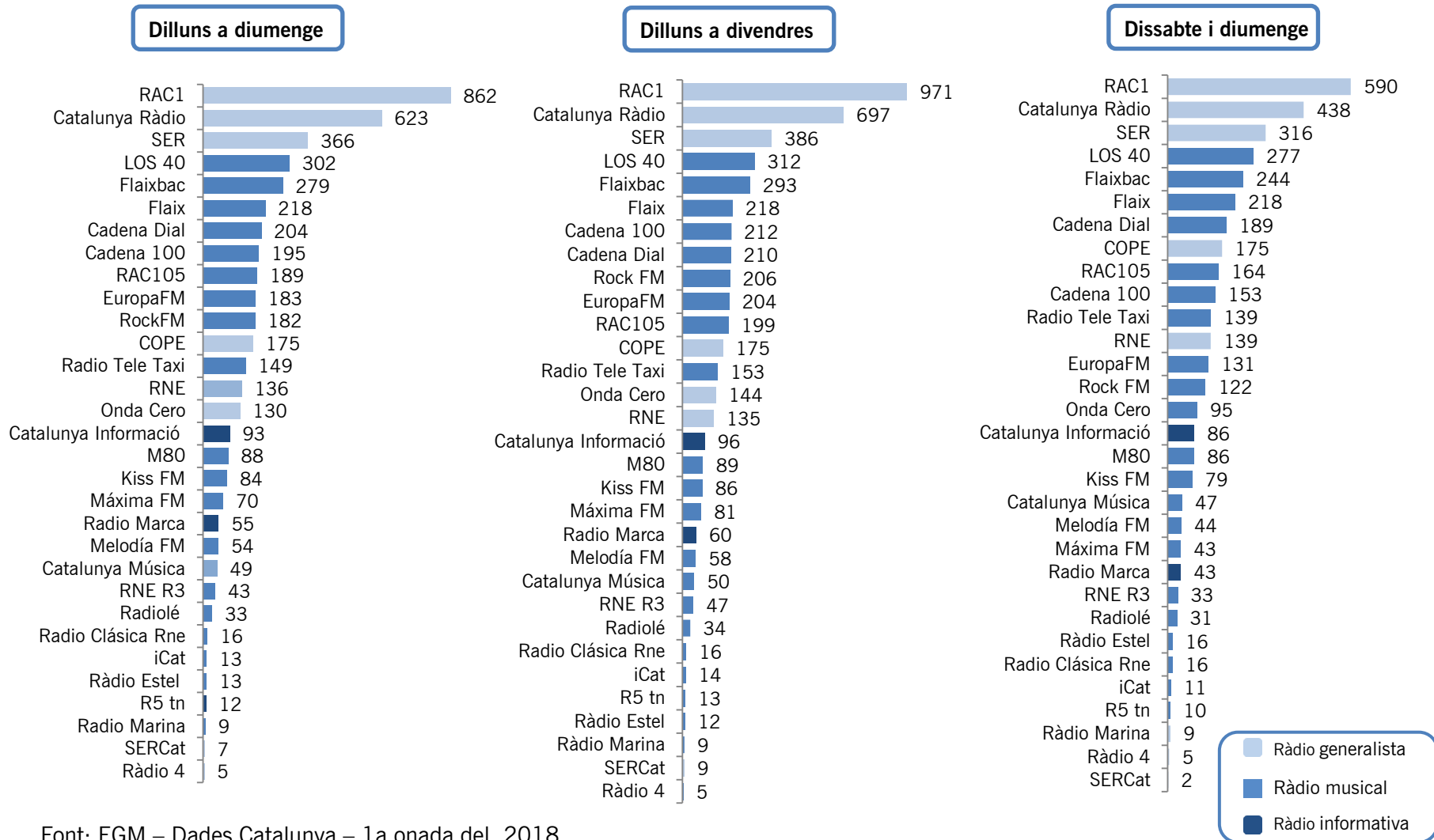
(evolució de les últimes deu onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a diumenge)



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Audiència de la ràdio (5)

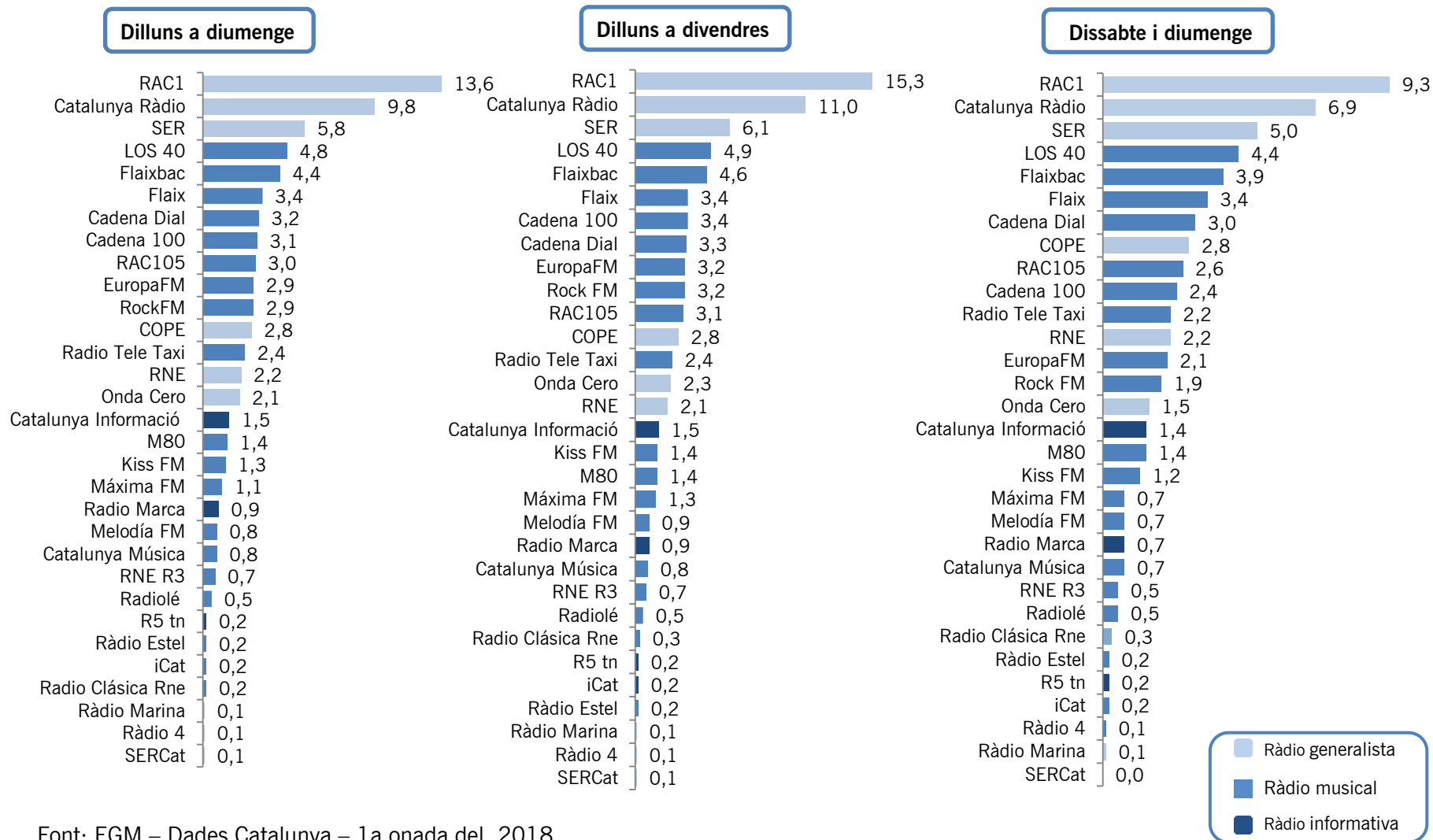
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya (en milers sobre el total de la població, dia anterior a l'entrevista)



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Audiència de la ràdio (i 6)

Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya (en % sobre el total de població, dia anterior a l'entrevista)



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.

Audiència de la ràdio per franges horàries

Entre setmana, a Catalunya 4 milions de persones escolten la ràdio cada dia.

Les emissores amb més seguidors són les generalistes (2.202.000 oients), que en aquesta onada passen per davant de les musicals (2.123.000 persones), i en últim lloc se situen les temàtiques informatives (192.000).

Audiència de la ràdio per franges horàries de les principals cadenes generalistes a Catalunya

(en milers d'oients, de dilluns a divendres i ordenat per audiència acumulada i entre parèntesi, onada anterior)

Emissora	Audiència acumulada	 de 6 a 12 h	 de 12 a 16 h	 de 16 a 20 h	 de 20 a 6 h
	971 (961)	721 (729)	371 (394)	365 (355)	248 (237)
	697 (698)	541 (468)	220 (222)	149 (183)	126 (171)
	386 (391)	257 (232)	96 (85)	89 (87)	134 (172)
	175 (214)	107 (152)	34 (54)	32 (41)	79 (87)
	144 (123)	89 (74)	37 (29)	42 (24)	34 (39)
	135 (119)	85 (63)	29 (24)	17 (22)	56 (48)

Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2018.



Internet

Consum d'internet a Catalunya



El 99,6% dels internautes s'hi connecta cada dia.



El 30%, entre 4 i 8 hores al dia.
El 25,3%, més de 8 hores al dia.



El 92% hi accedeix mitjançant el mòbil.



El 36% està subscrit a un paquet de serveis amb televisió de pagament. Movistar+ és el principal proveïdor de servei d'accés a internet a la llar (30% dels internautes).



La majoria dels enquestats es connecta entre mitja hora i una hora al dia a les xarxes socials.

Xarxes socials usades pels internautes. Any 2017 (en %)



84,2



53,4



52,1



34,6



17,3



14,5



snapchat

5,8



4,1



3,5

Facebook és la xarxa social més emprada. Instagram ha passat a ser la segona per davant de Twitter (que ocupava la 2a posició l'any anterior).

Font: AIMC. 20^a encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red. Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2017.

Consum de continguts audiovisuals a internet (1)

Activitats relacionades amb l'accés a continguts audiovisuals a internet. Catalunya. Any 2017 (els últims 30 dies i en %)



87,3 Llegir notícies d'actualitat



80,5 Veure vídeos en línia (p. ex. YouTube)



58,0 Escoltar música en línia (no descàrrega)



47,9 Veure pel·lícules/sèries en línia (no descàrrega)



42,3 Veure emissions de cadenes de televisió en el web o l'app



36,9 Escoltar cadena de ràdio en el web o l'app



27,3 Visites a llocs web per a adults



25,7 Descarregar programes de ràdio per escoltar més tard



24,0 Descarregar pel·lícules/sèries/documentals



23,5 Jocs en xarxa

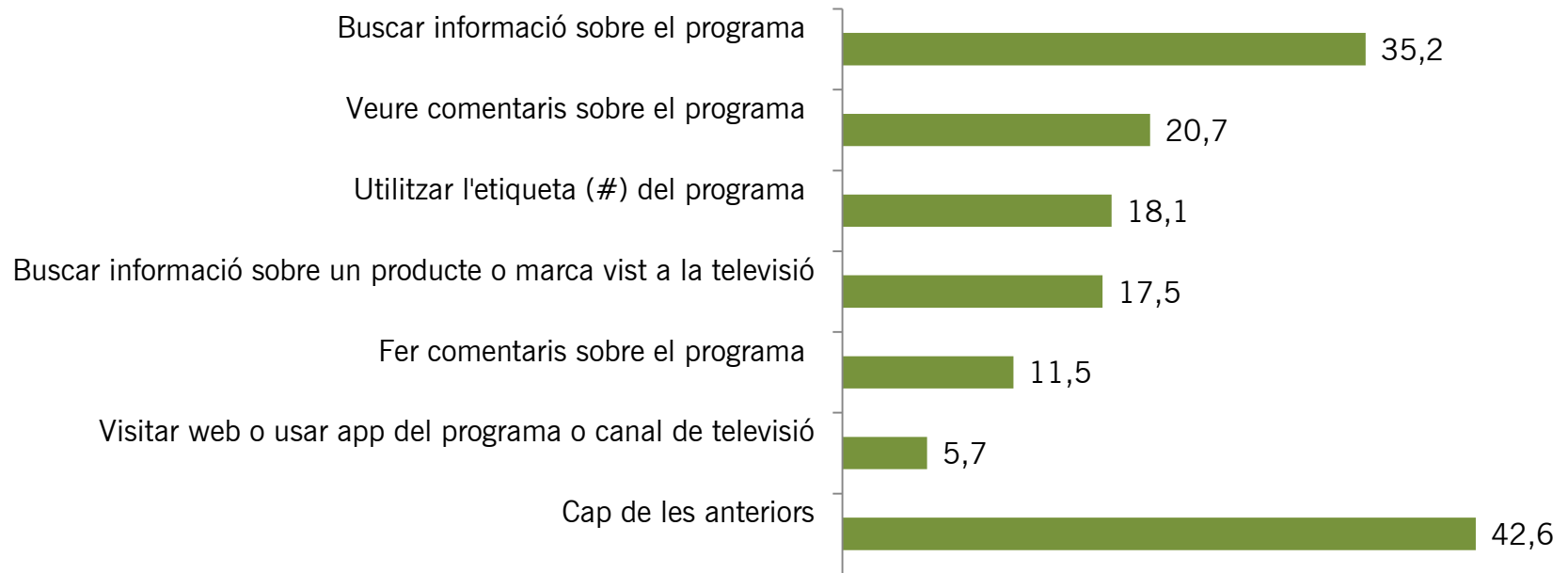


18,2 Descarregar música

Font: AIMC. 20^a encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red. Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2017.

Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)

Activitats dutes a terme per l'internauta mentre mira programes de televisió. Catalunya. Any 2017 (en %)



Pràcticament la totalitat dels internautes catalans s'informen a través de les xarxes socials. Tot i que molts internautes es connecten a la xarxa mentre veuen un programa de televisió, la majoria no hi interactua a través de les xarxes socials.

El *prime time* a internet se situa entre les 21 i les 23h. Coincideix, per tant, amb les hores de més consum televisiu.

Font: AIMC. 20^a encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red. Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2017.

Mobile World Congress 2018 (1)



El MWC és el congrés mundial de la comunicació mòbil de caràcter anual. Aquest congrés se celebra a Barcelona des de l'any 2006 provinent de Cannes i està organitzat per la GSMA, organisme que representa els interessos dels operadors de telefonia mòbil de tot el món.

La GSMA aglutina gairebé 1.000 empreses de tot el món relacionades amb el sector de la telefonia mòbil (operadors, fabricants de dispositius, empreses de programari, proveïdors d'equips i empreses d'internet, entre d'altres).

Resultats #MWC2018

El lema: Creating a Better Future



Barcelona, del 26 de febrer a l'1 de març de 2018



Més de 107.000 participants de 205 països/territoris diferents.



Més de 11.600 assistents a les conferències



2.400 exhibidors i patrocinadors



3.500 mitjans de comunicació d'arreu del món



7.700 caps de direcció executiva i més d'1M de trobades de negocis

Mobile World Congress (2)

Destacats #MWC2018

Aquesta edició del Mobile ha permès mostrar l'aplicació real d'aquelles tecnologies que, anys enrere, semblaven haver estat extretes d'històries de ciència-ficció. Vegem-ne tres com a mostra:

Grafè

- Aquest material, que ara es pot sintetitzar, és altament conductor de calor i temperatura. És, a més, extremadament prim, flexible i resistent. Aquestes propietats faciliten la fabricació de *wearables*, objectius de càmeres ultrasensibles, pantalles de televisió, pantalles flexibles de mòbil, etc. El grafè permetrà desenvolupar l'internet de les coses i el material audiovisual del futur.

App de salut

- Les aplicacions en l'àmbit de la salut avancen en els sensors que poden mesurar amb més precisió la temperatura, la sudoració, el color i el ritme cardíac, i en acceleròmetres que permeten veure la situació dels pacients i diagnosticar trastorns mèdics amb un enfocament més profund. Inicialment, aquestes millores permeten un millor monitoratge, però, en un futur, podrien servir per curar.

Media

- L'ample de banda que proporciona el 5G permetrà, a més de veure imatges en mobilitat amb una qualitat alta, utilitzar la infraestructura fixa on no és viable que arribi la fibra. L'evolució és cap al *mass personal*, és a dir, la personalització dels mitjans de masses.

Mobile World Congress (i 3)

Iniciatives #MWC2018

Cicle de conferències

- El programa de conferències ha tractat temes com l'evolució cap a les 5G i d'última generació; la quarta revolució industrial, privacitat i seguretat; desenvolupament sostenible, entre d'altres.

Plataforma 4 Years From Now (4YFN)

- Nom de la plataforma de negoci impulsada pel MWCcapital Barcelona i GSMA per a la comunitat d'emprenedors del sector tecnològic.

Programa Women4Tech

- Programa dissenyat per reduir la desigualtat de gènere en la indústria mòbil.

Youth Mobile Festival

- Dissenyat per inspirar els més joves a continuar la seva educació i seguir carreres de ciència, tecnologia i enginyeria.



L'apunt

Comissió Europea, *fake news* i desinformació en línia

Comissió Europea, *fake news* i desinformació en línia (1)

El 2017, la Comissió Europea va llançar la [Fake News Initiative](#), incorporant-hi l'etiqueta (*hashtag*) [#tacklefakenews](#).

Els 13 i 14 de novembre de 2017, va convocar una conferència amb els principals actors implicats. [[Enllaç 1](#) i [enllaç 2](#)].

Del 13 de novembre de 2017 al 23 de febrer de 2018 va dur a terme una [consulta pública](#).

El gener de 2018, la Comissió Europea va crear el [Grup d'Alt Nivell en *fake news* i desinformació en línia](#) (HLEG, *High Level Expert Group on fake news and online disinformation*), entre els principals experts europeus.

El 12 de març de 2018, el HLEG va publicar l'informe titulat “[A multi-dimensional approach to disinformation](#)”.

També el 12 de març de 2018, la Comissió va publicar els [resultats de l'Eurobaròmetre](#) dedicats a *fake news* i desinformació en línia.

El 26 d'abril de 2018, la Comissió va fer pública la [comunicació “Tackling on line disinformation: a European approach”](#), que incloïa la proposta de crear un [Codi de pràctiques en desinformació en línia d'àmbit europeu](#).

PROPER PASSOS:

El juliol del 2018, la Comissió convocarà un fòrum dels principals actors (plataformes en línia, indústria publicitària i principals anunciants) per aprovar el codi de pràctiques esmentat.
La Comissió pretén que a l'octubre ja hi hagi resultats mesurables.



Comissió Europea, *fake news* i desinformació en línia (2)

“A multi-dimensional approach to disinformation”,

l'informe del Grup d'Alt Nivell (HLEG),
té com a **principals aportacions**:

- Emprar l'expressió **DESINFORMACIÓ EN LÍNIA**, davant *fake news*, ja que és un terme més precís. S'entén per *desinformació en línia* aquella “informació falsa, errònia o enganyosa, presentada i promoguda de forma **intencionada** per causar perjudici públic o lucre econòmic.” Aquesta definició exclou els errors de bona fe del periodisme (que sí que estarien inclosos en l'expressió *fake news*), la sàtira i els continguts il·legals difosos per internet.
- Crear una **COALICIÓ** dels actors rellevants, incloent-hi plataformes en línia, mitjans informatius (premsa, TV i ràdio), periodistes, editors, creadors independents de continguts, indústria publicitària i *fact checkers*, entre d'altres. La Coalició hauria d'elaborar un **CODI DE PRÀCTIQUES**, que inclogués indicadors quantificables (KPI, *Key Performance Indicators*). En la seva Comunicació del 26 d'abril de 2018, la Comissió va assumir aquestes propostes.
- El HLEG reconeix que és molt difícil filtrar la desinformació en línia sense afectar continguts legítims. A més, hi ha un problema relacionat amb la **LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ**. Per això, remarca que cal donar **MÉS VISIBILITAT (FINDABILITY)** als continguts fiables.

Comissió Europea, *fake news* i desinformació en línia (i 3)

Comunicació “Tackling on line disinformation: a European approach”

(Comissió Europea, 26 d'abril de 2018)

Objectius:

- Promoure una **XARXA EUROPEA DE FACT-CHECKERS** o verificadors de notícies, que estableixi mètodes comuns de treball, intercanviï bones pràctiques i verifiqui amb el màxim de cobertura de països.
- Promoure l'educació i la **MEDIA LITERACY**.
En aquest sentit, el [Pla d'Acció en Educació Digital](#), aprovat per la Comissió el gener de 2018, aposta per l'educació formal i informal per desenvolupar les competències digitals de la ciutadania.
- Donar suport al **PERIODISME DE QUALITAT**, com a element essencial de la societat democràtica.
- Promoure la **COREGULACIÓ**.
Aprovació del [Codi de Pràctiques en desinformació en línia d'àmbit europeu](#), de caràcter coregulator.
És la principal línia de treball de la Comunicació.
Entre els objectius del Codi, s'inclouen:
 - Millorar la localització dels anunciant lligats a continguts de *fake news* i desinformació.
 - Donar transparència als continguts patrocinats.
 - Assolir més efectivitat a l'hora de tancar comptes falsos (robots o “bots”).
 - Augmentar la visibilitat dels continguts fiables.
 - Regular els bots per evitar la confusió amb humans.
 - Oferir eines per denunciar desinformacions.
 - Avançar en la transparència dels algorismes.





Flaixos

Suïssa vota mantenir el finançament de la televisió i la ràdio de servei públic

El 4 de març de 2018 la ciutadania suïssa va votar en referèndum a favor de [mantenir la Billag](#), un cànon (de gairebé 400 euros) pagat per les llars suïsses per mantenir la ràdio televisió pública estatal (Suïssa de Ràdio i Televisió), 21 ràdios locals i 13 televisions regionals. Tots els prestadors finançats compleixen la funció de servei públic, d'acord amb un mandat definit per la *Confédération*.

Resolució del Parlament Europeu sobre la igualtat de gènere als mitjans de comunicació a la Unió

El 17 d'abril de 2018 el Parlament Europeu va aprovar la [resolució d'igualtat de gènere en els mitjans de comunicació a la Unió](#) en la qual destaca la necessitat de promocionar la igualtat de gènere en llocs de direcció en els mitjans de comunicació i de promoure continguts sobre igualtat d'homes i dones als mitjans públics. Recull diversos exemples de bones pràctiques als estats membres, entre d'altres.

Facebook obre una nova oficina a Barcelona

A principis de març l'empresa d'internet Facebook va iniciar els tràmits per instal·lar a Barcelona un centre operatiu per combatre les *fake news* al seu lloc web. *Facebook*, que ha tancat un acord amb l'empresa Competence Call Center, ubicarà la seu del centre a la Torre Glòries (antiga Torre Agbar), al districte 22@.

50 anys de l'EGM de l'AIMC

Enguany se celebra el [50è aniversari](#) de l'Estudio General de Medios (EGM), un estudi sobre el consum dels mitjans de comunicació a Espanya, elaborat per l'Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). L'associació, que celebra els 30 anys d'activitat com a gestora d'estudis d'audiència, ha creat un logotip específic per commemorar els 50 anys de l'EGM.

TV3 HD canvia de MUX

La nit del 19 d'abril del 2018 la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va traslladar el canal de TV3HD i va ubicar els cinc canals de televisió de la CCMA [en un sol canal múltiple](#). Per facilitar la transició, la CCMA mantindrà durant dos mesos l'emissió del TV3HD en el MUX d'EDC, per on emetia, amb avisos de resintonització.

30 anys d'emissions en aranès a Catalunya Ràdio

El 12 d'abril, amb motiu del 30è aniversari de l'emissió de Catalunya Ràdio en aranès, la delegació territorial de l'emissora a Vielha va emetre en directe una programació especial dedicada a repassar la història del programa [Meddia Aranés](#) pioner en llengua aranesa. La primera emissió radiofònica en aranès es va produir un 26 de març de 1988.



Filtració massiva de dades de Facebook

El 10 d'abril de 2018, Marck Zuckerberg, director executiu de Facebook, va [declarar](#) al Senat dels Estats Units en relació amb l'assumpte de la filtració de dades personals de [87 milions d'usuaris](#) de Facebook a l'empresa Cambridge Analytica. Aquest traspàs de dades va succeir durant l'any 2014 i podrien haver estat utilitzades per afavorir la victòria de Donald Trump a les eleccions presidencials dels EUA el 2016. La notícia d'aquesta filtració va ser publicada el 17 de març de 2017 al diari britànic [The Observer](#) i l'americà [The New York Times](#).



L'ONU obre una investigació a l'Estat per no assignar llicències als mitjans comunitaris

El 5 de març de 2018, el Comitè de Drets Humans de l'ONU va confirmar a la Red de Medios Comunitarios (ReMC) que [ha obert una investigació a Espanya](#) per no assignar llicències a les televisions comunitàries. La ReMC i RTV Cardedeu van presentar el juliol del 2017 una denúncia que considera que s'han vulnerat 5 articles del Pacte Internacional de Drets Civils i Polítics de les Nacions Unides, signat a Espanya el 1977. L'Estat té 6 mesos per respondre els requeriments de l'ONU.



1.500.000 socis al Club Super3

Vint-i-set anys després del seu naixement, el [Club Super3](#) va arribar el mes d'abril al milió i mig de socis i es va convertir en el club infantil més gran d'Europa

El Club Super3 neix l'any 1991 associat a un programa de la televisió pública catalana (TV3) i a dia d'avui compta amb un canal de televisió, una web i més de 150 activitats gratuïtes de cultura, natura, esports i solidaritat, gràcies al carnet del club.



L'Ofcom publica dos estudis sobre el consum adult de mitjans al Regne Unit

L'abril del 2018 el regulador britànic de la comunicació, l'Ofcom, va publicar dos informes sobre el nivell de *media literacy* a la societat britànica. El primer, titulat [Adults' Media Use and Attitudes](#), ofereix dades relatives a l'ús, les actituds i el coneixement dels mitjans. El segon, [Adults' Media Lives](#), proporciona un complement qualitatiu i detallat de l'anterior informe.

BIAC. Núm. 10 – Primer quadrimestre del 2018

Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Kantar Media: Àmbit Catalunya. Dades obtingudes per audímetre relatives a individus de 4 i més anys.
- EGM: dades de la 1a onada del 2018. Període febrer-març del 2018. Àmbit Catalunya.
- AIMC: *20a encuesta AIMC a usuarios de internet - Navegantes en la red*. Dades obtingudes a partir de 15.252 entrevistes voluntàries en línia a internautes de l'Estat espanyol entre octubre-desembre del 2017. Àmbit Catalunya: dades obtingudes a partir de 1.819 participants (1.202 homes i 615 dones).
- Iconografia: *Noun Project*

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 10. Primer quadrimestre del 2018. Barcelona: CAC, maig del 2018. <www.cac.cat>