



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

L'apunt.
Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

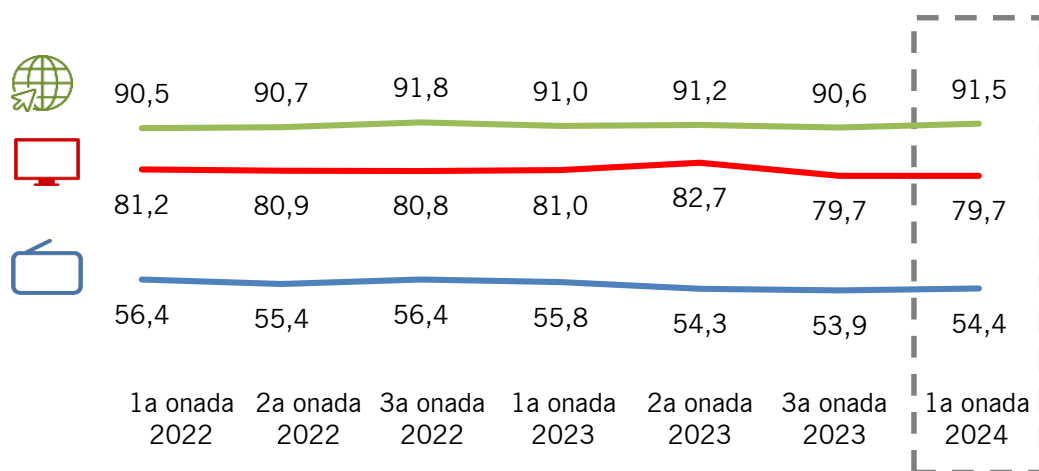
	Penetració de l'audiovisual a Catalunya	3		Ràdio	
	TDT			Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya	21
	Oferta de TDT a Catalunya	5		Ràdio d'àmbit nacional i estatal	22
	TDT d'àmbit nacional	6		FM d'àmbit nacional	23
	TDT d'àmbit estatal	7		FM d'àmbit estatal	24
	TDT d'àmbit local	8		FM d'àmbit local	25
	Audiència de TDT	11		Audiència de ràdio	26
	Audiovisual en línia			L'apunt.	
	Subscripcions a plataformes de televisió IPTV	13		Discursos d'odi i LGBTI-fòbia	32
	Subscripcions a serveis audiovisuals per OTT	14			
	Consum d'obra europea als catàlegs de serveis SVoD	15		Flaixos	40
	Consum de continguts audiovisuals a internet	17			
	Consum de xarxes socials a Catalunya	19			



Penetració de l'audiovisual a Catalunya (1)

Internet es manté com el mitjà amb més penetració a Catalunya (91,5%), seguit de la televisió (79,7%) i la ràdio (54,4%), en un context general caracteritzat per l'estabilitat en els barems de penetració. El temps d'escolta radiofònica (de dilluns a divendres) varia dues dècimes respecte de l'onada anterior i el consum televisiu diari s'acosta a les 3 hores.

Penetració de l'audiovisual per mitjà a Catalunya. Període 2022-2024 (en %)



L'ÚLTIM ANY...

(1a onada 23 vs 1a onada 24)

Internet
+0,5

Televisió
-1,3

Ràdio
-1,4



Consum diari de televisió
2 h 41 minuts/dia



Consum diari de ràdio
1 hora 42 minuts (dilluns-divendres)
1 hora 34 minuts (dilluns-diumenge)

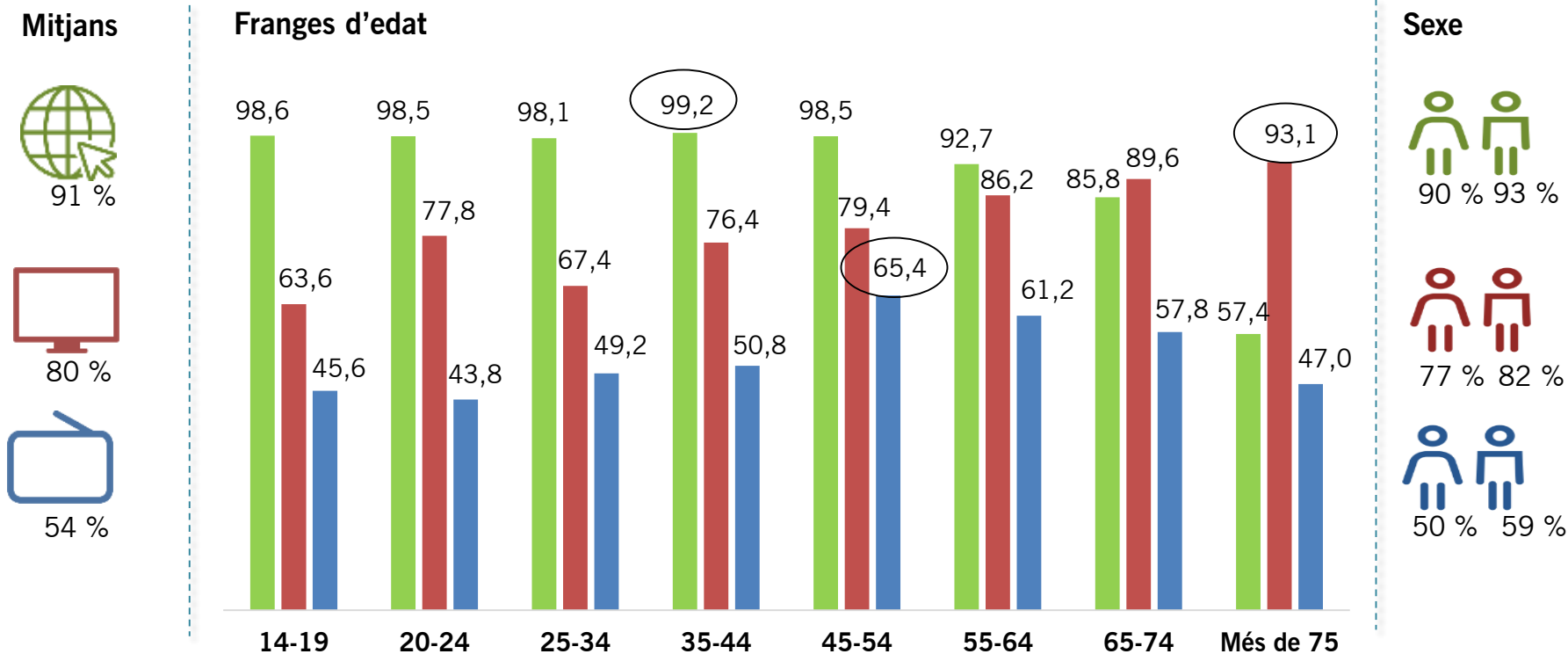
Nota: Les dades sobre internet fan referència a la connexió. Períodes: ràdio (dilluns-diumenge); televisió i internet (audiència del dia anterior).
Fonts: EGM – Dades Catalunya. 1a onada 2024 (dades penetració i consum de ràdio), i Barlovento Comunicación (consum televisiu de l'abril del 2024).



Penetració de l'audiovisual a Catalunya (i 2)

Internet és el mitjà que lidera la penetració audiovisual a Catalunya en la majoria de franges d'edat, a excepció dels segments amb més anys (a partir dels 65), en què la televisió ocupa el primer lloc. La ràdio té més penetració en la franja dels 45 als 64 anys.

Penetració de l'audiovisual per edat i sexe. Catalunya. 1a onada 2024 (en %)



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada 2024.



Oferta de TDT a Catalunya

 Canal TV  TV privada  TV pública



La llar catalana rep una mitjana de **31 canals de televisió en obert**: 4 d'àmbit nacional, 26 d'estatal i els canals d'àmbit local.

75 canals lineals de televisió tradicional en obert

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

4 canals d'àmbit nacional



4 públics 

26 canals d'àmbit estatal



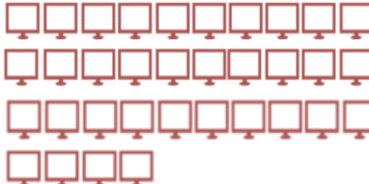
5 públics 

21 privats 

45 canals d'àmbit local



11 públics 

34 privats 

Nota: dins del BIAC es denomina *canals* (terme usual) els *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada MUX.

Font: CAC (canals TDT nacional i local) i Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública (canals TDT estatal). Maig del 2024.



TDT d'àmbit nacional

■ TV pública ■ TV privada  Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

 Català

4 canals	4 canals públics	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals - 3Cat 
----------	------------------	--

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2024.



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 	SECUOYA  Real Madrid Televisión  Real Madrid TV 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. Maig del 2024.



TDT d'àmbit local (1)

■ TV pública ■ TV privada  Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

 Català

45 canals	11 canals públics	          					
	34 canals privats	Grup 4 (3)  Ebre (2)   Segre (4)   Corisa Media Grup (2)   Taelus (4)   CB Global Media (1)  ETV (3)  Prosa (1)  Cadena Pirenaica RTV (2)   Doble Columna (1)  Mola (1)  					

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2024.



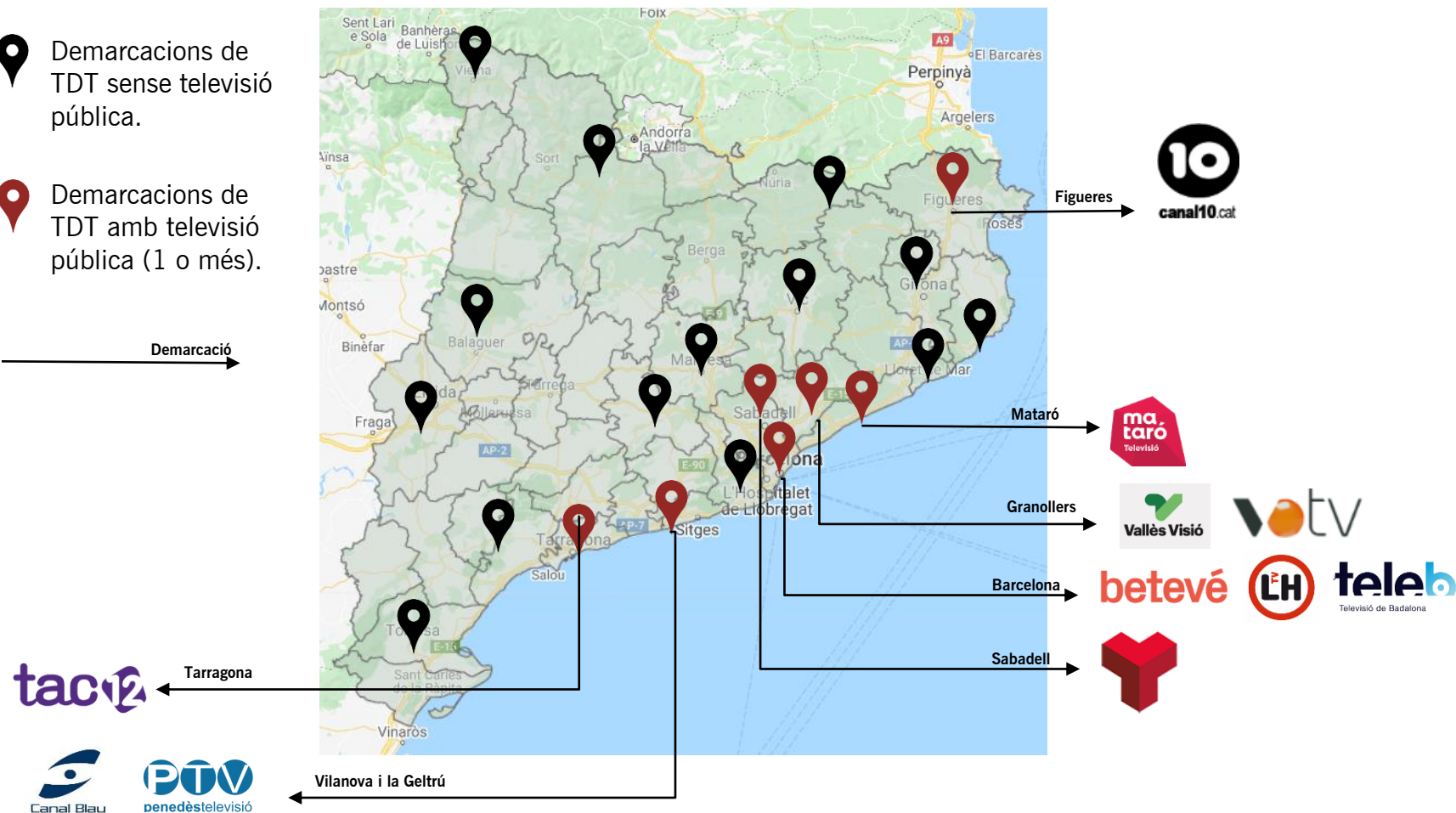
TDT d'àmbit local (2)

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 →

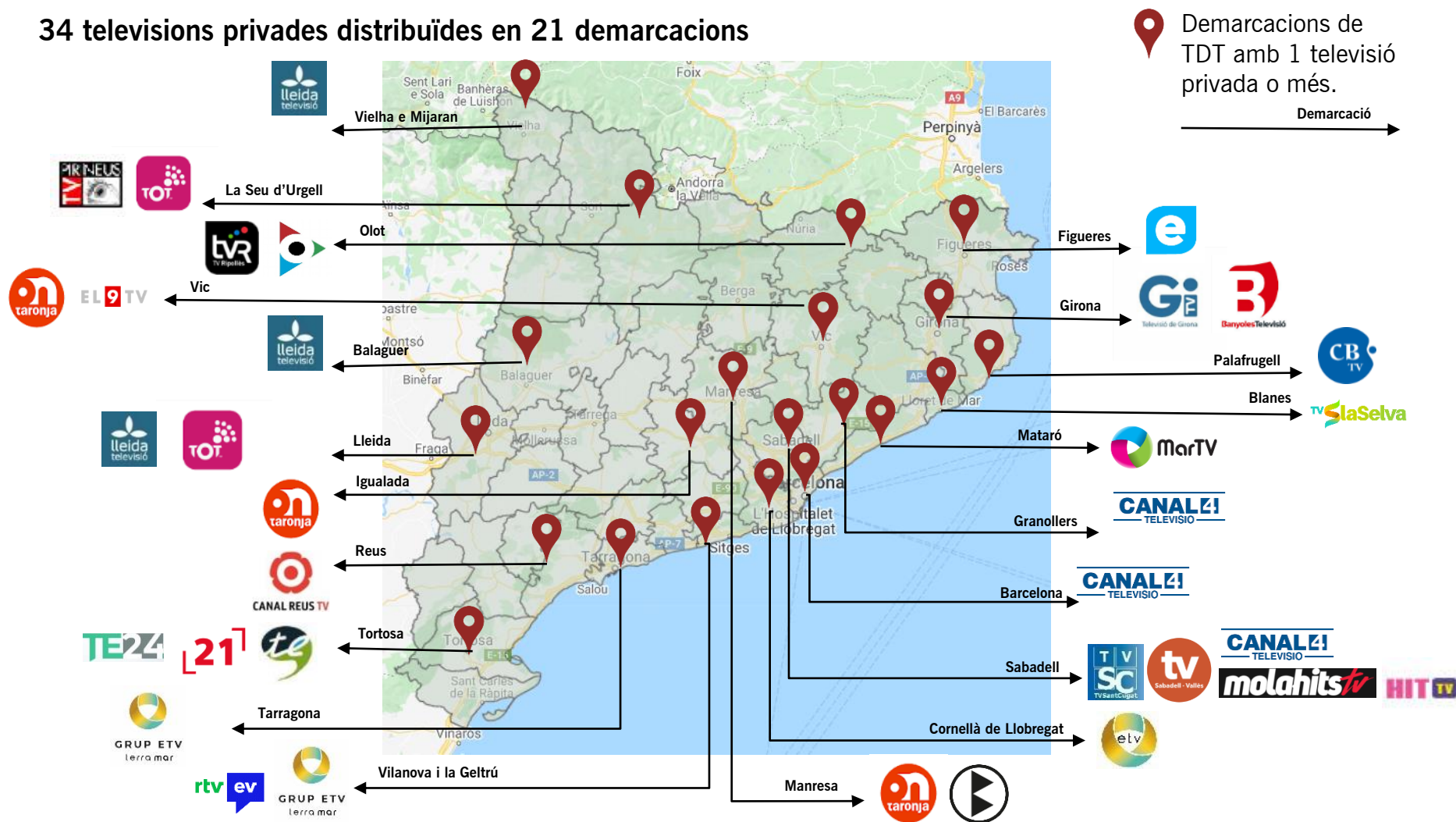


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2024.



TDT d'àmbit local (i 3)

34 televisions privades distribuïdes en 21 demarcacions

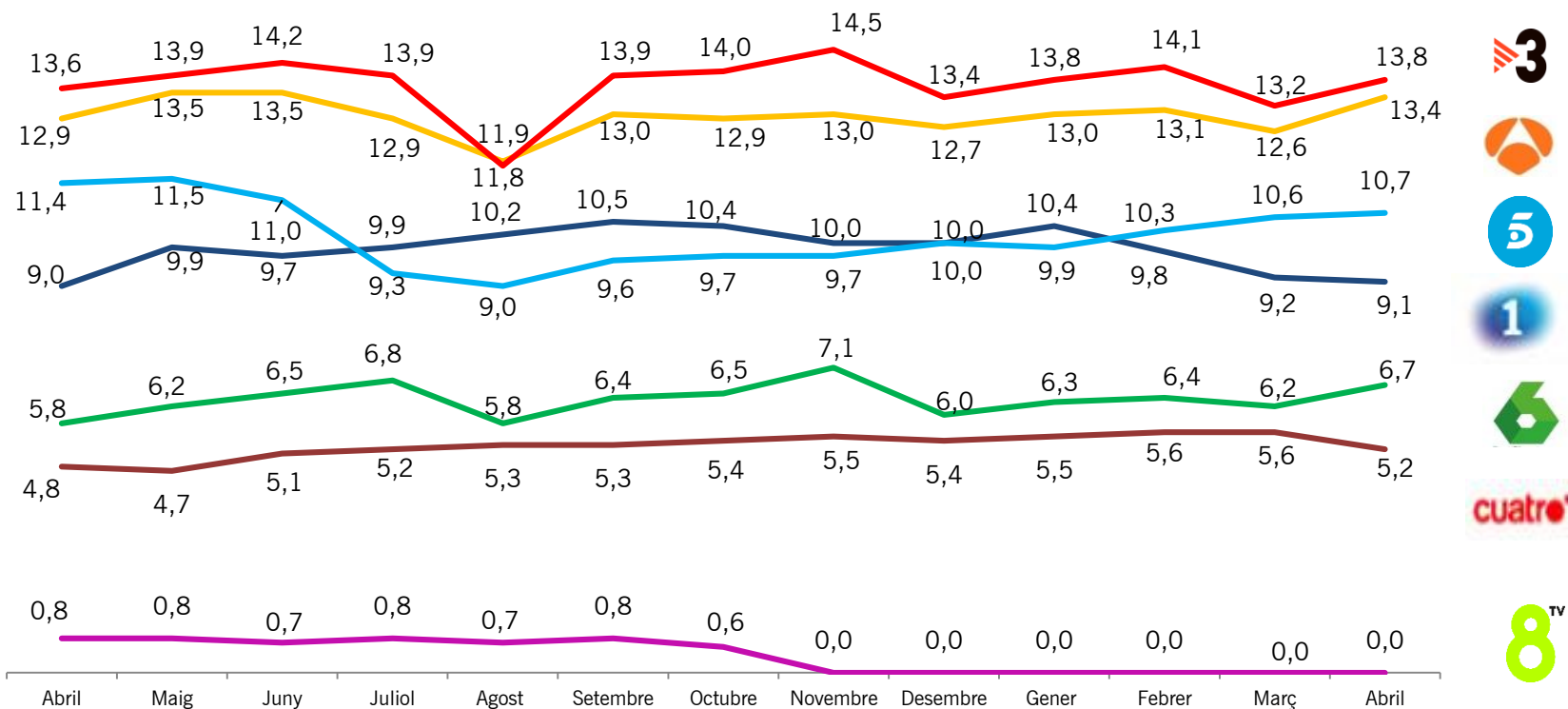


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig del 2024.



Audiència de TDT (1)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals a Espanya. Període abril 2023 – abril 2024 (en %)



Font: Barlovento Comunicación. Les dades d'audiència de TV3 es corresponen al seu territori de cobertura.



Audiència de TDT (i 2)

Evolució mensual de la quota televisiva a Espanya. Període gener-abril 2024 (en % i en ordre descendent, dades de l'abril)

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

Augment generalitzat de les audiències de les principals cadenes generalistes, amb l'excepció del primer canal de TVE, La 1.

TV3 lidera el rànquing a Catalunya amb el 13,8% de *share*, per sobre dels canals estatals.

Antena 3TV millora l'audiència gairebé un punt, amb una quota del 13,4%, i continua al capdavant de la televisió més vista a Espanya. En segon lloc, **Telecinco**, a gairebé tres punts d'Antena 3 TV (10,7%). **La1**, amb el 9,1 %, ocupa el tercer lloc.

La Sexta (6,7%) i **Cuatro** (5,2%) també tenen una pujada de teleespectadors de dues i quatre dècimes respectivament, i es mantenen en la quarta posició i cinquena posició.

Font: Barlovento Comunicació.

Les audiències dels canals autonòmics corresponen al seu territori de cobertura.



Subscripcions a serveis audiovisuals per IPTV

Subscripcions a les principals plataformes d'IPTV de pagament convencionals a Catalunya. Període febrer-març 2024

IPTV	LLARS 		PERSONES ABONADES 		
	Total	%	Total	%	Variació abonats vs. 3a onada 2023
	680.729	21,7%	1.580.964	23,1%	+8,1%
	163.124	5,2%	444.860	6,5%	-3,0%
	131.754	4,2%	314.824	4,6%	-15,1%

Movistar+, la plataforma líder d'IPTV a Catalunya amb més d'un milió i mig de persones subscrites, creix vuit punts respecte de l'onada anterior.

Movistar+ amplia la distància amb els seus competidors, que perden persones abonades. **Orange TV** cau tres punts percentuals i no acaba d'arribar al mig milió de persones abonades, mentre que la caiguda en nombre d'abonats de **Vodafone** és més aguda, del 15%.

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 – 1a onada del 2024. Base: 3.137.000 llars i 6.844.000 persones.



Subscripcions a serveis audiovisuals per OTT

Subscripcions als principals serveis de VoD de pagament a Catalunya. Període febrer-març 2024

SERVEIS VoD	LLARS 		PERSONES ABONADES 		
	Total	%	Total	%	Variació abonats vs. 3a onada 2023
NETFLIX	1.681.432	53,6%	3.955.832	57,8%	-2,7%
prime video	1.364.595	43,5%	3.182.460	46,5%	+4,0%
Disney+	677.592	21,6%	1.608.340	23,5%	-13,6%
HBOmax	636.811	20,3%	1.526.212	22,3%	-9,5%
DAZN	260.371	8,3%	629.648	9,2%	+9,9%
FILMIN	156.850	5,0%	321.668	4,7%	-11,6%
Rakuten TV	100.384	3,2%	191.632	2,8%	-44,3%
Altres proveïdors	652.496	20,8%	1.450.928	21,2%	+11,5%

La tendència a l'alça generalitzada que les OTT mantenen a finals del 2023 s'acaba al 2024. La majoria de plataformes mostren una davallada de subscripcions respecte de l'onada anterior d'EGM.

Netflix és l'OTT amb més persones abonades, gairebé 4 milions. La segueix **Amazon Prime Video** en segon lloc, que escurça distàncies amb Netflix.

Disney+ és la plataforma que més subscripcions perd en aquesta onada, més de 250.000 persones. **HBO Max** també registra pèrdues.

El rànquing de les plataformes més petites es manté, però mentre el nombre de persones abonades de **DAZN** creix un 10%, **Rakuten TV** registra la davallada percentual més gran, un 44%.

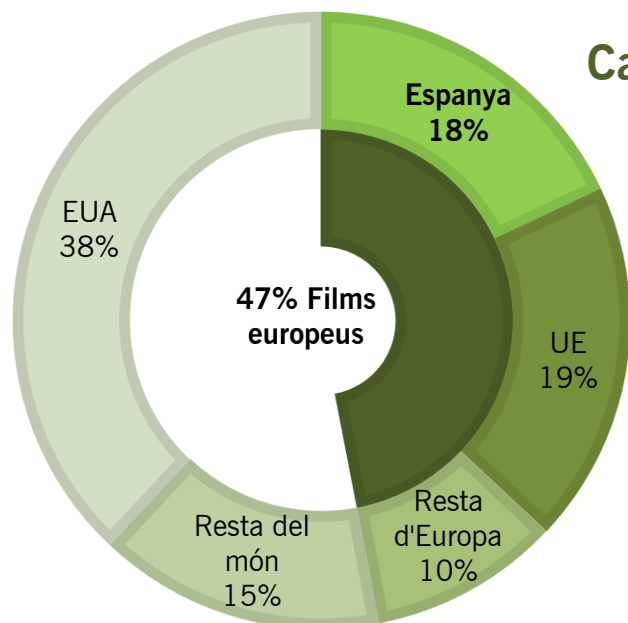
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2024. Base: 3.137.000 llars i 6.844.000 persones.



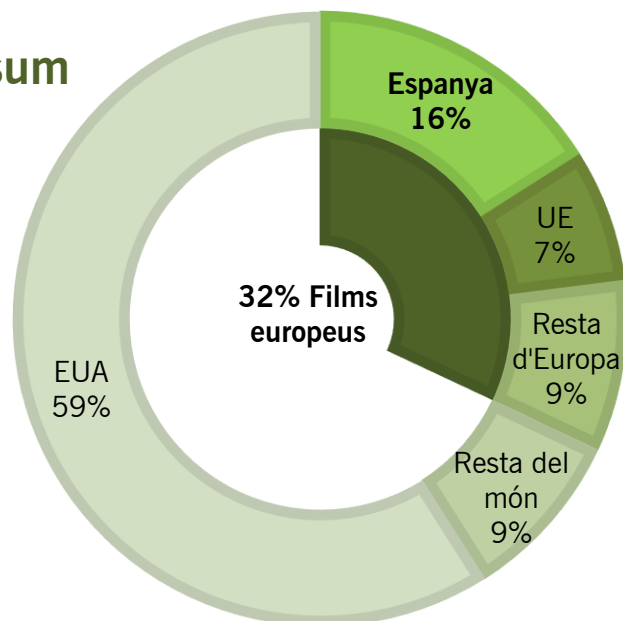
Consum d'obra europea als catàlegs de serveis SVoD (1)

El **consum de films dels Estats Units d'Amèrica** copa el **60%** del total d'hores de visionament de films a les plataformes, tot i que representa menys del 40% del catàleg. En canvi, **els films europeus** formen gairebé la meitat del catàleg, però **només aporten un terç del consum**. Tot i així, el consum de films espanyols es manté equivalent al seu pes als catàlegs de les plataformes.

**Catàleg de films als serveis SVoD a Espanya,
per origen de l'obra**



**Consum de films als serveis SVoD a Espanya,
per origen de l'obra (en % sobre el total d'hores visionades)**



Catàleg vs. consum

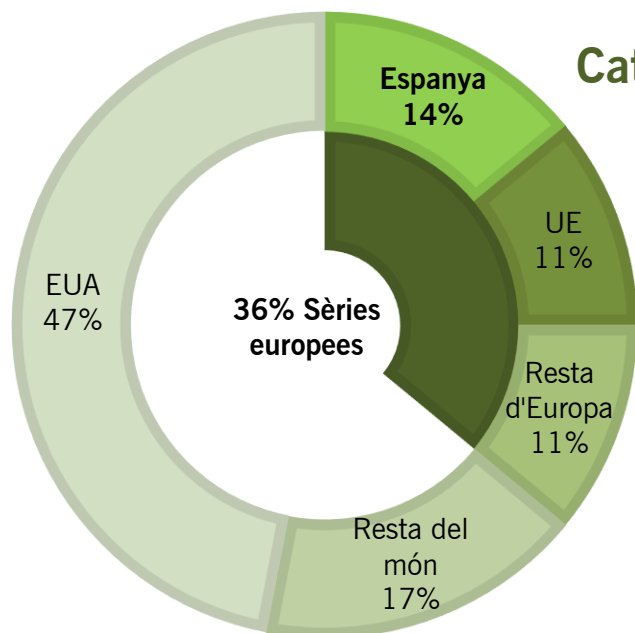
Font: Observatori Europeu de l'Audiovisual. [SVOD Usage in the European Union](#). Període: setembre 2022 - setembre 2023. Base: 2.569 obres dels catàlegs de 13 serveis SVoD a Espanya: Apple TV, Atresplayer Premium, Disney+, Filmin, FlixOlé, HBO Max, Mitele Plus, Movistar+, Netflix, Orange, Prime Video, Rakuten TV i Vodafone TV.



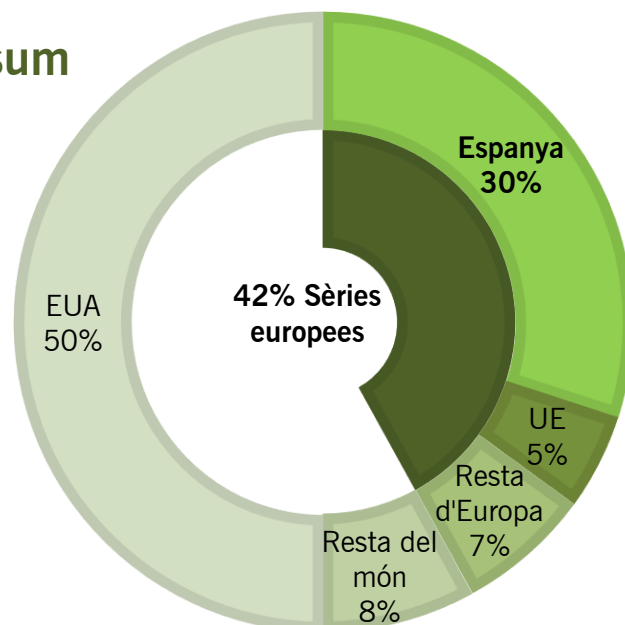
Consum d'obra europea als catàlegs de serveis SVoD (i 2)

A Espanya, **2 de cada 5 hores visionades de sèries corresponen a obres europees**, sobretot per l'impuls de les sèries espanyoles. Tot i que formen només el 14% del catàleg de les plataformes, el consum de sèries espanyoles duplica aquesta xifra en pes relatiu. D'altra banda, **el públic espanyol dedica la meitat del temps a mirar sèries dels Estats Units d'Amèrica**.

Catàleg de sèries als serveis SVoD a Espanya,
per origen de l'obra



Consum de sèries als serveis SVoD a Espanya,
per origen de l'obra (en % sobre el total d'hores visionades)



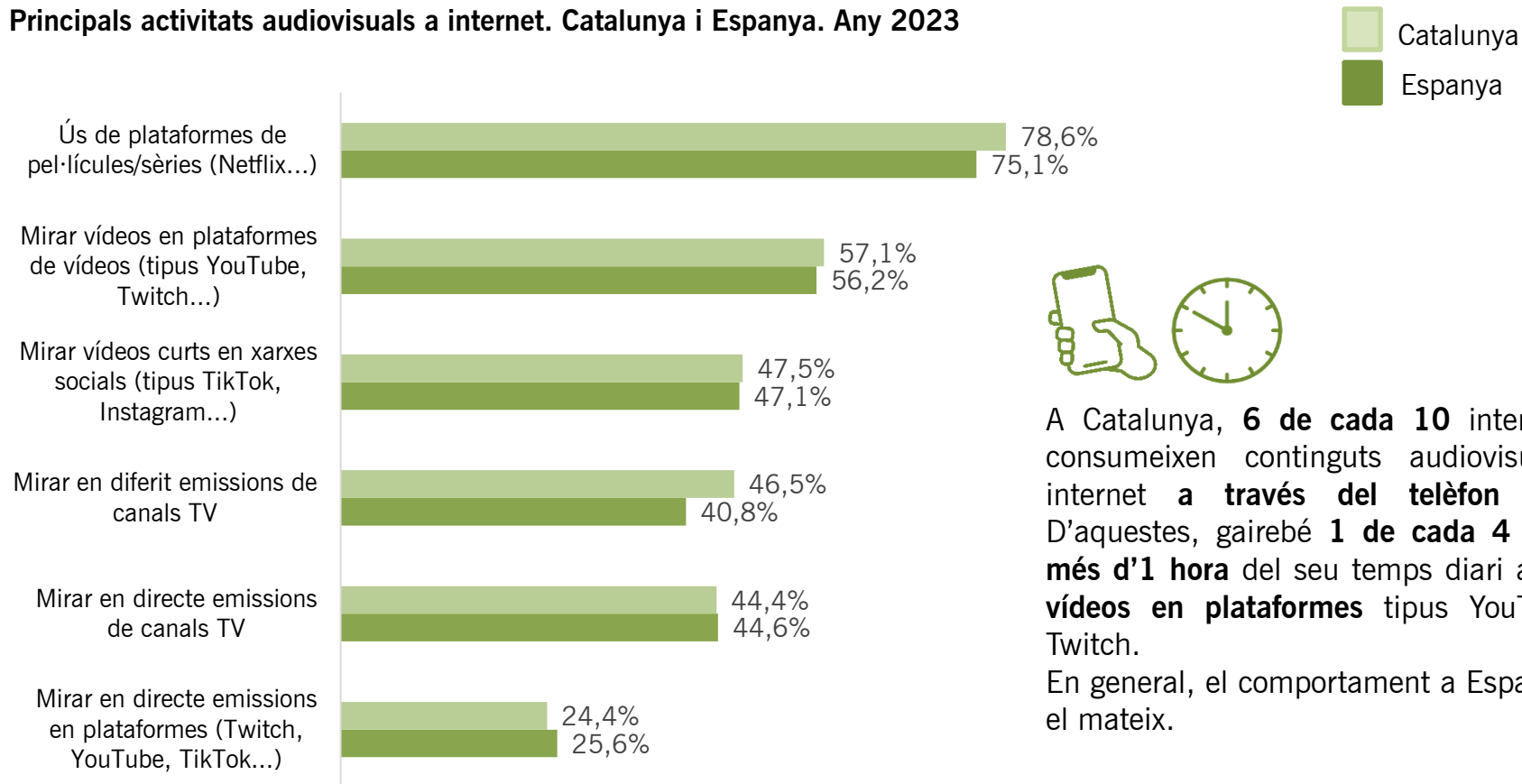
Catàleg vs. consum

Font: Observatori Europeu de l'Audiovisual. [SVOD Usage in the European Union](#). Període: setembre 2022 - setembre 2023. Base: 3.163 obres (una temporada d'una sèrie equival a una obra) dels catàlegs de 13 serveis SVoD a Espanya: Apple TV, Atresplayer Premium, Disney+, Filmin, FlixOlé, HBO Max, Mitele Plus, Movistar+, Netflix, Orange, Prime Video, Rakuten TV i Vodafone TV.



Consum de continguts audiovisuals a internet (1)

Principals activitats audiovisuals a internet. Catalunya i Espanya. Any 2023



A Catalunya, **6 de cada 10** internautes consumeixen continguts audiovisuals a internet **a través del telèfon mòbil**. D'aquestes, gairebé **1 de cada 4 dedica més d'1 hora** del seu temps diari a **mirar vídeos en plataformes** tipus YouTube o Twitch.

En general, el comportament a Espanya és el mateix.

Pregunta: Durant els últims 30 dies, quines de les següents activitats audiovisuals has realitzat a través d'internet? (Base: Esp. 18.902; Cat. 2.758)

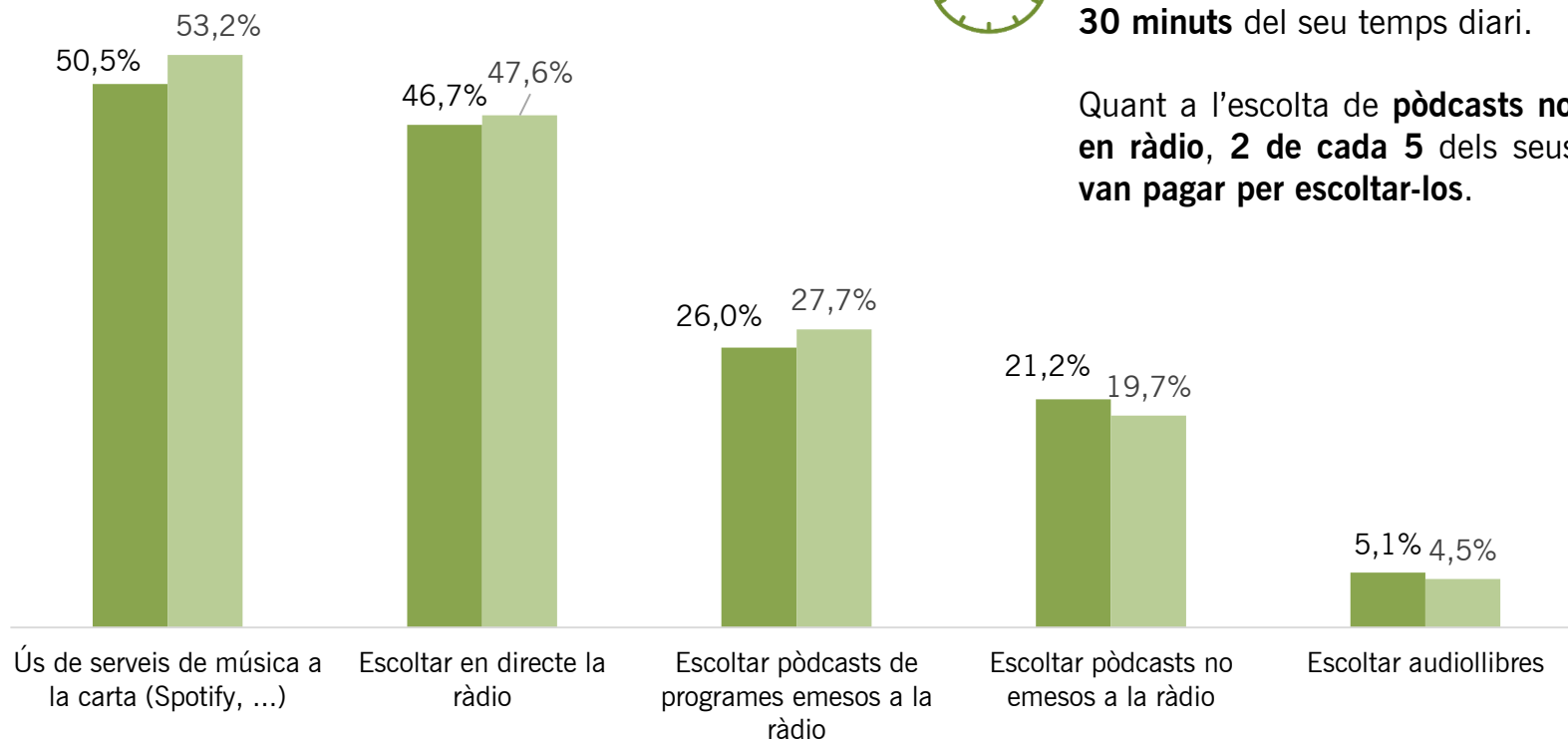
Font: AIMC (2023). [26.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2023.



Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)

Principals activitats d'àudio a internet. Catalunya i Espanya. Any 2023

■ Espanya ■ Catalunya



A Catalunya, **la meitat** de les persones que escolten **pòdcasts** hi destinen **més de 30 minuts** del seu temps diari.

Quant a l'escolta de **pòdcasts no emesos en ràdio**, **2 de cada 5** dels seus usuaris van pagar per escoltar-los.

Pregunta: Durant els últims 30 dies, quines de les següents activitats d'àudio has realitzat a través d'internet? (Base: Esp 18.902; Cat 2.758)

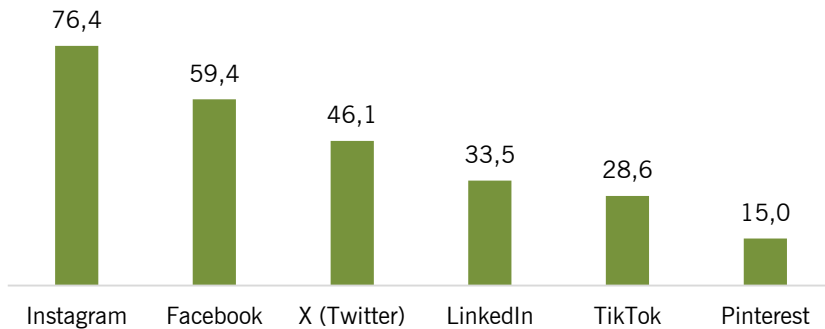
Font: AIMC (2023). [26.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2023.



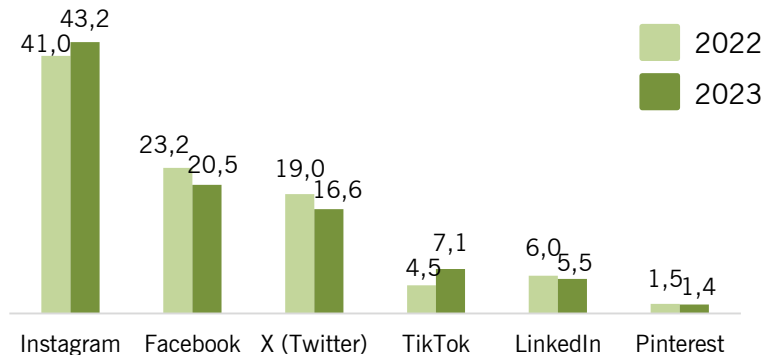
Consum de xarxes socials a Catalunya (1)

A Catalunya, **9 de cada 10 persones** internautes afirmen que es connecten a les xarxes socials cada dia. Més de la meitat consulten les xarxes socials més de mitja hora cada dia, davant gairebé un **40%** de les persones que declara que s'hi connecta **menys de 30 minuts**.

Xarxes socials més utilitzades (en %)



Xarxa social preferida (en %)



El temps de connexió a les xarxes socials creix de manera generalitzada respecte del 2022.

En termes d'utilitat i preferència, **Instagram**, **Facebook** i **X (Twitter)** ocupen els tres primers llocs.

LinkedIn és la quarta xarxa social més utilitzada, per davant de **TikTok**, tot i que aquesta última és la quarta xarxa social preferida.

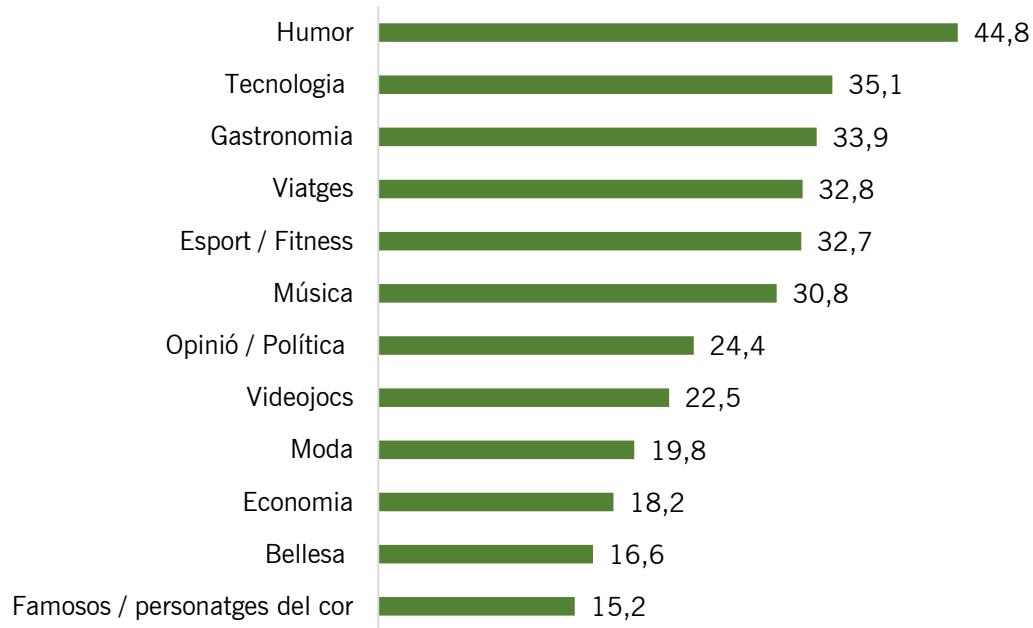
Font: AIMC (2023). [26.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2023.



Consum de xarxes socials a Catalunya (i 2)

Gairebé la meitat (un **46,5%**) dels internautes entrevistats declaren seguir *influencers*, *youtubers* o *streamers* a les xarxes socials. I d'aquests, el **35%** afirma sentir-se influenciat/ada per les recomanacions i/o opinions de les persones influenciadores a l'**hora de comprar**.

Tipologia de contingut elaborat per influencer, youtuber o streamer preferit (En %)



Per tipologies, el **contingut d'humor** és el més seguit per les persones usuàries (un 44,8%), seguit de la **tecnologia**, la **gastronomia**, els **viatges** i l'**esport**, que es mouen en una forquilla entre el 32% i el 35%.

Els **continguts menys seguits** abasten temes relacionats amb la **bellesa** (16,6%) i el **món dels famosos i personatges del cor** (15,2%).

Pregunta: Quin tipus de contingut segueix amb més assiduitat entre els influencers, youtubers o streamers que segueix? (En %)

Font: AIMC (2023). [26.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2023.



Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya

■ Ràdio pública
■ Ràdio privada

257 emissores de ràdio en FM

223 públiques  34 privades

* Aquestes emissores emeten per més de 700 freqüències.



La llar catalana rep una mitjana de més de **30 emissores** per la FM: 12 ràdios d'àmbit nacional, 17 d'estatal i l'emissora local.

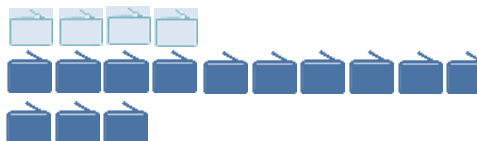
12 emissores d'àmbit nacional

5 públiques
7 privades



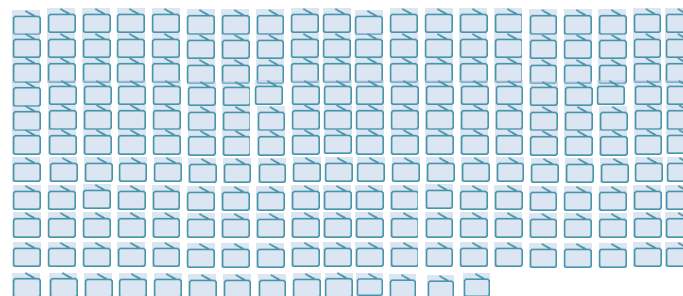
17 emissores d'àmbit estatal

4 públiques
13 privades



228 emissores d'àmbit local

214 públiques



14 privades



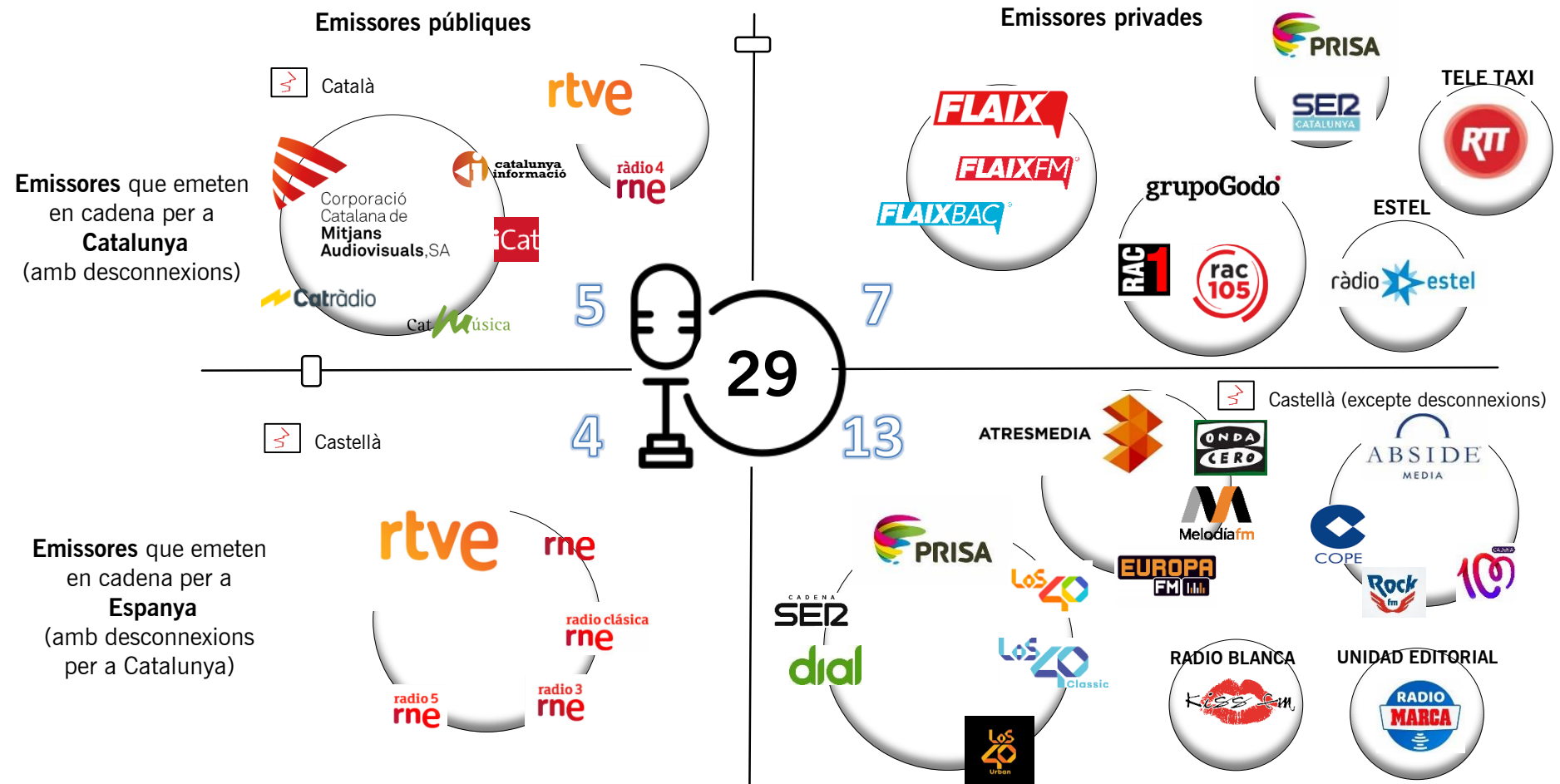
Nota: dins del BIAC s'entén per *emissora de ràdio* el mitjà de comunicació que ofereix un producte radiofònic per mitjà d'una o més freqüències i s'entén per *emissió en cadena* el grup d'estacions de ràdio que emeten un contingut des d'una font centralitzada.

Font: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri per a la Transformació Digital i Funció Pública (FM estatal públiques). Maig del 2024.



Ràdio d'àmbit nacional i estatal

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



Font: CAC, Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública i webs corporatius. Maig del 2024.



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 270 freqüències FM	CCMA – 3Cat  catalunya informació  Cat   CRTVE  Català 		
	7 emissores privades 96 freqüències FM	FLAIX   GODÓ   PRISA  ESTEL  TELE TAXI   Majoritàriament en 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). Maig del 2024.



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	
	65 freqüències FM	   	
	13 emissores privades	       Castellà (excepte desconnexions)	
	61 freqüències FM	           	

Font: CAC (freqüències emissores privades), Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública ([freqüències emissores de CRTVE](#)).
Maig del 2024.



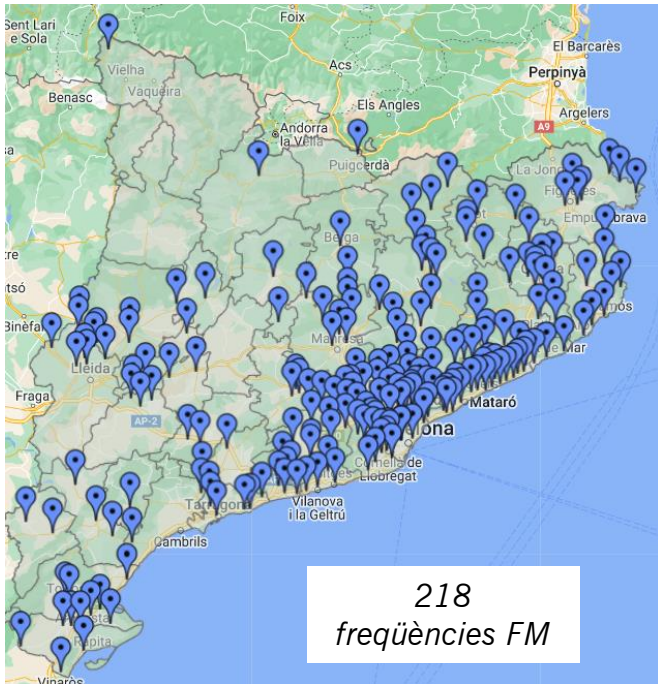
FM d'àmbit local

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



Català

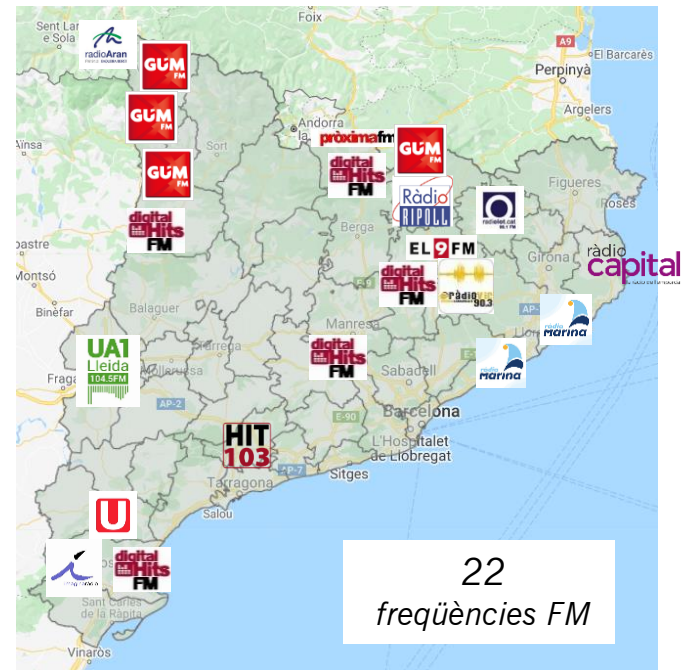
214 emissores públiques



218
freqüències FM



228
ràdios
locals



22
freqüències FM

14 emissores privades

Font: CAC i webs corporatius. Maig del 2024.

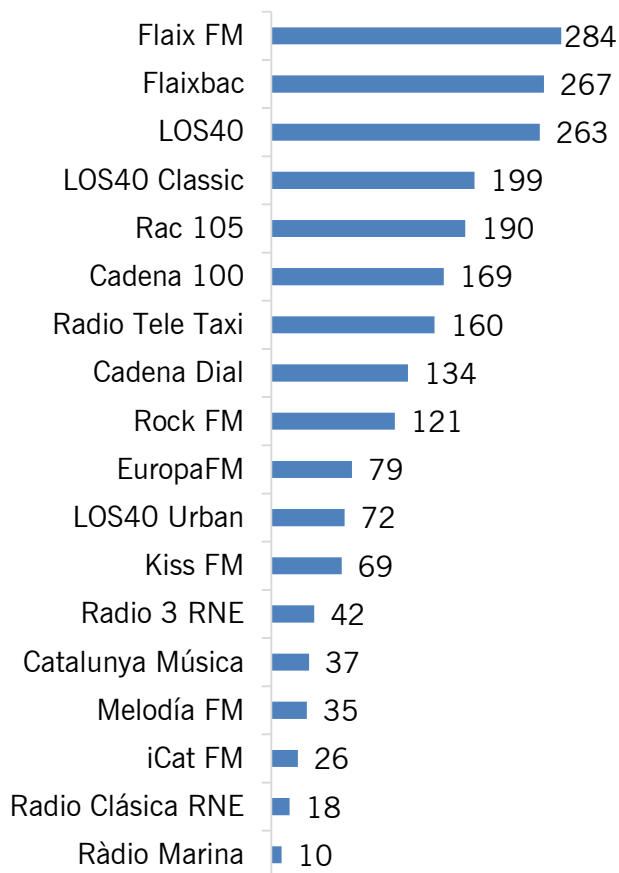


Audiència de ràdio (1)

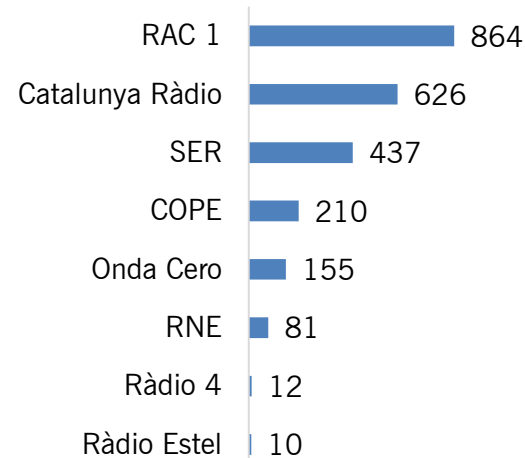
Audiència radiofònica acumulada diària a Catalunya, per tipologia (en milers)

De dilluns a divendres

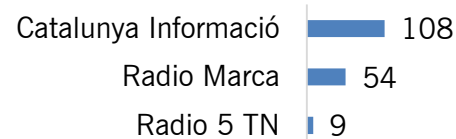
Ràdio musical



Ràdio generalista



Ràdio informativa



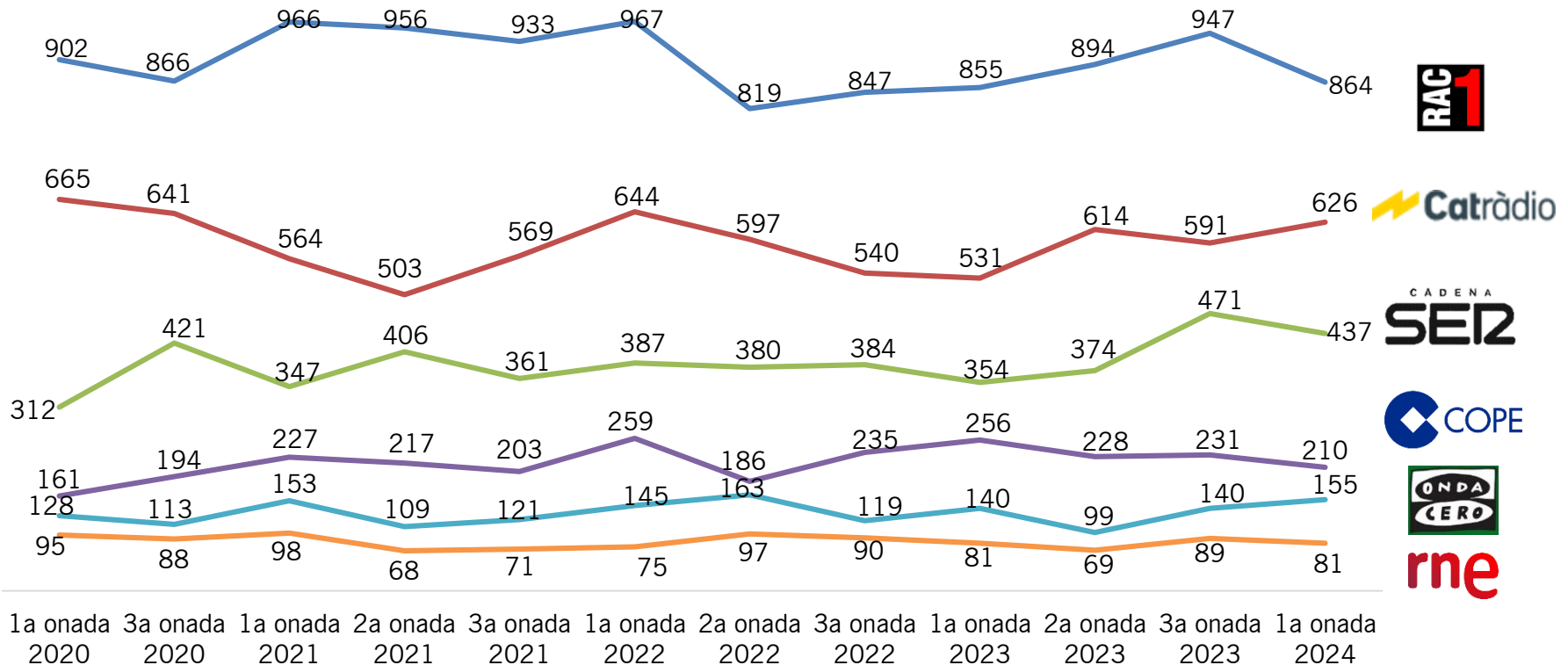
Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2024.



Audiència de ràdio (2)

Rànquing de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 1a onada 2020 - 1a onada 2024 (en milers)

De dilluns a divendres



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2024. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



Audiència de ràdio (3)

Audiència principals cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya per franges horàries. 1a onada 2024 (en milers)

De dilluns a divendres

	Audiència total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	864	701	299	265	191
	626	349	202	189	197
	437	298	113	101	131
	210	142	30	40	93
	155	113	35	29	35
	81	41	17	11	42

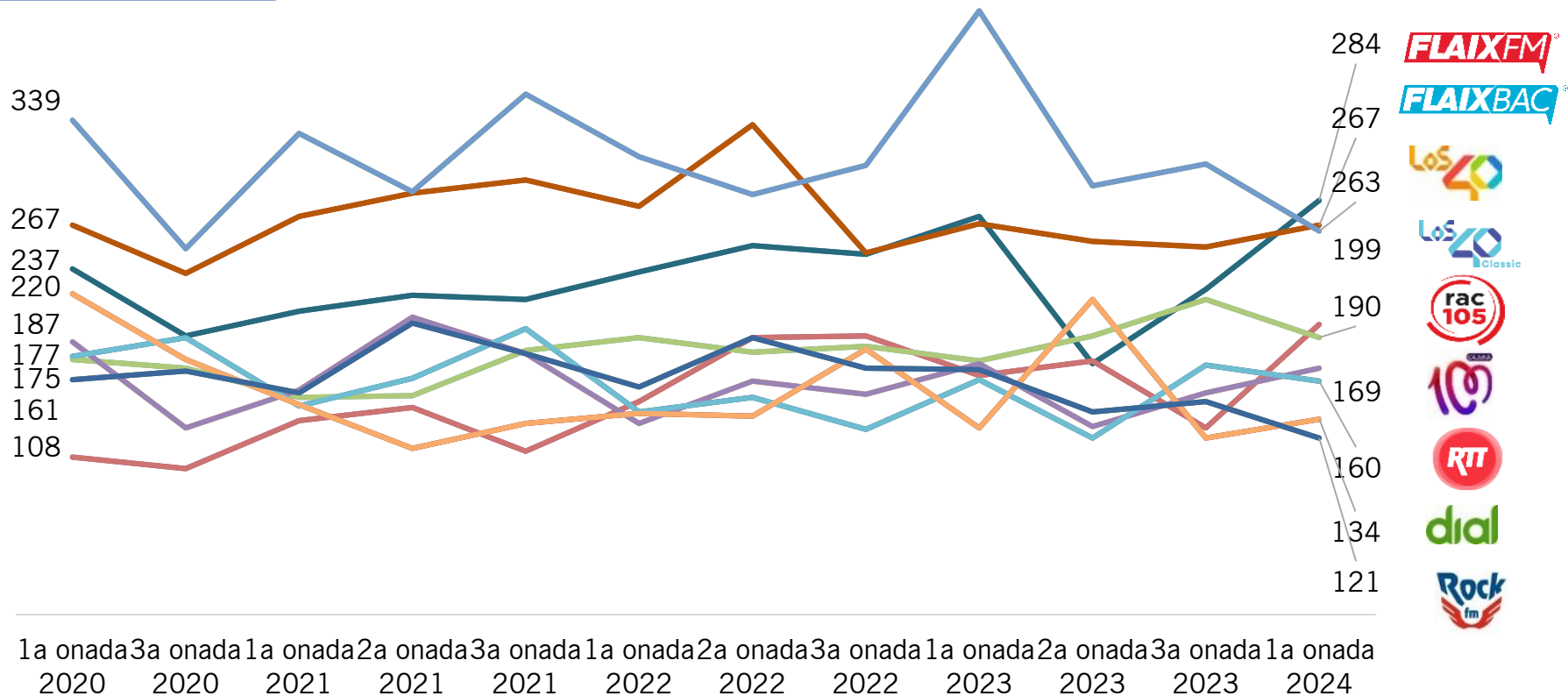
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2024.



Audiència de ràdio (4)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals a Catalunya. Període 1a onada 2020 – 1a onada 2024 (en milers)

De dilluns a divendres



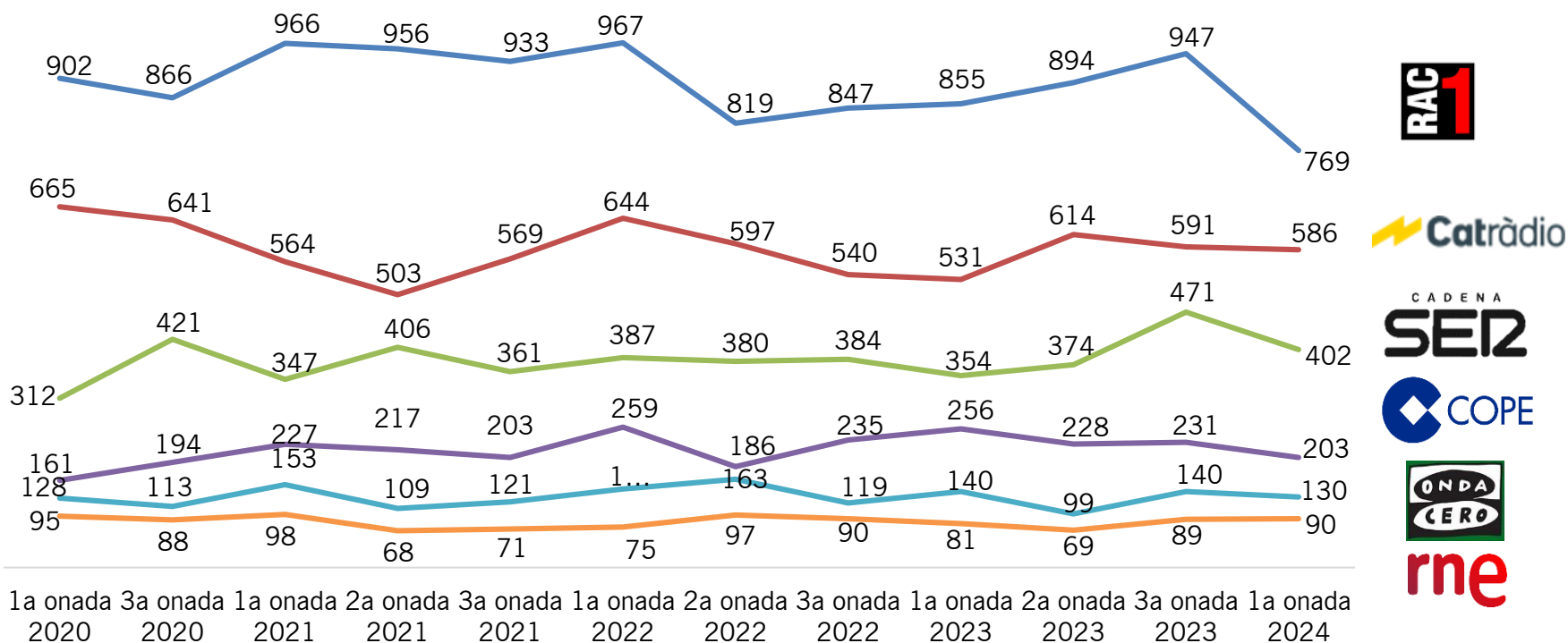
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2024. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



Audiència de ràdio (5)

Rànking de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 1a onada 2020 - 1a onada 2024 (en milers)

De dilluns a diumenge



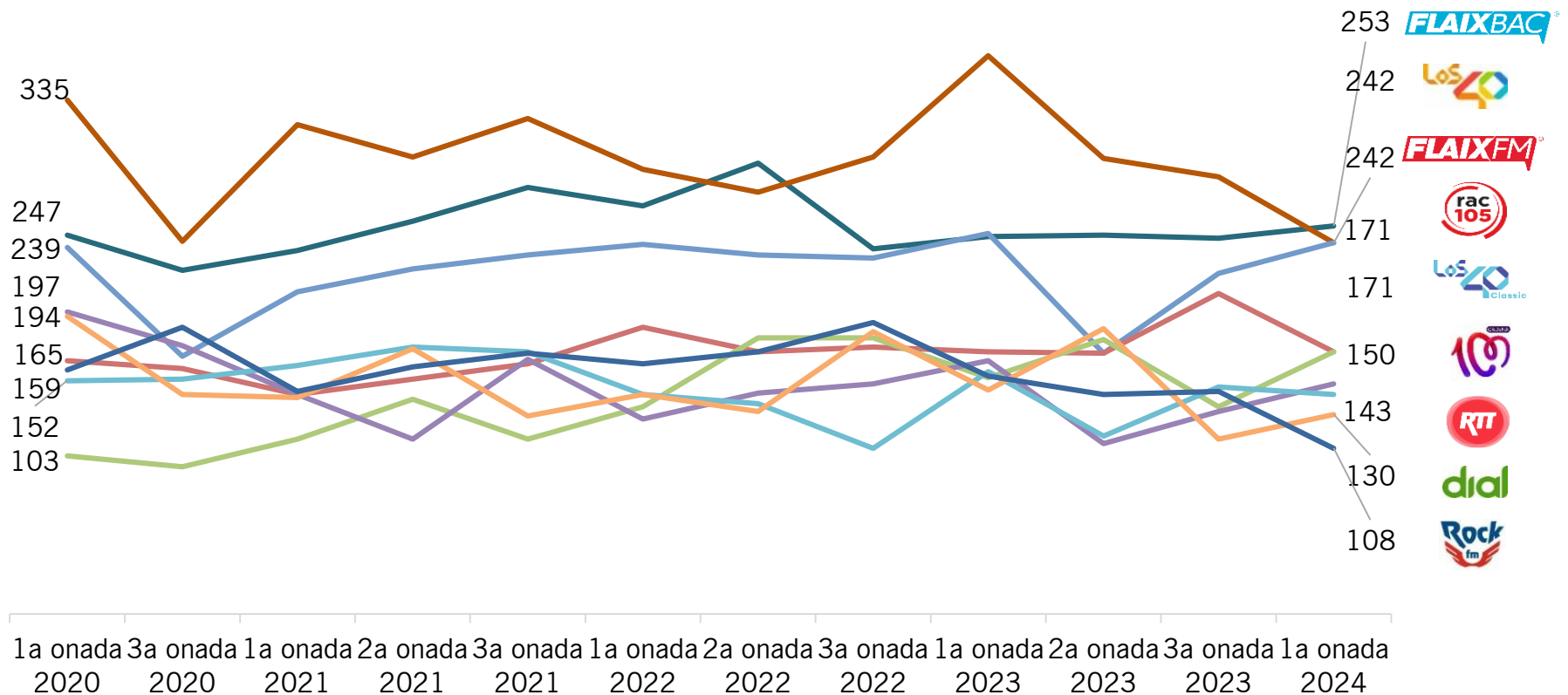
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2024. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



Audiència de ràdio (i 6)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals a Catalunya. Període 1a onada 2020–1a onada 2024 (en milers)

De dilluns a diumenge



Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada del 2024. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

De què parlem quan parlem de *discurs d'odi*?

“El **discurs d'odi** s'ha d'entendre com l'ús d'una o més **formes d'expressió** específiques –per exemple, la defensa, la promoció o la instigació a l'odi, la **humiliació** o el **menyspreu** d'una persona o grup de persones, així com l'**assetjament**, el **descrèdit**, la difusió d'**estereotips negatius**, l'**estigmatització** o l'**amenança** respecte d'aquesta persona o grup de persones, i la justificació d'aquestes manifestacions– **basada en** una llista no exhaustiva de **característiques personals o estats** que inclouen la raça, el color, l'idioma, la religió o les creences, la nacionalitat o l'origen nacional o ètnic, l'ascendència, l'edat, la discapacitat, el sexe, el gènere, la identitat de gènere i l'orientació sexual”.

[Recomanació núm. 15](#) relativa a la lluita contra el discurs d'odi de la Comissió Europea contra el Racisme i la Intolerància (ECRI) del Consell d'Europa.

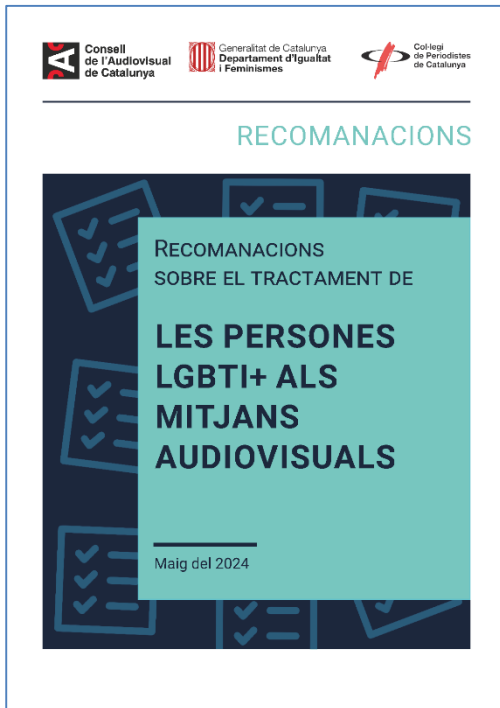
Aquest apunt se centra en els discursos d'odi i l'LGBTI-fòbia als mitjans de comunicació en un context en què hi ha una tendència a l'alça de postures d'extrema dreta i reaccionàries que defensen arguments discriminatoris. Es presenten les últimes recomanacions del CAC sobre el tractament de les persones LGBTI+ i un estudi de la UOC sobre els drets dels col·lectius afectats pels discursos d'odi als mitjans i els mecanismes de queixa de la ciutadania i de les entitats.





L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Recomanacions sobre el tractament de les persones LGBTI+ als mitjans audiovisuals



Les noves recomanacions actualitzen les publicades l'any 2017.

El 14 de maig el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el Departament d'Igualtat i Feminismes de la Generalitat i el Col·legi de Periodistes de Catalunya van presentar l'actualització de les [Recomanacions sobre el tractament de les persones LGBTI+ als mitjans audiovisuals](#).

En un treball impulsat pel Consell Nacional LGBTI, les recomanacions van comptar amb la participació d'entitats LGBTI, del Consell Nacional de Dones de Catalunya, de persones expertes de l'àmbit universitari i de l'Observatori LGBTI+.

Són una guia per a professionals de la comunicació per fomentar bones pràctiques en relació amb la diversitat, la igualtat i la no-discriminació. El seu abast s'amplia a les xarxes socials i a altres plataformes. Amb recomanacions sobre **tractament informatiu**, **llenguatge i recursos audiovisuals**, i **ficció, entreteniment i publicitat**.

Incorpora un quadre d'expressions que cal evitar i **expressions inclusives** i també un **glossari** amb els termes més rellevants sobre la temàtica LGBTI+.



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Recomanacions més destacades

Incorporar la perspectiva i la veu LGBTI



A **qualsevol àmbit de l'actualitat**, de manera habitual. Més enllà de notícies sobre discriminacions, agressions o dies commemoratius.

Plantejar-se si una notícia afecta de manera concreta les persones LGBTI+ i si això pot generar interès informatiu, o si, davant qualsevol peça informativa, es pot donar visibilitat o veu a persones LGBTI+ i a la seva realitat.

Redaccions inclusives i formació activa



La formació en perspectiva LGBTI+ és clau per informar de manera acurada i igualitària i lluitar contra els discursos d'odi. Cal **garantir la formació a professionals** de les empreses mediàtiques i també al **professorat** i a l'**alumnat** de les facultats de comunicació.

Es recomana que es fomenti la incorporació de persones LGBTI+ a les redaccions, ja que poden enriquir els punts de vista i les informacions per construir discursos mediàtics més plurals.

Més interseccionalitat i més visibilitat



Representació diversa i complexa de les persones LGBTI+ a les informacions: més enllà de la seva identitat de gènere, expressió de gènere o orientació sexual i afectiva.

Estem creuats per **molts eixos**: edat, origen, cultura, classe social, orientació política, discapacitat, territori, creences... Aquests factors poden ser causa de discriminacions, desigualtats i més invisibilització.

Personatges LGBTI+ habituals i arguments complexos i multidimensionals



Més personatges LGBTI+ a la ficció, també **protagonistes**. El fet de **ser LGBTI+ no hauria de ser l'única trama** argumental.

Cal una representació interseccional i diversa, també quant a les seves personalitats, interessos, aspiracions i desafiaments.

Representar personatges variats, més enllà d'estereotips, contribueix a una representació més autèntica i respectuosa.



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Recomanacions més destacades

Combatre amb arguments els discursos d'odi

Desactivar aquests discursos amb una **actitud activa i crítica** a les informacions, les tertúlies i els debats, i també a les plataformes de participació en línia i les xarxes socials.



Establir **mecanismes de control i moderació** per detectar i eliminar missatges d'odi i discriminatoris contra les persones LGBTI+.

No fer d'altaveu d'aquests discursos i aportar sempre **dades i context com a contraposició**.

Respectar el nom i els pronoms

Abans de redactar o fer una entrevista, cal **preguntar el nom i els pronoms** amb els quals s'identifica cada persona i **fer-los servir**.

Es recomana identificar si es parla de dones o d'homes trans*, o de persones trans* no binàries, per donar-los visibilitat.

En el cas de **menors d'edat trans***, cal **no posar-los en dubte** quan parlen de la seva identitat.



Informar sobre les agressions i sobre els recursos a l'abast de les persones agredides

Les **agressions**, assetjaments o discriminacions per raó d'orientació sexual, identitat o expressió de gènere **no són casos aïllats, sinó violències estructurals** contra les persones LGBTI+.

Cal fer-ne el **seguiment** i informar de les conseqüències.



S'ha de respectar la dignitat i l'**anonimat** de les persones afectades, així com la decisió de difondre o salvaguardar la identitat.

No s'ha d'invalidar el relat de les víctimes ni donar detalls sobre com s'ha produït l'agressió o l'assetjament, per evitar possibles mimetismes o caure en la morbositat.

Es recomana **incloure informacions de servei** sobre com realitzar una denúncia (com a víctima o com a testimoni), sobre els recursos existents per fer-hi front, així com sobre els telèfons d'atenció i d'informació.



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

La ciutadania davant els discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Davant continguts d'odi i discriminatoris contra les persones LGBTI als mitjans, la ciutadania i les entitats civils **poden exercir el seu dret de queixa**.



Una [recerca](#) de la UOC ha analitzat 10 anys de queixes adreçades al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i a la Fundació Consell de la Informació de Catalunya (CIC), i la normativa sobre discurs d'odi a Catalunya, Espanya, Europa i internacional.

Conclusions principals de l'estudi:

- **Incidència baixa:** nombre molt baix de queixes sobre racisme i LGBTI-fòbia rebudes en 10 anys. **10 queixes al CAC i 15 queixes al CIC**, i cap imposició de sanció en el període estudiat.
- No hi ha un únic ens regulador amb capacitat sancionadora per a tots els mitjans: audiovisuals, impresos i en línia.
- **Escepticisme i manca de confiança:** les entitats no confien en els mecanismes ni en el fet que hi hagi una resolució positiva. De les 10 entitats enquestades, només 3 han adreçat queixes al CAC. Prefereixen altres vies, com ara queixar-se directament al mitjà o fer-ne difusió a les xarxes.
- La recerca posa sobre la taula el **debat sobre les resolucions jurídiques**, en detectar divergències entre les normatives utilitzades a Catalunya, a Espanya i en els àmbits europeu i internacional.

Font: Clua, A.(IP), Granados, J., Canet. V. (2024). [We2.0. Els drets dels col·lectius i persones afectades per discursos d'odi racistes i LGBTi-fòbics a través dels mitjans de comunicació. Diagnosi del funcionament dels mecanismes de queixa del CAC i del CIC.](#)

Grup de recerca SOTRAC de la Universitat Oberta de Catalunya. Període d'estudi de les queixes: 2014-primer trimestre del 2024.



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Marc jurídic analitzat

Catalunya

- [Llei 11/2014](#), per a garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals, i per a erradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia. Articles 34 i 35.
- [Llei 19/2020](#), d'igualtat de tracte i no discriminació. Articles 4 i 43.

Espanya

- Codi penal. [Article 510](#) (i [pautes interpretatives](#))

Internacional/Europa

- Activitat normativa de l'Organització de les Nacions Unides (ONU), del Consell d'Europa i de la Unió Europea
- Resolucions del Tribunal Europeu de Drets Humans (TEDH)

La recerca conclou que les interpretacions jurídiques estatals tenen una lògica preeminentment conservadora. Detecta **desajustos** en tres aspectes:

- **Conductes definides com a discurs d'odi**: La normativitat europea i internacional és més extensa i va més enllà que la que estableix la regulació espanyola. Les lleis catalanes tenen una concepció del discurs d'odi en línia amb la normativa internacional, si bé la seva capacitat sancionadora es limita a infraccions administratives.
- **Grups socials afectats**: la prohibició dels discursos d'odi a Espanya no sempre s'ha circumscrit als grups històricament vulnerats, segons la recerca.
- **Col·lisió entre el dret a la igualtat i el dret a la llibertat d'expressió**: la justícia europea (TEDH) limita el dret d'expressió quan es vincula a altres drets, com ara la igualtat i la convivència social. El Tribunal Constitucional (TC) espanyol defensa un model de protecció de la democràcia "no militant", en què la llibertat d'opinió i expressió pot legitimar discursos que ataquin el sistema democràtic mateix.

Font: Clua, A.(IP), Granados, J., Canet. V. (2024). [We2.0. Els drets dels col·lectius i persones afectades per discursos d'odi racistes i LGBTi-fòbics a través dels mitjans de comunicació. Diagnosi del funcionament dels mecanismes de queixa del CAC i del CIC.](#)



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Comparativa de l'abordatge normatiu de la discriminació i els discursos d'odi. Àmbit internacional/europeu vs. català/espanyol

Internacional/Europa	Catalunya/Espanya
Existeixen lleis antidiscriminatòries que regulen el discurs d'odi.	Existeixen lleis antidiscriminatòries que regulen el discurs d'odi.
Les lleis antidiscriminatòries identifiquen com a discurs d'odi una tipologia extensa de conductes discriminatòries.	Les lleis antidiscriminatòries identifiquen com a discurs d'odi un nombre reduït de conductes discriminatòries.
Les lleis antidiscriminatòries presenten un grau d'efectivitat alt.	Les lleis antidiscriminatòries presenten un grau d'efectivitat baix.
La normativitat sobre discurs d'odi s'adreça a la protecció dels grups socials que històricament han estat objecte de diverses formes d'opressió.	La normativitat sobre discurs d'odi s'adreça a la protecció dels grups socials que històricament han estat objecte de diverses formes d'opressió, però en moltes sentències judicials s'adreça a la defensa de grups o individus no discriminats.
La interpretació i l'aplicació de la normativa és coherent amb la seva historicitat: l'hermenèutica utilitzada no s'allunya dels orígens de la prohibició del discurs d'odi.	Existeix una interpretació de les lleis antidiscriminatòries per part dels tribunals que les desconnecta de les seves finalitats polítiques originals de combat contra la discriminació.
La inserció del discurs d'odi als ordenaments jurídics respon a les demandes polítiques dels diferents moviments socials emancipatoris que s'han articulats al llarg de la història (l'antiracista, l'antimasclista i l'antiLGBTI-fòbic). L'aplicació judicial del discurs d'odi en el context europeu determina que la doctrina del discurs d'odi no s'ha d'utilitzar per censurar la crítica política i/o institucional.	La inserció del discurs d'odi als ordenaments jurídics respon a les demandes polítiques dels diferents moviments socials emancipatoris que s'han articulats al llarg de la història, però l'aplicació judicial del discurs d'odi permet censurar expressions de crítica política i institucional (per exemple, els pronunciaments del moviment feminista o el discurs antimonàrquic).
En el debat jurídic sobre la col·lisió entre el dret a la llibertat d'expressió i el dret a la no-discriminació, la interpretació és garantista amb el dret a la igualtat.	En el debat jurídic sobre la col·lisió entre el dret a la llibertat d'expressió i el dret a la no-discriminació, la interpretació és poc garantista amb el dret a la igualtat i tendeix a primar la defensa del dret a la llibertat d'expressió.

Font: Clua, A.(IP), Granados, J., Canet. V. (2024). [*We2.0. Els drets dels col·lectius i persones afectades per discursos d'odi racistes i LGBTI-fòbics a través dels mitjans de comunicació. Diagnosi del funcionament dels mecanismes de queixa del CAC i del CIC.*](#)



L'apunt. Discursos d'odi i LGBTI-fòbia

Propostes i consideracions adreçades als organismes reguladors

Impulsar accions per millorar el coneixement de la ciutadania dels seus drets i deures i el desenvolupament d'una cultura democràtica

Engegar accions internes per millorar la confiança de la ciutadania en els mecanismes per queixar-se

Interpretar la normativitat per garantir la protecció dels grups socials discriminats històricament

Altres propostes

Que les entitats del tercer sector incorporin als seus objectius immediats el coneixement i l'ús competent de la normativitat antidiscriminatòria que aborda els discursos d'odi

Recuperar el debat social sobre la regulació del dret a la informació i la comunicació i revisar l'àmbit competencial dels òrgans reguladors independents

Font: Clua, A.(IP), Granados, J., Canet. V. (2024). [*We2.0. Els drets dels col·lectius i persones afectades per discursos d'odi racistes i LGBTi-fòbics a través dels mitjans de comunicació. Diagnosi del funcionament dels mecanismes de queixa del CAC i del CIC.*](#)



Flaixos (1)



La UE obliga TikTok a retirar la seva versió Lite per risc d'addicció

El 8 d'abril, TikTok va llançar a Espanya i França la nova aplicació Lite, que inclou la possibilitat de recompensar econòmicament les persones usuàries per veure vídeos. La Comissió Europea [va qualificar](#) l'aplicació de potencialment tòxica i addictiva, i va obrir un expedient sancionador a TikTok per no haver presentat un informe preceptiu d'avaluació de riscos per a la salut mental, tal com requereix la nova Llei de serveis digitals. Davant aquests fets, la companyia xinesa ByteDance, propietària de TikTok, [va anunciar](#) el 24 d'abril que retirava l'app del mercat de manera temporal.



L'ONU presenta una xarxa global de dones en l'audiovisual

El 18 de març es va presentar a la seu de Nacions Unides, a Nova York, la primera xarxa global de dones en l'audiovisual, en el marc de la 68a sessió de la Comissió de la Condició Jurídica i Social de la Dona ([CSW68](#)). La iniciativa està liderada per Espanya, a través de l'Associació de dones cineastes i de mitjans audiovisuals ([CIMA](#)), i compta amb més de 30 entitats internacionals adherides. La xarxa vol esdevenir una plataforma col·laborativa que potenciï la presència de les dones al sector audiovisual, la igualtat i el finançament de projectes amb perspectiva de gènere.



El Govern de l'Estat regula l'activitat dels *influencers*

El Consell de Ministres va aprovar el 30 d'abril el [Reial Decret 444/2024](#), que estableix per primer cop els requisits per regular els i les *influencers*, per tal que compleixin amb la Llei general de comunicació audiovisual del 2022. Defineix els *usuaris d'especial rellevància* en funció de criteris econòmics (més de 300 mil euros l'any d'ingressos), d'audiència (més d'1 milió de seguidors) i d'activitat (més de 24 vídeos l'any). El 2023, el Ministeri de Drets Socials, Consum i Agenda 2030 [va detectar](#) que el 77% dels vídeos d'*influencers* analitzats incomplien l'obligació d'identificar la publicitat.



RNE inicia les emissions en DAB+

El 13 de febrer, coincidint amb el Dia Mundial de la Ràdio i amb l'any del centenari de la ràdio a Espanya, [Radio Nacional de España](#) va iniciar les emissions de ràdio digital en l'estàndard DAB+, de la mà de Cellnex Telecom. Inicialment, les emissions en DAB+ de RNE, Radio 5 i Radio 3 es poden escoltar a Barcelona, Madrid, València, Sevilla, Múrcia i Bilbao. La intenció dels impulsors del DAB+ és ampliar-ne la cobertura de manera progressiva i que aquest estàndard de ràdio digital acabi substituint l'FM a llarg termini, com la TDT va substituir la televisió analògica.



Flaixos (i 2)



El Govern aprova el contracte programa de la CCMA

El 20 de febrer, el Govern de la Generalitat va aprovar el [contracte programa 2024-2027](#) de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, el qual preveu una inversió pública de 1.347 milions d'euros durant el període. Feia 14 anys que la CCMA no disposava d'aquest document programàtic. El contracte es fonamenta en tres eixos: l'estabilitat econòmica dels mitjans públics; la divulgació i l'enfortiment de la llengua i la cultura catalanes, i, a l'últim, l'impuls de la transformació digital, que la CCMA ja va iniciar amb la posada en marxa de la plataforma OTT [3Cat](#).



El CAC constata que TV3 va complir amb les obligacions d'emissió d'obra europea el 2023

El mes de maig, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va constatar que Televisió de Catalunya va complir el 2023 amb les quotes de difusió d'obra europea que estableix la Llei general de comunicació audiovisual, tant a TV3, SX3/33 i Esport3 per separat, com en conjunt. L'[informe del CAC](#) indica que els canals de TVC van dedicar el 86% del temps d'emissió a obres europees (la llei obliga a un mínim del 51%) i, d'aquest temps, el 68% es va destinar a produccions en llengües oficials de l'Estat (mínim del 50% segons la llei).



3Cat estrena la plataforma educativa SuperCampus

El 2 de maig, la CCMA va estrenar la primera plataforma digital de continguts audiovisuals educatius en català, [SuperCampus](#). El projecte compta amb el suport del Departament d'Educació i amb l'aval i la supervisió d'un equip de docents, i pretén ser una eina d'aprenentatge de referència per a la comunitat educativa catalana. Inicialment, disposa d'un centenar de vídeos de format curt. SuperCampus és accessible tant des de l'entorn del [SX3.cat](#) com des de la plataforma [3Cat](#).



El Barça posa en marxa la seva nova plataforma OTT

El 4 d'abril, el Futbol Club Barcelona va llançar una nova plataforma digital audiovisual d'*streaming* amb continguts del club blaugrana, [Barça One](#). Aquest servei substitueix Barça+ –estrenada el 2020–, és accessible a tothom de manera gratuïta amb publicitat, o bé amb una subscripció *premium* sense anuncis. Disposa de produccions originals i retransmissions en directe, així com de continguts d'arxiu produïts per Barça TV, canal que va deixar d'emetre el 30 de juny de 2023 després de 24 anys en antena.



Fonts principals i citació bibliogràfica

Fonts principals:

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

EGM: 1a onada del 2024. Dades per a Catalunya.

Barlovento Comunicación: informes públics mensuals.

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

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 27.

Barcelona: CAC, maig del 2024. <www.cac.cat>