



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

**El apunte.
Desinformación, IA
y educación mediática**

BIAC núm. 29
Enero de 2025



	Penetración del audiovisual en Cataluña	3		Radio	
	¿Cómo nos informamos de la actualidad?	4		Oferta de emisoras de radio en Cataluña	16
	Consumo de contenidos audiovisuales por tipología	6		Radio de ámbito nacional y estatal	17
	TDT			FM de ámbito nacional	18
	Oferta de TDT en Cataluña	7		FM de ámbito estatal	19
	TDT de ámbito nacional	8		FM de ámbito local	20
	TDT de ámbito estatal	9		Audiencia de radio	21
	TDT de ámbito local	10		Consumo de radio por internet en Cataluña	27
	Audiencia de TDT	13		El apunte. Desinformación, IA y educación mediática	29
	Audiovisual en línea			Flashes	35
	Suscripciones a servicios audiovisuales de VoD	15			

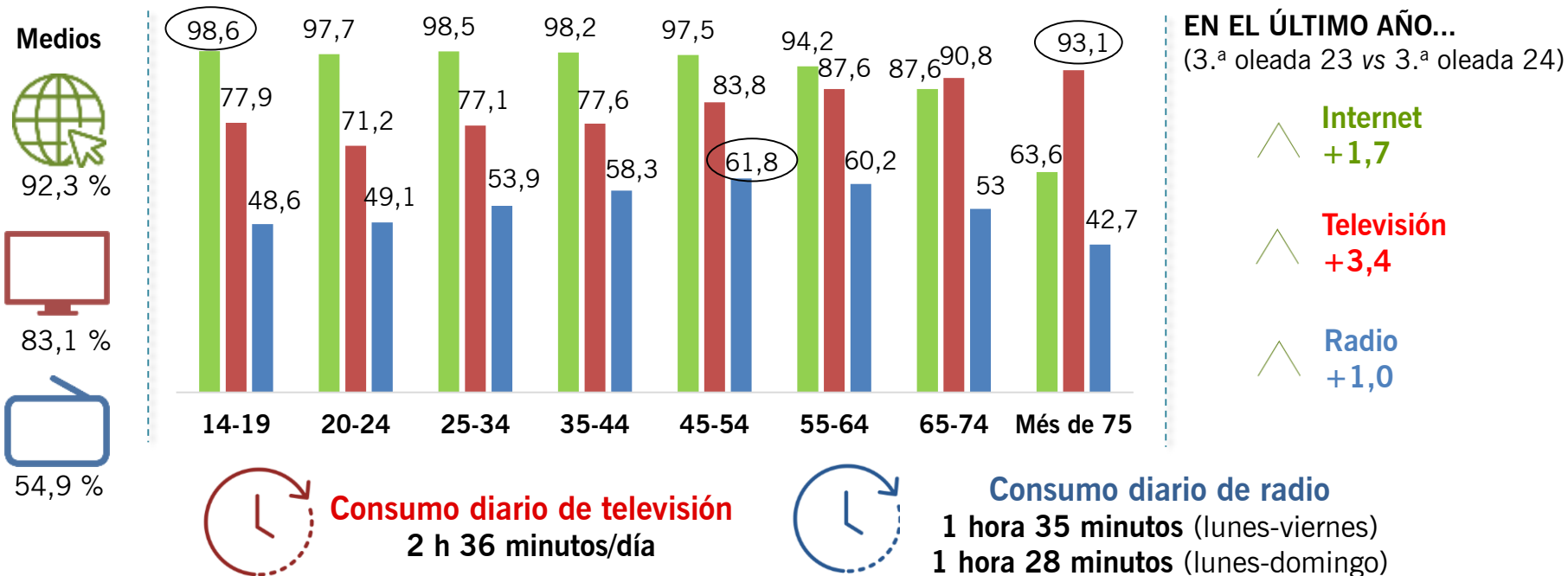


Penetración del audiovisual en Cataluña

Internet es el medio con más penetración en Cataluña (92,3%) entre todas las franjas de edad, salvo a partir de los 65 años, donde lo es la televisión. La media de edad de la audiencia radiofónica se consolida en la franja de los 45 a los 64 años.

Pese a que en un año la penetración de la televisión ha subido 3,4 puntos, el consumo televisivo sigue la tendencia a la baja y en 2024 cae 7 minutos.

Penetración del audiovisual por edad. Cataluña. 3.ª oleada 2024 (en %)



Nota: Los datos sobre internet hacen referencia a la conexión. Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior).
Fuentes: EGM – Datos Cataluña. 3.ª oleada 2024 (radio) y Barlovento Comunicación (consumo televisivo año 2024).

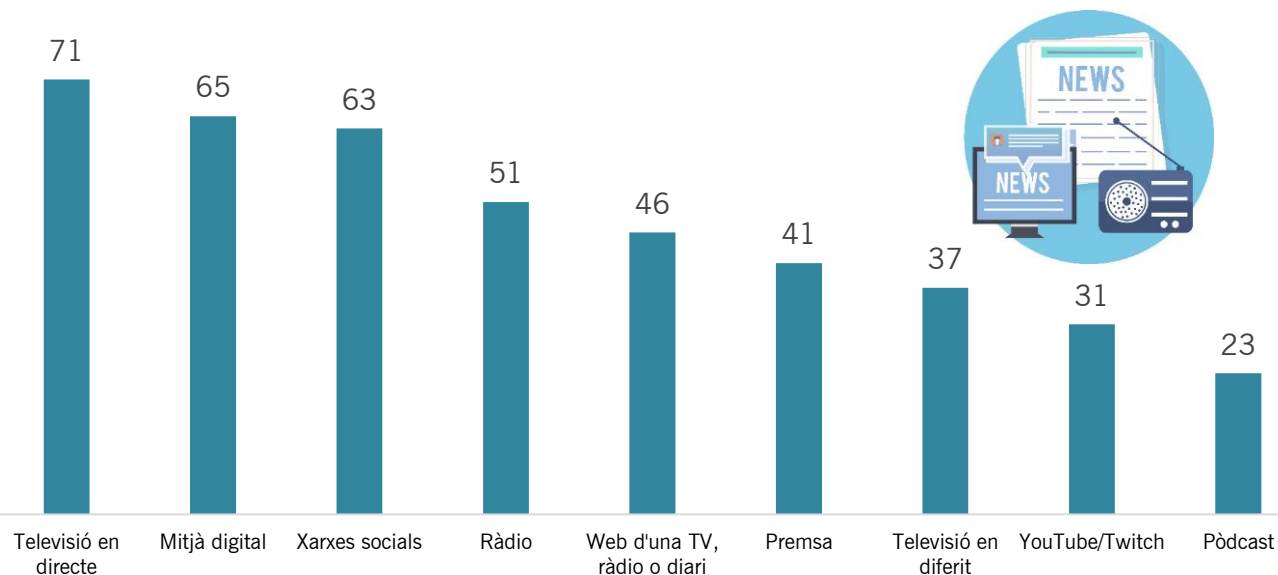


¿Cómo nos informamos de la actualidad? (1)

La **televisión en directo** es el **principal medio** escogido por la ciudadanía catalana para **informarse de la actualidad** (supera el 70%), seguida de los **medios digitales** y las **redes sociales** (con porcentajes superiores al 60%).

Por edades, las franjas de entre 16 y 34 años se informan mayoritariamente a través de las **redes sociales** (Instagram y WhatsApp son las más citadas), mientras que las franjas de mayores de 50 años optan por la **televisión en directo**.

En un día cualquiera, ¿qué medios utiliza parar informarse de la actualidad? (en %)



En **Europa**, la **televisión** sigue siendo la principal vía de acceso a las noticias (71%).

Aun así, respecto al año anterior, los medios tradicionales (televisión y radio) decrecen, mientras que la suma de **redes sociales** y aplicaciones de mensajería registra un aumento de dieciséis puntos y se sitúa en segunda posición (52%), por delante de los medios digitales (42%) y la radio (37%). En algunos países europeos, las redes sociales ya ocupan la primera posición.

Fuente: Datos de Cataluña: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2024-2](#). Octubre de 2024. Datos de Europa: [Eurobarometer Media & News Survey 2023](#). Òmnibus incluye las aplicaciones de mensajería dentro del concepto “redes sociales”; el Eurobarómetro no.



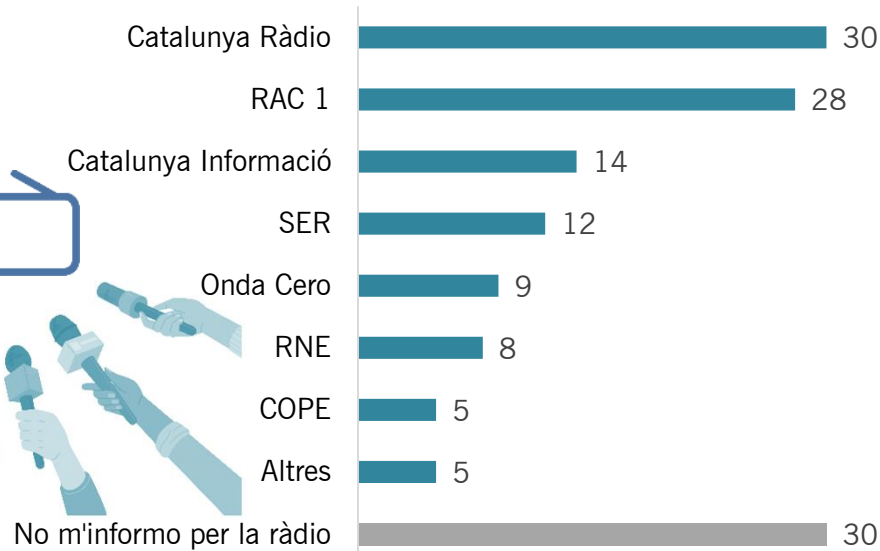
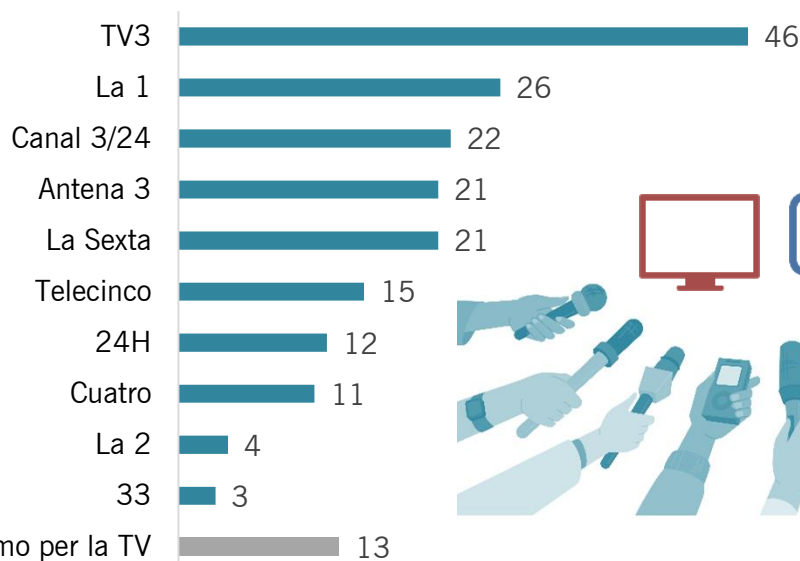
¿Cómo nos informamos de la actualidad? (y 2)

TV3 es el canal de televisión más visto por la ciudadanía de Cataluña para informarse. Le siguen, a distancia, La 1 y el canal 3/24.

Catalunya Ràdio supera por poco a RAC1 como la emisora más escuchada para informarse. Ambas destacan muy por encima de la tercera, Catalunya Informació. El **30%** de las personas encuestadas **no se informan a través de la radio**.

¿Qué canal o canales de televisión mira más habitualmente para informarse de la actualidad? (en %)

¿Qué emisora o emisoras de radio escucha más habitualmente para informarse de la actualidad? (en %)



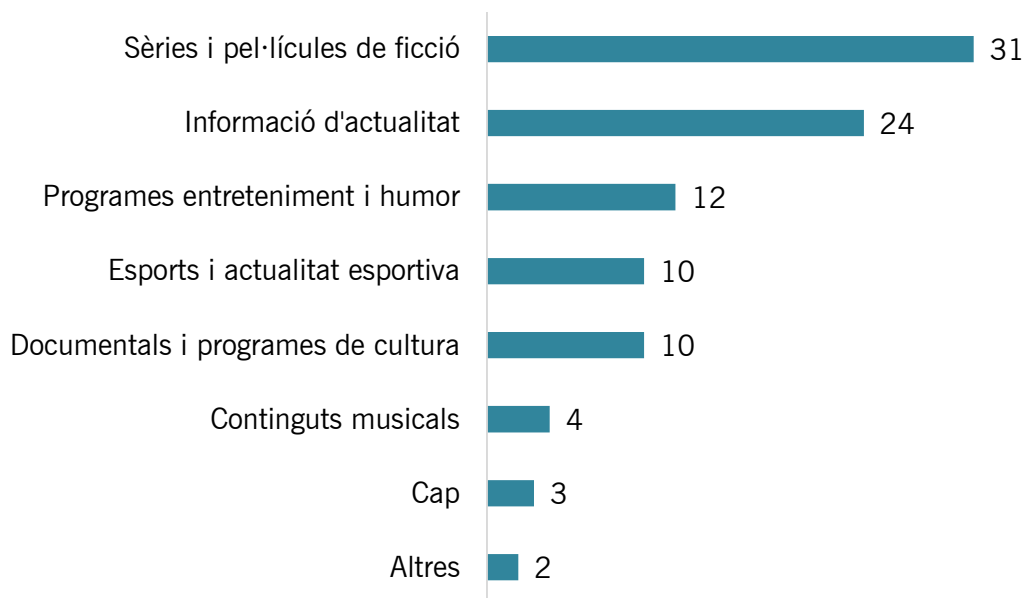
Fuente: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2024-2](#). Octubre de 2024.



Consumo de contenidos audiovisuales por tipología

Las **series** y **películas** son el **contenido audiovisual más visto** por televisión o por internet por el conjunto de la ciudadanía catalana (un 31%). En segundo lugar, se encuentra la información de actualidad (un 24%) –este porcentaje es más elevado en las personas de más edad–. En las franjas más jóvenes destaca el entretenimiento y, especialmente entre los hombres, los deportes.

¿Qué tipo de contenido audiovisual mira con más frecuencia, ya sea a través de la televisión o de internet?(en %)



En el mundo, **4 de cada 10 personas evita, a veces o a menudo, la información de actualidad** (39%), una tendencia que ha crecido 10 puntos respecto al año 2017.

El porcentaje en España es del 37%. Además, un **44% de la población española dice sentirse sobrepasada o exhausta por la cantidad de noticias**. Es el país donde más aumenta este sentimiento en los últimos 5 años (+18%). Las mujeres y los jóvenes son más propensos.

Fuente: Datos de Cataluña: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2024-2](#). Octubre de 2024.

Datos del mundo y de España: Reuters Institute de la Universitat d'Oxford. [Digital News Report 2024](#).



Oferta de TDT en Cataluña



Canal TV



TV privada



TV pública



El hogar catalán recibe una media de **31 canales de televisión en abierto**: 4 de ámbito nacional, 26 estatal y los canales de ámbito local.

76 canales lineales de televisión tradicional en abierto

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

4 canales de ámbito nacional



4 públicos



26 canales de ámbito estatal



5 públicos



21 privados



46 canales de ámbito local



11 públicos



35 privados



Nota: En el BIAC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada MUX.
Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública (canales TDT estatal). Enero de 2025.



TDT de ámbito nacional

TV pública TV privada Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

Catalán

4 canales	4 canales públicos	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals - 3Cat 
-----------	--------------------	--

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2025.



TDT de ámbito estatal

■ TV pública ■ TV privada  Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

 Castellano

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

Nota: El prestador CRTVE emite contenidos en catalán para Cataluña a través de los canales La 1, La 2 y Canal 24 Horas. Disney Channel finaliza sus emisiones el 7 de enero de 2025 y la sustituye Squirrel TV.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Enero de 2025.



TDT de ámbito local (1)

■ TV pública ■ TV privada  Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

 Catalán

46 canales	11 canales públicos	          					
	35 canales privados	Grup 4 (3)  Ebre (2)   Segre (4)   Corisa Media Grup (2)   Taelus (4)   CB Global Media (1)  ETV (4)  Prosa (1)  Cadena Pirenaica RTV (2)   Doble Columna (1)  Mola (1)  TV laSelva  					
		       					

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2025.



TDT de ámbito local (2)

11 televisiones públicas distribuidas en 7 demarcaciones de TDT

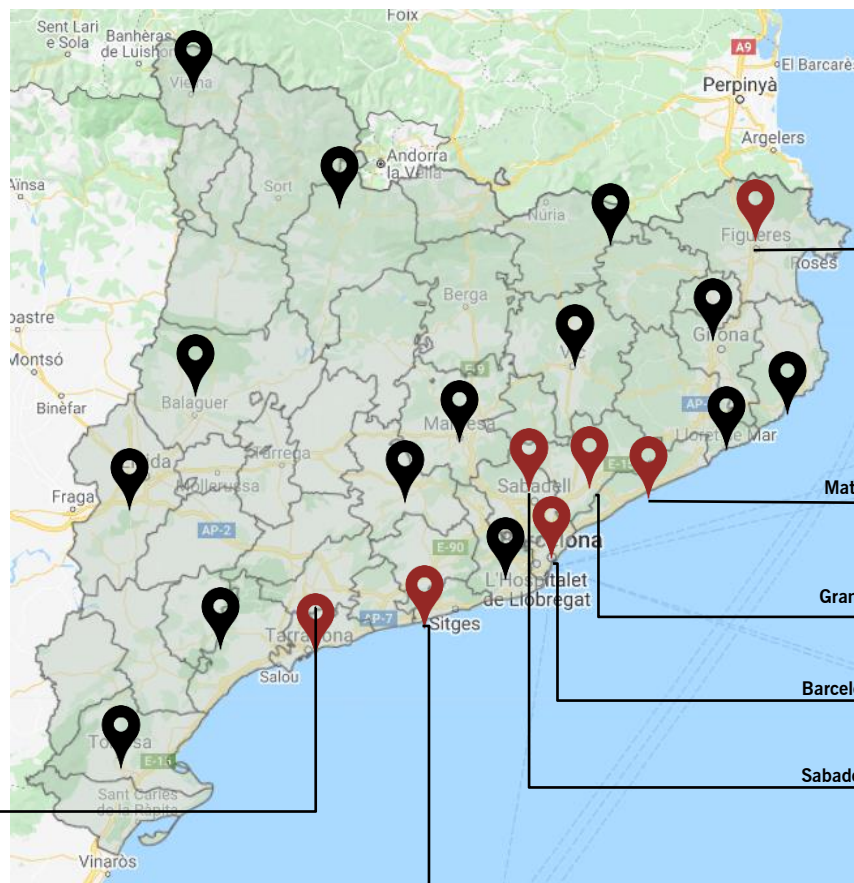


Demarcaciones de TDT sin televisión pública.



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

Demarcación



Figueres

tvmataró

Mataró

Granollers



Barcelona

betevé



Sabadell



Tarragona

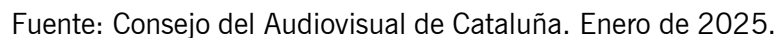


Vilanova i la Geltrú

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2025.



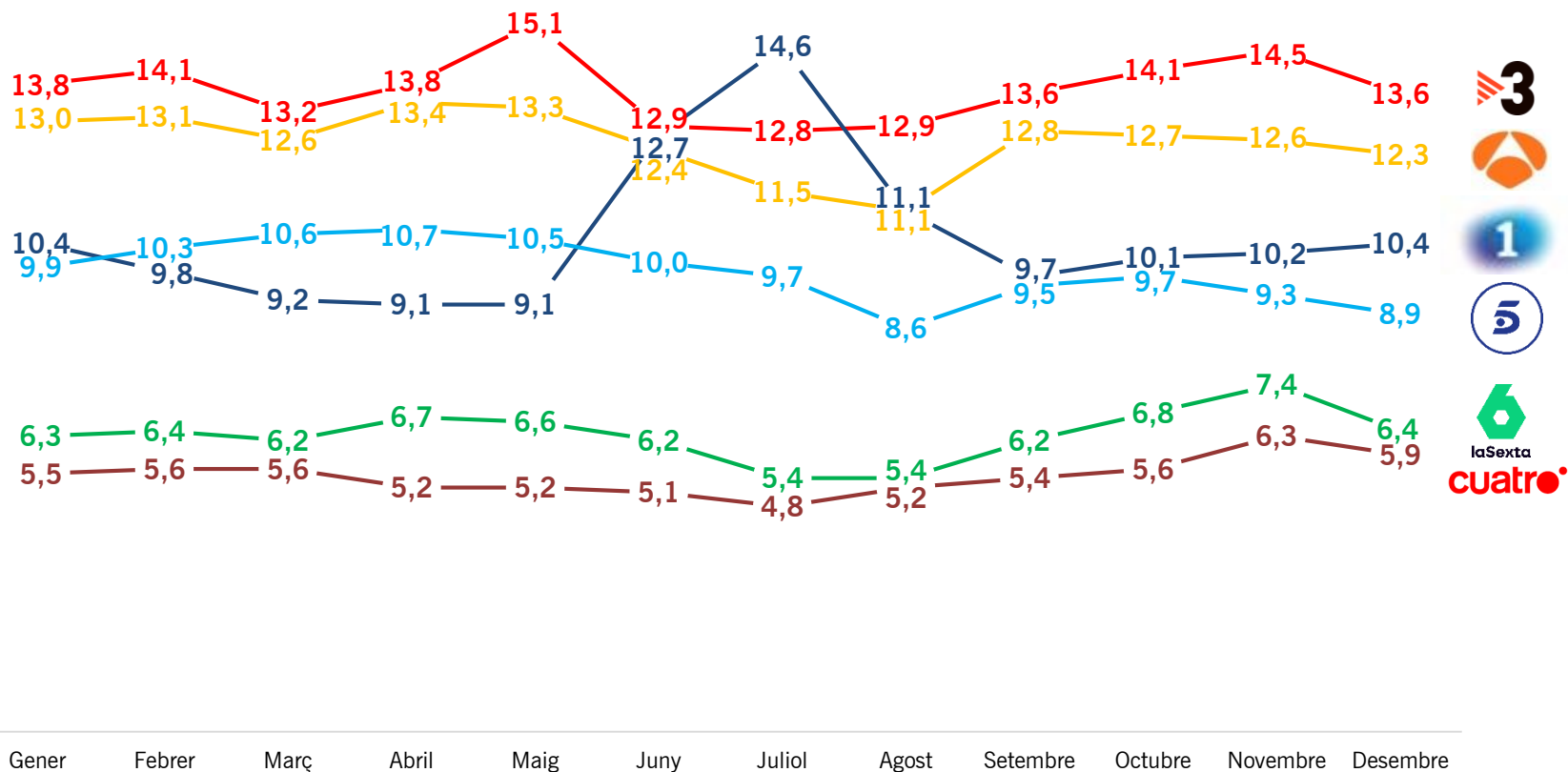
 Demarcaciones de TDT con 1 televisión privada o más.





Audiencia de TDT (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales en España. Periodo año 2024 (en %)



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



Audiencia de TDT (y 2)

Evolución mensual de la cuota televisiva en España. Enero-diciembre 2024 (en % y en orden descendente según media anual)

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

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



Suscripciones a servicios audiovisuales de VoD

Suscripciones a los principales servicios de VoD de pago en Cataluña. Periodo octubre-noviembre 2024

SERVICIOS VoD	HOGARES		PERSONAS ABONADAS		Variación abonados vs. 2.º oleada 2024
	Total	%	Total	%	
NETFLIX	1.656.336	52,8%	3.894.805	56,9%	-1,5%
prime video	1.389.691	44,3%	3.196.615	46,7%	0,0%
Disney+	746.606	23,8%	1.731.785	25,3%	+4,1%
max	636.811	20,3%	1.457.985	21,3%	-9,3%
m+ movistar	674.455	21,5%	1.430.605	20,9%	-4,6%
DAZN	257.234	8,2%	643.430	9,4%	+9,3%
Orange TV	150.576	4,8%	376.475	5,5%	+14,6%
O	138.028	4,4%	321.715	4,7%	+27,9%
FILMIN	153.713	4,9%	287.490	4,2%	+10,5%
Rakuten TV	122.343	3,9%	280.645	4,1%	+7,9%
Otros proveedores	850.127	27,1%	1.868.685	27,3%	+15,1%

Netflix se mantiene líder del ránking, con casi 4 millones de personas abonadas, por delante **Amazon Prime Video**, con tres millones de suscriptores. **Disney+** sigue creciendo y se consolida en la tercera posición.

Aun así, se observa estancamiento o tendencia a la baja en casi todas las plataformas de más de un millón de abonados. Además de Netflix, **Max** y **Movistar+** registran bajas.

Al mismo tiempo, todas las plataformas minoritarias crecen. **DAZN**, **Orange** y **Vodafone** ganan en torno a 50.000 suscripciones cada una.

En este sector cada vez más fragmentado, la aparición de nuevas plataformas y servicios hace crecer el apartado “otros proveedores”.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada de 2024. Base: 3.137.000 hogares y 6.845.000 personas. “Otros proveedores” incluye a Jazztel TV.



Oferta de emisoras de radio en Cataluña

Radio pública
Radio privada

257 emisoras de radio en FM

223 públicas 34 privadas

* Estas emisoras emiten por más de 700 frecuencias.



El hogar catalán recibe una media de más de **30 emisoras** por la FM: 12 radios de ámbito nacional, 17 estatal y la emisora local.

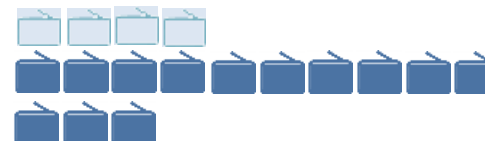
12 emisoras de ámbito nacional

5 públicas
7 privadas



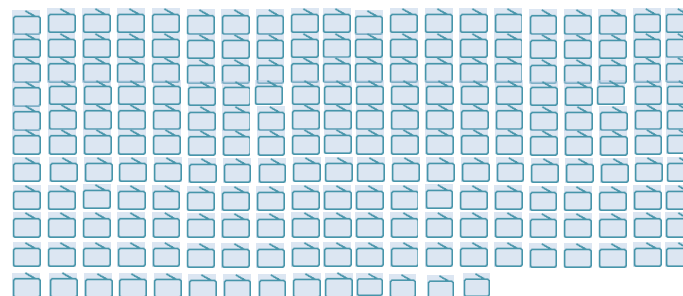
17 emisoras de ámbito estatal

4 públicas
13 privadas



228 emisoras de ámbito local

214 públicas



14 privadas



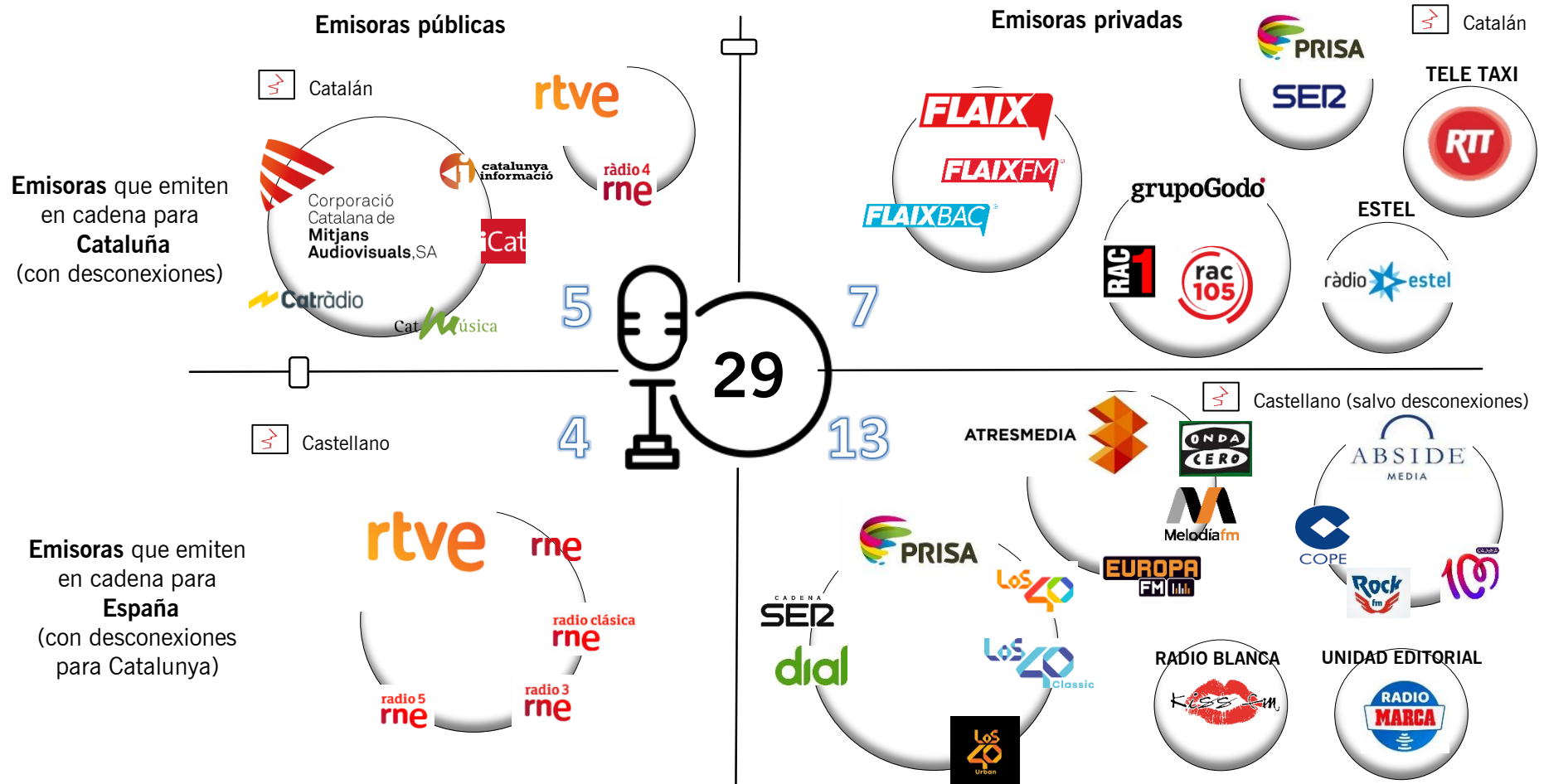
Nota: En el BIAC se entiende por *emisora de radio* el medio de comunicación que ofrece un producto radiofónico a través de una o más frecuencias y se entiende por *emisión en cadena* el grupo de estaciones de radio que emiten un contenido desde una fuente centralizada.

Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) y Ministerio para la Transformación Digital y Función Pública (FM estatal públicas). Enero de 2025.



Radio de ámbito nacional y estatal

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



Fuente: CAC, Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y sitios web corporativos. Enero de 2025.



FM de ámbito nacional

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

12 emisoras	5 emisoras públicas 270 frecuencias FM	CCMA – 3Cat  catalunya informació  Cat  			CRTVE 	 Catalán
	7 emisoras privadas 96 frecuencias FM	FLAIX  			GODÓ  	PRISA 
		ESTEL 			TELE TAXI 	 Mayoritariamente en catalán

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

Fuente: CAC (frecuencias emisoras privadas), CCMA (frecuencias CCMA) y RTVE (frecuencias Ràdio 4). Enero de 2025.



FM de ámbito estatal

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

17 emisoras	4 emisoras públicas 65 frecuencias FM	CRTVE (Corporación de Radio y Televisión Española)      Castellano
	13 emisoras privadas 61 frecuencias FM	                 

Fuente: CAC (frecuencias emisoras privadas), Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública ([frecuencias emisoras de CRTVE](#)). Enero de 2025.



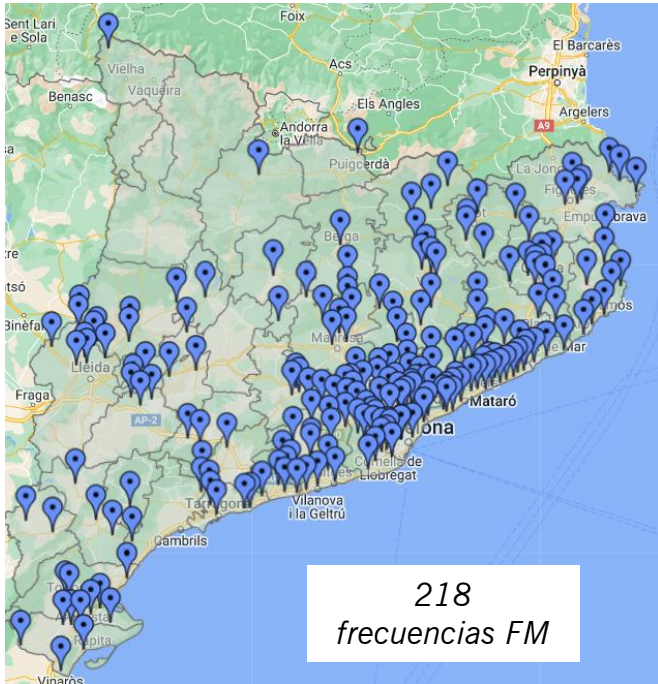
FM de ámbito local

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



Catalán

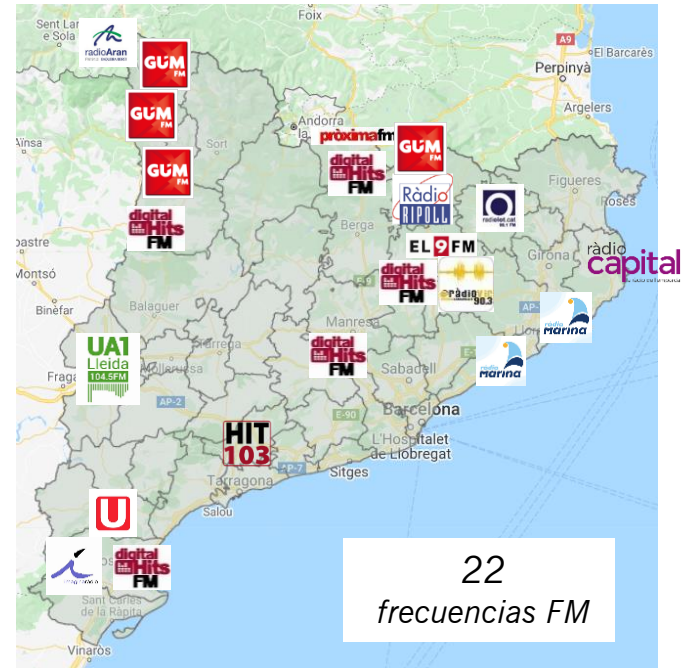
214 emisoras públicas



218
frecuencias FM



228
radios
locales



22
frecuencias FM

14 emisoras privadas

Fuente: CAC y sitios web corporativos. Enero de 2025.

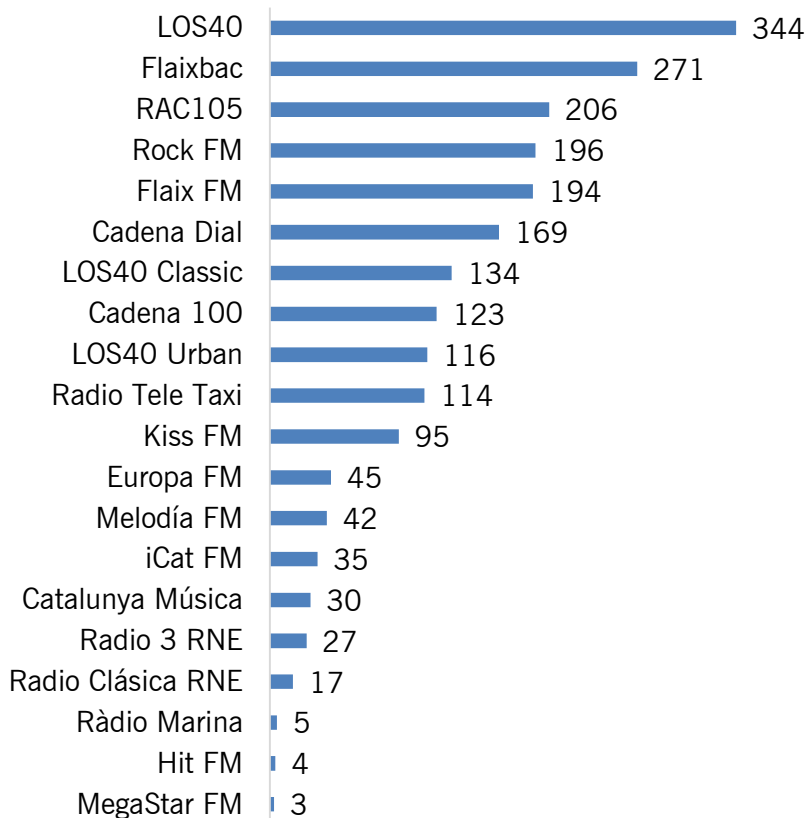


Audiencia de radio (1)

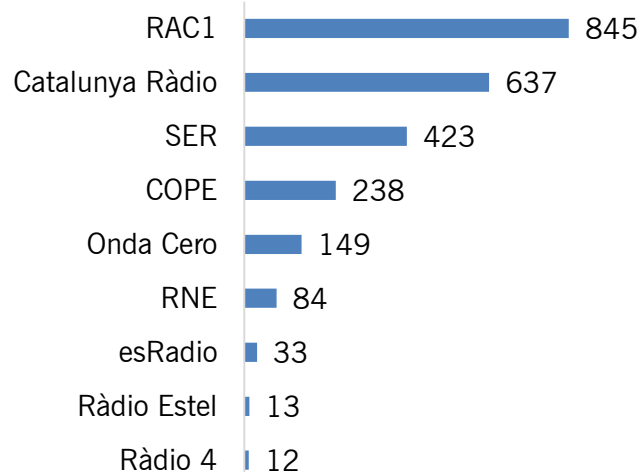
Audiencia radiofónica acumulada diaria en Cataluña, por tipología (en miles)

De lunes a viernes

Radio musical



Radio generalista



Radio informativa



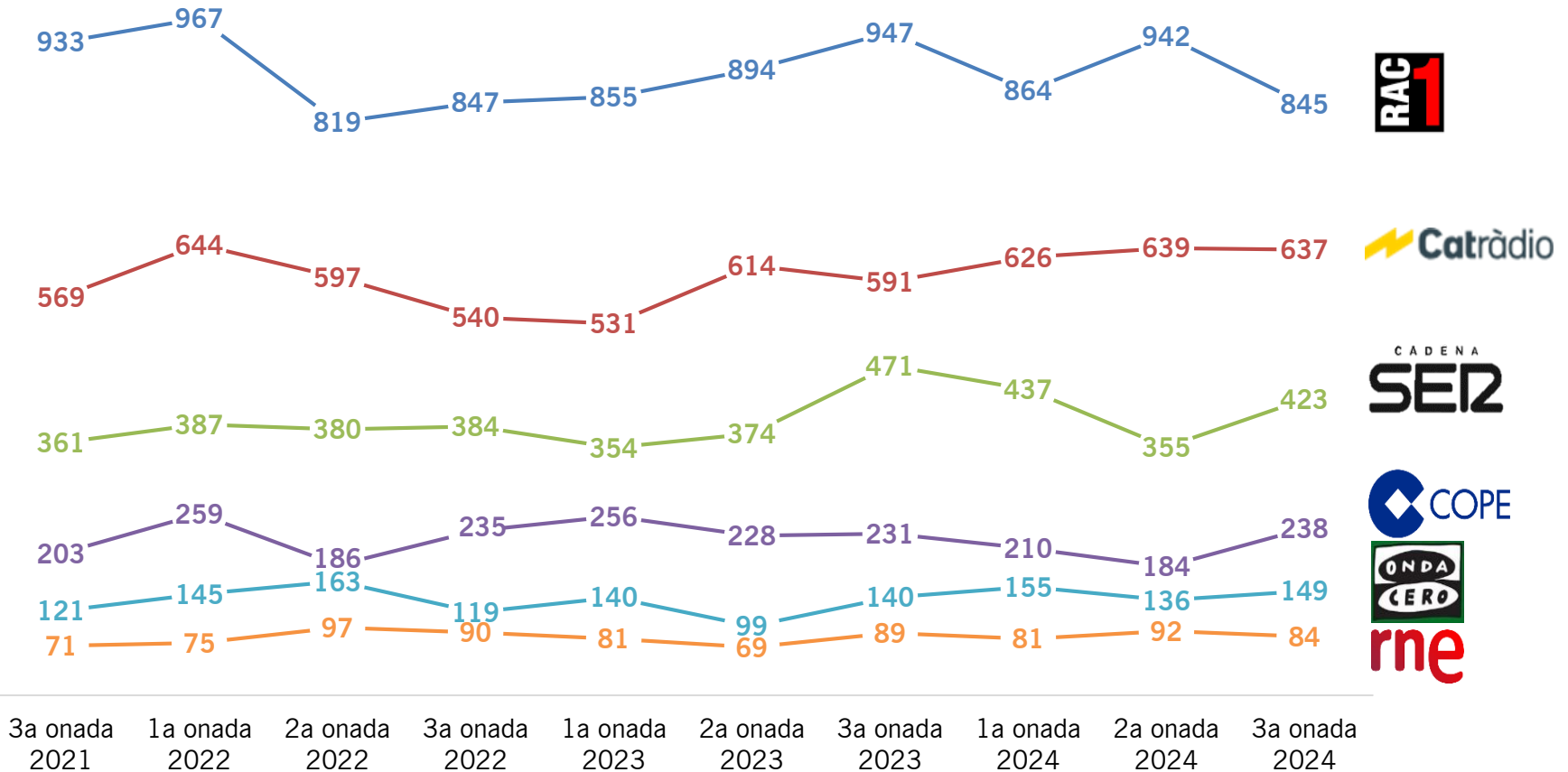
Fuente: EGM – Datos Cataluña. 3.ª oleada de 2024.



Audiencia de radio (2)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 3.^a oleada 2021 - 3.^a oleada 2024 (en miles)

De lunes a viernes



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.^a oleada de 2024.



Audiencia de radio (3)

Audiencia principales cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña por franjas horarias. 3.ª oleada 2024 (en miles)

De lunes a viernes

	Audiencia total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	845	619	257	281	187
	637	387	186	156	210
	423	296	137	113	139
	238	159	59	33	115
	149	101	48	41	37
	84	51	23	8	32

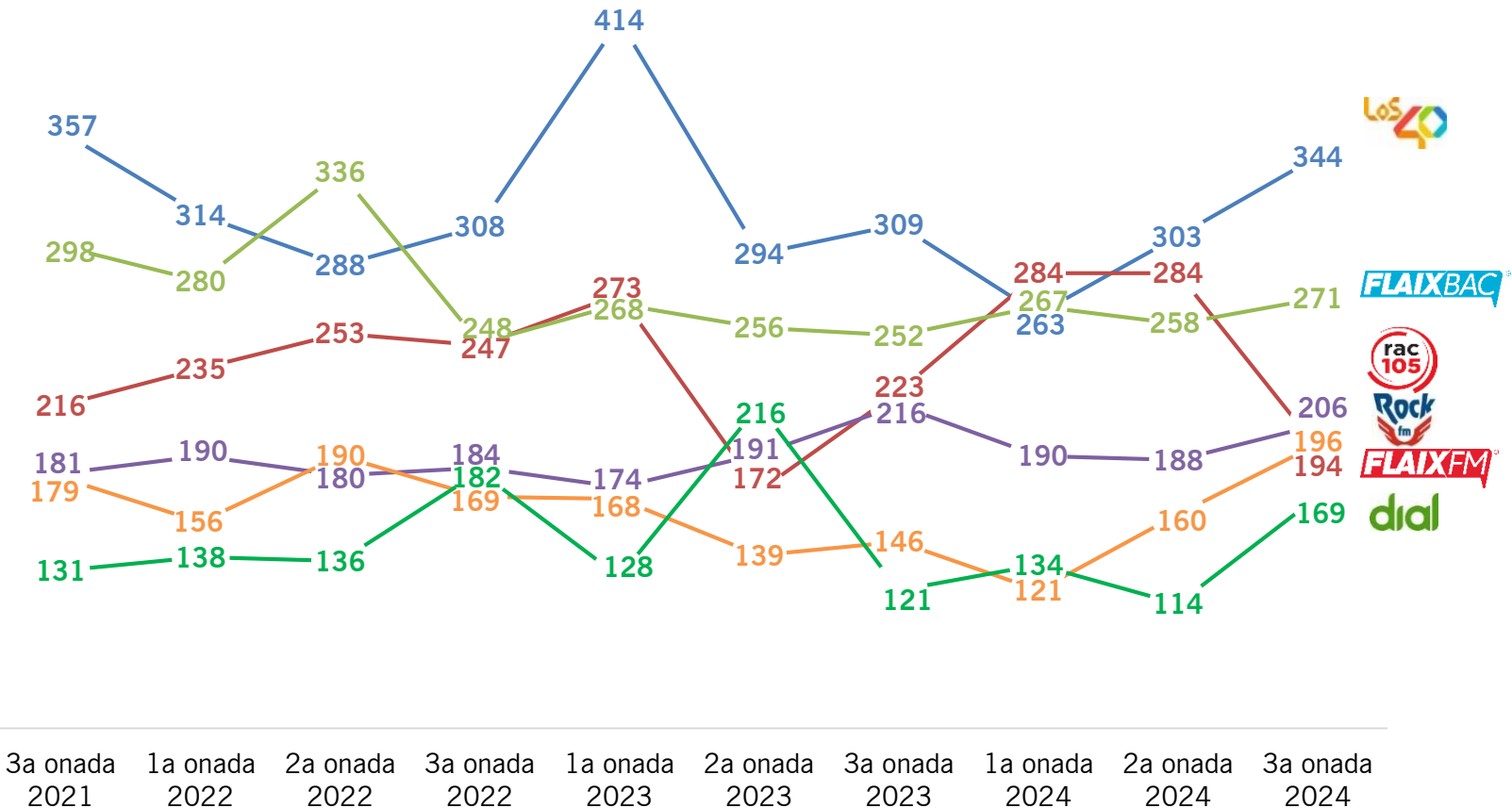
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada de 2024.



Audiencia de radio (4)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales en Cataluña. Periodo 3.^a oleada 2021 – 3.^a oleada 2024 (en miles)

De lunes a viernes



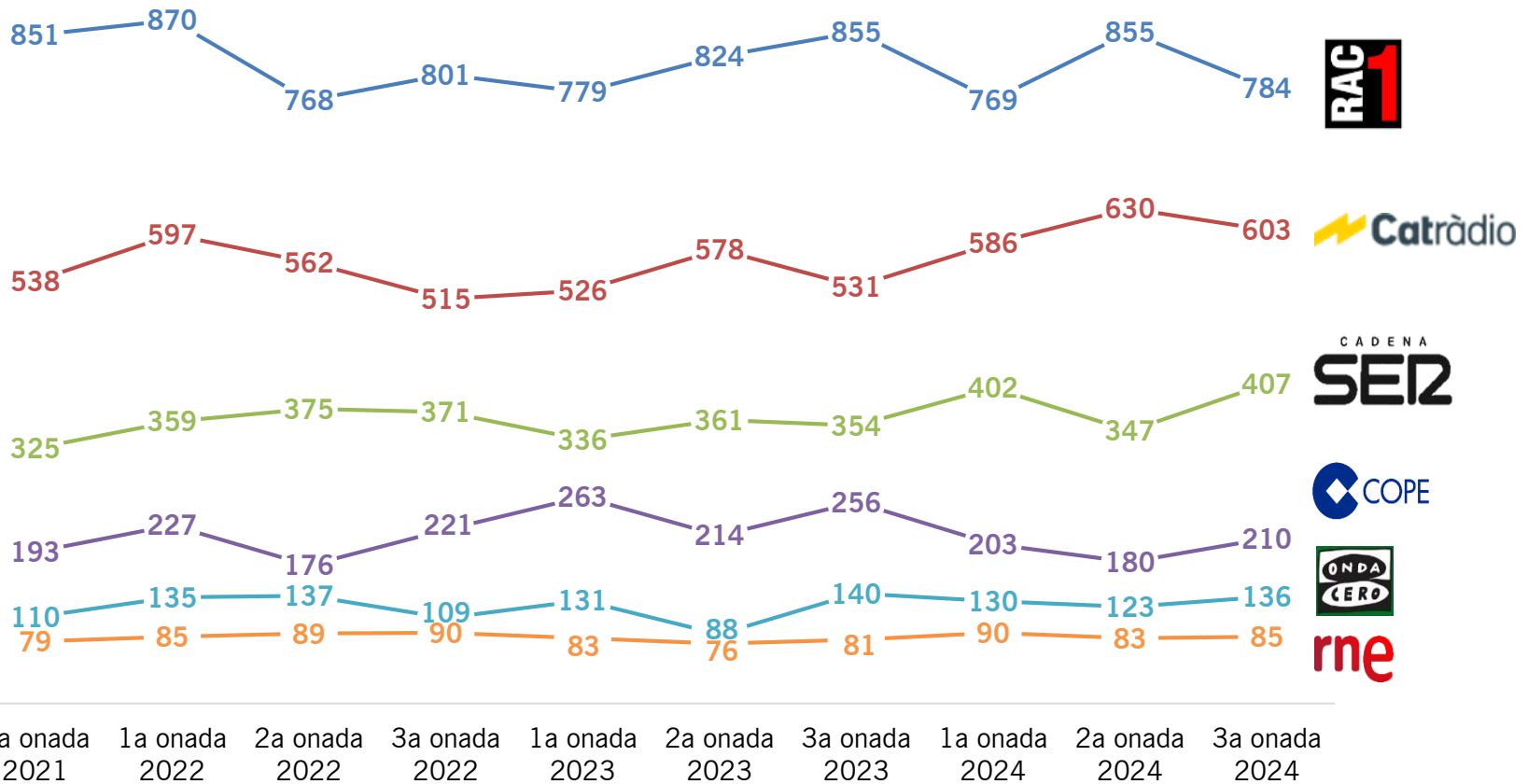
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.^a oleada de 2024.



Audiencia de radio (5)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 3.^a oleada 2021 - 3.^a oleada 2024 (en miles)

De lunes a domingo



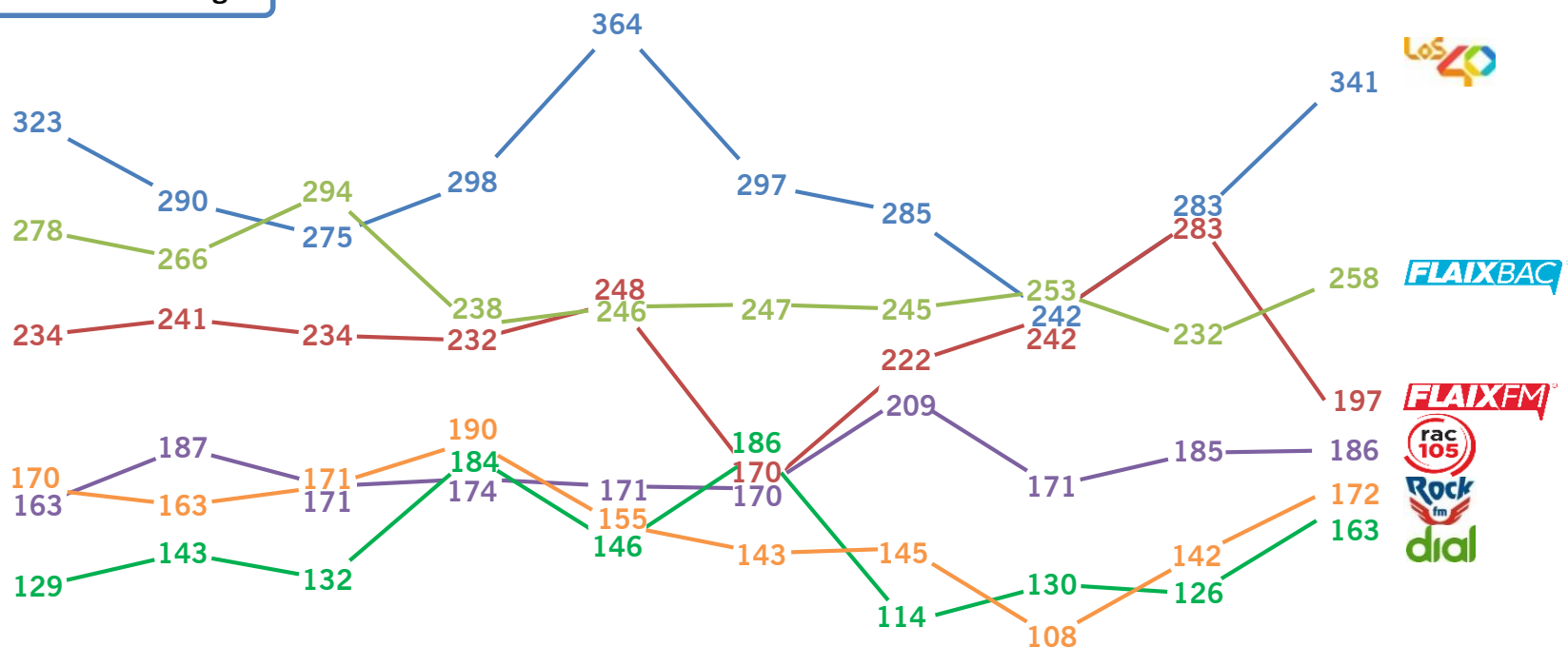
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.^a oleada de 2024.



Audiencia de radio (y 6)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales en Cataluña. Periodo 3.^a oleada 2021– 3.^a oleada 2024 (en miles)

De lunes a domingo



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.^a oleada de 2024.

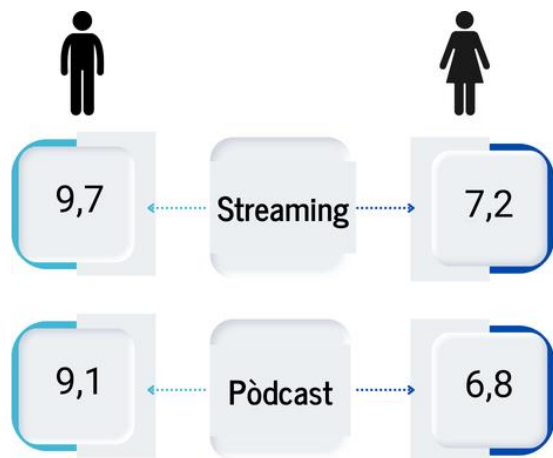


Consumo de radio por internet en Cataluña

+1.100.000 oyentes

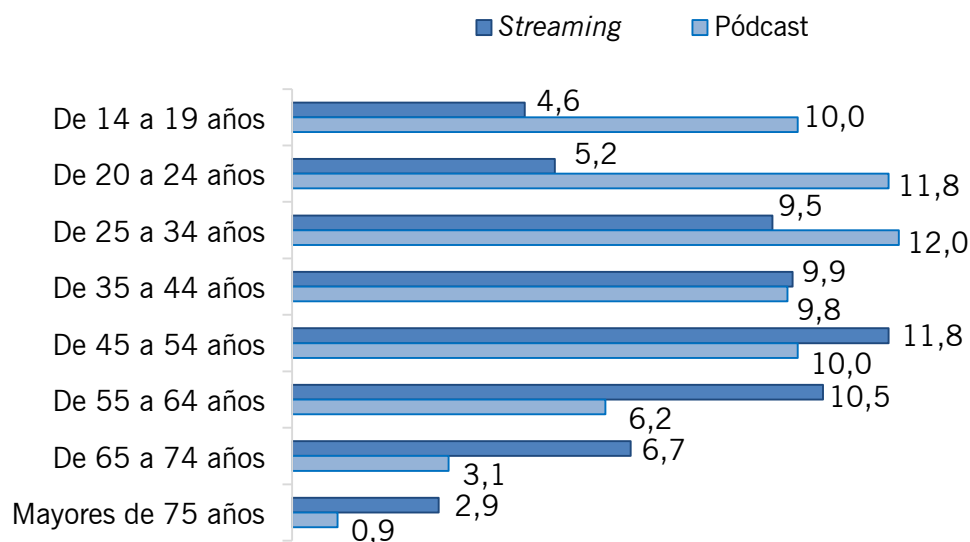
Un **16,3%** de la población en Cataluña escucha la radio en línea, ya sea en *streaming* o a través de *pódcasts*.

Oyentes de radio por internet, por sexo (en %)



Los hombres escuchan más la radio por internet que las mujeres, tanto por *streaming* como por *pódcast*.

Perfil del oyente de internet en Cataluña (en %)



Por edades, los jóvenes de 14 a 34 años escuchan más *pódcasts* que *streaming*, mientras que los oyentes mayores de 35 años prefieren el *streaming*.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada acumulada de 2024. Periodo: febrero-noviembre 2024 (de lunes a domingo).



Consumo de podcast en Cataluña

Audiencia total acumulada de podcasts más consumidos, por tipología (en miles)

Radio generalista	Radio musical	Radio informativa
477	41	43

Entre los meses de febrero y noviembre de 2024, el público escuchó podcasts de emisoras de radio con contenidos diversos: informativo, deportivo, cultural, humorístico...

Catalunya Ràdio fue la emisora generalista líder en consumo de podcasts en Cataluña, con una audiencia acumulada de 125.000 oyentes. Le siguen Cadena SER (82.000) y RAC1 (50.000).

En la emisión de podcasts musicales, **Flaix FM** e **iCat FM** comparten liderazgo, con una audiencia acumulada de 5.000 oyentes cada una.

En cuanto a la temática informativa, dos mil personas escuchan los podcasts de Radio Marca.

Principales cadenas de podcasts, por tipología

Cadenas generalistas	  
Cadenas musicales	   
Cadenas informativas	

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada acumulada de 2024. Periodo: febrero-noviembre 2024 (de lunes a domingo).



El apunte. Desinformación, IA y educación mediática



La **desinformación**, junto con las guerras y el clima, será **uno de los grandes riesgos** para los próximos años, según un [informe](#) del Foro Económico Mundial.

Un mal uso de la **inteligencia artificial** puede potenciar la difusión de desinformación, mientras que un buen uso puede facilitar la verificación de la información. En este contexto, conocer cuáles son los recursos comunicativos que tenemos a nuestro alcance y desarrollar un **espíritu crítico** es fundamental. En este apunte se profundiza sobre estas cuestiones.

En la última década, **Europa** ha promulgado **reglamentos** y establece **estrategias** para hacer una transición digital que proteja a la ciudadanía y también a los mercados comunicativos. Tras la modificación de la [Directiva de servicios audiovisuales](#) de 2018, destacan la primera [Ley sobre inteligencia artificial](#), así como la [Ley de mercados digitales](#), la [Ley de servicios digitales](#) o, más recientemente, la [Ley de libertad de medios](#).

Para desarrollar esta última ley, y en el marco del [Plan de acción para la democracia](#), el Gobierno ha presentado dos anteproyectos de leyes orgánicas: sobre el derecho a la información veraz y lucha contra la desinformación, y sobre el derecho de rectificación.

Paradójicamente, a la vez que se aprueban actuaciones para combatir la desinformación, X (Twitter) y Meta (Instagram, Facebook y Threads) han abandonado el uso de *fact-checkers* o verificadores de hechos.

Derechos y principios digitales

Entre otros:

- Acceso universal a internet.
- Entorno digital responsable, seguro, inclusivo y diverso.
- Protección ante contenidos ilegales y perjudiciales.
- Libertad de expresión y de información.
- Participación en el proceso democrático.
- Control y protección sobre sus datos.
- Capacitación para interactuar con las tecnologías nuevas y evolutivas, como la inteligencia artificial.



Fuentes: [Carta Catalana de Drets i Responsabilitats Digitals](#) (2019) y [Declaración Europea sobre los derechos y principios digitales](#) (2023).



El apunte. Desinformación, IA y educación mediática



La UNESCO dedica el [Día Internacional de la Educación 2025](#) (24 de enero) a la inteligencia artificial. Consciente del impacto de la IA en ámbitos tan sensibles para la **calidad democrática** y el **bienestar de la ciudadanía** cómo son la **información** y la **educación** ha publicado tres guías con conclusiones relevantes.

Información

[La IA y el futuro del periodismo](#)



El modelo de negocio actual se verá afectado y supondrá una grave amenaza para la **diversidad cultural**.

Los modelos de IA serán poco fiables si no aportan **información de calidad**.

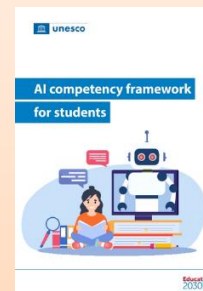
La **concentración** en el sector IA tendrá profundas implicaciones y las autoridades de competencia deberán intervenir.

Se preservarán la autenticidad, la diversidad de lenguas y culturas, y la **transparencia de la información**.

Educación



[El marco de competencias en IA para docentes](#)



[El marco de competencias en IA para estudiantes](#)

Los sistemas educativos serán **proactivos** en el desarrollo de las competencias de IA.

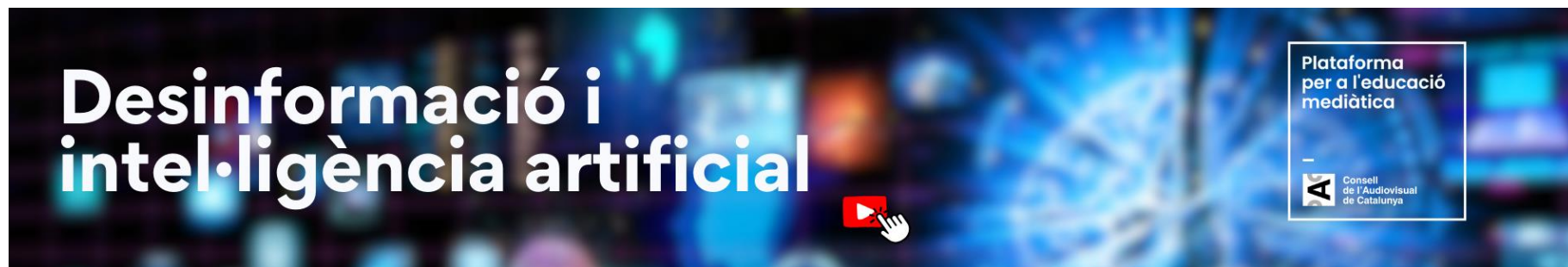
Formarán futuros usuarios y creadores de IA **críticos y responsables**.

El marco competencial se construirá con **mentalidad humanista**.

El **enfoque interdisciplinario** alcanzará a la ciencia, la tecnología, la ingeniería, el arte y las matemáticas, así como a los estudios sociales y la educación para la ciudadanía.



El apunte. Desinformación, IA y educación mediática



En el marco de la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática e Informativa de la UNESCO, la Plataforma para la educación mediática (PEM) organizó el 24 de octubre una jornada sobre desinformación e inteligencia artificial.



La ponencia principal corrió a cargo de **Sara Suárez-Gonzalo**, profesora lectora e investigadora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC.

La información vive una crisis de credibilidad agravada por el desarrollo de la inteligencia artificial. Contribuyen a ello dos factores: la **generalización del uso de herramientas de IA generativa** por parte de los profesionales de la información y la **consolidación de las grandes corporaciones tecnológicas** como actores clave del sector de la comunicación.

En paralelo, entre la ciudadanía crece la **desconfianza** hacia la información, disminuye el interés por las noticias y se incrementa el número de personas que se sienten abrumadas por una **sobreexposición informativa**. Se produce un rechazo de los formatos, los sectores y las dinámicas tradicionales.

Las instituciones públicas, educativas y del conocimiento han de promover la **reflexión** sobre estos temas. La clave es impulsar la **educación mediática**.



El apunte. Desinformación, IA y educación mediática



La jornada continuó con una **mesa redonda** sobre desinformación y ciudadanía, moderada por **Maria Victoria-Mas** (UAO-CEU), y con la participación de **Xavier Ramon** (UPF), **Susana Pérez-Soler** (URL), **Francesc Xavier González** (Col·legi de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya), **Cristina Pulido** (UAB) y **Simona Levi** (Xnet).



Participantes de la **mesa redonda**.

Experiencias prácticas contra la desinformación

En la sesión de la tarde y de la mano de **Eloi Trullàs** (Next Us), se presentaron experiencias de trabajo. Intervinieron **Marc Masip** (Verificat), **Roger Cuartielles** (Learn to Check), **Carlos Baraibar** (3Cat), **Montse Rigall** (RTVE) y **Olga Garcia** (Col·legi de Periodistes de Catalunya).

verificat

learn
to check

3cat

rtve

Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Conclusiones de la jornada Desinformación e IA



María José Recoder, profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB y coordinadora del Grupo de trabajo de desinformación de la PEM, cerró el acto con las principales conclusiones de la jornada.



El apunte. Desinformación, IA y educación mediática

edu
CAC

la herramienta del CAC para fomentar la educación mediática en las aulas y en las familias

Ofrece [materiales didácticos](#) de soporte a los docentes con propuestas de trabajo en el aula para aprender a detectar *fake news* y para actuar con responsabilidad en el entorno digital.



Dispone de dos unidades didácticas específicas sobre desinformación y noticias falsas, burbujas de filtro y cebo de clicks:



¿De qué hablamos?



¿A quién me creo?



Muy pronto eduCAC presentará **nuevos materiales didácticos**, algunos de ellos centrados en la desinformación y la IA:

- Herramientas para buscar de forma crítica y a través de **fuentes fiables**.
- Actividades para aprender a hacer de **periodistas**.
- Saber qué es el **fact-checking**.
- Aprender a distinguir a los periodistas de los *influencers*, y la **opinión** de la información.
- Detectar **desinformación** creada con una intencionalidad.

Para el alumnado más mayor, propone un proyecto audiovisual para experimentar con **herramientas de IA** en el aula y reflexionar críticamente sobre los beneficios, riesgos e implicaciones éticas de la tecnología.



El apunte. Desinformación, IA y educación mediática



El proyecto de investigación **FACCTMedia**, “Instrumentos de rendición de cuentas ante la desinformación: Impacto de las plataformas de *fact-checking* como herramientas de *accountability* y propuesta curricular”, ha estudiado en los últimos 5 años la evolución de las herramientas de los medios para combatir la desinformación, especialmente mediante los *fact-checkers*. Formado por un grupo de investigación de 8 universidades liderado por la UPF, uno de sus principales objetivos ha sido analizar hasta qué punto las universidades estatales trabajan específicamente la desinformación.

En noviembre, en la [jornada de clausura](#) del proyecto, sus responsables concluyeron que **únicamente el 7% de las facultades de periodismo y comunicación dedican una asignatura específica a la desinformación**.

Ante esto, FACCTMedia ha elaborado, a modo de guía docente, la propuesta curricular **“Verificación periodística en la era de la desinformación”**.



En esta nueva asignatura se trabajarían 3 ámbitos:

- Fundamentos teóricos del **concepto de desinformación**.
- Historia, metodologías y retos del **fact-checking**, y las principales **plataformas** nacionales e internacionales.
- **Herramientas especializadas para verificar** texto (como Fact Check Explorer), *deep fakes* (Resemble.AI), mensajes en redes sociales (Bot Sentinel) o vídeos (inVID).





Flashes (1)



Facebook e Instagram suprimen su sistema de verificación de datos

El 7 de enero, Mark Zuckerberg, presidente de Meta, [anunció](#) que suprimía el sistema de verificación independiente de datos en Facebook, Instagram y Threads. Este sistema funcionaba desde 2016 y se basaba en la colaboración con agencias independientes de *fact-checking*. Lo sustituye un modelo pareciendo al de X (antigua Twitter), propiedad de Elon Musk, que consiste en “notas de la comunidad”, con las que las personas usuarias corrigen o contextualizan las publicaciones, y que aparecen si tienen suficiente apoyo de la comunidad. La verificación por parte de Meta se limitará a contenidos relacionados con terrorismo, explotación infantil y drogas. El Colegio de Periodistas de Cataluña [ha lamentado](#) estos cambios.



Ràdio 4, la primera emisora de Cataluña en catalán que inicia emisiones de DAB+

El 14 de noviembre de 2024 [Ràdio 4](#) inició las emisiones en el estándar DAB+ desde el centro emisor de Collserola, que cubre la zona metropolitana de Barcelona. Así, se convierte en la primera emisora de Cataluña en catalán que emite en radio digital. RNE inició las emisiones en DAB+ en algunos puntos del Estado en febrero de 2024.



À Punt bate récords de audiencia por la DANA

La cobertura de la DANA y sus efectos en la Comunidad Valenciana hicieron aumentar la audiencia de la televisión pública valenciana À Punt en el mes de noviembre, que logró un 4,4% de cuota de pantalla media. Así, igualó su récord histórico mensual, de marzo de 2023. Casi 2,8 millones de personas sintonizaron el canal en noviembre, cifra que representa el récord histórico desde el inicio de las emisiones en junio de 2018. Los espacios más vistos fueron las ruedas de prensa especiales con motivo de la DANA (18,9% de share) y el informativo *NTC migdia* (11%). En las redes, À Punt registró un aumento del 38% de perfiles seguidores y cerró 2024 con 1,4 millones.



TV3 vuelve a emitir en directo fútbol de la Liga de Primera División masculina 12 años después

El 22 de diciembre 3Cat y TV3 retransmitieron en directo el partido Las Palmas-Espanyol: fue la primera vez desde la temporada 2011-2012 que se emitía en abierto y en catalán un partido de fútbol de la Liga de Primera División masculina.

La televisión catalana podrá emitir en directo [5 partidos](#) de la actual temporada del Girona o del Espanyol. El FC Barcelona queda excluido. Los partidos se emiten a través de la plataforma 3Cat y de TV3 o Esport3.



Flashes (y 2)



Disney Channel cesa sus emisiones en el Estado tras 27 años en antena

El 7 de enero de 2025 el canal de contenidos infantiles y juveniles cesó sus emisiones en abierto en TDT y en los operadores de pago. Disney Channel había empezado a emitir en España como canal de pago en abril de 1998 y en 2008 migró a la televisión TDT en abierto. El cierre, que también se ha producido en los últimos años en otros países, se enmarca en la voluntad de la compañía de potenciar su plataforma OTT Disney+. En el canal de TDT que quedó vacante por Disney Channel empezó a emitir [Squirrel](#), un canal temático de cine, propiedad del grupo español Squirrel Media.



Personas expertas recomiendan teléfonos sin internet hasta los 16 años

El Ministerio de Juventud e Infancia hizo público el [informe](#) sobre el desarrollo de un entorno digital seguro para la juventud y la infancia elaborado por un comité de 50 personas expertas. El documento incluye una diagnosis sobre el impacto de las tecnologías en las personas menores de edad y propone 107 medidas a corto, medio y largo plazo. Entre ellas se recomienda disponer de teléfono con internet únicamente a partir de los 16 años, implantar el control parental y la verificación de edad, y combatir el *sharenting* (compartir información de hijos e hijas en las redes).



Infrarrepresentación de las personas con discapacidad en las televisiones públicas catalanas

Las personas con discapacidad representan el 8,5% en Cataluña, pero, según un [informe](#) del CAC, su presencia en la programación de las televisiones públicas catalanas va del 0,2% al 1,7%, en función de la cadena. En el caso de los teleinformativos, el porcentaje máximo es del 0,8%, un dato que, salvo fluctuaciones puntuales, no ha sobrepasado la barrera del 1% en ninguno de los teleinformativos analizados por el Consejo desde 2012.

El estudio analiza un año (junio de 2023 a julio de 2024) de las programaciones de las cadenas públicas con más audiencia: TV3, 33, SX3, Esport3, TVE Catalunya y betevé.



Las radios musicales deberán emitir el 25% de las canciones en catalán a partir de 2026

El 27 de noviembre, el CAC [acordó](#) poner fecha de caducidad a las adaptaciones específicas que hasta ahora permitían a las radios musicales emitir menos música en catalán de lo establecido en la Ley de política lingüística. Las emisoras tienen un año de adaptación, durante el cual deberán incrementar la cuota hasta llegar al 25%, porcentaje que deberán cumplir a partir del 1 de enero de 2026. El Consejo considera que el crecimiento de la producción de música en catalán, profesionalizada y diversificada en estilos y géneros, permite garantizar su adecuada presencia.



Fuentes principales y citación bibliográfica

Fuentes principales:

CAC: datos propios del Consejo del Audiovisual de Cataluña.

EGM: 3.ª oleada de 2024. Datos para Cataluña.

Barlovento Comunicación: informes públicos mensuales.

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

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 29.

Barcelona: CAC, enero de 2025. <www.cac.cat>