



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

El apunte.
**Usos y percepciones
de los medios audiovisuales**

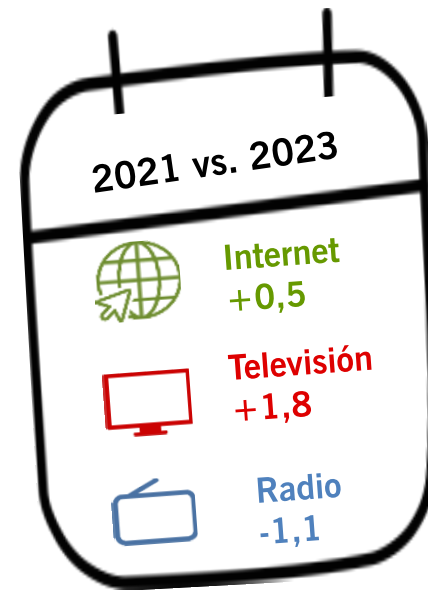
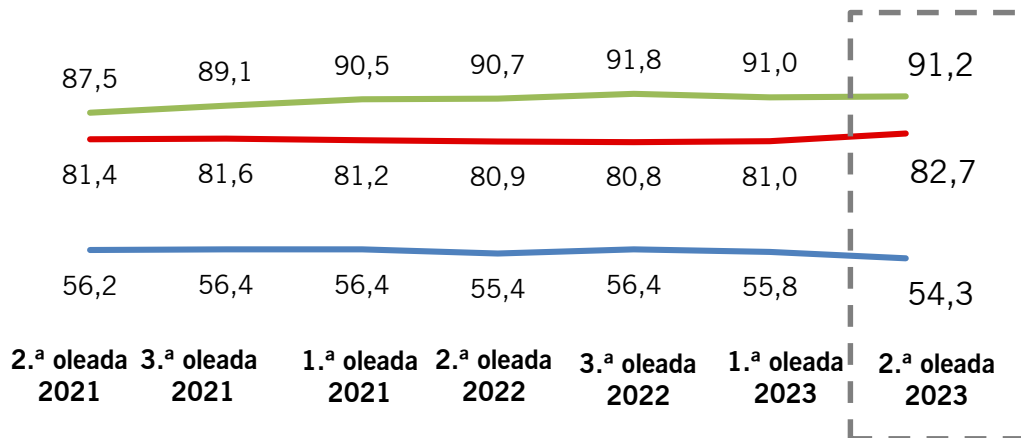
	Penetración del audiovisual en Cataluña	3		Radio	
	TDT			Oferta de emisoras de radio en Cataluña	15
	Oferta de TDT en Cataluña	5		La FM de ámbito nacional	16
	La TDT de ámbito nacional	6		La FM de ámbito estatal	17
	La TDT de ámbito estatal	7		La FM de ámbito local	18
	La TDT de ámbito local	8		Audiencias de la radio	19
	Audiencia de la TDT	11		El apunte. Usos y percepciones de los medios audiovisuales	25
	Audiovisual en línea			Flashes	33
	Suscripciones a plataformas de televisión IPTV	13			
	Suscripciones a servicios OTT de pago	14			



Penetración del audiovisual en Cataluña (1)

Estabilidad de los baremos de penetración de los medios en Cataluña. Internet es el medio con mayor penetración (91,2%), seguido del medio televisivo, con una ligera tendencia a alza en el último año (+1,8%). Respecto a la oleada anterior, el tiempo de escucha radiofónica disminuye (-2 minutos) y también el tiempo dedicado al consumo televisivo (-8 minutos).

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



Consumo diario **radio**
1 h 40 min (lunes-viernes)
1 h 33 min (lunes-domingo)



Consumo diario **TV**
2 h 35 min/día

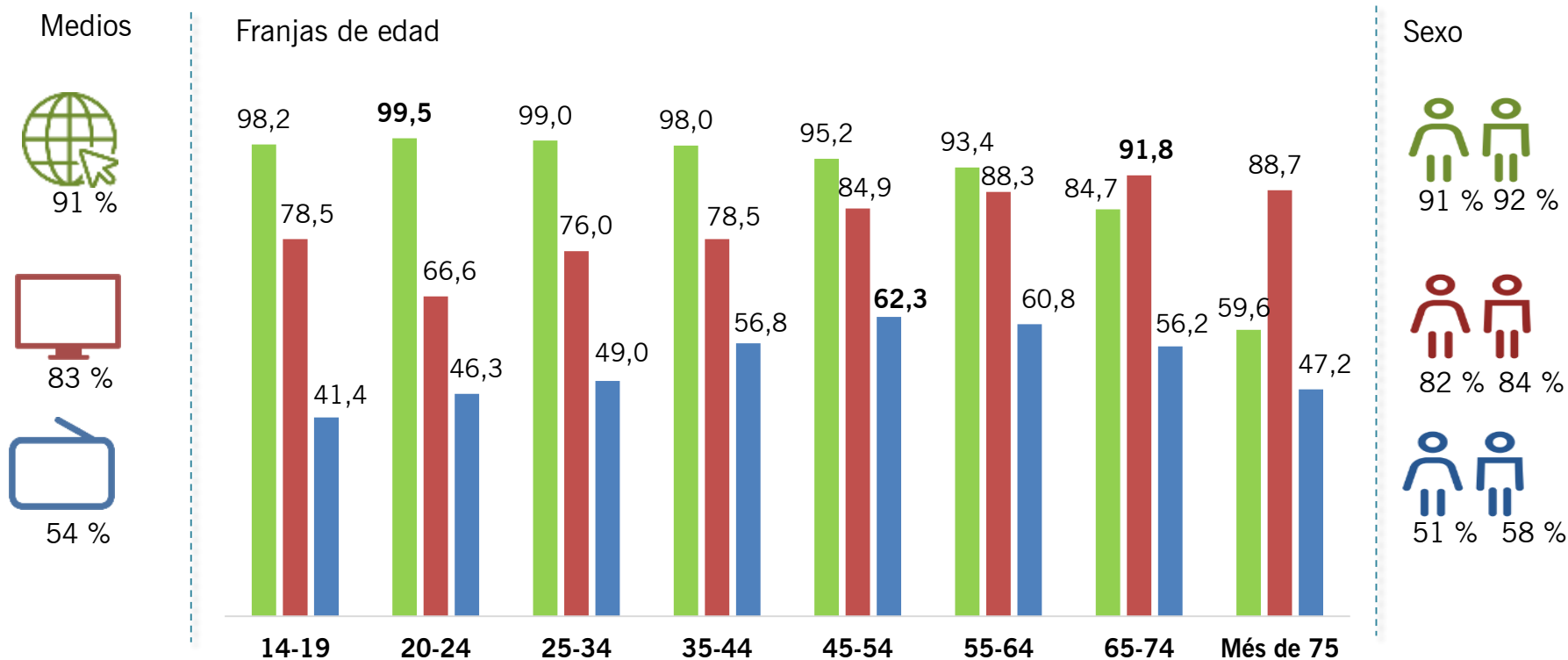
Nota: se entiende por *penetración* el % de audiencia de cada medio en relación con el total de la población. Los datos relativos a internet hacen referencia a la conexión, indistintamente del uso que se haga. Los periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista). Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.ª oleada 2023 (Datos penetración y consumo radio) y Barlovento Comunicación (Consumo TV).



Penetración del audiovisual en Cataluña (2)

La penetración de internet es mayoritaria en todas las franjas de edad, excepto a partir de los 65 años, donde deja de ser la primera opción en favor de la televisión. La radio se consolida en las franjas de edad entre los 45 y 64 años.

Penetración del audiovisual por edad y sexo. Cataluña. Segunda oleada 2023 (en %)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.ª oleada 2023.



Oferta de TDT en Cataluña

 Canal TV  TV privada  TV pública



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

80 canales lineales de televisión tradicional en abierto

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

8 canales de ámbito nacional



4 públicos



4 privados



26 canales de ámbito estatal



5 públicos



21 privados



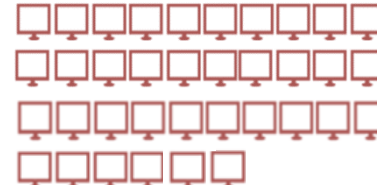
46 canales de ámbito local



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 múltiplex (MUX). Se contabilizan únicamente una vez los canales de televisión que emiten en simulcast en alta definición (TV3, Barça TV, La 1, Clan, Teleduarte, Antena 3, laSexta, Telecinco y Cuatro).

Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (canales TDT estatal). Septiembre de 2023.



La TDT de ámbito nacional

TV pública TV privada Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

Catalán

8 canales	4 canales públicos	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)
	4 ^A canales privados	

^A En el mes de agosto el prestador EDICA, que cuenta con una licencia de MUX privado de ámbito nacional, entra en fase de concurso de acreedores, una vez agotada la fase de precurso iniciada el 30 de mayo de 2023.

^B La programación del canal 8tv se emite por los programas 1 y 4 del MUX privado de ámbito nacional. La emisión del canal 8tv por el programa número 4 tiene carácter provisional. Este lugar lo ocupaba antes el canal Fibracat TV, que dejó de emitir el 1 de enero de 2023.

^C El canal Barça TV detiene sus emisiones el 1 de julio de 2023.

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



La TDT de ámbito estatal

■ TV pública ■ TV privada Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

Castellano

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

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

La TDT de ámbito local (1)

■ TV pública
 ■ TV privada
 LH Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

LH Catalán

46 canales	11 canales públicos	          					
	35 canales privados	Grup 4 (2)  Ebre (1)  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)             					

Nota: los canales privados se agrupan por grupos de comunicación, en su caso.

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



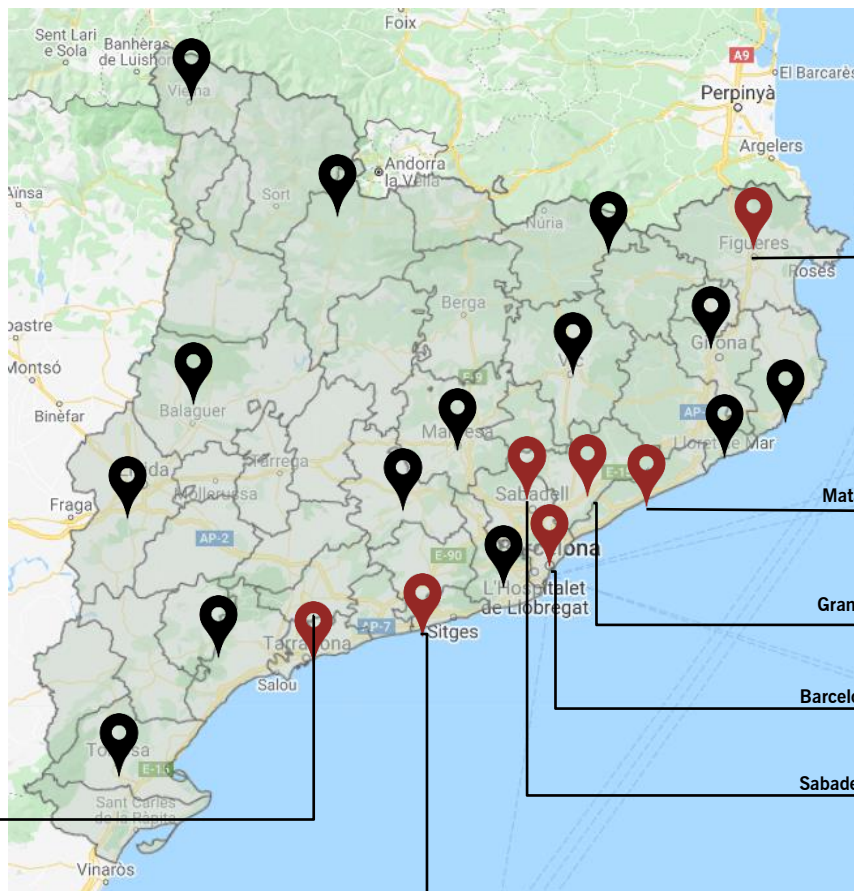
La TDT de ámbito local (2)

11 televisiones públicas distribuidas en 7 demarcaciones de TDT

 Demarcaciones de TDT sin televisión pública.

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

Demarcación →



Figueres



Mataró



Granollers



Barcelona



Sabadell



Tarragona



Vilanova i la Geltrú

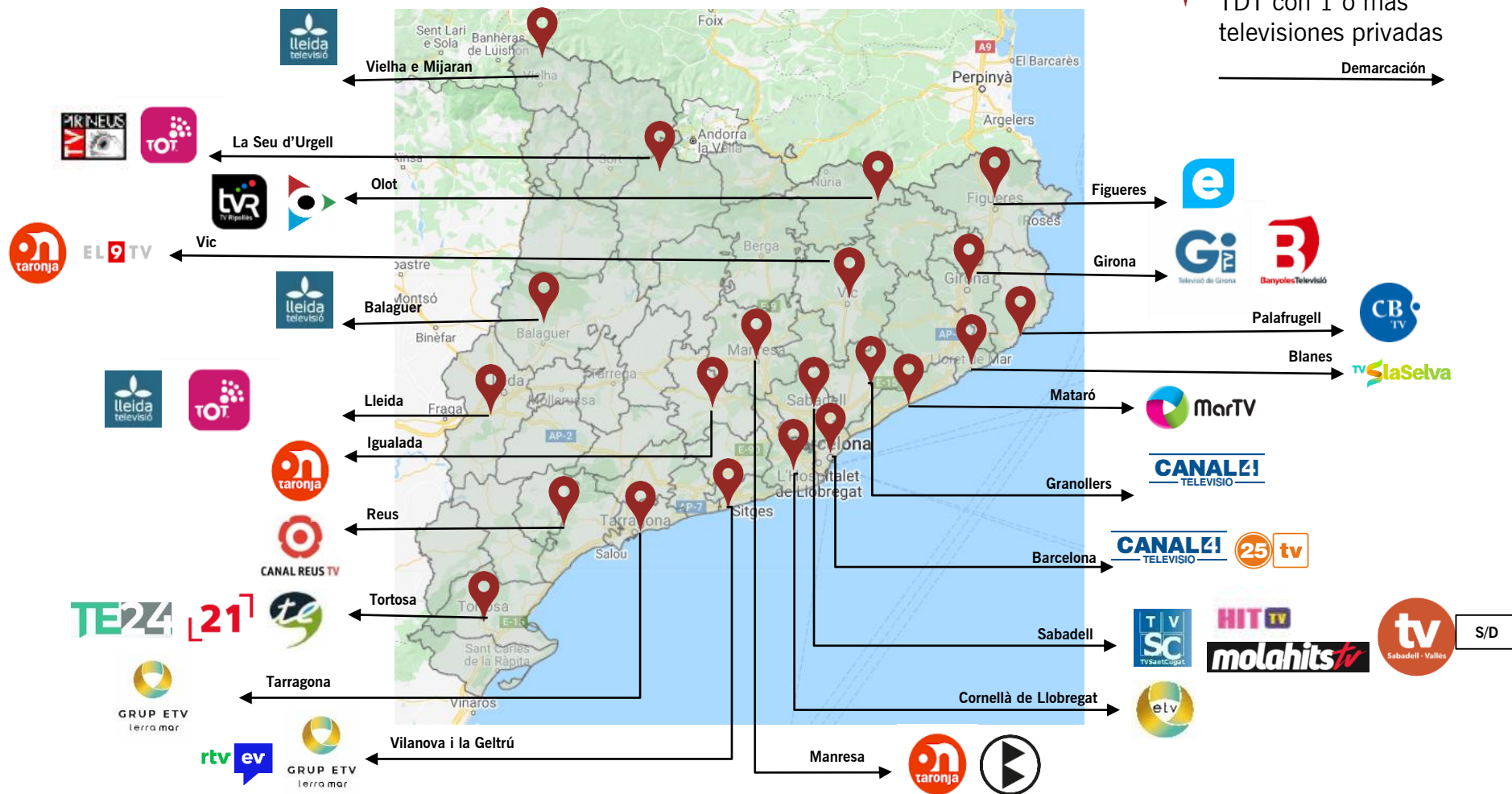
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2023.



La TDT de ámbito local (y 3)

35 televisiones privadas distribuidas en 21 demarcaciones

Demarcaciones de TDT con 1 o más televisiones privadas

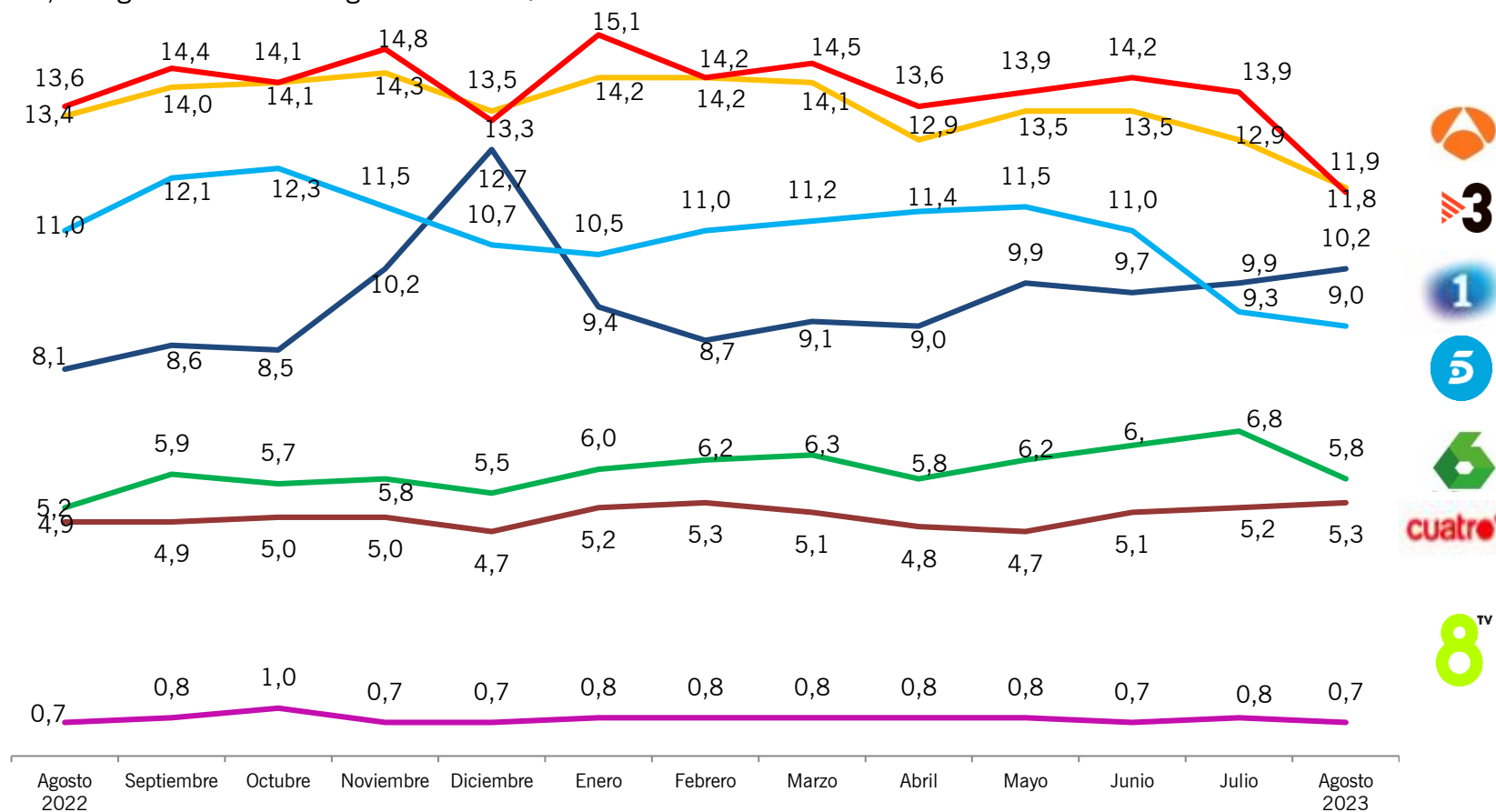


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2023.



Audiencia de la TDT (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales de televisión. España
(en %, de agosto de 2022 a agosto de 2023)



Fuente: Barlovento Comunicación.



Audiencia de la TDT (y 2)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de televisión. España. Enero-agosto 2023 (en % y en orden descendiente según agosto)

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

Fuente: Barlovento Comunicación.



Subscripciones a plataformas de televisión IPTV

Subscripciones a las principales plataformas de IPTV de pago convencionales en Cataluña. Abril-mayo 2023

IPTV	HOGARES 		PERSONAS ABONADAS 		
					Variación vs. 1.ª oleada 2023
	678.024	21,9 %	1.671.520	24,8 %	+12,5 %
	179.568	5,8 %	471.800	7,0 %	+10,0 %
	117.648	3,8 %	256.120	3,8 %	-39,5 %

Movistar+ sigue líder de las plataformas IPTV, con más de un millón y medio de personas abonadas, y aumenta un 12,5% las suscripciones respecto a la oleada anterior.

Orange TV se recupera de la bajada de inicios del año 2023 y se mantiene como segunda plataforma IPTV en Cataluña, con casi medio millón de suscripciones.

Cabe destacar la **bajada** de **Vodafone**, que cae un 39,5% en un cuatrimestre.

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

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.ª oleada de 2023. Base: 3.096.000 hogares y 6.740.000 personas.



Subscripciones a servicios OTT de pago

Suscripciones a las principales plataformas de servicios OTT de pago en Cataluña. Abril-mayo 2023

PLATAFORMAS	HOGARES 		PERSONAS ABONADAS 		Variación vs. 1.ª oleada 2023
NETFLIX	1.606.824	51,9 %	3.835.060	56,9 %	+1,6 %
prime video	1.195.056	38,6 %	2.857.760	42,4 %	+1,2 %
HBOmax	662.544	21,4 %	1.476.060	21,9 %	-6,4 %
Disney+	643.968	20,8 %	1.442.360	21,4 %	-4,2 %
DAZN	238.392	7,7 %	532.460	7,9 %	+3,8 %
FILMIN	139.320	4,5 %	269.600	4,0 %	+5,0 %
Rakuten TV	92.880	3,0 %	168.500	2,5 %	-28,0 %
Otros proveedores	575.856	18,6 %	1.321.040	19,6 %	+11,7 %

Netflix sigue dominando el mercado OTT en Cataluña, con casi 4 millones de personas abonadas (56,9 %), por delante de **Prime Video**, con casi 3 millones de suscripciones (42,4 %).

HBO Max y **Disney+** pierden suscripciones, pero mantienen la tercera y cuarta posición en el ranking, con un 21,9 % y 21,4 % del mercado, respectivamente.

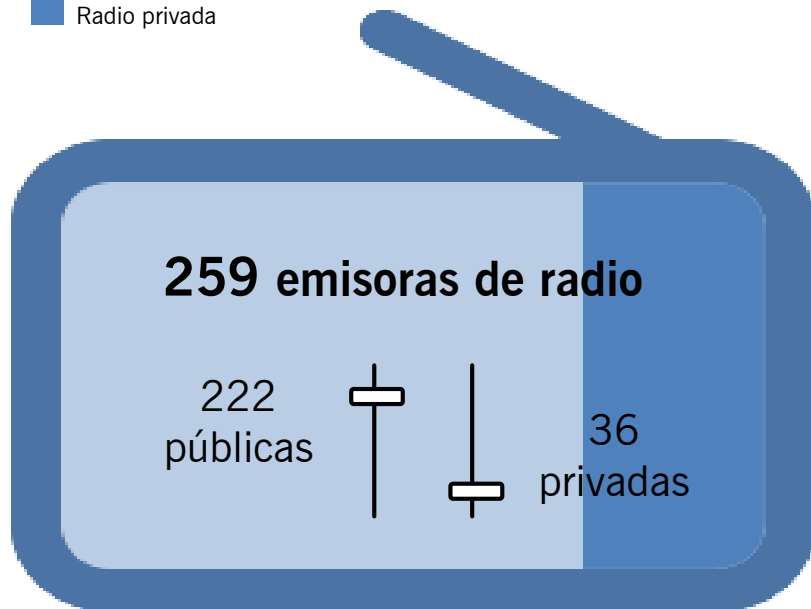
La plataforma española **Filmin** tiene el mayor crecimiento del periodo y ya llega al 4% de cuota, ante un **Rakuten TV** que disminuye el número de abonados.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.ª oleada de 2023. Base: 3.096.000 hogares y 6.740.000 personas.



Oferta de emisoras de radio en Cataluña

Radio pública
Radio privada



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

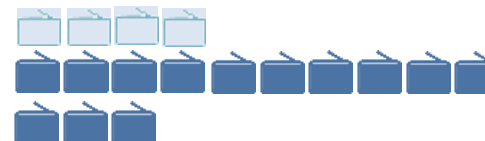
12 emisoras de ámbito nacional

5 públicas
7 privadas



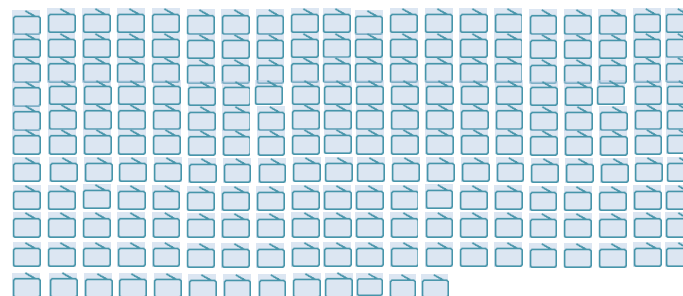
17 emisoras de ámbito estatal

4 públicas
13 privadas



230 emisoras de ámbito local

214 públicas



16 privadas



Nota: en el BIAC se entiende por *emisora de radio* el medio de comunicación que ofrece una programación radiofónica 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 de Asuntos Económicos y Transformación Digital (FM estatal públicas). Septiembre de 2023.



La 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 216 frecuencias FM	CCMA  catalunya informació  Cat  Cat Música  Catràdio CRTVE  ràdio 4 rne  Catalán
	7 emisoras privadas 96 frecuencias FM	FLAIX  FLAIXFM®  FLAIXBAC® GODÓ  RAC 1  rac 105 PRISA  SER CATALUNYA ESTEL  ràdio  estel TELE TAXI  RTT  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). Septiembre de 2023.



La FM de ámbito estatal

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

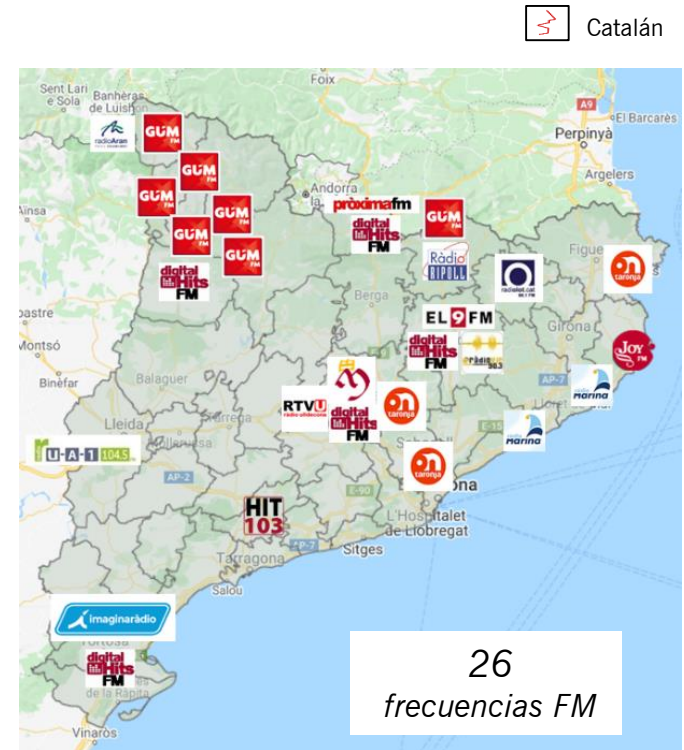
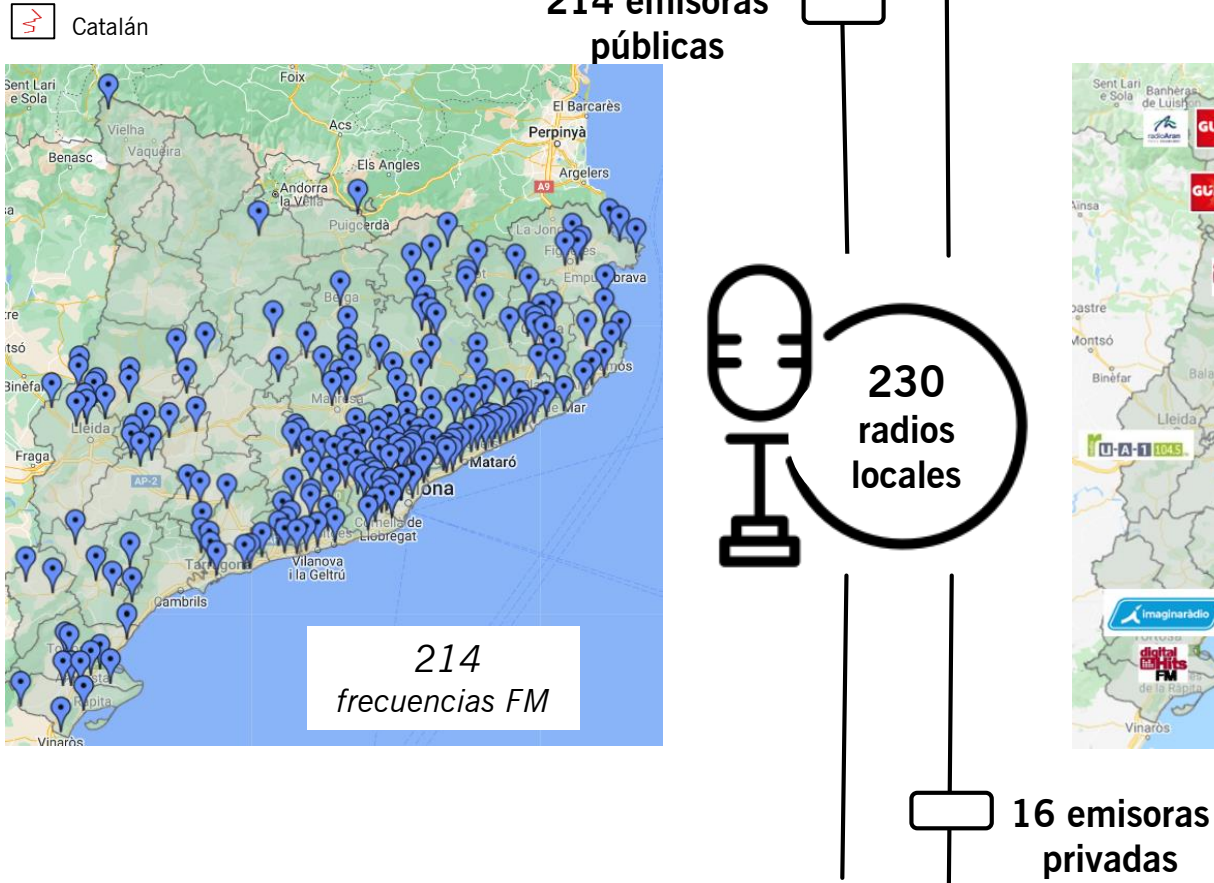
17 emisoras	4 emisoras públicas 83 frecuencias FM	CRTVE (Corporación de Radio y Televisión Española)      Castellano
	13 emisoras privadas 65 frecuencias FM	PRISA          ATRESMEDIA    RADIO BLANCA     Castellano (excepto desconexiones)

Fuente: CAC (frecuencias emisoras privadas), Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (frecuencias emisoras de CRTVE). Septiembre de 2023.



La FM de ámbito local

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



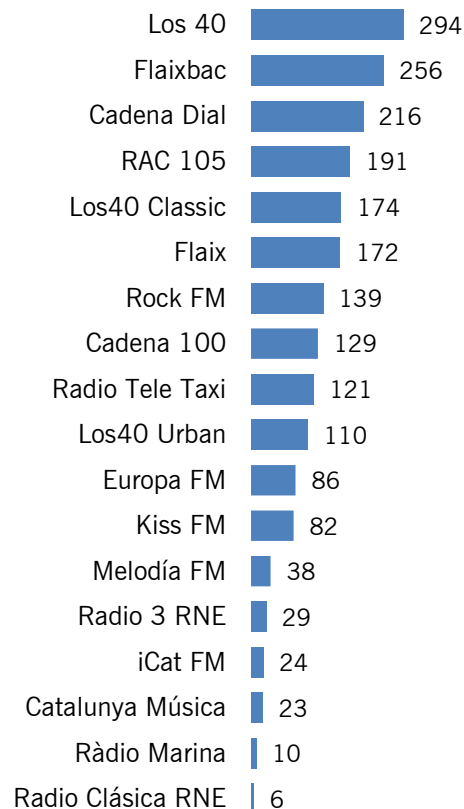
Fuente: CAC y webs corporativas. Septiembre de 2023.



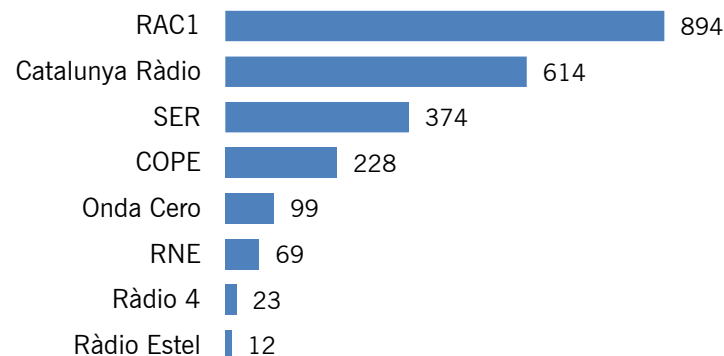
Audiencias de la radio (1)

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

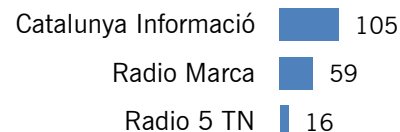
Radio musical



Radio generalista



Radio informativa

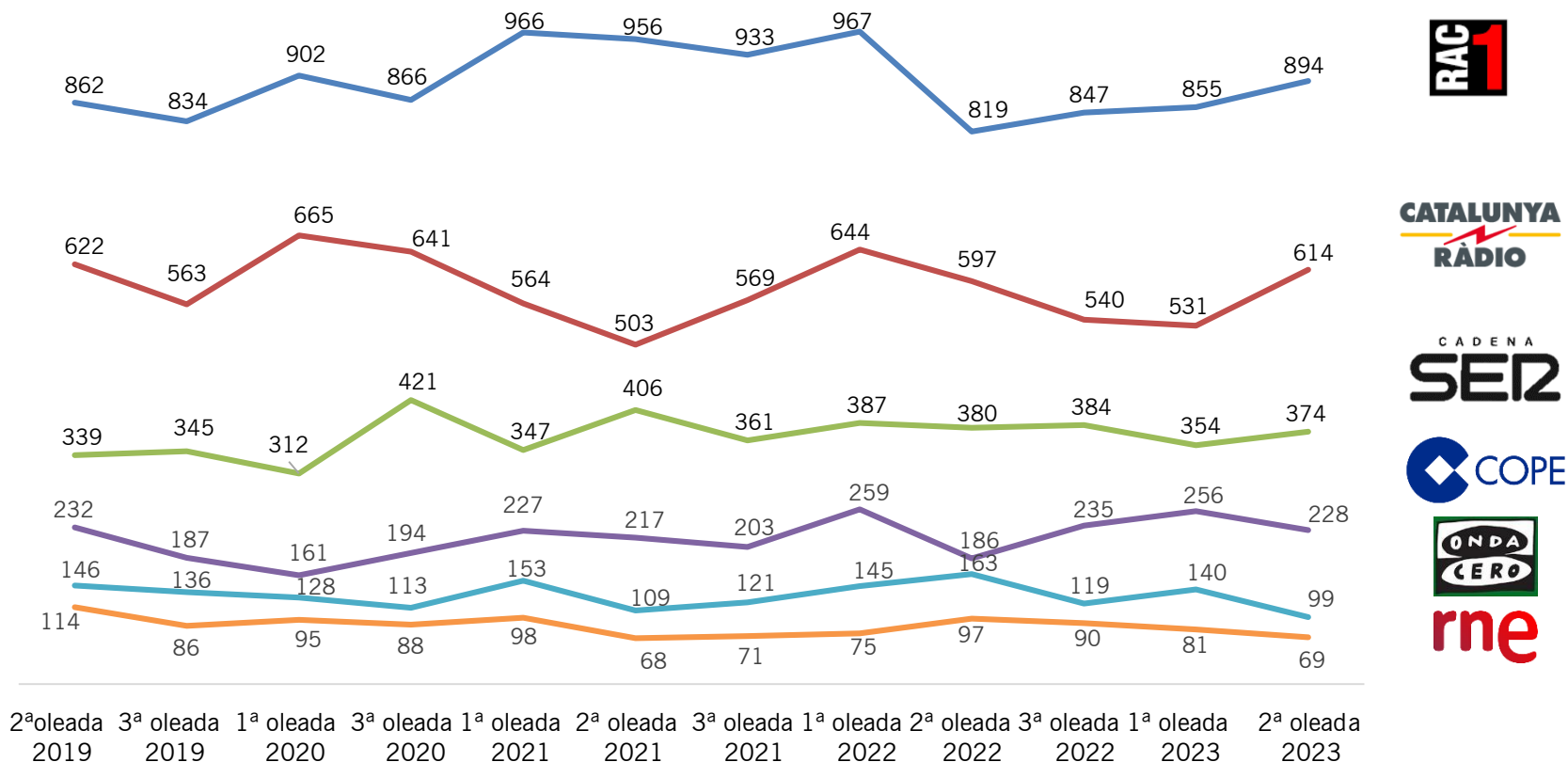


Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2023.



Audiencias de la radio (2)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 2.^a oleada 2019 – 2.^a oleada 2023 (de LUNES a VIERNES, en miles)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.^a oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



Audiencias de la radio (3)

Audiencia principales cadenas radiofónicas generalistas por franjas horarias en Cataluña. 2.ª oleada 2023 (de LUNES a VIERNES, en miles)

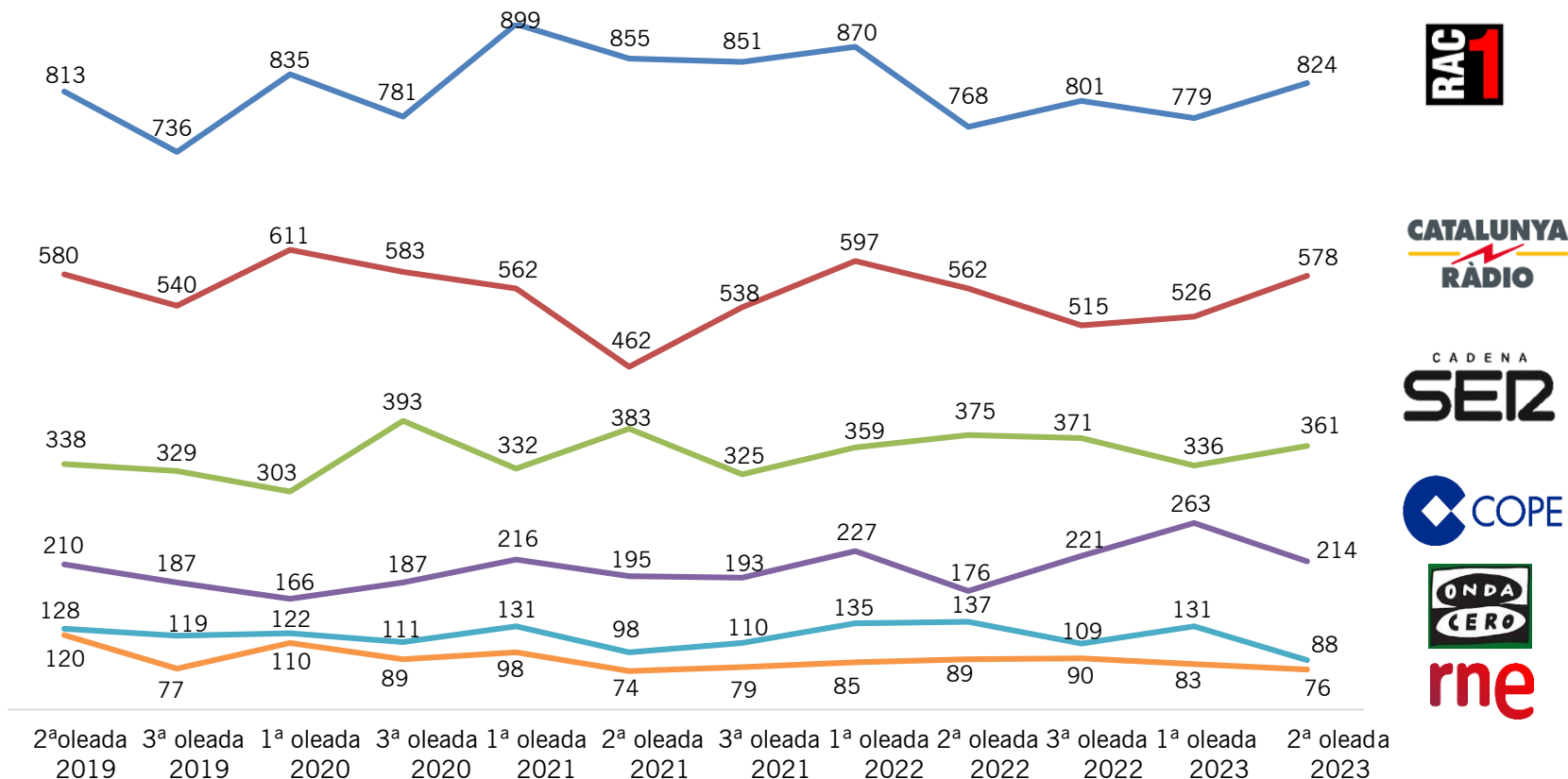
	Audiencia total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	894	711	325	275	201
	614	397	180	138	173
	374	241	116	94	126
	228	148	36	47	125
	99	65	28	35	14
	69	51	26	11	26

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.ª oleada de 2023.



Audiencias de la radio (4)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 2.ª oleada 2019 – 2.ª oleada 2023 (de LUNES a DOMINGO, en miles)

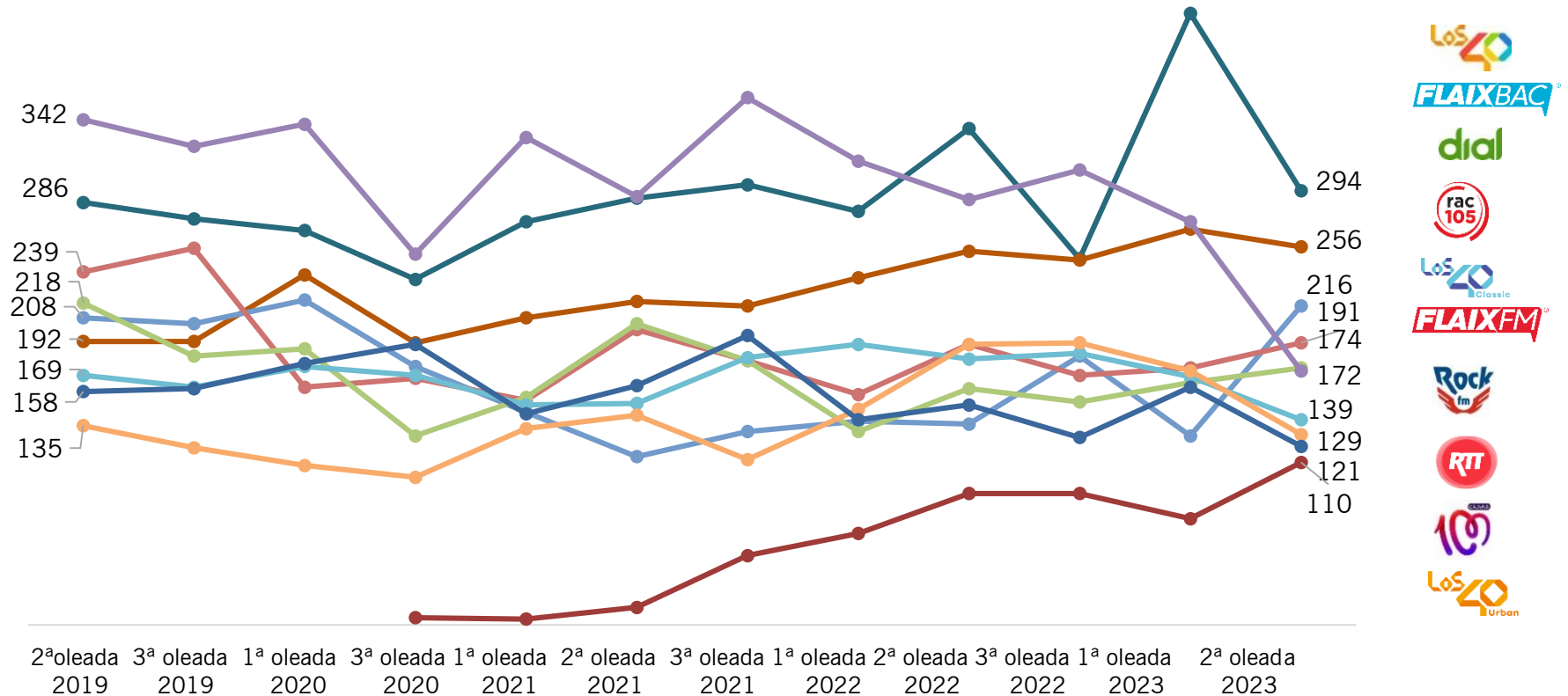


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.ª oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



Audiencias de la radio (5)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales. Periodo 2.^a oleada 2019 – 2.^a oleada 2023 (de LUNES a VIERNES, en miles)

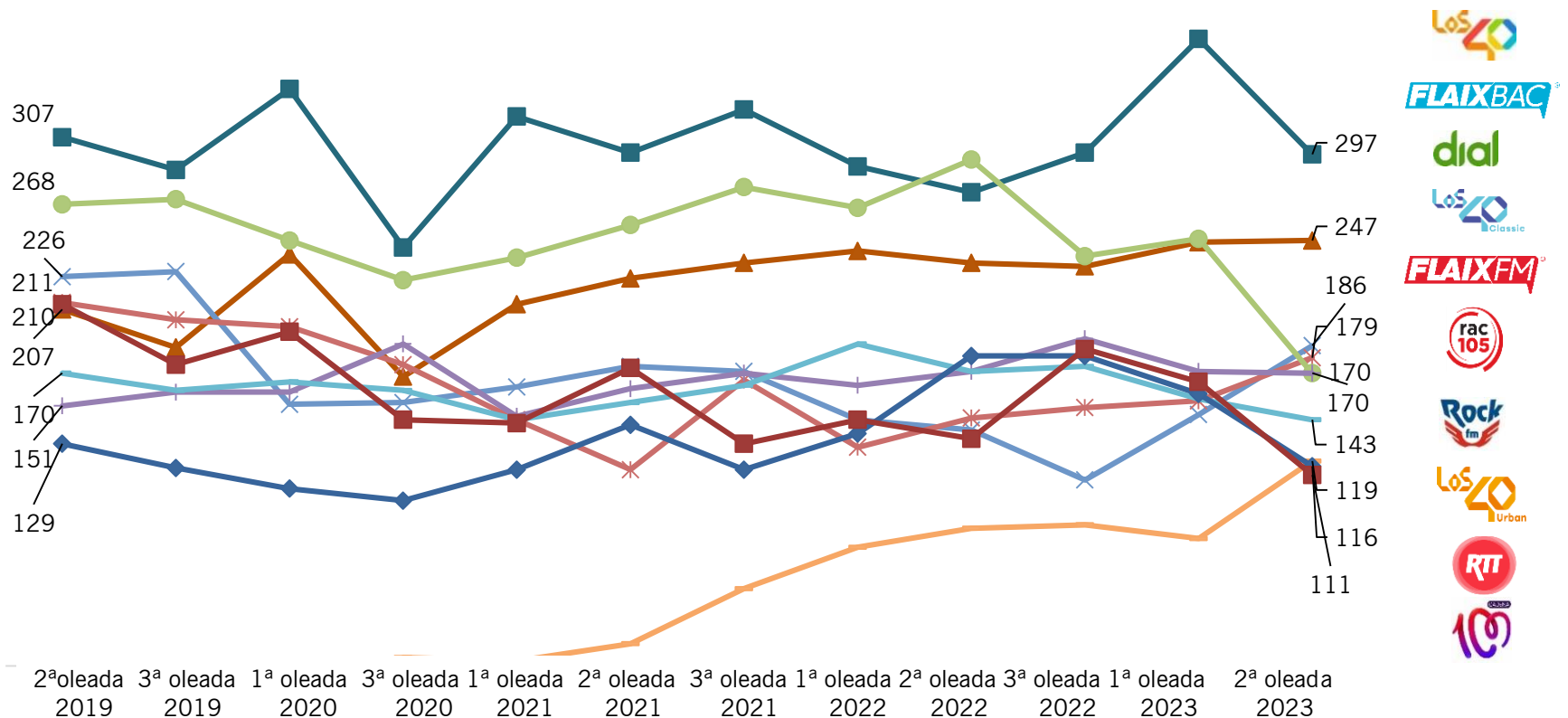


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2.^a oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



Audiencias de la radio (y 6)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales. Periodo 2.^a oleada 2019 – 2.^a oleada 2023 (de LUNES a DOMINGO, en miles)



Font: EGM – Datos Cataluña – 2.^a oleada de 2023. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



El apunte. Usos y percepciones de los medios audiovisuales

El presente apunte presenta los resultados del último [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya \(2023-2\)](#) sobre la opinión de la ciudadanía de Cataluña en relación con los **medios de comunicación y la sociedad de la información** en general.

El Òmnibus es un estudio de opinión más amplio sobre cuestiones de interés –como, por ejemplo, territorio, economía, seguridad, educación o salud, entre otros- elaborado por el [Centre d'Estudis d'Opinió](#), el órgano de referencia de los estudios de opinión pública de la Generalitat de Cataluña.



Ficha técnica

Muestra:

2.564 personas mayores de 16 años.

Ámbito:

Cataluña

Metodología:

Cuantitativa. Encuesta autoadministrada
(push-to-web + papel)

Trabajo de campo:

Del 2 de mayo al 4 de julio de 2023

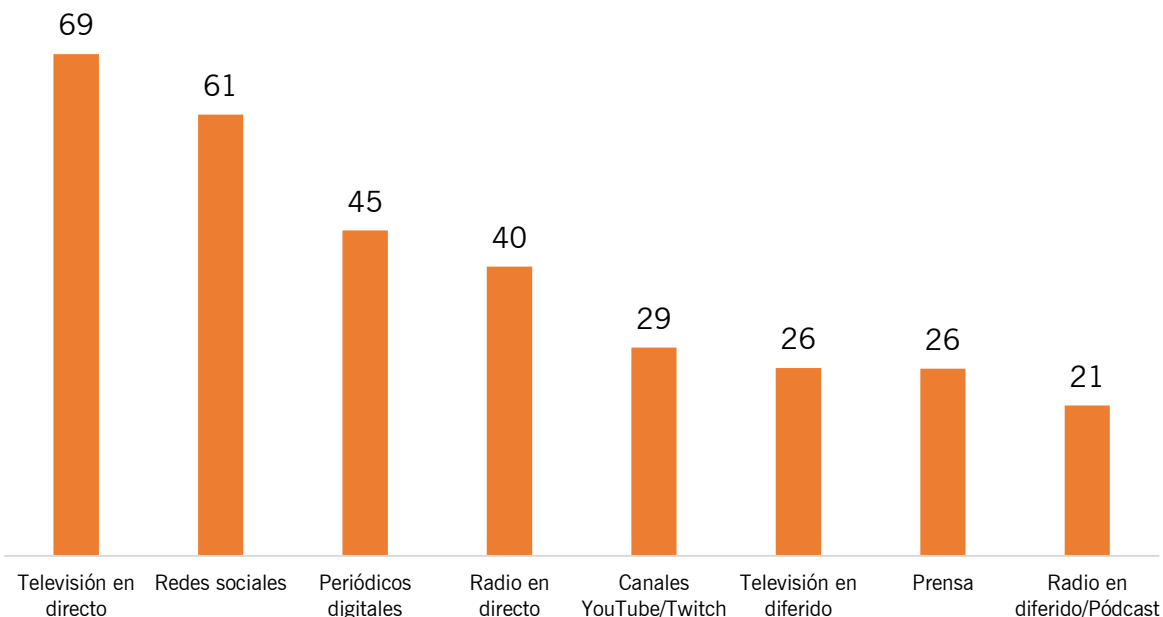


El apunte. ¿Cómo nos informamos de la actualidad?

La **televisión en directo** y las **redes sociales** son los **dos principales medios** escogidos por la ciudadanía para **informarse de la actualidad** (con casi un 70% y 61%, respectivamente).

Por edades, las franjas más jóvenes (de los 16 a los 34 años) se informan preferentemente a través de las **redes sociales**, mientras que las franjas de más edad optan por la **televisión en directo** (personas entre los 50 y los 65 años).

En un día cualquiera, ¿qué medios usa para informarse de la actualidad? (En %)



En **Europa**, la **televisión** sigue siendo la forma más importante de acceder a las noticias (75%).

Las plataformas en línea (medio digital) y la radio ocupan el segundo y tercer lugar, con un 43% y 39%, respectivamente.

En muchos países europeos el **crecimiento** de las **redes sociales** se acentúa y los jóvenes son más consumidores de noticias digitales.

Fuente: Datos de Cataluña: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Septiembre de 2023. Datos de España y de Europa: [Eurobarometer Media News and Survey 2022](#).

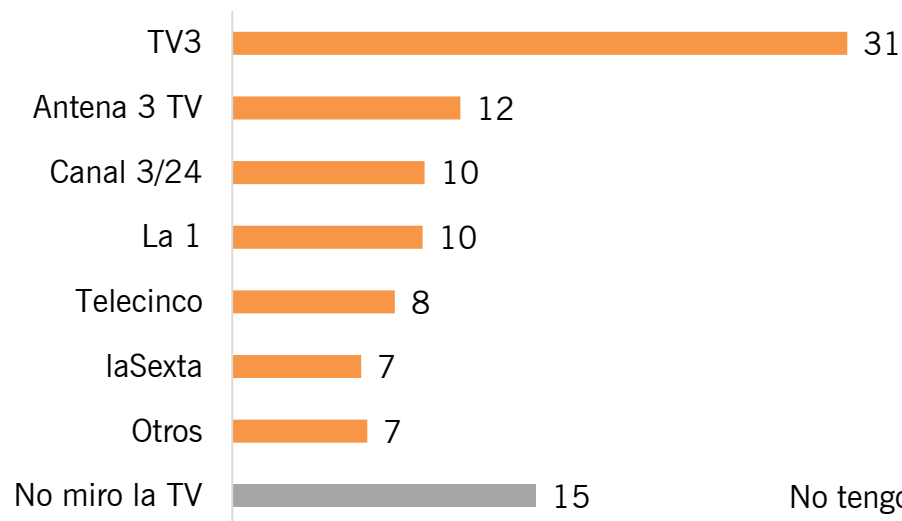


El apunte. Canal de TV habitual para informarse

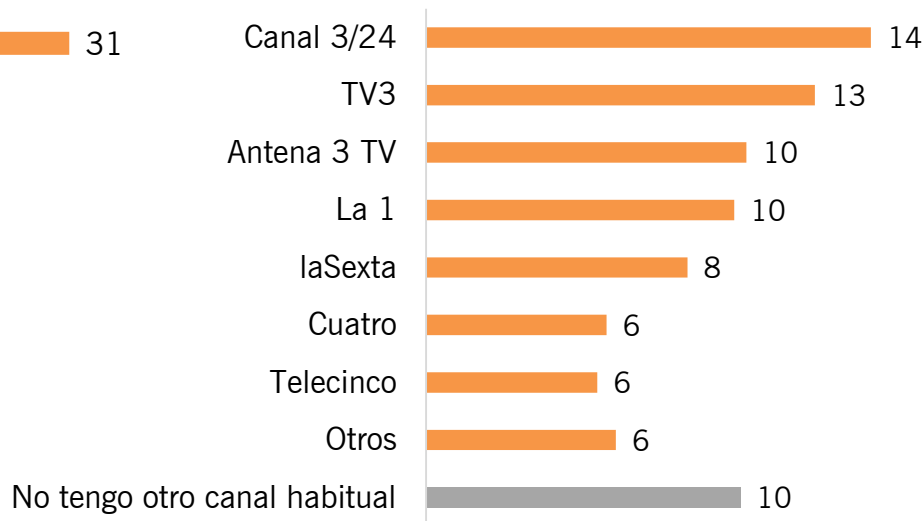
TV3 es el canal de televisión más visto por la ciudadanía de Cataluña para informarse y le sigue, a distancia, Antena 3 TV y el canal 3/24.

Ante la pregunta de **segunda opción de canal habitual**, la elección de la ciudadanía es el **canal informativo 3/24**.

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



¿Y qué otro canal o audiovisual mira más habitualmente para informarse de temas de actualidad? (En %)



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



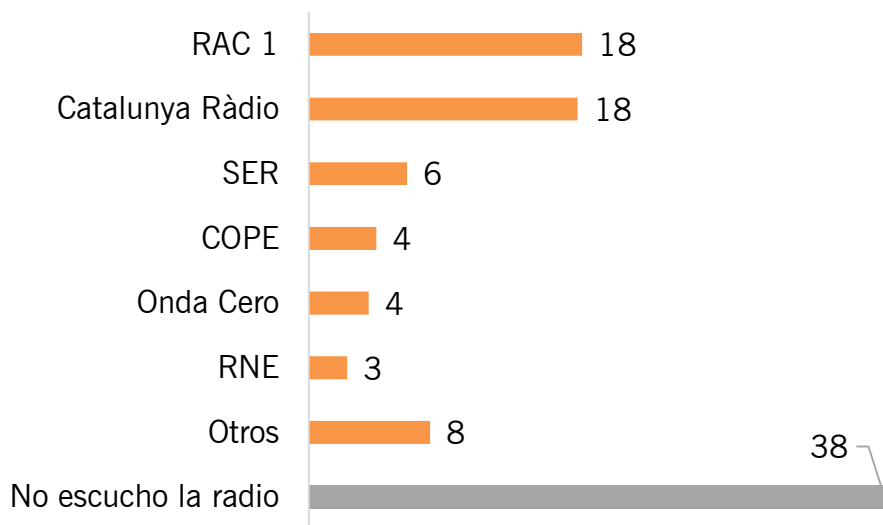
El apunte. Emisora de radio habitual para informarse

Seis de cada diez personas encuestadas **escuchan la radio para informarse de la actualidad**.

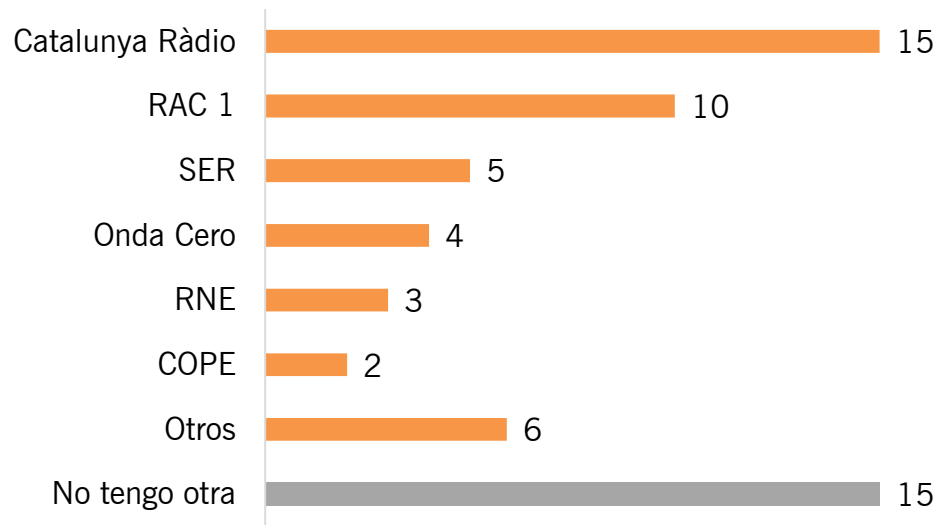
Catalunya Ràdio y **RAC1** son las emisoras más escuchadas tanto en primera como en segunda opción de elección, mientras que la emisora de ámbito estatal SER ocupa la tercera posición, a distancia.

El **37,5 %** de las personas encuestadas **no escuchan la radio para informarse**.

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



¿Y qué otra emisora de radio escucha más habitualmente para informarse de temas de actualidad? (En %)



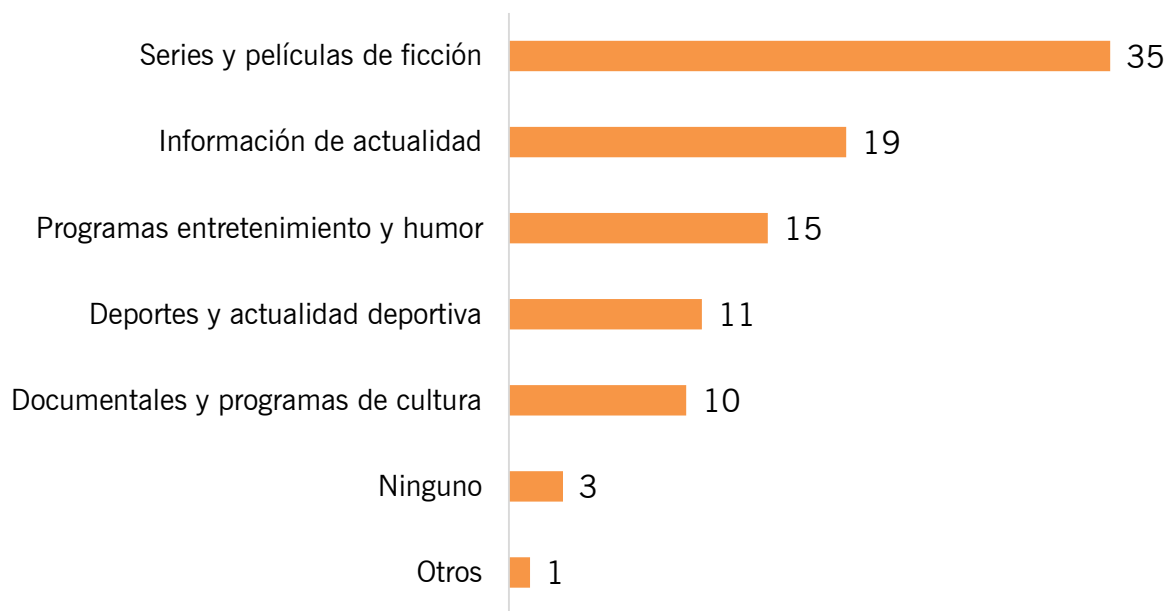
Fuente: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Septiembre de 2023.



El apunte. Consumo de contenidos audiovisuales por tipología

Las **series** y las **películas** son el **contenido audiovisual más visto** por televisión o por internet por el conjunto de la ciudadanía catalana (un 35 %). A mucha distancia se sitúa la información de actualidad (con un 19%) –este porcentaje es más elevado en las personas de más edad–. El contenido preferido por los más jóvenes son los deportes y la actualidad deportiva.

¿Qué tipo de contenido audiovisual mira con más frecuencia en la televisión o por internet? (En %)



En Europa, **una de cada tres personas ha evitado, a veces o a menudo, la información de actualidad** (36%), una tendencia que ha crecido más de un 5% respecto al año 2017. El porcentaje en España es del 29%.

Los **temas** que la población acostumbra a evitar son los que se repiten mucho y son agotadores emocionalmente, como, por ejemplo, la guerra en Ucrania, el cambio climático o los debates políticos, entre otros.

Fuente: Datos Cataluña: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Septiembre de 2023.

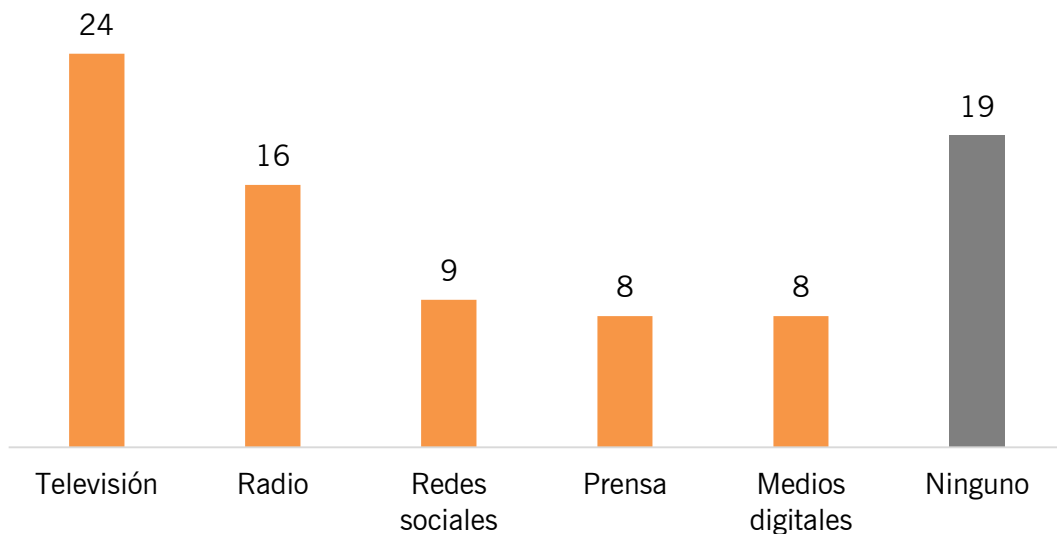
Datos de España y de Europa: [Digital News report 2023](#).



El apunte. Credibilidad de los medios audiovisuales (1)

Según las personas encuestadas, los **medios tradicionales** (televisión y radio) son los que aportan información más **creíble**. Respecto al año anterior, aumenta la credibilidad de la ciudadanía hacia los contenidos de las redes sociales, a diferencia del resto de medios, y destaca el alto volumen de personas que **no dan credibilidad a ningún medio de comunicación (19 %)**.

¿Qué medio de comunicación considera, en general, que aporta información más creíble?



En **Europa**, la **radio es el medio de comunicación que aporta una información más creíble** (según el 56% de la ciudadanía), seguida de la TV y de la prensa, con un 49% cada uno.

En torno a **un 50% y un 70% de personas desconfían de internet y de las redes sociales**, respectivamente.

Fuente: Datos Cataluña: Centre d'Estudis d'Opinió. [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2023-2](#). Septiembre de 2023.
Datos Europa: [Digital News Report 2022](#).



El apunte. Credibilidad de los medios audiovisuales (y 2)

La percepción de credibilidad de los medios de comunicación cambia según la franja de edad de la ciudadanía: las personas más jóvenes creen en el contenido que ofrecen las redes sociales; las personas de mediana edad (35-49 años) no duda de la veracidad de los contenidos proporcionados por los medios digitales, y las franjas de edad más avanzada buscan la credibilidad de los medios tradicionales (radio y televisión).

	16-24	25-34	35-49	50-64	Más de 64
Televisión	10,6	9,1	26,0	26,4	27,9
Radio	5,0	6,0	31,9	30,7	26,4
Prensa	10,2	10,7	25,6	29,7	23,8
Medio digital	12,2	25,2	33,2	19,0	10,5
Redes sociales	18,7	26,3	32,0	14,3	8,7
Ninguno	15,7	15,0	28,4	18,9	22,1

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



El apunte. Reacción ante contenidos inadecuados

Más de la mitad de las personas encuestadas harían llegar una queja y/o denuncia ante un contenido audiovisual que considerara inadecuado.

¿Si quiere hacer llegar una queja o denunciar un contenido audiovisual que considera inadecuado, donde se dirigiría?



Los lugares escogidos para hacer llegar la queja son varios, pero destacan los **cuerpos de seguridad** y el **medio de comunicación/plataforma** que ha difundido el contenido.

El 35% de la ciudadanía desconoce dónde puede dirigir su queja.

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



Flashes (1)



Aprobada la nueva Ley 13/2022, general de comunicación audiovisual

El 7 de julio el Gobierno del Estado publicó en el BOE la nueva Ley general de comunicación audiovisual ([Ley 13/2022](#)), tras recibir la aprobación del Senado a finales de junio. Esta ley deroga la anterior y regula el sector audiovisual de ámbito estatal, y ofrece normativa básica aplicable a escala autonómica y local, sin perjuicio de sus competencias en sus respectivos ámbitos.

Con la nueva ley se hace efectiva la transposición a la legislación española de la Directiva (UE) 2018/1808 de 14 de noviembre, que modifica la Directiva 2010/13/UE de 10 de marzo, de servicios de comunicación audiovisual.



8tv entra en fase de concurso de acreedores

En agosto, el canal catalán de televisión privada entró en fase de concurso de acreedores. Entre los factores que condicionaron la situación económica del prestador está la finalización de los contratos de alquiler de los canales Fibracat y Barça TV, así como la tendencia a la baja de los ingresos publicitarios que afecta al sector de la televisión convencional.



Telefónica: renovación de los derechos televisivos de fútbol y cambio en el accionariado

La empresa de telecomunicaciones se ha adjudicado por 960 millones de euros los derechos audiovisuales para emitir las principales competiciones del fútbol europeo, en exclusiva y para España. La compra de Telefónica incluye los derechos de emisión de tres temporadas de fútbol masculino de la UEFA Champions League, la UEFA Conference League y la UEFA Europa League, entre otras.

En septiembre, la compañía Saudi Telecom Company (STC) adquiere el 9,9% de Telefónica, por un valor de 2.100 millones de euros y se convierte en accionista principal. Esta compra está pendiente de la evaluación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).



La presencia de las mujeres en los medios catalanes

Según el informe del CAC [Els pluralismes i la diversitat en els continguts de la televisió i de la ràdio lineals](#), SX3 es el único medio catalán donde la presencia de las mujeres supera la barrera del 50%. Este análisis, enmarcado en el periodo septiembre-diciembre de 2022, muestra que todavía persiste una infrarrepresentación de las mujeres en los medios audiovisuales catalanes.



Flashes (y 2)



La UNESCO y la UE, a favor de la aplicación de normas de ética en la IA

En junio la UNESCO y la Comisión Europea firmaron un acuerdo para acelerar la aplicación de la [Recomendación de la UNESCO sobre ética de la inteligencia artificial](#) (IA), que proporciona un marco normativo común para todos los países del mundo con el objetivo de garantizar el respeto de la IA hacia las libertades fundamentales y los derechos humanos. La firma del acuerdo incluía el destino de 4 millones de euros para apoyar a los países menos desarrollados para que introduzcan estas normas éticas en su regulación.



Más de 12.500 servicios audiovisuales en Europa

El Observatorio Europeo del Audiovisual publicó un año más su [informe](#) del sector audiovisual en Europa. Según su radiografía, la mayoría de los servicios audiovisuales disponibles en Europa (12.664 a diciembre de 2022) son lineales (9.349 televisiones), frente a una cuarta parte que son servicios no lineales (3.315 servicios bajo demanda y plataformas de intercambio de vídeos). La presencia de empresas norteamericanas es fuerte y tienen una posición estratégica en la televisión temática infantil y en el sector de servicios audiovisuales de entretenimiento en SVoD.



Nueva edición del Media Pluralism Monitor

Un año más, el European University Institute y el Robert Schuman Centre han publicado su estudio sobre el pluralismo mediático en la era digital. El [Media Pluralism Monitor 2023](#) (MPM) analiza los riesgos potenciales en relación con cuatro áreas relacionadas con los medios: la protección de derechos fundamentales, la pluralidad del mercado, la independencia política y la inclusión social. El informe ofrece los datos globalmente y también por países. El informe MPM correspondiente a [España](#) ha sido elaborado por un equipo de la Blanquerna-Universitat Ramon Llull y determina que el aspecto que detiene un riesgo más alto (69%) es la pluralidad del mercado, en términos de problemas de transparencia en cuanto a la propiedad y a la financiación de los medios.



¿Cómo está configurado el ecosistema mediático europeo?

La Unión Europea de Radiodifusión (UER) presenta en su informe [PSM competitive environment](#) una radiografía y cifras de referencia sobre los mayores grupos comerciales mediáticos en Europa, según sus ingresos y audiencias. El análisis compara esta realidad con la de los prestadores de servicio público.



Fuentes principales y citación bibliográfica

Fuentes principales:

CAC: datos propios del Consejo del Audiovisual de Cataluña.

EGM: 2.ª oleada de 2023. Datos para Cataluña.

Barlovento Comunicación: Informes públicos mensuales.

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

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 25.

Barcelona: CAC, septiembre de 2023. <www.cac.cat>