



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

Segundo cuatrimestre de 2019
Número 14. Septiembre de 2019

Sumario

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña

Preferencia y usos de los medios en Cataluña

3

5



Televisión

8

Distribución de canales de televisión en Cataluña

9

La televisión de ámbito nacional

10

La televisión de ámbito estatal

11

La televisión de ámbito local

12

La televisión local pública

13

La televisión local privada

14

Audiencia de la radio

16

Prácticas de consumo televisivo

19

Preferencia de horarios de emisión

23



Radio

24

Distribución de emisoras de radio en Cataluña

25

La radio pública

26

La radio privada

27

Audiencia de la radio

28

Audiencia de la radio por franjas horarias

34



Internet

35

Consumo de internet en Cataluña

36

Consumo de contenidos audiovisuales en internet

37



El apunte. El equipamiento TIC en Cataluña

39



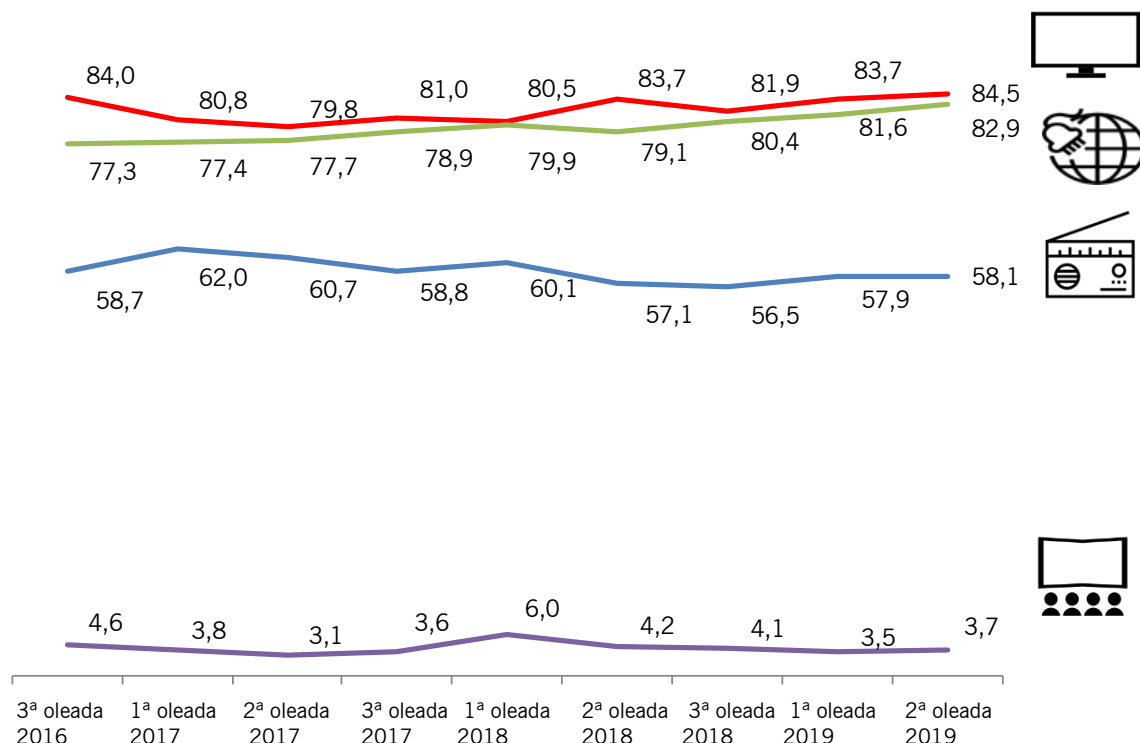
Flashes

44



Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (1)

Penetración de los medios audiovisuales en Cataluña (en % sobre la población)



CONSUMO EN CATALUÑA

Hasta el mes de agosto, el consumo medio de televisión ha sido de 3 horas y 11 minutos.

De lunes a domingo, se escucha diariamente una media de 1 hora y 44 minutos de radio.

Nota: La penetración indica el porcentaje que la audiencia de cada medio representa en relación con el total de la población.

Los datos relativos a internet hacen referencia a la conexión, indistintamente del uso que se haga de ella. Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista); cine (última semana).

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (y 2)

Penetración de los medios audiovisuales. Por sexo y franja de edad (en %)

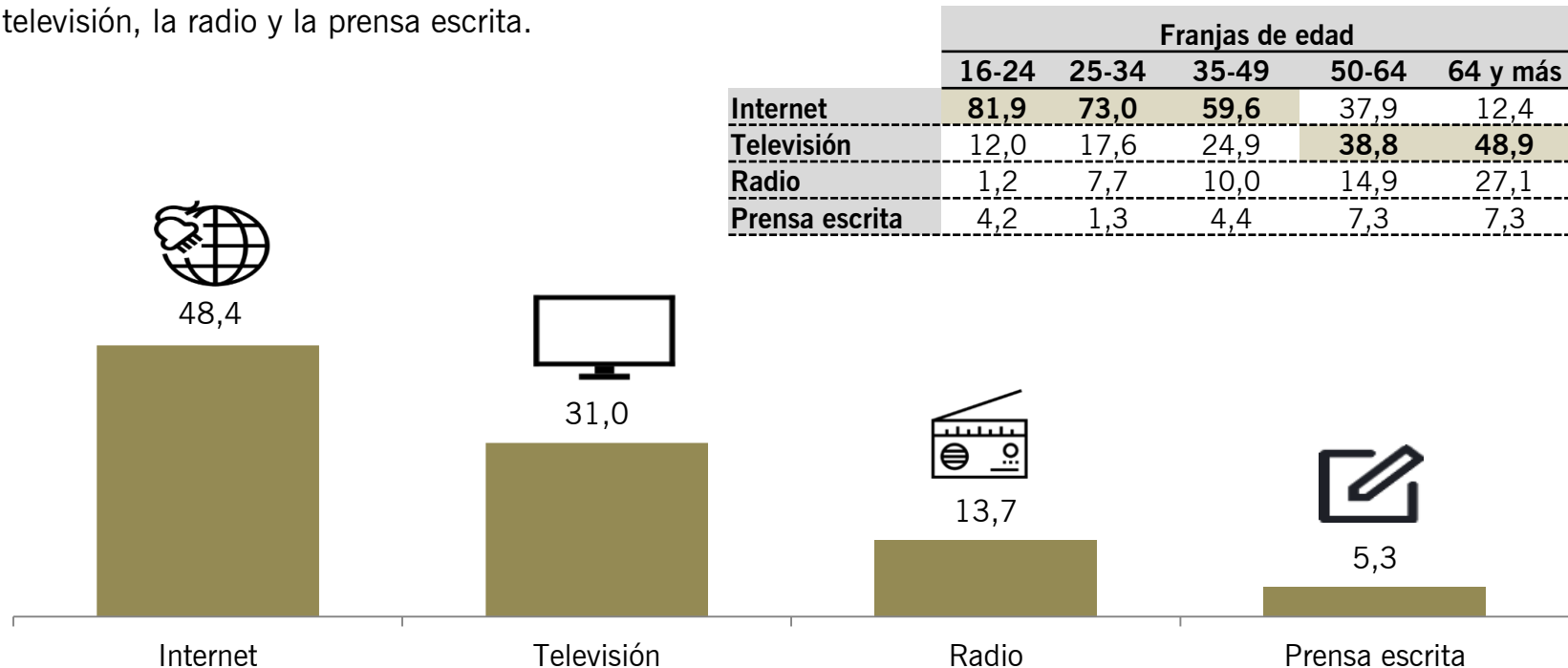
				
SEXO / EDAD	TELEVISIÓN	RADIO	INTERNET	CINE
Total población	84,5	58,1	82,9	3,7
Hombres	83,2	62,6	86,2	4,4
Mujeres	85,6	53,9	79,8	3,1
De 14 a 19 años	77,2	50,1	97,5	3,4
De 20 a 24 años	78,1	54,5	97,5	3,9
De 25 a 34 años	80,1	55,6	96,9	4,1
De 35 a 44 años	79,6	63,1	92,9	4,8
De 45 a 54 años	86,9	68,3	92,3	3,7
De 55 a 64 años	88,0	61,0	84,2	5,2
De 65 años y más	90,8	48,8	49,3	1,9

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

Preferencia y usos de los medios en Cataluña (1)

Medios de comunicación preferidos

El medio de comunicación preferido por la mayoría de los catalanes y catalanas es **internet**, por delante de la televisión, la radio y la prensa escrita.



P2. Si durante un mes entero solo tuviera acceso a uno de estos medios, ¿cuál elegiría? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Preferencia y usos de los medios en Cataluña (2)

Usos de los medios. Por grados de opción

En el momento de ...	1ª opción	2ª opción	3ª opción	4ª opción
Informarse de la actualidad	 TV	 Internet	 Radio	 Prensa escrita
Entretenerse				
Formarse una opinión	 Internet	 TV		
Informarse de temas locales				

Preguntas P3, P4, P5a y P5b. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted para: informarse sobre noticias de actualidad/ formarse una opinión sobre un tema/ entretenerse/ conocer las cosas que pasan en su municipio? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Preferencia y usos de los medios en Cataluña (y 3)

Usos de los medios. Por franja de edad

En el momento de ...	Formarse una opinión	Informarse de temas locales	Informarse de la actualidad	Entretenerse
16-24 años		Internet		
25-34 años				
35-49 años				
50-60 años		Televisión		
64 años y más				

Preguntas P3, P4, P5a y P5b. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted para: informarse sobre noticias de actualidad/ formarse una opinión sobre un tema/ entretenerse/ conocer las cosas que pasan en su municipio? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.



Distribución de canales de televisión en Cataluña



92 canales de televisión en abierto

En el sector televisivo hay una mayor oferta de canales privados, un 75%, frente a un 25% de televisión pública.



El hogar catalán recibe de media entre 42 y 44 canales de televisión en abierto: 9 de ámbito nacional, 32 estatal y los canales de ámbito local.

Oferta de televisión por ámbito territorial

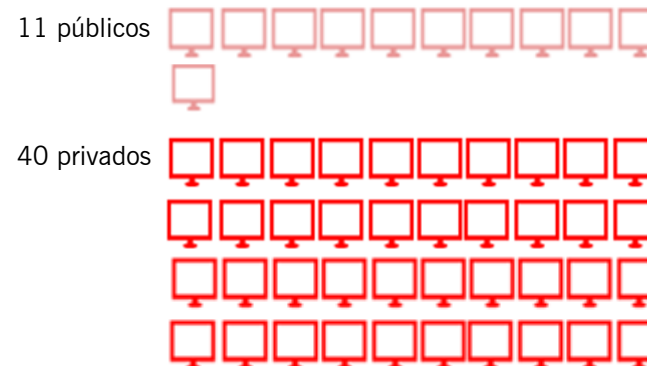
9 canales nacionales



32 canales estatales



51 canales locales



Nota: En el BIAC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada múltiplex (MUX).
Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Economía y Empresa (canales TDT estatal). Septiembre de 2019.

La televisión de ámbito nacional

 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

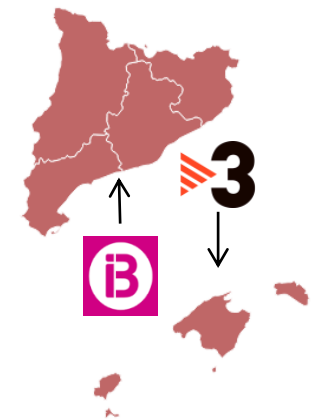
Por ámbito, titularidad, oferta y lengua vehicular

 Catalán

9 canales nacionales	5 canales públicos 56%	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)     
	4 canales privados 44%	Grupo Godó    Futbol Club Barcelona 

+ Reciprocidad de emisiones

El canal balear IB3 Global se ve en Cataluña desde abril de 2016.



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2019.

La televisión de ámbito estatal

 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Por ámbito, titularidad, oferta y lengua vehicular

 Castellano

32 canales estatales	7 canales públicos 22%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)       				
	25 canales privados 78%	Atresmedia Televisión     neox NOVA MEGA A3S	Mediaset España   cuatro      	NET Televisión   VEO Televisión DMAX GOL	13 Televisión 13 Real Madrid Televisión  Real Madrid TV	Grupo Secuoya ten Grupo Kiss Media DKISS

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 del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual.

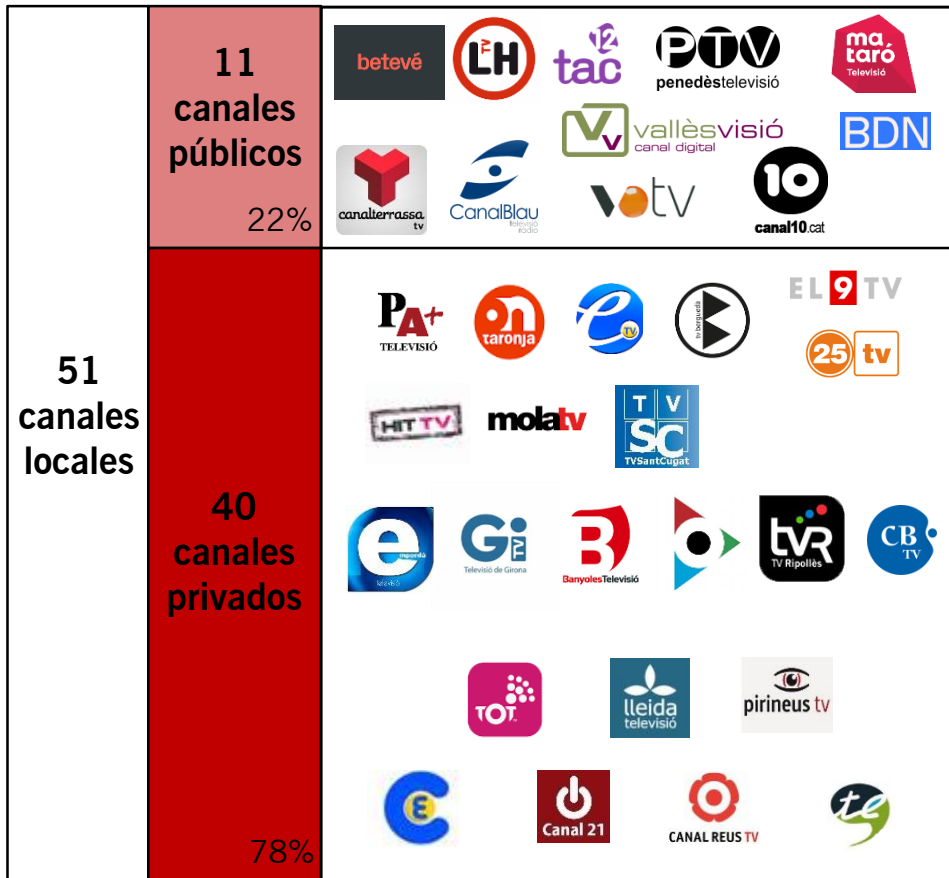
Septiembre de 2019.

La televisión de ámbito local

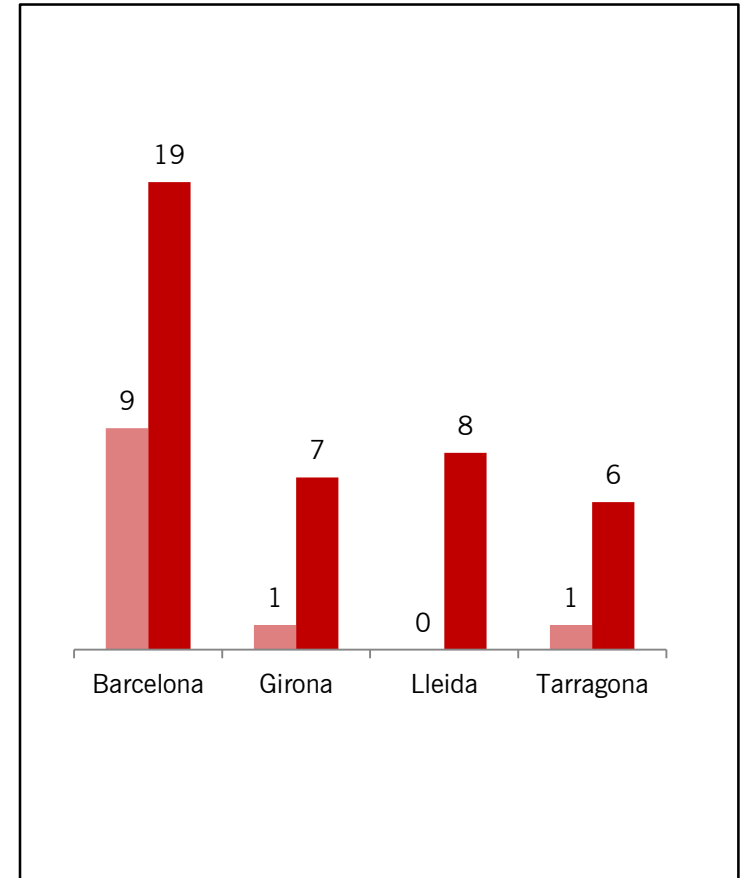
 Canal TV
  TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Canales y programas de TDT por ámbito, titularidad y lengua

 Catalán



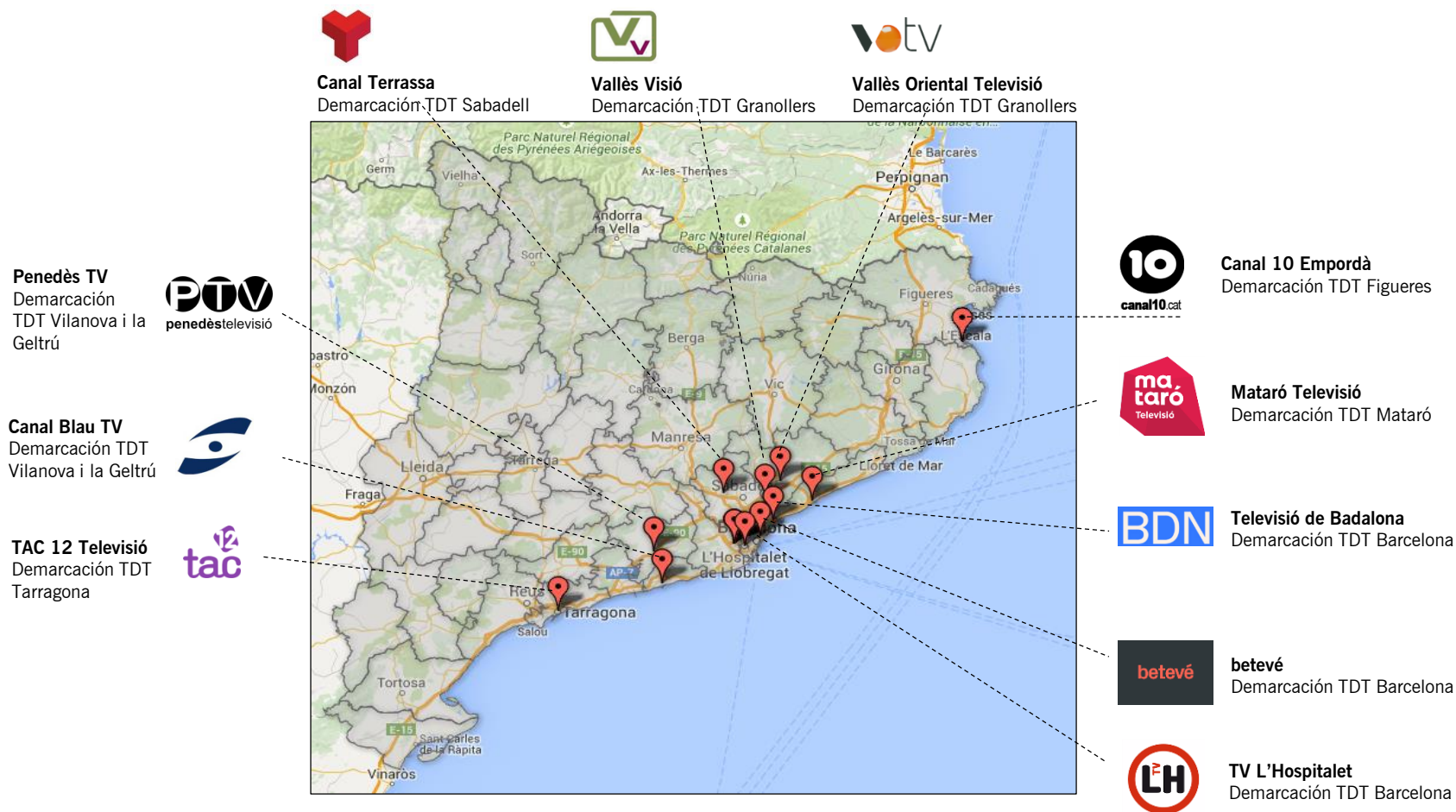
Distribución geográfica programas TDT



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2019.

La televisión local pública

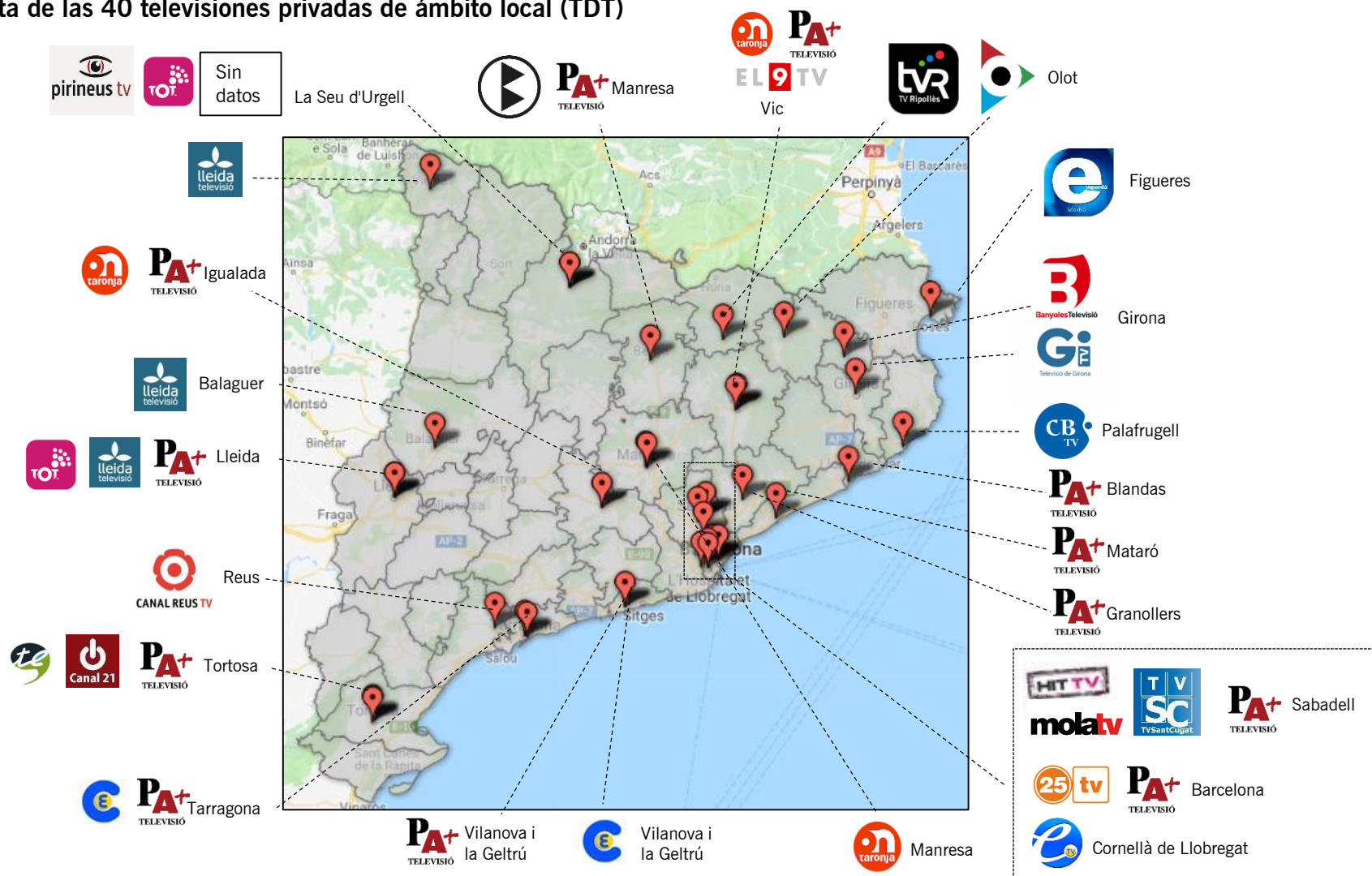
Oferta de las 11 televisiones públicas de ámbito local (TDT)



Fuente: [Mapa de ràdios i televisions de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2019.

La televisión local privada (1)

Oferta de las 40 televisiones privadas de ámbito local (TDT)

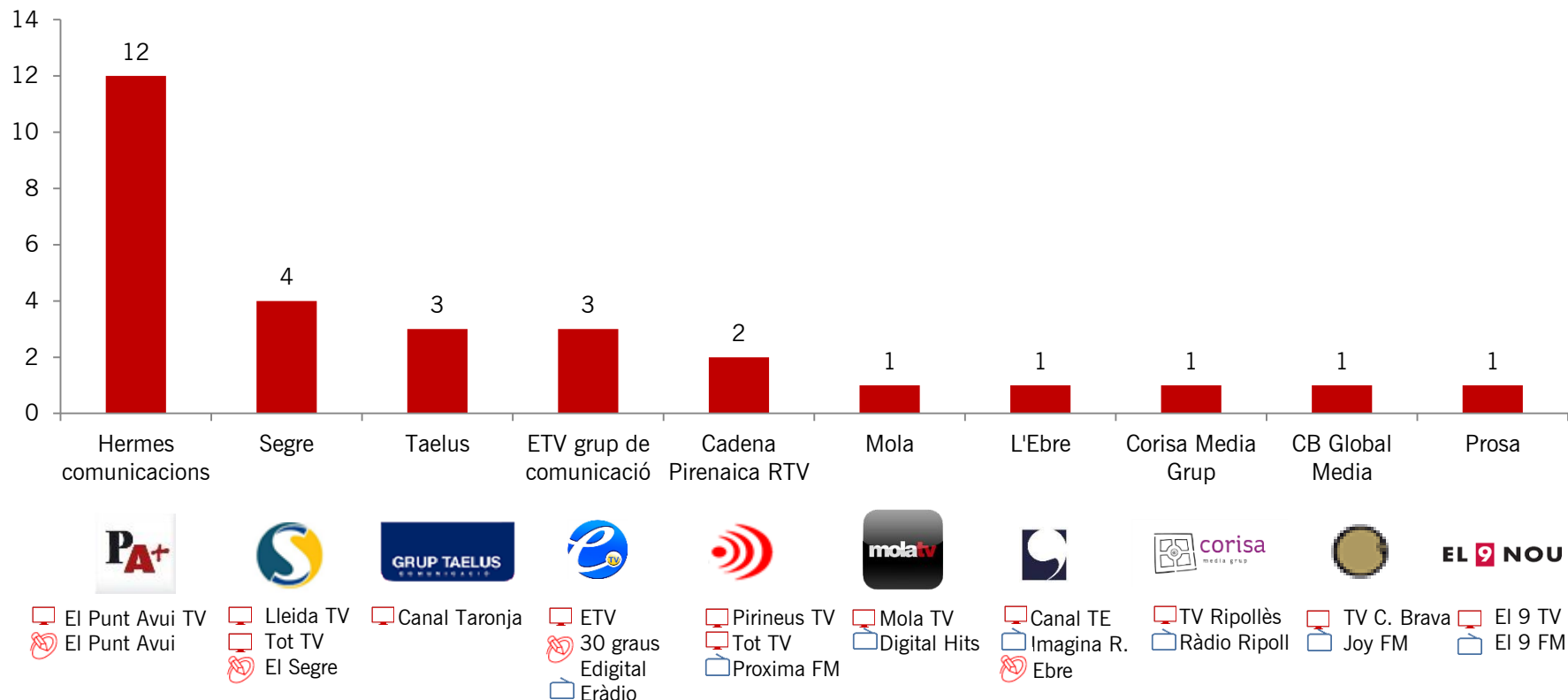


Fuente: [Mapa de ràdios i televisions de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2019.

La televisión local privada (y 2)

Grupos de comunicación local privados con presencia en el sector televisivo local

 Canal TV
  Emisora radio
  Prensa

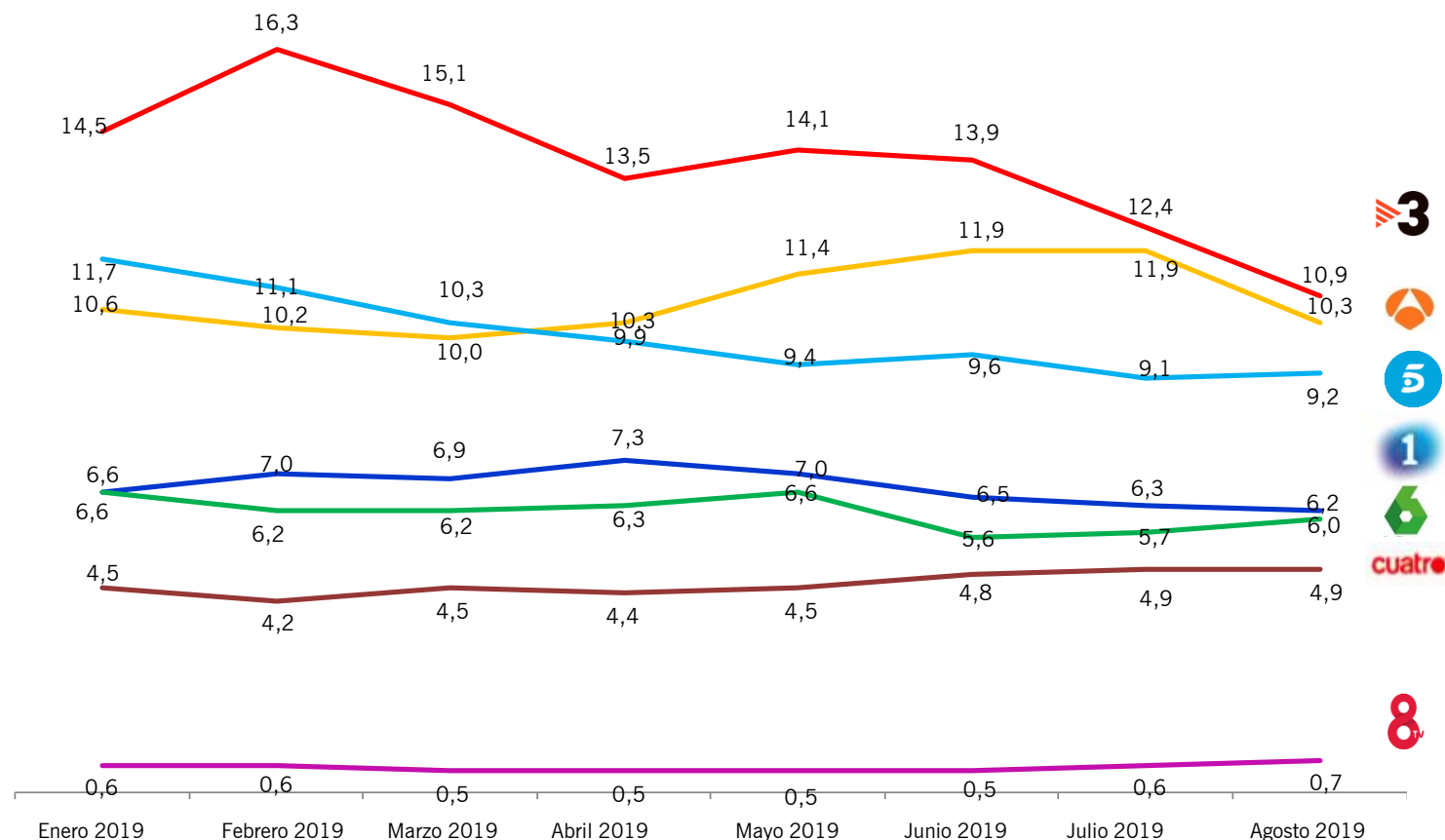


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2019.

Audiencia de la televisión (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales en Cataluña

(en %, de enero a agosto del 2019)



Nota: la cuota de pantalla o *share* es el porcentaje de individuos que miran una cadena determinada respecto del total de personas que miran la televisión en ese momento.

Fuente: [Barlovento Comunicación](#).

Audiencia de la televisión (2)

Cuota mensual de pantalla por canales en Cataluña

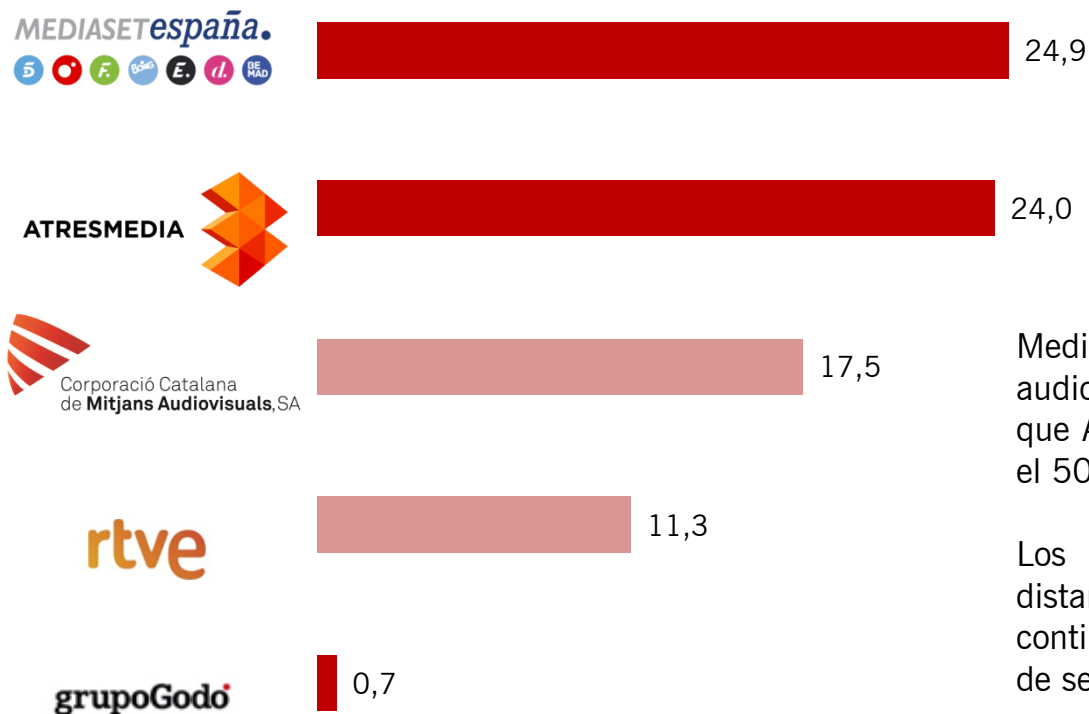
(en %, de enero a agosto de 2019, en orden descendiente según el ranking de agosto)

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
TV3	14,5	16,3	15,1	13,5	14,1	13,9	12,4	10,9
Telecinco	10,6	10,2	10,0	10,3	11,4	11,9	11,9	10,3
Antena 3 TV	11,7	11,1	10,3	9,9	9,4	9,6	9,1	9,2
laSexta	6,6	7,0	6,9	7,3	7,0	6,5	6,3	6,2
La1	6,6	6,2	6,2	6,3	6,6	5,6	5,7	6,0
Cuatro	4,5	4,2	4,5	4,4	4,5	4,8	4,9	4,9
Energy	3,2	3,1	2,9	3,0	2,9	3,1	3,2	4,1
Neox	2,6	2,6	2,7	2,9	2,8	3,0	3,0	3,5
Factoría de Ficción	2,7	2,7	2,6	2,7	3,2	3,3	3,3	3,2
TRECE	2,0	1,7	2,0	1,9	1,9	2,0	2,3	2,5
Paramount Network	2,2	2,3	2,7	2,7	2,3	2,4	2,4	2,5
La2	2,2	2,1	2,0	2,0	2,1	2,2	2,4	2,4
Divinity	1,8	1,7	1,8	2,0	1,8	1,7	2,0	2,4
DMax	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7	1,8	1,9	2,2
Nova	1,7	1,6	1,8	1,9	1,8	1,5	1,6	1,9
Mega	1,4	1,4	1,5	1,4	1,3	1,4	1,4	1,7
3/24	1,5	2,6	3,1	3,0	2,4	2,0	1,7	1,6
Clan	1,4	1,3	1,5	1,6	1,5	1,7	2,0	1,7
Atreseries	1,8	1,5	1,5	1,7	1,6	1,7	1,7	1,5
Dkiss	1,0	1,1	1,1	1,0	1,3	1,3	1,3	1,5
Boing	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0
Disney Channel	0,9	0,8	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0
Gol	0,7	0,8	0,7	0,7	0,6	0,8	0,6	0,8
8tv	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7
BeMad	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
Teledeporte	0,5	0,3	0,4	0,5	0,6	0,5	1,4	0,7
Super3/33	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7
24h	0,6	1,0	0,9	1,0	0,8	0,7	0,6	0,6
Esport3	0,5	0,5	0,7	0,7	0,6	0,5	0,4	0,5
TEN	0,4	0,7	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5
RAC105	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Fuente: [Barlovento Comunicación](#).

Audiencia de la televisión (y 3)

Cuota de pantalla en Cataluña (en % por grupos, media de enero a agosto de 2019)



Mediaset se mantiene como el primer grupo audiovisual, con nueve décimas por más que Atresmedia. Entre los dos casi alcanzan el 50% de la audiencia en Cataluña.

Los grupos televisivos públicos siguen a distancia a los dos privados. La CCMA continúa por delante de la CRTVE, con más de seis puntos porcentuales de diferencia.

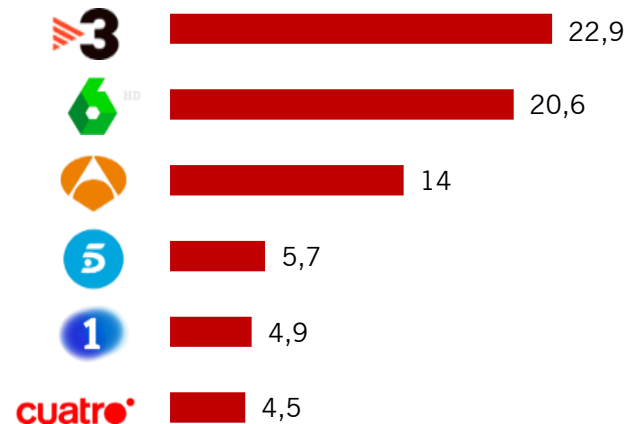
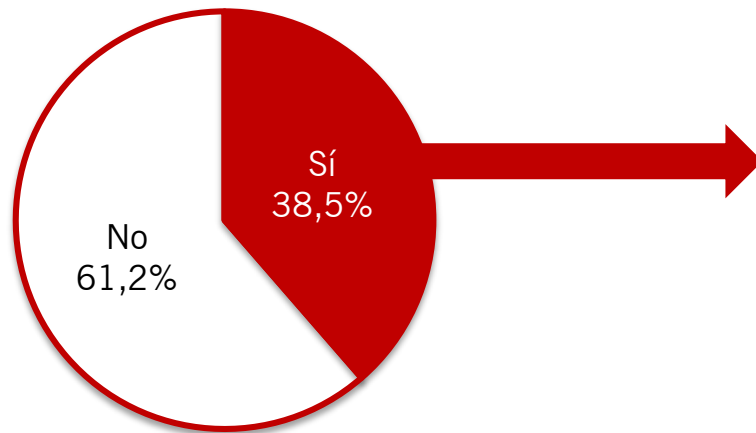
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Barlovento Comunicación](#).

Prácticas de consumo televisivo (1)

¿HAY ALGUNA CADENA QUE MIRE MÁS QUE ANTES?



En los últimos 2 años, **TV3** y **laSexta** han aumentado su número de espectadores en Cataluña.



P18a. En los últimos dos años, ¿hay alguna cadena de televisión que usted vea mucho más que antes? (N=1.600, respuesta simple, %)

P18b. ¿Podría decirme cuál? (Base: ve más que antes alguna cadena N=616, respuesta simple, %)

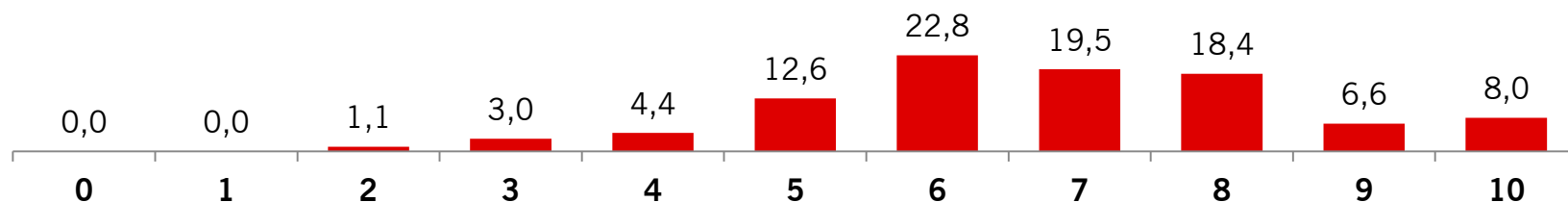
Fuente: [Encuesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Prácticas de consumo televisivo (3)

LA TELEVISIÓN LOCAL

1 de cada 4 personas acostumbra a mirar la televisión local. La franja de edad de los usuarios que más la miran es la de mayores **de 50 años**.

6,76 Nota global de la ciudadanía en relación con la televisión local



P17b. ¿Qué televisión local acostumbra a ver? (base: ve televisión local N=364, respuesta simple, %) /P17c. En una escala de 0 a 10, en la que 0 significa muy mal y 10 muy bien, ¿cómo valora esta televisión local? (Base: ve televisión local N=364, respuesta simple %)

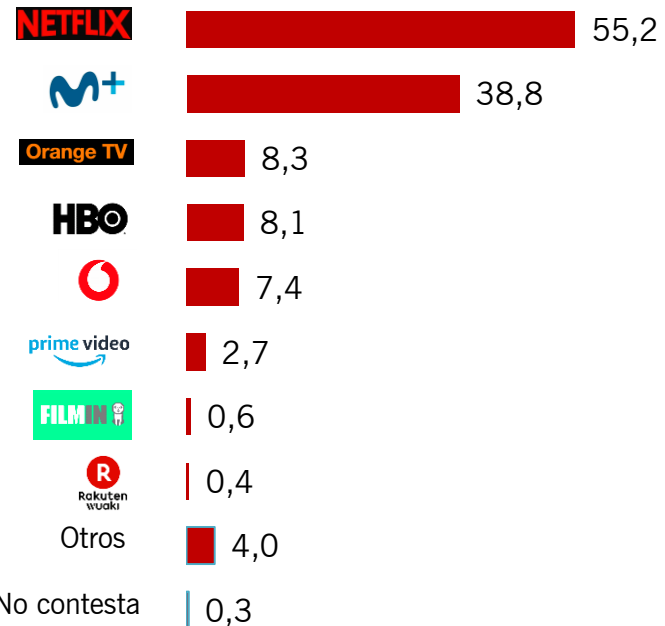
Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Prácticas de consumo televisivo (4)

SERVICIOS BAJO DEMANDA DE PAGO

4 de cada 10 personas encuestadas están abonadas a servicios de pago.

1 de cada 2 personas abonadas a servicios de vídeo o de televisión bajo demanda son usuarias de Netflix.



P20a. ¿Está abonado/ada a algún servicio de televisión o servicio de vídeo a demanda de pago? (N=1.600, respuesta simple, %)

P20b. ¿Podría decirme a cuál/es? (Base abonado/ada a TV o vídeo de pago N=764, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Prácticas de consumo televisivo (y 5)

SERVICIOS BAJO DEMANDA DE PAGO

Perfil de la persona abonada a los servicios de pago

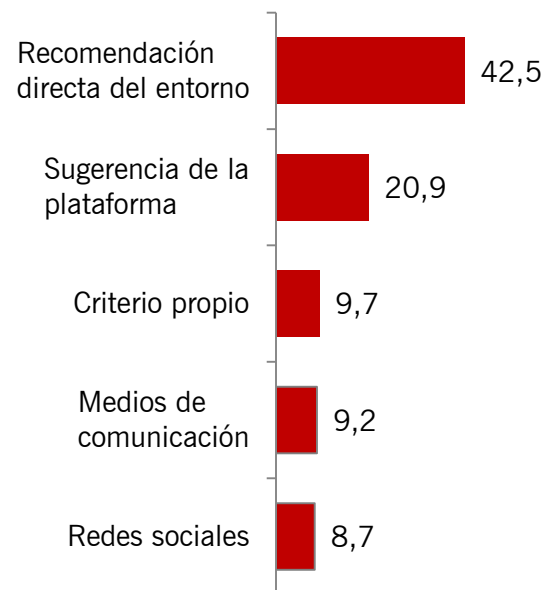
	Sexo		Franjas de edad				
	Hombre	Mujer	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
Abonado/ada	46,6	41,6	51,2	56,7	52,3	42,0	23,2
No	53,2	57,9	48,8	42,5	47,5	57,7	76,3

	Sexo		Franjas de edad				
	Hombre	Mujer	16-24	25-34	35-49	50-64	64 y más
Netflix	52,9	57,4	78,8	81,1	55,2	36,8	23,2
Movistar+	41,6	35,9	34,1	27,3	34,0	46,5	62,2
Orange TV	7,8	8,7	9,4	4,5	9,6	9,0	7,3
HBO	7,8	8,5	10,6	12,9	8,4	5,8	1,2
Vodafone TV	5,8	9	8,2	4,5	7,6	9,7	6,1

P20a. ¿Está abonado/ada a algún servicio de pago? (N=1.600, respuesta simple, %);

P20b. ¿Podría decirme a cuál/es? (base: abonado/ada a TV o vídeo bajo demanda de pago N=764, respuesta múltiple, %)

Motivos para elegir el contenido



P20c. ¿Podría decir cuál es el principal criterio que sigue para elegir el contenido que consume? (Base N=764, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Preferencia de horarios de emisión



6 de cada 10 personas consideran que los programas de su interés se emiten en horarios demasiado tardíos.



A **4 de cada 10** les gustaría que el *prime time* empezara entre las 21.00 h y las 21.59 h, y a **2 de cada 10**, entre las 20.00 h y las 20.59 h.



Por otra parte, el horario preferido para que acabe el *prime time* son las franjas de 21.00 h a 21.59 h (**1 de cada 3**) y de 22.00 h a 22.59 h (**2 de cada 10**).

P21. ¿Cree usted que los programas televisivos de su interés se emiten en horarios demasiado tardíos? (N=1.600, respuesta simple, %);
P22a. ¿A qué hora le gustaría que empezaran los programas de mayor éxito, series, películas, programas de entrevistas? (N=1.600, respuesta simple, %); P22b. ¿Y a qué hora le gustaría que acabaran? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.



Distribución de emisoras de radio en Cataluña

Radio pública
Radio privada

262 emisoras de radio

El número total de frecuencias usadas por el sector radiofónico es de 787, el 75% (589) de las cuales emite la oferta de radio pública.



El hogar catalán recibe una media de más de 30 emisoras: 10 radios de ámbito nacional, 20 estatal y las emisoras de ámbito local.

Por zona de servicio

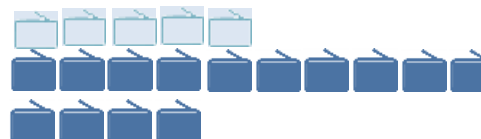
12 emisoras nacionales

4 públicas
8 privadas



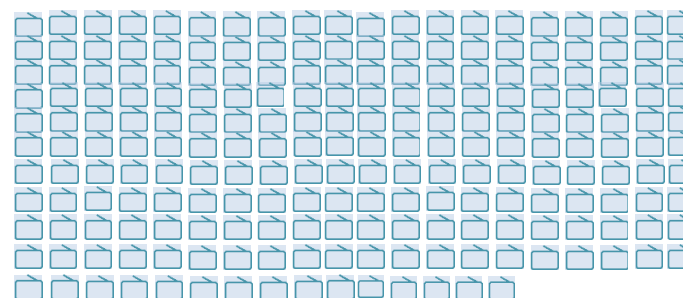
19 emisoras estatales

5 públicas
14 privadas



231 emisoras locales

215 públicas



16 privadas



Nota: En el BIAC se entiende por *emisora* el medio de comunicación que emite un producto radiofónico mediante una o más frecuencias.
Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional y FM estatal privadas) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal públicas). Septiembre de 2019.

La radio pública

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

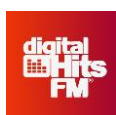
224 emisoras públicas	4 emisoras nacionales	CCMA  Cat     Catalán
	5 emisoras estatales	CRTVE       Castellano Catalán (Ràdio 4)
	215 emisoras locales	             Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (FM local), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (FM nacional) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal). Septiembre de 2019.

La radio privada

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

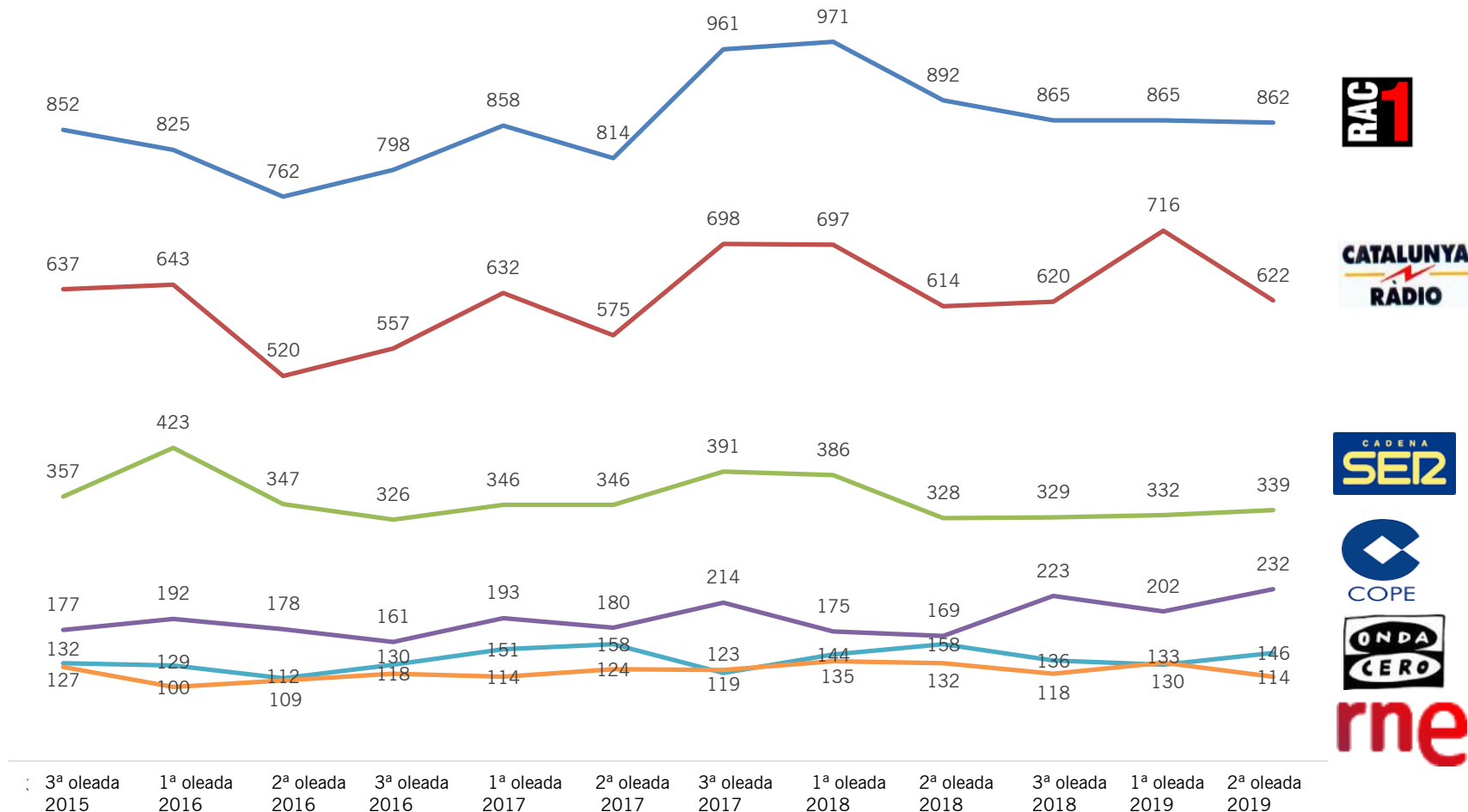
38 emisoras privadas	8 emisoras nacionales	GODÓ   FLASH  TELE TASE    Catalán ESTEL  PRISA 
	14 emisoras estatales	PRISA       COPE    ATRESMEDIA    RADIO BLANCA  UNIDAD EDITORIAL   Castellano (excepto desconexiones)
	16 emisoras locales	                Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2019.

Audiencia de la radio (1)

Ranking de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a viernes)

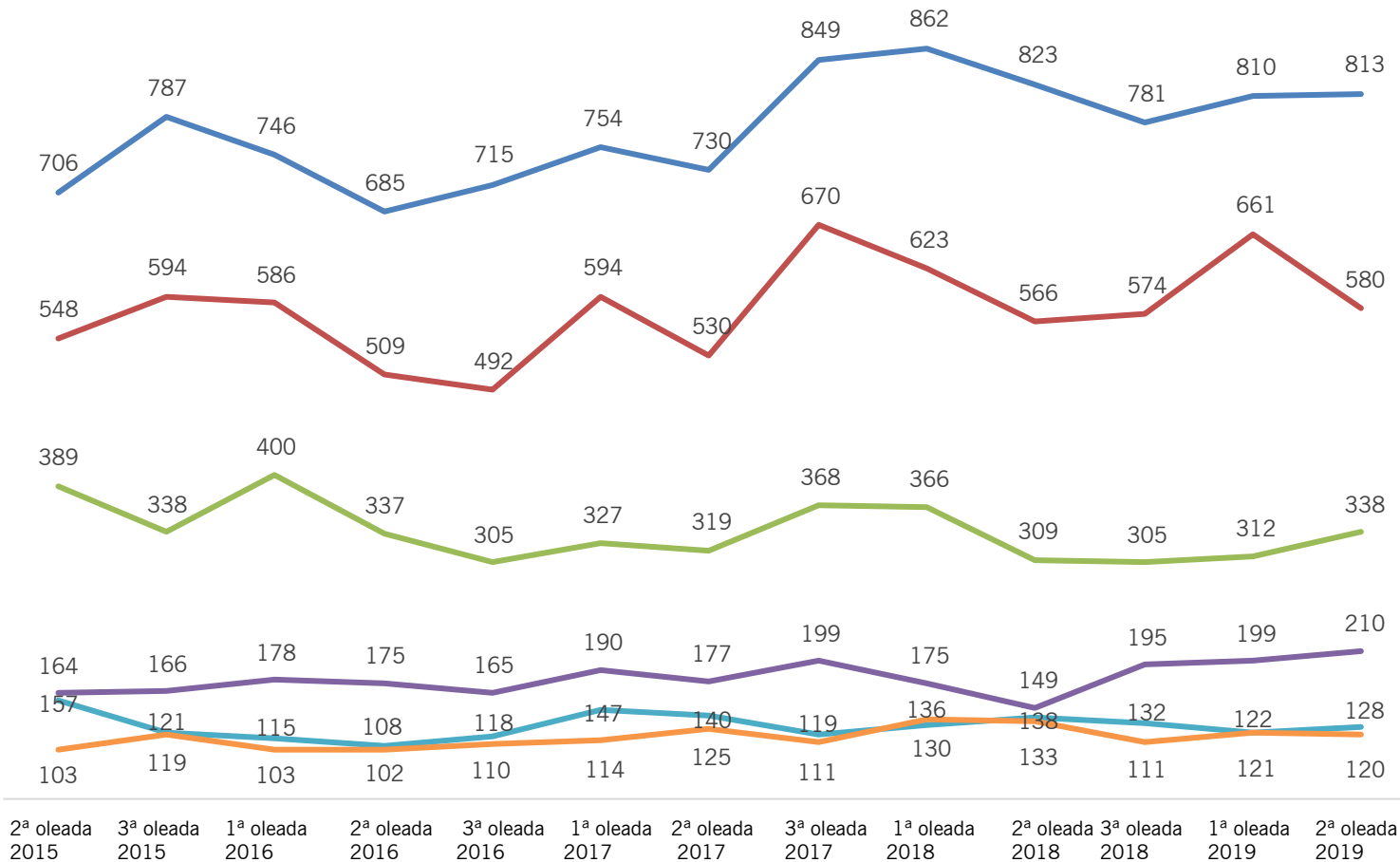


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (2)

Ranking de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)

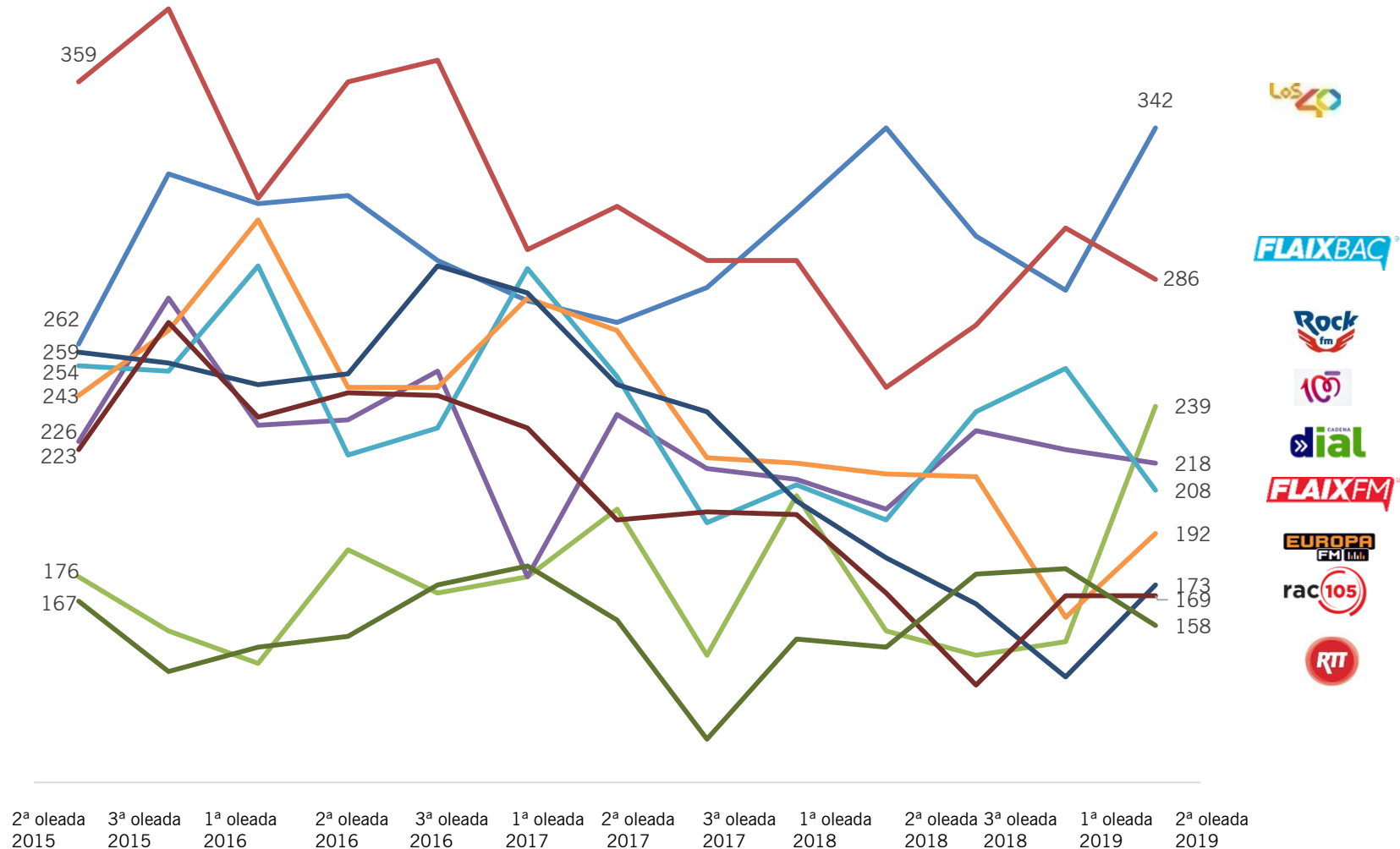


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (3)

Ranking de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a viernes)

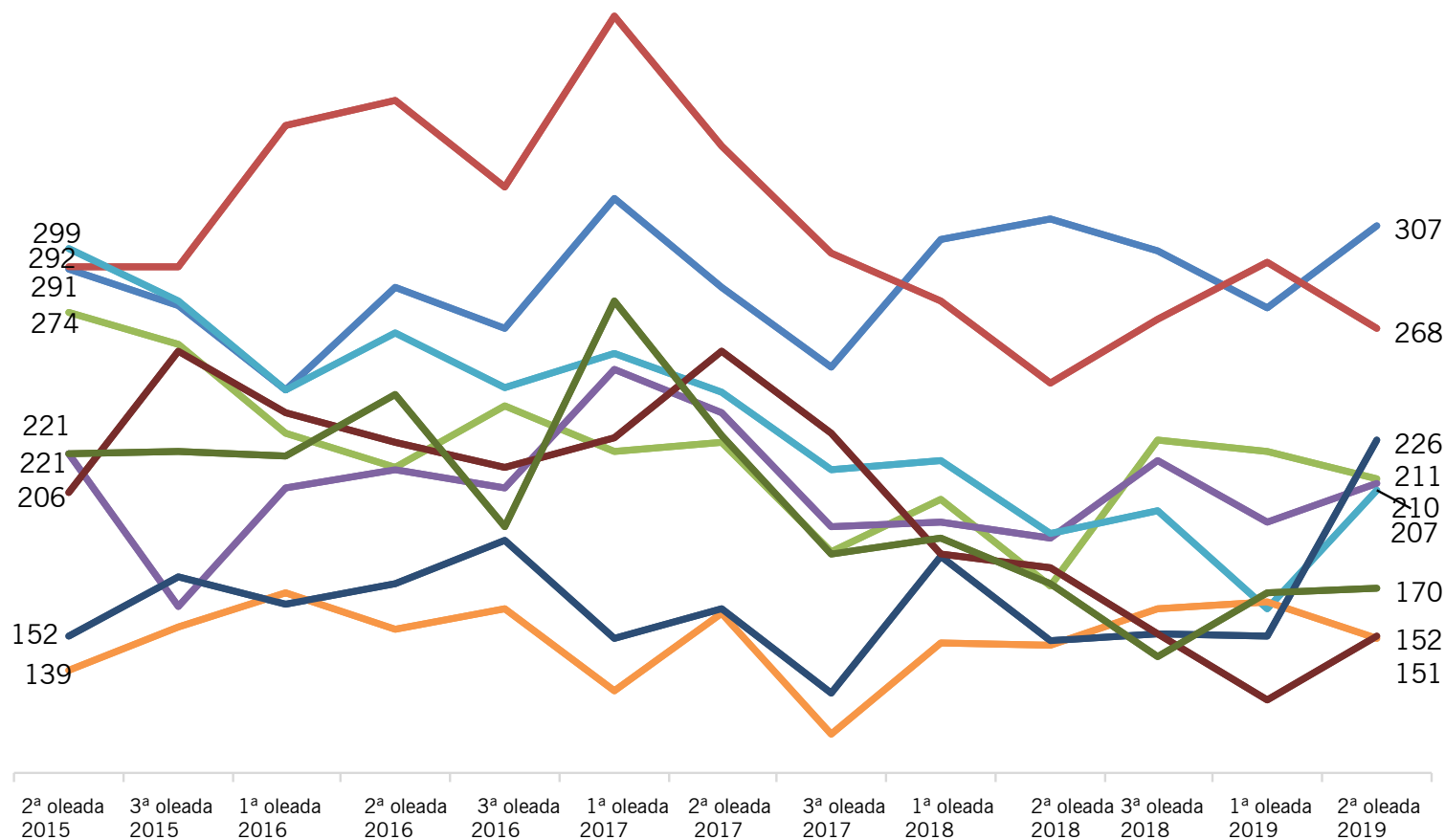


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

Audiencia de la radio (4)

Ranking de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1a oleada 2019.

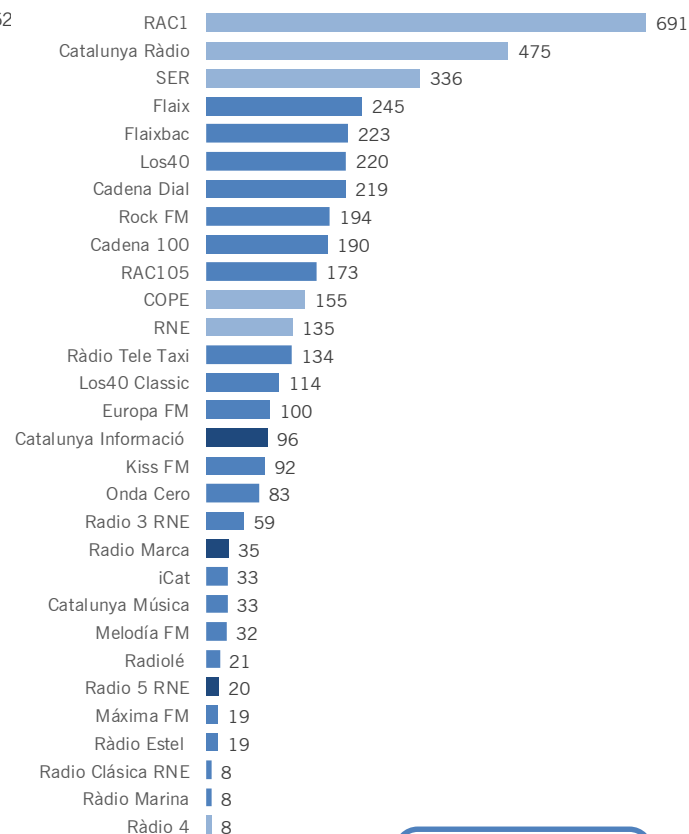
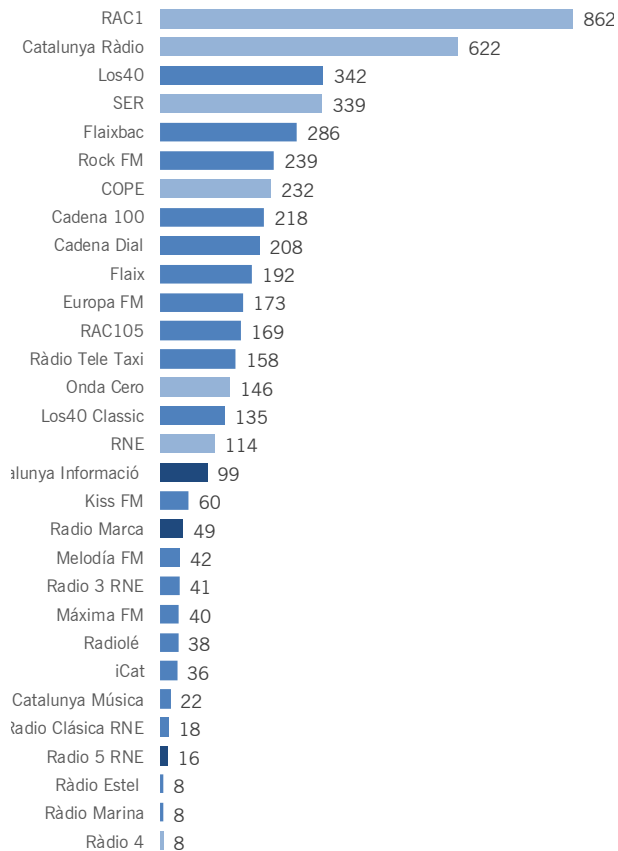
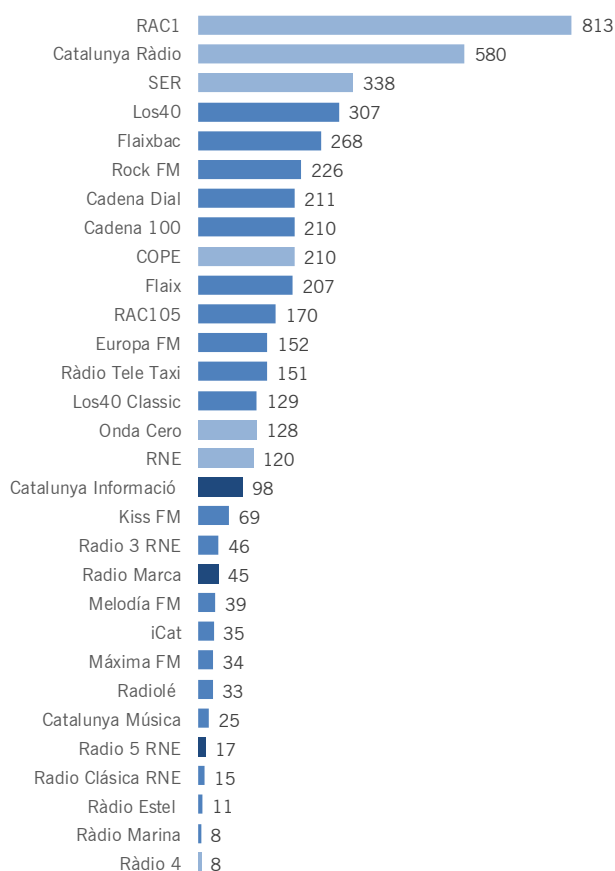
Audiencia de la radio (5)

Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en miles sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)

Lunes a domingo

Lunes a viernes

Sábado y domingo



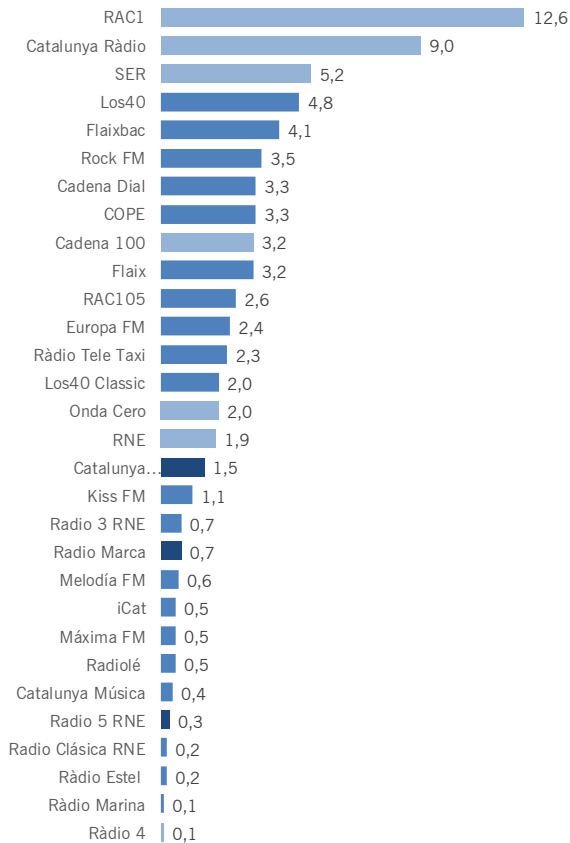
■ Radio generalista
■ Radio musical
■ Radio informativa

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

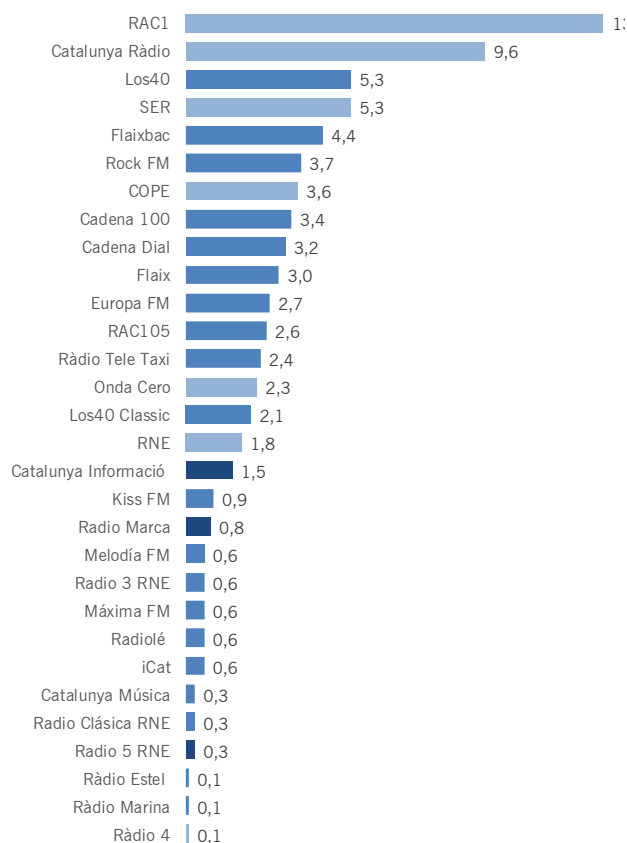
Audiencia de la radio (y 6)

Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en % sobre el total de población, día anterior a la entrevista)

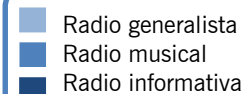
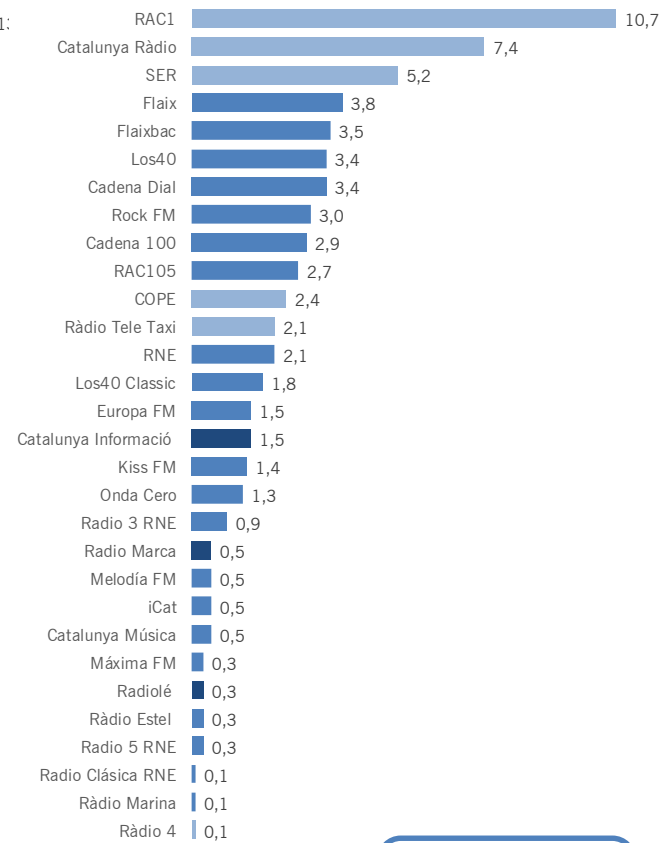
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.

Audiencia de la radio por franjas horarias

En Cataluña, cada día 2.030.000 personas escuchan la radio generalista y de éstas, 1.596.000 lo hacen en la franja matinal de 6 a 12 h de lunes a viernes.

Audiencia de la radio por franjas horarias de las principales cadenas generalistas en Catalunya

(en miles de oyentes, de lunes a viernes y ordenado por audiencia acumulada, y, entre paréntesis, oleada anterior)

Emisora	Audiencia acumulada	 de 6 a 12 h	 de 12 a 16 h	 de 16 a 20 h	 de 20 a 6 h
	862 (810)	656 (594)	327 (306)	297 (268)	182 (197)
	622 (661)	453 (464)	207 (172)	156 (140)	112 (176)
	339 (312)	227 (191)	74 (65)	83 (88)	125 (113)
	232 (199)	161 (113)	43 (40)	41 (43)	85 (82)
	146 (122)	95 (72)	47 (34)	32 (43)	35 (28)
	114 (121)	69 (76)	40 (31)	11 (17)	43 (40)

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 2ª oleada 2019.



Internet

Consumo de internet en Cataluña



El 98,6% de los internautas se conecta a internet cada día de forma activa.



El 26,2%, entre 4 y 8 horas al día.
El 16,3%, más de 8 horas al día.



9 de cada 10 accede en internet a través del móvil.



El 40,4% está suscrito a un paquete de servicios con televisión de pago. Movistar+ es el principal proveedor de servicio de acceso a internet al hogar (39,9% de los internautas).



La mayoría de las personas encuestadas se conecta entre media hora y una hora al día en las redes sociales.

Redes sociales usadas por los internautas. Cataluña. Año 2018 (en %)



76,7



59,3



45,2



33,4



16,0



15,5



snapchat

4,9



3,6

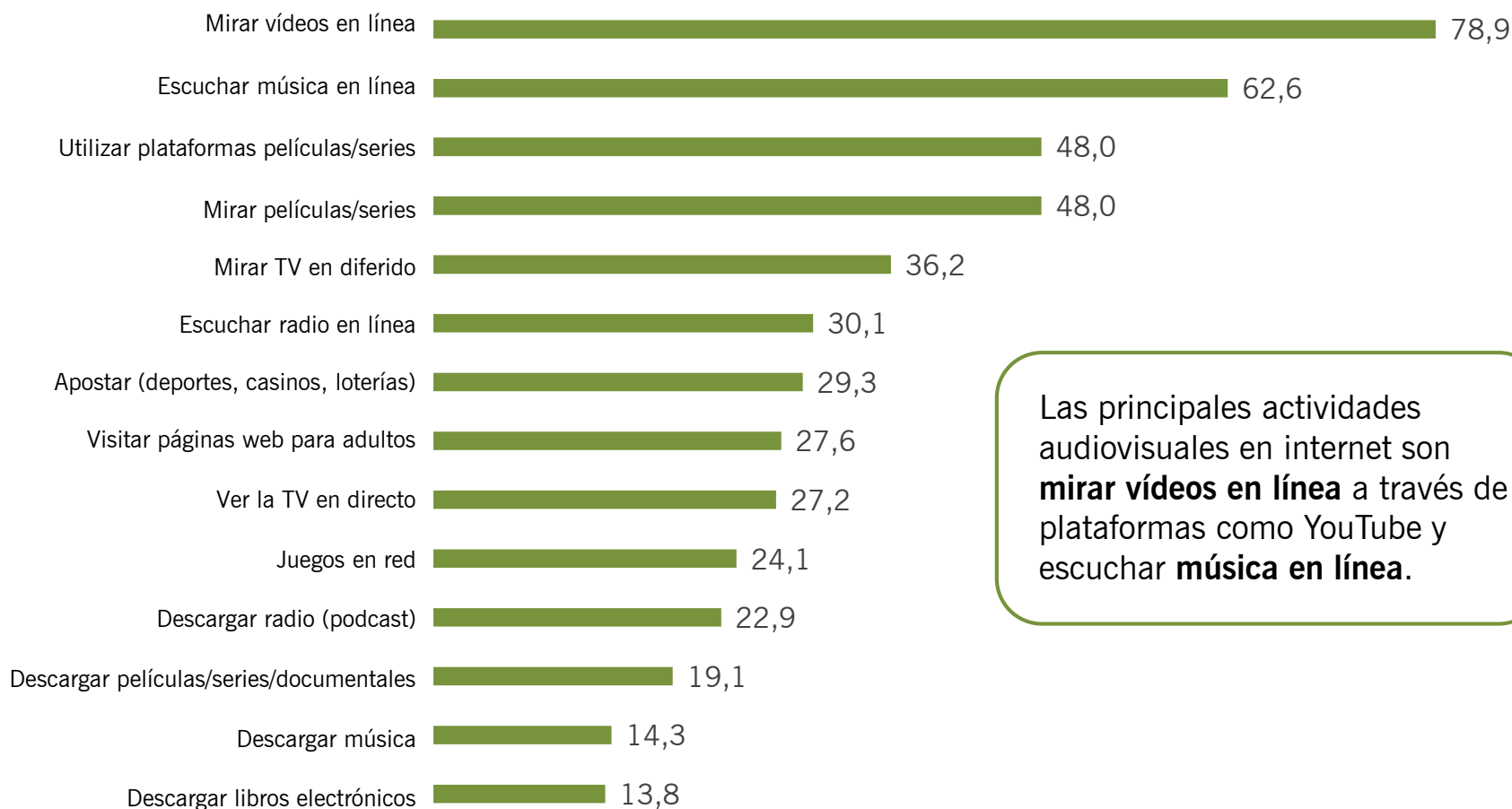


2,6

Fuente: AIMC. 21ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red. Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2018.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (1)

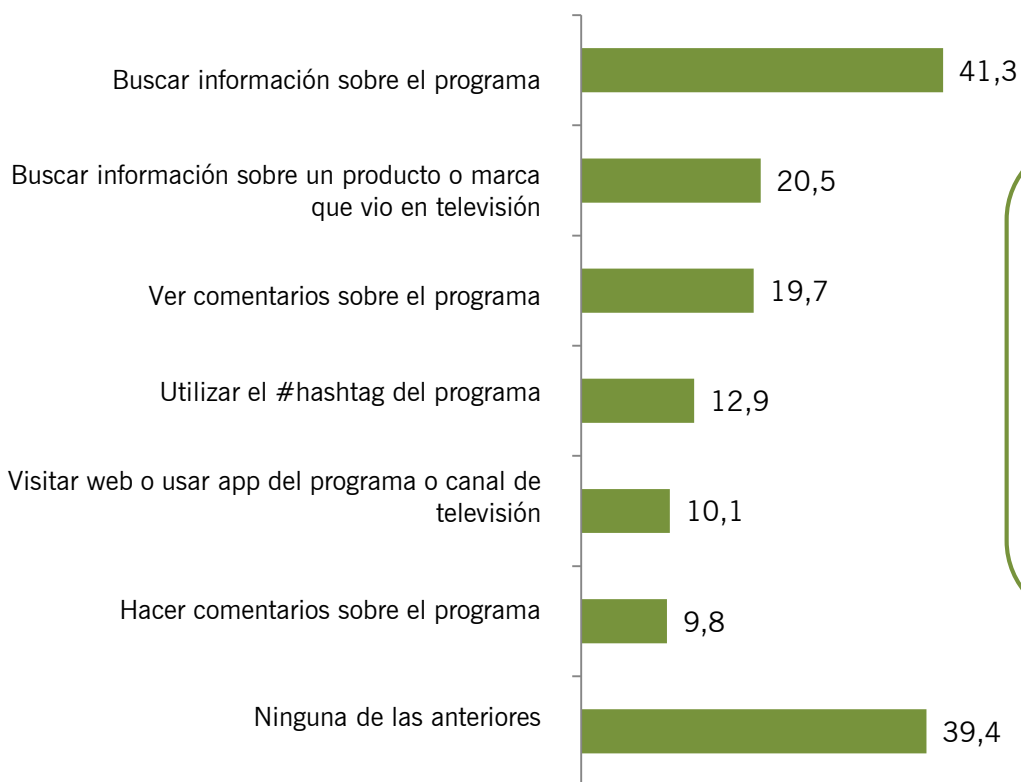
Actividades relacionadas con el acceso a contenidos audiovisuales en internet. Cataluña. Año 2018 (los últimos 30 días y en %)



Fuente: AIMC. 21ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red. Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2018.

Consumo de contenidos audiovisuales a internet (y 2)

Actividades llevadas a cabo por el internauta mientras mira programas de televisión. Cataluña. Año 2017 (en %)



Un tercio de las personas encuestadas utiliza internet frecuentemente mientras escucha la radio o mira la televisión, pero no siempre esta interacción está relacionada con el contenido que se está consumiendo.

Si se interactúa mientras se miran programas de televisión, las principales actividades que se llevan a cabo son buscar **información** sobre el **programa** o sobre un **producto o marca**.

Fuente: AIMC. 21ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red. Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2018.

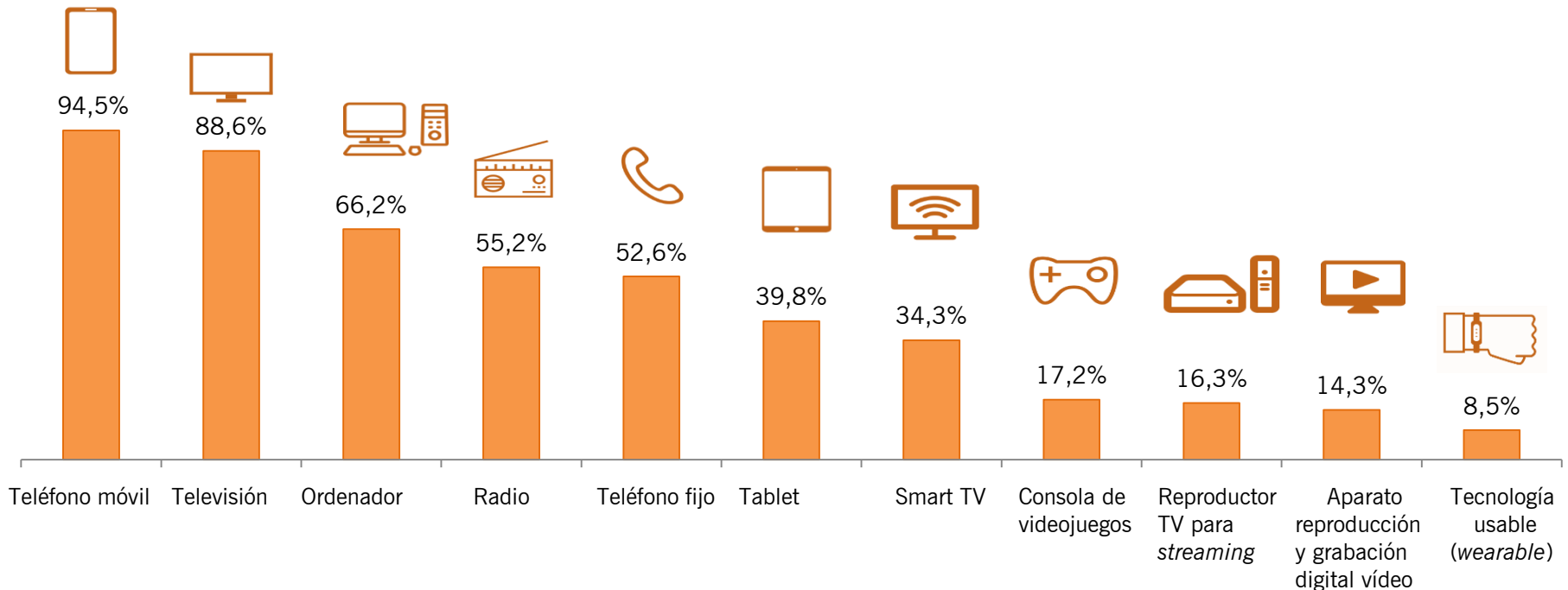


El apunte: El equipamiento TIC en Catalunya

El equipamiento TIC en Cataluña (1)

Dispositivos más utilizados

La inmensa mayoría de los ciudadanos catalanes disponen de **TELÉFONO MÓVIL** y es el dispositivo **más utilizado** por delante del ordenador y los medios tradicionales. La televisión y la radio se han visto afectados por la irrupción de los dispositivos conectados. Por franjas de edad, la **TELEVISIÓN** es el primer dispositivo de uso para las personas **mayores** y el **MÓVIL**, el de las franjas de edad **más jóvenes**.

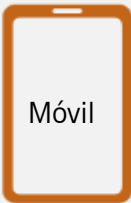


P1a. ¿Podría decirme de los siguientes equipamientos, cuáles utiliza? (N=1.600, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

El equipamiento TIC en Cataluña (2)

Dispositivos más utilizados. Por franjas de edad

	1ª opción	2ª opción	3ª opción
16-24 años	 Móvil	 TV	 Ordenador
25-34 años			
35-49 años			
50-60 años	 TV	 Móvil	 Radio
64 años y más			

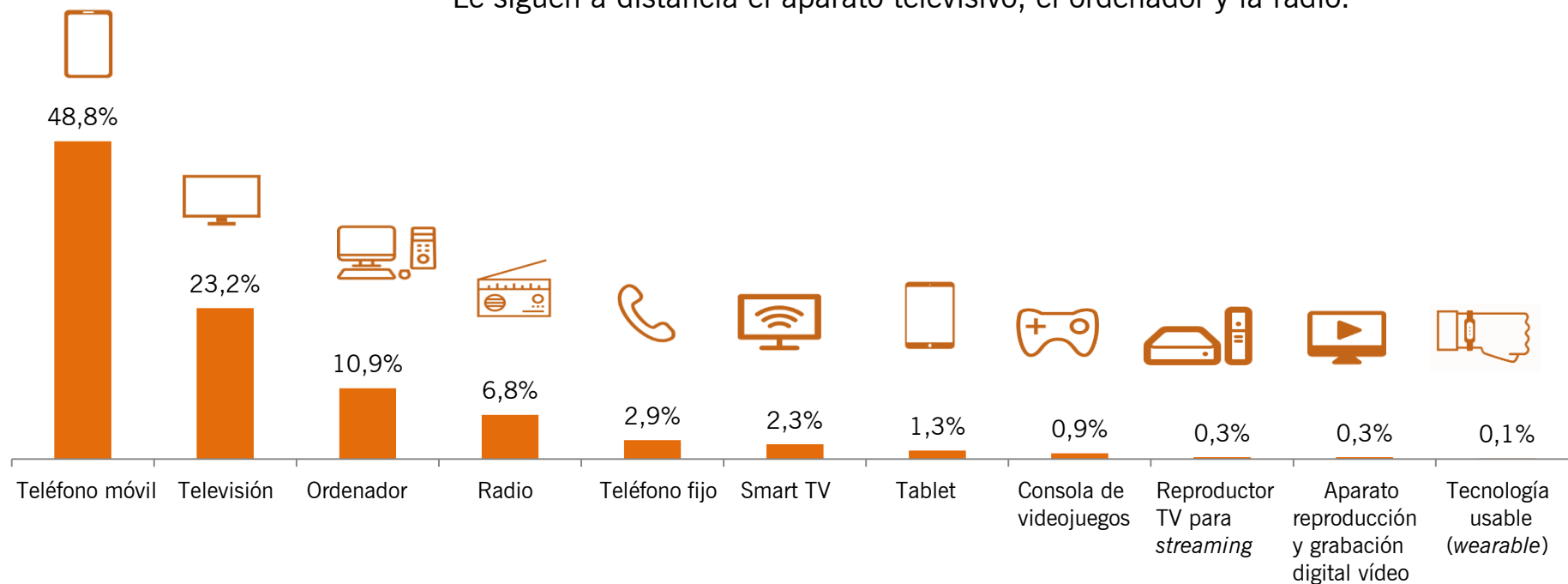
P1a. ¿Podría decirme de los siguientes equipamientos, cuáles utiliza? (N=1.600, respuesta múltiple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

El equipamiento TIC en Cataluña (3)

Dispositivos preferidos

El **TELÉFONO MÓVIL** es el dispositivo **preferido** de la mitad de la población. Le siguen a distancia el aparato televisivo, el ordenador y la radio.



P1b. ¿Qué equipamiento encontraría más a faltar? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.

El equipamiento TIC en Cataluña (y 4)

Dispositivos preferidos. Por sexo y franja de edad

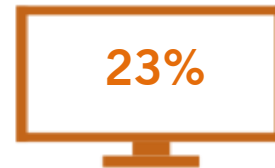
Teléfono móvil



54% 46%

42 años
media de edad

Televisión



53% 47%

57 años
media de edad

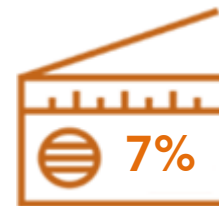
Ordenador



34% 65%

44 años
media de edad

Radio



57% 43%

61 años
media de edad

P1b. ¿Qué equipamiento encontraría más a faltar? (N=1.600, respuesta simple, %)

Fuente: [Enquesta d'usos i percepcions dels mitjans audiovisuals 2019](#). Consejo del Audiovisual de Cataluña.



Flashes

Flashes (1)



Ayudas a la producción en Europa

En junio de 2019, el Observatorio Europeo del Audiovisual publicó el estudio [Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU](#). En él se analizan los criterios de la financiación pública de las obras europeas de los estados miembros y cubre más de 800 esquemas de ayudas en preproducción, producción, distribución y promoción.



Creación de la Plataforma para la Educación Mediática

El 26 de junio se creó la [Plataforma para la Educación Mediática](#), entidad que reúne a una cincuentena de personas y entidades, y que tiene como objetivo facilitar que la ciudadanía adopte una visión crítica hacia los contenidos que difunden los medios y las nuevas plataformas digitales. La plataforma está impulsada por el CAC, en el marco de la iniciativa en educación mediática [eduCAC](#).



Recomendaciones para una publicidad igualitaria

El 11 de julio de 2019, el Consejo del Audiovisual de Cataluña, el Instituto Catalán de las Mujeres y el Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas de Cataluña presentaron las [Recomendaciones para una publicidad igualitaria](#), una iniciativa para facilitar herramientas al empresariado y al sector publicitario.

Las *Recomendaciones* contienen dos decálogos: uno para empresas anunciantes, con los beneficios de hacer publicidad igualitaria, y una guía para crear campañas no sexistas dirigidas a las agencias de publicidad.



Digital News Report 2019

El [Reuters Institute for the study of Journalism](#) publicó su informe anual [Digital News Report](#). Como principal conclusión, encontramos la confianza de la audiencia hacia los medios tradicionales de noticias en cuanto a noticias de última hora, pero la desconfianza en el posterior análisis de los hechos. En crisis como la de los “chalecos amarillos” de Francia, ha crecido la percepción general de falta de imparcialidad y de independencia en los medios tradicionales en su valoración.



Francia: lucha contra la manipulación de la información

La Ley [francesa contra la manipulación de la información](#), adoptada en diciembre de 2018, tiene efecto sobre las plataformas que tienen más de 5 millones de visitantes únicos al mes en aquel país. La autoridad reguladora, el Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) publicó la [Guía para los operadores implicados para concretar las acciones de cooperación](#). La ley establece que el CSA debe presentar un informe periódico sobre la efectividad de las medidas implementadas.



Britbox, la alternativa británica a Netflix.

En julio, las dos principales corporaciones audiovisuales de Reino Unido, la BBC e ITV, anunciaron para otoño el lanzamiento de Britbox, un servicio de vídeo bajo demanda de pago dentro del país. La nueva plataforma ofrecerá programas de ambas cadenas, así como contenidos específicamente producidos para Britbox.

Flashes (y 2)



CAC: retirada de vídeos en YouTube

El 17 de julio [YouTube retiró, a instancias del CAC, un total de 275 vídeos](#) de ocho listas de reproducción de temática erótica y/o sexual, porque incluían vídeos protagonizados por menores de edad, la mayoría niñas. Se veían vídeos cotidianos, pero eran recontextualizados en listas que tenían títulos como *Hot teens*, *All size tits* o *Culitos*. Asimismo, el 5 de mayo [la misma plataforma retiró, también a instancias del CAC, 11 vídeos](#) que hospedaba, en los que se justificaba el cibercontrol de las mujeres en el ámbito de la pareja.



Mediaset: lanzamiento de una plataforma de pago

El 22 de julio, el grupo de comunicación Mediaset lanzó [Mitele Plus](#), una plataforma de vídeo bajo demanda de pago y sin publicidad, que de entrada ofrece los contenidos de Mitele.



Reino Unido: prominencia del servicio público

En el debate [The future of the Public Service Media \(PSM\)](#) en Reino Unido, el regulador Ofcom plantea la actualización de la prominencia de los medios de servicio público. Con la normativa actual, los PSM disfrutaban de una posición relevante en las guías electrónicas de programación (EPG) de la televisión lineal, lo que permitió mantener sus índices de audiencia anteriores a la migración digital a la TDT. En sus [recomendaciones](#), la Ofcom plantea una nueva normativa para que esta prominencia se haga extensiva a los servicios bajo demanda y en internet.



Reino Unido: acceso a pornografía en línea

El 15 de julio entró en vigor la norma sobre la verificación de la mayoría de edad para acceder a pornografía legal en línea, aplicable a los internautas de Reino Unido. Es un despliegue de la [Digital Economy Act 2017](#) y el regulador responsable es la [British Board of Film Classification \(BBFC\)](#). La BBFC ha creado un servicio específico, el [Age-verification Regulator](#), un sistema voluntario que no tiene carácter legal/administrativo.



Moderación de redes sociales con inteligencia artificial

El regulador británico, Ofcom, publicó el informe independiente [Use of Artificial Intelligence in online content moderation](#), en el que se analiza el rol y las capacidades de la inteligencia artificial (IA) en la moderación y la monitorización de contenidos perjudiciales. Los principios de transparencia y auditoría de los sistemas de IA, así como la compartición de datos masivos y el *know how* son elementos centrales que defiende el estudio.



Catalunya Ràdio renueva la oferta digital

La emisora pública de radiodifusión estrena en julio una nueva presentación de su servicio de [podcast](#), que incluye las secciones TopCatRàdio, Música, Economía, Gastronomía, Política, Mundo digital, Series y cine, Libros, Humor y Barça.

BIAC. Núm. 14 – Segundo cuatrimestre de 2019

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- EGM: datos de la 2ª oleada 2019. Periodo abril-mayo de 2019. Ámbito Cataluña.
- Barlovento Comunicación.
- AIMC. *21ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red*. Realizada a partir de 2.539 entrevistas voluntarias en línea a internautas de Cataluña entre octubre y diciembre de 2018 (1.673 hombres y 866 mujeres).
- Iconografía: *Noun Project, Freepik*

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 14. Segundo cuatrimestre de 2019. Barcelona: CAC, septiembre de 2019. <www.cac.cat>