



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

16

Segundo cuatrimestre del 2020
Número 16. Septiembre de 2020

Sumario



Televisión

Oferta de la televisión tradicional en Cataluña	3
La televisión tradicional de ámbito nacional	4
La televisión tradicional de ámbito estatal	5
La televisión tradicional de ámbito local	6
Audiencia de la televisión	7



Radio

Oferta de emisoras de radio en Cataluña	12
La radio pública	13
La radio privada	14
Radio municipales públicas por comarcas	15



Internet

Consumo de internet en Cataluña	18
Consumo de contenidos audiovisuales en internet	19



El apunte. UE: desinformación y COVID-19

Unión Europea: acciones contra la desinformación y COVID-19	22
CPC: análisis contra la desinformación y COVID-19	23
CAC: acciones contra la desinformación y COVID-19	24



Flashes

26





Oferta de la televisión tradicional 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 estatal y los canales de ámbito local.

84 canales de televisión tradicional en abierto

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

Los canales televisivos por ámbito territorial de emisión

8 canales **nacionales**



4 públicos 
4 privados 

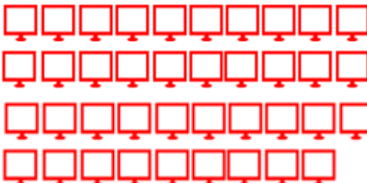
26 canales **estatales**



5 públicos 
21 privados 

50 canales **locales**



11 públicos 
39 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). Este es el primer número del BIAC en el que se contabilizan solo 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 Economía y Empresa (canales TDT estatal). Septiembre de 2020.

La televisión tradicional de ámbito nacional

■ TV pública ■ TV privada □ Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

□ Catalán

8 canales nacionales	4 canales públicos 50%	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) 
	4 canales privados 50%	Grupo Godó  Futbol Club Barcelona 

Nota: El canal temático BOM Cine inicia las emisiones el 16 de marzo de 2020, el canal Fibracat inicia las emisiones el 1 de junio de 2020 y desaparece RAC105 TV.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2020.

La televisión tradicional de ámbito estatal

■ TV pública ■ TV privada □ Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

□ Castellano

26 canales estatales ^A	5 canales públicos 19%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE) 				
	21 canales privados 81%	Atresmedia Televisión 	Mediaset España 	NET Televisió 	13 Televisión 	Grupo Secuoya 
				VEO Televisión 	Real Madrid Televisión 	Grupo 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 del Audiovisual de Cataluña y webs corporativos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Septiembre de 2020.

La televisión tradicional de ámbito local (1)

■ TV pública ■ TV privada □ Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

□ Catalán

50 canales estatales	11 canales públicos 22%	
	39 canales privados 78%	Tevecat  Ebro  Segre   Corisa Media Grupo  Taelus  CB Global Media  ETV  Prosa  Cadena Pirenaica RTV   Doble Columna  Mola 



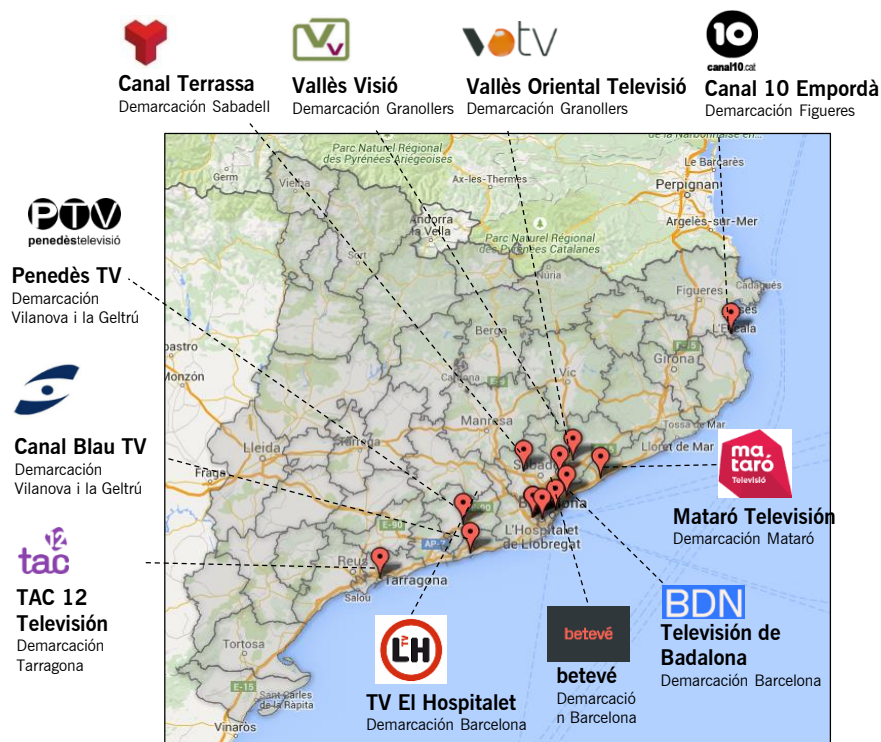
Nota: Los canales privados se agrupan por grupos de comunicación, si procede. El cuadro contabiliza los canales privados de las demarcaciones de Manresa (TLB) y Vilanova i la Geltrú (S/D).

S/D = sin determinar

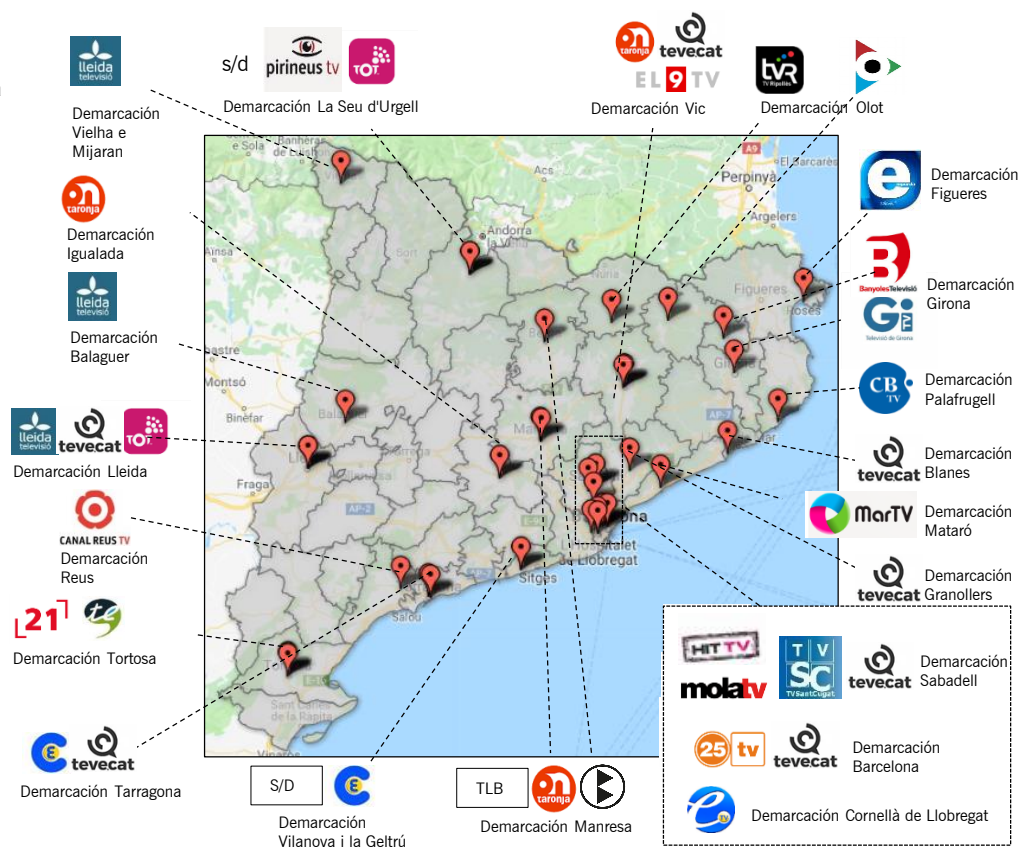
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2020.

La televisión tradicional de ámbito local (y 2)

Oferta de las 11 televisiones públicas



Oferta de las 39 televisiones privadas



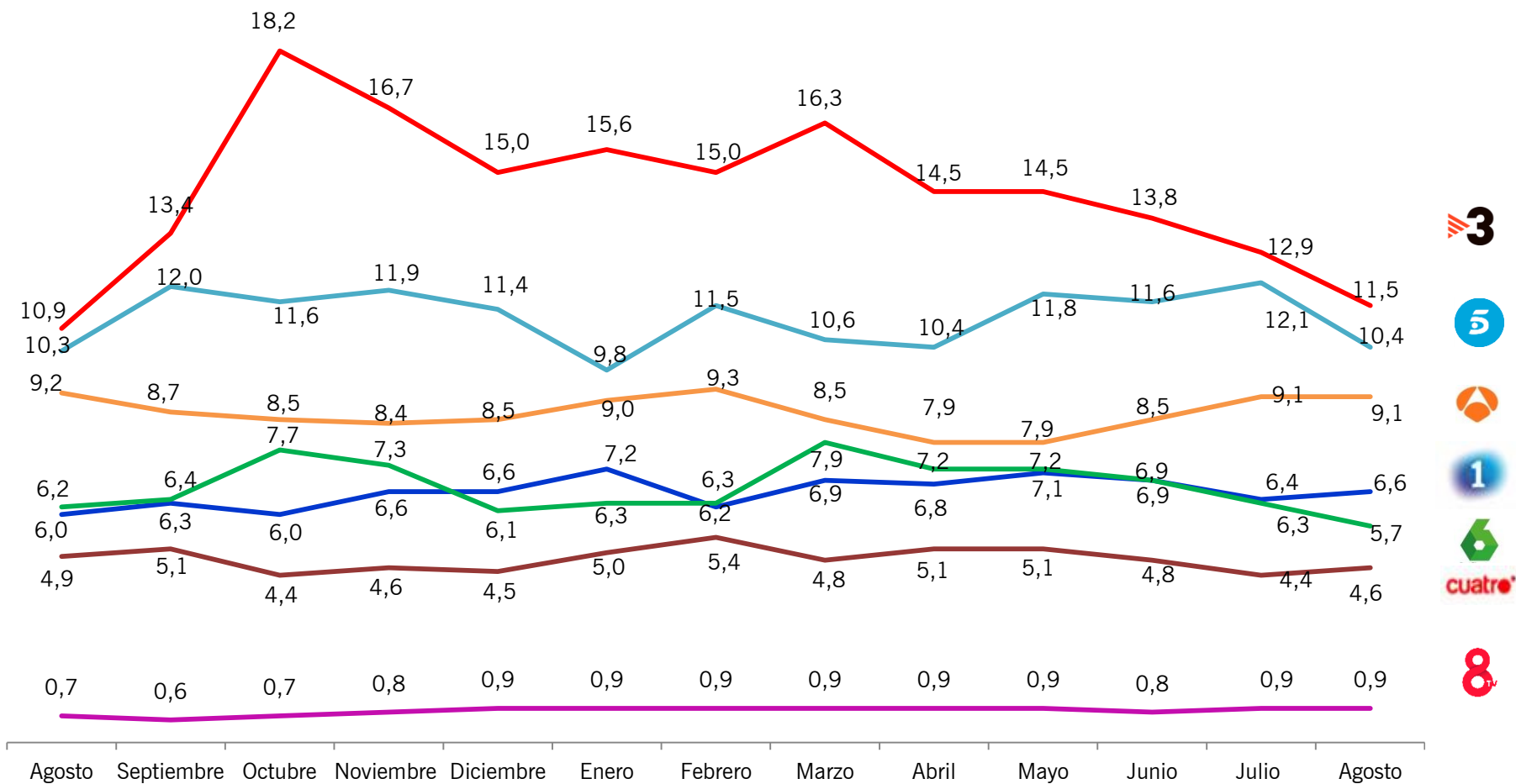
Nota: A 31 de diciembre, el Punt Avui TV deja de emitir (12 programas locales) y en su lugar se inicia la emisión de los canales locales: tevecat (en las demarcaciones de Barcelona, Blanes, Granollers, Lleida, Sabadell, Tarragona y Vic); TLB (Manresa), MarTV (Mataró) y el canal local de Vilanova i la Geltrú (S/D).

Fuente: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2020.

Audiencia de la televisión (1)

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

(en %, de agosto de 2019 a agosto de 2020)



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

Fuente: [Barlovento Comunicación](#).

Audiencia de la televisión (2)

Cuota mensual de pantalla por canales en Cataluña

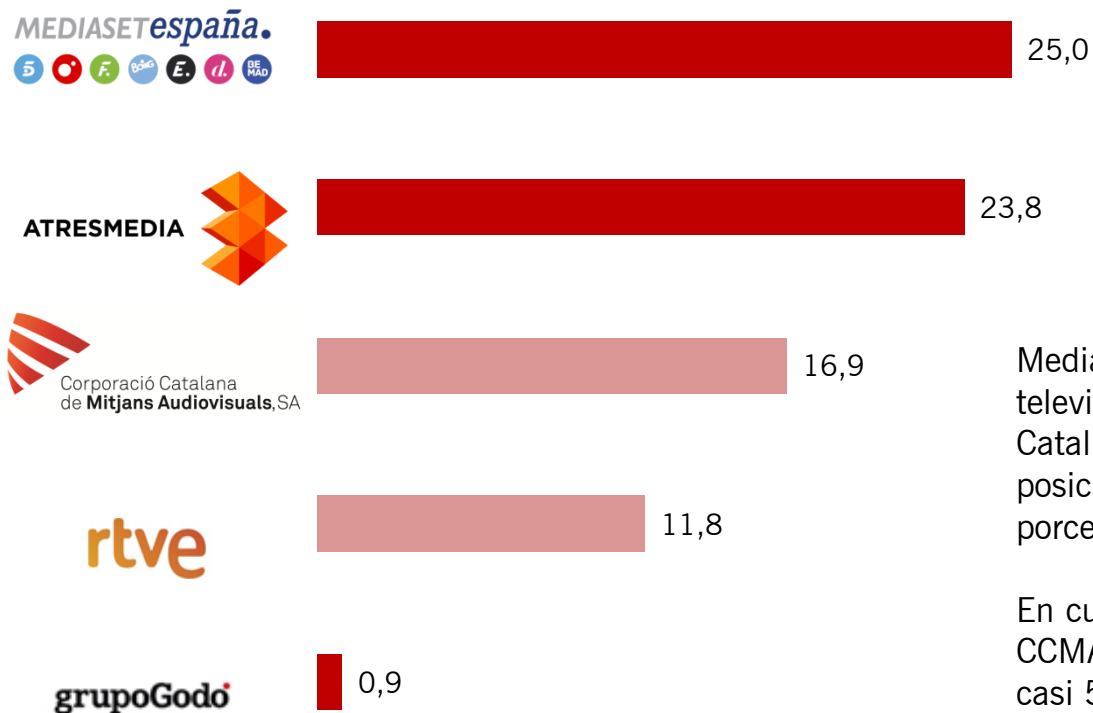
(en %, de enero a agosto del 2020, en orden descendente según el ranking de agosto)

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

Fuente: [Barlovento Comunicación](#).

Audiencia de la televisión (y 3)

Cuota de pantalla en Cataluña (en % por grupos, media enero-agosto 2020)



Mediaset se mantiene como el grupo televisivo que concentra más audiencia en Cataluña. Atresmedia, en segunda posición, le sigue a poco más de un punto porcentual de distancia.

En cuanto a las corporaciones públicas, la CCMA sigue por delante de la CRTVE, con casi 5 puntos porcentuales de diferencia.

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



NOTA: El apartado no incorpora datos de audiencia de radio porque, dada la crisis sanitaria de la COVID-19, EGM suspendió la segunda oleada anual.

Oferta 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, cuyo 75% (589) 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

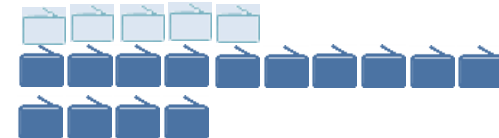
12 emisoras **nacionales**

4 públicas
8 privadas



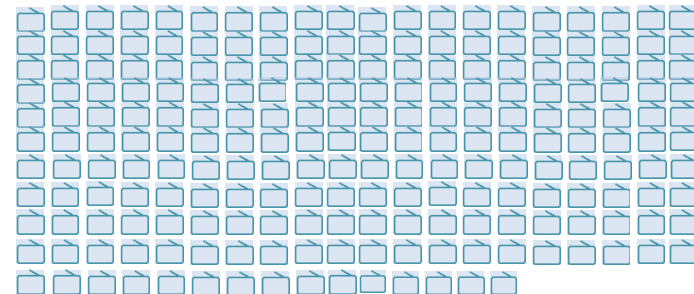
19 emisoras **estatales**

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 a través de una o más frecuencias.

Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal públicas). Septiembre de 2020.

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 (Radio 4)
	215 emisoras locales	             Catalán (ejemplos emisoras municipales)

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 2020.

La radio privada

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

38 emisoras privadas	8 emisoras nacionales	            Catalán
	14 emisoras estatales	                 Castellano (salvo desconexiones)
	16 emisoras locales	               Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Septiembre de 2020.

Radios municipales públicas por comarcas (1)

Del Alt Camp en el Bages



Alt Camp

- [Alcover Ràdio](#)
(103.7 - Alcover)
- Ràdio El Pla
(107.2 - El Pla de Santa Maria)



Alt Empordà

- [Ona Vilamalla](#)
(107.9)
- [Ràdio Cabanes](#)
(101.1)
- [Ràdio Cap de Creus](#)
(88.7)
- [Ràdio L'Escala](#)
(107.6)
- [Ràdio Llançà](#)
- [Ràdio Mar d'Amunt](#)
(107.0 – Port de la Selva)
- [Ràdio Vila-sacra](#)
(107.0)
- [Ràdio Vilafant](#)
(107.3)



Alt Penedès

- [Canal 20 Ràdio Olèrdola](#)
(107.0)
- [Ona Bitlles](#)
(107.0)
- [Penedès FM Subirats](#)
(90.2)
- [Ràdio Gelida](#)
(107.6)
- [Ràdio Sant Sadurní](#)
(107.2)
- [Ràdio Vilafranca](#)
(107.8)
- [Sarroca Ràdio](#)
(107.5)

Nota: Este BIAC presenta las emisoras municipales públicas de seis comarcas catalanas. En los sucesivos números se detallará la oferta radiofónica local pública del resto de comarcas de Cataluña, siguiendo el orden alfabético.

Fuente: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña, páginas corporativas de las emisoras locales e

Radios municipales públicas por comarcas (y 2)



Alt Urgell

- [Ràdio Seu FM](#)
(107.2 - La Seu d'Urgell)



Anoia

- [Montbui Ràdio](#)
(91.7 – Santa Margarida de Montbui)
- [Ràdio Capellades](#)
(104.7)
- [Ràdio Igualada](#)
(103.2)
- [Ràdio Masquefa](#)
(91.6)
- [Ràdio Nova](#)
(107.7 – Vilanova del Camí)
- [Ràdio Piera](#)
(91.3)



Bages

- [La Veu de Navàs](#)
(107.9)
- [Ràdio Balsareny](#)
(107.1)
- Ràdio Cardona
(107.2)
- Ràdio Sallent
(107.6)
- [Ràdio Sant Fruitós](#)
(107.5 – Sant Fruitós del Bages)
- [Ràdio Sant Joan](#)
(107.9 – Sant Joan de Vilatorrada)
- [Ràdio Santpedor](#)
(90.0)
- [Ràdio Súria](#)
(107.8)

Nota: La comarca Alta Ribagorça no dispone de emisora pública local.

Fuente: [Mapa de mitanes audiovisual de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña, páginas corporativas de las emisoras locales e Adeca (mapa).



Internet

Consumo de internet en Cataluña



El 99,8% de los internautas se conecta a internet cada día de forma activa.



El 27,7%, entre 4 y 8 horas al día.
El 16,4%, más de 8 horas al día.



Los dispositivos preferidos para acceder a internet son el teléfono móvil (42%), el ordenador de sobremesa (27%) y el ordenador portátil (23%).



El 38,6% de las personas encuestadas está abonada a un servicio de televisión de pago.



La mayoría de las personas encuestadas (24,5%) se conecta entre media hora y una hora al día a las redes sociales.

Netflix (33,6%) y Movistar+ (31,1%) son los servicios con más suscripciones.

Principales redes sociales usadas por los internautas. Cataluña. Año 2019 (en %)



70,8



64,6



46,8



32,1

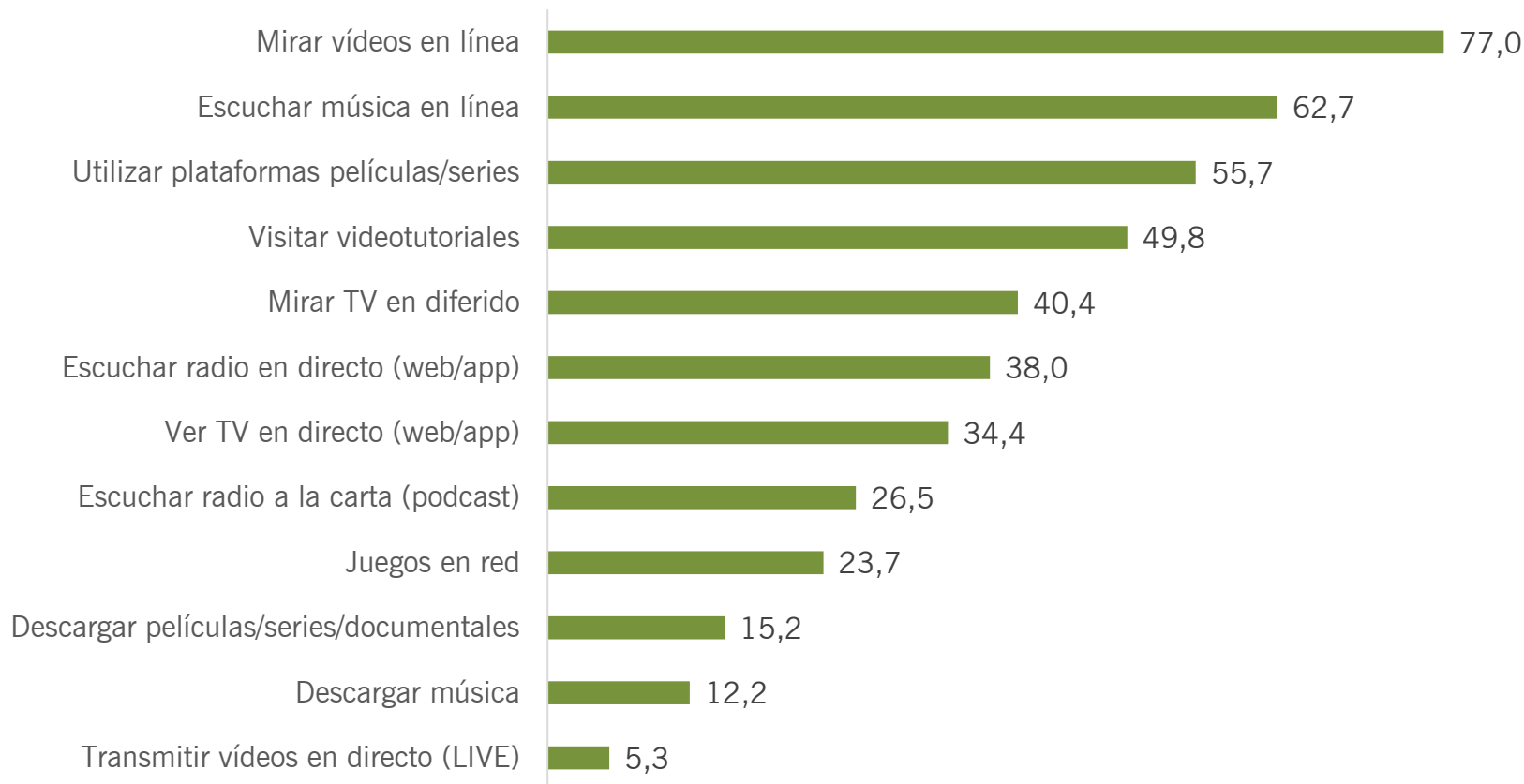


15,6

Fuente: AIMC (2020). [22ª encuesta a usuarios de internet](#) - Navegantes en la red. Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2019.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet

Actividades relacionadas con el acceso a contenidos audiovisuales a internet. Cataluña. Año 2019 (los últimos 30 días y en %)

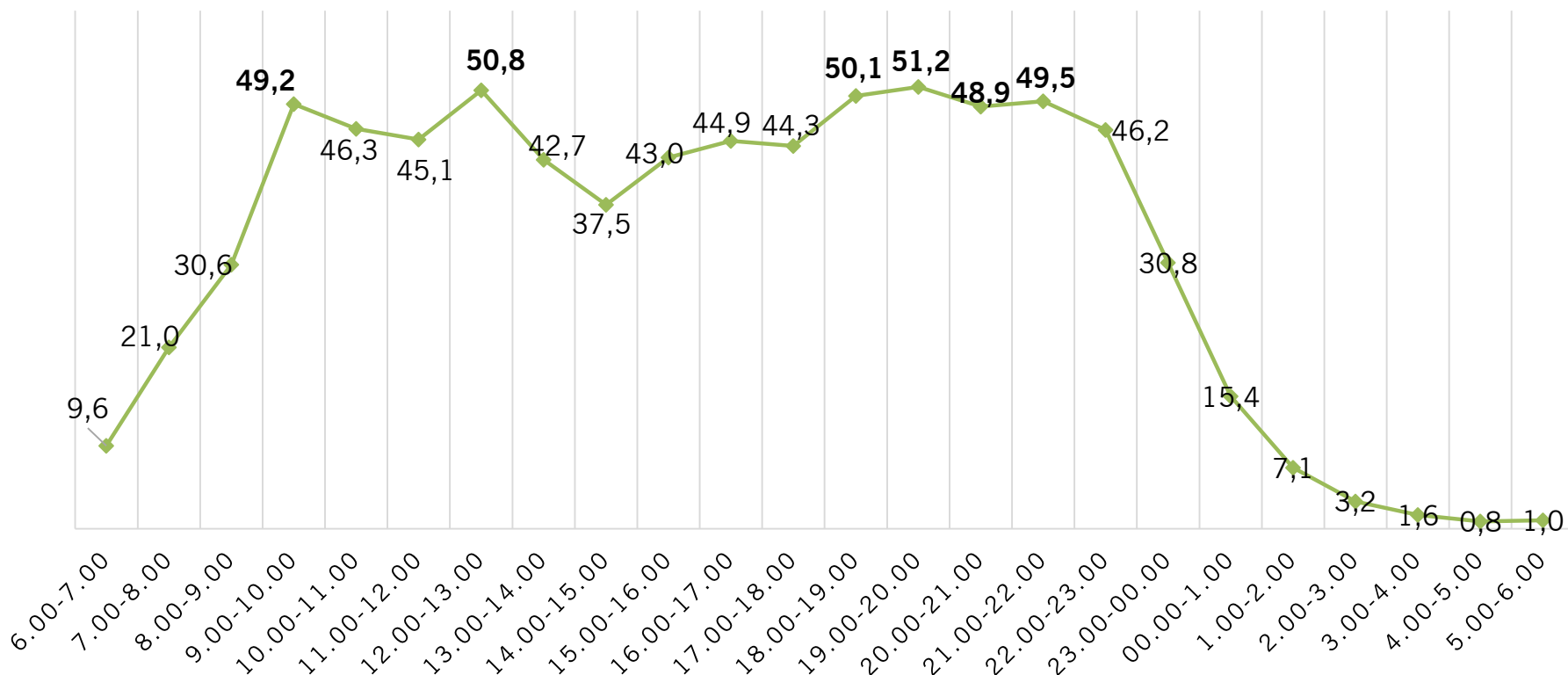


Fuente: AIMC (2020). [22ª encuesta a usuarios de internet](#) - Navegantes en la red. Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2019.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (y 2)

Curva horaria de uso de internet en un día. Cataluña. Año 2019 (en %)

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



Fuente: AIMC (2020). [22ª encuesta a usuarios de internet](#) - Navegantes en la red. Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2019.



El apunte: UE: desinformación y COVID-19

Unión Europea: acciones contra la desinformación y COVID-19

El 10 de junio de 2020, la Comisión Europea y el alto representante de la UE para los asuntos exteriores publicaron la Comunicación [“La lucha contra la desinformación sobre la Covid-19: contrastando los datos”](#).

La Comunicación JOINT(2020) 8 Final enumera las acciones de la Unión Europea contra la desinformación en la crisis de la COVID-19.



Fuente: elaboración propia a partir de la Comunicación JOINT(2020) 8 Final.

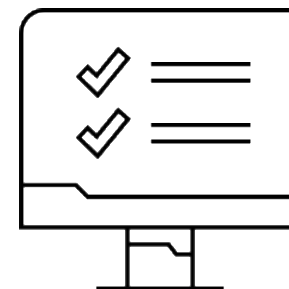
CPC: análisis contra la desinformación y COVID-19

La red [Cooperación y Protección del Consumidor](#) está regida por el [Reglamento \(UE\) 2017/2394](#), sobre la cooperación entre las autoridades nacionales responsables de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores.

Monitoriza webs, plataformas digitales, *marketplaces* y anuncios publicitarios para supervisar que se cumpla la normativa en materia de defensa de las personas consumidoras de la Unión Europea.

El año 2020, la red CPC se focalizó en el análisis contenidos, ofertas y anuncios relacionados con productos y servicios relacionados con la COVID-19 .

Se han llevado a cabo dos oleadas de monitorización:



Un [rastreo de alto nivel en plataformas en línea](#) y análisis en profundidad de webs y anuncios específicos (mayo de 2020).

Principales resultados:

- 88 páginas web ofrecían productos con presuntos efectos curativos o preventivos contra el coronavirus.
- 30 páginas web desinformaban sobre la presunta escasez de productos básicos.
- 24 páginas web eran sospechosas de prácticas ilegales en la tarificación de los precios de los productos ofrecidos.

Un [segundo rastreo de fraudes al consumidor](#) relacionados con la COVID-19 (junio de 2020).

En esta segunda oleada, participaron las autoridades de protección a la persona consumidora de 17 estados miembros y se analizaron un total de 73 casos, de los que 23 se comprobó que contenían ofertas y anuncios que podían incumplir la normativa en seguridad sanitaria.

CAC: acciones contra la desinformación y COVID-19



El 25 de marzo de 2020, el CAC presentó un [estudio sobre la plataforma YouTube](#), donde hasta 16 vídeos con 340.000 visualizaciones proponían productos no aptos para el uso médico para combatir el coronavirus, banalizaban la pandemia y cuestionaban la necesidad de las medidas de protección.

Al día siguiente, [YouTube](#) retiró 14 de los vídeos denunciados.



El CAC impulsa [eduCAC](#), un programa de educación mediática que, además de material didáctico en línea, ofrece [formación al profesorado de secundaria](#), sobre consumo informativo y desinformación.

Durante el confinamiento, lanzó la campaña [“Atura’t, pensa i verifica”](#) contra la desinformación.

Tras el confinamiento, en agosto puso en marcha la campaña [“Per sortir-ne més savis i sàvies”](#), en la que más de unas veinte personas expertas reflexionan sobre la convivencia, el uso de pantallas y la responsabilidad digital tras el confinamiento.



El 13 de julio de 2020, el Departamento de Salud de la Generalitat y el Consejo del Audiovisual de Cataluña firmaron un [convenio de colaboración](#).

Ambas entidades supervisarán la publicidad en radio, televisión y servicios digitales en línea de productos y servicios con pretendida finalidad sanitaria.

Asimismo, elaborarán unas recomendaciones sobre el tratamiento en los medios y servicios audiovisuales de temáticas sanitarias.



Flashes

Flashes (1)

Apoyo de Cultura y la CCMA a la producción

Fruto del acuerdo con el Departamento de Cultura para el fomento de obras audiovisuales y cinematográficas de nueva creación, la CCMA ha preseleccionado 34 proyectos (de los 300 presentados) para coproducir. Las propuestas elegidas van desde largometrajes, a series de ficción, programas divulgativos y espacios infantiles. Este programa de fomento de la producción audiovisual tiene una dotación de 6 millones de euros.

Más horas de catalán en TVE Catalunya

TVE Catalunya ha estrenado la parrilla para el nuevo curso y duplica el número de horas en catalán. Pese a que los informativos hechos desde el centro de producción de Sant Cugat del Vallès siguen teniendo una duración de 15 minutos, esta temporada se emitirán un total de 48 horas semanales de programación en catalán. Algunas de las novedades son los espacios *Obrim fil*, con Xavier Sardà y Ana Boadas; *Cafè d'idees*, con Gemma Nierga; *En línia*, dirigido por Jèssica del Moral, y *Perduts en el temps*, que presenta Bruno Oro.

Y también más catalán en la radio

La emisora musical del Grupo PRISA, Los 40, ha estrenado web en catalán Els40.cat. El portal pretende dar a conocer los músicos y grupos catalanes, informar de las novedades que salgan al mercado y de los conciertos programados. Igualmente, quiere aprovechar el eco de las redes sociales para dar a conocer nuevos talentos de la escena catalana.

Publicidad en las redes sociales

El CAC ha publicado un informe sobre los *influencers* y la publicidad, y ha puesto el foco en la aplicación TikTok, red social dirigida mayoritariamente a la franja más joven de población. Se han analizado 16 vídeos de *tiktokers* con más de 30 millones de visualizaciones en total. [El estudio](#) muestra que el 93,8% de los contenidos estimulan el consumo, de forma encubierta, de productos como por ejemplo comida rápida, bebidas azucaradas, ropa y videojuegos.

Netflix no logra el 30% de la cuota de obra europea en su catálogo

Un [informe](#) del CAC sobre la plataforma OTT muestra que la oferta audiovisual europea en Netflix es del 22,2%, una cifra que no llega al porcentaje establecido en la Directiva europea de servicios audiovisuales. La presencia de obra en catalán es del 0,5%. La plataforma sí que introduce sistemas de prominencia de obras europeas, que facilitan a la persona usuaria encontrar estos contenidos en las primeras pantallas de sus menús.

Èm çò qu'èm, primera serie de ficción en aranés

Creada por Lleida Televisió, la serie cuenta con el apoyo del Conselh Generau d'Aran y puede verse en varias televisiones de la XAL y en *streaming* por ala.carta.cat. La serie consta de 15 episodios y está planteada en clave de humor, con el objetivo de divulgar la lengua aranesa y aclarar dudas.

Flashes (2)



Fomento del espíritu crítico entre el alumnado

La Fundación “la Caixa” ha presentado [BeCritical](#), un programa para potenciar la competencia mediática y el pensamiento crítico entre el alumnado. Se trata de una iniciativa inspirada en los materiales del programa de educación mediática del Consejo del Audiovisual de Cataluña, [eduCAC](#). La propuesta de actividades dirigida al personal docente está enfocada al fomento del uso responsable y consciente de los medios de comunicación entre los alumnos de ESO, bachillerato y ciclos formativos.



El CSA francés y la desinformación en línea

Desde la aprobación de la [Ley 2018-1202, de 22 de diciembre, relativa a la lucha contra la manipulación de la información](#), las plataformas en línea con más de 5 millones de usuarios únicos mensuales en Francia deben informar cada año al CSA de las medidas adoptadas. El 30 de julio, el regulador publicó el [primer informe](#), a partir de las respuestas a un [cuestionario](#) de 16 servicios en línea, como por ejemplo buscadores, *marketplaces*, plataformas de intercambio de vídeos, foros en línea y redes sociales.



Ofcom: prominencia y plataformas globales

En agosto de 2020, el regulador británico presentó el estudio [Connected TV gateways: review of market dynamics](#), elaborado por una consultora externa. El estudio analiza el impacto de nuevos dispositivos de acceso a los contenidos, el papel de las plataformas globales y su influencia en el consumo audiovisual en el Reino Unido. Se plantea que la obligación de prominencia de los contenidos de servicio público en entornos digitales, vigente en el país desde 2012, requiere una actualización normativa, tanto en los sistemas operativos como en el diseño de las interfaces para los usuarios.



CAC y CSA: la representación de las mujeres durante la crisis COVID-19

El CSA francés y el CAC han publicado sendos informes sobre la igualdad de género durante el brote de COVID-19. Basados en el análisis de noticias y programas especiales de COVID-19 emitidos en marzo ([estudio del CAC](#)) y de marzo a mayo ([estudio del CSA francés](#)), ambos informes concluyen que hay una representación insuficiente de mujeres en funciones de alta responsabilidad o experiencia, mientras que hay una representación excesiva de mujeres en temas relacionados con la familia, la educación de los niños y la atención a los mayores.

Flashes (y 3)



La salud de los ecosistemas comunicativos en la UE

En julio de 2020, el [Center for Media Pluralism and Freedom](#) (entidad que depende del Instituto Universitario de Europa) publicó la tercera versión de su [Media Pluralism Monitor](#), un proyecto financiado por la UE iniciado en 2013. El estudio se basa en el análisis de cuatro grandes áreas: protección legal básica, pluralismo en el mercado, independencia política e inclusión social. El informe concluye que, en los diferentes estados de la UE, hay un estancamiento general e incluso un deterioro del pluralismo y la libertad de los medios.



OEA: mapeo de la normativa sobre obra europea

En julio de 2020, el Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA) publicó [Mapping of the regulation and assessment of the nationality of European audiovisual Works](#), estudio comparativo de los marcos legales en Europa en la definición de la nacionalidad de las obras europeas. Determinar el origen de una obra es primordial para productores, fondos públicos de cine, reguladores y proveedores de servicios. Con la nueva Directiva de servicios de comunicación audiovisual (y la extensión de las obligaciones a los servicios de VOD), la evaluación de la nacionalidad de los contenidos es un elemento clave de políticas audiovisuales.



Autorregulación en la publicidad de juegos y apuestas en línea

L'[Asociación Europea de Juegos y Apuestas](#) (EGBA, en sus iniciales en inglés) publicó el primer [Código paneuropeo de conducta sobre publicidad responsable de juegos en línea](#). Este código es aplicable a todos los miembros de la EGBA, también está abierto a la firma de cualquier empresa de juego en línea con licencia en la UE, en la zona EEE y en el Reino Unido. Cinco asociaciones nacionales de apuestas ya han aprobado el código (Bélgica, Dinamarca, Países Bajos, Noruega y Portugal).



Comisión Europea: definición de obra europea y PIV

En julio de 2020, la Comisión Europea publicó las pautas sobre la definición de [plataforma de intercambio de vídeos](#) y de [obra audiovisual europea](#). Estas pautas quieren facilitar una implementación y aplicación armonizadas de la Directiva de servicios de medios audiovisuales (AVSMD). Esta iniciativa forma parte de la [revisión del paquete de leyes digitales](#), emprendida por la nueva Comisión Von der Leyen.



Transposición de la Directiva de servicios audiovisuales

El 19 de septiembre de 2020 finalizó el plazo para la transposición de la [Directiva de servicios de comunicación audiovisual](#) a los ordenamientos jurídicos estatales. Solo Dinamarca y Alemania (con el texto pendiente de ratificación) hicieron la transposición dentro del plazo establecido.

BIAC. Núm. 16 – Segundo cuatrimestre de 2020

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Barlovento Comunicación: [informes mensuales](#) de audiencia televisiva.
- Iconografía: [Noun Project](#), [Freepik](#), [Idescat](#)

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Núm. 16. Segundo cuatrimestre de 2020. Barcelona: CAC, septiembre de 2020. <www.cac.cat>