



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

17

Tercer cuatrimestre de 2020
Número 17. Enero de 2021

Sumario

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña 3



TDT

Oferta de TDT en Cataluña	7
La TDT de ámbito nacional	8
La TDT de ámbito estatal	9
La TDT de ámbito local	10
Audiencia de la TDT	13



Audiovisual en línea

Suscripciones a plataformas de televisión IPTV	17
Suscripciones a servicios OTT de pago	18
Consumo audiovisual bajo demanda en Cataluña	19
Consumo de contenidos audiovisuales en internet	21



Radio

Oferta de emisoras de radio en Cataluña	23
La radio pública	24
La radio privada	25
Radios municipales públicas por comarcas	26
Audiencias de la radio	28



El apunte (1). Covid-19: últimas acciones del CAC 34

Estudio sobre el discurso negacionista de la Covid-19	35
Análisis del tratamiento informativo en TV3 de la Covid-19	36
Recomendaciones. Contenidos audiovisuales sobre vacunas de la Covid	37



El apunte (2). Medidas para fortalecer el audiovisual 38

Comisión Europea: plan de ayuda al sector de la comunicación	39
Nuevo Mandato marco del sistema público audiovisual catalán	40
Decálogo para un audiovisual en catalán	41
XAL: Pla Estratégico 2021-2025. Pla de planes	42



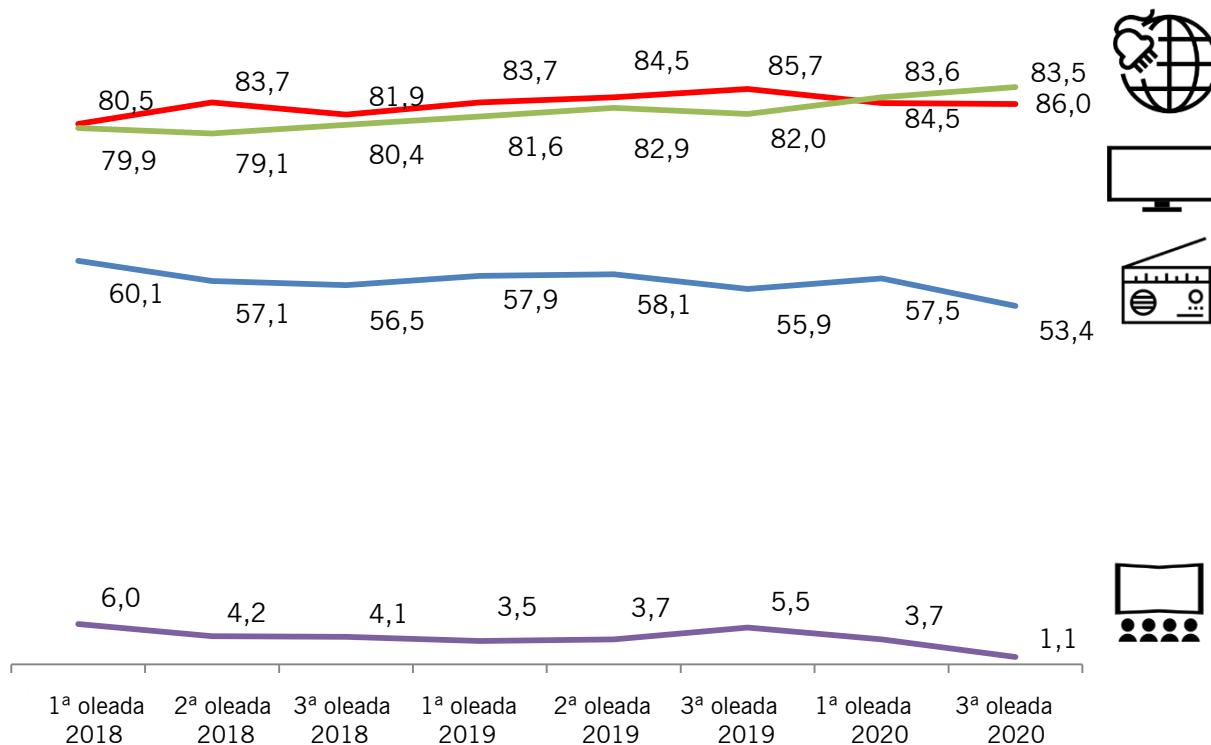
Flashes

43



Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (1)

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



CONSUMO EN CATALUÑA

En el año 2020 se ha consumido una media de 3 horas y 33 minutos de televisión.

De lunes a domingo, se escucha diariamente una media de 1 hora y 32 minutos de radio.

Nota: A causa de la pandemia de la Covid-19, en 2020 el EGM no llevó a cabo la segunda oleada.
 Penetración: 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.
 Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista); cine (última semana).

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020.

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (2)

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

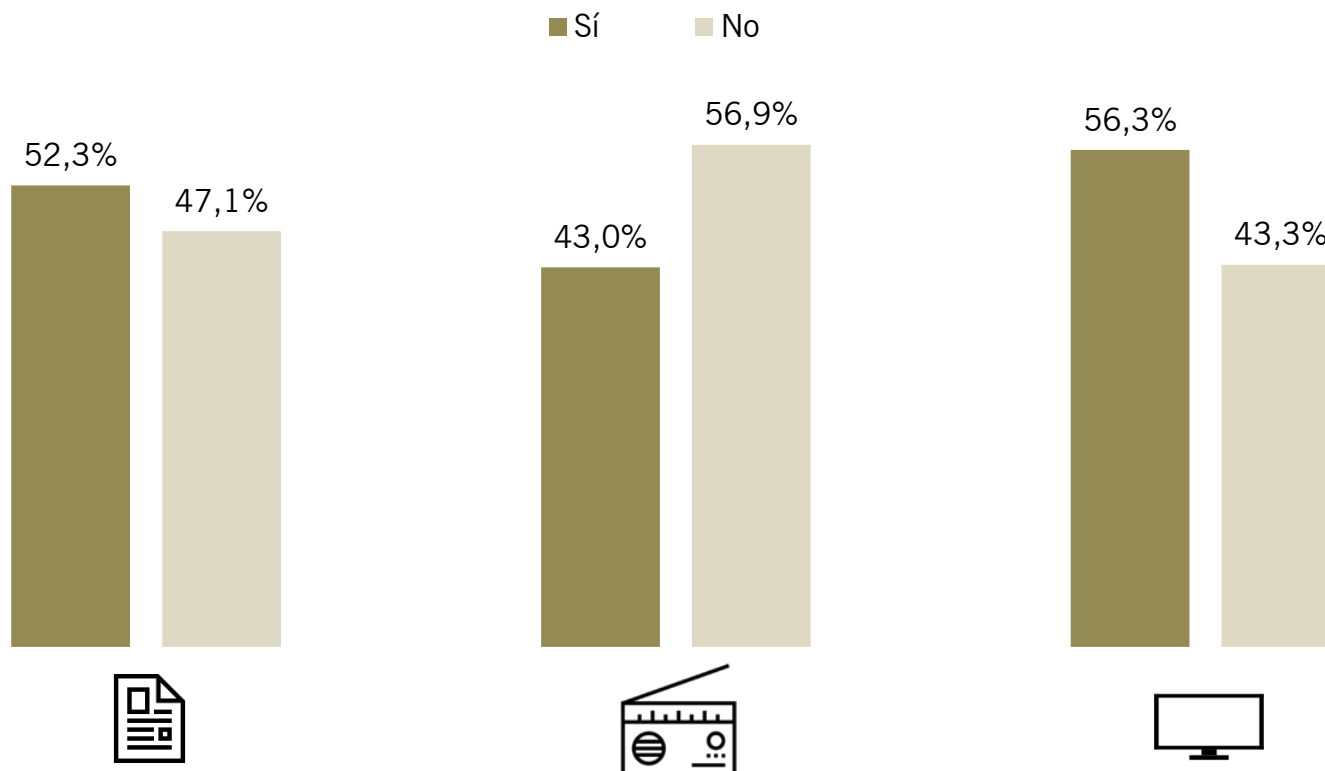
				
SEXO / EDAD	TELEVISIÓN	RADIO	INTERNET	CINE
Total población	83,5	53,4	86,0	1,1
Hombres	83,0	56,9	88,5	0,6
Mujeres	84,1	50,2	83,7	1,6
De 14 a 19 años	77,3	41,6	98,5	0,9
De 20 a 24 años	15,4	42,7	99,3	3,8
De 25 a 34 años	74,8	49,8	98,1	2,5
De 35 a 44 años	78,5	56,7	97,4	1,4
De 45 a 54 años	84,4	63,5	94,0	0,1
De 55 a 64 años	90,1	61,3	88,4	0,3
De 65 años y más	91,8	46,2	54,3	0,7

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020.

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña (y 3)

Consumo de medios locales o comarcales en Cataluña

Pregunta: ¿Ha leído, escuchado o mirado alguna publicación, radio o televisión local o comarcal en la última semana?



Fuente: Centro de Estudios de Opinión (CEO). [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2020](#). Octubre de 2020. Base total entrevistas N=1.375



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.

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: dentro del 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). Diciembre de 2020.

La TDT 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	Alta Tecnologia en Telecomunicacions











Nota: En el mes de abril de 2020, EDC arrienda el programa número 4 (EDC4) a favor de la sociedad Alta Tecnologia en Comunicacions, SL (FIBRACAT)

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

La TDT de ámbito estatal

■ TV pública ■ TV privada □ Lengua vehicular

Por titularidad, oferta y lengua vehicular

□ Castellano

26 canales estatales	5 canales públicos 19%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE) 1 2 24h clan tdp				
	21 canales privados 81%	Atresmedia Televisión 	Mediaset España 	NET Televisió 	13 Televisión 	Grupo Secuoya 

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 sitios webs corporativos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Diciembre de 2020.

La TDT 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  Segre   Taelus  ETV  Cadena Pirenaica RTV   Mola  Ebro  Corisa Media Grupo  CB Global Media  Prosa  Doble Columna            					

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

S/D = sin determinar

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

La TDT de ámbito local pública (2)

11 televisiones públicas distribuidas en 7 demarcaciones de TDT



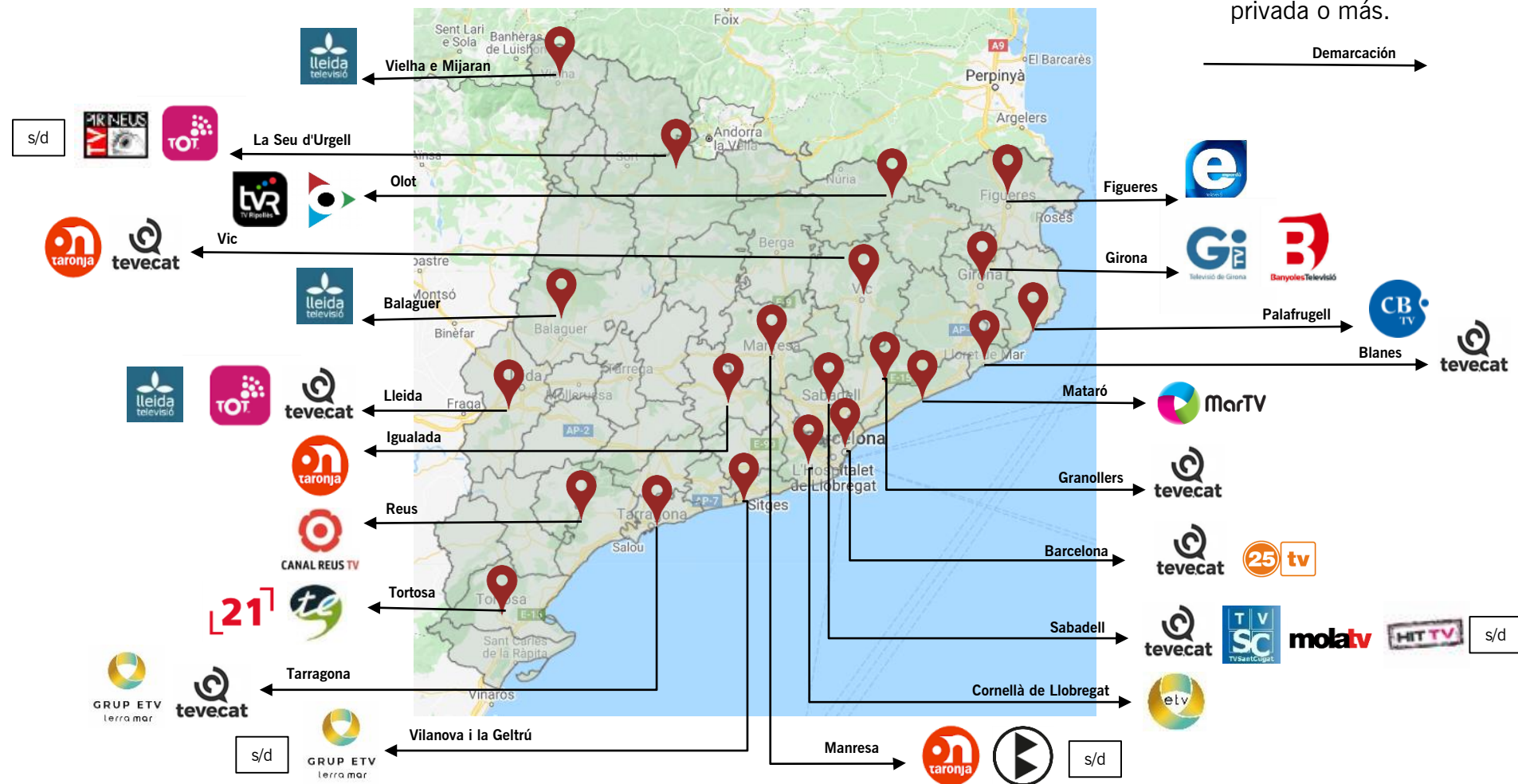
Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2020.

La TDT de ámbito local privada (y 3)

Oferta de las 39 televisiones privadas distribuidas en 21 demarcaciones

Demarcaciones de TDT con 1 televisión privada o más.

Demarcación

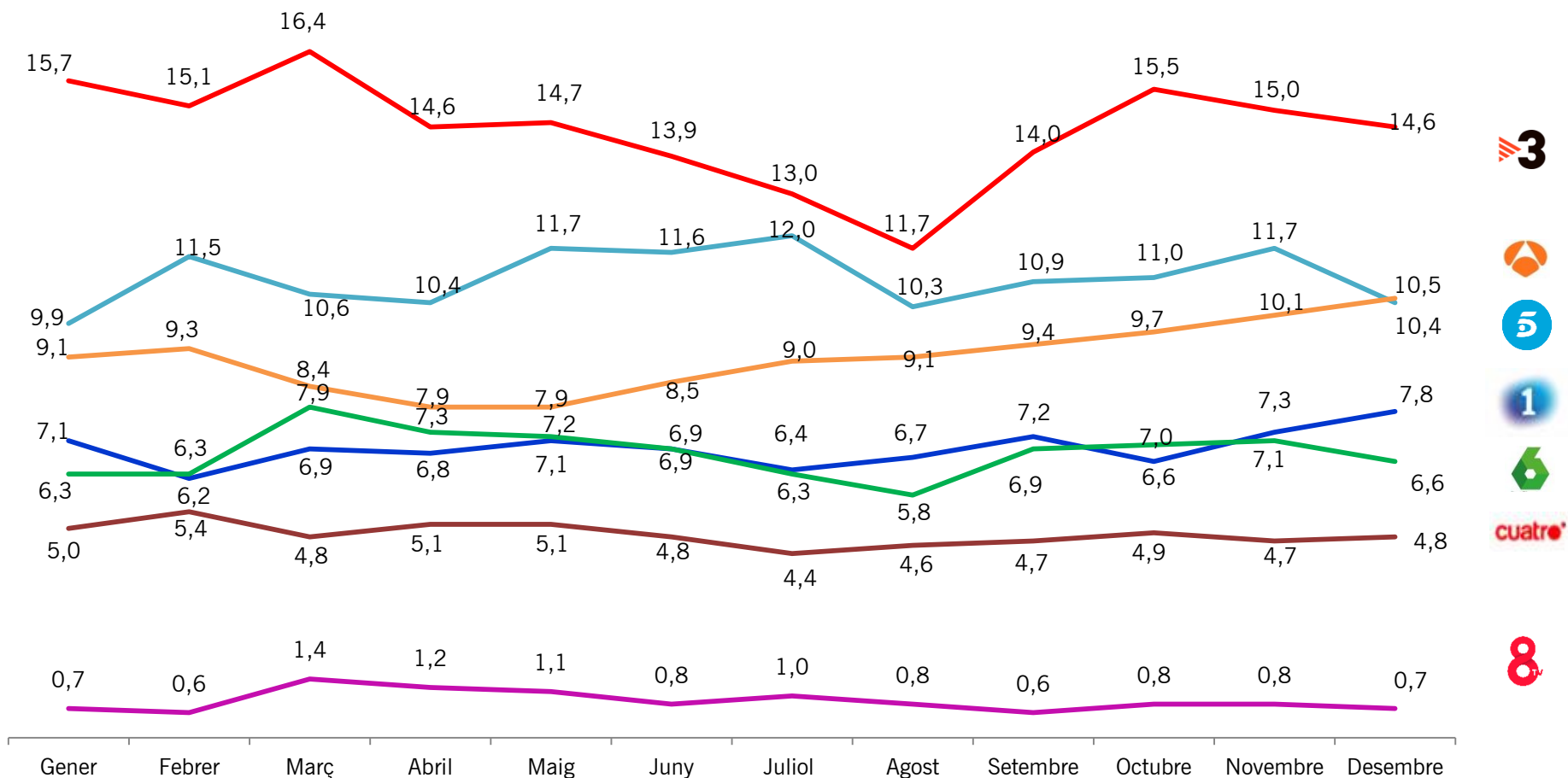


Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Diciembre de 2020.

Audiencia de la TDT (1)

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

(en %, de enero a diciembre 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](https://www.barlovento.com).

Audiencia de la TDT (2)

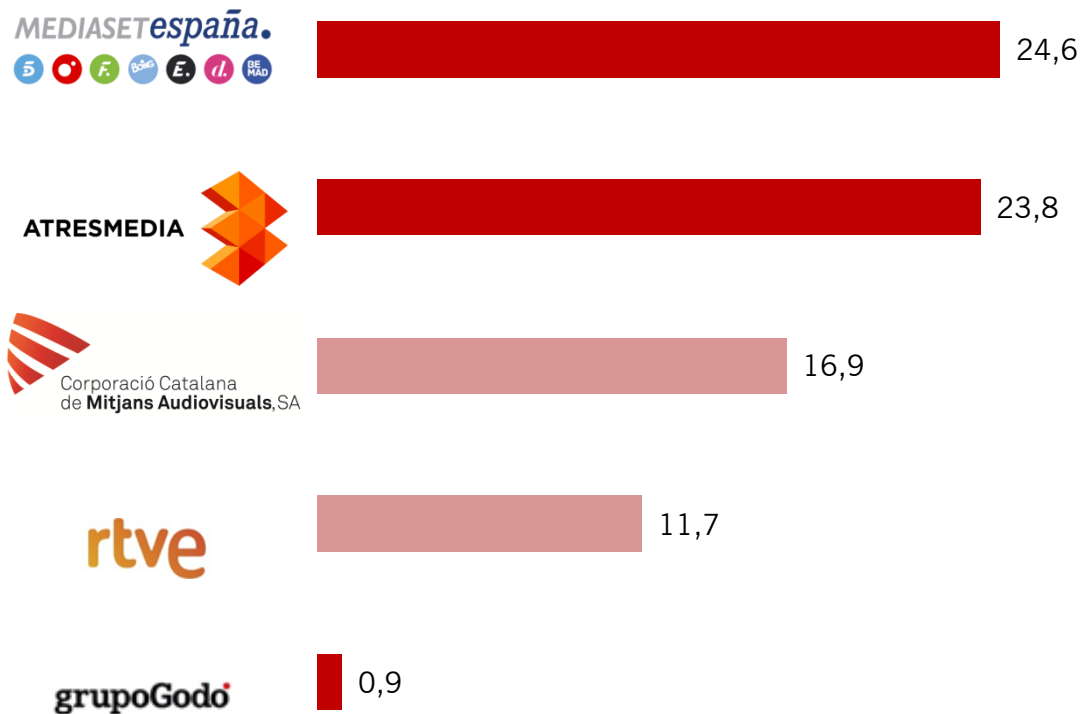
Cuota mensual de pantalla por canales en Cataluña. Año 2020 (en %, en orden descendente según la media anual)

CADENA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	MEDIA 2020
TV3	15,7	15,1	16,4	14,6	14,7	13,9	13,0	11,7	14,0	15,5	15,0	14,6	14,6
Telecinco	9,9	11,5	10,6	10,4	11,7	11,6	12,0	10,3	10,9	11,0	11,7	10,4	11,0
Antena 3 TV	9,1	9,3	8,4	7,9	7,9	8,5	9,0	9,1	9,4	9,7	10,1	10,5	9,0
La1	7,1	6,2	6,9	6,8	7,1	6,9	6,4	6,7	7,2	6,6	7,3	7,8	6,9
laSexta	6,3	6,3	7,9	7,3	7,2	6,9	6,3	5,8	6,9	7,0	7,1	6,6	6,8
Cuatro	5,0	5,4	4,8	5,1	5,1	4,8	4,4	4,6	4,7	4,9	4,7	4,8	4,9
Energy	2,8	3,0	3,0	2,8	2,8	3,0	3,3	3,4	2,9	2,4	2,3	2,4	2,8
La2	2,4	2,5	2,2	2,7	2,5	2,6	2,5	2,5	2,3	2,2	2,1	2,3	2,4
Atreseries	2,4	2,4	2,3	2,4	2,3	2,6	2,6	2,4	2,4	2,2	2,5	2,3	2,4
Neox	2,4	2,4	2,3	2,2	2,1	2,3	2,4	2,8	2,5	2,2	2,2	2,7	2,4
Factoría de Ficción	2,6	2,5	1,9	2,2	2,0	2,2	2,5	2,6	2,3	2,1	2,0	1,8	2,2
Divinity	2,0	2,0	1,5	1,8	2,1	2,1	2,3	2,3	2,2	2,0	1,9	1,6	2,0
TRECE	1,8	1,9	2,0	2,3	2,0	1,9	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	2,0	2,0
DMax	2,0	1,8	1,8	1,8	2,0	2,1	1,8	2,2	2,0	1,8	1,9	2,0	1,9
Paramount Network	1,6	1,7	1,6	2,0	1,8	1,8	1,8	2,0	1,8	1,8	1,7	1,7	1,8
Nova	1,4	1,5	1,4	1,8	1,9	2,1	2,2	2,0	1,8	1,8	1,7	1,6	1,7
Mega	2,1	1,6	2,6	2,0	1,4	1,1	1,6	1,6	1,4	1,6	1,4	1,5	1,7
3/24	1,3	1,3	1,2	1,5	1,5	1,4	1,5	1,9	1,7	1,5	1,4	1,5	1,5
Dkiss	1,4	1,3	1,1	1,3	1,4	1,2	1,5	1,4	1,1	1,1	1,2	1,1	1,3
Clan	1,1	1,1	0,9	1,1	1,1	1,1	1,2	1,5	1,3	1,2	1,3	1,1	1,1
Boing	0,9	1,0	0,8	1,1	1,4	1,3	1,2	1,1	0,9	0,8	0,9	1,2	1,0
8tv	0,7	0,6	1,4	1,2	1,1	0,8	1,0	0,8	0,6	0,8	0,8	0,7	0,9
24h	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,9
BeMad	0,8	0,8	0,6	0,6	0,5	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,6
Disney Channel	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6
TEN	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,6	0,7	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6
Gol	0,6	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Super3/33	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5
Teledeporte	0,6	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,5	0,8	0,4	0,4	0,2	0,4
Esport3	0,6	0,5	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3

Fuente: [Barlovento Comunicación](#).

Audiencia de la TDT (y 3)

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



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



Audiovisual en línea

Suscripciones a plataformas de televisión IPTV

Hogares y personas abonadas a las principales plataformas de IPTV de pago convencionales. Cataluña. Octubre-noviembre 2020

TELEVISIÓN DE PAGO CONVENCIONAL (IPTV)	HOGARES 		PERSONAS 	
	664.200	21,6%	1.545.714	23,7%
	212.175	6,9%	384.798	5,9%
	144.525	4,7%	365.232	5,6%

1 de cada 5 hogares catalanes elige Movistar+ como opción de televisión de pago IPTV, con más de un millón y medio de personas abonadas. Vodafone TV desplaza a **Orange/Jazztel TV** de la segunda posición y casi dobla el número de abonos en relación con la primera oleada del año.

Las respuestas pueden ser múltiples, puesto que un mismo hogar o individuo puede contar con una o más suscripciones a plataformas de pago, ya sean IPTV u OTT.

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 3.ª oleada de 2020. Base: 3.075.000 hogares y 6.522.000 personas.

Suscripciones a servicios OTT de pago

Hogares y personas abonadas a las principales plataformas audiovisuales OTT de pago. Cataluña. Octubre-noviembre 2020

PLATAFORMA VoD - OTT	HOGARES 	PERSONAS 
NETFLIX	1.500.600 48,4%	3.241.434 49,7%
prime video	814.875 26,5%	1.754.418 26,9%
HBO	396.675 12,9%	867.426 13,3%
Disney+	236.775 7,7%	521.760 8,0%
FILMIN	52.275 1,7%	136.962 2,1%
DAZN	55.350 1,8%	117.396 1,8%
Rakuten TV	52.275 1,7%	104.352 1,6%
Otros proveedores	184.500 6,0%	450.018 6,9%

En relación con los datos previos a la pandemia y el confinamiento, se constata que las principales OTT tienen entre un **6 y un 8% más** de personas abonadas a sus servicios en Cataluña.

Netflix encabeza de forma destacada el ranking con 3,2 millones de personas abonadas y ocupa el 50% del mercado catalán.

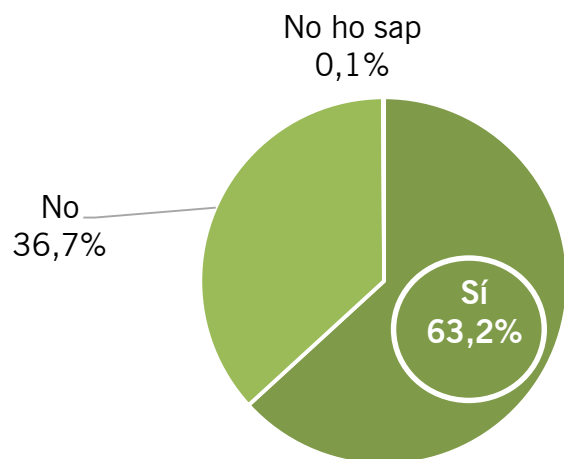
Amazon Prime Video tiene el crecimiento más alto del periodo y ya llega a 1,7 millones de personas.

Disney+, que se estrenó en marzo, tiene más de medio millón de personas abonadas en Cataluña.

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 3.ª oleada de 2020. Base: 3.075.000 hogares y 6.522.000 personas.

Consumo audiovisual bajo demanda en Cataluña (1)

Consumo de contenidos de plataformas de vídeo bajo demanda



En Cataluña, **6 de cada 10** personas consumen contenidos audiovisuales en plataformas de vídeo bajo demanda.

Las franjas de edad con más consumo audiovisual a la carta son las de 18-24 años y 25-34 años. El porcentaje disminuye a medida que incrementa la edad de las personas encuestadas.

Penetración por franjas de edad (en %)

Respuesta	18-24 años	25-34 años	35-49 años	50-64 años	+ 64 años
Sí	90,7	85,3	81,7	59,0	30,2
No	8,3	14,7	18,3	40,7	69,8

Fuente: Centro de Estudios de Opinión (CEO). [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2020](#). Octubre de 2020. Base total entrevistas N=1.375

Consumo audiovisual bajo demanda en Cataluña (y 2)

Búsqueda de contenidos en catalán en plataformas de vídeo bajo demanda



Cerca del **30% de las personas** encuestadas afirman que han buscado y no **han encontrado contenidos en catalán** en las plataformas de vídeo bajo demanda.

La búsqueda de contenidos en catalán en estos servicios audiovisuales se da más en **personas jóvenes** de 18 a 24 años y de 25 a 34 años, pero también en personas de más **de 64 años**.

Respuestas afirmativas por franjas de edad (en %)

Total población	18-24 años	25-34 años	35-49 años	50-64 años	+64 años
28,3	36,7	32,3	24,0	26,7	31,5

Fuente: Centro de Estudios de Opinión (CEO). [Òmnibus de la Generalitat de Catalunya 2020](#). Octubre de 2020. Base total entrevistas N=1.375

Consumo de contenidos audiovisuales en internet

Tiempo de navegación en internet (población). Diciembre 2020
2 horas y 25 minutos al día de media



Tiempo de navegación (internautas)
2 horas y 53 minutos al día de media

El 84,1% de la población ha navegado en alguna ocasión
(32,4 millones de visitantes únicos en internet/mes)



Consumo de contenidos audiovisuales en internet
47 minutos al día consumo de vídeos (+7 min. vs. dic. 19)
14 vídeos al día por persona (+2 vídeos vs. dic. 19)

Fuente: Barlovento Comunicación. [Consumo de internet vs. televisión. Diciembre de 2020](#).
Con datos de Comscore para España. Individuos mayores de 18 años.



Oferta de emisoras de radio en Cataluña

Radio pública
Radio privada

261 emisoras de radio

El 75% de las frecuencias de FM en Cataluña emiten oferta de radio pública.



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.

Por zona de servicio

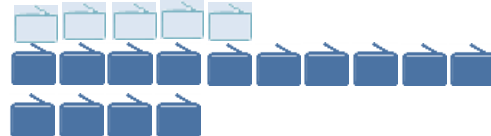
12 emisoras **nacionales**

4 públicas
8 privadas



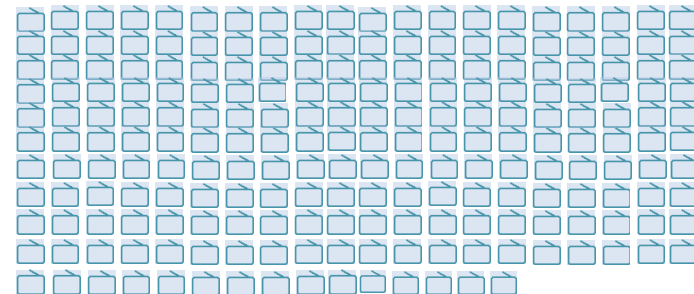
19 emisoras **estatales**

5 públicas
14 privadas



230 emisoras **locales**

215 públicas



15 privadas



Nota: dentro del 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). Noviembre 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 (Ràdio 4)
	215 emisoras locales	     (ejemplos emisoras municipales)         Catalán

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (FM local), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (FM nacional) y Ministerio de Economía y Empresa (FM estatal). Diciembre de 2020.

La radio privada

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

37 emisoras privadas	8 emisoras nacionales	          Catalán
	14 emisoras estatales	                   Castellano (excepto desconexiones)
	15 emisoras locales	                Catalán

Nota: Ràdio Adventista (91.0 – Pont de Suert) deja de emitir.

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

Radios municipales públicas por comarcas (1)

Del Baix Camp al Barcelonès



Baix Camp

- [Ràdio Hospitalet de l'Infant](#) (107.9)
- [Ràdio La Selva](#) (105.8 – La Selva del Camp)



Baix Ebre

- [Antena Aldaia](#) (107.0 - Aldea)
- [Antena Caro](#) (96.0 – Roquetes)
- CAM Ràdio  (104.6 - Camarles)
- [La Cala Ràdio](#) (107.3 – Ametlla de Mar)
- [Ràdio Delta](#) (107.6 – Deltebre)
- [Ràdio Tortosa](#) (103.3 – Tortosa)



Baix Empordà

- [Ràdio Begur](#) (97.7)
- [Ràdio La Bisbal](#) (107.4 - La Bisbal d'Empordà)
- [Ràdio Montgrí](#) (107.1 – Torroella de Montgrí)
- [Ràdio Palafrugell](#) (107.8)
- [Ràdio Palamós](#) (107.5)
- [Ràdio Platja d'Aro](#) (102.7)
- [Ràdio Sant Feliu](#) (107.0 – St. Feliu de Guíxols)
- [Ràdio Sta. Cristina](#) (107.7 – Sta. Cristina d'Aro)

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 medios audiovisuales de Cataluña](#) del CAC, páginas corporativas de las emisoras locales e Idescat (mapas). Data consulta: diciembre del 2020.

Radios municipales públicas por comarcas (y 2)



Baix Llobregat

- [El Prat Ràdio](#) (91.2–El Prat de Llobregat)
 - [Olesa Ràdio](#) (90.1–Olesa de Montserrat)
 - [Ràdio Abrera](#) (207.9)
 - [Ràdio Castelldefels](#) (98.0)
 - Ràdio Cervelló (107.4)
 - [Ràdio Corbera](#) (107.0–Corbera de Llobregat)
 - [Ràdio Cornellà](#) (104.6–Cornellà de Llobregat)
 - [Ràdio Desvern](#) (98.1–Sant Just Desvern)
 - [Ràdio Esparreguera](#) (89.4)
- Ràdio Estudi (94.6–Esplugues de Llobregat)
 - [Ràdio Gavà](#) (91.2)
 - [Ràdio Martorell](#) (100.3)
 - [Ràdio Molins de Rei](#) (91.2)
 - [Ràdio Pallejà](#) (107.8)
 - [Ràdio St. Andreu](#) (98.0–Sant Andreu de la Barca)
 - [Ràdio St. Boi](#) (89.4–Sant Boi de Llobregat)
 - Ràdio St. Esteve (88.0–Sant Esteve Sesrovires)
 - [Ràdio St. Feliu](#) (105.3–Sant Feliu de Llobregat)
 - [Ràdio St. Vicenç](#) (90.2–Sant Vicenç dels Horts)



Baix Penedès

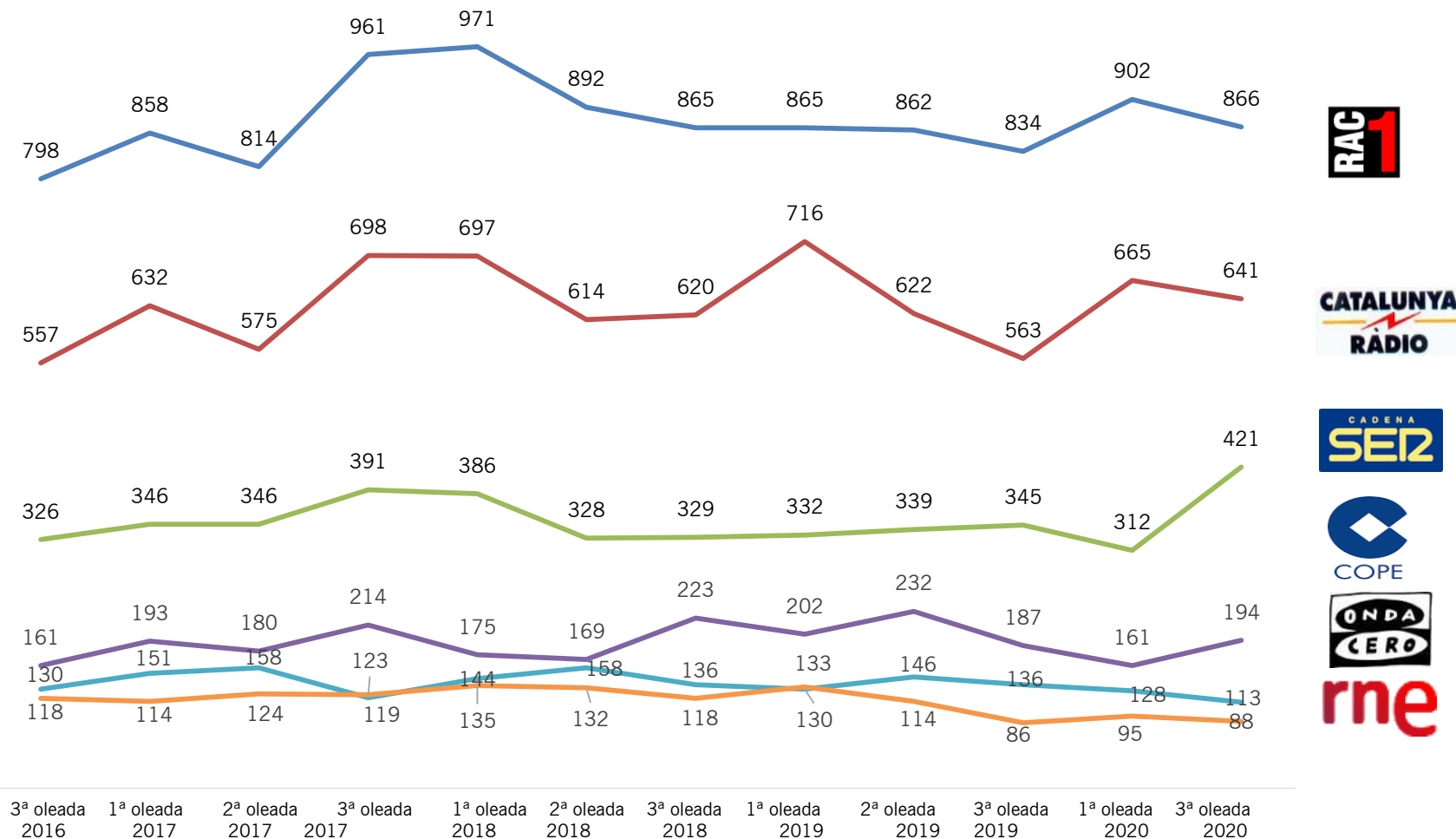
- Ràdio Banyeres (101.2)
- [Bellvei Ràdio](#) (104.8)
- [Calafell Ràdio](#) (107.9)
- [Ràdio Cunit](#) (107.0)
- [Ràdio El Vendrell](#) (107.1)
- [Ràdio Arboç](#) (107.3)
- [Domenys Ràdio](#) (107.6 – Sant Jaume dels Domenys)

Fuente: [Mapa de medios audiovisuales de Cataluña](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña, páginas corporativas de las emisoras locales e Idescat (mapa). Data consulta: diciembre de 2020.

Audiencias 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)

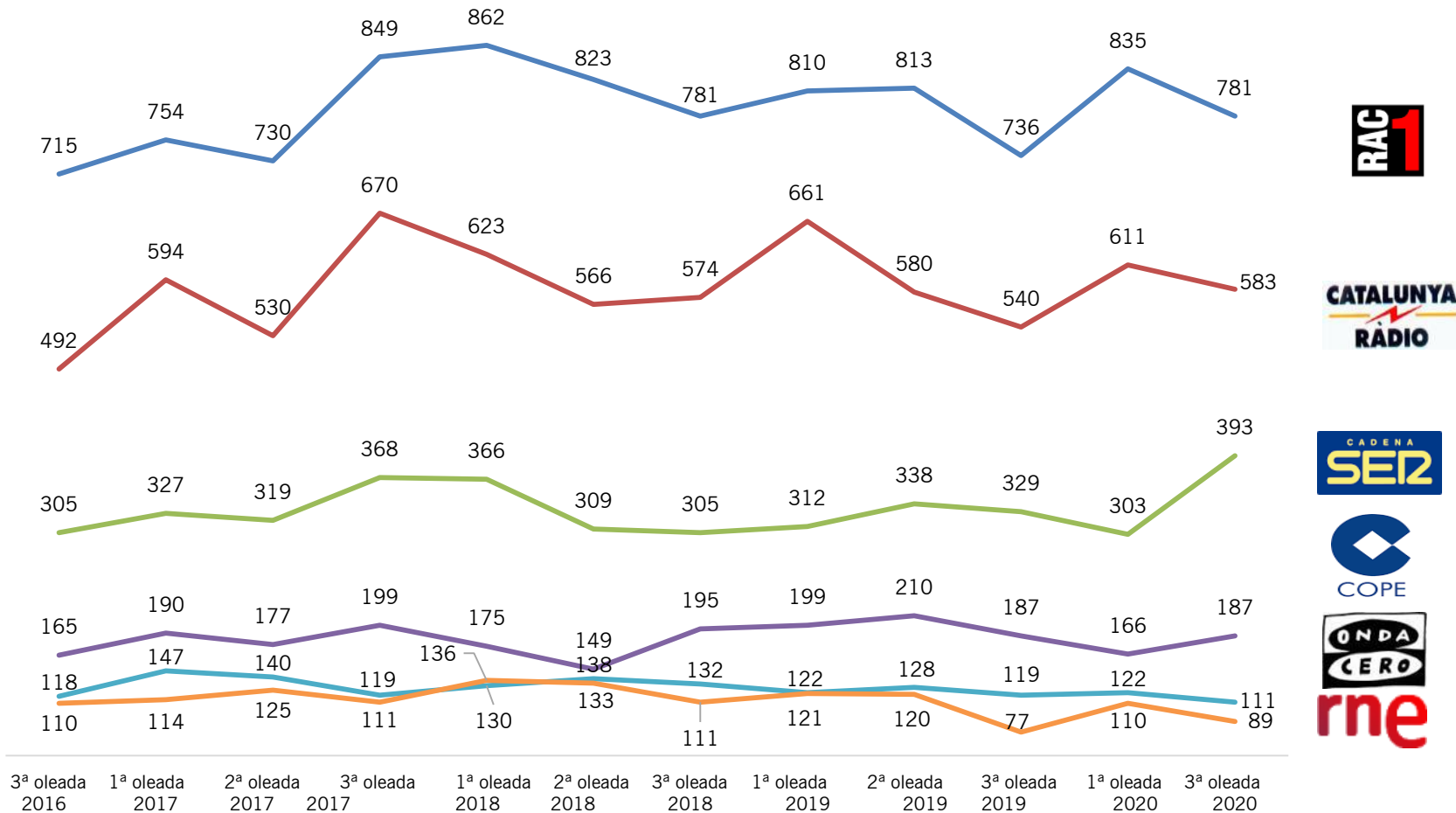


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.

Audiencias 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)

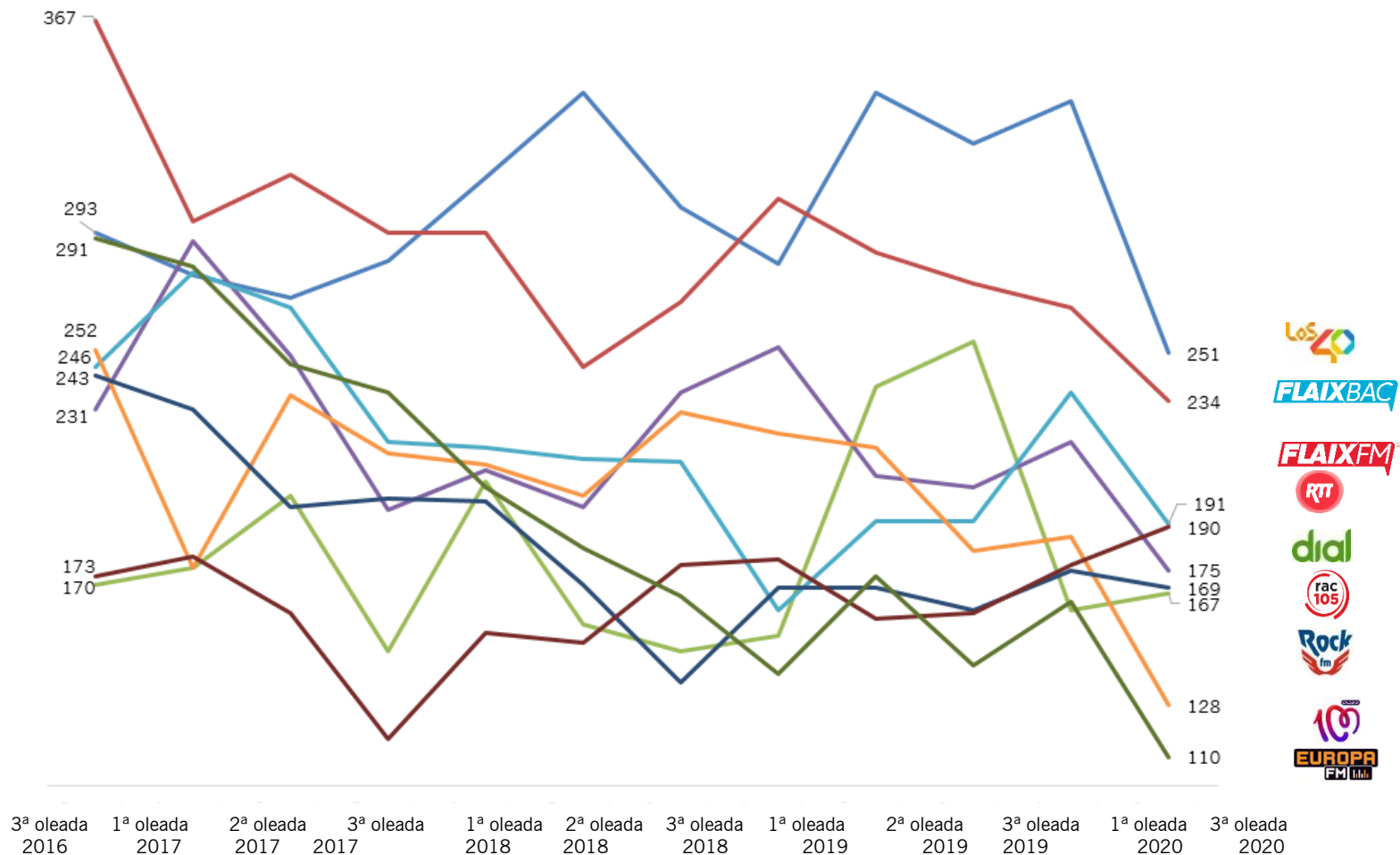


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.

Audiencias 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)

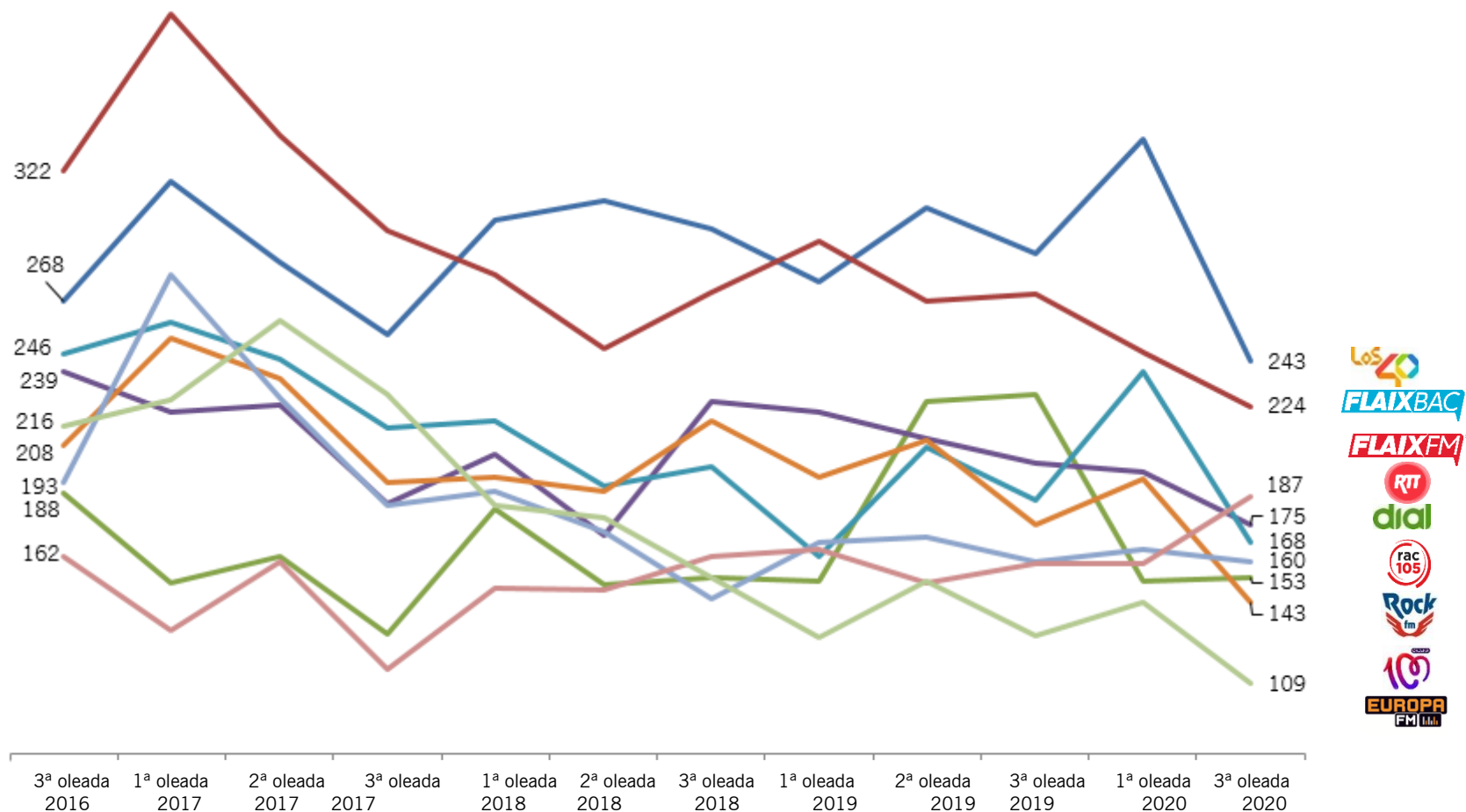


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.

Audiencias de la radio (4)

Ranking de las radios musicales. Audiencia

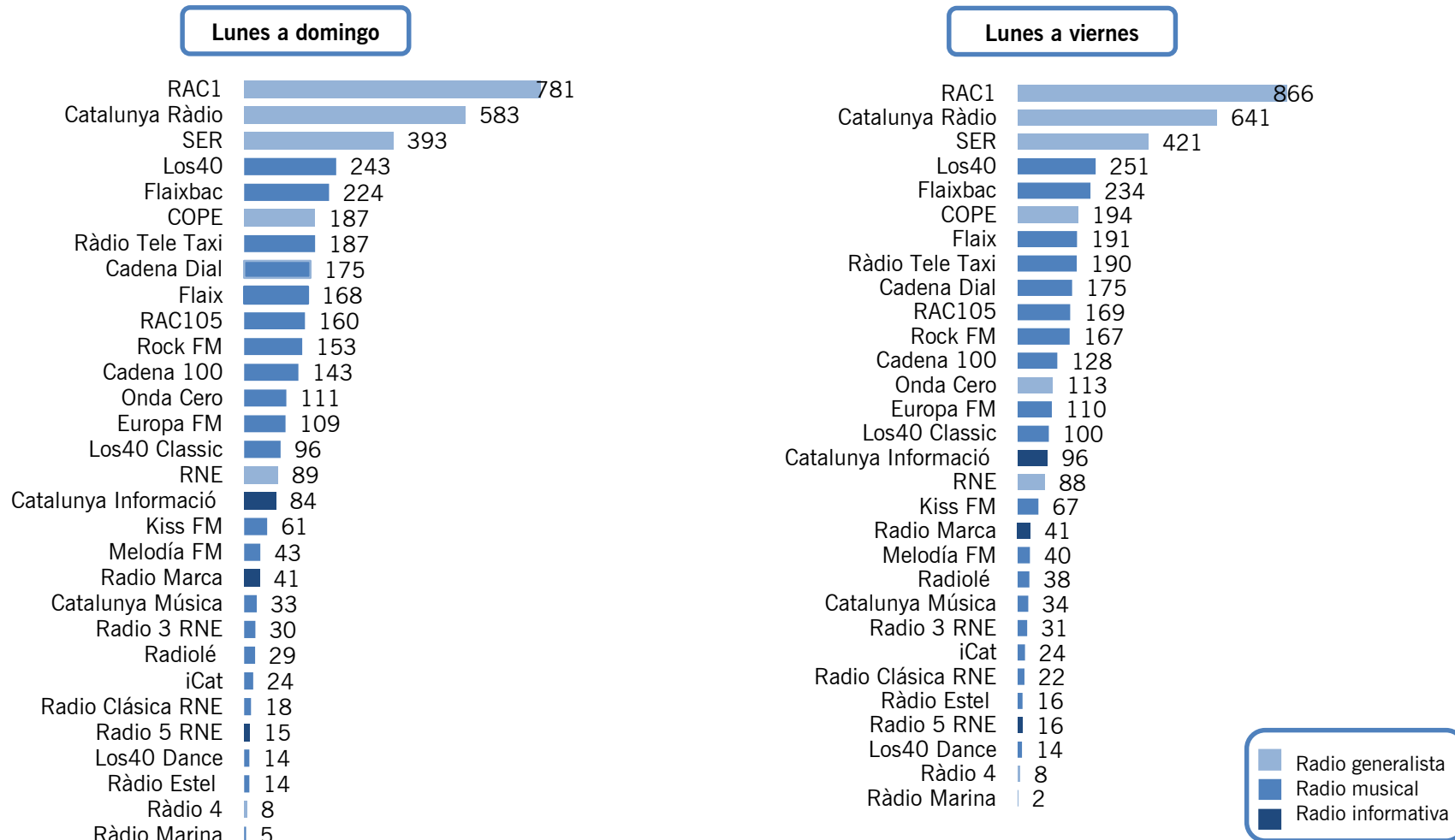
(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.

Audiencias de la radio (5)

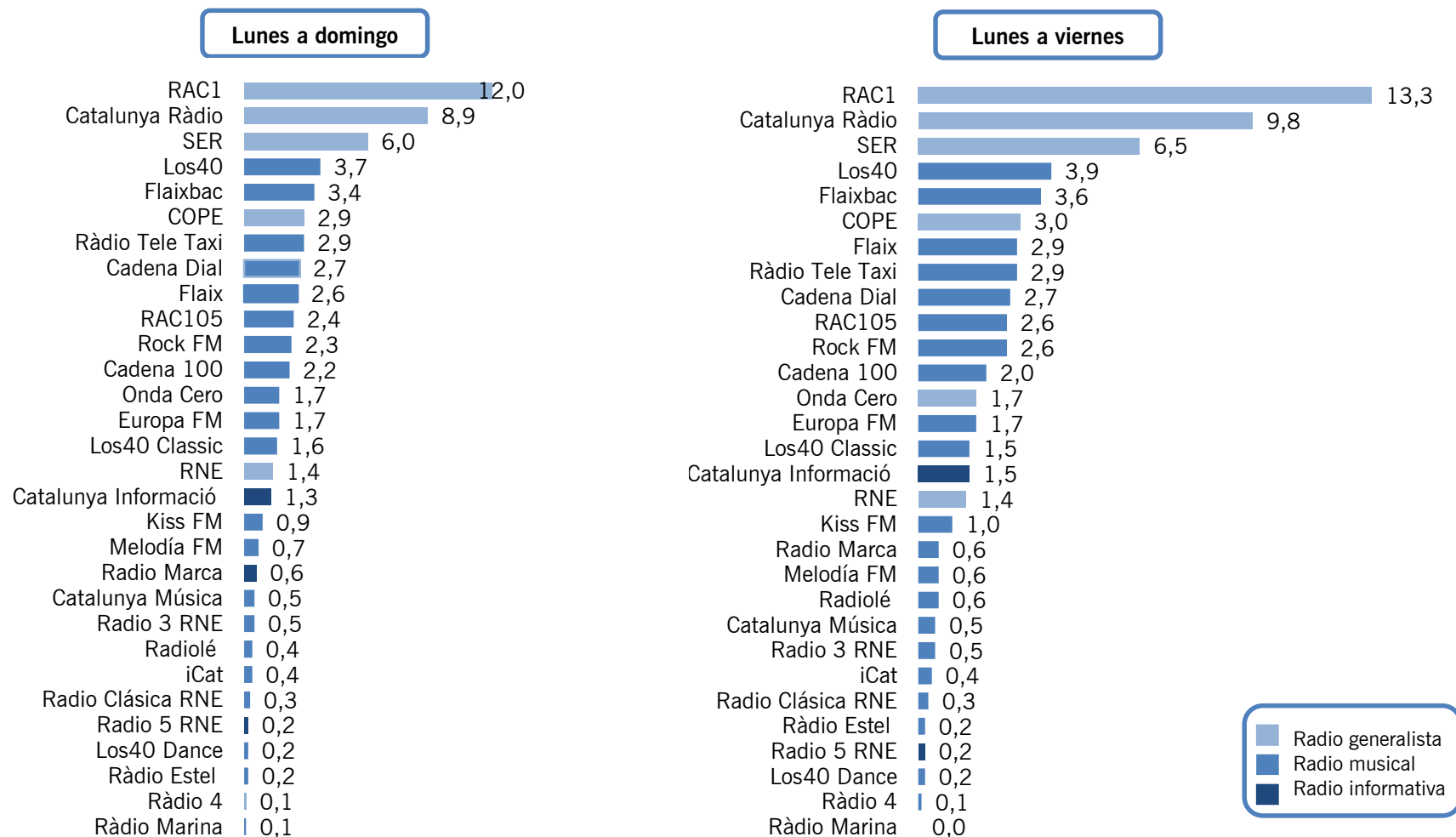
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en miles sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.

Audiencias de la radio (y 6)

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



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3.ª oleada 2020. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 a causa de la pandemia.



El apunte (1)

Covid-19: últimas acciones del CAC

Estudio sobre el discurso negacionista de la Covid-19



El 14 de octubre de 2020, el Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña aprobó el informe [La presencia de contenidos audiovisuales que difunden el discurso negacionista en relación con la Covid-19 en plataformas y redes sociales.](#)

Los contenidos analizados han sido considerados falsos por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

El Colegio de Médicos de Barcelona ha colaborado a validar la desinformación..

El informe del CAC muestra la facilidad con la que la desinformación se disemina entre las diferentes redes: solo dos de los vídeos analizados suman más de 13 millones de interacciones.

El CAC puso en conocimiento de YouTube, Facebook, Instagram y Twitter los contenidos detectados.

Ámbitos de análisis del informe:



Negación de la utilidad de las medidas de contención

Casi la mitad (un 42,9%) de los contenidos detectados hacen afirmaciones del tipo que las mascarillas no sirven para filtrar el coronavirus o cuestionan la validez de las pruebas PCR.



Posicionamientos antivacunas

Estos contenidos niegan la utilidad de una vacuna para combatir la Covid-19 y cuestionan su seguridad, o bien presentan la vacunación previa como causa del desarrollo de la enfermedad.



Rechazo al origen vírico de la pandemia

Aquí se encuentran las diversas teorías de la conspiración, como las que vinculan la Covid-19 con el despliegue de la tecnología 5G o con las estelas que dejan los aviones, e, incluso, vídeos que cuestionan la propia existencia del virus SARS-CoV-2.

Análisis del tratamiento informativo en TV3 de la Covid-19

El 23 de diciembre de 2020, el Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña aprobó el informe **El tratamiento informativo en TV3 de la pandemia de Covid-19. Periodo del 13 de marzo al 30 de junio de 2020.**



El tiempo de noticia y el tiempo de palabra son las variables analizadas, siguiendo la metodología de los estudios del CAC sobre pluralismo informativo.



TV3 aumentó la información un 11% y disminuyó el entretenimiento en un porcentaje similar. Los **teleinformativos** dedicaron el 90% del tiempo a la cobertura de la pandemia.



La presencia global de las mujeres aumenta ligeramente respecto a un periodo normal y se mantiene justo por encima de una tercera parte de las intervenciones, pero lejos de la paridad. Las mujeres protagonizaron el 36,4% del tiempo de palabra de los teleinformativos y el 35,4% de las entrevistas, los dos formatos mayoritarios del periodo analizado.



Los actores no políticos (principalmente, personas expertas) coparon la información de la pandemia, con un 69,6% del tiempo de palabra en los teleinformativos.

Ello supone 5 puntos porcentuales por encima de los valores habituales antes de la crisis sanitaria.



La información pivota sobre **cuatro grandes temas temáticos**:

- **Efectos en la sociedad** (el 45,3% del tiempo de noticia en los teleinformativos y el 42,1% de las entrevistas)
- **Actuaciones de las administraciones** (23,2% y 14,5%, respectivamente)
- **Crisis sanitaria en sentido estricto** (14,9% y 35,5%)
- **Incidencia internacional** (13,4% y 2,6%).

Recomendaciones. Contenidos audiovisuales sobre vacunas de la Covid

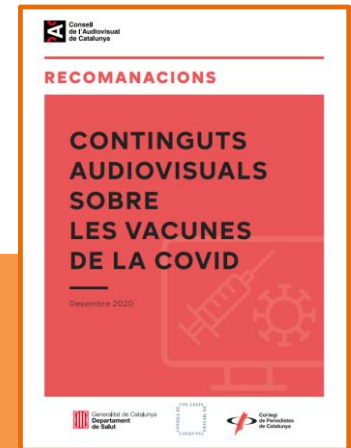
Recomendaciones dirigidas a medios de comunicación, plataformas de intercambio de vídeos y redes sociales. Elaboradas por: Consejo del Audiovisual de Cataluña

Departamento de Salud de la Generalitat de Cataluña

Consejo de Colegios de Médicos de Cataluña

Colegio de Periodistas de Cataluña

Recomendaciones



Contribuir a incrementar la “confianza vacunal” de la población:

Informar con rigor, fuentes solventes y contrastadas, hacer divulgación científica, dar voz a personas expertas y luchar contra la desinformación. Una **información equilibrada** no significa poner en igualdad las voces científicas y las voces del negacionismo.



Contextualizar las informaciones, particularmente en el caso de *historias humanas*, para no elevar a categoría una anécdota o un caso concreto. Esta recomendación tiene una validez especial en programas de entretenimiento.

El tratamiento de la Covid-19 debe **evitar la espectacularización** y otras formas de banalización. Hay que extremar las precauciones en la moderación de formatos en los que se abordan temas de forma espontánea y dinámica, como por ejemplo las **tertulias**.



Se hace un llamamiento **a las plataformas de intercambio de vídeos y a las redes sociales** para extremar el cuidado de los contenidos y la conveniencia de ofrecer enlaces a fuentes acreditadas.

En cuanto a las personas usuarias de estos servicios, se pide **evitar crear o difundir contenidos sin aval científico**.



El apunte (2)

Medidas para fortalecer el audiovisual

Comisión Europea: plan de ayuda al sector de la comunicación

El 3 de diciembre de 2020 la Comisión Europea aprobó la Comunicación: [“Los medios de comunicación de Europa en la década digital: un Plan de acción para el apoyo a la recuperación y la transformación”](#).

El Plan de acción consta de tres áreas de actividad y 10 acciones concretas para superar la crisis provocada por la Covid-19:

RECUPERACIÓN

1. Facilitar el **acceso de las empresas a las ayudas europeas** de financiación, dentro del marco plurianual 2021-2027.
2. Impulsar la inversión en la industria audiovisual a través de una nueva iniciativa **MEDIA INVEST**.
3. Lanzar la iniciativa **“NEWS”** para agrupar acciones y ayudas en el sector, con la creación del Foro Europeo de Medios de Noticias y la participación de InvestEU.

TRANSFORMACIÓN

4. Promover el **espacio europeo compartido de datos** de los medios.
5. Fomentar una **coalición europea de realidad virtual y aumentada**, y crear un laboratorio de medios de realidad virtual.
6. Facilitar discusiones y acciones para que la industria **se vuelva climáticamente neutra** en 2050.

EMPODERAMIENTO

7. **Mejorar el acceso y la disponibilidad de contenidos audiovisuales** en toda la UE, para que los medios puedan crecer y llegar a nuevas audiencias y públicos, y para disfrutar de una amplia diversidad de contenidos..
8. **Fomentar los talentos y las start-ups** en medios de comunicación europeos.
9. Empoderar a la ciudadanía mediante la **alfabetización mediática**.
10. **Reforzar la cooperación entre los reguladores** dentro del Grupo de Reguladores Europeos de Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA).

Nuevo Mandato marco del sistema público audiovisual catalán



18/12/2020. Aprobación en el Parlamento de Cataluña del **segundo Mandato marco del sistema público audiovisual para el periodo 2020-2026** ([Resolución 1125/XII](#)).

Este documento establece las **líneas básicas de acción** del sistema público audiovisual catalán.



El sistema público audiovisual es **básico** para que la ciudadanía esté muy informada y sea crítica, y es un **instrumento fundamental** para luchar contra la desinformación y la proliferación de noticias falsas en las redes sociales.



Principales obligaciones del servicio público

- ✓ Ofrecer información “amplia, veraz, contrastada, imparcial, rigurosa, territorialmente equilibrada y precisa”, así como plural y ejemplar con la igualdad de oportunidades, garantizando la independencia de los y de las periodistas.
- ✓ Promover su presencia en todas las plataformas de distribución y explorar nuevos formatos audiovisuales.
- ✓ Garantizar la protección de los menores de edad e impulsar la accesibilidad de los contenidos.
- ✓ Establecer el catalán como lengua propia de los medios audiovisual y promover el occitano aranés.
- ✓ Buscar la colaboración público-privada y con otras plataformas audiovisuales.



La financiación

- ✓ Financiación mixta y propone explorar otras vías de financiación.
- ✓ Despliegue del Mandato marco mediante el contrato programa entre los prestadores públicos de servicios audiovisuales y la Administración.

Decálogo para un audiovisual en catalán

La Plataforma per la Llengua, la Academia del Cine Catalán y el Clúster Audiovisual de Cataluña presentaron un [decálogo](#) de propuestas para fortalecer el sector audiovisual en catalán.

PROPUESTAS

- 01 **Aumentar la financiación pública** del sector audiovisual a 60 € por persona el año.
- 02 Atraer **nuevas plataformas digitales a Cataluña** y crear un gran núcleo audiovisual catalán con platós y parque tecnológico.
- 03 Recuperar el **Departamento de Cultura y Medios de Comunicación**.
- 04 **Garantizar el doblaje y la subtitulación al catalán** de series y películas **en todas las plataformas**.
- 05 Abrir un **canal juvenil y que la CCMA invierta recursos en contenidos para niños, adolescentes y jóvenes**, como también para el desarrollo de la oferta en línea.
- 06 Revisar la Ley y el libro de estilo de la CCMA para reforzar la normalización **de la lengua** propia.
- 07 Crear un **órgano de coordinación del audiovisual y medios de comunicación**, con representación de los **territorios catalán, valenciano y balear**.
- 08 Acordar la transposición de la **directiva europea** del audiovisual, para que dé **margen competencial a la Generalitat**.
- 09 Dar **cumplimiento a la Ley 20/2010 del cine** de Cataluña.
- 10 Actualizar la legislación del audiovisual y del cine con **una nueva ley**.

XAL: Plan Estratégico 2021-2025. Plan de planes



PLAN ESTRATÉGICO DE LA XAL 2021-2025



Aprobado el 3 de noviembre de 2020. Plan estratégico que parte del Plan de **DEFINICIÓN DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES**.

Tiene una estructura de árbol con **tres ramas: EFICIENCIA, ADAPTACIÓN e INNOVACIÓN**. Cada rama tiene planes autónomos, hasta un total de 10.



Flashes

Flashes (1)

Nuevo concurso público de 6 emisoras de radio privadas

El Consejo del Audiovisual de Cataluña ha convocado un concurso público para adjudicar seis licencias de radio en FM de titularidad privada: Manresa-Montserrat (88.1 MHz); Terrassa-Martines (89.4 MHz); Roses (94.4 MHz); Sort-Escobedo (94.5 MHz); Vall Boí (93.9 MHz); y Vielha eth Aro (103 MHz). Las licencias se otorgarán por un plazo de 15 años. El plazo para presentar telemáticamente la documentación [administrativa](#) necesaria finalizó el 25 de enero de 2021.

Actualización estratégica del sector audiovisual catalán

El Departamento de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña presentó en noviembre de 2020 el estudio [El sector audiovisual en Cataluña. Actualización estratégica](#). El informe aporta una radiografía actualizada del sector audiovisual catalán e identifica las tendencias principales de negocio y los retos estratégicos del mercado.

Afectaciones laborales de los periodistas por Covid-19

[Un 30% de los y de las periodistas han sufrido los efectos de la pandemia](#) en Cataluña. A un 24% se les ha aplicado un expediente de regulación temporal de empleo y se ha despedido al 5,9%. Estos son los datos de una encuesta que el Colegio de Periodistas de Cataluña elaboró entre sus miembros colegiados, para conocer cómo ha afectado la Covid-19 a la profesión.

Medidas de protección al audiovisual ante la Covid-19 a Europa

El informe del Observatorio Europeo del Audiovisual [The European audiovisual industry in the time of COVID-19](#) analiza las medidas de ayuda a la industria audiovisual que, a raíz de la crisis de la Covid-19, han implementado los organismos internacionales o cada uno de los 41 estados miembros del Consejo de Europa. Entre las medidas extraordinarias destacan las ayudas a la producción, la distribución y la exhibición, así como la relajación de las obligaciones impuestas por la regulación.

La regulación de las plataformas de intercambio de vídeos en el Reino Unido

La Ofcom publicó en octubre el documento [Regulating video-sharing platforms. A guide to the new requirements on VSPs and Ofcom's approach to regulation](#), una guía para las plataformas de intercambio de vídeos (PIV) que tiene un carácter evolutivo, esperando que este año se apruebe el [Online Harm Regime](#). Sobre las PIV, la Ofcom tiene planeadas tres consultas públicas: ámbito de la normativa, publicidad, y definición y regulación de contenidos perjudiciales. El 19 de noviembre, el regulador lanzó la primera consulta: [Video-sharing platforms: who needs to notify to Ofcom?](#)

Flashes (y 2)



Convocados los XVIII Premios el CAC en la escuela

En octubre de 2020 el Consejo del Audiovisual de Cataluña, en colaboración con el Departamento de Enseñanza de la Generalitat de Cataluña, convocó una nueva edición de los [Premios el CAC en la escuela](#). Esta iniciativa tiene el objetivo de fomentar la educación en comunicación audiovisual en el ámbito escolar, así como impulsar su incorporación en el currículum escolar. El plazo de presentación telemática de las solicitudes finaliza el 15 de marzo. Podrán participar todos los centros públicos y privados de Cataluña en tres categorías diferentes: centros, profesorado y trabajos de investigación de alumnado de bachillerato.



Más competencias digitales en tiempos de pandemia

El programa [eduCAC](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña ha presentado [nuevos materiales didácticos](#) para trabajar las competencias digitales del alumnado en un momento de adaptación a la enseñanza en línea. Los recursos del programa están pensados para abordar los ámbitos de la información, el entretenimiento, la publicidad y las buenas prácticas en las redes sociales. Se han programado a partir de las competencias transversales *Digital* y *Personal y social* del currículum de secundaria. El objetivo final es tomar conciencia de la responsabilidad digital y adoptar una actitud crítica ante los contenidos que consumen a través de las diversas pantallas.



Proyecto EduMediaTest

El CAC y la Universitat Pompeu Fabra lideran la iniciativa internacional [EduMediaTest](#) con el objetivo de desarrollar una herramienta que permita evaluar y mejorar la educación mediática del alumnado europeo de 14 a 18 años.

El proyecto se puso en marcha en septiembre de 2020 y se prevé una prueba piloto en el primer trimestre del año. El proyecto está financiado parcialmente por la Comisión Europea y se incluye en el programa de educación mediática *Media Literacy for All*. Participan en él los organismos reguladores del audiovisual de Croacia, Eslovaquia, Francia y Portugal, y dos instituciones públicas con competencias en educación mediática de Irlanda y Grecia.



3.er mapeo del Better Internet for Kids

A partir de la [Estrategia europea en favor de una internet más adecuada para los niños](#), aprobada por la Comisión Europea en 2012, se elabora el mapeo [Better Internet for Kids \(BIK\)](#). En noviembre de 2020 se publicó su tercera [edición](#), que analiza la definición y la ejecución de las políticas de la estrategia en los estados miembros. Se basa en cuatro pilares: promover el contenido en línea de alta calidad para los menores de edad, intensificar la conciencia en seguridad digital, crear entornos seguros para los niños y luchar contra los abusos sexuales infantiles.

BIAC. N.º 17 – Tercer cuatrimestre de 2020

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Barlovento Comunicación: [informes mensuales](#) de audiencia televisiva.
- EGM: 3.ª oleada de 2020. Datos para Cataluña.
- Centro de Estudios de Opinión: [Ómnibus de la Generalitat de Catalunya 2020](#). Octubre de 2020.
- Iconografía: [Noun Project](#), [Freepik](#), [Idescat](#)

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). N.º 17. Tercer cuatrimestre de 2020. Barcelona: CAC, enero de 2021. <www.cac.cat>