



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

18

Primer cuatrimestre de 2021
Número 18. Mayo de 2021

Sumario

Penetración del audiovisual en Cataluña

3



TDT

Oferta de TDT en Cataluña	6
La TDT de ámbito nacional	7
La TDT de ámbito estatal	8
La TDT de ámbito local	9
Audiencia de la TDT	12



Audiovisual en línea

15

Suscripciones a plataformas de televisión IPTV	16
Suscripciones a servicios OTT de pago	17
Consumo de contenidos audiovisuales en internet	18
Consumo de audio digital	20
Consumo de redes sociales	21



Radio

22

Oferta de emisoras de radio en Cataluña	23
La radio pública	24
La radio privada	25
Rádios municipales públicas por comarcas	26
Audiencias de la radio	27



El apunte. Transposición de la legislación europea

33

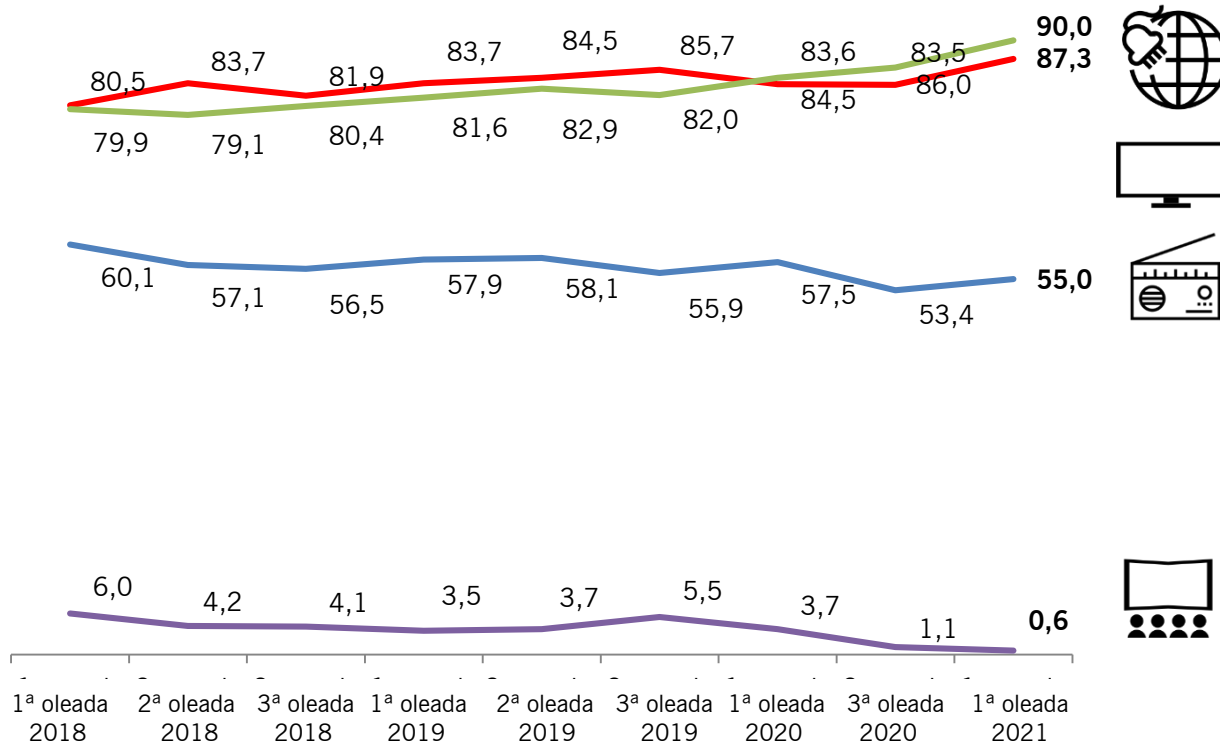


Flashes

36

Penetración del audiovisual en Cataluña (1)

Penetración del audiovisual en Cataluña (en % sobre la población)



CONSUMO EN CATALUÑA

En el primer cuatrimestre del año, el consumo medio de televisión ha sido de 3 h y 27 minutos.

De lunes a domingo, se escucha diariamente una media de 1 hora y 33 minutos de radio.

Nota: Debido a la pandemia de 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 de ella.

Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista); cine (última semana).

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021.

Penetración del audiovisual en Cataluña (y 2)

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



SEXO / EDAD	INTERNET	TELEVISIÓN	RADIO	CINE
Total población	90,0	87,3	55,0	0,6
Hombres	92,1	86,6	57,6	0,7
Mujeres	88,0	88,0	52,6	0,4
De 14 a 19 años	98,0	78,2	39,8	0,2
De 20 a 24 años	99,4	76,5	53,1	1,0
De 25 a 34 años	98,5	81,3	50,9	1,1
De 35 a 44 años	97,1	82,5	59,6	0,7
De 45 a 54 años	96,8	89,2	62,0	0,5
De 55 a 64 años	92,1	91,9	58,1	0,3
De 65 a 74 años	81,9	95,8	56,1	0,4
Mayores de 75 años	52,7	95,8	47,3	0,4

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021.



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: 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 TV, laSexta, Telecinco y Cuatro).

Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Economía y Empresa (canales TDT estatal). Mayo de 2021.

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 

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2021.

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) 				
	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 webs corporativas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Mayo de 2021.

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 tevecat Ebre te Segre TO7 lleida televisió Corisa Media Grup tvr TV Ripollès Taelus taronja CB Global Media CB TV ETV etv Prosa EL 9 TV Cadena Pirenaica RTV TO7 pirineus tv Doble Columna L21 Mola mola tv					

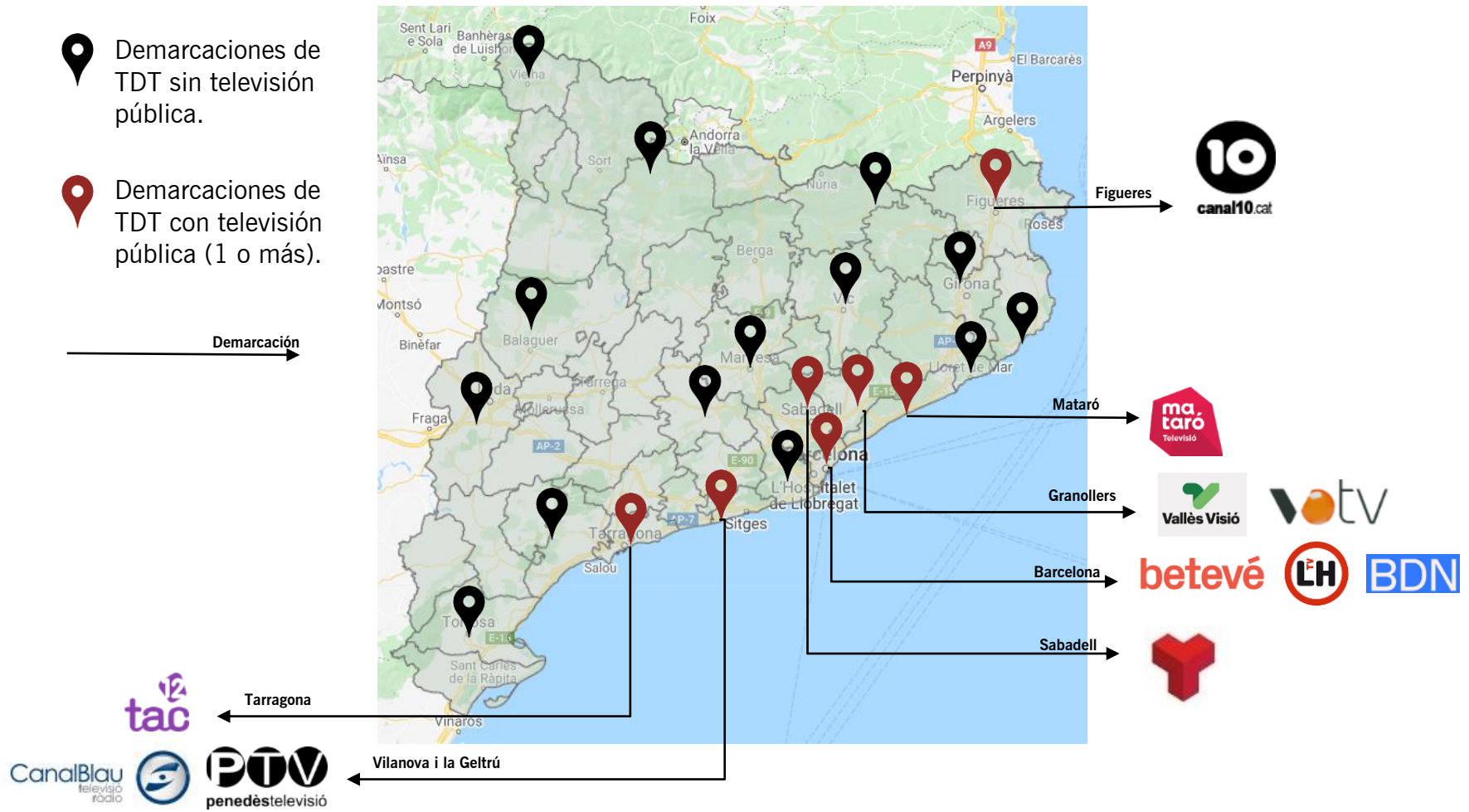
Nota: Los canales privados se agrupan, en su caso, por grupos de comunicación. El cuadro contabiliza los canales de TDT-L privados de las demarcaciones de La Seu d'Urgell, Manresa y Vilanova i la Geltrú (S/D).

S/D = sin determinar

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2021.

La TDT de ámbito local pública (2)

11 televisiones públicas distribuidas en 7 demarcaciones de TDT

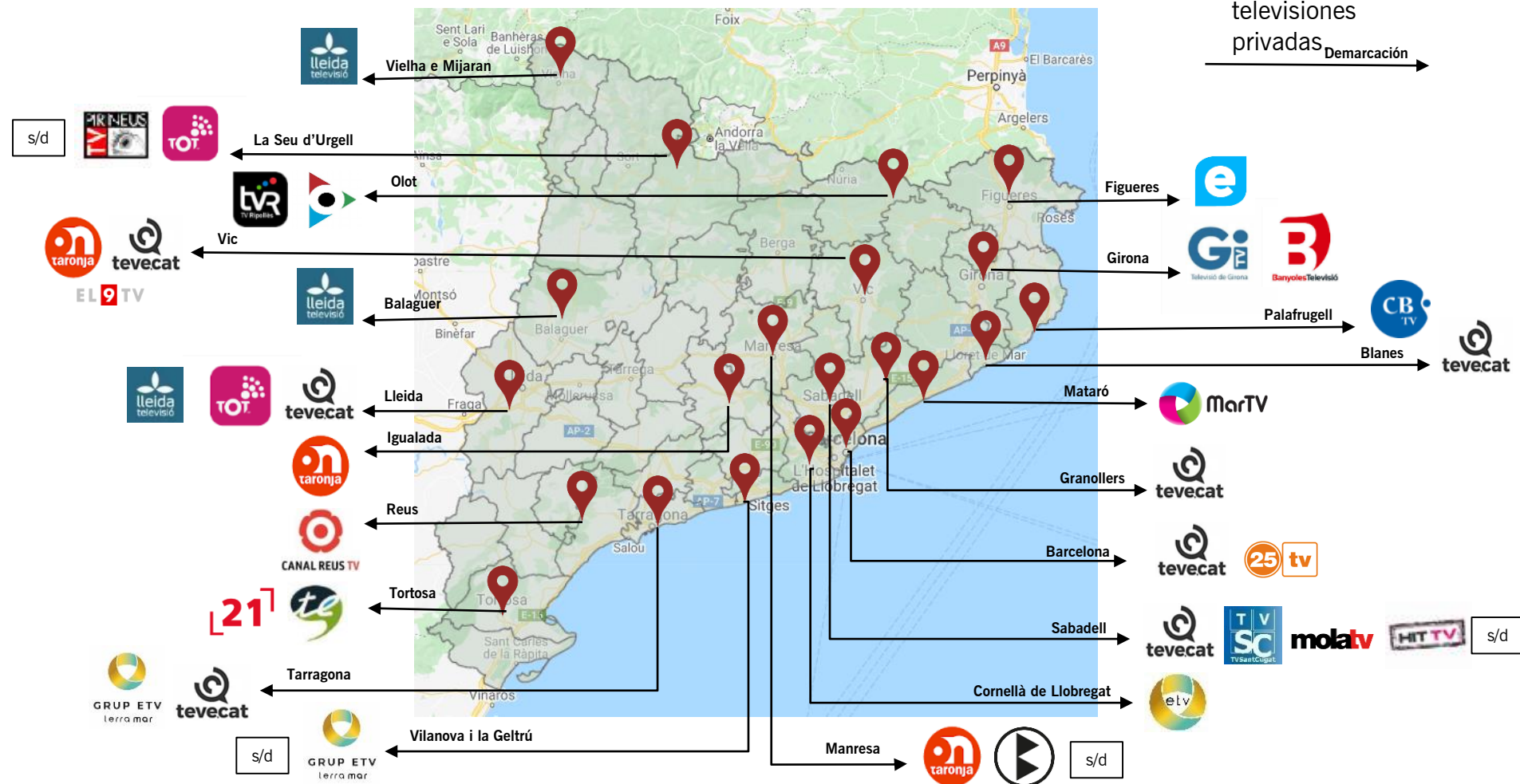


Fuente: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2021.

La TDT de ámbito local privada (y 3)

39 televisiones privadas distribuidas en 21 demarcaciones

Demarcaciones de TDT con 1 o más televisiones privadas

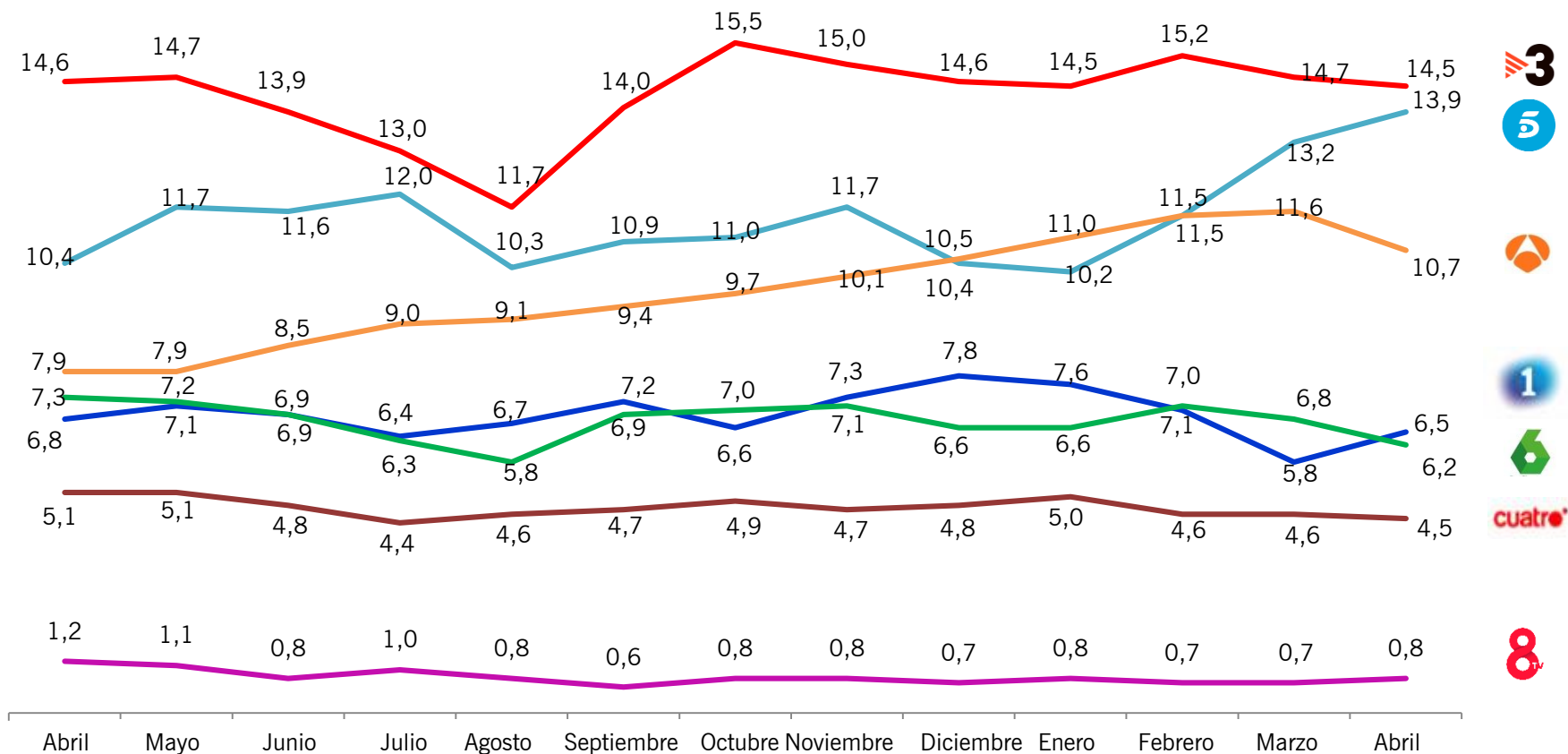


Fuente: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2021.

Audiencia de la TDT (1)

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

(en %, de abril de 2020 a abril de 2021)



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 TDT (2)

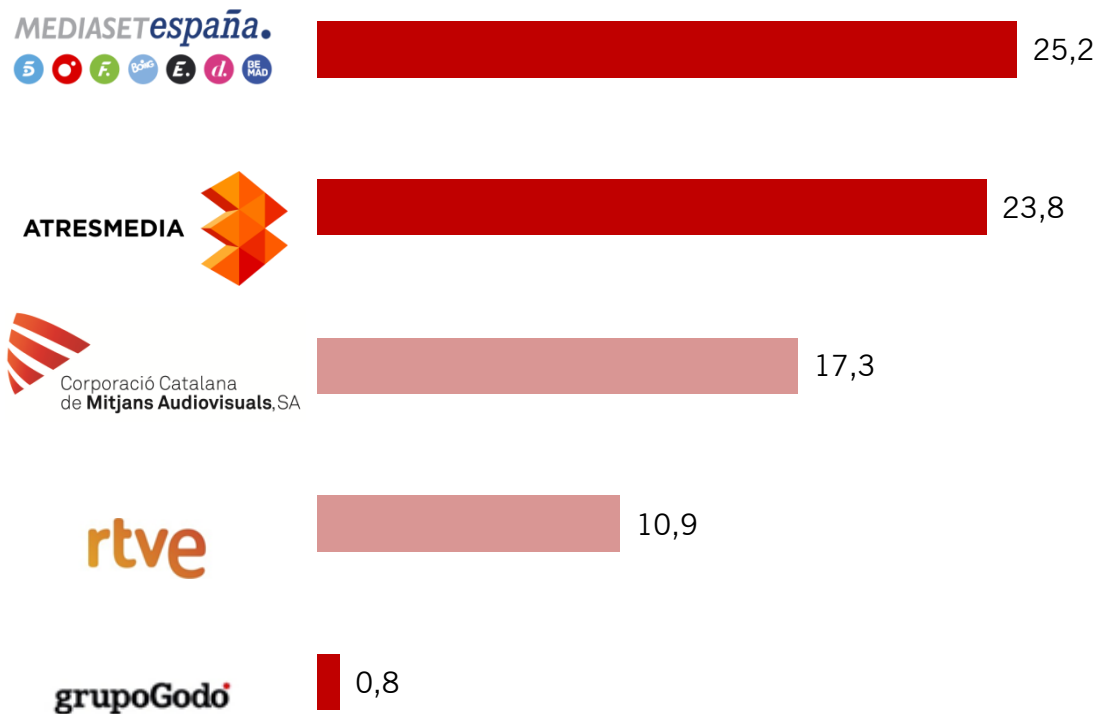
Cuota mensual de pantalla por canales en Cataluña. Enero-abril 2021 (en %, en orden descendente según los datos de abril)

Cadena	Enero	Febrero	Marzo	Abril
TV3	14,5	15,2	14,7	14,5
Telecinco	10,2	11,5	13,2	13,9
Antena 3 TV	11,0	11,5	11,6	10,7
La1	7,6	7,0	5,8	6,5
laSexta	6,6	7,1	6,8	6,2
Cuatro	5,0	4,6	4,6	4,5
Energy	2,8	2,4	2,6	2,4
La2	2,3	2,3	2,3	2,2
Factoría de Ficción	2,2	2,2	2,1	2,0
Paramount Network	1,9	2,0	1,9	2,0
Divinity	2,0	2,0	1,7	1,9
DMax	1,6	1,6	1,7	1,9
Neox	2,2	2,2	2,0	1,8
Atreseries	1,8	1,7	1,5	1,7
TRECE	2,0	1,9	1,6	1,6
3/24	1,6	1,5	1,3	1,4
Nova	1,5	1,1	1,3	1,2
Mega	1,2	1,2	1,3	1,2
Boing	1,1	1,3	1,3	1,1
Dkiss	1,0	0,9	0,8	1,0
Clan	1,1	0,8	0,8	0,8
8tv	0,8	0,7	0,7	0,8
TEN	0,7	0,7	0,6	0,7
24h	0,7	0,7	0,6	0,6
Gol	0,5	0,5	0,6	0,6
BeMad	0,6	0,5	0,5	0,5
Super3/33	0,6	0,6	0,6	0,5
Esport3	0,5	0,4	0,6	0,5
Disney Channel	0,5	0,5	0,5	0,4
Teledeporte	0,4	0,3	0,4	0,4

Fuente: [Barlovento Comunicación](#).

Audiencia de la TDT (y 3)

Cuota de pantalla en Cataluña (en % por grupos, de enero a abril de 2021)



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



Audiovisual en línea

Subscripciones a plataformas de televisión IPTV

Hogares y personas abonadas a las principales plataformas de IPTV de pago convencionales. Cataluña. Febrero-marzo 2021

TELEVISIÓN DE PAGO CONVENCIONAL	HOGARES 	PERSONAS ABONADAS 
	737.262 24,3%	1.729.462 26,2%
	169.904 5,6%	448.868 6,8%
	142.598 4,7%	330.050 5,0%

Las cifras de las plataformas de IPTV de pago no registran cambios significativos en este cuatrimestre. Movistar+ crece un 2,5% y ya ocupa una cuarta parte del mercado de televisión de pago convencional. Respecto a la situación anterior a la pandemia, el crecimiento también ha sido moderado.

Las respuestas pueden ser múltiples, ya 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. 1.ª oleada de 2021. Base: 3.034.000 hogares y 6.601.000 personas.

Subscripciones a servicios OTT de pago

Hogares y personas abonadas a las principales plataformas audiovisuales OTT de pago. Cataluña. Febrero-marzo 2021

PLATAFORMA VoD - OTT	HOGARES		PERSONAS ABONADAS	
NETFLIX	1.614.088	53,2%	3.742.767	56,7%
prime video	1.067.968	35,2%	2.429.168	36,8%
HBO	433.862	14,3%	970.347	14,7%
Disney+	354.978	11,7%	778.918	11,8%
DAZN	115.292	3,8%	310.247	4,7%
FILMIN	109.224	3,6%	191.429	2,9%
Rakuten TV	75.850	2,5%	184.828	2,8%
Otros proveedores	227.550	7,5%	534.681	8,1%

En un año caracterizado por la pandemia, las plataformas OTT de pago **casi han duplicado las suscripciones** y superan los 9,1 millones de personas abonadas, en comparación con los 5,2 millones del mismo periodo de 2020.

Netflix se mantiene como primera opción y supera el 50% de penetración en el mercado catalán.

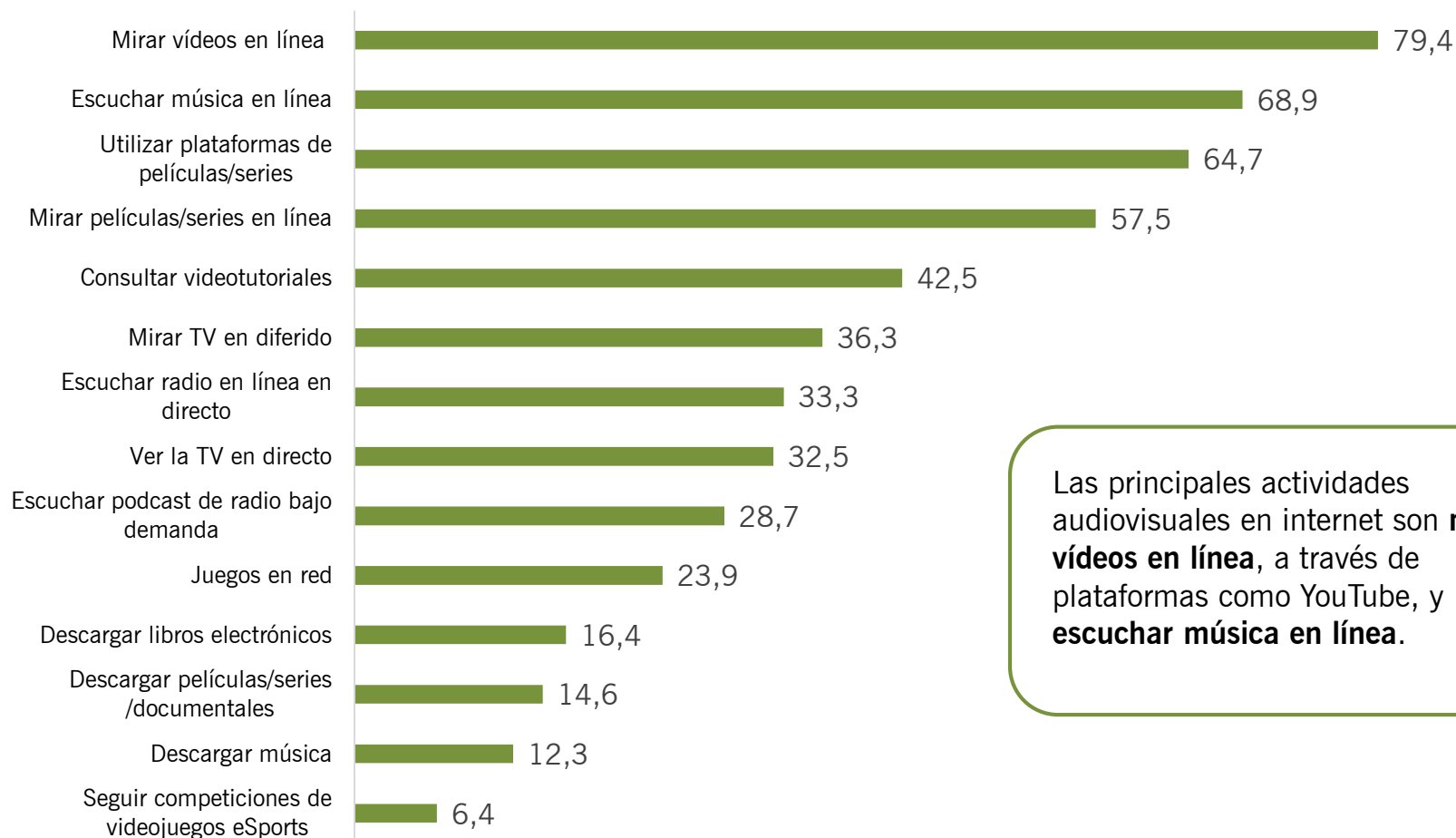
Amazon Prime Video se consolida como segunda plataforma OTT con 2,4 millones de personas abonadas y un 36,8% de cuota, seguida de **HBO**, con casi un millón de personas abonadas.

Destaca el crecimiento de **Filmin**, que duplica el número de personas abonadas y pasa de 70.000 a 191.000 en un año.

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 1.ª oleada de 2021. Base: 3.034.000 hogares y 6.601.000 personas.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (1)

Actividades relacionadas con el acceso a contenidos audiovisuales en internet. Cataluña. Año 2020 (últimos 30 días y en %)



Las principales actividades audiovisuales en internet son **mirar vídeos en línea**, a través de plataformas como YouTube, y **escuchar música en línea**.

Fuente: AIMC (2021). [23ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2020.

Consumo de contenidos audiovisuales en internet (y 2)

Servicios de música a la carta. Cataluña. Año 2020 (en %)



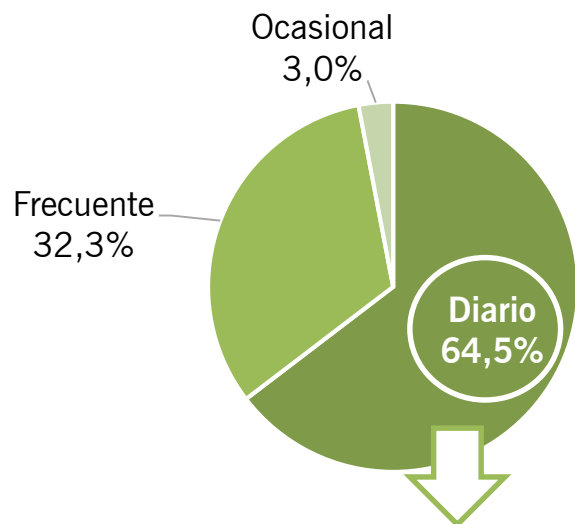
Más de un tercio de las personas encuestadas utiliza frecuentemente servicios de música a la carta (35,6%) y un 27,4% lo hace de forma ocasional.

Spotify es el servicio líder con diferencia, seguido de **Amazon Music** y **YouTube Music**.

Fuente: AIMC (2021). [23ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña. Periodo octubre-diciembre de 2020.

Consumo de audio digital

Hábitos del oyente digital. España. Año 2021
(en %)



El 81% de jóvenes de entre 16 y 24 años escucha audio digital a diario

¿Qué escuchan principalmente?

Música: 8 de cada 10 oyentes

Noticias o actualidad: 6 de cada 10 oyentes



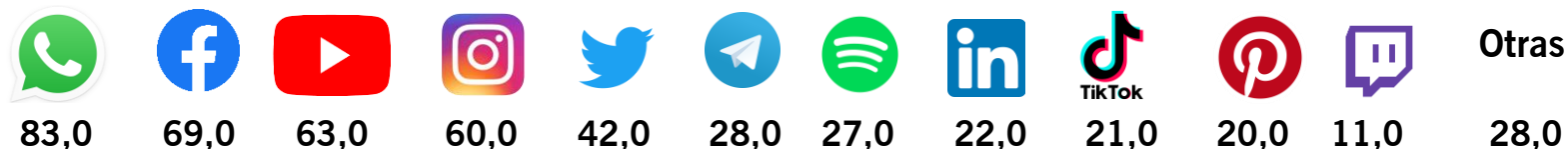
¿Cómo lo escuchan?

77,8%	Música bajo demanda (Spotify, Apple Music, etc.)
70,8%	Radio en directo o <i>streaming</i>
46,1%	Radio en diferido (redes, app, etc.)
43,8%	Podcast
31,0%	Asistentes de voz
21,7%	Audiolibros
16,1%	Agregadores (iVooz, TuneIn, etc.).

Fuente: IAB Spain. [Estudio de audio digital 2021](#). Base total entrevistas N=1.136. Personas mayores de 16 años. España, febrero de 2021.

Consumo de redes sociales

Principales redes sociales utilizadas. España. Año 2021 (en %) (pregunta: en el último mes)



El 85% de la población utiliza redes sociales.

Medias

Edad: **40 años**

Tiempo de conexión: **1 h 21 minutos**

Cantidad: **4,7 redes sociales** por persona al mes



WhatsApp e Instagram tienen la mayor frecuencia de uso.



Baja el uso de **Facebook y YouTube**.

Principales usos

81% Entretenerse

72% Interactuar

66% Informarse



Fuente: IAB Spain. [Estudio de redes sociales 2021](#). Base total entrevistas N=1.101 personas usuarias y 278 profesionales mayores de 16 años. España, marzo-abril de 2021.



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

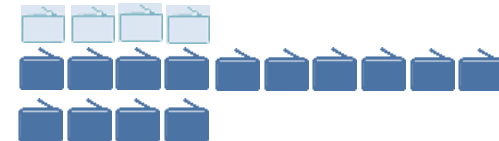
13 emisoras **nacionales**

5 públicas
8 privadas



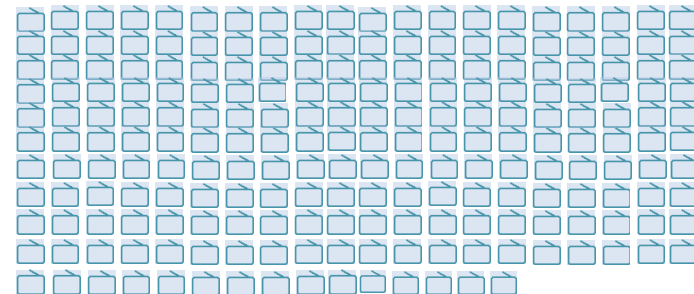
18 emisoras **estatales**

4 públicas
14 privadas



230 emisoras **locales**

215 públicas



15 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). Noviembre de 2020.

La radio pública

 Lengua vehicular

Por zona de servicio y lengua de emisión

224 emisoras públicas	5 emisoras nacionales	      Catalán
	4 emisoras estatales	     Castellano
	215 emisoras locales*	             Catalán

* Ejemplos de 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). Mayo de 2021.

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

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Mayo de 2021.

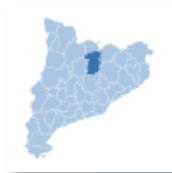
Radios municipales públicas por comarcas

Del Barcelonès a las Garrigues



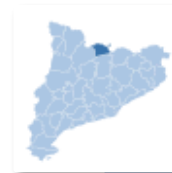
Barcelonès

- [Ràdio Ciutat de Badalona](#) (94.4)
- [Betevé](#) (91.0)
- [Grama Ràdio](#) (por internet)
- [Ràdio L'Hospitalet](#) (por internet)



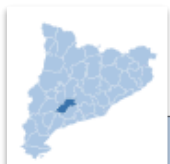
Berguedà

- [Ràdio Berga](#) (107.6)
- [Ràdio Puig-reig](#) (107.3)



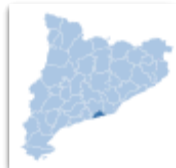
Cerdanya

- [Ràdio Puigcerdà](#) (107.9)



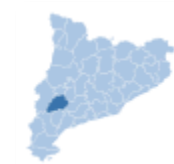
Conca de Barberà

- [L'Espluga FM Ràdio](#) (107.4)
- [Ràdio Montblanc](#) (107.1)



Garraf

- [Ràdio Cubelles](#) (107.5)
- [Ràdio Ribes](#) (107.2 – Sant Pere de Ribes)
- [Ràdio Maricel](#) (107.8 – Sitges)
- [Canal Blau FM](#) (100.5 – Vilanova i la Geltrú)



Garrigues

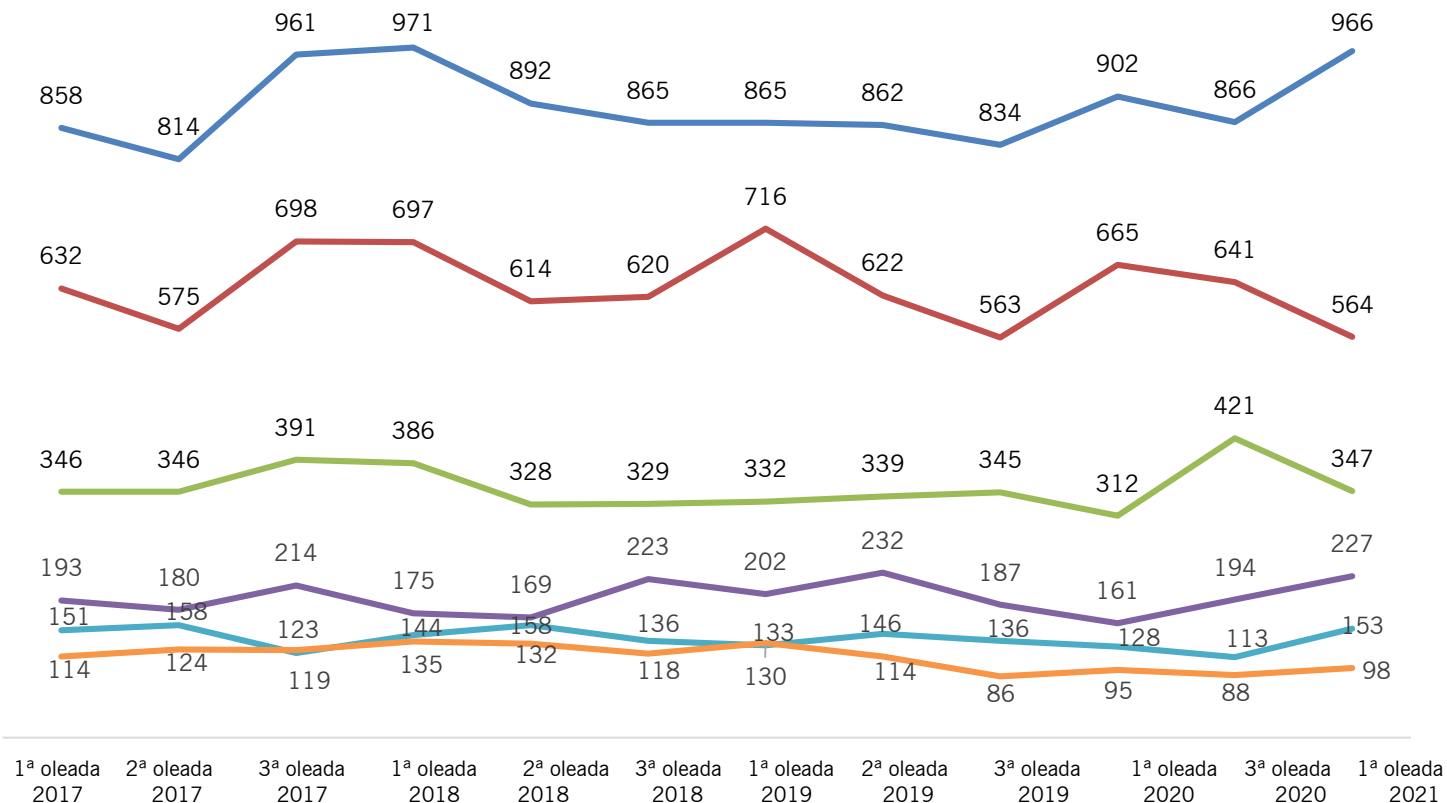
- [Ràdio Arbeca](#) (107.8)
- [Ràdio Juneda](#) (107.6)
- [Ràdio Les Borges](#) (107.1 – Les Borges Blanques)

Fuente: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del CAC, páginas corporativas de las emisoras locales e Idescat (mapas).
Fecha consulta: mayo de 2021.

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)

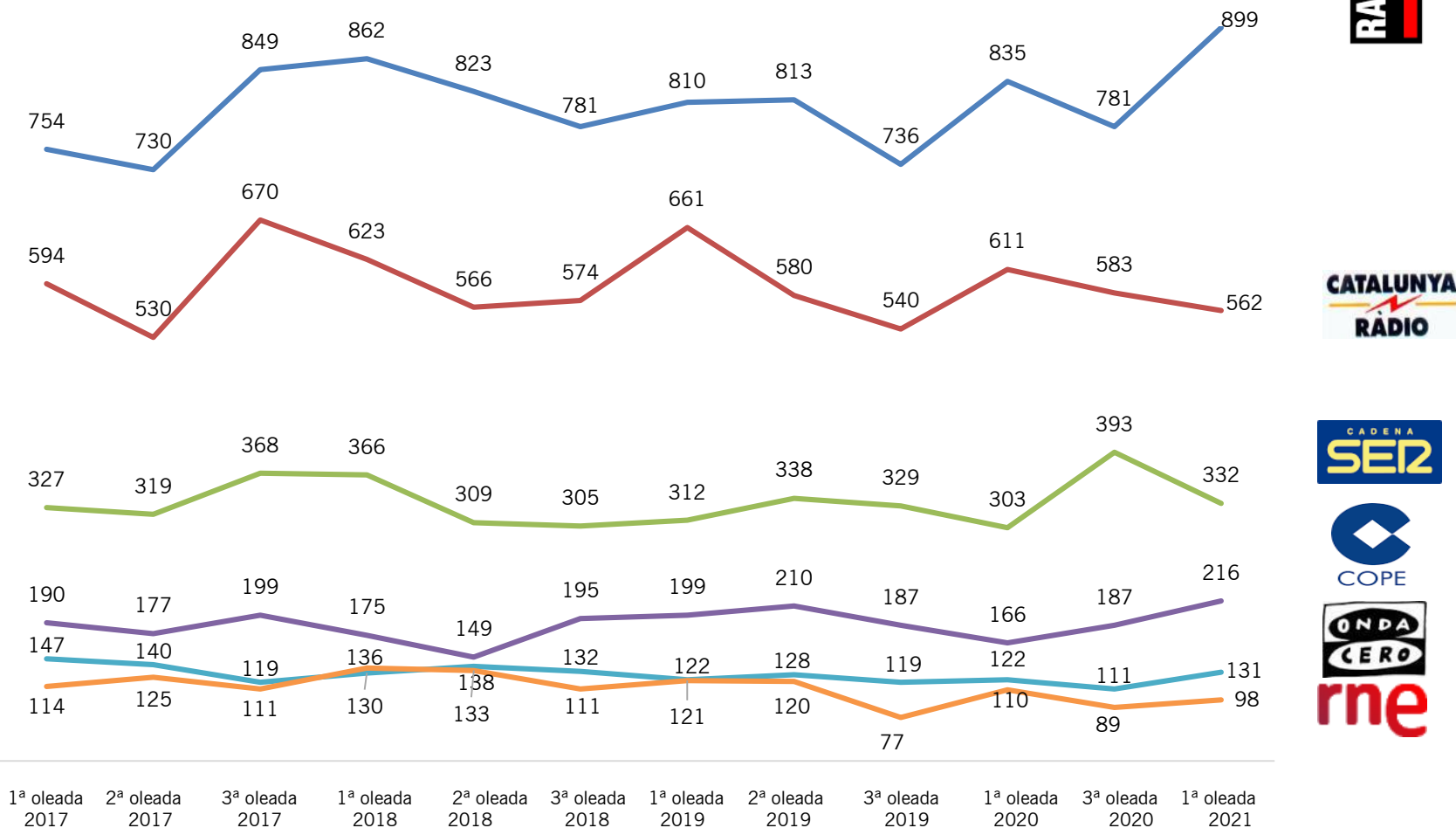


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 debido a la pandemia.

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)

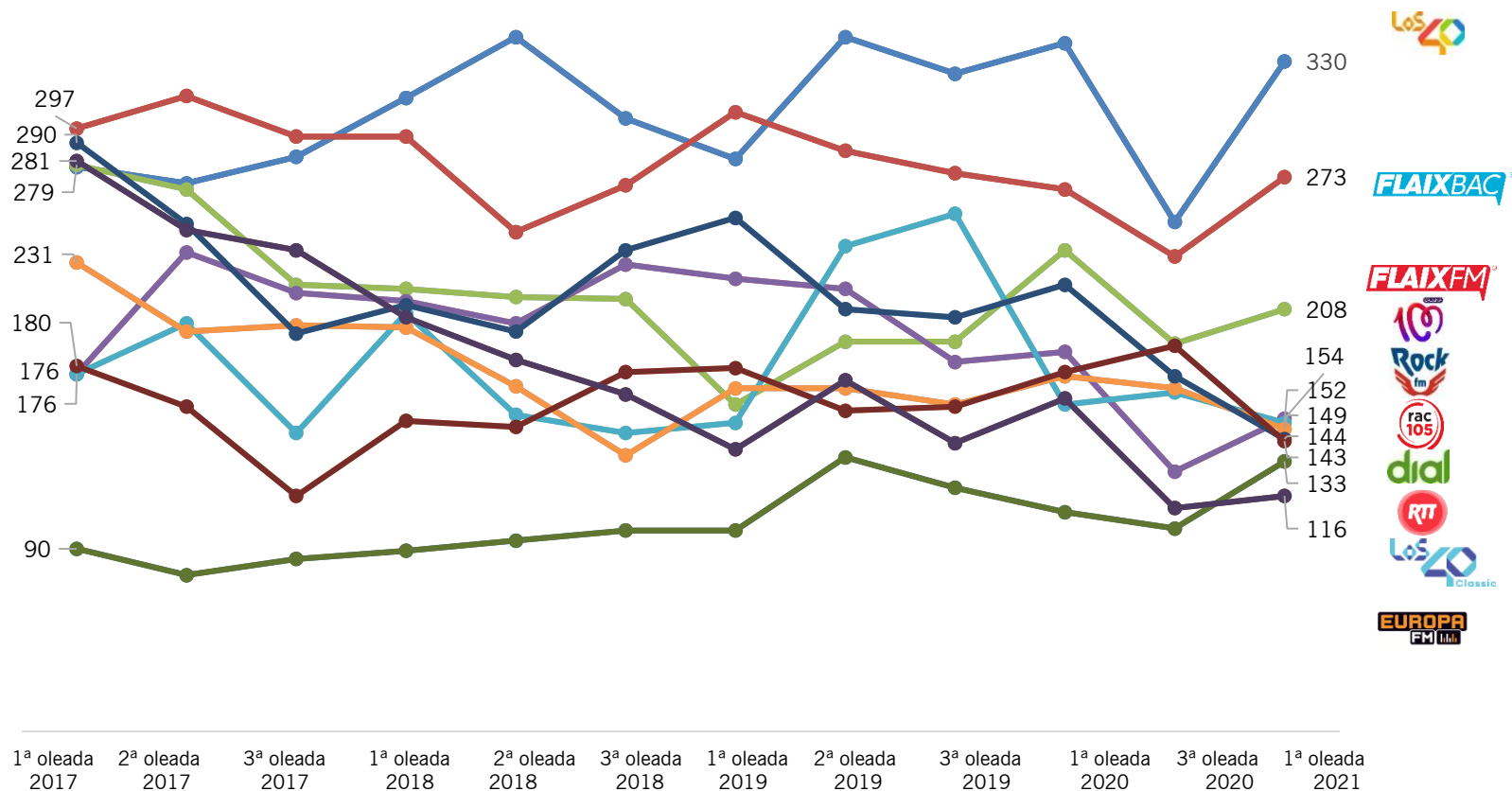


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 debido a la pandemia.

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)

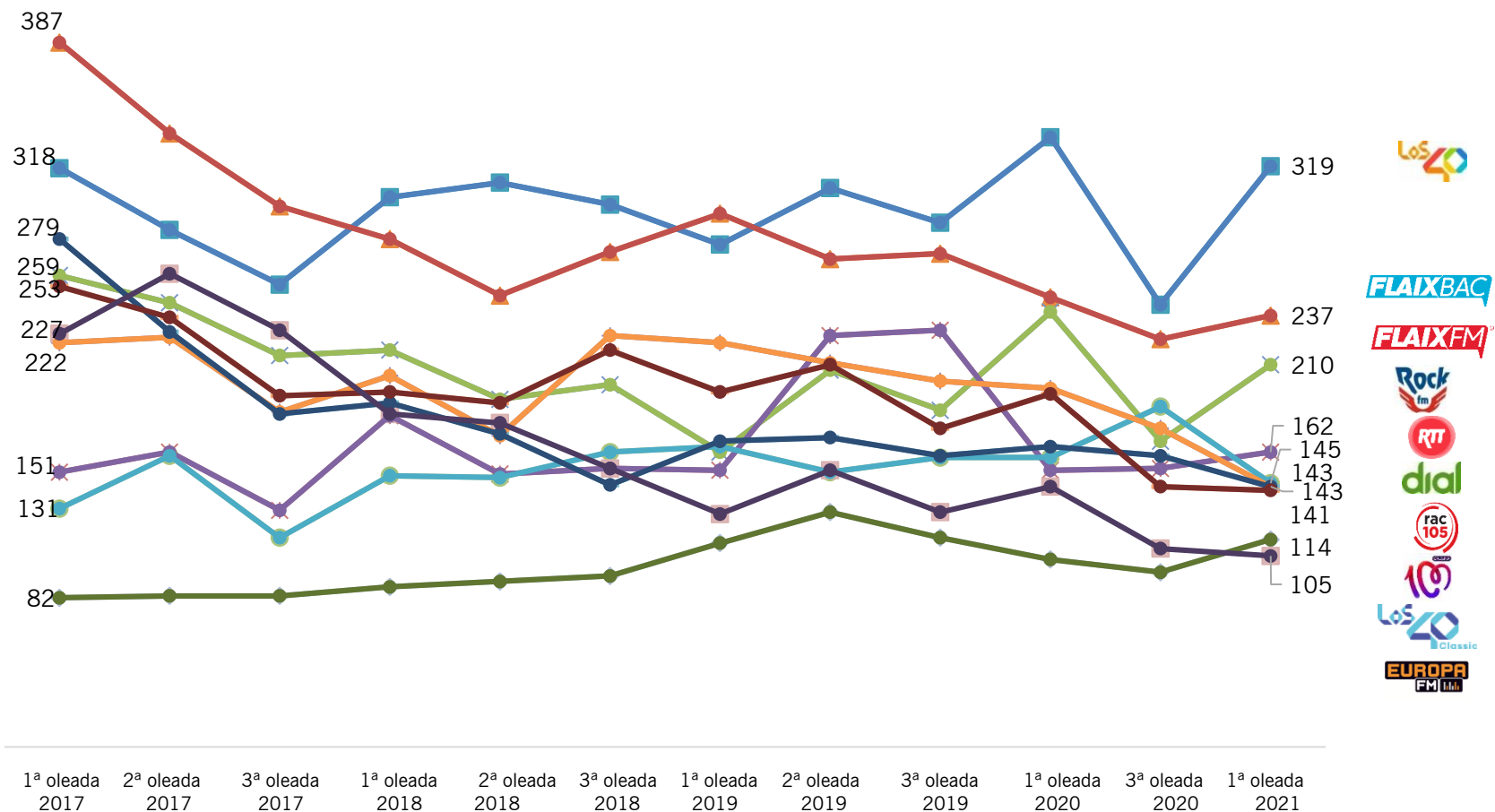


Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 debido a la pandemia.

Audiencias de la radio (4)

Ranking de las radios musicales. Audiencia

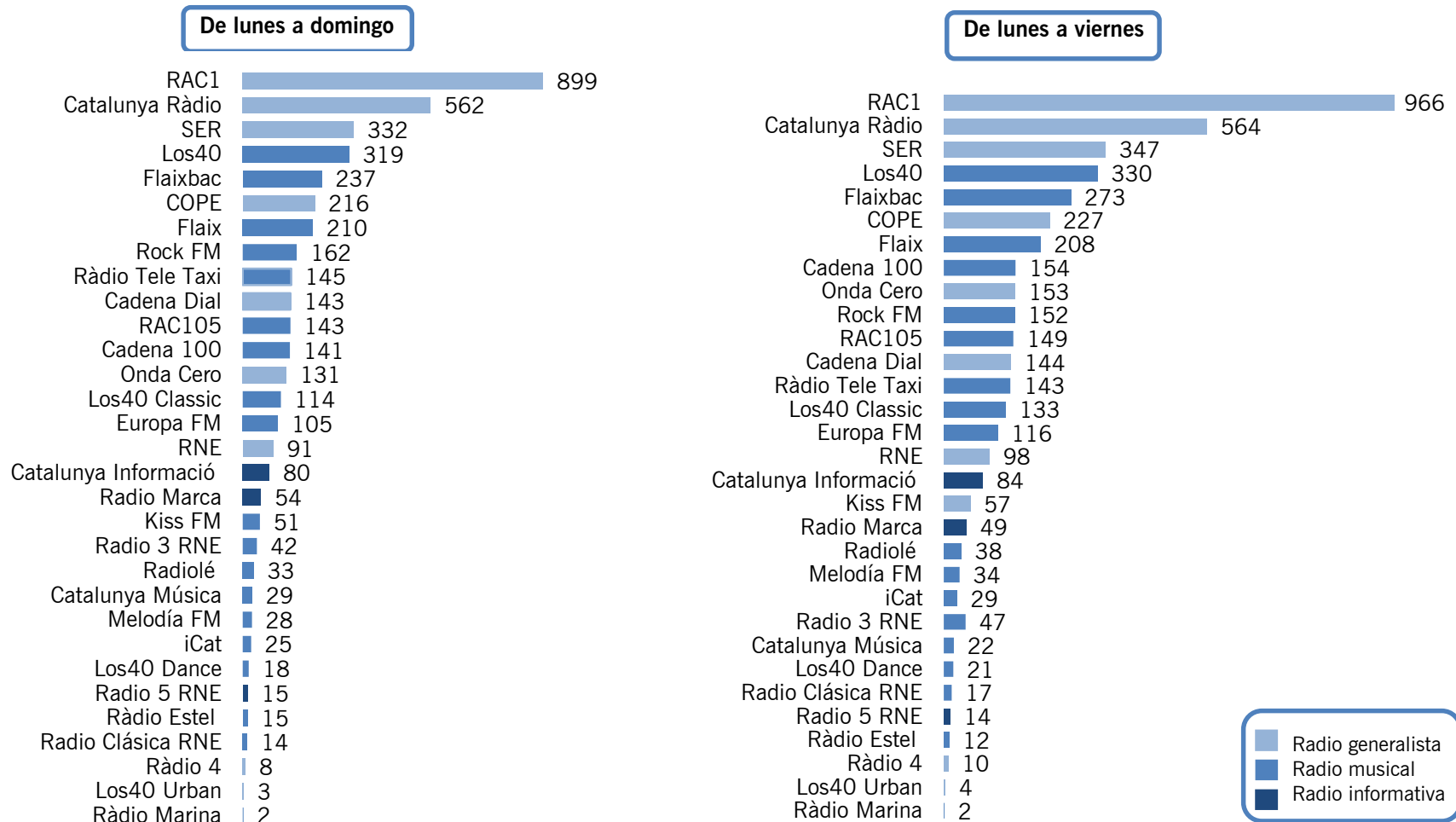
(evolución de las últimas doce oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 debido a la pandemia.

Audiencias de la radio (5)

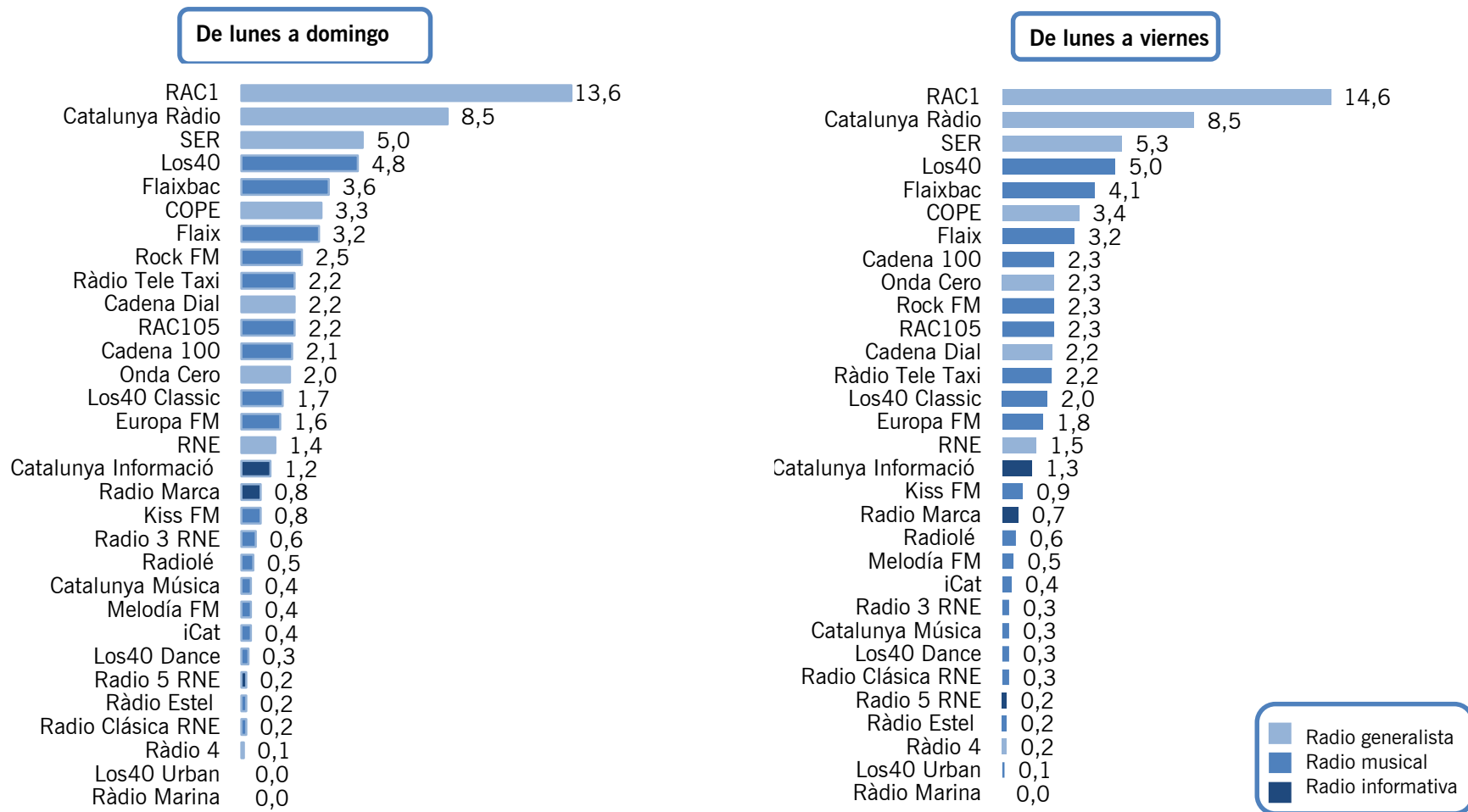
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña (en miles sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 1.ª oleada 2021. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 debido a 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 – 1.ª oleada 2021. Nota: EGM no llevó a cabo la segunda oleada de 2020 debido a la pandemia.



El apunte.

Transposición de la legislación audiovisual europea

Transposición de la legislación audiovisual europea (1)



URGENTE: Transposición de la [Directiva europea de servicios de comunicación audiovisual](#) (DSCAV) al ordenamiento jurídico español, a través del [Anteproyecto de Ley general de la comunicación audiovisual](#) y la modificación y actualización de la **Ley de la comunicación audiovisual de Cataluña**.

Consideraciones del CAC en relación con la transposición de la Directiva

El CAC considera que las iniciativas legislativas de [Cataluña](#) y del [Estado español](#) deben incorporar **medidas de promoción de la diversidad cultural y lingüística, de protección de los menores de edad, de promoción de la autorregulación y de refuerzo de los entes reguladores**, entre otras.

Contribución financiera a la producción propia

Aumentar un **10% la contribución financiera** a la **producción propia** de las grandes **plataformas** bajo demanda (como Netflix, HBO, Amazon Prime, etc.) y que **una parte proporcional** de dicha producción sea en catalán.



Cuotas de obras europeas

Del 30%, el porcentaje mínimo reservado a las **obras europeas** que deben ofrecer los servicios bajo demanda, destinar **una parte significativa** a **obras europeas producidas, dobladas o subtituladas en catalán**.



Disponibilidad en los catálogos

Prever que los prestadores de servicios en línea a la carta **incorporen a sus catálogos las versiones originales, dobladas o subtituladas al catalán de sus obras** y que garanticen su **prominencia**.

Transposición de la legislación audiovisual europea (y 2)

Prominencia

La Directiva de servicios de comunicación audiovisual prescribe la **prominencia de contenidos de obras de producción europea en los servicios audiovisuales bajo demanda** (considerando 35 y artículo 13).

También permite que los estados miembros adopten medidas para garantizar la **prominencia de los contenidos de interés general** (considerando 25 y artículo 7bis).

Esta medida hace referencia a los **catálogos de un servicio bajo demanda**, pero es ampliable a otras funcionalidades: **sistemas de recomendación automática o motores de búsqueda**.

La prominencia de contenidos en catalán en los servicios audiovisuales bajo demanda será un **instrumento fundamental para la política lingüística de Cataluña** en las próximas décadas.

El CAC tiene el reto de hacer efectivo el despliegue regulador de la prominencia y garantizar su cumplimiento.



Protección de los menores de edad ante contenidos nocivos



Reforzar medidas para **proteger a la infancia y la adolescencia contra los discursos de odio, la pornografía, la violencia y otros contenidos perjudiciales** en las plataformas de intercambio de vídeos y otros servicios audiovisuales y que los **datos personales** de los menores de edad recogidos o generados por estos prestadores **no puedan utilizarse con fines comerciales**.

Reforzar a los entes reguladores del audiovisual

Actualizar las competencias de los organismos reguladores del audiovisual, especialmente en relación con las plataformas de intercambio de vídeos y los servicios audiovisuales bajo demanda para hacer cumplir los nuevos objetivos y medidas.

Establecer un eje de **colaboración y participación** entre autoridades reguladoras.



Promoción de la autorregulación y la corregulación

El CAC debe impulsar, en el marco de la cooperación institucional europea, que **las plataformas adopten códigos de conducta** en materia de alimentos y bebidas poco saludables, publicidad y apuestas en línea, señalización de contenidos y lucha contra la desinformación y las *fake news*.



Flashes

Flashes (1)



El canal de televisión À Punt se suma a la plataforma Bon Dia TV

En febrero de 2021 el canal de televisión pública À Punt de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) anunció que se incorpora a la plataforma digital [Bon Dia TV](#). Bon Dia TV nació en noviembre de 2018 fruto de la colaboración entre el Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears y la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) con el objetivo de compartir contenidos y difundirlos a través de la red. Los contenidos audiovisuales de À Punt formarán parte del catálogo de la plataforma.



Acuerdo de reciprocidad televisiva en el Congreso de los Diputados

El Congreso de los Diputados aprobó el 11 de marzo de 2021 tres puntos de una [Proposición no de ley sobre la realidad plurilingüe e igualdad lingüística en España](#). Uno de los puntos aprobados indicaba “permitir el uso administrativo de las diferentes lenguas entre territorios del mismo espacio lingüístico, dentro y fuera de las fronteras administrativas, sin barreras, y firmar acuerdos para la recepción recíproca de medios de comunicación dentro de estos espacios lingüísticos”.



El Gobierno de España presenta un plan de impulso del audiovisual

La iniciativa [España, hub audiovisual de Europa](#) fue presentada en marzo y tiene una dotación de 1.603 millones de euros para el periodo 2021-2025.

El plan incluye 15 medidas distribuidas en cuatro ejes: la digitalización, la internacionalización y la atracción de inversiones (240 M€); la mejora de los instrumentos financieros y fiscales (1.330 M€); el fomento del talento y el desarrollo del capital humano (15 M€), y las reformas regulatorias y la eliminación de barreras administrativas (18 M€).

Para hacer un seguimiento de las medidas del plan, se elaborará un informe anual sobre el audiovisual, que incluirá la evolución y las perspectivas de crecimiento de este sector.



Nace Delta.cat, una nueva plataforma multimedia de ámbito local

Los ayuntamientos de Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Camarles y L'Ampolla han puesto en marcha un medio multiplataforma conjunto, con el nombre de [Delta.cat](#). Esta plataforma cuenta con una radio, una televisión en *streaming* y un sitio web para consultar las noticias relacionadas con las poblaciones, además de las redes sociales para difundir y viralizar los contenidos. Los estudios principales y la sede del nuevo medio estarán en Deltebre.

Flashes (y 2)



Crece la violencia en línea contra las mujeres periodistas

El informe de la UNESCO [*The Chilling: Global trends in online violence against women journalists*](#) indica la existencia de un aumento de la violencia en línea contra mujeres periodistas y revela que estos ataques están relacionados con la desinformación, la discriminación interseccional y la política populista. El documento presenta un resumen de un estudio interdisciplinario realizado por el Centro Internacional de Periodistas (ICFP) y es el primero de estas características en cuanto al ámbito y la metodología.



Servicio público e igualdad de género

La Unión Europea de Radiodifusión publicó en marzo la tercera edición del informe [*Gender Equality and Public Service Media*](#), que se centra en la igualdad de género en el ámbito corporativo (*off-screen*) y la representación del género en pantalla (*on-screen*). La principal conclusión es que las mujeres están subrepresentadas en los canales europeos de radio y televisión en cuanto a su presencia en pantalla, pero, sobre todo, en cuanto a su tiempo de palabra. La tendencia se agrava en teleinformativos y programas de deportes.



Francia: *Kit pédagogique du citoyen numérique*

Los reguladores franceses con competencias en el ámbito digital (CSA, CNIL, Hadopi y el Defensor de los derechos) han elaborado un [*kit educativo*](#), que reúne todos los recursos diseñados para la educación digital de la ciudadanía, destinado a la comunidad formativa y a las familias que prestan apoyo a los menores de edad en materia digital. El kit [*aborda*](#) cuatro temas clave: derechos digitales, privacidad en línea, derechos de autor en internet e impacto del uso de las pantallas.



Reino Unido: regulación de las PIV

A partir del 1 de noviembre de 2020, las plataformas de intercambio de vídeos (PIV) deben adoptar las medidas para proteger al público en general de los “contenidos nocivos” y a los menores de edad respecto al “material restringido”. Como herramienta de apoyo, la Ofcom publicó el 24 de marzo un nuevo [*borrador de orientaciones*](#), abierto a [*consulta pública*](#). Esta medida proporciona: indicadores para identificar material nocivo y restringido, ejemplos de medidas, recomendaciones y cuestiones a tener en cuenta para las PIV, y principios clave a la hora de implementar medidas de protección (como, por ejemplo, la imparcialidad y los derechos de la persona usuaria, la facilidad de uso, la eficacia, la transparencia, etc.).

BIAC. N.º 18 – Primer cuatrimestre de 2021

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Barlovento Comunicación: [informes mensuales](#) de audiencia televisiva.
- EGM: 1.ª oleada de 2021. Datos para Cataluña.
- Iconografía: [Noun Project](#), [Freepik](#), [Idescat](#)

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). N.º 18. Primer cuatrimestre de 2021. Barcelona: CAC, mayo de 2021. <www.cac.cat>