

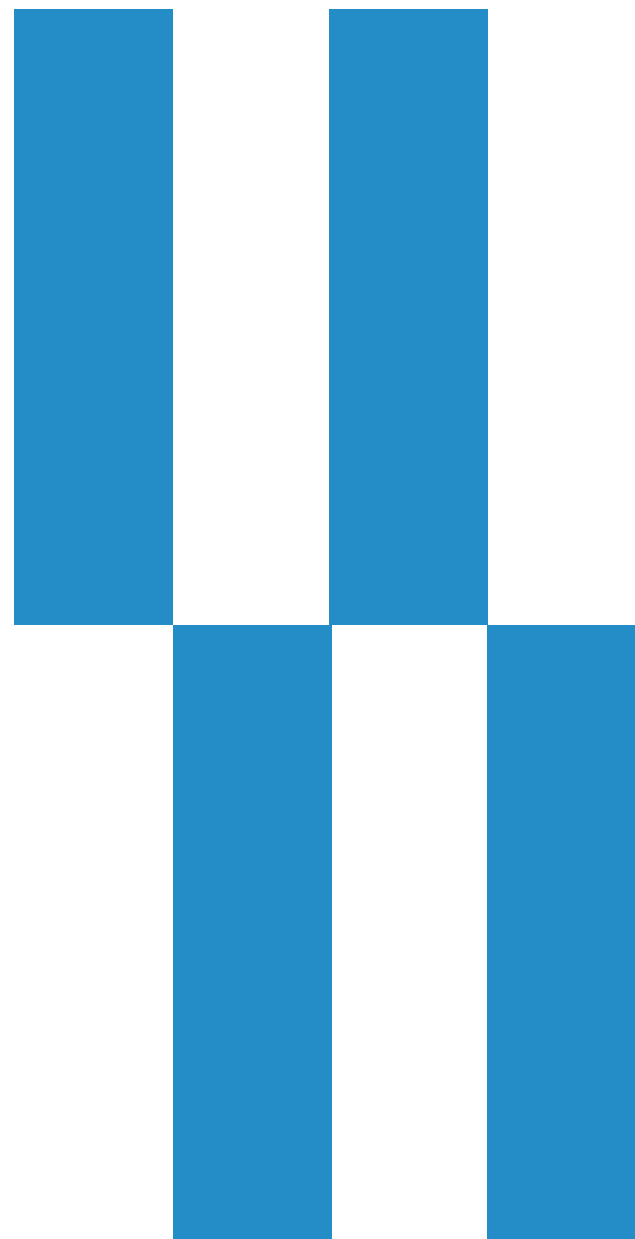
BIAC

Butlletí d'informació sobre
l'audiovisual a Catalunya

L'apunt.
Periodisme i intel·ligència artificial



Núm. 33. Maig del 2026
Àrea d'Estudis, Recerca i Innovació





Núm. 33
Maig del 2026

SUMARI

L'APUNT

Periodisme i intel·ligència artificial	3
--	---

DESTACATS

Regulació audiovisual: bones pràctiques	8
Creació de continguts en català a les xarxes socials	11
Inversió publicitària	13

TELEVISIÓ

Serveis televisius a Catalunya	14
Serveis televisius d'àmbit nacional i estatal	15
Serveis televisius d'àmbit local	16
Serveis televisius d'àmbit local de titularitat pública	17
Serveis televisius d'àmbit local de titularitat privada	18
Audiència de TDT	19

AUDIOVISUAL EN LÍNIA

Subscripcions a serveis audiovisuals de VoD	21
Presència d'obra europea en els serveis de VoD	22

RÀDIO

Serveis radiofònics a Catalunya	23
Serveis de ràdio d'àmbit nacional i estatal	24
Serveis de ràdio d'àmbit local de titularitat privada	25
Serveis de ràdio d'àmbit local de titularitat pública	26
Audiència de ràdio	27
Consum de ràdio per internet a Catalunya	33
Consum de pòdcast a Catalunya	34

FLAIXOS	35
---------	----

Periodisme i intel·ligència artificial (1)

Context

La intel·ligència artificial (IA) està redefinint la cadena de valor dels continguts. Aquesta simbiosi afecta tots els àmbits de la comunicació: des de la creació de continguts fins a la distribució i la monetització. Aquest apunt se centra en el camp del periodisme i en la manera com la IA s'integra en les rutines de treball i planteja reptes a l'autonomia editorial i els estàndards professionals. Com afecta la IA a la qualitat i la fiabilitat de la informació? Quin paper han de tenir l'ètica, els valors del periodisme, el criteri editorial i la supervisió humana?

La IA centra el debat sobre el futur del periodisme

A escala global, el sector de la comunicació reflexiona i debat sobre com la IA està redefinint la indústria periodística i la professió. Un exemple n'és el proper [congrés anual](#) de l'Associació Internacional d'Editors de Premsa (WAN-IFRA).

El Reuters Institute for the Study of Journalism de la University of Oxford, organisme de referència, disposa d'una [secció](#) específica sobre la IA i el futur de les notícies. Cal destacar-hi l'[informe](#) sobre com els periodistes del Regne Unit integren la intel·ligència artificial a les seves rutines de produccions.



Aliança de la IA i la robòtica a la indústria audiovisual

L'informe del Clúster Audiovisual de Catalunya [Robòtica audiovisual. Casos, reptes i tendències](#) analitza com els avenços tecnològics en robòtica i IA estan transformant els processos de creació, enregistrament i producció audiovisual, amb l'ús de càmeres robotitzades, robots, drons, animatrònics, realitat virtual i fluxos automatitzats, etc.

Periodisme i intel·ligència artificial (2)

Integració de la IA a les redaccions catalanes

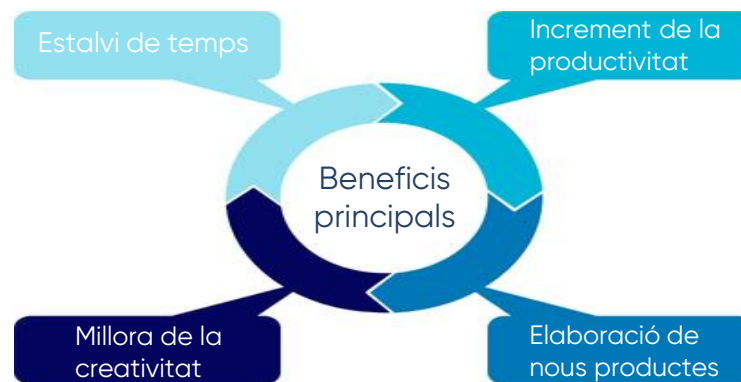
A Catalunya, l'ús d'eines d'intel·ligència artificial a les redaccions és una realitat, si bé la manera d'implementar-les varia segons el mitjà. Aquesta és una conclusió d'un [estudi](#) del Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) en què s'enquestava mitjans, agències i creadors/res de contingut de Catalunya.

El 75% de les organitzacions de periodisme i comunicació la utilitzen. El 30%, de manera integrada en les seves rutines de treball, mentre que el 45%, només en àrees específiques.

La producció editorial –la redacció i la generació de continguts, fonamentalment– és l'àrea en què hi ha més impacte de l'ús de la intel·ligència artificial.

Usos principals de la IA en les rutines de producció

- Transcripció d'àudio a text.
- Cerca d'informació i de documentació.
- Redacció de textos.
- Traducció i adaptació lingüística.
- Resum de textos i generació de titulars.

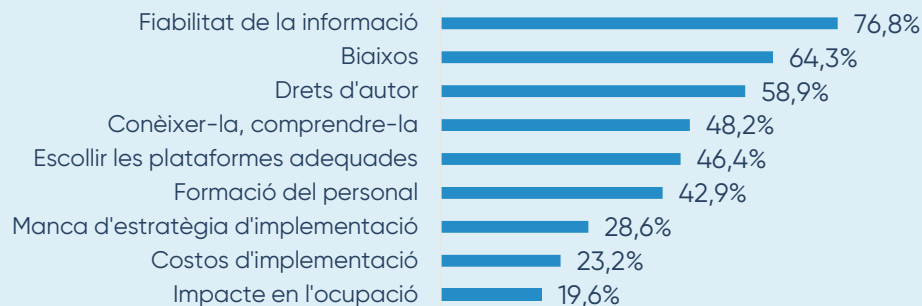


Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya (2026). [I Estudi sobre l'ús i impacte de la intel·ligència artificial en el periodisme i la comunicació.](#)

Periodisme i intel·ligència artificial (3)

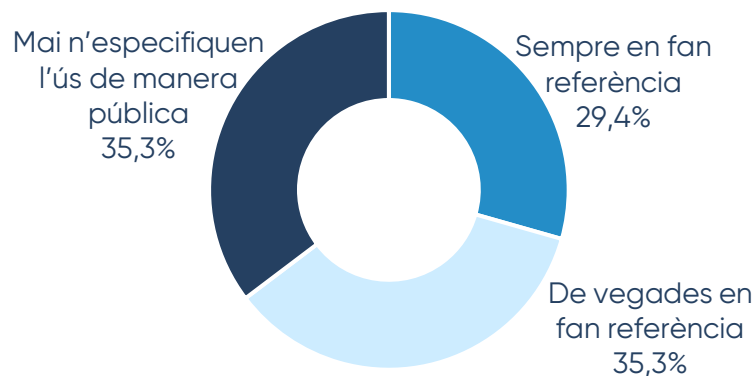
Tot i el potencial de la IA, la desconfiança sobre els resultats, la manca de fiabilitat de la informació i els biaixos són les principals preocupacions dels professionals catalans.

Principals desafiaments en l'ús de la IA



Només el 10,7% considera que té una formació adequada en IA.

Identificar l'ús de la IA en el procés de producció



La IA de vegades "al·lucina"

La informació elaborada per la IA requereix verificació, perquè, en ocasions, no es correspon amb la veritat i genera dades incorrectes o, com en diuen, "al·lucinacions".

Una [anàlisi](#) del New York Times sobre la qualitat de les respostes generades per AI Overviews de Google detecta que gairebé el 10% de les respostes conté errades i invencions.

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya (2026). [I Estudi sobre l'ús i impacte de la intel·ligència artificial en el periodisme i la comunicació.](#)

Periodisme i intel·ligència artificial (4)

IA i bombolles informatives

Pregunta: Consideres que la IA està promovent indirectament "bombolles" informatives o, per contra, afavoreix el contrast d'opinions?



Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya (2026). [I Estudi sobre l'ús i impacte de la intel·ligència artificial en el periodisme i la comunicació.](#)

Ètica i criteri editorial vs. mal ús de la IA

Els mitjans tenen l'ètica i el criteri editorial com a mecanismes contra les bombolles informatives, la desinformació, els biaixos, i els errors, els plagis o les males conductes que es puguin derivar de l'ús de la IA i dels algoritmes.

Cal actuar de manera ràpida i contundent per tal d'esmenar possibles errades i per erradicar males pràctiques i manca de verificació.

A tall d'exemple, Press Gazette recull en un [article actualitzat](#) casos reals d'errades i males pràctiques en mitjans de tot el món i les accions posteriors que es van dur a terme.



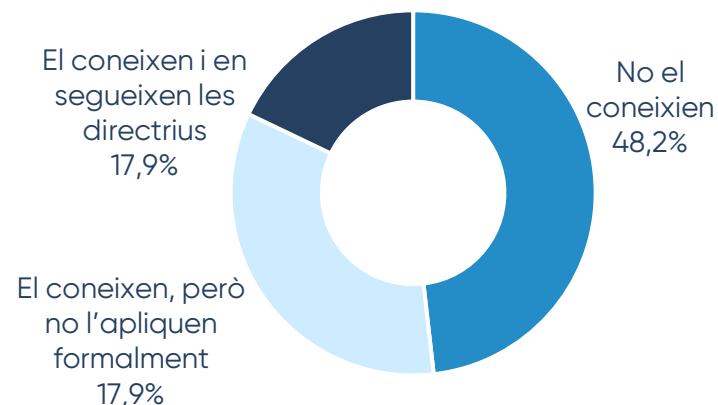
Periodisme i intel·ligència artificial (i 5)

Directrius i guies ètiques sobre l'ús de la IA

Només 2 de cada 10 organitzacions enquestades pel Col·legi tenen polítiques internes o guies ètiques sobre l'ús de la IA. Aquesta realitat contrasta amb el fet que es considera que la incertesa legal i ètica és la barrera principal per treballar amb la IA.

Els resultats de l'enquesta posen de manifest la necessitat de supervisió humana permanent i d'una actitud crítica, així com de respectar els codis deontològics i reforçar l'ètica professional.

Coneixement de l'annex IA del Codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya



Recomanacions del CPC sobre el tractament de la IA en el periodisme (annex I del [Codi deontològic](#), aprovat el novembre del 2025)

- Responsabilitat periodística.
- Supervisió humana.
- Transparència.
- Evitar la desinformació i la manipulació.
- No-discriminació i prevenció de biaixos.
- Garantir els drets: fonamentals, autoria, propietat intel·lectual, imatge...
- Deepfakes i suplantacions d'identitat.
- Formació contínua i multidisciplinarietat.
- Personalització, privacitat, gestió de dades i pluralisme.
- Eficiència tècnica amb valors periodístics.
- Aplicació a tecnologies futures.

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya (2026). [I Estudi sobre l'ús i impacte de la intel·ligència artificial en el periodisme i la comunicació.](#)

Regulació audiovisual: bones pràctiques (1)

UNESCO, [Good Practices in Digital Platform Governance by European Media Regulators](#)

Objectiu de l'informe

Identificar bones pràctiques de governança digital que:

- no depenguin exclusivament de noves lleis,
- siguin aplicables de manera flexible, i
- permetin actuar mentre els marcs reguladors evolucionen.

Diagnòstic

Les plataformes digitals tenen un impacte directe sobre:

- el pluralisme i els drets humans,
- la protecció de menors d'edat,
- la difusió de la desinformació, i
- la propagació dels discursos d'odi.



Obstacles

Les AUTORITATS DE REGULACIÓ AUDIOVISUAL:

- No disposen de marcs legals complets.
- Afronten una fragmentació jurisdiccional.
- Tenen competències limitades.
- Operen en entorns digitals transfronterers.

Regulació audiovisual: bones pràctiques (2)

Conceptes clau:

- Governança flexible (soft governance)
- Corregulació (punt de trobada de reguladors i mercat)
- Pràctiques no normatives (non-statutory practices)

Característiques principals:

- Mecanismes voluntaris, cooperatius i no sancionadors.
- Complementen la regulació formal.
- Més flexibilitat, agilitat de resposta i compromís dels actors.
- Fòrums de diàleg multiactors.
- Recomanacions i codis de conducta.
- Alfabetització mediàtica.
- Cooperació internacional.
- Intercanvi de coneixements i bones pràctiques.



Exemple destacat:

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

- Recomanacions elaborades amb mitjans i actors implicats.
- Informes sobre pluralisme i servei públic.
- Educació mediàtica.
- Supervisió de la diversitat social, cultural i lingüística.

Font: UNESCO, [Good Practices in Digital Platform Governance by European Media Regulators](#).

Regulació audiovisual: bones pràctiques (i 3)

Recomanacions finals per a reguladors de l'audiovisual

L'informe proposa cinc línies estratègiques per avançar cap a una governança digital més efectiva, flexible i basada en drets humans.

Recomanació 1. Construir models híbrids de governança

Combinar la regulació legal, la corregulació, la cooperació voluntària i els mecanismes de governança flexible, amb l'objectiu de generar actuacions eficaces, fins i tot quan:

- els marcs legals encara són limitats,
- les competències reguladores són fragmentades, i
- les plataformes operen transnacionalment.

Recomanació 2. Reforçar la cooperació regional i internacional

Impulsar les xarxes de reguladors, l'intercanvi de bones pràctiques, la coordinació transfronterera i els mecanismes compartits de supervisió.

Exemples destacats: EPRA, PRAI, Global Forum of Networks (GFN), European Media Board.

Recomanació 3. Institucionalitzar l'alfabetització mediàtica i digital

Promoure l'educació crítica digital, la verificació de la informació, l'ús responsable de plataformes i la protecció de menors d'edat.

Exemple destacat: eduCAC, com a model de formació mediàtica.

Recomanació 4. Invertir en transparència, monitoratge i recerca

Desenvolupar els observatoris digitals, els informes sobre desinformació, les anàlisis de riscos sistèmics i les recerques sobre IA i algoritmes, per a la rendició de comptes, la supervisió pública i la comprensió dels impactes socials de les plataformes.

Recomanació 5. Garantir una governança basada en drets humans

Situar al centre la llibertat d'expressió, el pluralisme, la protecció de menors d'edat, la transparència algorítmica i la seguretat de les persones usuàries.

Font: UNESCO, [Good Practices in Digital Platform Governance by European Media Regulators](#).

Creació de contingut en català a les xarxes socials (1)

La plataforma [Llista.cat](https://llista.cat), creada per Accent Obert i La Fera, fa una radiografia de la creació de contingut en català a les xarxes en el seu [informe 2025](#). La tendència apunta a un ecosistema en expansió, amb un creixement del consum d'un 72% respecte del 2024 pel que fa a visualitzacions, així com un augment del nombre de perfils consolidats i emergents.

Ecosistema de la creació de continguts en català 2025



Dades globals 2025

1.203 projectes actius
24M de seguidors
161K publicacions
2.795M de visualitzacions

Hi predominen els projectes individuals (73%) sobre els col·lectius.

Per gènere, el 51% dels projectes individuals pertanyen a dones. Quant als col·lectius, el 41% són mixtes, el 37% l'integren homes i el 22%, dones.

Estil de vida és la categoria principal, en què s'encabeixen el 21% dels projectes, seguit de societat (10%) i humor (9%).

El perfil mitjà és de tipus emergent, multiplataforma, actiu i ubicat a Catalunya.

Si bé el 63% dels perfils tenen una dimensió d'entre 1.000 i 5.000 seguidors, el volum més gran de visualitzacions (75%) es concentra en els perfils de més de 20.000 seguidors.

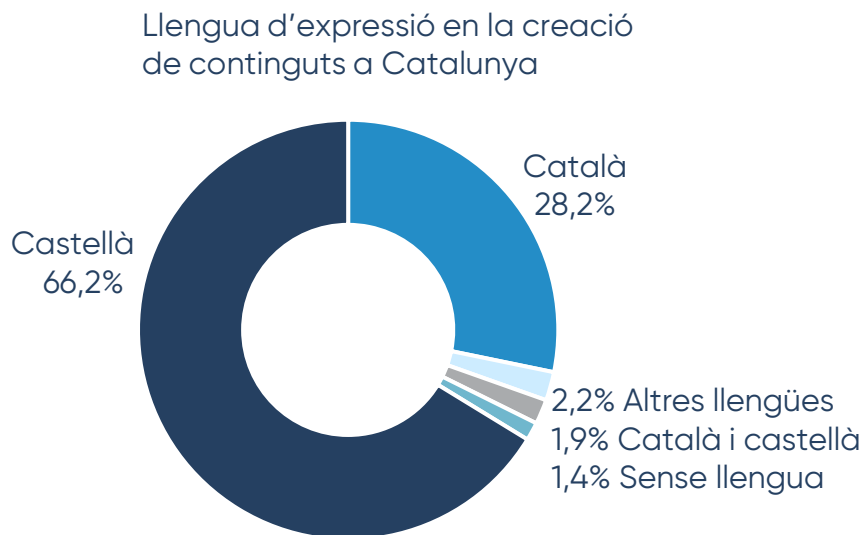
Font: Accent Obert i La Fera (2026). [Llista. Creació de contingut en català a les xarxes. Informe anual 2025](#). Mostra: 1.261 projectes vinculats a Llista en el període gener del 2024-desembre del 2025. Xarxes: Instagram, TikTok i YouTube.

Creació de contingut en català a les xarxes socials (i 2)

La [Llista.cat](https://llista.cat) fa una radiografia dels perfils que utilitzen el català per crear contingut a les xarxes socials. Però, quin idioma fan servir habitualment el conjunt dels creadors i creadores de contingut de Catalunya?

Un [estudi](#) del CAC observa que la presència del català en la creació de continguts a les xarxes és minoritària. Tots els usuaris d'especial rellevància (UER) de Catalunya que estan inscrits al Registre estatal de prestadors utilitzen el castellà com a llengua vehicular de les seves creacions.

Pel que fa a la mostra analitzada pel CAC, el 28,2% dels vídeos analitzats es difonen en català i només un dels perfils utilitza sempre el català.



Perfils que utilitzen de manera exclusiva el català

Visualitzacions acumulades:
8,2M (10,2% del total)

Subscripcions acumulades:
2,8M (12,1% del total)

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2026). [Creadors i creadores de continguts digitals de Catalunya: llengua, temàtiques i narratives](#). Mostra: 40 creadors amb més de 100.000 i menys de 2 milions de seguidors. Període: novembre del 2025. Xarxes: Instagram, TikTok i YouTube.

Inversió publicitària

Inversió publicitària a Catalunya. Resultats 2025

Anunciants amb seu a Catalunya
906 M€ (-1,5%)



Publicitat en mitjans catalans
275,6 M€ (-2,1%)

Inversió publicitària a Espanya. Resultats 2025

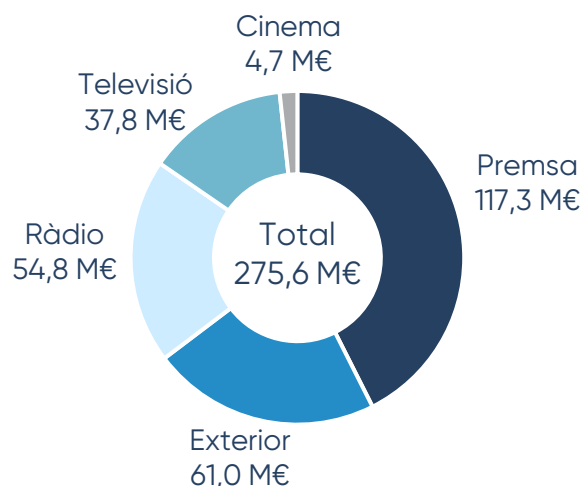
Total mercat publicitari
12.745 M€ (-2,6%)



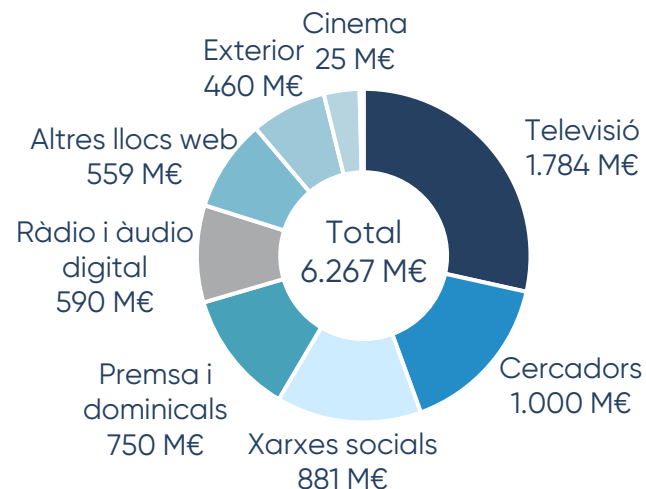
Publicitat en mitjans
6.267 M€ (+0,9%)

L'any 2025 va decreixer la publicitat a Catalunya tant pel que fa a la inversió generada per empreses anunciantes amb seu a Catalunya, com la que van rebre els mitjans catalans. A Espanya, tot i que el mercat global publicitari va registrar una davallada general, la inversió controlada en mitjans va pujar lleugerament.

Inversió publicitària en mitjans catalans



Inversió publicitària controlada en mitjans a Espanya



Font: InfoAdex. [La inversión publicitaria en Cataluña 2026.](#)

Font: InfoAdex. [Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2026.](#)

Serveis televisius a Catalunya

Canals TV disponibles

77 canals TDT

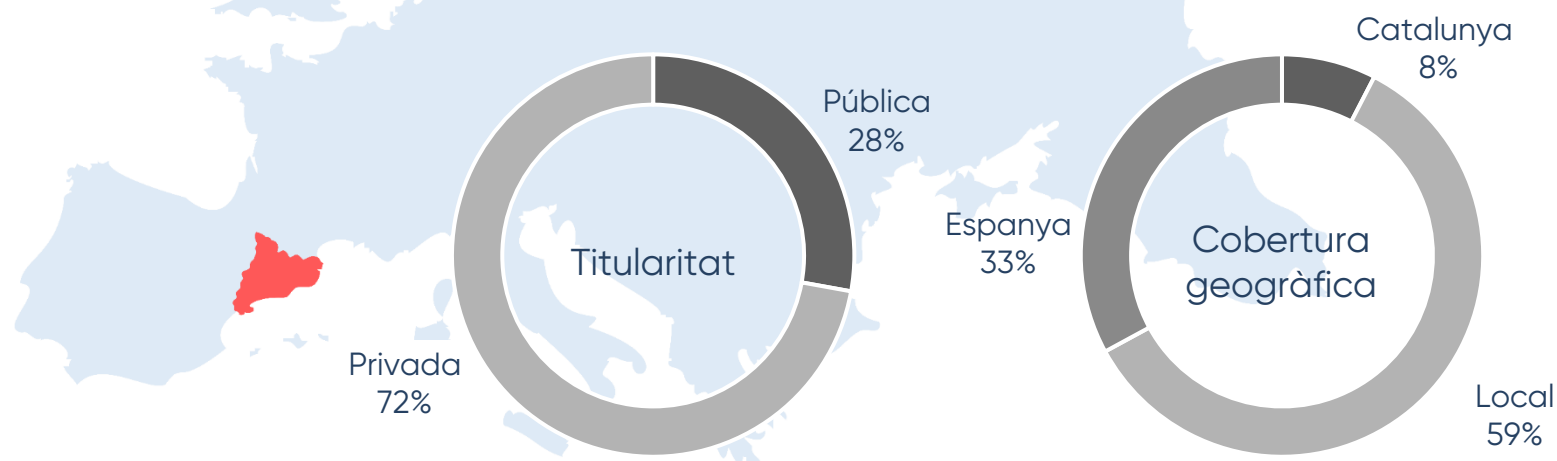
Canals TV per llar

Mitjana de 31 canals TDT

Consum TV persona/dia

Mitjana de 2 h 16 min

Tipologia dels serveis televisius disponibles a Catalunya (77 canals TDT)



Nota: Dins del BIAC es denomina canals de TV els programes de TDT que emeten per cada MUX.

Font: CAC, Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública i Barlovento Comunicación (consum de TV). Maig del 2026.

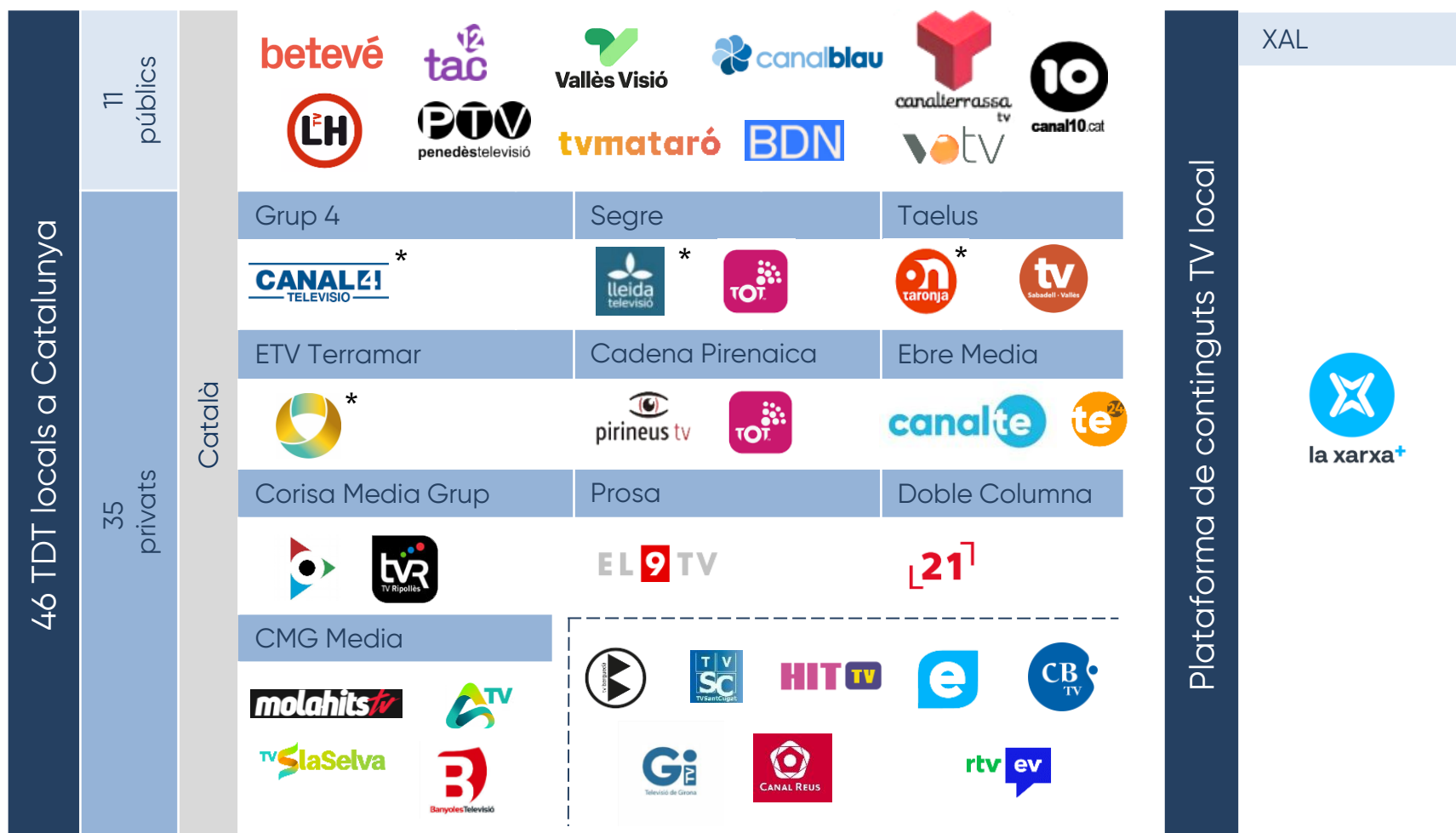
Serveis televisius d'àmbit nacional i estatal

5 TDT Catalunya	5 públics	Català	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals – 3Cat	Plataformes de contingut TV	CCMA-3Cat	
			   			
			Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears – IB3		IB3	
26 TDT Espanya	5 públics	Castellà	Corporación de Radiotelevisión Española – CRTVE		CRTVE	
			     			
	21 privats		Atresmedia Televisión		Atresmedia TV	
			     			
			Mediaset España		Mediaset España	
			      			
			Squirrel Media		Unidad Editorial	Real Madrid TV
			    			
			Secuoya		Ábside Media	Kiss Media
			  			

Nota: L'emissió del canal La 2Cat és per a Catalunya i en català. L'1 de gener de 2026 inicia les emissions el canal de TDT en obert Squirrel 2, orientat principalment a la ficció televisiva, que reemplaça el canal Paramount Network.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Maig del 2026.

Serveis televisius d'àmbit local



Nota: Marcats amb un asterisc, els canals de televisió amb presència a més d'una demarcació de TDT. L'abril del 2026, la TDT local privada Mar TV deixa d'emetre (per a més informació, vegeu l'[Acord 34/2026](#) del Ple del CAC).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Maig del 2026.

Serveis televisius d'àmbit local de titularitat pública

11 canals TV
local pública

7 demarcacions
de TDT



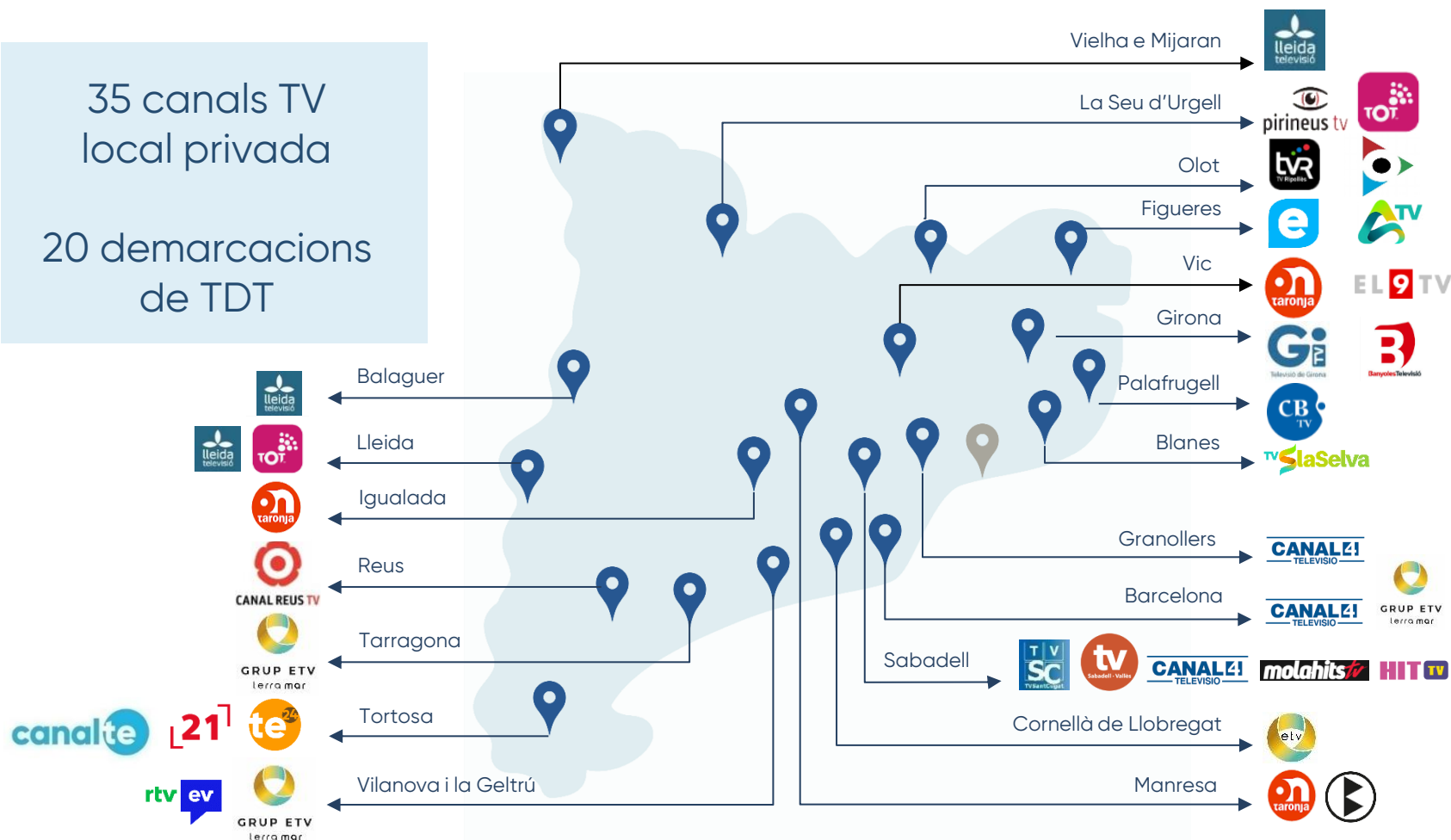
Nota: Es mostren els canals de TV amb títol habilitant que es troben en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa. En gris, les demarcacions de TDT sense TV local pública i en blau, amb TV local pública.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Maig del 2026.

Serveis televisius d'àmbit local de titularitat privada

35 canals TV local privada

20 demarcacions de TDT

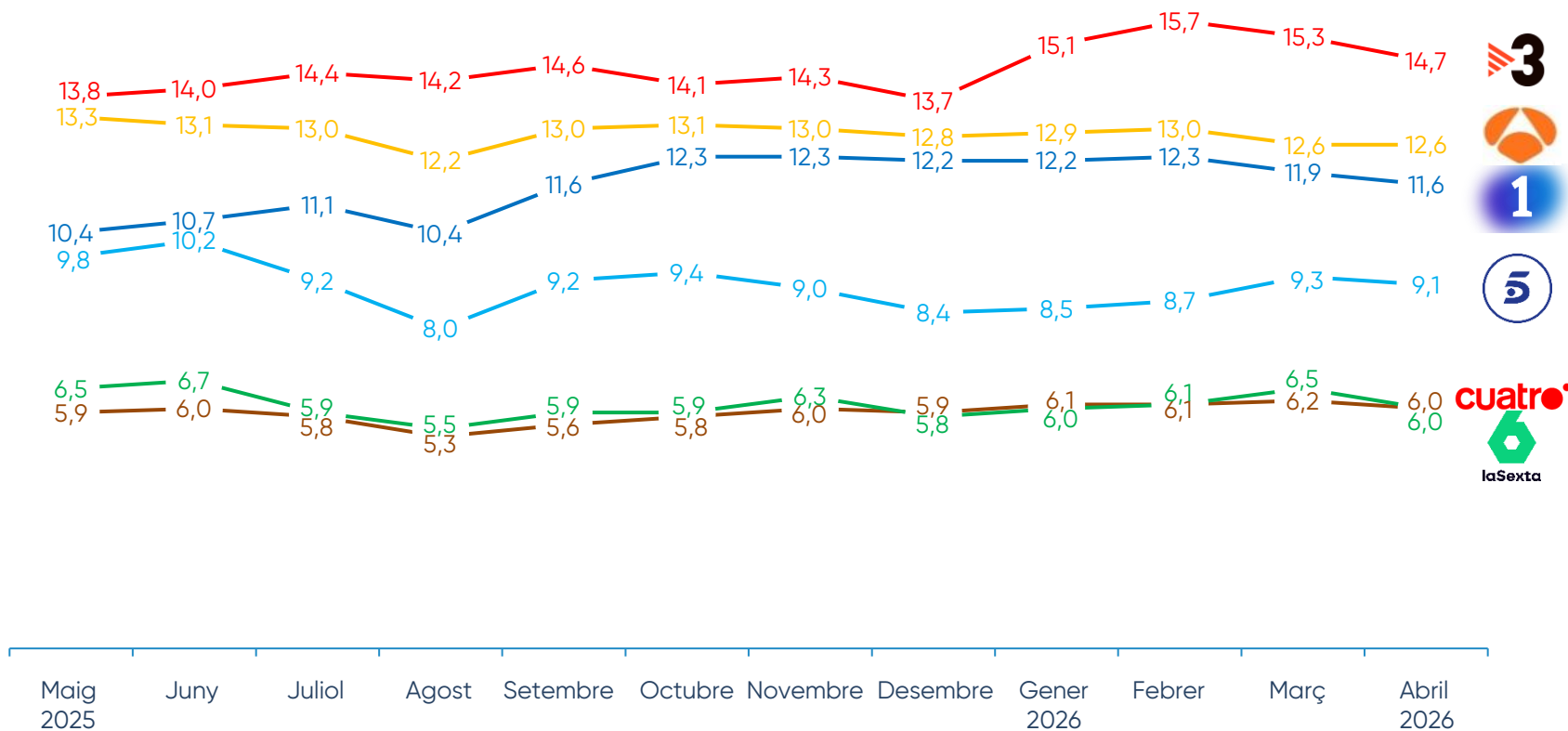


Nota: Es mostren els canals de TV amb títol habilitant que es troben en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa. En gris, les demarcacions de TDT sense TV local pública i en blau, amb TV local pública. L'abril del 2026, la TDT local privada Mar TV deixa d'emetre (per a més informació, vegeu l'[Acord 34/2026](#) del Ple del CAC).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Maig del 2026.

Audiència de TDT (1)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals a Espanya. Període maig 2025 – abril 2026 (en %)



Font: Barlovento Comunicación. Les dades d'audiència de TV3 corresponen al seu territori de cobertura.

Audiència de TDT (i 2)

Evolució mensual de la quota televisiva a Espanya. Gener-abril 2026
(en % i en ordre descendent segons dades d'abril, amb la mitjana d'aquests mesos)

Cadena	Gener	Febrer	Març	Abril	Mitjana
TV3	15,1	15,7	15,3	14,7	15,2
Antena 3 TV	12,9	13,0	12,6	12,6	12,8
La 1	12,2	12,3	11,9	11,6	12,0
Telecinco	8,5	8,7	9,3	9,1	8,9
laSexta	6,0	6,1	6,5	6,0	6,2
Cuatro	6,1	6,1	6,2	6,0	6,1
La 2	3,3	3,2	3,2	3,2	3,2
Energy	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2
FDF	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2
Nova	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9
TRECE	2,0	1,8	1,9	1,8	1,9
Neox	1,7	1,7	1,7	1,8	1,7
BeMad	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6
Atreseries	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8
Dmax	1,6	1,5	1,5	1,6	1,6
24h	1,5	1,4	1,6	1,5	1,5
3CatInfo	2,0	1,7	1,6	1,3	1,7
MEGA	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3
Esport3	1,5	1,3	1,4	1,3	1,4
Divinity	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2
DKISS	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0
Squirrel	0,9	1,0	1,1	1,1	1,0
Squirrel dos	0,9	0,9	0,9	1,0	0,9
Veó 7	0,8	0,9	0,9	1,0	0,9
TEN	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Boing	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
Teledporte	0,7	1,1	0,7	0,9	0,9
Clan	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7
Real Madrid HD	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
SX3/33	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6
BOM Cine	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3

Els primers mesos de l'any, TV3 aconsegueix quotes per sobre del 15%, superiors a les del 2025, i continua com a cadena més vista a Catalunya.

Antena 3 TV, La 1 i Telecinco mantenen les seves posicions, mentre Cuatro assoleix xifres similars i sovint superiors a les de laSexta.

La nova cadena Squirrel dos registra quotes inferiors a les de Paramount Network, a la qual va substituir a partir de l'1 de gener.

Font: Barlovento Comunicación. Les audiències dels canals autonòmics corresponen al seu territori de cobertura.

Subscripcions a serveis audiovisuals de VoD

Subscripcions als principals serveis de VoD de pagament a Catalunya. Període febrer-març 2026

SERVEIS VoD	LLARS		PERSONES ABONADES		Variació abonats vs. 3a onada 2025
	Total	%	Total	%	
NETFLIX	1.949.832	61,2%	4.663.020	65,4%	+5,2%
prime video	1.567.512	49,2%	3.721.860	52,2%	-0,8%
M+ movistar	904.824	28,4%	2.167.520	30,4%	+13,4%
Disney+	796.500	25,0%	1.903.710	26,7%	+2,2%
HBOMAX	748.710	23,5%	1.789.630	25,1%	+0,7%
DAZN	369.576	11,6%	1.040.980	14,6%	+28,8%
O	152.928	4,8%	427.800	6,0%	+29,5%
Orange TV	149.742	4,7%	427.800	6,0%	+3,2%
FILMIN	172.044	5,4%	349.370	4,9%	-18,5%
Rakuten TV	152.928	4,8%	327.980	4,6%	+11,1%
Altres proveïdors	1.029.078	32,3%	2.345.770	32,9%	-3,8%

En conjunt, les plataformes de VoD de pagament continuen creixent respecte d'onades de l'EGM anteriors.

Gairebé dos milions de llars catalanes tenen accés a Netflix, que supera els 4,5 milions d'abonaments i reforça el seu lideratge. Prime Video s'estanca, amb un milió menys de subscriptors que Netflix.

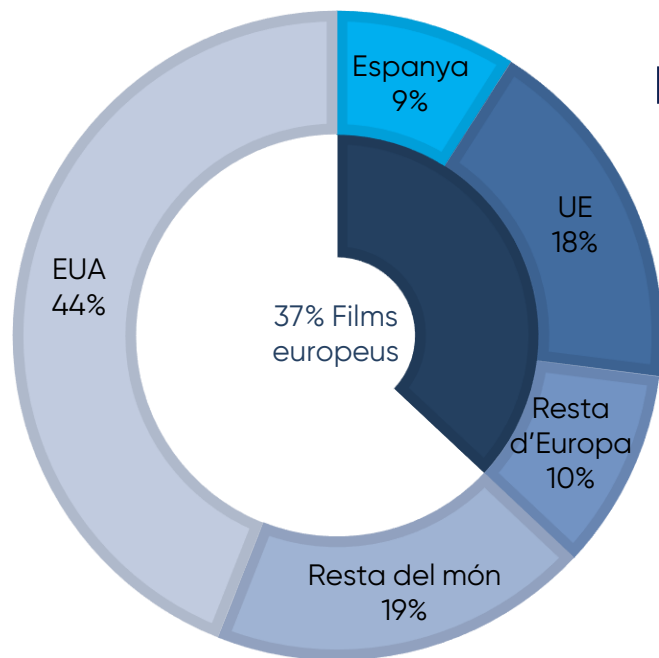
Movistar+ i DAZN registren increments forts. La IPTV de Telefónica supera els dos milions de subscripcions i consolida la tercera posició, mentre DAZN arriba per primer cop a la fita del milió de persones abonades a Catalunya.

Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026. Base: 3.186.000 llars i 7.130.000 persones. "Altres proveïdors" inclou Jazztel TV.

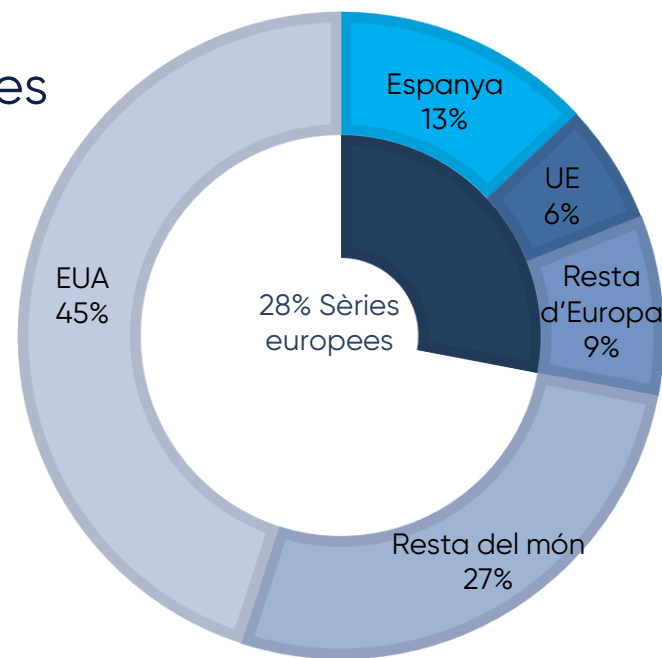
Presència d'obra europea en els serveis de VoD

A Espanya, la presència d'obres d'origen europeu als catàlegs dels serveis de vídeo sota demanda supera per poc un terç del total (36%, sumant-hi films i sèries). Pel que fa a obres originàries de països membres de la UE, el percentatge baixa a 1 de cada 4. Més del 40% dels films i de les sèries dels catàlegs són dels Estats Units d'Amèrica. Respecte de les dades de l'any anterior, la presència europea ha augmentat lleugerament en els films, però ha baixat en les sèries.

Catàleg de films en els serveis de VoD a Espanya,
per origen de l'obra



Catàleg de sèries en els serveis de VoD a Espanya,
per origen de l'obra



Films / Sèries

Font: Observatori Europeu de l'Audiovisual. [Film and TV content in VOD catalogues-2025 edition](#). Període: juny 2025. Base: els catàlegs de 62 serveis de VoD d'Espanya, per als films, i els de 32 serveis de VoD d'Espanya, per a les sèries. Una temporada d'una sèrie equival a una obra.

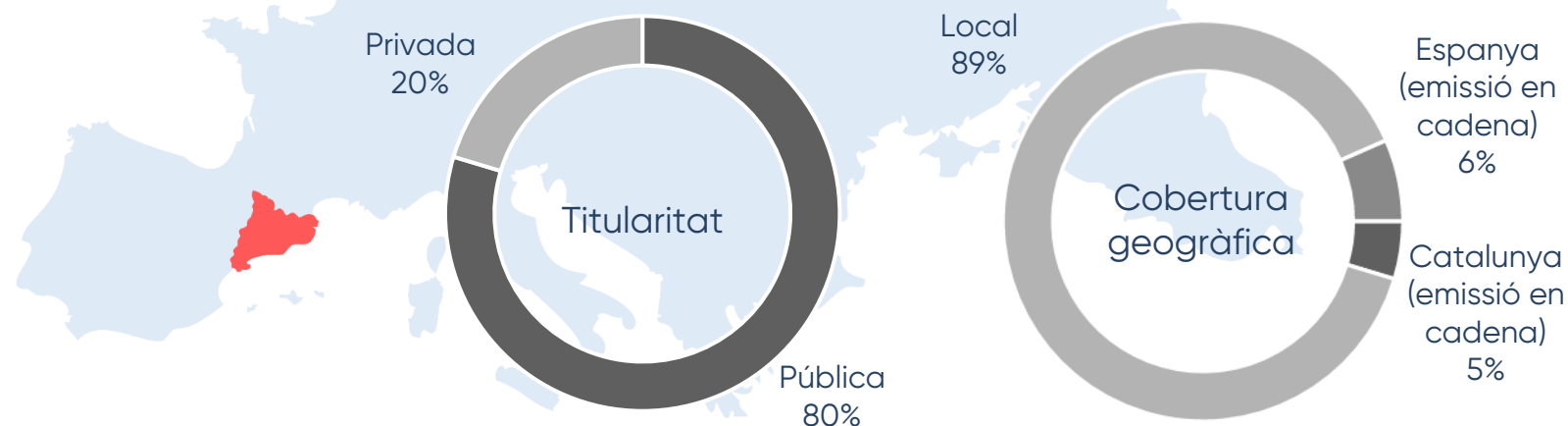
Serveis radiofònics a Catalunya

Ràdios FM
disponibles
253 emissores

Oferta ràdio per llar
Mitjana de 30
emissores FM

Consum radiofònic diari
1 h 43 min (dl.-dv.)
1 h 34 min (dl.-dg.)

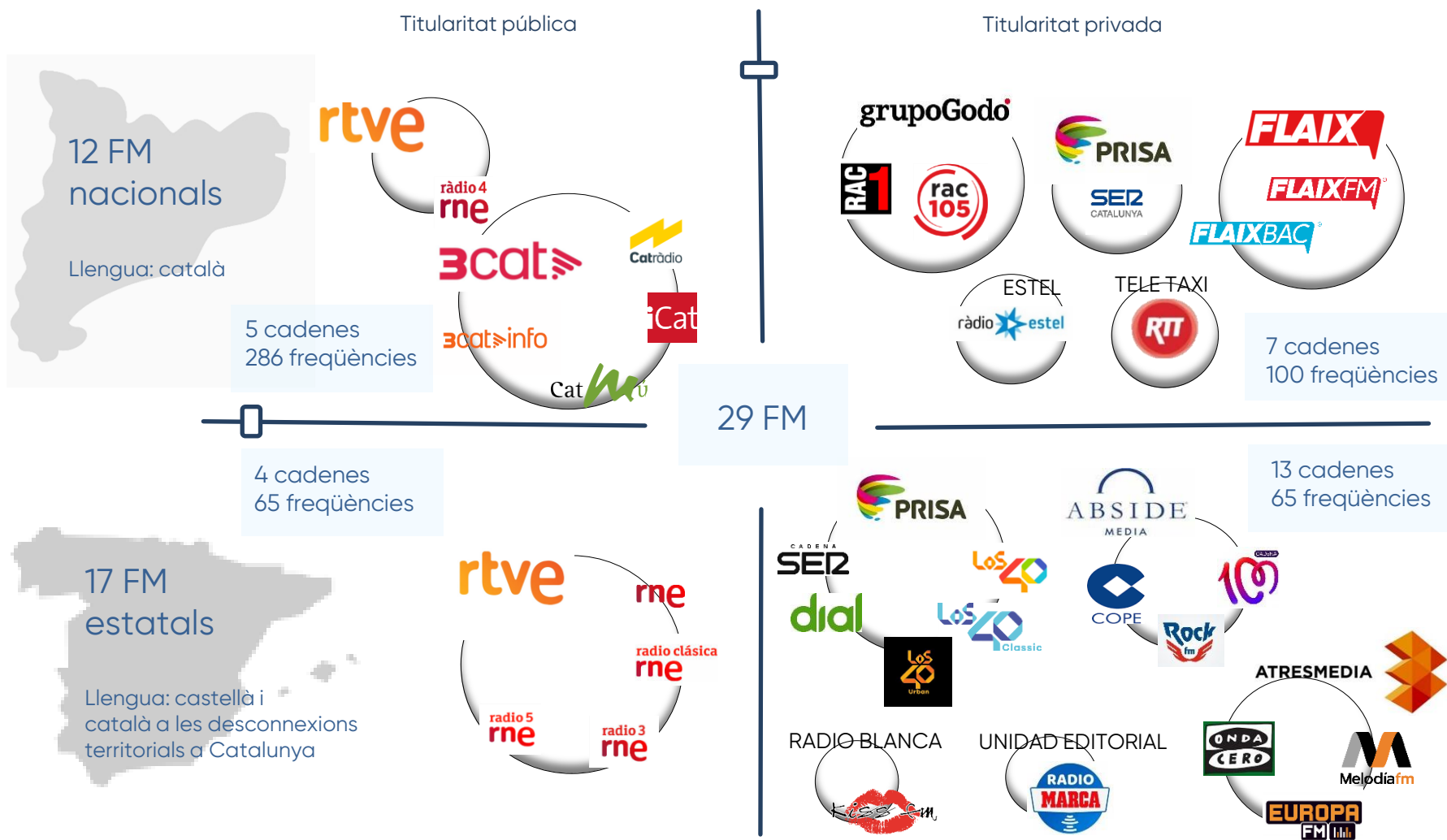
Tipologia dels serveis radiofònics disponibles a Catalunya (253 ràdios FM)



Nota: Dins del BIAC es denomina emissora de ràdio al mitjà que emet un producte radiofònic mitjançant una freqüència o més d'una, i emissió en cadena al grup d'estacions de ràdio locals que emeten des d'una font centralitzada. Es comptabilitzen les emissores de ràdio amb títol habilitant en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa.

Font: CAC, Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública i EGM – 1a onada (consum de ràdio). Maig del 2026.

Serveis radiofònics d'àmbit nacional i estatal

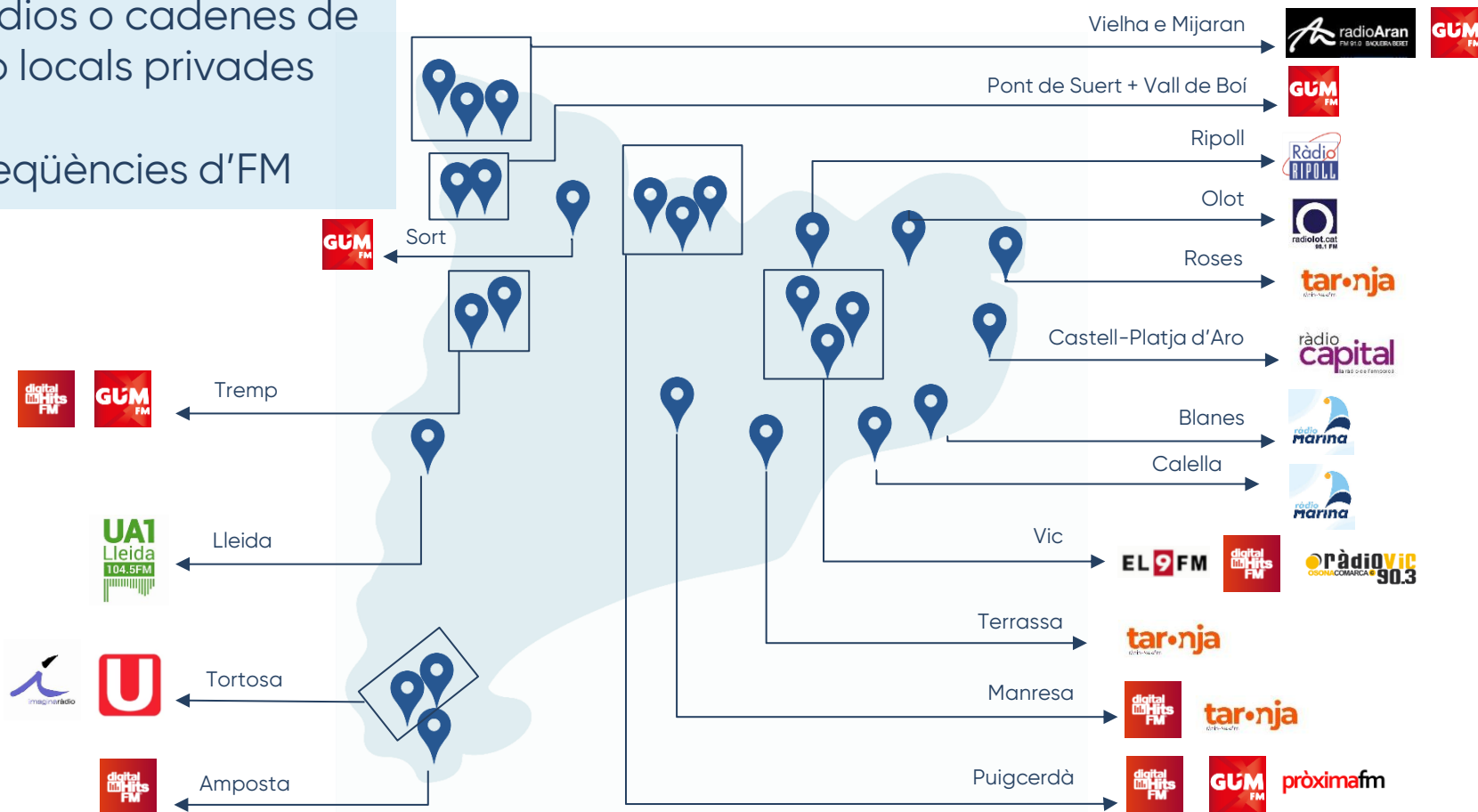


Font: CAC, Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública i webs corporatius de prestadors. Maig del 2026.

Serveis radiofònics d'àmbit local de titularitat privada

14 ràdios o cadenes de ràdio locals privades

27 freqüències d'FM



Nota: Es mostren les emissores de ràdio amb títol habilitant que es troben en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Maig del 2026.

Serveis radiofònics d'àmbit local de titularitat pública

210 ràdios
municipals

214 freqüències
de FM



Nota: Es mostren les emissores de ràdio amb títol habilitant que es troben en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa.

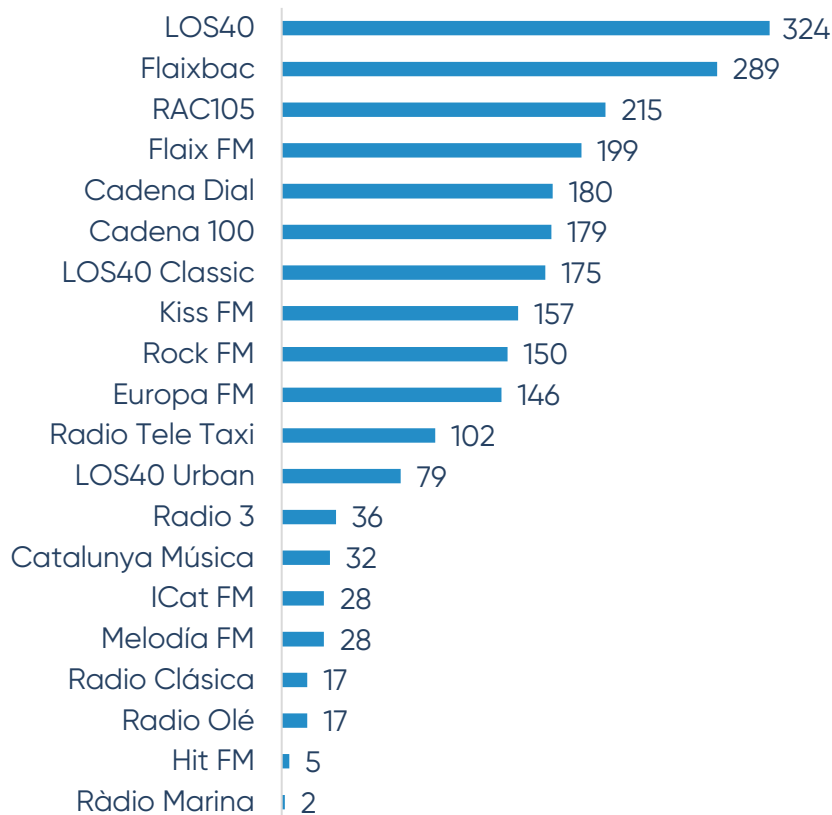
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Maig del 2026.

Audiència de ràdio (1)

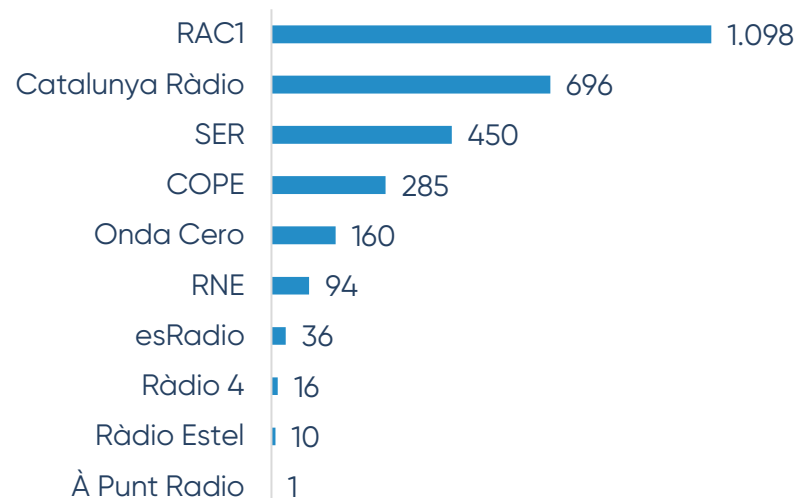
Audiència radiofònica acumulada diària a Catalunya, per tipologia (en milers)

De dilluns a divendres

Ràdio musical



Ràdio generalista



Ràdio informativa

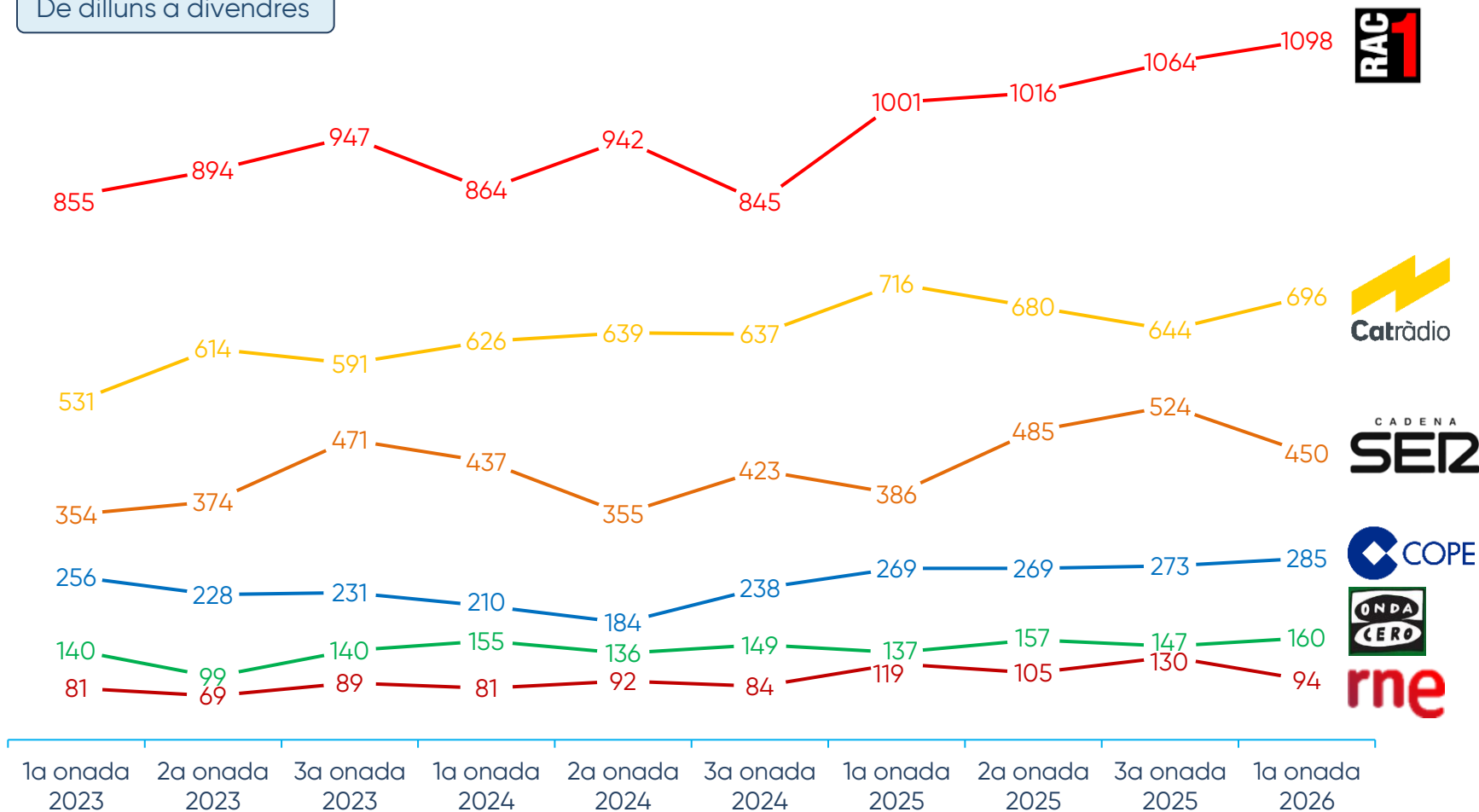


Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026.

Audiència de ràdio (2)

Rànquing de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 1a onada 2023 - 1a onada 2026 (en milers)

De dilluns a divendres



Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026.

Audiència de ràdio (3)

Rànquing d'audiència de les principals cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya per franges horàries. 1a onada 2026 (en milers)

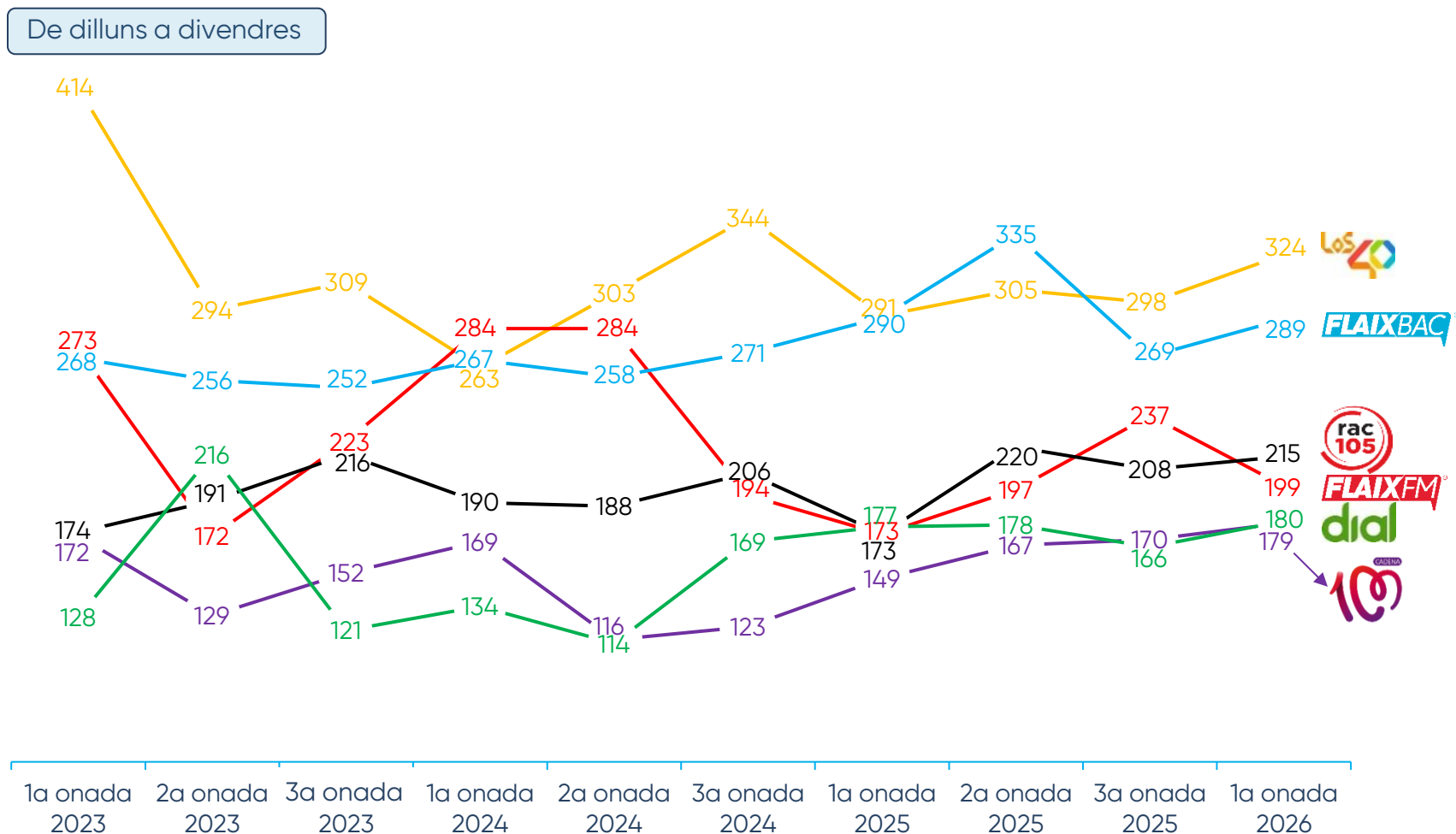
De dilluns a divendres

	Audiència total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	1.098	809	386	365	293
	696	405	208	225	224
	450	281	136	97	143
	285	186	78	46	113
	160	119	41	26	23
	94	69	32	17	24

Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026.

Audiència de ràdio (4)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals a Catalunya. Període 1a onada 2023 – 1a onada 2026 (en milers)

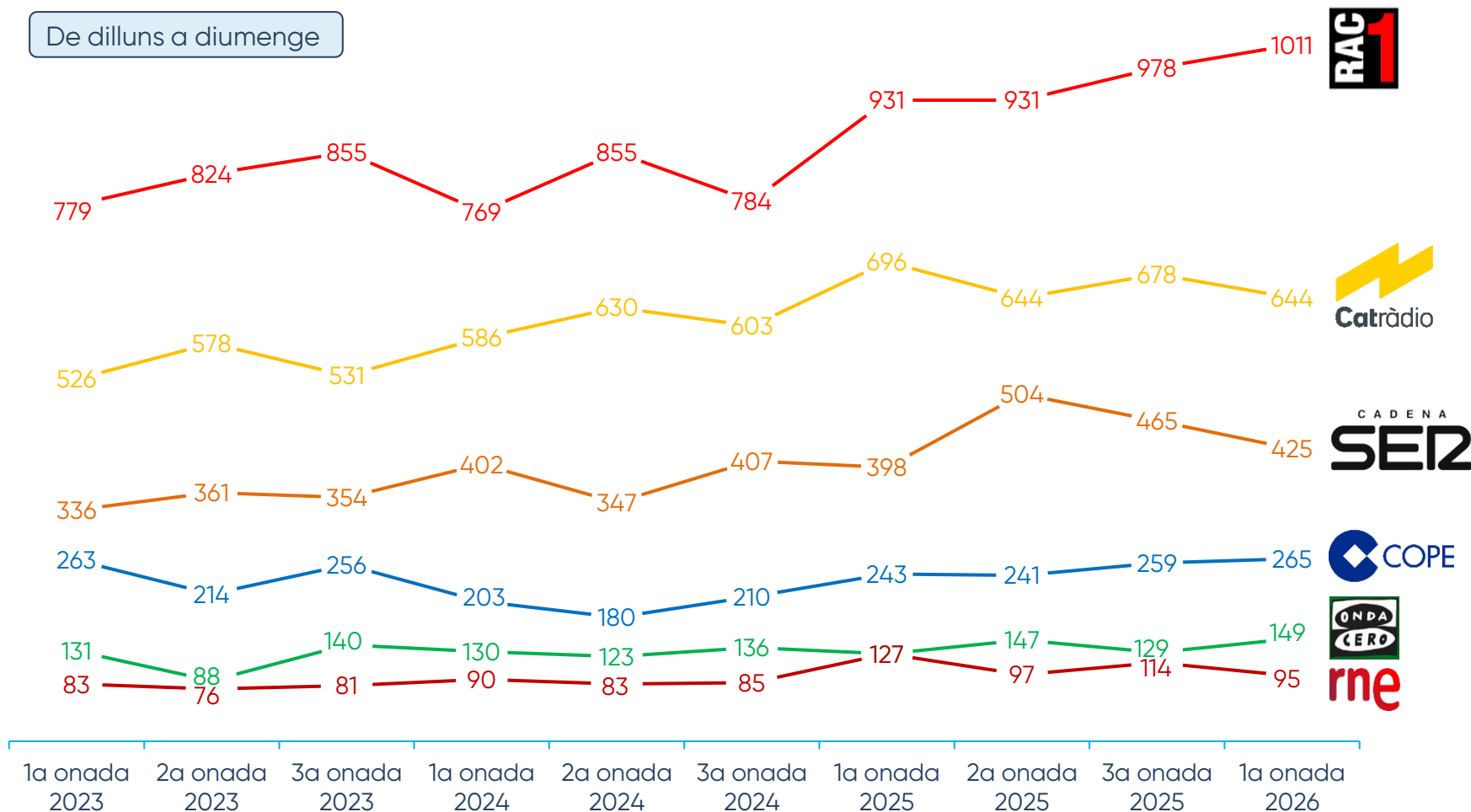


Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026.

Audiència de ràdio (5)

Rànquing de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 1a onada 2023 – 1a onada 2026 (en milers)

De dilluns a diumenge

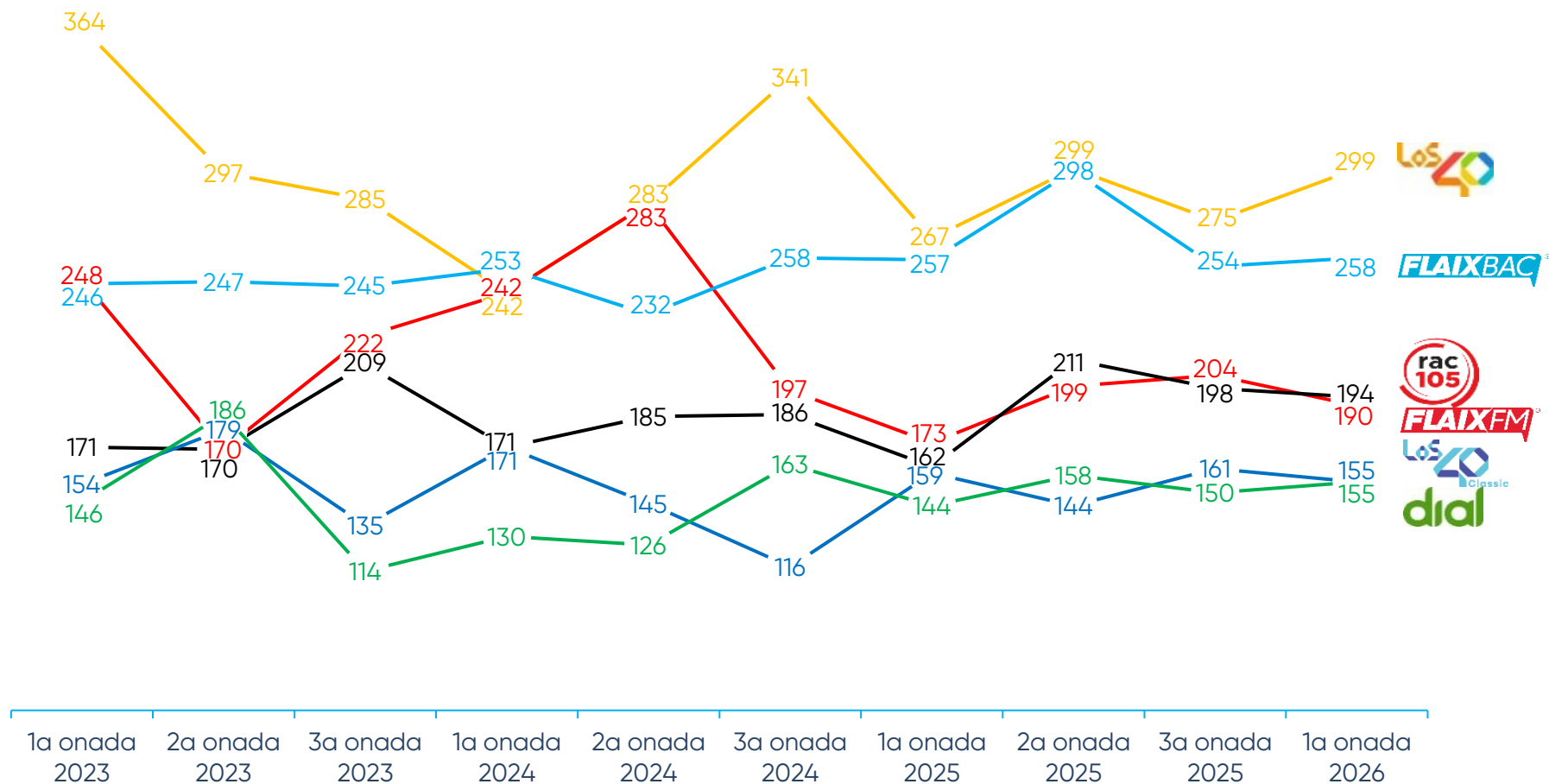


Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026.

Audiència de ràdio (i 6)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals a Catalunya. Període 1a onada 2023 – 1a onada 2026 (en milers)

De dilluns a diumenge



Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026.

Consum de ràdio per internet a Catalunya

+1.500.000 oients

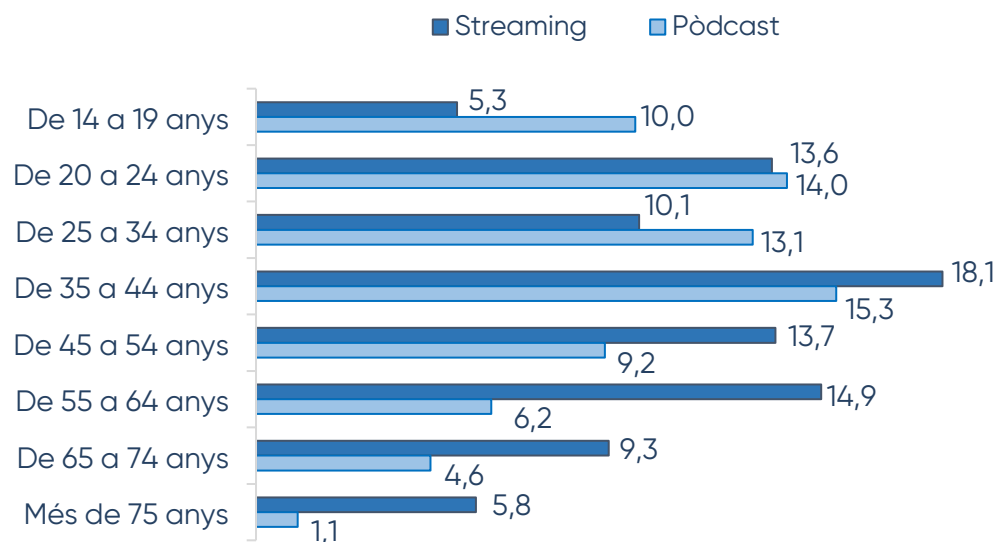
Un 21,3% de la població a Catalunya escolta la ràdio en línia, ja sigui en streaming o a través de pòdcasts.

Oients de ràdio per internet, per sexe (en %)



Els homes escolten més la ràdio per internet que les dones, tant en streaming com mitjançant pòdcasts.

Perfil de l'oient de ràdio per internet a Catalunya (en %)



Per edats, les franges més joves escolten més pòdcasts que no pas ràdio en streaming. Les franges d'oients de més de 35 anys prefereixen l'streaming.

Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada del 2026. Període: febrer-març 2026 (de dilluns a divendres).

Consum de pòdcast a Catalunya

Audiència total acumulada de pòdcasts més consumits, per tipologia

Ràdio generalista	Ràdio musical	Ràdio informativa
567.000 persones	39.000 persones	56.000 persones

Entre abril del 2025 i març del 2026, el públic va escoltar pòdcasts d'emissores de ràdio amb continguts diversos: informatiu, esportiu, cultural, humorístic...

Catalunya Ràdio va ser l'emissora generalista líder en consum de pòdcasts a Catalunya, amb una audiència acumulada de 119.000 oients. La segueixen Cadena SER (106.000) i RAC1 (88.000).

Pel que fa a l'emissió de pòdcasts musicals, dues cadenes van aconseguir arribar als 4.000 oients d'audiència acumulada: LOS40 i Radio 3. Cap altra cadena musical no va superar els 2.000 oients d'audiència acumulada de pòdcasts.

Quant a la temàtica informativa, cinc mil persones escolten els pòdcasts de Radio Marca.

Principals cadenes amb més consum de pòdcasts, per tipologia

Cadenes generalistes	  
Cadenes musicals	 
Cadenes informatives	

Font: EGM – Dades Catalunya. 1a onada acumulada del 2026. Període: abril 2025-març 2026 (de dilluns a diumenge).

Flaixos (1)

Benestar digital infantil i adolescent

El Govern de la Generalitat va aprovar l'[Acord GOV/34/2026](#), de 17 de febrer, pel qual s'impulsa el desenvolupament d'un model propi de benestar digital infantil i adolescent, i es crea la Comissió Interdepartamental per al Benestar Digital de la Infància i l'Adolescència. La prioritat de la iniciativa és l'acompanyament, la capacitació i la corresponsabilització de l'Administració, les famílies, la comunitat educativa, els agents socials i altres professionals. L'acord s'alinea amb els objectius del [Pacte Nacional de Salut Mental \(PNSM\)](#), aprovat el desembre del 2025.

Primer agregador de pòdcasts en català

El febrer del 2026, [Audio.cat](#) va publicar el primer agregador que recull tots els episodis de pòdcast en català, una eina que permet consultar els capítols més recents en català publicats a qualsevol plataforma. Els continguts disponibles, 40.000 en el moment del llançament, s'actualitzen i s'incrementen diàriament i es mostren de manera cronològica segons es publiquen. Estan classificats per categories, com ara humor, cultura, ciència, infantil o societat, entre d'altres. Aquest projecte compta amb el suport del Departament de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

Adjudicació d'una nova llicència de TDT a Espanya

El Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública ha [adjudicat](#) la llicència d'un nou canal de TDT d'àmbit estatal. Ha resultat el concurs públic convocat l'octubre passat a favor de Servicios Integrados Entretenimiento Televisivo, SL (SIETE, SL).

El nou canal disposarà d'un termini de sis mesos per posar-se en marxa i ser operatiu. La durada d'aquesta nova llicència serà de 15 anys i s'emmarca dins el [Plan Técnico Nacional de la TDT](#) que el Govern de l'Estat va aprovar el març del 2025.

Meta i Google, responsables de l'addicció a les xarxes socials

El març del 2026, un jurat de Los Ángeles (EUA) va determinar que [Meta i Google](#) van dissenyar de manera intencional plataformes de xarxes socials addictives, que van perjudicar la salut mental d'una dona de 20 anys, coneguda com a Kaley. La demandant haurà de ser indemnitzada amb 6 milions de dòlars, en concloure que Meta i Google "van actuar amb malícia, opressió o frau". La decisió probablement tindrà implicacions per a centenars de casos similars que actualment estan seguint el seu curs a diferents tribunals dels Estats Units.

Flaixos (i 2)

Cànon de servei públic a Suïssa

El 8 de març, la Confederació Helvètica va votar en referèndum la [Iniciativa SRG "200 francs, ça suffit!"](#), que pretenia reduir el cànon a la televisió pública suïssa (SRG) dels 335 CHF actuals (366 €) als 200 CHF (218 €) i eximir les empreses d'aquesta taxa. El 62% dels vots van ser contraris a la proposta. L'any 2018 la ciutadania ja va rebutjar la iniciativa "Oui à l'abolition de la redevance télé [cànon]", amb un 72% dels vots en contra d'abolir el finançament públic de l'SRG i les emissores regionals de televisió.

Netflix, obligada a produir en francès a Bèlgica

El 26 de març, el Tribunal Constitucional de Bèlgica va aprovar la [Sentència núm. 36/2026](#), en què es rebutjava la demanda d'anul·lació interposada per Netflix contra el nou sistema de contribucions a la producció audiovisual a la Bèlgica francòfona. Aquesta contribució es realitza o bé en forma d'inversió en coproducció, compra anticipada d'obres audiovisuals o encàrrec de programes, o bé en forma de pagament al Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Communauté française de Belgique (CCA).

Control de l'accés dels menors d'edat a les xarxes

El Conseil de l'IA et du numérique (CIANum) de França va publicar el març l'informe [Protection des mineurs en ligne par le contrôle de l'âge: comment aller plus loin?](#), en què analitza l'eficàcia dels sistemes de control d'edat com a barrera per a l'accés dels infants i els adolescents a les xarxes socials. "La verificació d'edat no serà suficient per solucionar tots els problemes", perquè persisteixen punts cecs, com ara l'ús creixent de la IA generativa i el desenvolupament del model de negoci de les xarxes basat en l'economia de l'atenció, entre d'altres.

Regulació dels influencers a Itàlia

L'autoritat de regulació d'Itàlia (Agcom) va publicar una [secció FAQ](#) de les Directrius i el Codi de conducta per a influencers, adoptats mitjançant la Resolució núm. 197/25/CONS. El document se centra en tres àrees: transparència de les comunicacions comercials, protecció de menors d'edat i protecció de la persona usuària. Les FAQ defineixen la figura de l'"influencer rellevant", l'assimilen als prestadors editorials i, per tant, estan subjectes a obligacions comparables a les aplicables als serveis de mitjans audiovisuals, tant canals de TV tradicionals, com plataformes de VoD en línia.



Núm. 33
Maig del 2026

FONTS PRINCIPALS

CAC: dades pròpies del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

EGM: 1a onada del 2026. Dades per a Catalunya.

Barlovento Comunicación: informes públics mensuals.

CITACIÓ BIBLIOGRÀFICA

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya (BIAC). Núm. 33. Barcelona: CAC, maig del 2026. <www.cac.cat>