

BIAC

Butlletí d'informació sobre
l'audiovisual a Catalunya

L'apunt.
Consum i percepció de l'esfera digital



Núm. 34. Setembre del 2026
Àrea d'Estudis, Recerca i Innovació





Núm. 34
Setembre del 2026

SUMARI

L'APUNT

Consum i percepció de l'esfera digital	3
--	---

DESTACATS

El sector dels videojocs	10
La nova generació de pòdcasts	12

TELEVISIÓ

Serveis televisius a Catalunya	15
Serveis televisius d'àmbit nacional i estatal	16
Serveis televisius d'àmbit local	17
Serveis televisius d'àmbit local de titularitat pública	18
Serveis televisius d'àmbit local de titularitat privada	19
Audiència de TDT	20

AUDIOVISUAL EN LÍNIA

Subscripcions a serveis audiovisuals de VoD	23
---	----

RÀDIO

Serveis radiofònics a Catalunya	24
Serveis de ràdio d'àmbit nacional i estatal	25
Serveis de ràdio d'àmbit local de titularitat privada	26
Serveis de ràdio d'àmbit local de titularitat pública	27
Audiència de ràdio	28
Consum de ràdio per internet a Catalunya	34
Consum de pòdcast a Catalunya	35

FLAIXOS	36
---------	----

Consum i percepció de l'esfera digital (1)



L'esfera pública digital és l'espai virtual on ens comuniquem, interactuem i es creen corrents d'opinió.

Aquest Apunt recull les dades principals de consum i de percepció ciutadana sobre l'esfera digital. Cada cop fem servir més internet, sobretot per cercar informació, emprar xarxes socials i consumir audiovisual en línia a plataformes.

Així mateix, l'ús creixent d'eines d'intel·ligència artificial (IA) ha posat aquest tema en el centre del debat de l'esfera digital, amb aspectes tan cabdals com l'ètica, la desinformació o la credibilitat de tot el que es difon en línia.

Les dades per a Catalunya d'aquest Apunt s'extreuen principalment de l'última enquesta Navegantes en la Red, publicada el maig del 2026 per l'Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).



Consum i percepció de l'esfera digital (2)

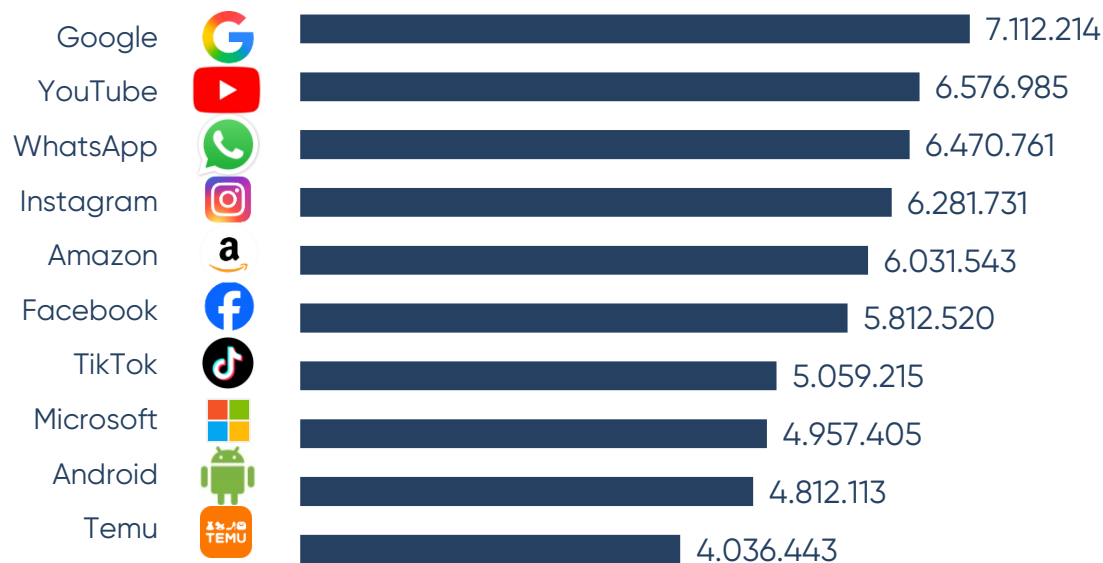
Consum d'internet. Catalunya. Juny del 2026

Temps diari de connexió
per habitant
3 hores i 22 minuts
+12,7% vs. 2025

Usuaris únics mensuals
7. 155.121 persones
+2,4% vs. 2025

Audiència mitjana diària
6.692.914 persones
+ 10,2% vs. juny 2025

Llocs web amb més usuaris únics mensuals. Juny del 2026



Les dades de consum d'internet mostren un increment manifest respecte de l'any passat.

5 dels 10 llocs web amb més usuaris únics al mes de juny a Catalunya són xarxes socials i totes superen els 5 milions d'usuaris únics.

Font: Barlovento Comunicación, amb dades de GfK DAM (juny del 2026).

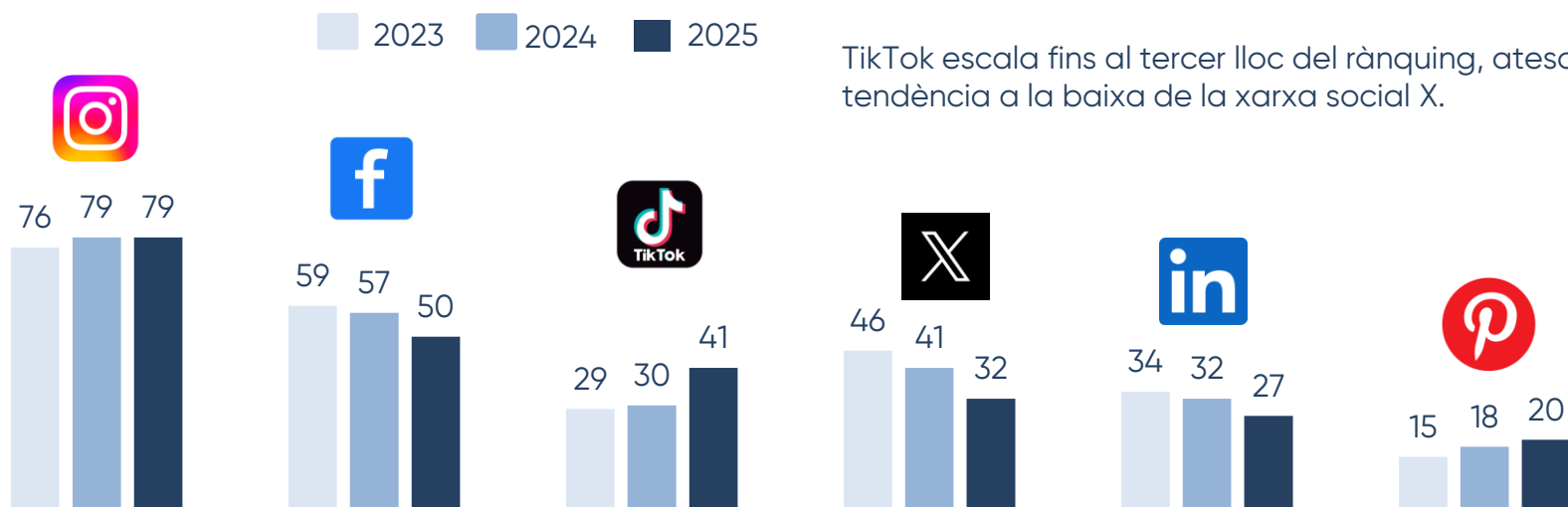
Consum i percepció de l'esfera digital (3)

Consum de les xarxes socials. Catalunya. Any 2025

4 de cada 10 persones
dediquen més d'una hora al dia
a les xarxes socials

Un 54% segueix
influencers, youtubers o streamers

Xarxes socials més utilitzades (en %)



Instagram es consolida com la xarxa social més utilitzada i la preferida a Catalunya, seguida de Facebook.

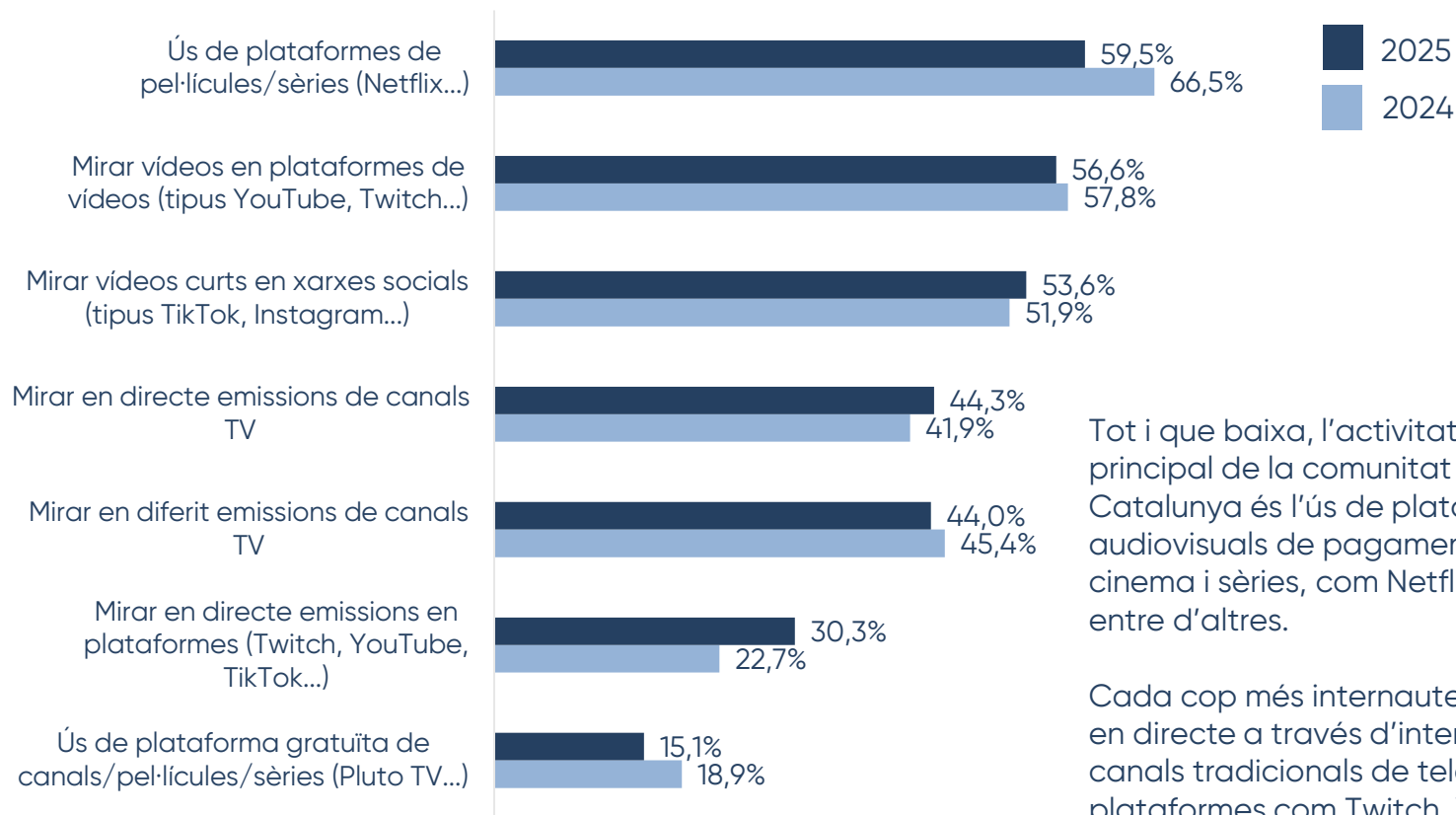
TikTok escala fins al tercer lloc del rànquing, atesa la tendència a la baixa de la xarxa social X.

Font: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya.

Nota: L'enquesta de l'AIMC no considera YouTube una xarxa social, ni les aplicacions de missatgeria instantània com WhatsApp.

Consum i percepció de l'esfera digital (4)

Principals activitats audiovisuals a internet. Catalunya. Comparativa 2024-2025



Tot i que baixa, l'activitat audiovisual principal de la comunitat internauta a Catalunya és l'ús de plataformes audiovisuals de pagament amb catàlegs de cinema i sèries, com Netflix, HBO o Disney+, entre d'altres.

Cada cop més internautes miren emissions en directe a través d'internet, ja sigui de canals tradicionals de televisió o de plataformes com Twitch, YouTube o TikTok.

Pregunta: Durant els darrers 30 dies, quines de les activitats audiovisuals següents heu realitzat a través d'internet?

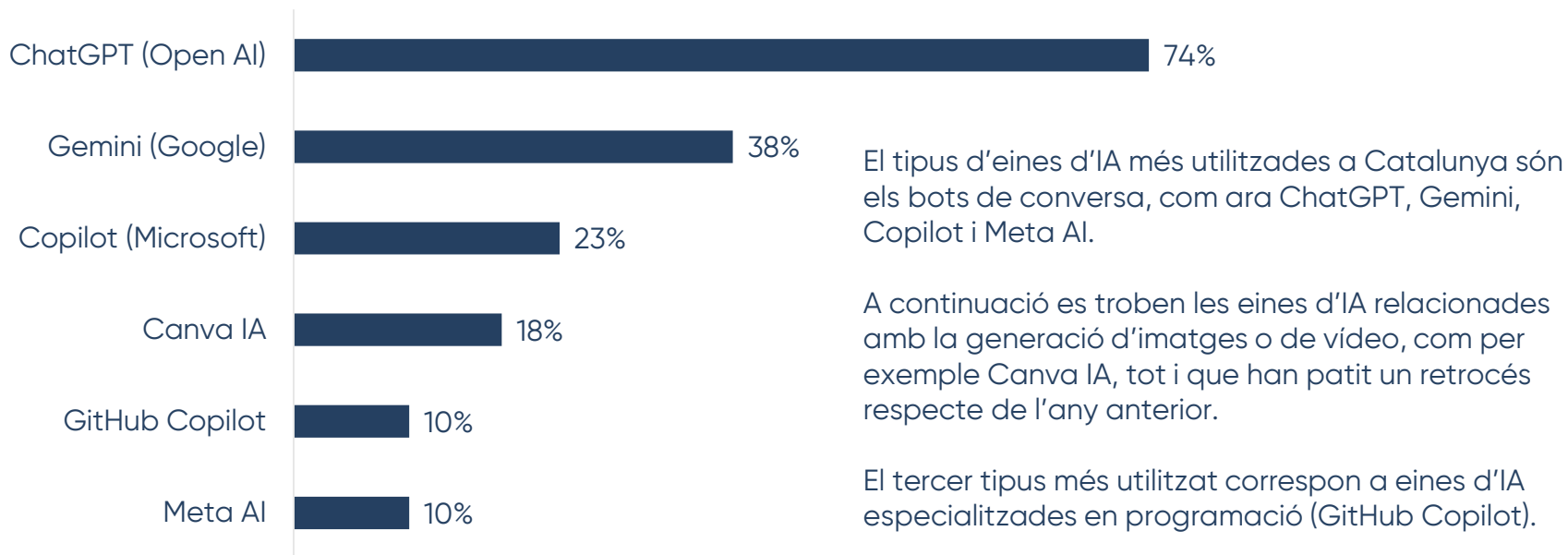
Font: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya.

Consum i percepció de l'esfera digital (5)

Ús de la intel·ligència artificial a Catalunya

L'ús de IA s'ha estès de manera ràpida: segons l'AIMC, un 20% de la població internauta catalana declara no haver fet servir una eina d'intel·ligència artificial, una xifra que s'ha reduït a la meitat en un any.

Eines d'IA més utilitzades



Pregunta: Quines eines d'intel·ligència artificial heu fet servir en els darrers 30 dies?

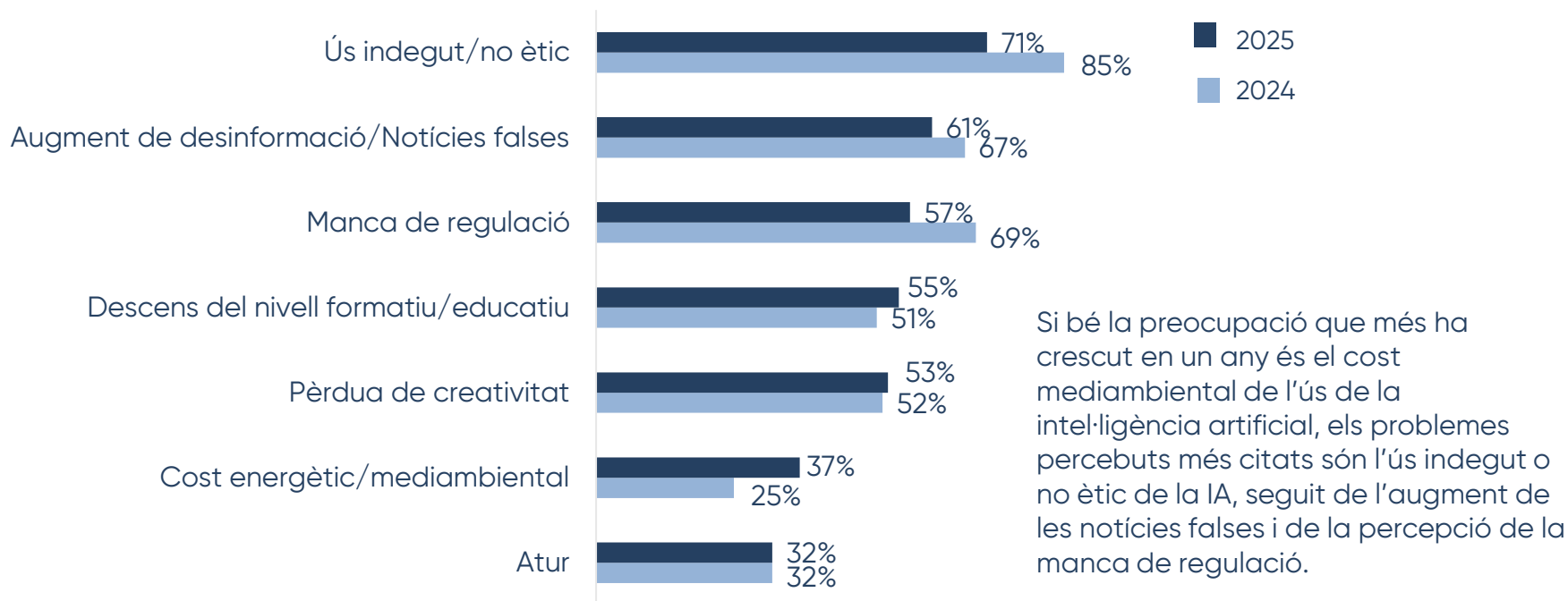
Font: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya.

Consum i percepció de l'esfera digital (6)

Percepció de la intel·ligència artificial a Catalunya

Les persones que utilitzen eines d'intel·ligència artificial es declaren satisfetes amb el seu ús.
1 de cada 4 persones internautes utilitza eines d'IA de pagament.

Principals problemes de la IA



Pregunta: Quins creieu que són els problemes més grans de la IA?

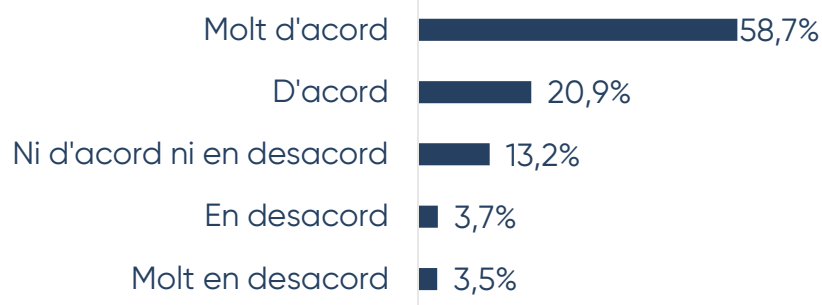
Font: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya.

Consum i percepció de l'esfera digital (i 7)

La manca de credibilitat i de confiança en els mitjans està relacionada estretament amb l'augment de la desinformació i les fake news.

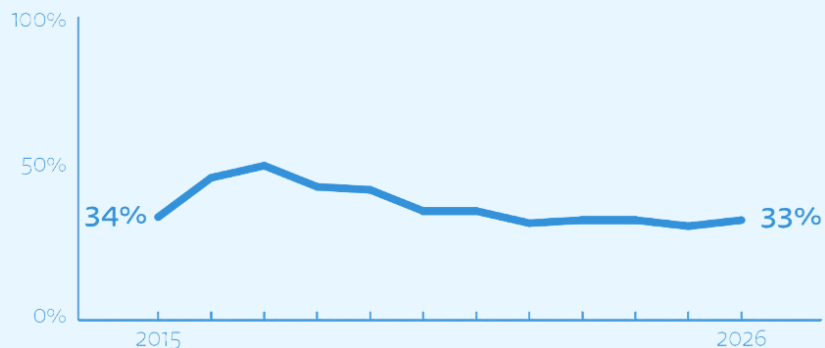
A Catalunya, el 80% de la població internauta afirma que les notícies falses són un problema greu a internet i que hauria d'existir un organisme oficial que les restringeixi.

Pregunta: Hauria d'existir un organisme oficial que identifiqui i restringeixi la publicació d'informació falsa a internet?



Font: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Àmbit Catalunya.

Confiança en les notícies. Espanya. Període 2015-2026



A Espanya, 1 de cada 3 persones afirma que es creu "la majoria de les notícies la major part del temps". Aquest grau de confiança en les notícies és 4 punts inferior a la mitjana mundial, segons Reuters Institute.

A més, un 37% evita les notícies d'actualitat sovint o de vegades.

Font dades Espanya: Reuters Institute de la Universitat d'Oxford. [Digital News Report 2026](#).

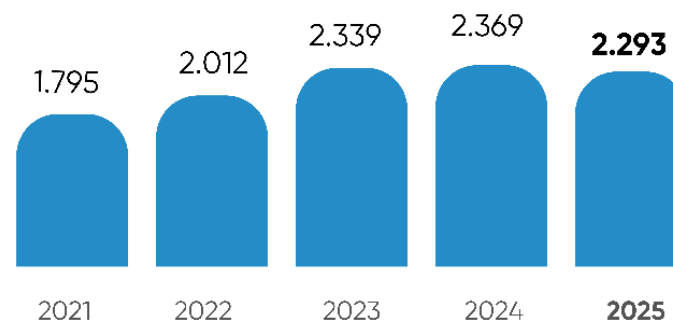
El sector dels videojocs (1)

La indústria del videojoc a Espanya

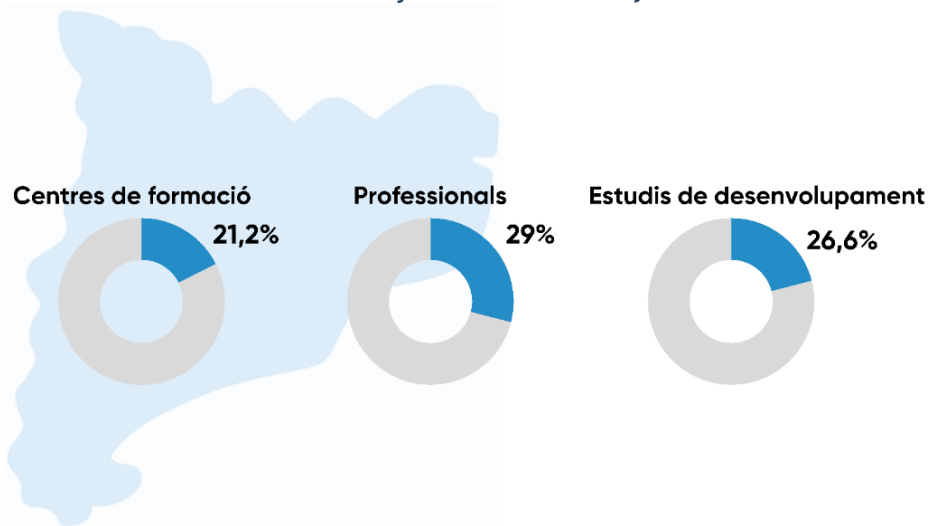
L'any 2025 el sector dels videojocs va facturar 2.293 milions d'euros (-3,2% vs. 2024). Un terç d'aquesta facturació correspon a les vendes físiques (873 milions d'€) i la resta, la majoria, a vendes digitals (1.419).

En termes d'ocupació, el sector del videojoc dona feina a més de 16.000 persones.

Facturació del sector dels videojocs. Espanya (en M€)



La indústria del videojoc a Catalunya



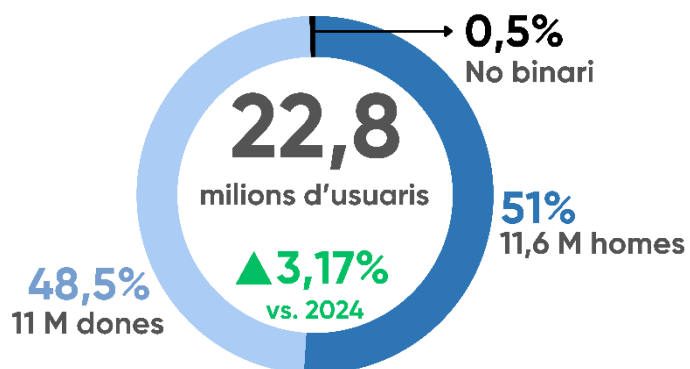
De tot l'Estat, la indústria a Catalunya concentra el 29% dels treballadors i treballadores del sector dels videojocs, per davant de Madrid (27%), d'Andalusia (13%) i de la Comunitat Valenciana (11%).

Catalunya ocupa també el primer lloc del rànquing en relació amb el nombre de centres de formació (23 de 108) i d'estudis de desenvolupament del sector dels videojocs (114 de 429).

Font: AEVI (2026). [La industria del videojuego en España. Anuario 2025.](#)

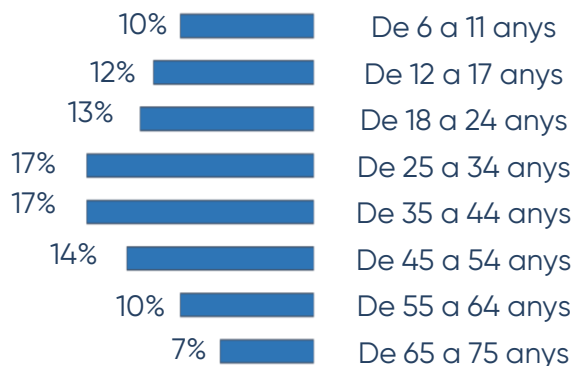
El sector dels videojocs (i 2)

Perfil de la persona que juga a videojocs

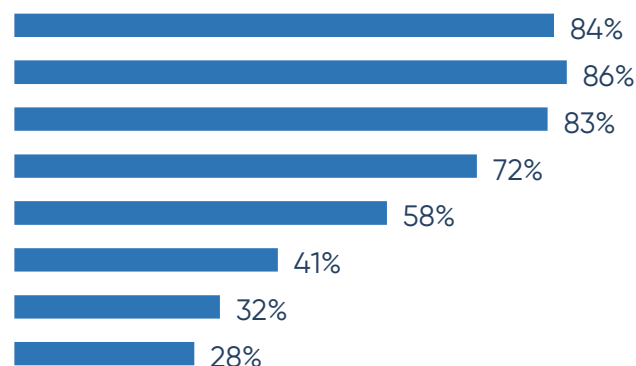


- Més de la meitat de la població espanyola juga a videojocs (un 54% del total d'habitants).
- Per edats, el perfil majoritari es troba en les franges entre els 25 i els 44 anys (34%), però també hi ha un espai per a jugadors i jugadores de més de 65 anys (un 7%).
- Els dispositius més utilitzats són el mòbil i la tauleta (43%), seguit de les consoles (29%) i l'ordinador (28%).
- La mitjana de temps setmanal dedicat als videojocs a Espanya és de 8 h i 31 min. Per davant hi ha països com el Regne Unit (10 h 30 min) i Alemanya (11 h 3 min) i, per darrera, França (7 h 37 min) i Itàlia (7 h 53 min).

Perfil jugador/a per edats



Penetració per edats (% de població que juga)



Font: AEVI (2026). [La industria del videojuego en España. Anuario 2025](#).

La nova generació de pòdcasts (1)

El pòdcast deixa de ser només àudio: creixen el vídeo, els formats conversacionals i els continguts liderats per personalitats.

Amb les noves estratègies d'algoritmes, les plataformes (YouTube, Spotify i Apple) acceleren aquest canvi.



Font: Reuters Institute. [The Changing Shape and New Economics of News Podcasting](#). Gràfic original: [Audiogen](#).

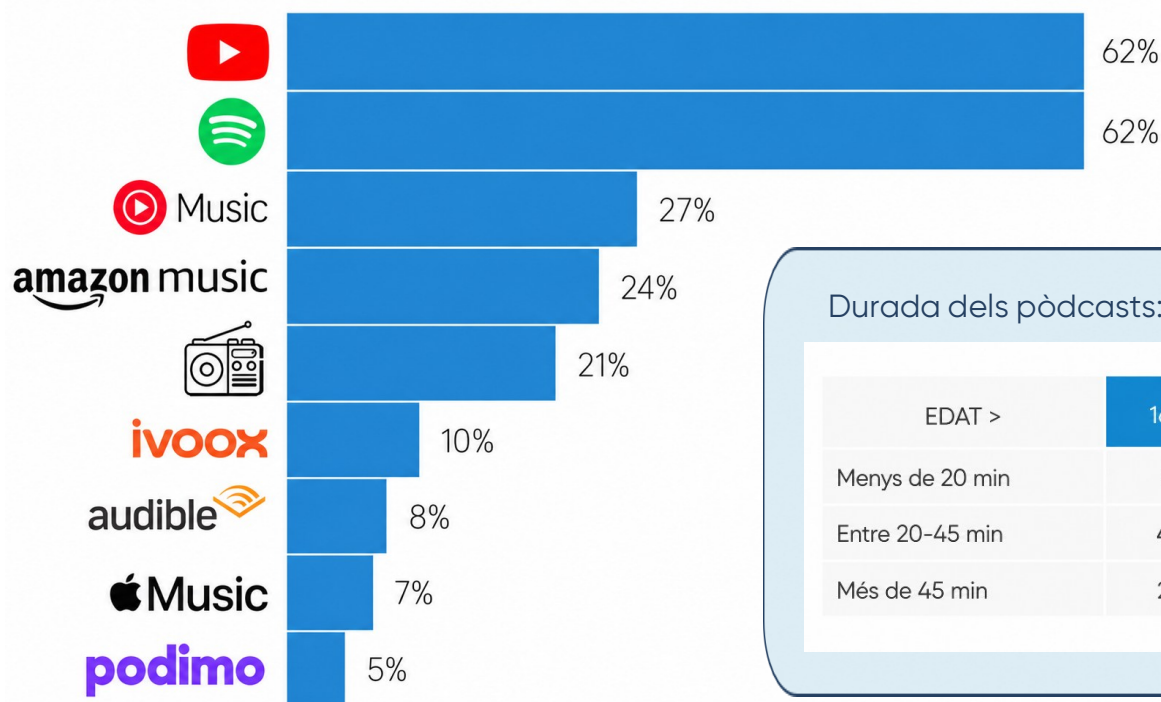
La nova generació de pòdcasts (2)

El vídeo en els pòdcasts aporta continguts més complets i reforça el vincle amb el presentador o presentadora estrella. Però l'àudio continua sent la peça fonamental del format.

En el mercat espanyol, les persones de menys de 25 anys fan un ús més significatiu de Spotify i de YouTube, mentre que el perfil més adult consumeix aplicacions específiques de la seva emissora de ràdio de referència.

En les aplicacions de pòdcast de ràdio, el públic masculí en mostra un consum més elevat que el femení.

A través de quina plataforma accediu als continguts de pòdcast al mercat espanyol?



Durada dels pòdcasts: preferències per edat a Espanya

EDAT >	16-25	26-39	40-55	Més de 55
Menys de 20 min	9%	16%	20%	24%
Entre 20-45 min	44%	55%	45%	49%
Més de 45 min	23%	12%	8%	4%

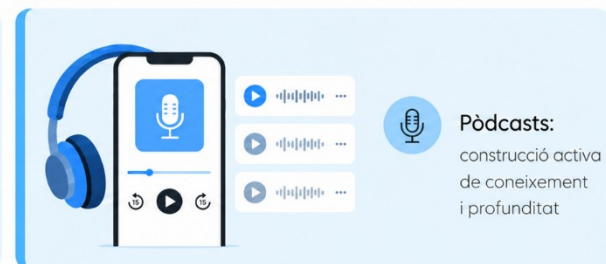
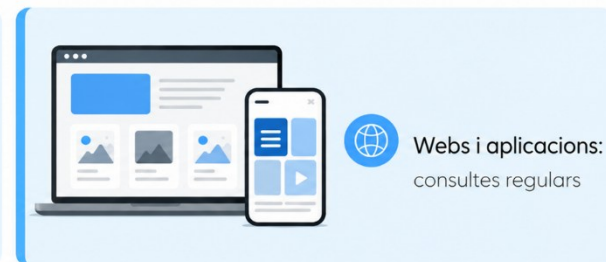
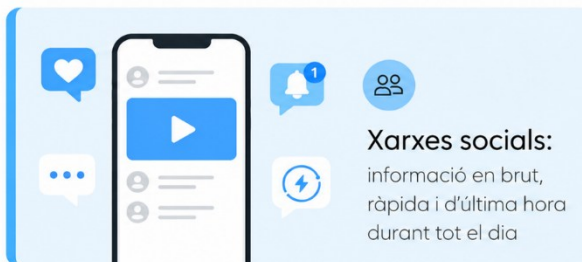
Font: IAB Spain. [Estudio de Audio Digital 2026](#).

La nova generació de pòdcasts (i 3)

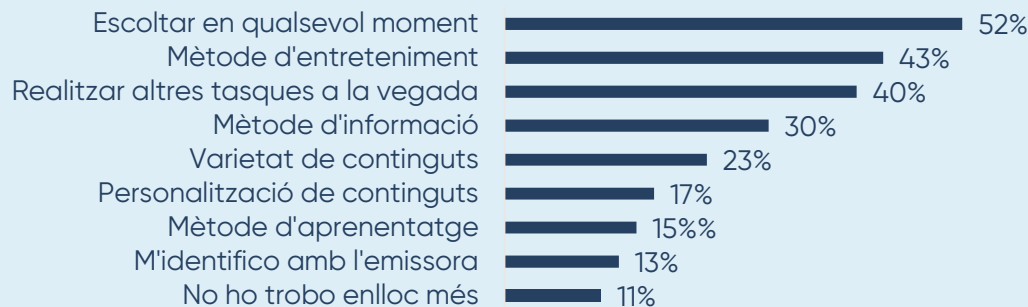
Al mercat espanyol, tres de cada quatre usuaris consumeixen àudio digital mentre realitzen altres activitats.

Els pòdcasts acompanyen en els desplaçaments, a la llar, fent exercici, estudiant o treballant.

Tenen una funció formativa i aporten profunditat i coneixement.



Motivacions d'accés a l'àudio digital



Amb tot, la música digital és el contingut que més s'escolta, seguit del pòdcast.

Fonts: Reuters Institute, [The Changing Shape and New Economics of News Podcasting](#), i IAB Spain [Estudio de Audio Digital 2026](#).

Serveis televisius a Catalunya

Canals TV disponibles

77 canals TDT

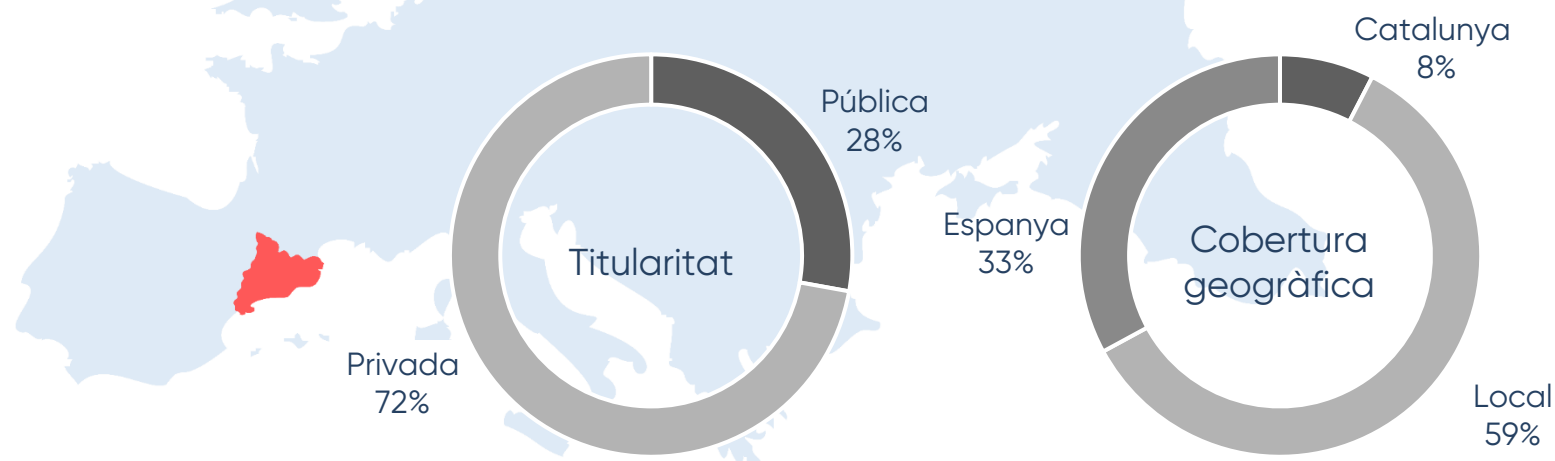
Canals TV per llar

Mitjana de 31 canals TDT

Consum TV persona/dia

Mitjana d'1 h 57 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 Comunicació (consum d'agost de TV).
Setembre del 2026.

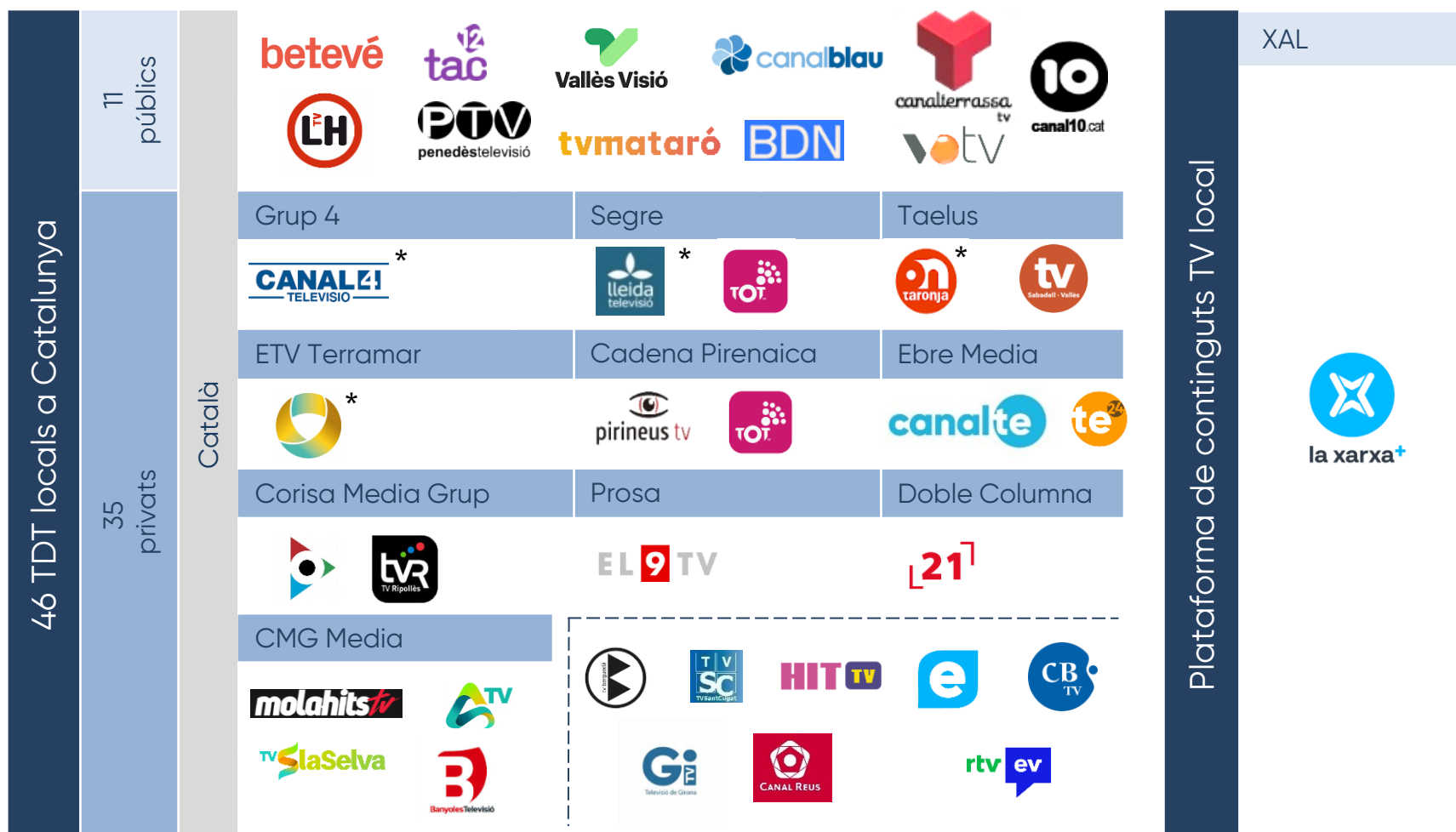
Serveis televisius d'àmbit nacional i estatal

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.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Setembre 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.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Setembre 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.

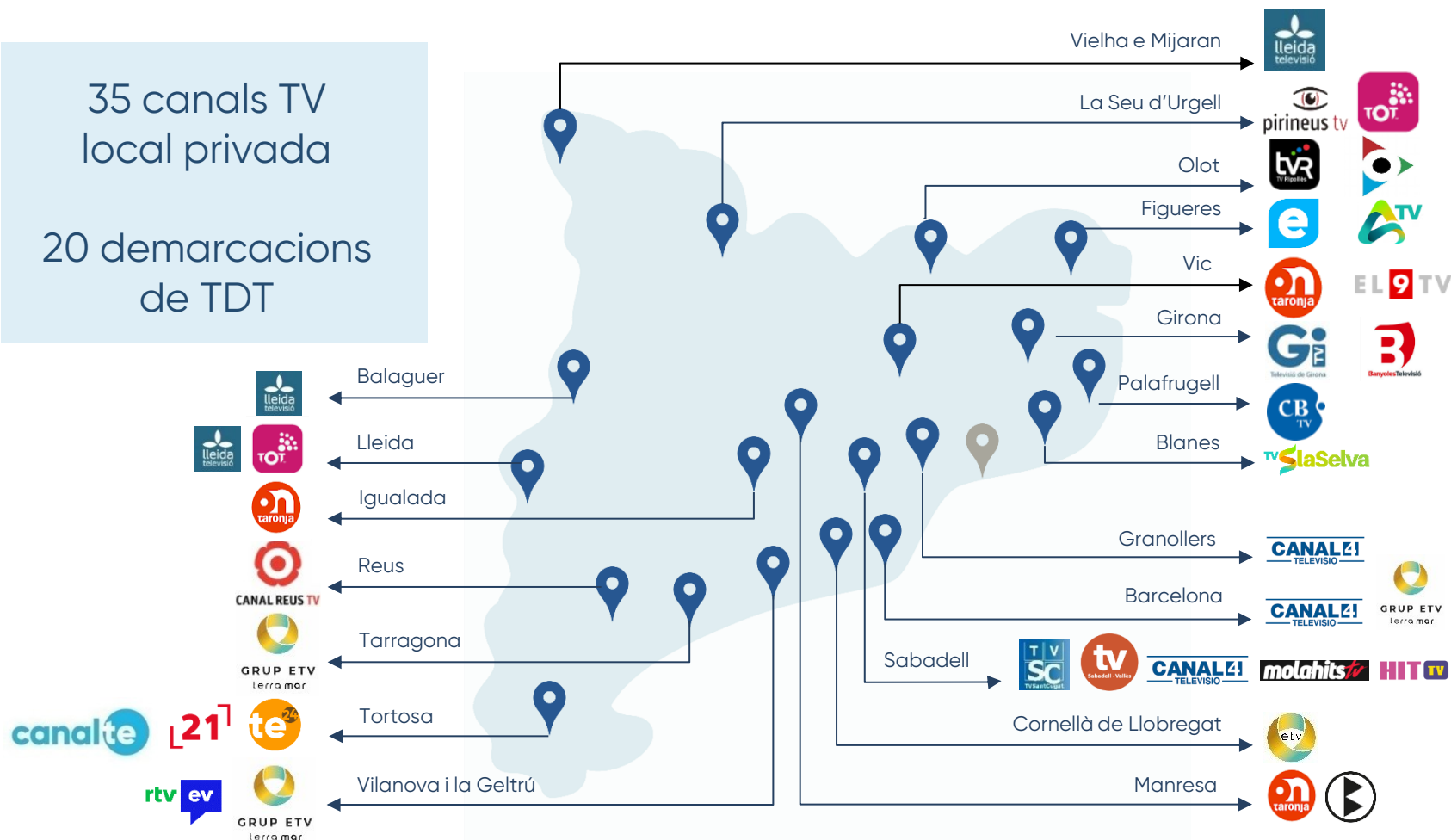
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Setembre del 2026.

Serveis televisius d'àmbit local de titularitat privada

Demarcació →

35 canals TV
local privada

20 demarcacions
de TDT

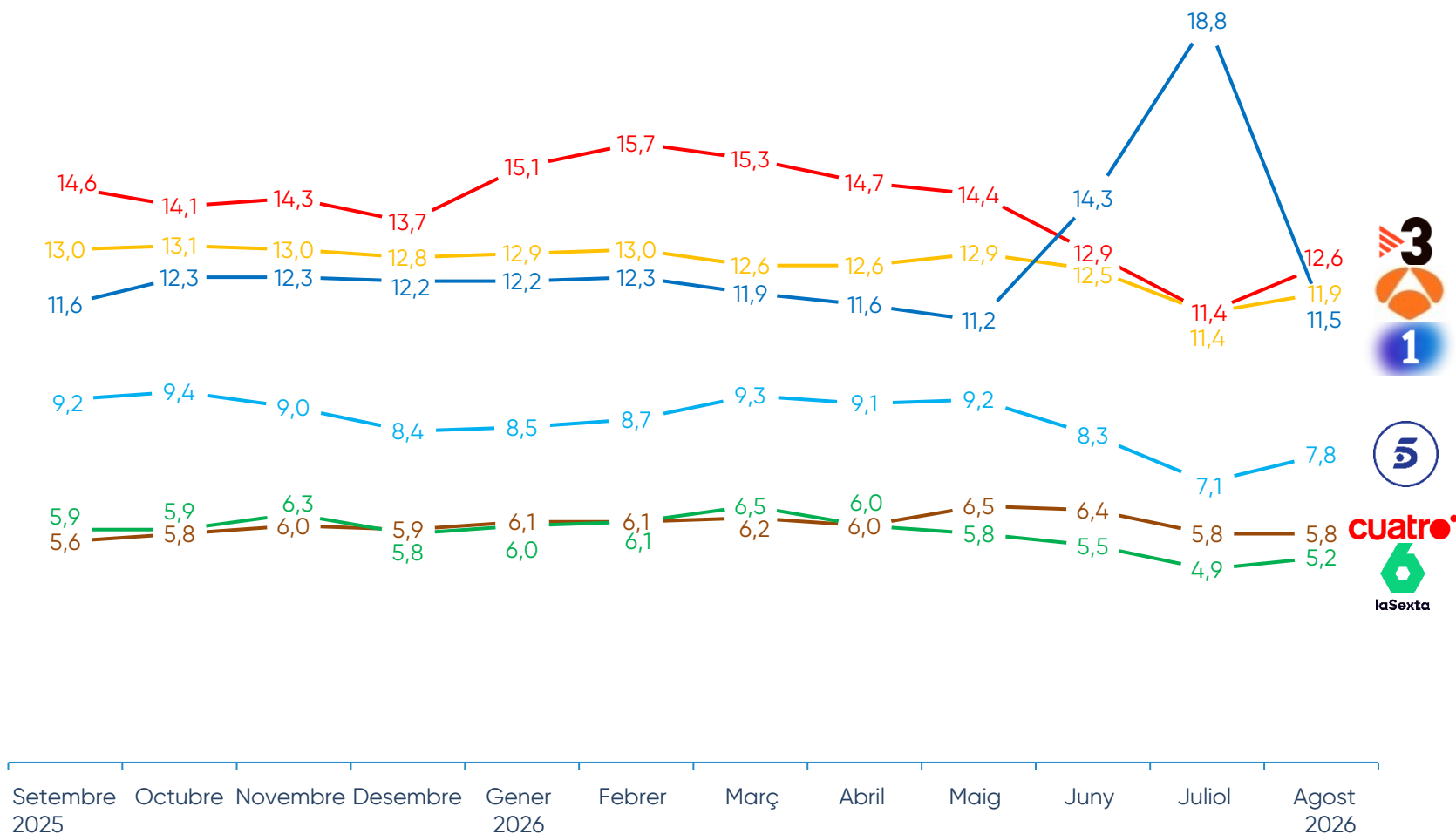


Nota: Es mostren els canals de TV amb títol habilitant que es troben en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa. En gris, les demarcacions de TDT sense TV local privada i en blau, amb TV local privada. L'abril del 2026, la TDT local privada Mar TV deixa d'emetre (per a més informació,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

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

Audiència de TDT (1)

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



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

Audiència de TDT (2)

En conjunt, durant els mesos d'estiu les audiències dels canals generalistes més vistos baixen, amb l'excepció destacada del primer canal de la televisió pública estatal La 1, que els mesos de juny i juliol va obtenir els millors resultats de l'any, gràcies a l'emissió del mundial de futbol masculí, celebrat de l'11 de juny al 19 de juliol.

D'altra banda, Cuatro es consolida com la cinquena cadena més vista, posició que els darrers anys havia ocupat laSexta.

Evolució mensual de la quota televisiva a Espanya. Gener-agost 2026 [La taula continua a la pàgina següent] (en % i en ordre descendent segons dades d'agost, amb la mitjana d'aquests mesos)

Cadena	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Mitjana
TV3	15,1	15,7	15,3	14,7	14,4	12,9	11,4	12,6	14,0
Antena 3 TV	12,9	13,0	12,6	12,6	12,9	12,5	11,4	11,9	12,5
La 1	12,2	12,3	11,9	11,6	11,2	14,3	18,8	11,5	13,0
Telecinco	8,5	8,7	9,3	9,1	9,2	8,3	7,1	7,8	8,5
Cuatro	6,1	6,1	6,2	6,0	6,5	6,4	5,8	5,8	6,1
laSexta	6,0	6,1	6,5	6,0	5,8	5,5	4,9	5,2	5,8
La 2	3,3	3,2	3,2	3,2	3,3	3,5	3,8	3,8	3,4
FDF	2,3	2,2	2,2	2,2	2,3	2,1	2,0	2,3	2,2
Energy	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	1,9	1,8	2,1	2,1
Neox	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,7	2,1	1,8
Atreseries	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,7	1,7	2,0	1,8
Nova	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,8	2,0	1,9
TRECE	2,0	1,8	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,9	1,8
3CatInfo	2,0	1,7	1,6	1,3	1,3	1,4	1,4	1,8	1,6
Dmax	1,6	1,5	1,5	1,6	1,7	1,6	1,5	1,7	1,6
BeMad	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,5	1,5	1,6	1,6

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

Audiència de TDT (i 3)

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

Cadena	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Mitjana
24h	1,5	1,4	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4
Esport3	1,5	1,3	1,4	1,3	1,5	1,3	0,9	1,3	1,3
Veo 7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,3	1,0
MEGA	1,2	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3	1,1	1,2	1,3
Teledeporte	0,7	1,1	0,7	0,9	0,8	1,1	1,6	1,2	1,0
Squirrel dos	0,9	0,9	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,0
DKISS	1,0	1,0	1,0	1,1	1,3	1,3	1,2	1,2	1,1
Divinity	1,2	1,2	1,1	1,2	1,1	1,1	0,9	1,1	1,1
Squirrel	0,9	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	0,9	1,1	1,0
Boing	0,9	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	1,0	0,9
TEN	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7	0,8	0,9	0,9
Clan	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7
SX3/33	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,8	0,8	0,7
Real Madrid HD	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,7	0,6
BOM Cine	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3

Els esdeveniments esportius de l'estiu també van donar una embranzida a la cadena esportiva estatal Teledeporte, que va tenir un repunt en les xifres d'audiència, sobretot al juliol.

Pel que fa als dos canals d'Squirrel Media, s'apunta a una tendència a l'alça del segon canal de la marca –antic Paramount Network–, que en l'últim quadrimestre ha superat lleugerament el primer canal –que va substituir Disney Channel.

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 abril-maig 2026

SERVEIS VoD	LLARS		PERSONES ABONADES		Variació abonats vs. 1a onada 2026
	Total	%	Total	%	
NETFLIX	1.996.995	62,7%	4.577.460	64,2%	-1,8%
prime video	1.646.645	51,7%	3.686.210	51,7%	-1,0%
Disney+	812.175	25,5%	1.939.360	27,2%	+1,9%
M+ movistar	856.765	26,9%	1.860.930	26,1%	-14,1%
HBOMAX	745.290	23,4%	1.604.250	22,5%	-10,4%
DAZN	366.275	11,5%	876.990	12,3%	-15,8%
Orange TV	175.175	5,5%	406.410	5,7%	-5,0%
Rakuten TV	165.620	5,2%	327.980	4,6%	0%
O	143.325	4,5%	327.980	4,6%	-23,3%
FILMIN	165.620	5,2%	306.590	4,3%	-12,2%
Altres proveïdors	1.133.860	35,6%	2.345.770	32,9%	0%

En conjunt, les plataformes de VoD de pagament registren un descens o estancament en el nombre d'abonaments respecte d'onades de l'EGM anteriors.

Netflix es manté com a plataforma líder amb 4,5 milions d'abonaments. Prime Video ocupa el segon lloc, amb un milió menys de subscriptors que Netflix.

Movistar+ i DAZN havien gaudit d'increments forts a les darreres onades, però ara perden el que havien guanyat. La IPTV de Telefónica deixa el tercer lloc en favor de Disney+, l'únic servei que creix, amb gairebé dos milions de persones abonades a Catalunya.

Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026. Base: 3.186.000 llars i 7.130.000 persones. "Altres proveïdors" inclou Jazztel TV.

Serveis radiofònics a Catalunya

Ràdios FM
disponibles

253 emissores

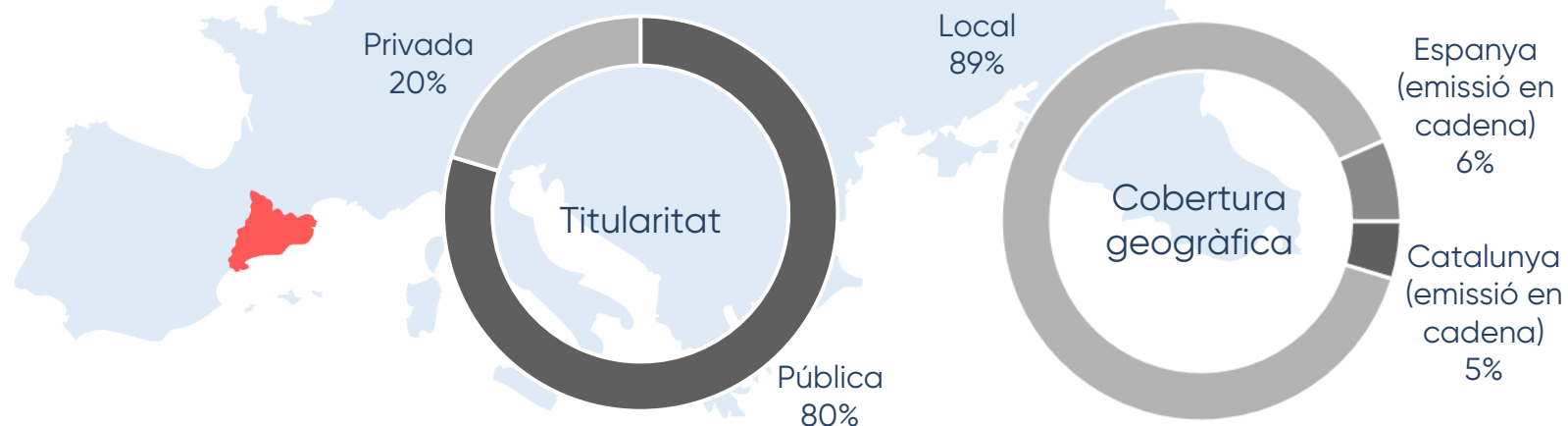
Oferta ràdio per llar

Mitjana de 30
emissores FM

Consum radiofònic diari

1 h 37 min (dl.-dv.)
1 h 29 min (dl.-dg.)

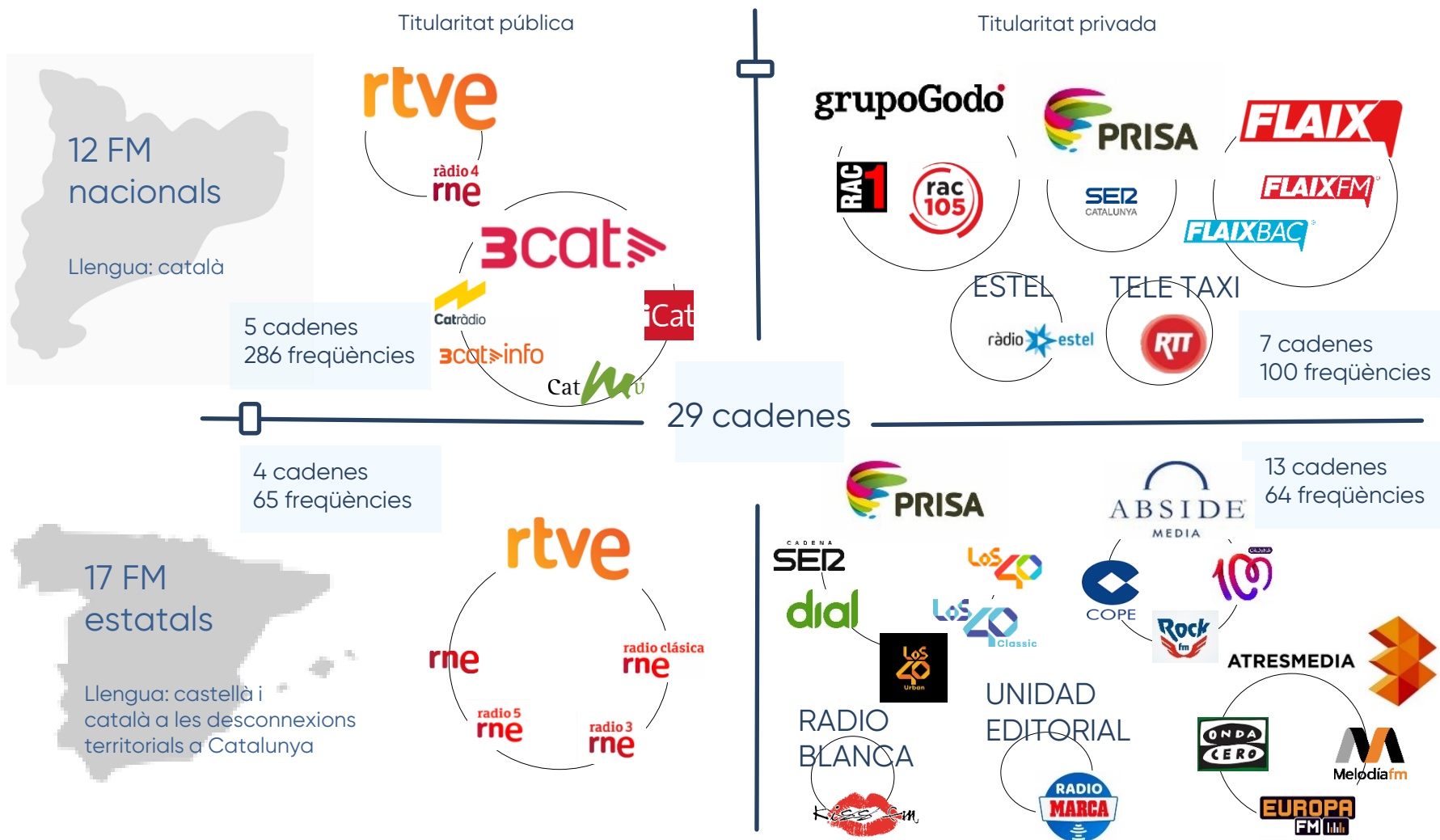
Tipologia dels serveis radiofònics disponibles a Catalunya (253 ràdios FM)



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 – 2a onada (consum de ràdio). Setembre del 2026.

Serveis radiofònics d'àmbit nacional i estatal

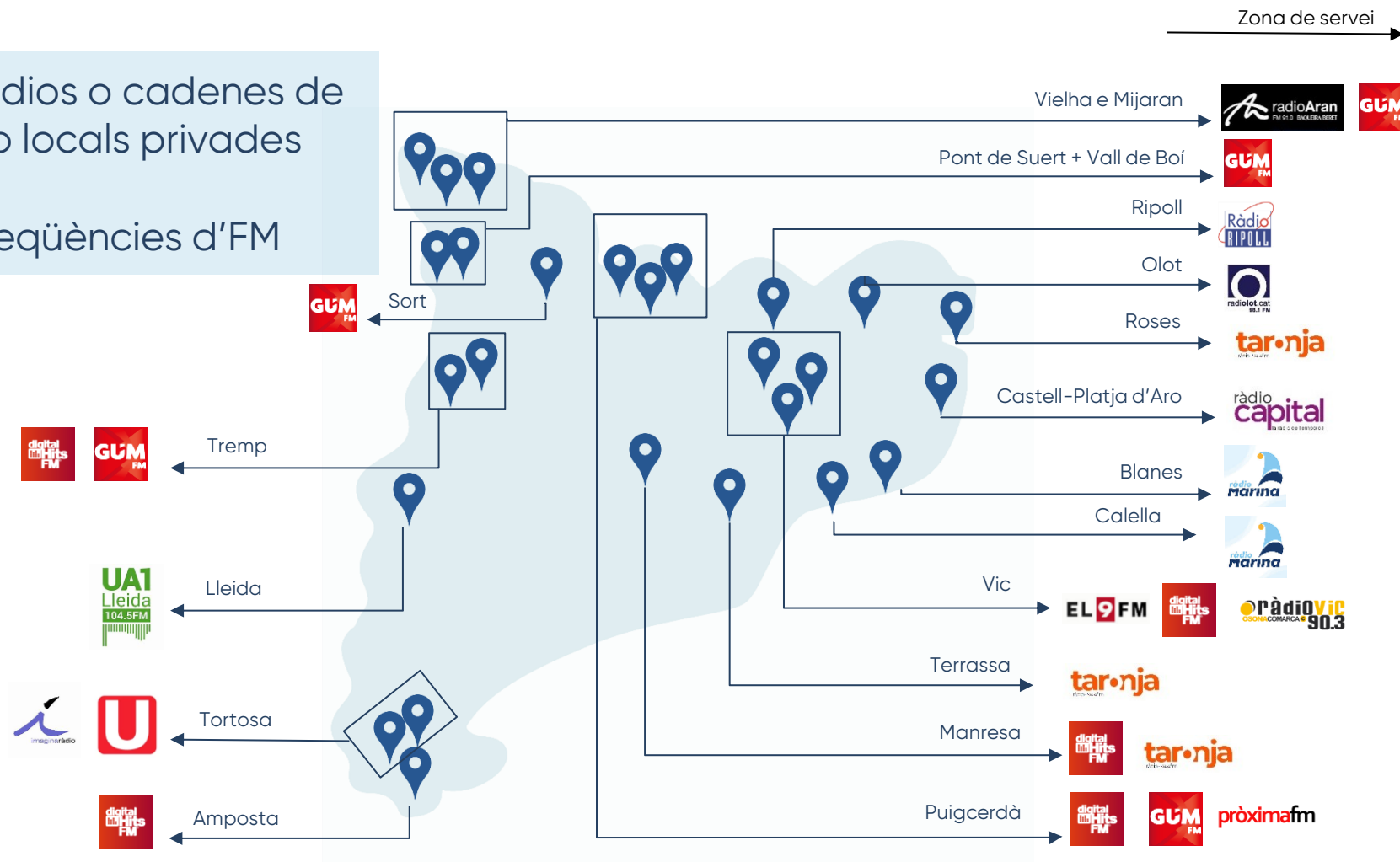


Font: CAC, Ministeri per a la Transformació Digital i de la Funció Pública, i webs corporatius de prestadors. Setembre del 2026.

Serveis radiofònics d'àmbit local de titularitat privada

14 ràdios o cadenes de ràdio locals privades

27 freqüències d'FM



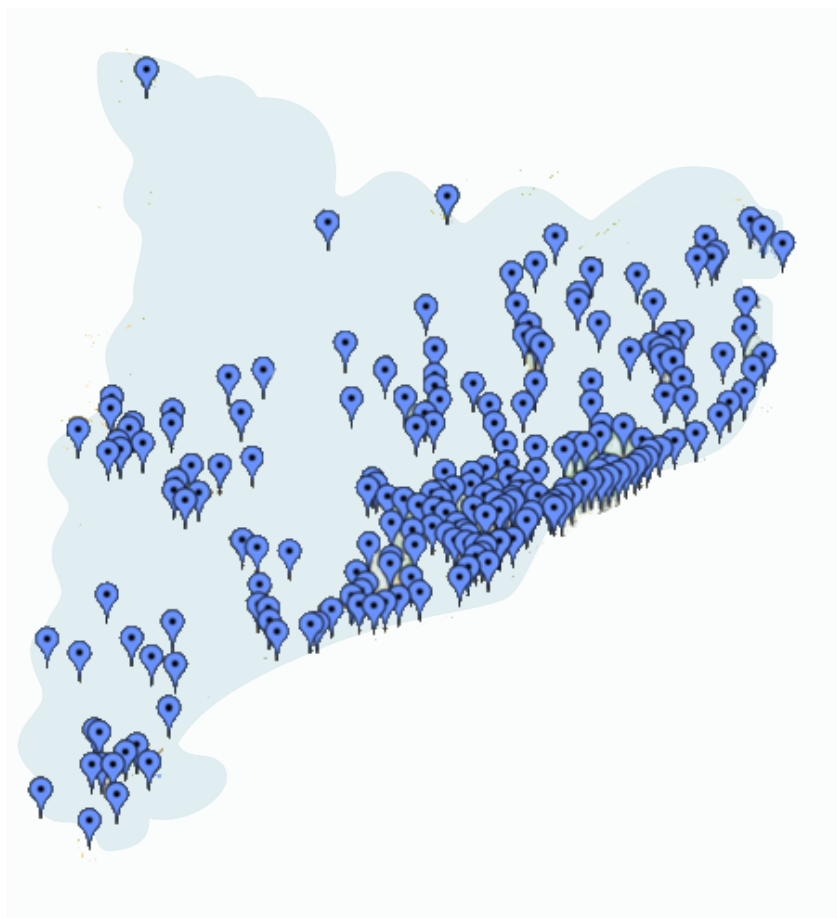
Nota: Es mostren les emissores de ràdio amb títol habilitant que es troben en emissió, sense tenir en compte la seva situació administrativa.

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

Serveis radiofònics d'àmbit local de titularitat pública

210 ràdios
municipals

213 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.

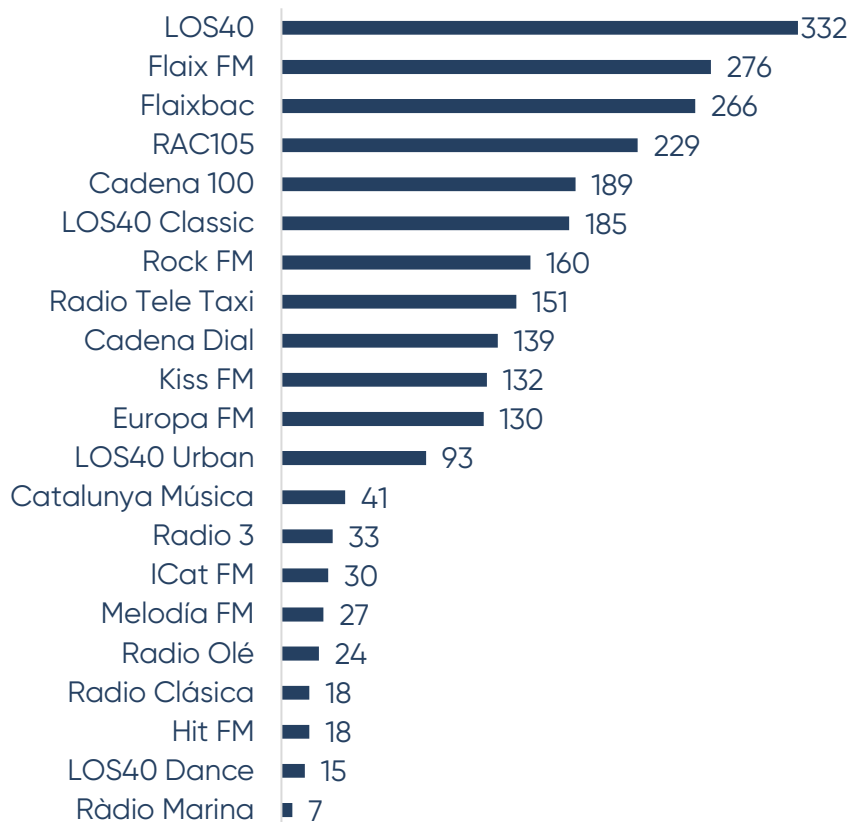
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius. Setembre del 2026.

Audiència de ràdio (1)

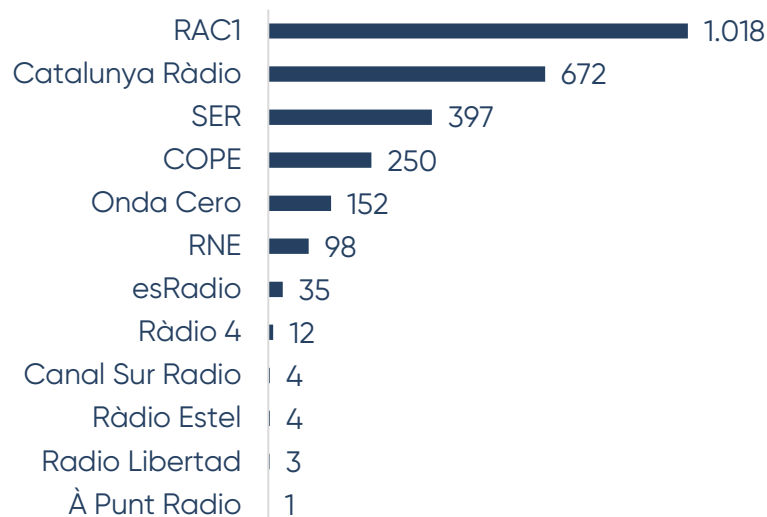
Audiència radiofònica acumulada diària a Catalunya, per tipologia (en milers)

De dilluns a divendres

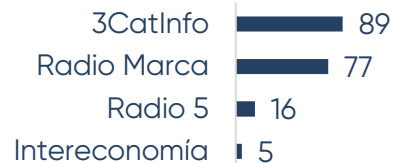
Ràdio musical



Ràdio generalista



Ràdio informativa

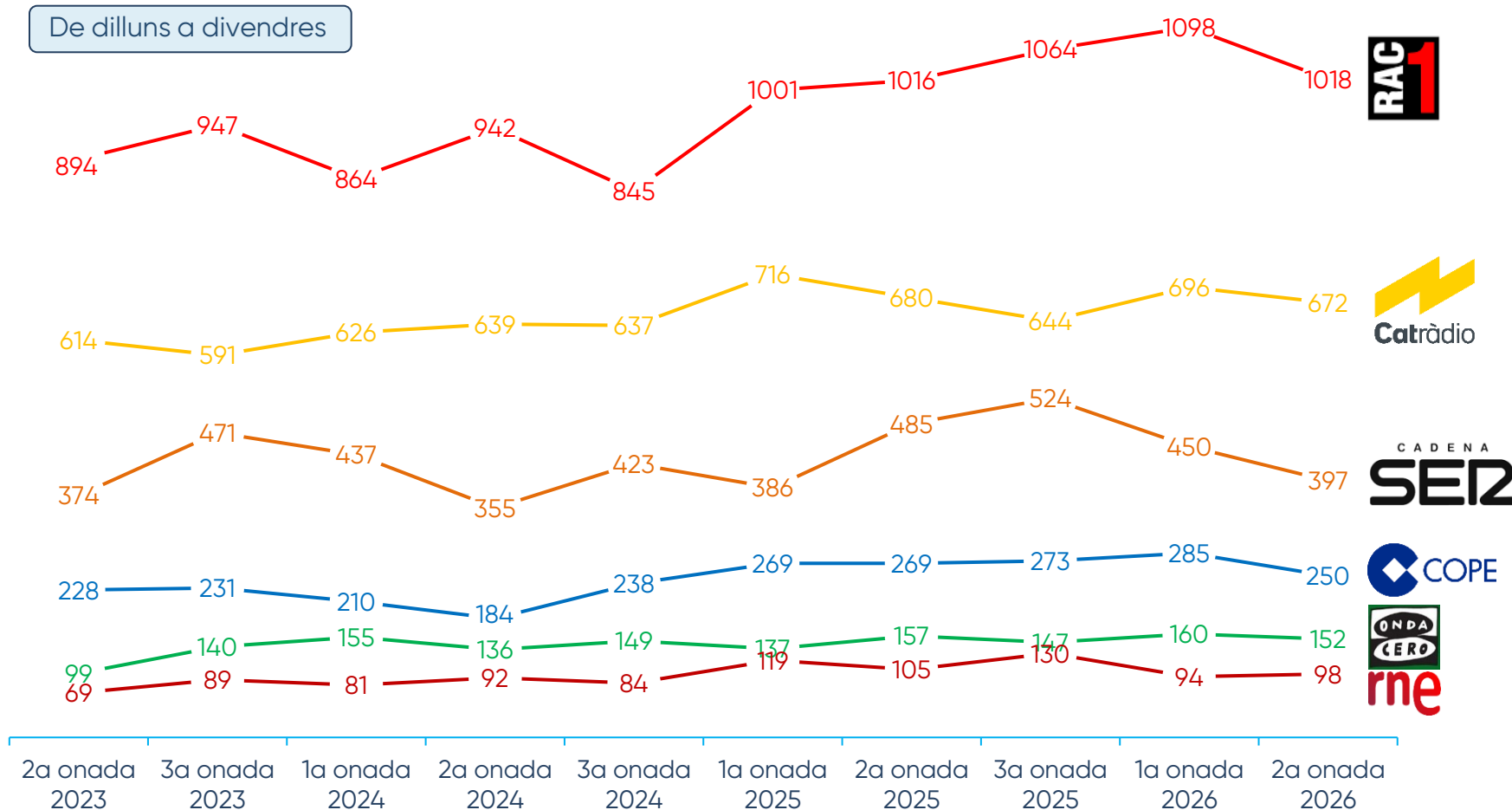


Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026.

Audiència de ràdio (2)

Rànquing de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 2a onada 2023 – 2a onada 2026 (en milers)

De dilluns a divendres



Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026.

Audiència de ràdio (3)

Rànquing d'audiència de les principals cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya per franges horàries. 2a onada 2026 (en milers)

De dilluns a divendres

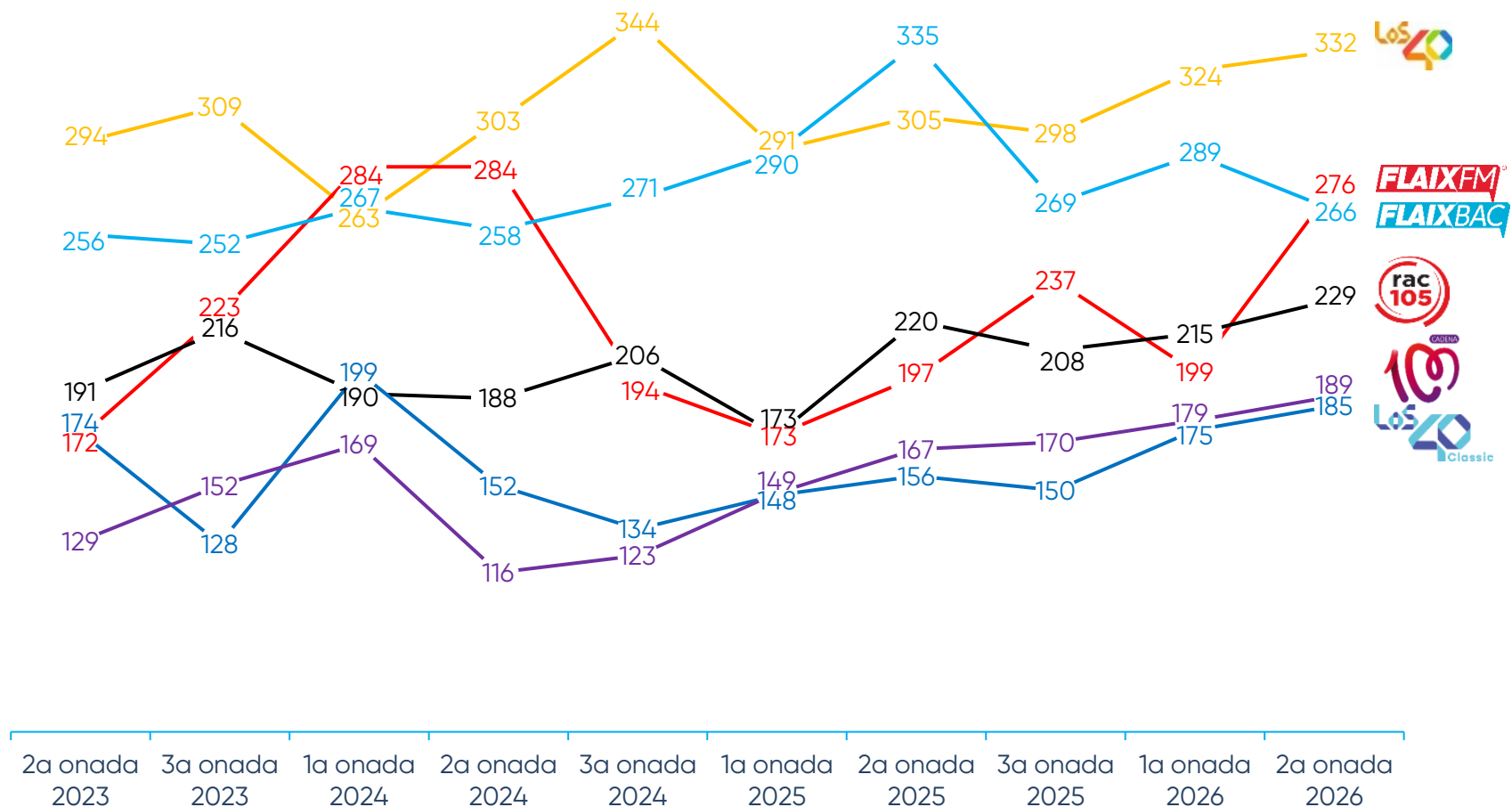
	Audiència total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	1.018	745	333	343	210
	672	386	252	161	177
	397	222	119	80	121
	250	155	64	29	116
	152	117	38	14	16
	98	47	42	34	20

Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026.

Audiència de ràdio (4)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals a Catalunya. Període 2a onada 2023 – 2a onada 2026 (en milers)

De dilluns a divendres

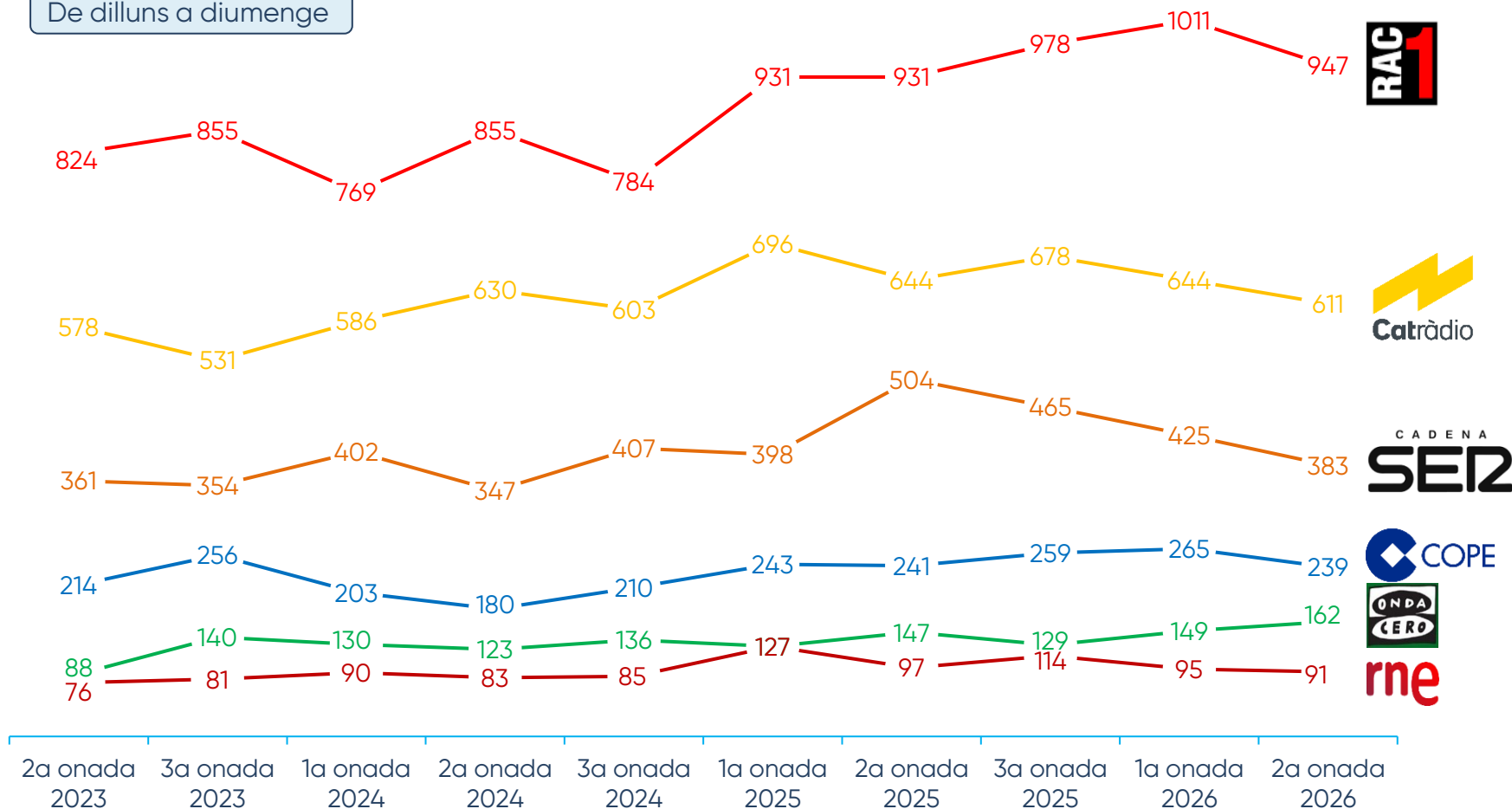


Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026.

Audiència de ràdio (5)

Rànquing de cadenes radiofòniques generalistes a Catalunya. Període 2a onada 2023 – 2a onada 2026 (en milers)

De dilluns a diumenge

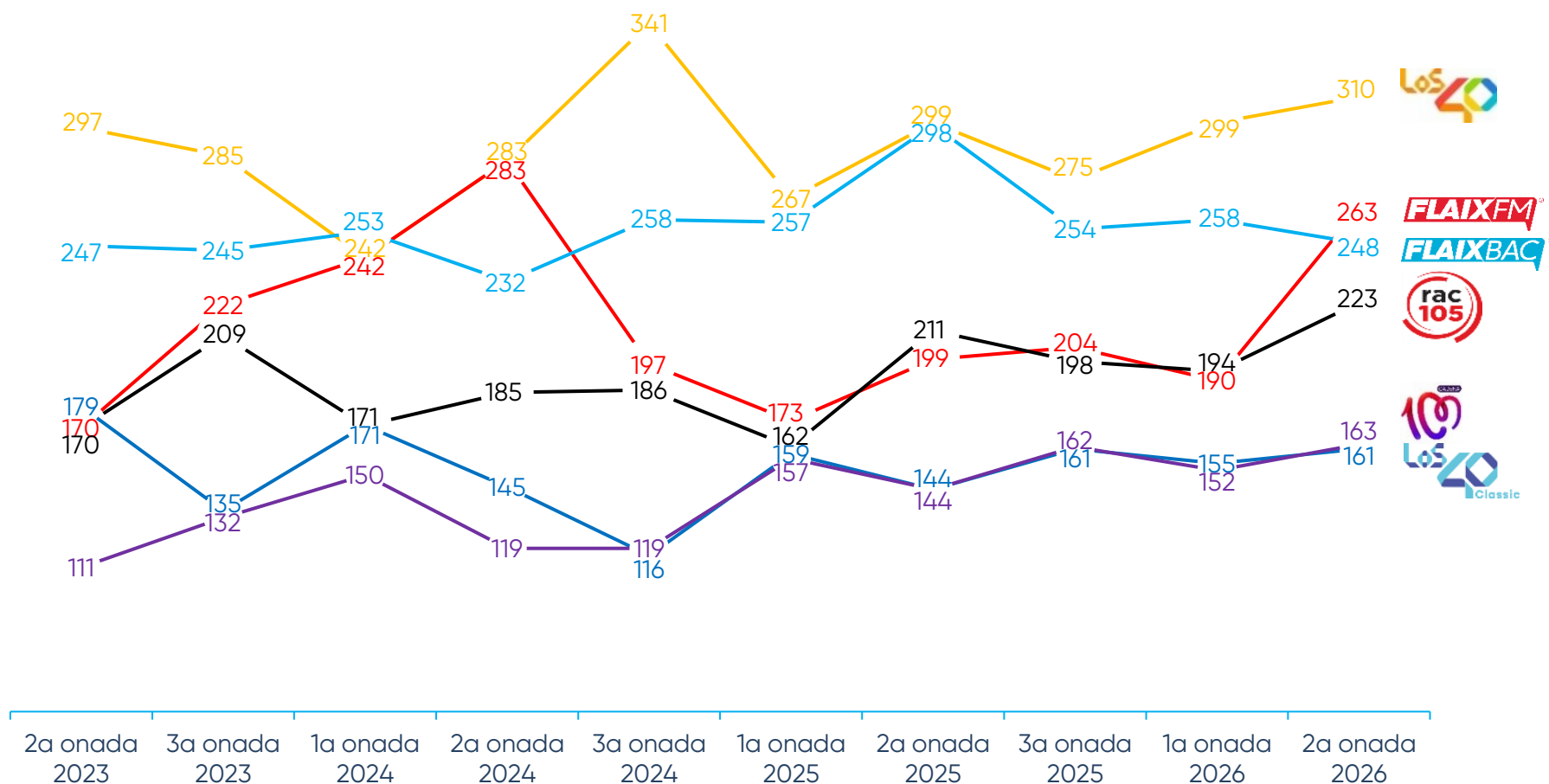


Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026.

Audiència de ràdio (i 6)

Rànquing de cadenes radiofòniques musicals a Catalunya. Període 2a onada 2023 – 2a onada 2026 (en milers)

De dilluns a diumenge



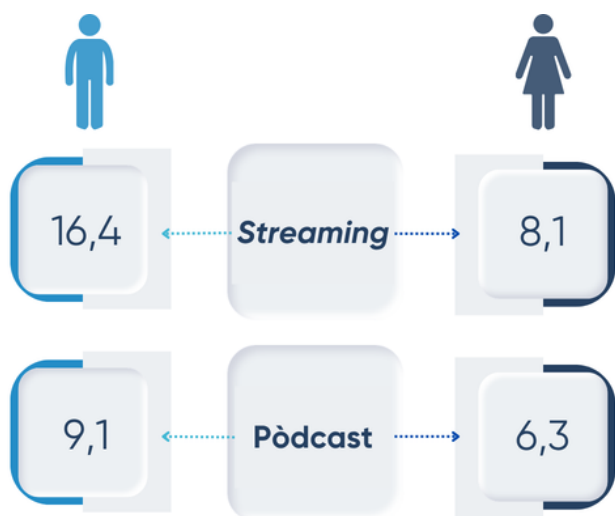
Font: EGM – Dades Catalunya. 2a onada del 2026.

Consum de ràdio per internet a Catalunya

+1.280.000 oients

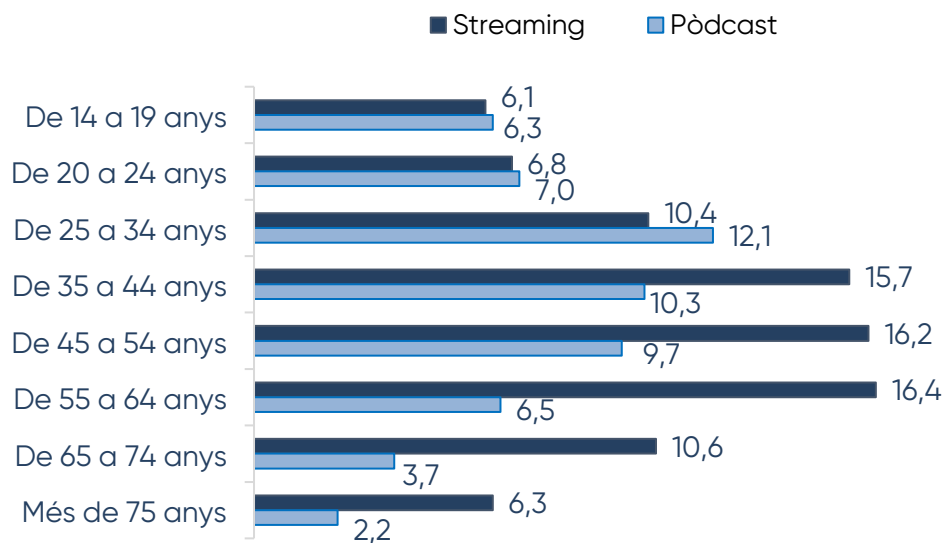
Un 18% de la població a Catalunya escolta la ràdio en línia, ja sigui en streaming o a través de pòdcasts.

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. 2a onada del 2026. Període: abril-maig 2026 (de dilluns a divendres).

Consum de pòdcasts a Catalunya

Audiència total acumulada de pòdcasts més consumits, per tipologia

Ràdio generalista	Ràdio musical	Ràdio informativa
572.000 persones	44.000 persones	38.000 persones

Entre octubre del 2025 i maig 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 108.000 oients. La segueixen Cadena SER (94.000) i RAC1 (89.000).

Pel que fa a l'emissió de pòdcasts musicals, només una cadena va superar els 5.000 oients d'audiència acumulada: LOS40. Flaixbac i Radio 3 van arribar als 4.000 oients 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. 2a onada acumulada del 2026. Període: octubre 2025–maig 2026 (de dilluns a diumenge).

Flaixos (1)

L'Observatori Europeu de l'Audiovisual publica noves dades sobre els serveis audiovisuals a Europa

El 25 de juny, l'Observatori Europeu de l'Audiovisual va publicar l'última edició de l'informe [Audiovisual Media Services in Europe](#), que cartografia el sector audiovisual europeu i proporciona dades sobre l'oferta dels serveis audiovisuals, així com de la programació, la cobertura i la propietat d'aquests serveis.

Entre altres temes, l'estudi conclou que el sector audiovisual d'Europa ha crescut un 5% respecte del període anterior i que, tot i que els VoD ho han fet a un ritme més accelerat, els canals de TV continuen sent els serveis majoritaris. Destaca també la influència dels grans grups americans sobre el sector audiovisual europeu i ho explica indicant la superioritat dels grups americans en volum de catàleg i en presència en el mercat respecte dels grups audiovisuals europeus.

La nova plataforma Barça Play

El 7 de juliol, el FC Barcelona va estrenar [Barça Play](#), una plataforma integrada al web i a la nova app oficial del club. Ofereix partits en directe i en diferit, resums, continguts històrics i programes exclusius del club. Els socis tenen accés gratuït als partits del Barcelona Atlètic a l'Estadi Johan Cruyff.

Incorporació de 3Cat a la Unió Europea de Radiodifusió (UER)

El mes de juny passat, [3Cat es va incorporar a l'EBU-UER](#), la principal associació de mitjans de comunicació públics. Aquest acord permetrà accedir a una gran quantitat de continguts, al marge de compartir els continguts informatius propis amb la resta de membres de l'organització. Amb aquesta incorporació a l'EBU-UER, 3Cat esdevé la primera entitat pública de comunicació d'abast no estatal que passa a formar-ne part. Entre els membres de l'EBU-UER hi podem trobar RTVE, la BBC, France Télévisions, la RAI o ARD/ZDF. L'EBU-UER té 114 membres en 56 països d'Europa i 31 associats en altres continents. Entre tots, gestionen gairebé 2.000 canals de televisió.

CNMC i regulació d'influencers

La CNMC va aprovar sengles [requeriments](#) a cinc influencers, per no identificar correctament la publicitat en vídeos d'Instagram i TikTok. L'organisme exigeix que termes com "publicitat" o "publi" apareguin de manera visible dins del mateix contingut audiovisual; etiquetes externes o expressions com "ad" no són suficients. També recorda que una comunicació pot ser publicitària encara que no hi hagi pagament directe.

Flaixos (i 2)

Pluralisme en els mitjans a Europa

El [Media Pluralism Monitor 2026](#), del [Centre for Media Pluralism and Media Freedom](#), analitza l'estat del pluralisme i la llibertat dels mitjans a Europa, combinant variables jurídiques, polítiques i econòmiques. Manté una estructura basada en quatre grans àrees (protecció fonamental, pluralitat del mercat, independència política i inclusió social), desplegadas en 20 indicadors clau. L'edició incorpora una nova escala de risc de sis nivells, informació específica sobre l'aplicació de l'European Media Freedom Act i un capítol dedicat als països candidats dels Balcans occidentals.

Dret de desistiment en les subscripcions de streaming

En el cas [Sky Österreich Fernsehen \(C-234/25\)](#), el Tribunal de Justícia de la UE considera que un servei de streaming que adapta l'oferta al comportament de la persona usuària (recomanacions, favorits, historial, etc.) constitueix un servei digital, i no simplement el subministrament de contingut digital. Això significa que, en principi, l'empresa no pot eliminar automàticament el dret de desistiment de 14 dies perquè el servei comenci de manera immediata. És una decisió potencialment important per a Netflix, Disney+, Sky i altres plataformes que operen amb sistemes de personalització dins de la UE.

Servei públic al Regne Unit

El regulador britànic, Ofcom, va actualitzar la seva [revisió dels mitjans de servei públic](#) davant la transformació digital i la pressió financera sobre els radiodifusors. Ofcom defensa modernitzar i simplificar el marc normatiu, garantir la visibilitat dels continguts de servei públic en plataformes com YouTube i aclarir el futur de la distribució televisiva. També destaca la necessitat d'un finançament sostenible, la cooperació entre operadors i el reforç de l'alfabetització mediàtica. Així mateix, preveu revisar obligacions, llicències i normes publicitàries, amb una consulta específica sobre publicitat, patrocini i emplaçament de producte abans de març del 2027.

Desregulació del mercat de la TV als EUA

La [Federal Communications Commission](#) (FCC) va suprimir la norma que impedia que un mateix grup de televisió terrestre arribés a més del 39% de les llars nord-americanes. El límit és substituït per una anàlisi cas per cas de les operacions de concentració. L'FCC argumenta que la competència de Netflix, de YouTube i d'altres plataformes fa obsolet el sistema anterior. Amb tot, el vot particular contra la decisió sosté que l'FCC no té competència legal per eliminar un límit establert pel Congrés. La mesura pot facilitar concentracions en el sistema local de televisió.



Núm. 34
Setembre del 2026

FONTS PRINCIPALS

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

EGM: 2a 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. 34. Barcelona: CAC, setembre del 2026. <www.cac.cat>