

BIAC

Boletín de información
sobre el audiovisual en
Cataluña

El apunte.

Consumo y percepción de la esfera digital



Núm. 34. Septiembre de 2026

Área de Estudios, Investigación e Innovación





Núm. 34
Septiembre de 2026

SUMARIO

EL APUNTE

Consumo y percepción de la esfera digital	3
---	---

DESTACADOS

El sector de los videojuegos	10
La nueva generación de podcasts	12

TELEVISIÓN

Servicios televisivos en Catalunya	15
Servicios televisivos de ámbito nacional y estatal	16
Servicios televisivos de ámbito local	17
Servicios televisivos de ámbito local de titularidad pública	18
Servicios televisivos de ámbito local de titularidad privada	19
Audiencia de TDT	20

AUDIOVISUAL EN LÍNEA

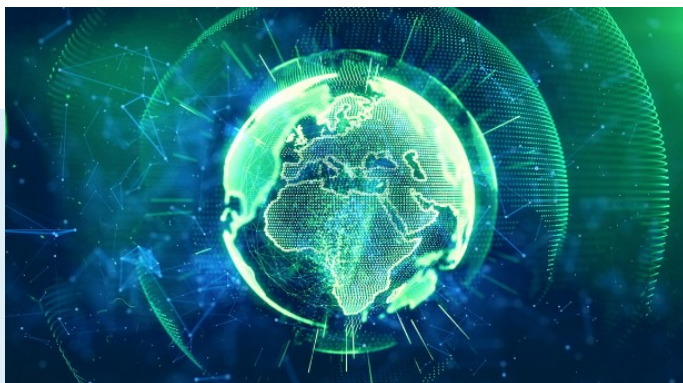
Suscripciones a servicios audiovisuales de VoD	23
--	----

RADIO

Servicios radiofónicos en Cataluña	24
Servicios de radio de ámbito nacional y estatal	25
Servicios de radio de ámbito local de titularidad privada	26
Servicios de radio de ámbito local de titularidad pública	27
Audiencia de radio	28
Consumo de radio por internet en Cataluña	34
Consumo de podcast en Cataluña	35

FLASHES	36
---------	----

Consumo y percepción de la esfera digital (1)



[La esfera pública digital es el espacio virtual donde nos comunicamos, interactuamos y creamos corrientes de opinión.]

El presente Apunte recoge los principales datos de consumo y percepción ciudadana sobre la esfera digital. Usamos internet cada vez más, especialmente para buscar información, usar redes sociales y consumir audiovisual en línea en plataformas.

Asimismo, el creciente uso de herramientas de inteligencia artificial (IA) ha situado este tema en el centro del debate de la esfera digital, con aspectos tan capitales como la ética, la desinformación o la credibilidad de todo lo que se difunde en línea.

Los datos para Cataluña de este Apunte se extraen principalmente de la última encuesta Navegantes en la Red, publicada en mayo de 2026 por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).



Consumo y percepción de la esfera digital (2)

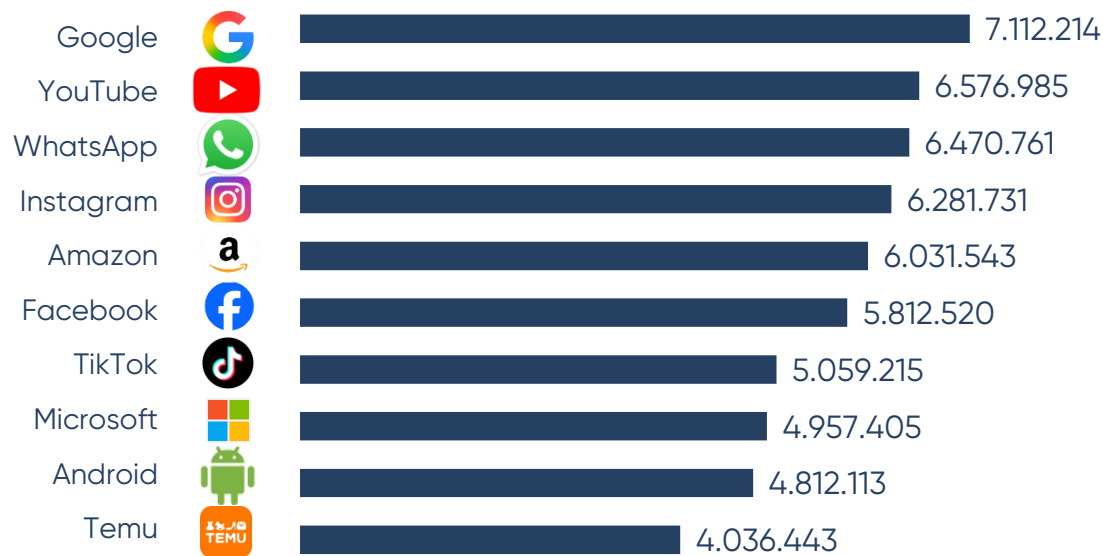
Consumo de internet. Cataluña. Junio de 2026

Tiempo diario de conexión
por habitante
3 horas y 22 minutos
+12,7% vs. 2025

Usuarios únicos mensuales
7. 155.121 personas
+2,4% vs. 2025

Audiencia media diaria
6.692.914 personas
+ 10,2% vs. junio 2025

Sitios web con más usuarios únicos mensuales. Junio de 2026



Los datos de consumo de internet muestran un claro incremento respecto al año pasado.

5 de los 10 sitios web con más usuarios únicos en el mes de junio en Cataluña son redes sociales y todas superan los 5 millones de usuarios únicos.

Fuente: Barlovento Comunicación, con datos de GfK DAM (junio de 2026).

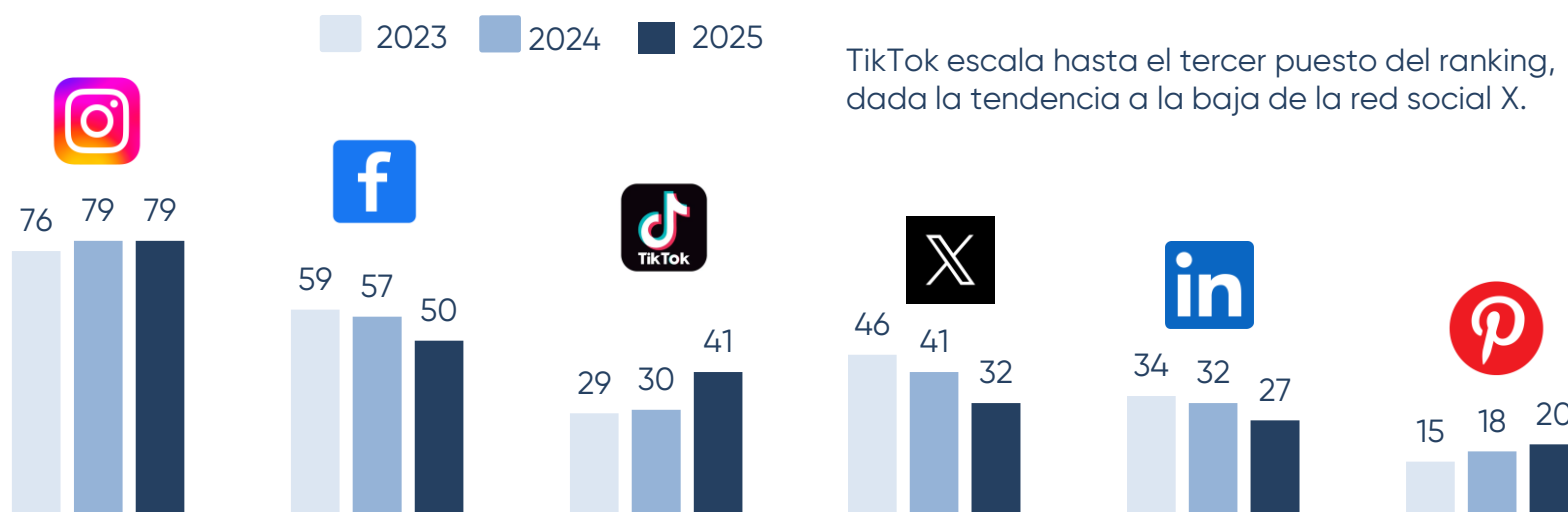
Consumo y percepción de la esfera digital (3)

Consumo de las redes sociales. Cataluña. Año 2025

4 de cada 10 personas
dedican más de una hora al día
a las redes sociales

Un 54% sigue a
influencers, youtubers o streamers

Redes sociales más utilizadas (en %)



Instagram se consolida como la red social más utilizada y la preferida en Cataluña, seguida de Facebook.

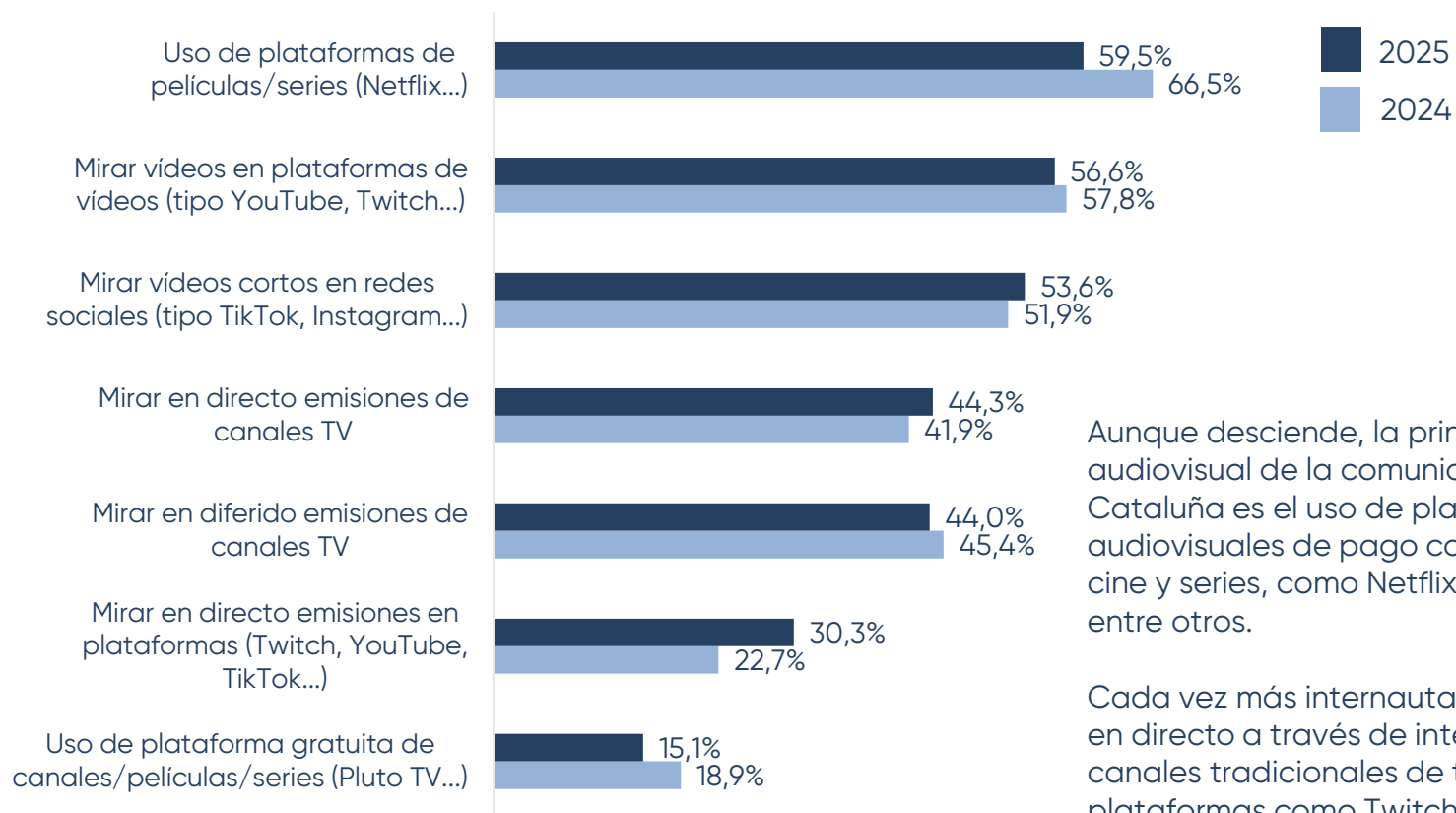
TikTok escala hasta el tercer puesto del ranking, dada la tendencia a la baja de la red social X.

Fuente: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña.

Nota: La encuesta de la AIMC no considera YouTube una red social, ni las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp.

Consumo y percepción de la esfera digital (4)

Principales actividades audiovisuales en internet. Cataluña. Comparativa 2024-2025



Aunque desciende, la principal actividad audiovisual de la comunidad internauta en Cataluña es el uso de plataformas audiovisuales de pago con catálogos de cine y series, como Netflix, HBO o Disney+, entre otros.

Cada vez más internautas miran emisiones en directo a través de internet, ya sea de canales tradicionales de televisión o de plataformas como Twitch, YouTube o TikTok.

Pregunta: Durante los últimos 30 días, ¿cuáles de las siguientes actividades audiovisuales ha realizado a través de internet?

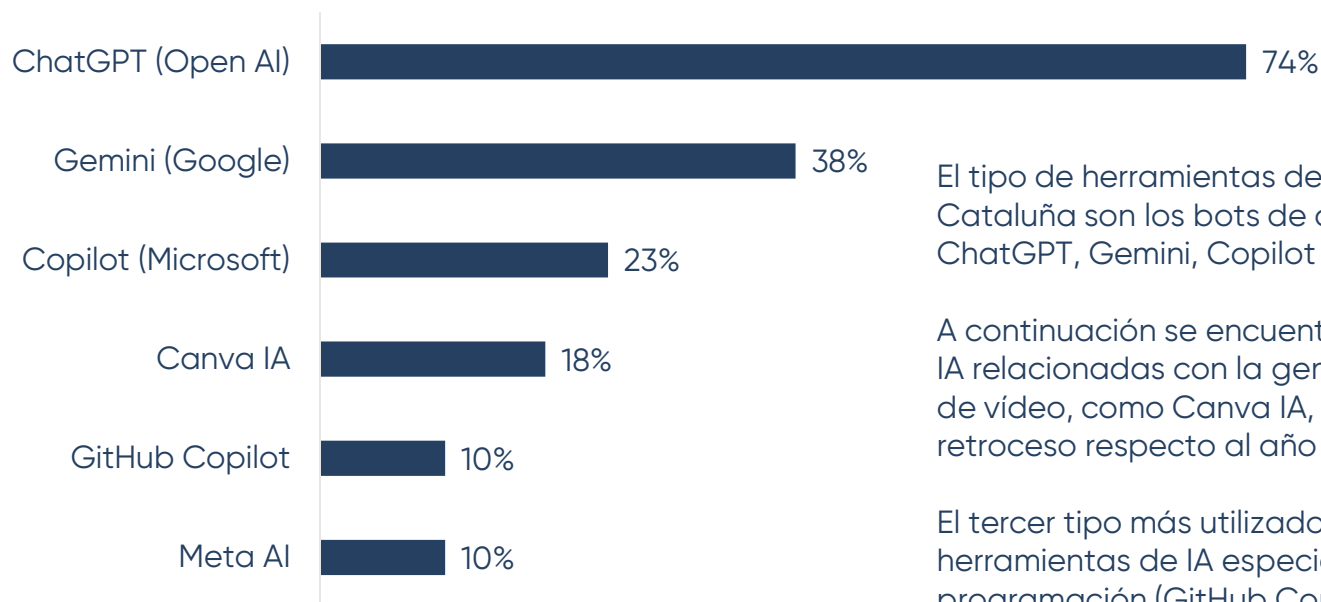
Fuente: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña.

Consumo y percepción de la esfera digital (5)

Uso de la inteligencia artificial en Cataluña

El uso de IA se ha extendido rápidamente: según la AIMC, un 20% de la población internauta catalana declara no haber utilizado una herramienta de inteligencia artificial, una cifra que se ha reducido a la mitad en un año.

Herramientas de IA más utilizadas



El tipo de herramientas de IA más utilizadas en Cataluña son los bots de conversación, como ChatGPT, Gemini, Copilot y Meta AI.

A continuación se encuentran las herramientas de IA relacionadas con la generación de imágenes o de vídeo, como Canva IA, aunque han sufrido un retroceso respecto al año anterior.

El tercer tipo más utilizado corresponde a herramientas de IA especializadas en programación (GitHub Copilot).

Pregunta: ¿Qué herramientas de inteligencia artificial ha usado en los últimos 30 días?

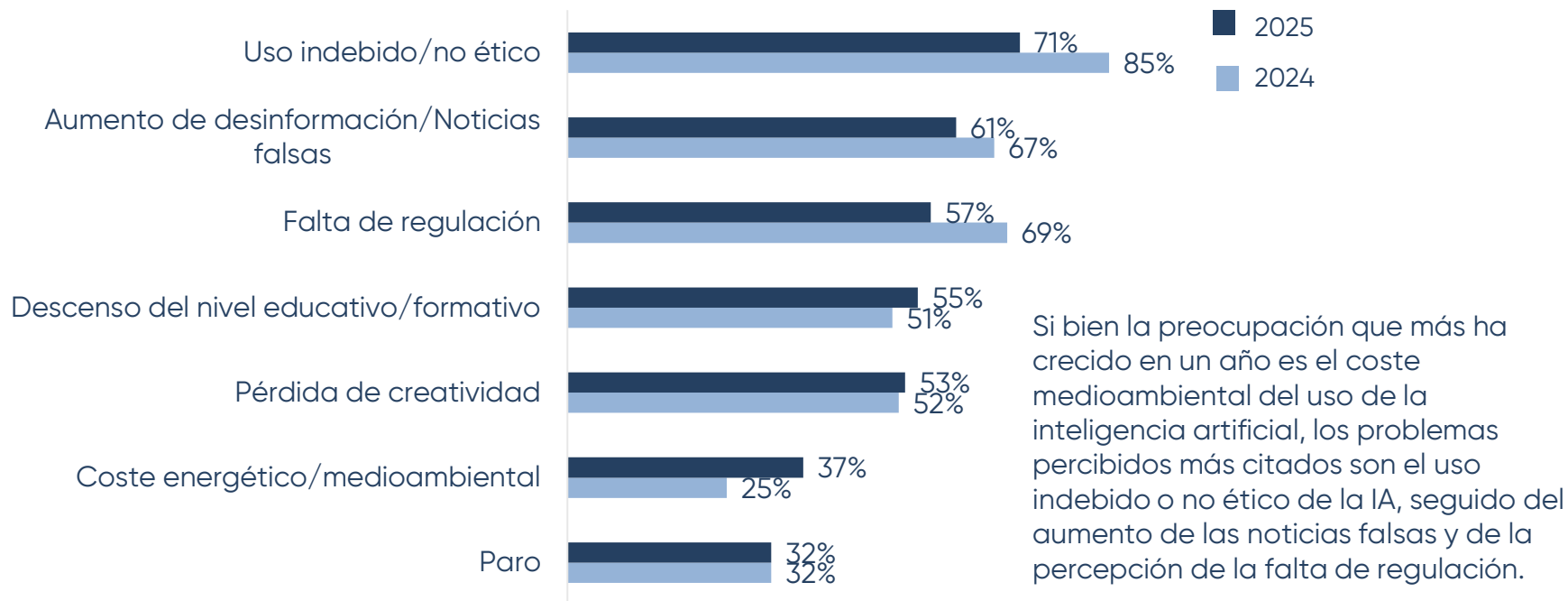
Fuente: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña.

Consumo y percepción de la esfera digital (6)

Percepción de la inteligencia artificial en Cataluña

Las personas que utilizan herramientas de inteligencia artificial se declaran satisfechas con su uso.
1 de cada 4 personas internautas utiliza herramientas de IA de pago.

Principales problemas de la IA



Pregunta: ¿Cuáles cree que son los mayores problemas de la IA?

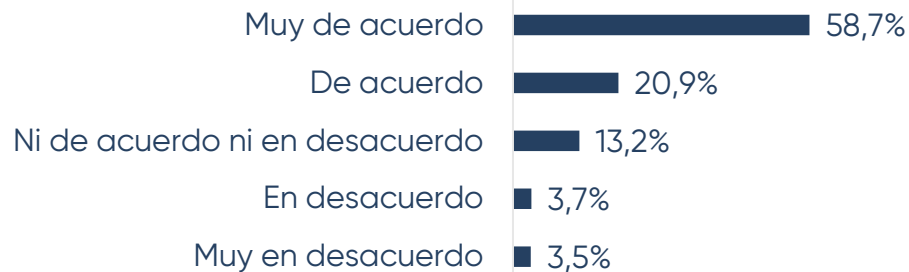
Fuente: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña.

Consumo y percepción de la esfera digital (y 7)

La falta de credibilidad y confianza en los medios está estrechamente relacionada con el aumento de la desinformación y las fake news.

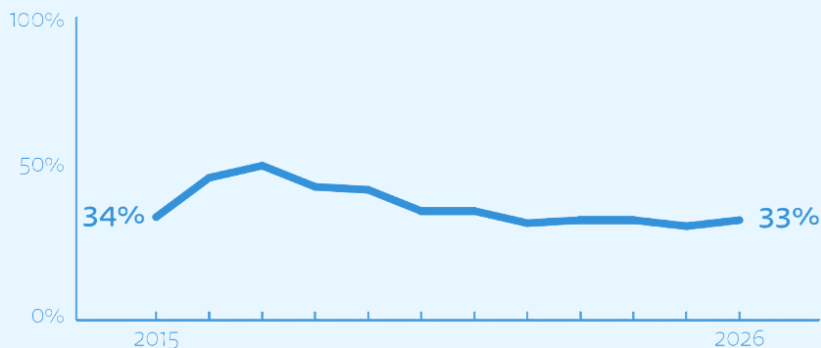
En Cataluña, el 80% de la población internauta afirma que las noticias falsas son un grave problema en internet y que debería existir un organismo oficial que las restrinja.

Pregunta: ¿Debería existir un organismo oficial que identifique y restrinja la publicación de información falsa en internet?



Fuente: AIMC (2026). [28.ª encuesta a usuarios de internet - Navegantes en la red](#). Ámbito Cataluña.

Confianza en las noticias. España. Periodo 2015-2026



En España, 1 de cada 3 personas afirma que se cree "la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo". Este grado de confianza en las noticias es 4 puntos inferior a la media mundial, según Reuters Institute.

Además, un 37% evita las noticias de actualidad a menudo o a veces.

Fuente datos España: Reuters Institute de la Universidad de Oxford. [Digital News Report 2026](#).

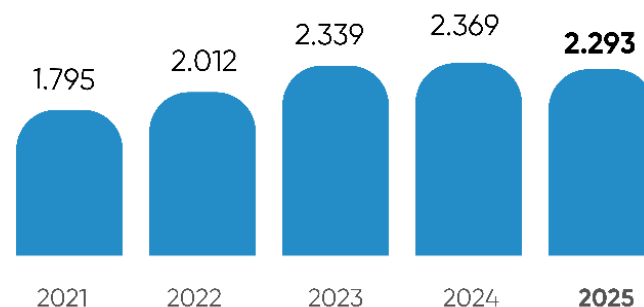
El sector de los videojuegos (1)

La industria del videojuego en España

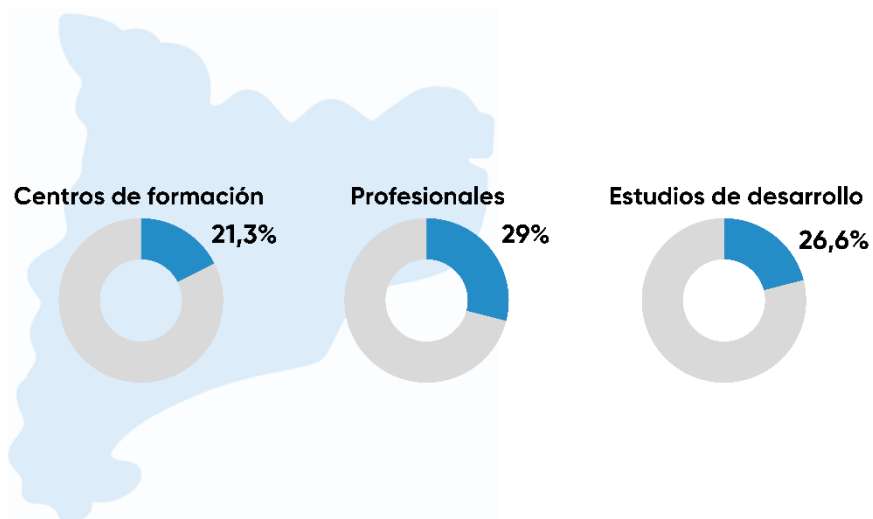
En 2025 el sector de los videojuegos facturó 2.293 millones de euros (-3,2% vs. 2024). Un tercio de esta facturación corresponde a las ventas físicas (873 millones de €) y el resto, la mayoría, a ventas digitales (1.419).

En términos de empleo, el sector del videojuego ofrece trabajo a más de 16.000 personas.

Facturación del sector de los videojuegos. España (en M€)



La industria del videojuego en Cataluña



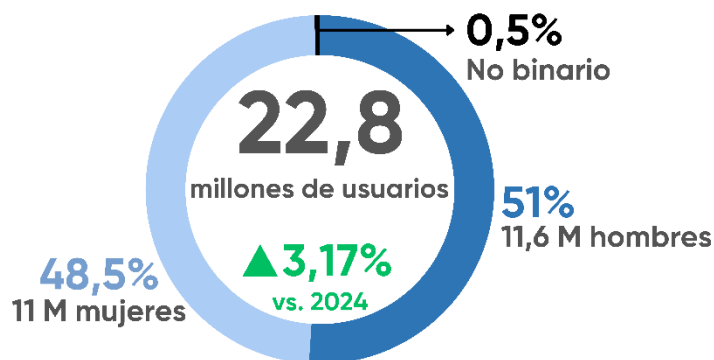
De todo el Estado, la industria en Cataluña concentra el 29% de los trabajadores y trabajadoras del sector de los videojuegos, por delante de Madrid (27%), Andalucía (13%) y la Comunidad Valenciana (11%).

Cataluña ocupa también el primer puesto del ranking en relación con el número de centros de formación (23 de 108) y de estudios de desarrollo del sector de los videojuegos (114 de 429).

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

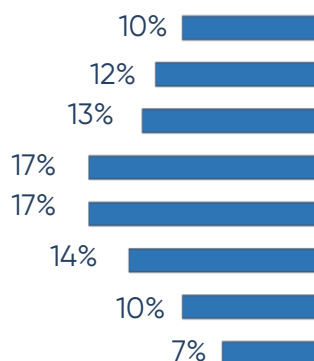
El sector de los videojuegos (y 2)

Perfil de la persona que juega a videojuegos

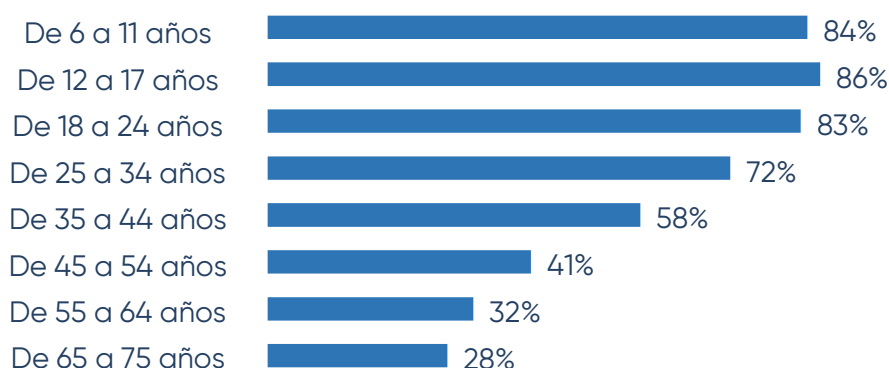


- Más de la mitad de la población española juega a videojuegos (un 54% del total de habitantes).
- Por edades, el perfil mayoritario se encuentra entre las franjas de los 25 a los 44 años (34%), pero también existe un espacio para jugadores y jugadoras mayores de 65 años (un 7%).
- Los dispositivos más utilizados son el móvil y la tableta (43%), seguido de las consolas (29%) y el ordenador (28%).
- La media de tiempo semanal dedicado a los videojuegos en España es de 8 h y 31 min. Por delante hay países como Reino Unido (10 h 30 min) y Alemania (11 h 3 min) y, por detrás, Francia (7 h 37 min) e Italia (7 h 53 min).

Perfil jugador/a por edades



Penetración por edades (% de población que juega)



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

La nueva generación de podcasts (1)

El podcast deja de ser únicamente audio: crecen el video, los formatos conversacionales y los contenidos liderados por personalidades.

Con las nuevas estrategias de algoritmos, las plataformas (YouTube, Spotify y Apple) aceleran este cambio.



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

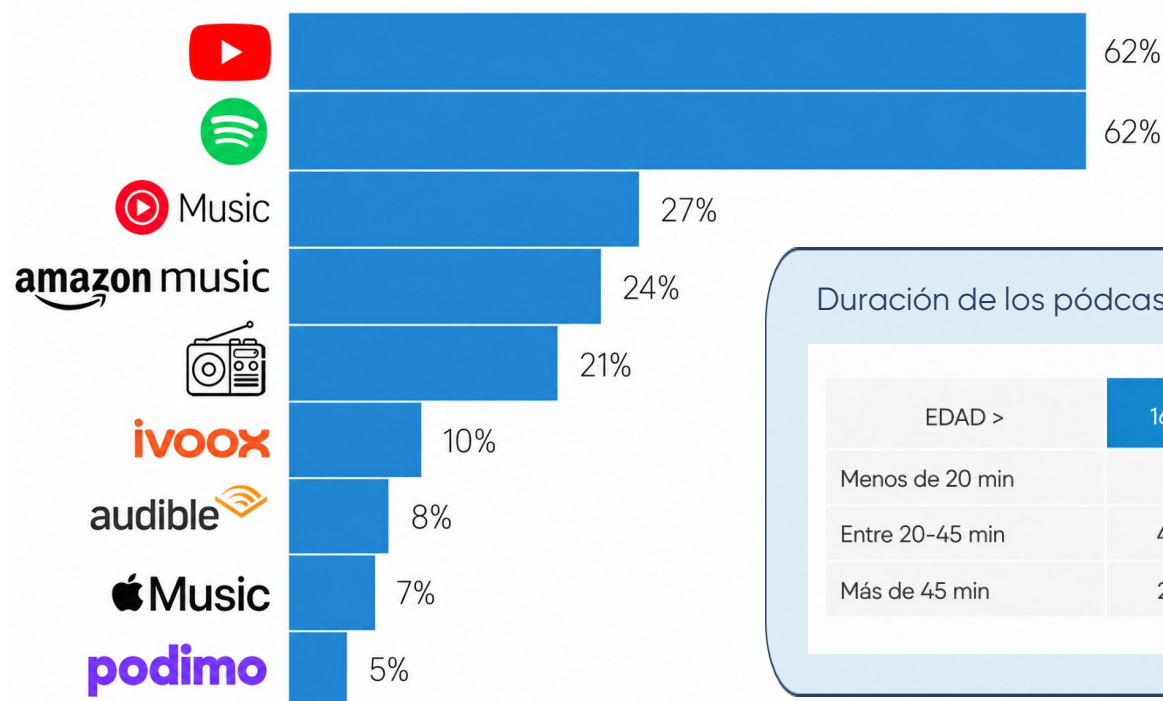
La nueva generación de podcasts (2)

El vídeo en los podcasts aporta contenidos más completos y refuerza el vínculo con el presentador o presentadora estrella. Pero el audio sigue siendo la pieza fundamental del formato.

En el mercado español, las personas menores de 25 años hacen un uso más significativo de Spotify y de YouTube, mientras que el perfil más adulto consume aplicaciones específicas de su emisora de radio de referencia.

En las aplicaciones de podcast de radio, el público masculino muestra un mayor consumo que el femenino.

¿A través de qué plataforma accede a los contenidos de podcast en el mercado español?



Duración de los podcasts: preferencias por edad en España

EDAD >	16-25	26-39	40-55	Más de 55
Menos de 20 min	9%	16%	20%	24%
Entre 20-45 min	44%	55%	45%	49%
Más de 45 min	23%	12%	8%	4%

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

La nueva generación de podcasts (y 3)

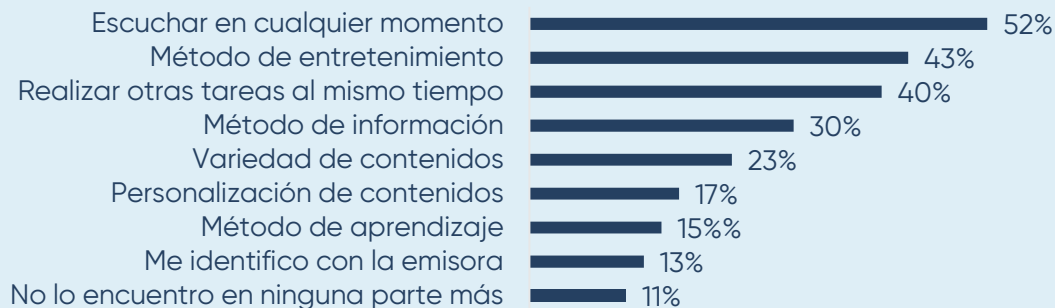
En el mercado español, tres de cada cuatro usuarios consumen audio digital mientras realizan otras actividades.

Los podcasts acompañan en los desplazamientos, en el hogar, haciendo ejercicio, estudiando o trabajando.

Tienen una función formativa y aportan profundidad y conocimiento.



Motivaciones de acceso al audio digital



Con todo, la música digital es el contenido más escuchado, seguido del podcast.

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

Servicios televisivos en Cataluña

Canales TV disponibles

77 canales TDT

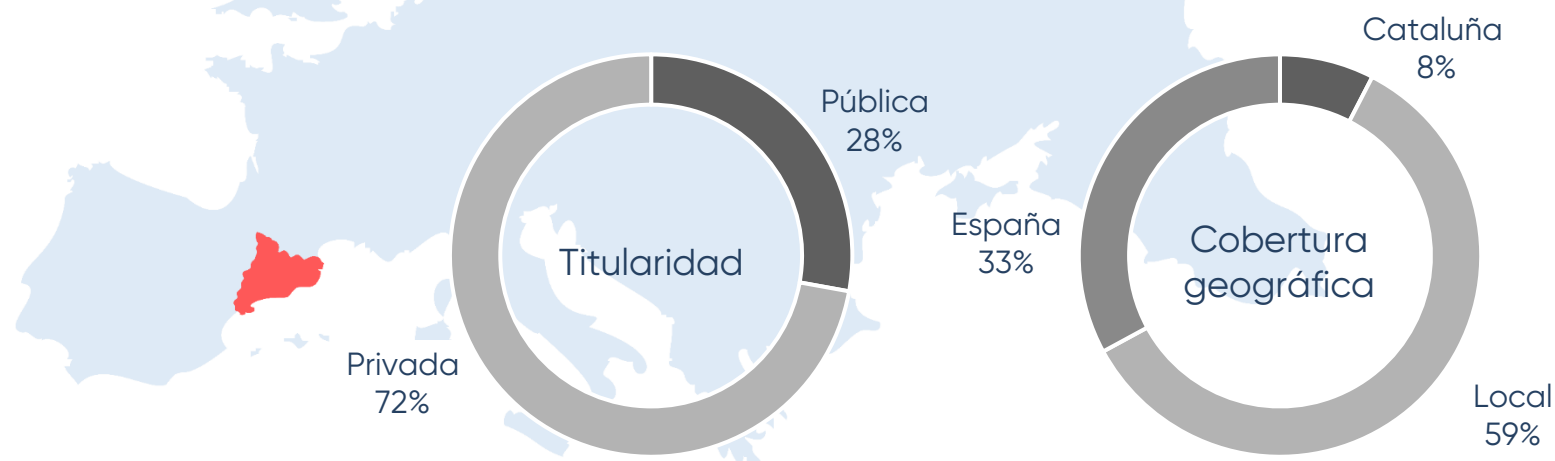
Canales TV por hogar

Media de 31 canales TDT

Consumo TV persona/día

Media de 1 h 57 min

Tipología de los servicios televisivos disponibles en Cataluña (77 canales TDT)



Nota: Dentro del BIAC se denomina canales de TV a los programas de TDT que emiten por cada MUX.

Fuente: CAC, Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, y Barlovento Comunicación (consumo de agosto de TV). Septiembre de 2026.

Servicios televisivos de ámbito nacional y estatal

5 TDT Cataluña	5 públicos	Catalán	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals – 3Cat	Plataformas de contenido TV	CCMA-3Cat
			   		
			Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears – IB3		IB3
26 TDT España	5 públicos	Castellano			
			Corporación de Radiotelevisión Española – CRTVE		CRTVE
	     				
	Atresmedia Televisión		Atresmedia TV		
	     				
	Mediaset España		Mediaset España		
	      				
	Squirrel Media		Unidad Editorial		Real Madrid TV
	    				
	Secuoya		Ábside Media		Kiss Media
					

Nota: La emisión del canal La 2Cat es para Cataluña y en catalán.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas. Septiembre de 2026.

Servicios televisivos de ámbito local



Nota: Marcados con un asterisco, los canales de televisión con presencia en más de una demarcación de TDT.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativos. Septiembre de 2026.

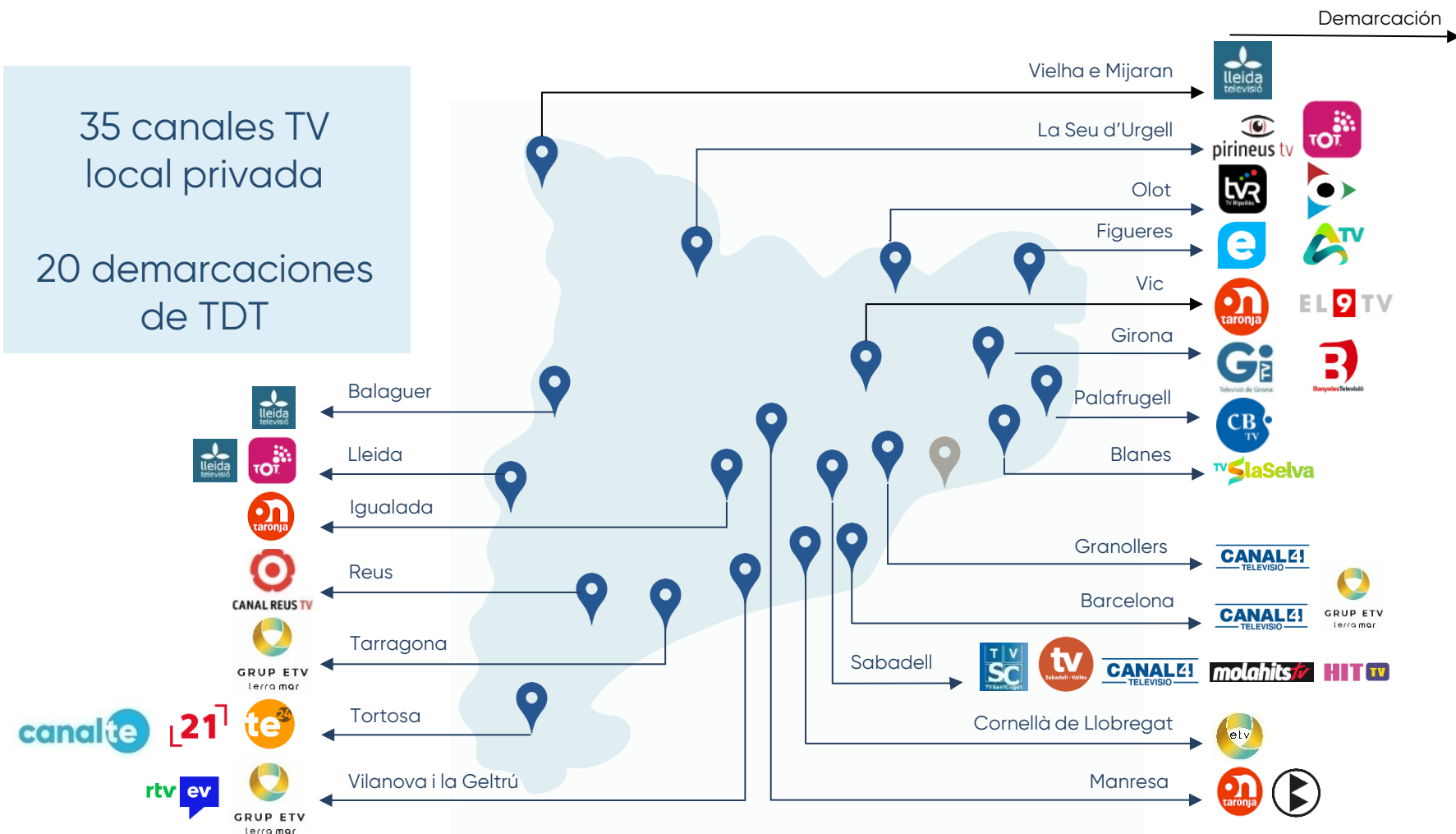
Servicios televisivos de ámbito local de titularidad pública



Nota: Se muestran los canales de TV con título habilitante que se encuentran en emisión, sin tener en cuenta su situación administrativa. En gris, las demarcaciones de TDT sin TV local pública y en azul, con TV local pública.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativas. Septiembre de 2026.

Servicios televisivos de ámbito local de titularidad privada

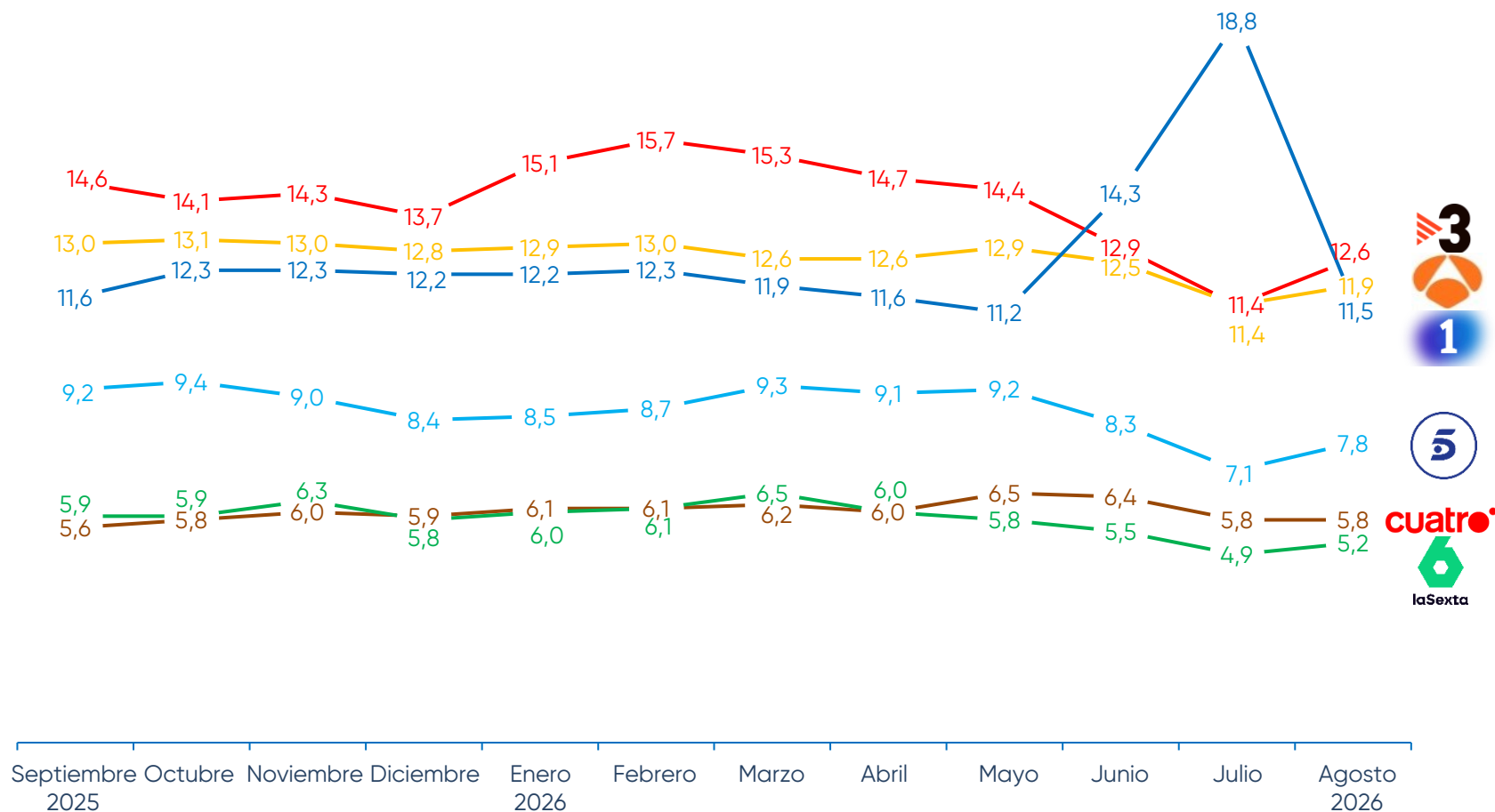


Nota: Se muestran los canales de TV con título habilitante que se encuentran en emisión, sin tener en cuenta su situación administrativa. En gris, las demarcaciones de TDT sin TV local privada y en azul, con TV local privada. En abril de 2026, la TDT local privada Mar TV deja de emitir (para más información, véase el [Acord 34/2026](#) del Pleno del CAC).

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y sitios web corporativos. Septiembre de 2026.

Audiencia de TDT (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales en España. Periodo septiembre 2025 – agosto 2026 (en %)



Fuente: Barlovento Comunicación. Los datos de audiencia de TV3 corresponden a su territorio de cobertura.

Audiencia de TDT (2)

En conjunto, durante los meses de verano las audiencias de los canales generalistas más vistos bajan, con la excepción destacada del primer canal de la televisión pública estatal La 1, que en los meses de junio y julio obtuvo los mejores resultados del año, gracias a la emisión del mundial de fútbol masculino, celebrado del 11 de junio al 19 de julio.

Por otra parte, Cuatro se consolida como la quinta cadena más vista, posición que en los últimos años había ocupado laSexta.

Evolución mensual de la cuota televisiva en España. Enero-agosto 2026 [La tabla continúa en la página siguiente] (en % y en orden descendente según datos de agosto, con la media de estos meses)

Cadena	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Media
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

Fuente: Barlovento Comunicación. Las audiencias de los canales autonómicos corresponden a su territorio de cobertura.

Audiencia de TDT (y 3)

Evolución mensual de la cuota televisiva en España. Enero-agosto 2026 [Continuación de la tabla]
(en % y en orden descendente según datos de agosto, con la media de estos meses)

Cadena	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Media
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

Los eventos deportivos del verano también dieron un impulso a la cadena deportiva estatal Teledeporte, que tuvo un repunte en las cifras de audiencia, sobre todo en julio.

En cuanto a los dos canales de Squirrel Media, se apunta una tendencia al alza del segundo canal de la marca – antiguo Paramount Network –, que en el último cuatrimestre ha superado ligeramente al primer canal –que sustituyó a Disney Channel–.

Fuente: Barlovento Comunicación. Las audiencias de los canales autonómicos corresponden a su territorio de cobertura.

Suscripciones a servicios audiovisuales de VoD

Suscripciones a los principales servicios de VoD de pago en Cataluña. Periodo abril-mayo 2026

SERVICIOS VoD	HOGARES		PERSONAS ABONADAS		Variación abonados vs. 1.ª oleada 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 conjunto, las plataformas de VoD de pago registran un descenso o estancamiento en el número de suscripciones respecto a anteriores oleadas de la EGM.

Netflix se mantiene como plataforma líder con 4,5 millones de suscripciones. Prime Video ocupa el segundo puesto, con un millón menos de subscriptores que Netflix.

Movistar+ y DAZN disfrutaron de fuertes incrementos en las últimas oleadas, pero ahora pierden lo que ganaron. La IPTV de Telefónica deja el tercer puesto en favor de Disney+, el único servicio que crece, con casi dos millones de personas abonadas en Cataluña.

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026. Base: 3.186.000 hogares y 7.130.000 personas. "Otros proveedores" incluye Jazztel TV.

Servicios radiofónicos en Cataluña

Radios FM
disponibles

253 emisoras

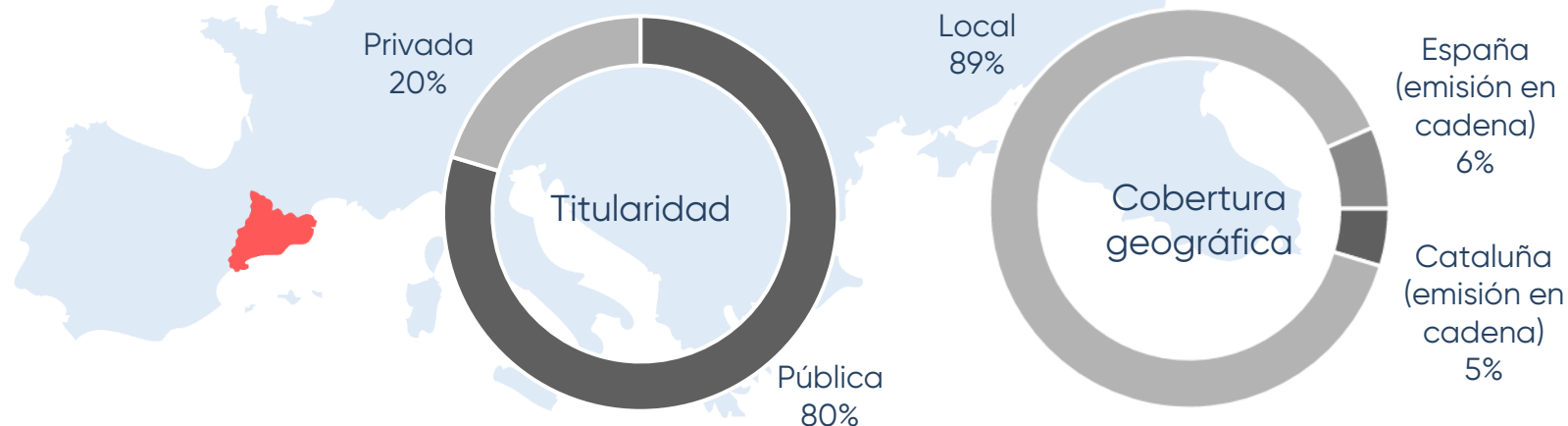
Oferta radio por hogar

Media de 30
emisoras FM

Consumo radiofónico diario

1 h 37 min (lun.-vie.)
1 h 29 min (lun.-dom.)

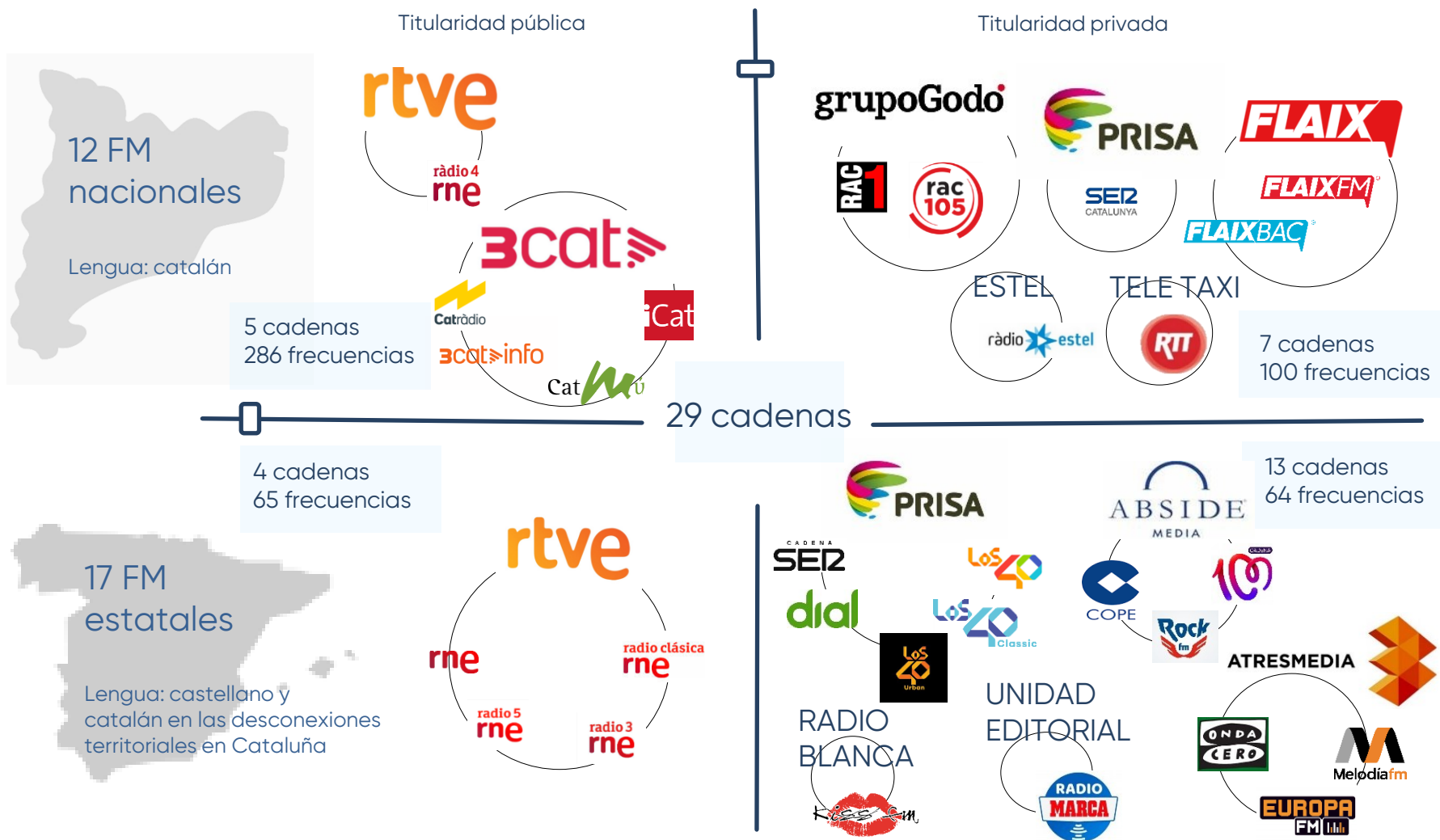
Tipología de los servicios radiofónicos disponibles en Cataluña (253 radios FM)



Nota: Dentro del BIAC se denomina emisora de radio al medio que emite un producto radiofónico a través de una o más frecuencias, y emisión en cadena al grupo de estaciones de radio locales que emiten desde una fuente centralizada. Se contabilizan las emisoras de radio con título habilitante en emisión, sin tener en cuenta su situación administrativa.

Fuente: CAC, Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y EGM – 2ª oleada (consumo de radio). Septiembre de 2026.

Servicios radiofónicos de ámbito nacional y estatal

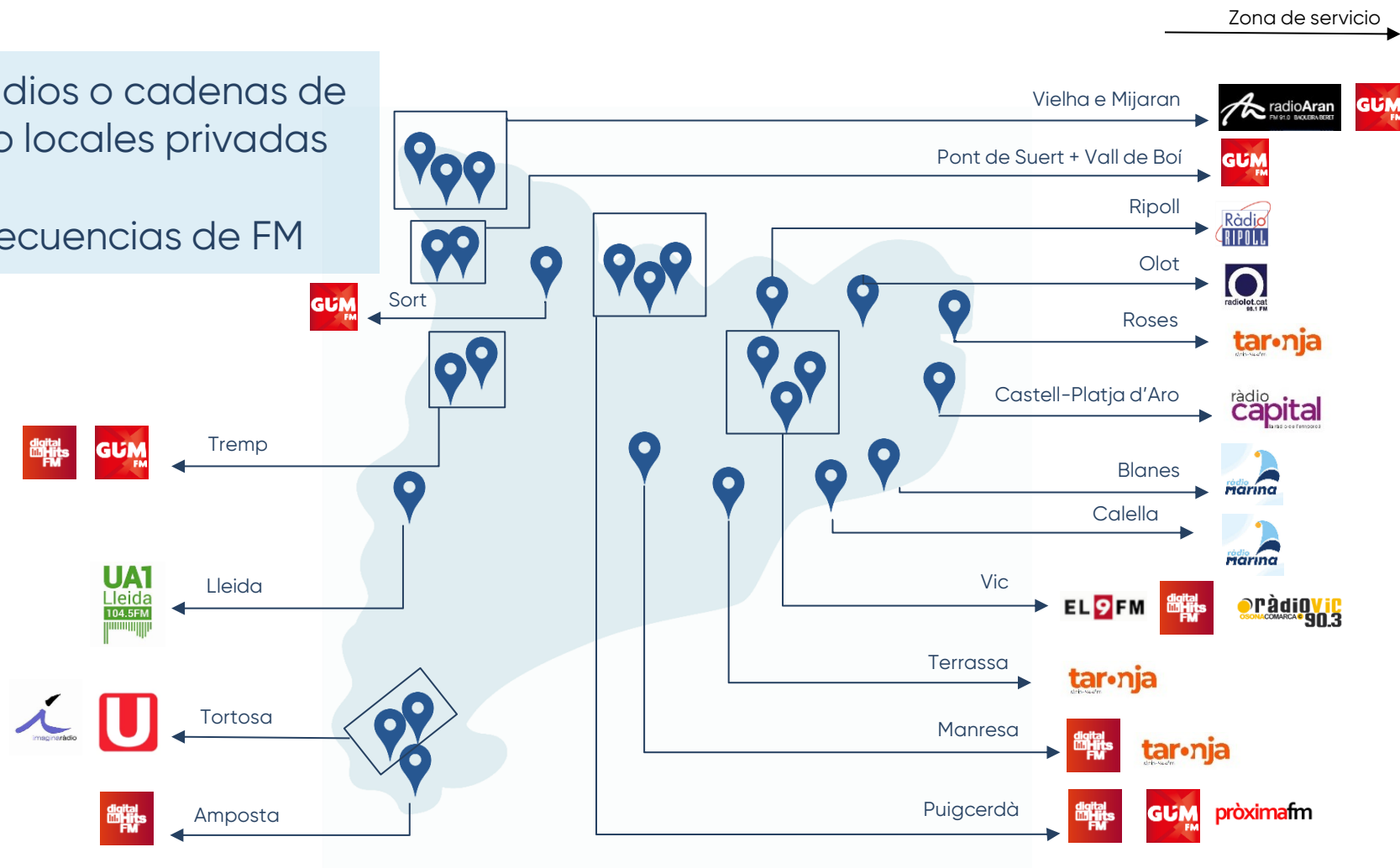


Fuente: CAC, Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, y webs corporativas de prestadores. Septiembre de 2026.

Servicios radiofónicos de ámbito local de titularidad privada

14 radios o cadenas de radio locales privadas

27 frecuencias de FM



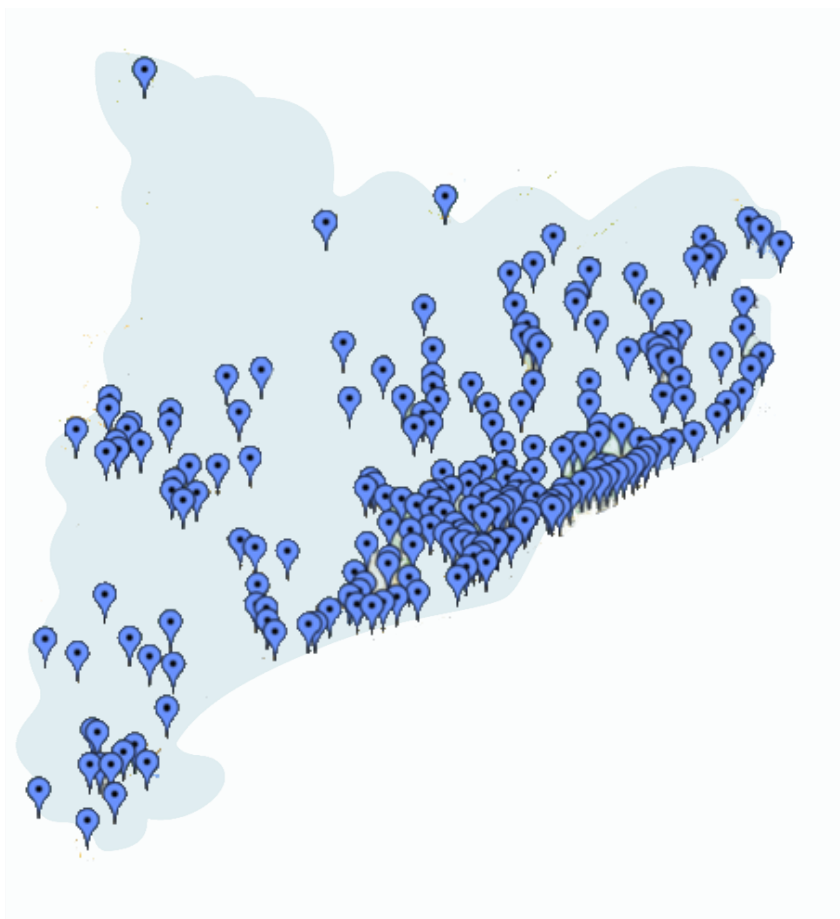
Nota: Se muestran las emisoras de radio con título habilitante que se encuentran en emisión, sin tener en cuenta su situación administrativa.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y sitios web corporativos. Septiembre de 2026.

Servicios radiofónicos de ámbito local de titularidad pública

210 radios
municipales

213 frecuencias
de FM



Nota: Se muestran las emisoras de radio con título habilitante que se encuentran en emisión, sin tener en cuenta su situación administrativa.

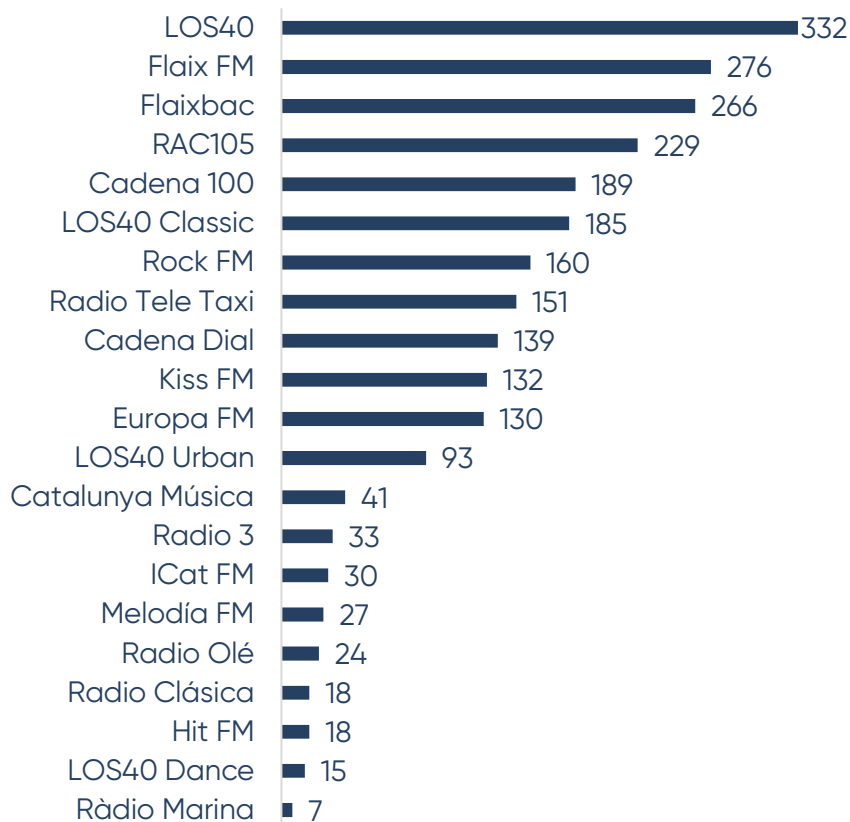
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y sitios web corporativos. Septiembre de 2026.

Audiencia de radio (1)

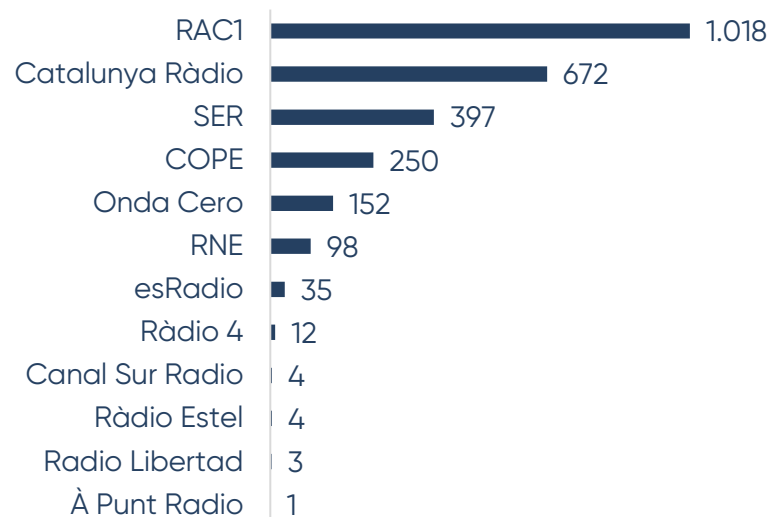
Audiencia radiofónica acumulada diaria en Cataluña, por tipología (en miles)

De lunes a viernes

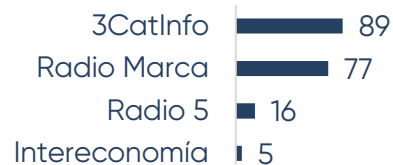
Radio musical



Radio generalista



Radio informativa

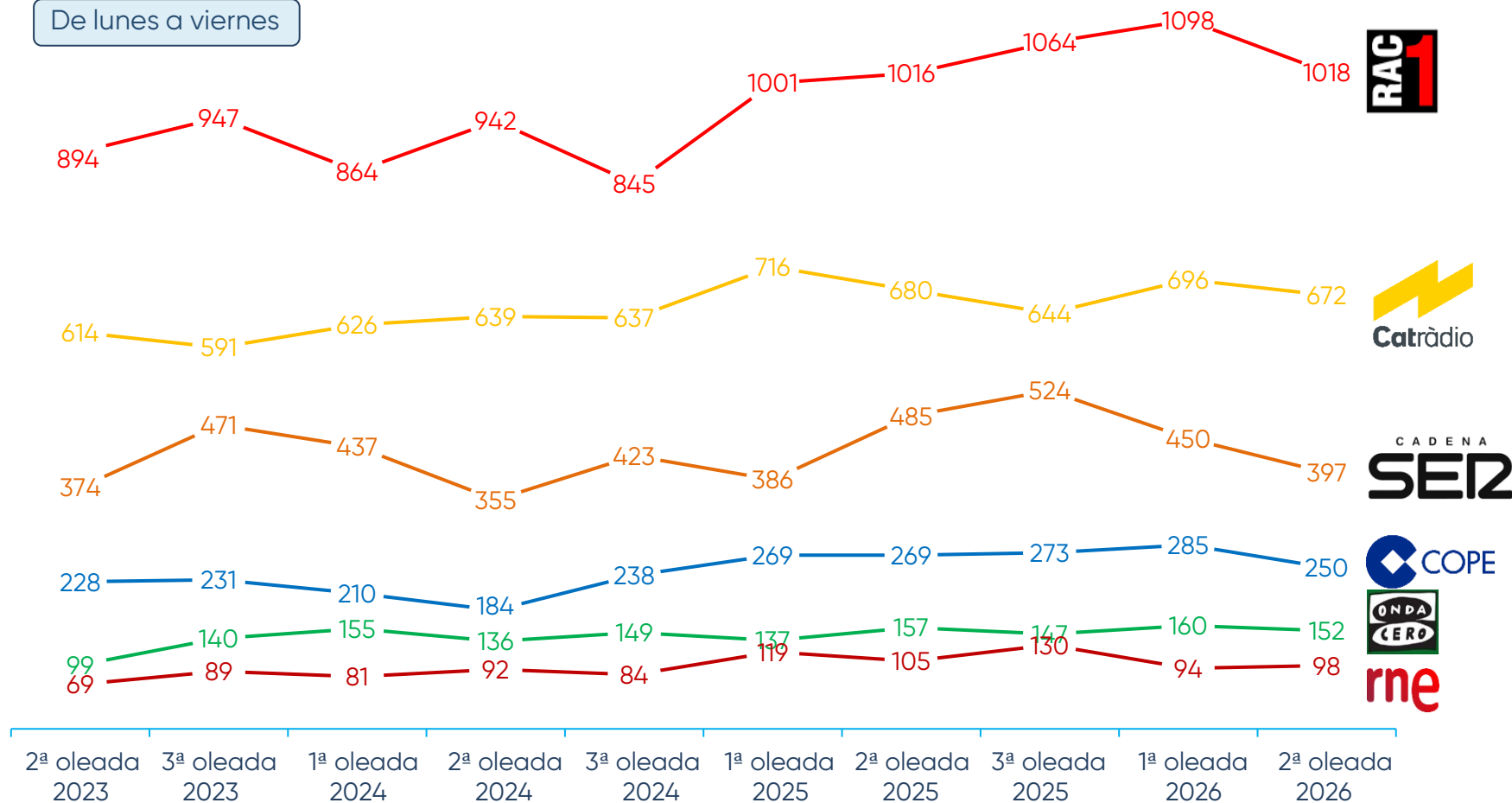


Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026.

Audiencia de radio (2)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 2.ª oleada 2023 – 2.ª oleada 2026 (en miles)

De lunes a viernes



Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026.

Audiencia de radio (3)

Ranking de audiencia de las principales cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña por franjas horarias.
2.ª oleada 2026 (en miles)

De lunes a viernes

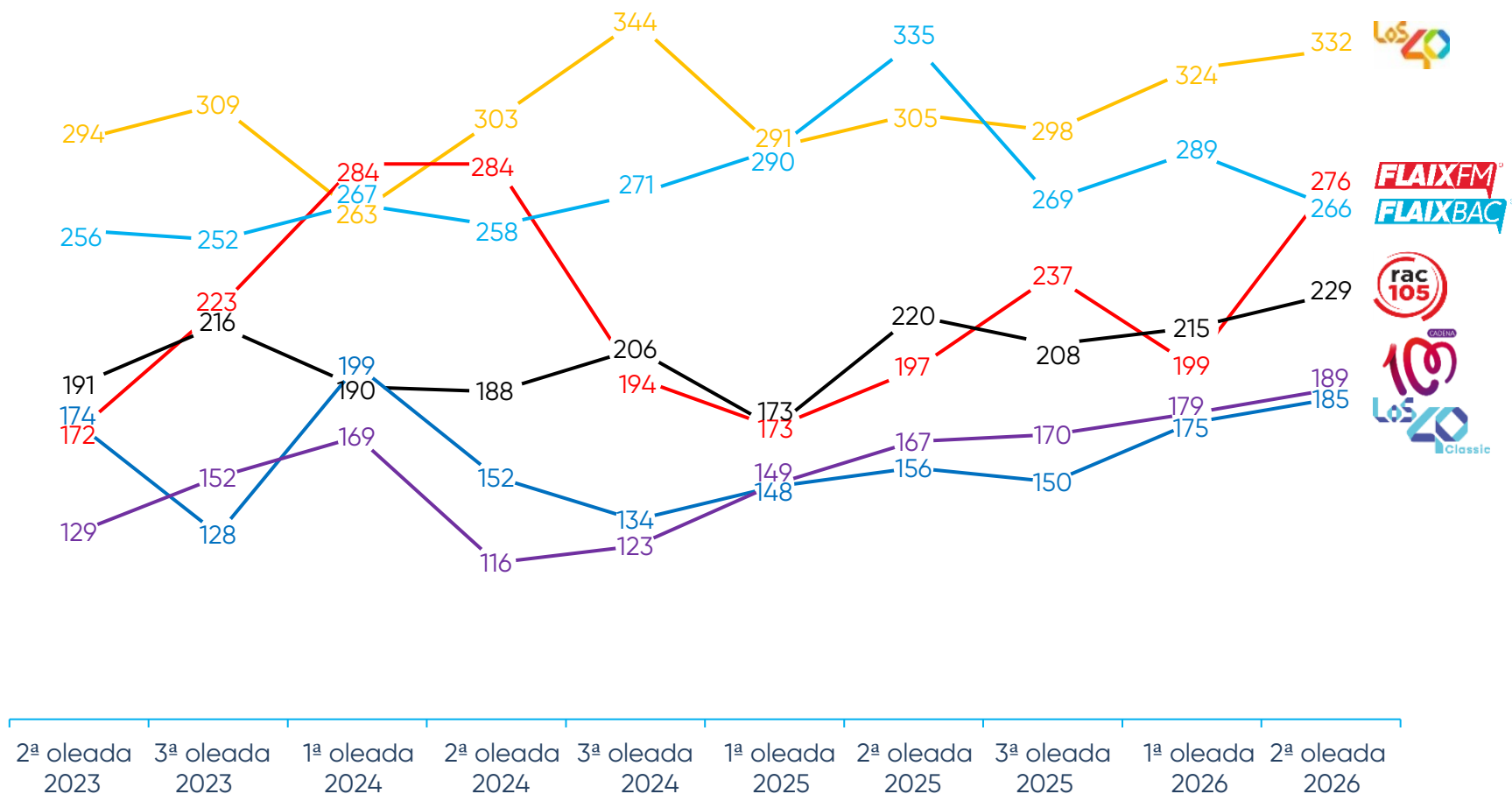
	Audiencia total	6 a 12 h	12 a 16 h	16 a 20 h	20 a 6 h
	1.018	745	333	343	210
	672	386	252	161	177
	397	222	119	80	121
	250	155	64	29	116
	152	117	38	14	16
	98	47	42	34	20

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026.

Audiencia de radio (4)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales en Cataluña. Periodo 2.ª oleada 2023 – 2.ª oleada 2026 (en miles)

De lunes a viernes

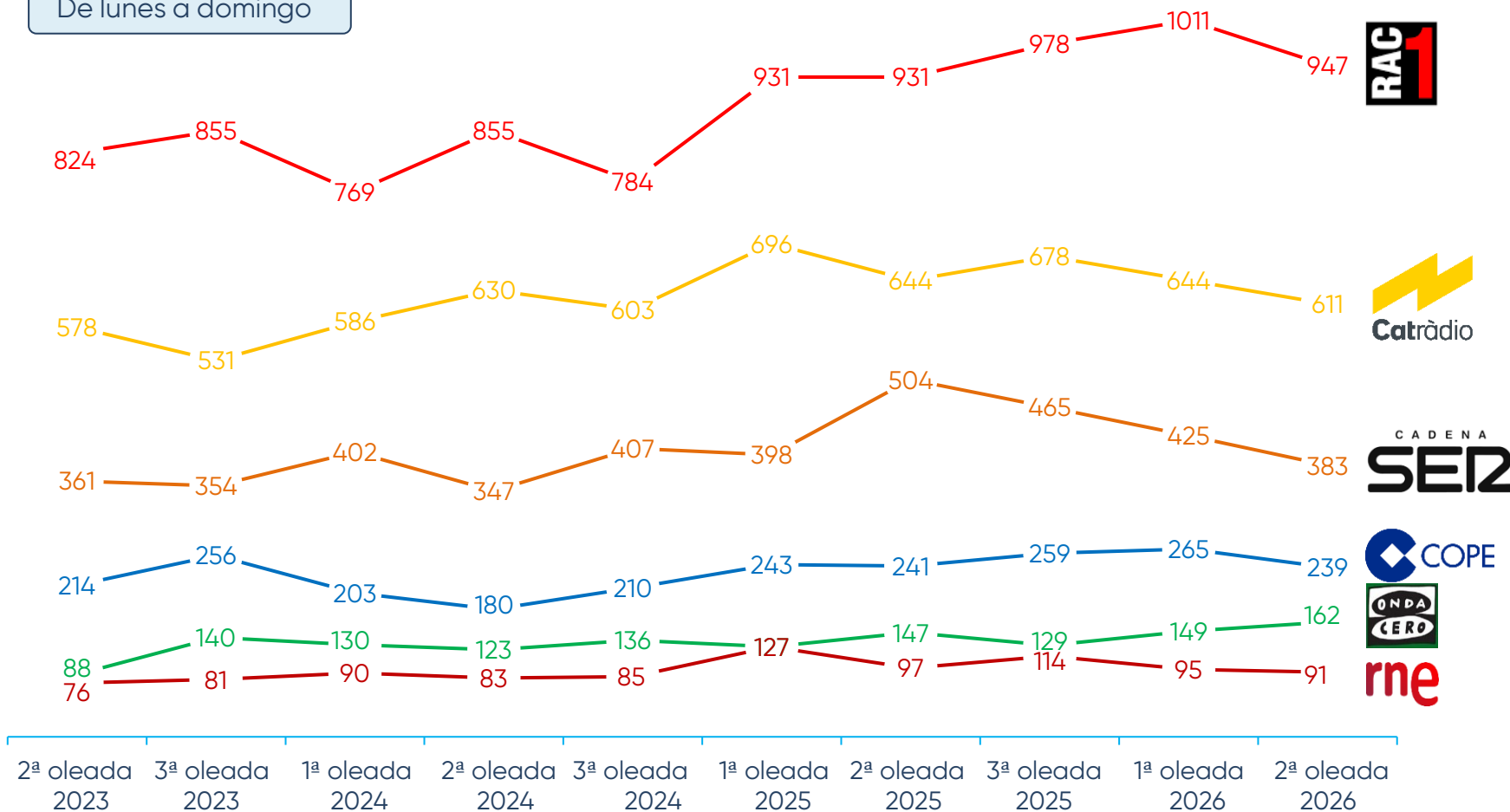


Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026.

Audiencia de radio (5)

Ranking de cadenas radiofónicas generalistas en Cataluña. Periodo 2.ª oleada 2023 – 2.ª oleada 2026 (en miles)

De lunes a domingo

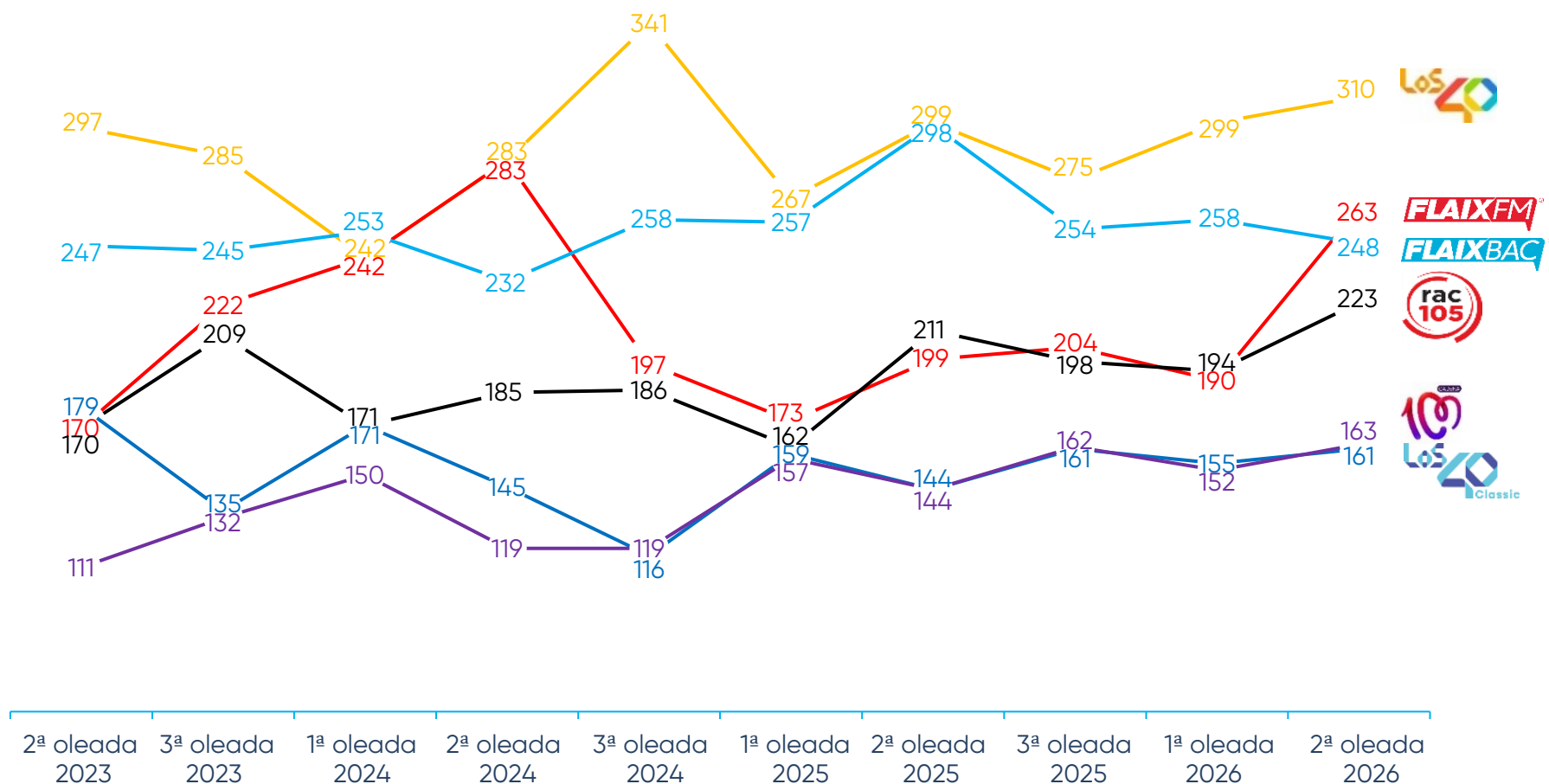


Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026.

Audiencia de radio (y 6)

Ranking de cadenas radiofónicas musicales en Cataluña. Periodo 2.ª oleada 2023 – 2.ª oleada 2026 (en miles)

De lunes a domingo



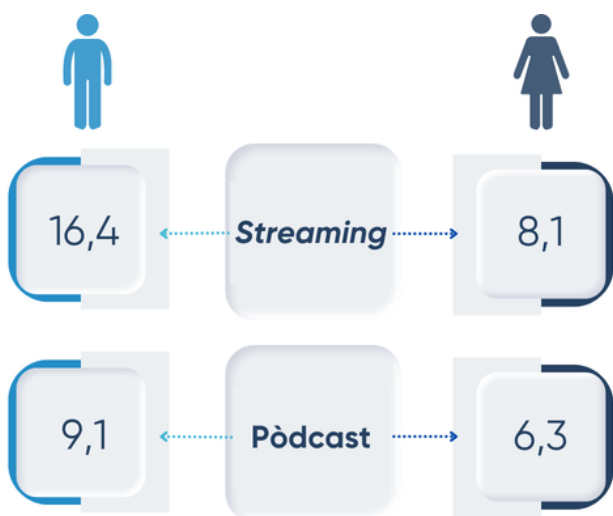
Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026.

Consumo de radio por internet en Cataluña

+1.280.000 oyentes

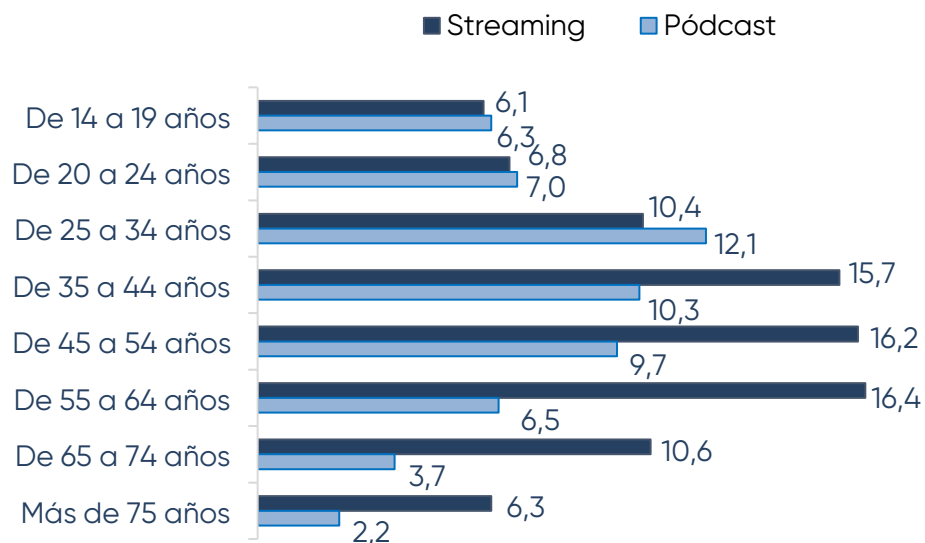
Un 18% de la población en Cataluña escucha la radio en línea, ya sea en streaming o a través de podcasts.

Oyentes de radio por internet, por sexo (en %)



Los hombres escuchan más la radio por internet que las mujeres, tanto en streaming como a través de podcasts.

Perfil del oyente de radio por internet en Cataluña (en %)



Por edades, las franjas más jóvenes escuchan más podcasts que radio en streaming. Las franjas de oyentes mayores de 35 años prefieren el streaming.

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada de 2026. Periodo: abril-mayo 2026 (de lunes a viernes).

Consumo de podcasts en Cataluña

Audiencia total acumulada de podcasts más consumidos, por tipología

Radio generalista	Radio musical	Radio informativa
572.000 personas	44.000 personas	38.000 personas

Entre octubre de 2025 y mayo de 2026, el público escuchó podcasts de emisoras de radio con contenidos diversos: informativo, deportivo, cultural, humorístico...

Catalunya Ràdio fue la emisora generalista líder en consumo de podcasts en Cataluña, con una audiencia acumulada de 108.000 oyentes. Le siguen Cadena SER (94.000) y RAC1 (89.000).

Principales cadenas con más consumo de podcasts, por tipología

Cadenas generalistas	  
Cadenas musicales	  
Cadenas informativas	

En cuanto a la emisión de podcasts musicales, solo una cadena superó los 5.000 oyentes de audiencia acumulada: LOS40. Flaixbac y Radio 3 llegaron a los 4.000 oyentes de podcasts.

En cuanto a la temática informativa, cinco mil personas escuchan los podcasts de Radio Marca.

Fuente: EGM – Datos Cataluña. 2.ª oleada acumulada de 2026. Periodo: octubre 2025–mayo 2026 (de lunes a domingo).

Flashes (1)

El Observatorio Europeo del Audiovisual publica nuevos datos sobre los servicios audiovisuales en Europa

El 25 de junio, el Observatorio Europeo del Audiovisual publicó la última edición del informe [Audiovisual Media Services in Europe](#), que cartografía el sector audiovisual europeo y proporciona datos sobre la oferta de los servicios audiovisuales, así como de la programación, la cobertura y la propiedad de estos servicios.

Entre otros temas, el estudio concluye que el sector audiovisual de Europa ha crecido un 5% respecto al anterior periodo y que, aunque los VoD lo han hecho a un ritmo más acelerado, los canales de TV siguen siendo los servicios mayoritarios. Destaca también la influencia de los grandes grupos americanos sobre el sector audiovisual europeo y lo explica indicando la superioridad de los grupos americanos en volumen de catálogo y en presencia en el mercado respecto a los grupos audiovisuales europeos.

La nueva plataforma Barça Play

El 7 de julio, el FC Barcelona estrenó [Barça Play](#), una plataforma integrada en el sitio web y en la nueva app oficial del club. Ofrece partidos en directo y en diferido, resúmenes, contenidos históricos y programas exclusivos del club. Los socios tienen acceso gratuito a los partidos del Barcelona Atlètic en el Estadi Johan Cruyff.

Incorporación de 3Cat a la Unión Europea de Radiodifusión (UER)

El pasado mes de junio, [3Cat se incorporó a la EBU-UER](#), la principal asociación de medios de comunicación públicos. Este acuerdo permitirá acceder a una gran cantidad de contenidos, al margen de compartir los contenidos informativos propios con el resto de los miembros de la organización. Con esta incorporación a la EBU-UER, 3Cat se convierte en la primera entidad pública de comunicación de ámbito no estatal que pasa a formar parte de ella.

Entre los miembros de la EBU-UER podemos encontrar a RTVE, la BBC, France Télévisions, la RAI o ARD/ZDF. La EBU-UER tiene 114 miembros en 56 países de Europa y 31 asociados en otros continentes. Entre todos, gestionan casi 2.000 canales de televisión.

CNMC y regulación de influencers

La CNMC aprobó sendos [requerimientos](#) a cinco influencers, por no identificar correctamente la publicidad en vídeos de Instagram y TikTok. El organismo exige que términos como "publicidad" o "publi" aparezcan visiblemente dentro del propio contenido audiovisual; hashtags externos o expresiones como "ad" no son suficientes. También recuerda que una comunicación puede ser publicitaria aunque no exista pago directo.

Flashes (y 2)

Pluralismo en los medios en Europa

El [Media Pluralism Monitor 2026](#), del [Centre for Media Pluralism and Media Freedom](#), analiza el estado del pluralismo y la libertad de los medios en Europa, combinando variables jurídicas, políticas y económicas. Mantiene una estructura basada en cuatro grandes áreas (protección fundamental, pluralidad del mercado, independencia política e inclusión social), desplegadas en 20 indicadores clave. La edición incorpora una nueva escala de riesgo de seis niveles, información específica sobre la aplicación de la European Media Freedom Act y un capítulo dedicado a los países candidatos de los Balcanes occidentales.

Derecho de desistimiento en las suscripciones de streaming

En el caso [Sky Österreich Fernsehen \(C-234/25\)](#), el TJUE considera que un servicio de streaming que adapta la oferta al comportamiento de la persona usuaria (recomendaciones, favoritos, historial, etc.) constituye un servicio digital, y no simplemente el suministro de contenido digital. Esto significa que, en principio, la empresa no puede eliminar automáticamente el derecho de desistimiento de 14 días para que el servicio empiece de forma inmediata. Es una decisión potencialmente importante para Netflix, Disney+, Sky y otras plataformas que operan con sistemas de personalización dentro de la UE.

Servicio público en Reino Unido

El regulador británico, Ofcom, actualizó su [revisión de los medios de servicio público](#) ante la transformación digital y la presión financiera sobre los radiodifusores. Ofcom defiende modernizar y simplificar el marco normativo, garantizar la visibilidad de los contenidos de servicio público en plataformas como YouTube y clarificar el futuro de la distribución televisiva. También destaca la necesidad de una financiación sostenible, la cooperación entre operadores y el refuerzo de la alfabetización mediática. Asimismo, prevé revisar obligaciones, licencias y normas publicitarias, con una consulta específica sobre publicidad, patrocinio y emplazamiento de producto antes de marzo de 2027.

Desregulación del mercado de la TV en los EE. UU.

La [Federal Communications Commission](#) (FCC) suprimió la norma que impedía que un mismo grupo de televisión terrestre llegara a más del 39% de los hogares norteamericanos. El límite es sustituido por un análisis caso por caso de las operaciones de concentración. La FCC argumenta que la competencia de Netflix, YouTube y otras plataformas hace obsoleto el sistema anterior. Con todo, el voto particular contra la decisión sostiene que la FCC no tiene competencia legal para eliminar un límite establecido por el Congreso. La medida puede facilitar concentraciones en el sistema local de televisión.



Núm. 34
Septiembre de 2026

FUENTES PRINCIPALES

CAC: datos propios del Consejo del Audiovisual de Cataluña.

EGM: 2.ª oleada de 2026. Datos para Cataluña.

Barlovento Comunicación: informes públicos mensuales.

CITACIÓN BIBLIOGRÁFICA

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña (BIAC). Núm. 34. Barcelona: CAC, septiembre de 2026. <www.cac.cat>