

**ACORD 117/2024, 18 de desembre del
Ple del Consell de l'Audiovisual de
Catalunya**

**Aprovació de l'Informe en relació amb el compliment de les missions específiques
de servei públic de competència de la Generalitat de Catalunya. Any 2023**

1. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya té la funció de “garantir el compliment de les missions de servei públic assignades als mitjans de comunicació audiovisual de gestió pública”, tal com estableix la lletra *q* de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
2. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), com a prestador de serveis audiovisuals de titularitat pública, resta subjecta a les missions de servei públic que defineix l'article 26 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA), així com a les obligacions que estableix el II Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026, aprovat per la Resolució 1125/XII del Parlament de Catalunya, de 18 de desembre de 2020.
3. Per tal de vetllar pel compliment de les missions de servei públic dels mitjans audiovisuals de la Generalitat de Catalunya, el CAC ha elaborat informes anuals de seguiment des del 2011. Si bé els informes han experimentat una evolució contínua pel que fa a les variables emprades i a la informació aportada, l'any 2021, a més, es va dur a terme una modificació profunda de l'informe per tal d'adequar-lo al II Mandat marc, que atribueix al servei públic audiovisual la missió de generar valor en cinc àmbits complementaris: democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic.
4. Les línies generals d'anàlisi introduïdes des del 2021 es mantenen en aquest informe referent al 2023. Tanmateix, en aquesta edició s'ha volgut reflectir l'impacte creixent en l'audiència dels continguts distribuïts per mitjans digitals, un fet que ja recull el text del II Mandat marc i que és transversal als diferents àmbits de generació de valor esmentats. És per això que aprofundeix en l'anàlisi del compliment de les missions de servei públic en el nou ecosistema digital de la comunicació, introduint informacions sobre l'oferta i el consum digital, i parant una atenció especial al llançament de la nova plataforma 3Cat.
5. L'informe s'estructura en els cinc àmbits de generació de valor que s'atribueixen al servei públic audiovisual. Com a eina de construcció democràtica, aporta dades, entre d'altres, sobre la importància de la informació i si el contingut reflecteix la diversitat social, territorial i política de Catalunya, així com sobre la presència i la representació de les dones en el conjunt dels continguts emesos. L'exigència d'universalitat del servei públic i de contribució a la cohesió social s'aborda tant des de l'oferta i el consum (tipologia de continguts, audiències, atenció a públics diferents) com des de l'establiment de mesures de protecció de persones menors d'edat. Tot recollint l'enfocament ampli del concepte de *cultura* que apareix al II Mandat marc, l'informe inclou dades sobre continguts divulgatius, també sobre els culturals, i sobre l'ús i la promoció del català i de l'aranès. Igualment, aporta dades en relació amb el paper de la CCMA com a motor de la indústria i de la recerca en el sector audiovisual de Catalunya: sobre la producció pròpia i la col·laboració de la CCMA amb productores

externes, sobre els projectes de R+D+I i la inversió que hi dedica.

Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta, per unanimitat, el següent

ACORD

1. Aprovar l'*Informe en relació amb el compliment de les missions específiques de servei públic de competència de la Generalitat de Catalunya. Any 2023*, que s'annexa a aquest acord com a part integrant.
2. Trametre aquest acord al Parlament de Catalunya i al Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya.
3. Notificar aquest acord a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Barcelona, 18 de desembre de 2024

Xevi Xirgo i Teixidor
President

Enric Casas i Gironella
Conseller secretari

Àrea de Continguts
25 de novembre de 2024

**Informe en relació amb el
compliment de les missions
específiques del servei públic
de competència de la
Generalitat de Catalunya.
Any 2023**

Índex

Introducció	5
 1. Dades corporatives de la CCMA	 8
 2. El servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic	 10
2.1. La informació com a eina de promoció i enriquiment del debat públic	11
2.2. Pluralisme i diversitat en la programació	20
2.3. La representació de la pluralitat política de Catalunya en la informació	30
2.4. La igualtat de gènere en la programació	44
2.5. Premis, reconeixements i guardons	61
 3. El servei públic audiovisual com a generador de valor social	 62
3.1. L'accés a l'oferta de la CCMA: la distribució dels continguts	64
3.2. Tipologia dels continguts distribuïts per la CCMA	69
3.3. L'audiència dels continguts com a indicador de l'impacte del servei públic audiovisual de la CCMA	72
3.4. La representació de la diversitat social	77
3.5. La representació de la diversitat cultural a Catalunya	81
3.6. La presència del fet religiós	84
3.7. Diversitat d'identitat de gènere i d'orientació sexual i afectiva: col·lectius LGBTI+	86
3.8. CCMA i persones menors d'edat: oferta, consum i protecció davant continguts perjudicials	89
3.9. Protecció de les persones menors d'edat davant els continguts	95
3.10. EVA, la plataforma de continguts adreçats a joves	98
3.11. L'accessibilitat als continguts lineals i no lineals	100
3.12. Atenció a la diversitat funcional de les persones	105
3.13. Premis, reconeixements i guardons	107

4. El servei públic audiovisual com a generador de valor cultural 108

4.1. La divulgació del coneixement	110
4.2. Els continguts culturals en els mitjans de la CCMA	120
4.3. El servei públic com a garantia de provisió de continguts en català i aranès	130
4.4. Premis, reconeixements i guardons	139

5. El servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic 140

5.1. La contribució de la CCMA a la indústria audiovisual de Catalunya	141
5.2. La inversió en continguts de la Corporació	144
5.3. L'exploració de la propietat intel·lectual dels continguts de la CCMA	145
5.4. La inversió en obra europea	145

6. El servei públic audiovisual com a generador de valor tecnològic 146

6.1. L'impuls de la recerca, el desenvolupament i la innovació per part de la CCMA	147
6.2. La CCMA com a agent de desenvolupament de les tecnologies d'informació i comunicació	148
6.3. Oferta de continguts concebuts per a l'àmbit digital	150
6.4. Premis, reconeixements i guardons	153

7. Acords del CAC en relació amb els continguts emesos pels mitjans de la CCMA 154

Resum executiu..... 156

Introducció

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), com a prestador de serveis audiovisuals de titularitat pública, resta subjecta a les missions de servei públic que defineix l'article 26 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA), així com a les obligacions que estableix el II Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026, aprovat per la Resolució 1125/XII del Parlament de Catalunya, de 18 de desembre de 2020.

El Consell Audiovisual de Catalunya (CAC), en exercici de la seva funció de vetllar pel compliment de les missions de servei públic dels mitjans audiovisuals de la Generalitat de Catalunya, ha elaborat informes anuals de seguiment des del 2011.

En aquest temps, els informes han experimentat una evolució contínua pel que fa a les variables emprades i a la informació aportada. L'any 2021, a més, es va dur a terme una modificació profunda de l'informe per tal d'adequar-lo al II Mandat marc, que atribueix al servei públic audiovisual la missió de generar valor en cinc àmbits complementaris: democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic.

L'informe corresponent al 2023, que ara es presenta, segueix, en termes generals, les línies d'anàlisi establertes a l'informe dels dos anys precedents. No obstant això, en aquesta edició s'ha volgut reflectir l'impacte creixent en l'audiència dels continguts distribuïts per mitjans digitals, un procés que ja recull el text del II Mandat marc i que és transversal als diferents àmbits de generació de valor esmentats. És per això que s'ha fet un esforç d'aprofundiment en l'anàlisi del compliment de les missions de servei públic en el nou ecosistema digital de la comunicació.

Pel que fa a les fonts utilitzades, les dades presentades a l'informe s'obtenen a partir del monitoratge dels continguts lineals i digitals realitzat pel CAC, i es complementen amb informació publicada per diverses fonts i dades addicionals facilitades per la Corporació.

Quant a l'estructura, es manté l'articulació de la informació en els cinc àmbits de generació de valor i s'inclou, a més, un capítol inicial amb dades corporatives rellevants de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i un epígraf final que detalla els acords del CAC relatius a l'activitat de la Corporació durant el 2023 en relació amb les missions de servei públic.

Al capítol de l'informe dedicat a la **generació de valor democràtic** s'hi aporten dades per donar resposta a aspectes troncal del Mandat marc en aquest àmbit, el servei públic

com a garantia de l'accés a la informació i del debat públic i democràtic. Així, en relació amb el conjunt de la programació, però molt especialment dels continguts informatius, s'aborda si els continguts responen a la diversitat i pluralitat de la societat catalana, en termes com la distribució de la informació sobre el territori, els temes que es tracten i si es reflecteix el pluralisme social i polític. En aquest context, que el Mandat marc relaciona molt directament amb la construcció d'una societat democràtica, també s'analitza, en un apartat específic, la igualtat de gènere en la programació. Quant a l'exigència d'universalitat del servei públic, l'informe del 2023 amplia les dades d'audiència i n'introdueix de noves sobre el consum de continguts informatius en l'entorn digital.

Quant al servei públic com a **generador de valor social**, l'informe aborda dues qüestions centrals. En primer lloc, i en resposta al mandat de preservar el caràcter universal del servei públic, s'analitza l'abast de la distribució de continguts i, especialment, s'aborda el llançament del 3Cat com a plataforma que pot afavorir l'accés als continguts de la CCMA. En segon lloc, examina si els continguts emesos contribueixen a la cohesió social, tot reflectint la diversitat social i cultural del país, i es detalla l'atenció en la programació als infants, a la diversitat d'identitats de gènere i orientacions sexuals i afectives, i a les persones amb discapacitats. Per primera vegada l'anàlisi de l'accessibilitat dels continguts emesos es fa extensiva als mitjans digitals.

En el capítol dedicat al servei públic com a **generador de valor cultural**, la informació que s'aporta parteix de la concepció àmplia del fet cultural que empra el Mandat marc: com a conjunt de coneixements; com a conjunt de manifestacions d'una societat, que inclouria el patrimoni i la tradició popular; com a creació artística. Tres visions que conflueixen en una concepció de la identitat nacional i cultural de Catalunya "entesa com un procés de construcció i aportació de tots els agents de la societat".

Per donar resposta a aquests diferents conceptes de *cultura*, s'aporten dades sobre continguts divulgatius en els mitjans i, entre aquests, els referits a la cultura en qualsevol de les accepcions. En aquest sentit, el 2023 es recullen, per primera vegada, dades quantitatives sobre la presència de la cultura en la programació, a més d'un nou epígraf centrat en la visibilitat dels continguts culturals en el marc de la nova plataforma digital 3Cat. L'ús i la promoció del català i de l'aranès en els mitjans de la CCMA completa l'anàlisi en aquest epígraf.

En l'apartat corresponent a la generació de **valor econòmic**, l'informe es focalitza en la contribució de la CCMA a la indústria audiovisual catalana mitjançant la producció pròpia i la col·laboració amb productores externes. L'informe del 2023 amplia aquesta anàlisi

incloent-hi dades sobre la inversió en continguts realitzada per la Corporació i els ingressos generats per l'explotació dels seus drets de propietat intel·lectual.

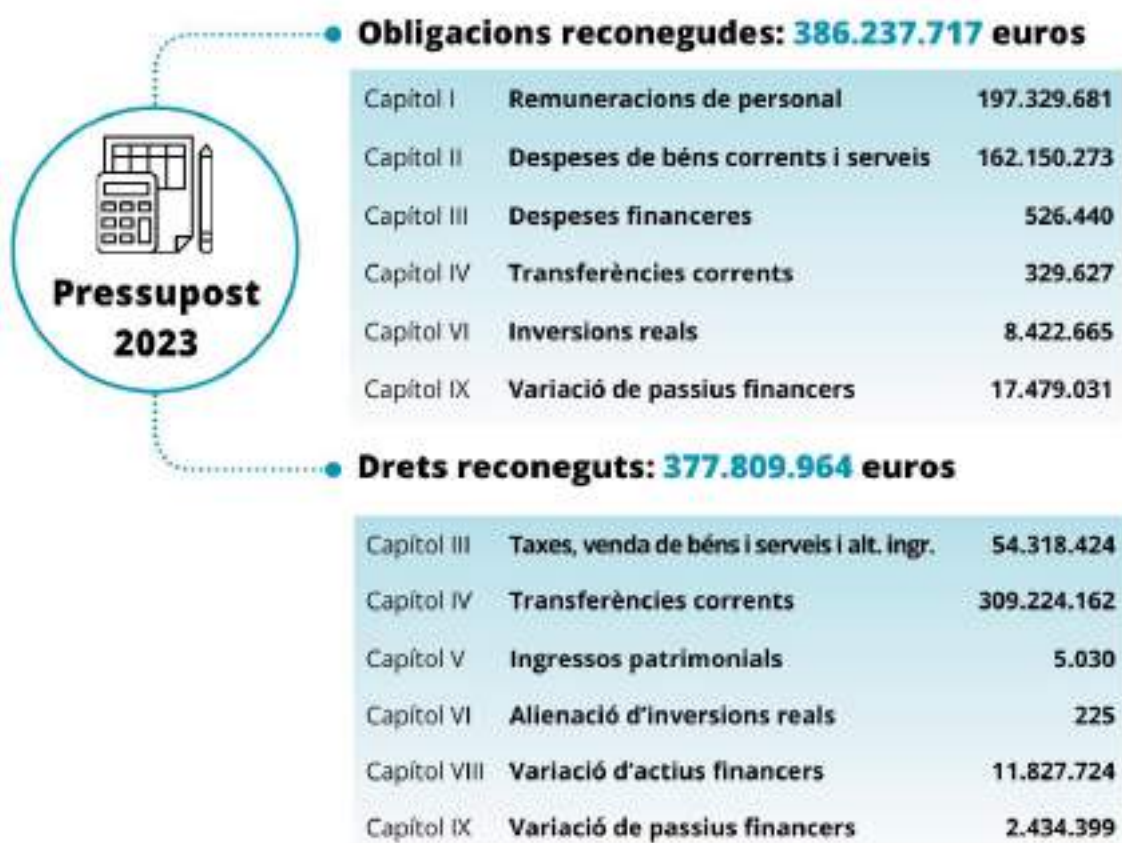
Quant al **valor tecnològic**, l'epígraf aporta dades i informació que constitueixen indicadors del grau en què la CCMA es constitueix com a generadora de valor tecnològic, un dels requisits del servei públic que estableix el Mandat marc. Així, l'informe detalla els projectes en l'àmbit de les tecnologies de la informació en què participa la Corporació i presenta l'oferta de continguts específicament concebuts per a l'entorn digital. El 2023 s'hi incorpora un nou epígraf que aborda l'impuls de la recerca, el desenvolupament i la innovació per part de la CCMA, amb informació relativa a la inversió econòmica, el personal assignat i les accions formatives.

L'informe conclou amb un **resum executiu**, que pretén subratllar els aspectes més rellevants de l'activitat de la CCMA vinculats al compliment de les seves obligacions de servei públic.

1. Dades corporatives de la CCMA



*Es consideren càrrecs directius aquells ocupats per la presidència, els membres del Consell de Govern, així com els integrants de la direcció i l'alta direcció.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades dels comptes anuals 2023 i de l'estat d'informació no financera 2023 de la CCMA.

Segons dades de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC), el cost de la CCMA és de 37,4 euros per habitant (34,4 euros, l'any 2022).

Figura 1. Subvencions percebudes pels prestadors de televisió i ràdio d'àmbit autonòmic (euros/habitant). Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació extreta de l'*Informe económico-sectorial 2023* de la CNMC.

2. El servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic

El servei públic audiovisual és un element bàsic per a una ciutadania crítica i informada; és la garantia d'accés universal a la informació i al coneixement i a la realització efectiva del dret a la llibertat d'informació. Els serveis i continguts informatius del servei públic audiovisual enriqueixen i promouen el debat públic i són referents per a la ciutadania; donen visibilitat a individus i grups que el mercat per ell mateix no sempre permet de visibilitzar i asseguren el pluralisme i la diversitat, i contribueixen, per tot això, al bon funcionament de les democràcies modernes, de complexitat creixent.

Així mateix, davant la proliferació de les xarxes socials i l'ur capacitat de viralitzar notícies, opinions i informació en general, no sempre rigoroses i contrastades, el servei públic ha d'ésser la garantia de l'aplicació del principi de responsabilitat editorial. En aquest sentit, és un instrument fonamental en la lluita contra la desinformació i les notícies falses, una qüestió, aquesta, de preocupació creixent tant a Catalunya com arreu del món, com ho corrobora la creació per la Comissió Europea, al gener del 2018, del grup d'experts d'alt nivell sobre les notícies falses i la desinformació a la xarxa, que inclou en les seves recomanacions l'enfortiment del servei públic audiovisual com un dels seus pilars d'actuació.

Per aquest motiu i en aquest sentit, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

Obligacions específiques

- a) Oferir una informació àmplia, veraç, contrastada, imparcial, rigorosa, territorialment equilibrada i precisa sobre les qüestions d'actualitat que afecten la comunitat a què s'adrecen, i actuar amb respecte als drets dels usuaris. Aquesta informació i aquesta anàlisi han d'ésser plurals i garantir la inclusió dels grups socials, polítics, culturals i associatius representatius.
- b) Ésser exemplars en la igualtat, tant pel que fa al tracte, les oportunitats, l'accés a aquestes oportunitats i els resultats entre homes i dones com a l'ús no sexista ni androcèntric del llenguatge i les imatges, amb l'objectiu d'aconseguir una societat sense discriminacions.
- c) Vetllar, a nivell intern, per garantir que els periodistes i els altres col·lectius que hi treballen puguin dur a terme llur activitat amb la qualitat professional requerida i en les millors condicions d'indpendència. En aquest sentit, l'estabilitat laboral ha d'ésser un objectiu prioritari.
- d) Fer, cadascun dels prestadors de serveis audiovisuals, el manteniment del llibre d'estil, com a codi intern de les persones que hi treballen i de les que hi col·laboren, que dona coherència a les fórmules expressives i les unifica amb l'objectiu de dotar-ne la programació i els altres serveis d'una imatge pròpia, original i coherent.

Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026

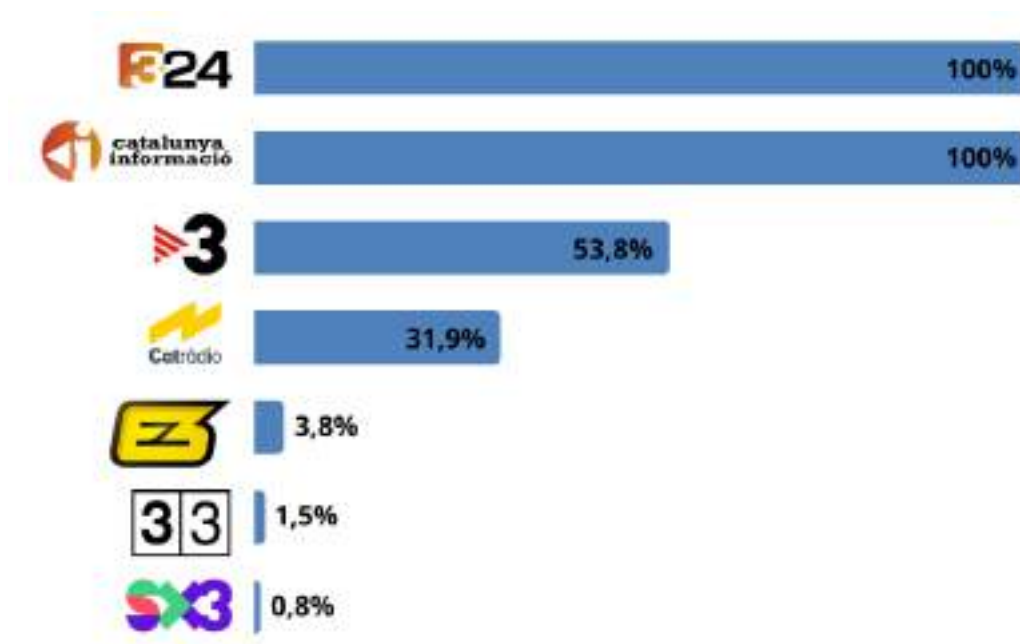
2.1. La informació com a eina de promoció i enriquiment del debat públic

Per tal de garantir l'accés universal a la informació, una de les seves missions de servei públic, la CCMA utilitza dues vies principals: els mitjans lineals especialitzats i els continguts informatius emesos a la resta de canals i emissores del grup. Tots els continguts s'integren, també, en la nova aplicació 3Cat.

Entre els primers, el canal de televisió **3/24** i l'emissora de ràdio **Catalunya Informació** emeten una programació de 24 hores diàries centrada en l'actualitat, complementada amb el portal informatiu **324.cat**.

Així mateix, els continguts informatius tenen un pes rellevant en les programacions dels dos mitjans generalistes **TV3** i **Catalunya Ràdio**, amb més de la meitat del temps d'emissió i gairebé un terç del total, respectivament. La difusió d'aquesta informació es realitza principalment per via dels teleinformatius i els informatius diaris, que per si sols suposen el 37,2% del temps a TV3 i el 12,2% a Catalunya Ràdio (vegeu l'epígraf "L'accés a l'oferta de la CCMA: la distribució de continguts").

Figura 2. CCMA. Proporció de programació informativa. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

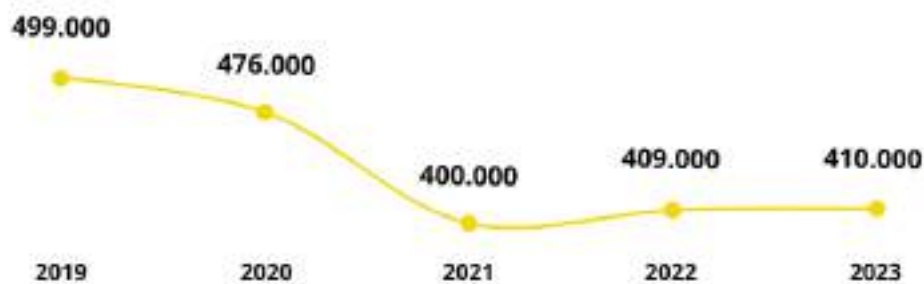
En l'àmbit **digital**, els informatius diaris de televisió i ràdio i la resta d'espais informatius oferts pels mitjans lineals també es troben disponibles tant a la nova plataforma de continguts 3Cat, que es posa en marxa a l'octubre, com al web corporatiu. L'oferta informativa també és accessible a través d'aplicacions pròpies per a telèfons mòbils, tauletes i televisions connectades, i està present en operadors de cable o serveis de pòdcasts. A més, alguns dels continguts informatius es posen a disposició de les persones usuàries de xarxes socials, com ara Facebook, Instagram o X, d'aplicacions de missatgeria instantània o d'assistents de veu.

La informació continua ocupant un lloc destacat en l'oferta dels mitjans de la CCMA i, en termes d'audiència, els programes informatius són els que n'obtenen les xifres més elevades.

Així, segons fonts de la Corporació, alguna de les edicions dels *Telenotícies* (TV3) ha estat el programa més vist a Catalunya durant 336 dies de l'any i l'edició del vespre del 24 de gener esdevé l'espai més vist de la cadena el 2023, amb una quota de pantalla del 32,6%. A més, aquests informatius obtenen una valoració qualitativa elevada per part de les persones espectadores, de 8,4 punts sobre 10, d'acord amb les dades publicades per la CCMA.

Quant a **Catalunya Ràdio**, el magazín *El matí de Catalunya Ràdio*, on la informació ocupa un espai central en la primera part amb l'emissió de notícies, entrevistes i un espai de tertúlia sobre l'actualitat, és, com els anys precedents, l'espai més escoltat de l'emissora i el segon amb més audiència a Catalunya. El 2023, el nombre de persones oients, que es manté estable durant els darrers tres anys, no ha aconseguit recuperar els nivells d'audiència dels anys 2018 (498.000) i 2019 (499.000), segons les dades publicades per la CCMA corresponents a la tercera onada de l'Estudio General de Medios.

Figura 3. Evolució de l'audiència d'El matí de Catalunya Ràdio. Període 2019-2023. Dades corresponents a la tercera onada de l'EGM.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per la CCMA.

Pel que fa als **mitjans digitals**, d'acord amb les dades publicades per la Corporació, les reproduccions de vídeos de temàtica informativa augmenten un 4,4% respecte de l'any anterior. Així mateix, les transmissions en directe del 3/24 i Catalunya Informació en l'entorn digital registren increments del 5,4% i el 2,4%, respectivament. Per contra, s'observa una disminució del 7,8% en el nombre de dispositius únics connectats al web 324.cat.

Figura 4. 3Cat. Consum de continguts informatius a l'àmbit digital. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per la CCMA.

La CCMA també fa ús de les **xarxes socials** com a via per fer arribar els continguts informatius a un públic més ampli, incloent-hi aquell que no accedeix als mitjans tradicionals.

Figura 5. 3Cat. Consum de continguts informatius a les xarxes socials. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per la CCMA.

De què s'informa? La distribució temàtica i els fets i esdeveniments noticiables

La inclusió d'una diversitat elevada de temàtiques en els informatius diaris de referència dels mitjans de la CCMA contribueix, com a servei públic, a construir una opinió pública crítica.

En la distribució d'aquests àmbits temàtics al llarg del 2023, la crònica internacional es manté, tot i que amb menys intensitat que l'any anterior, com l'eix principal als informatius de TV3 (16,2% del total). La majoria de les notícies se centren en els conflictes bèl·lics a Ucraïna i Gaza: els primers nous mesos de l'any predominen les peces sobre la invasió russa i a partir de l'octubre el focus es dirigeix gairebé de manera exclusiva cap a Israel i Palestina. A Catalunya Ràdio, la informació internacional manté el pes de l'any anterior, però passa a ser el segon àmbit per temps (12,7%).

Les informacions circumscrites a la crònica política configuren l'altra àrea temàtica que predomina en tots dos mitjans, amb gairebé la mateixa proporció de temps de notícia (15,5% a la televisió i 15,4% a la ràdio). Aquestes xifres suposen un increment de 5 punts percentuals respecte del 2022, que s'explica, sobretot, per la concatenació de dos processos electorals entre els mesos de maig i juliol: les eleccions locals del 28M i les eleccions al Congrés i el Senat del 23J.

Les **eleccions locals i a les Corts Generals** fan incrementar el pes de **la crònica política**, alhora que la **crònica internacional** es manté com un dels eixos temàtics principals de l'actualitat pels conflictes a **Ucraïna i a Gaza**

Els dos mitjans coincideixen a dedicar més atenció a les eleccions del 23J que a les del 28M i, tant la televisió com la ràdio, tenen com a primer tema per temps les negociacions postelectorals: en relació amb la investidura de qui presideixi el Govern de l'Estat en el cas de les eleccions a les Corts Generals; i amb la constitució dels ens locals catalans i de la resta de l'Estat, així com de les cambres legislatives que es renovaven en diverses comunitats autònomes, en el de les del maig. Les peces referides als actes propis de les campanyes electorals respectives són les altres informacions més freqüents. A més, els dos mitjans al·ludeixen, tot i que en una proporció més baixa, a altres dues qüestions que s'aborden en el marc posterior als comicis del juliol: el debat entorn de l'eventual

aprovació d'una llei d'amnistia, d'una banda, i les negociacions per permetre la utilització del català al Congrés i als plenaris de l'Eurocampra, de l'altra.

Més enllà de les eleccions i dels conflictes bèl·lics internacionals, els informatius analitzats dels dos mitjans de la CCMA incrementen lleugerament l'atenció dispensada a la problemàtica de les violències masclistes respecte de l'any anterior, principalment per la rellevància mediàtica que adquireix l'anomenat *cas Rubiales* d'abús sexual i coaccions a la jugadora de futbol Jennifer Hermoso per part del president de la RFEF. L'aproximació informativa concreta que fa TV3 d'aquesta qüestió se singularitza per prioritzar un enfocament de denúncia dels fets i per oferir un relat crític amb el masclisme estructural, tal com es posa de manifest en l'informe del CAC [El tractament informatiu dels fets que conflueixen en la victòria d'Espanya en la FIFA Women's World Cup 2023](#).

Els teletinformatius de TV3 i els informatius diaris de Catalunya Ràdio també es caracteritzen per continuar tenint entre els àmbits més abordats la cultura i les qüestions socials, amb entorn del 10% cada un. En el terreny del medi ambient s'hi registren fluctuacions a l'alça respecte de l'any precedent, mentre que en l'econòmic ho fan a la baixa.

Pel que fa a la informació cultural, s'hi inclouen les peces habituals sobre la celebració de festivals de música, cinema i arts escèniques, referències a la cartellera teatral i de cinema i a les novetats literàries i musicals, entre d'altres. Les temàtiques socials, per la seva banda, al·ludeixen a un catàleg molt ampli de qüestions vinculades als drets de la ciutadania, entre les que destaquen per temps les que fan referència a les dificultats per accedir a l'habitatge.

Les peces relatives al medi ambient incrementen la seva presència als dos mitjans entre 2 i 3 punts percentuals en relació amb el 2022 i tenen com a tema principal els incendis forestals a Catalunya i a la resta del territori espanyol. La situació de sequera que pateix el Principat i les mesures que es prenen des de les administracions per pal·liar-ne els efectes també és un dels temes més tractats en aquest àmbit, sobretot a Catalunya Ràdio, on aquest ítem esdevé el cinquè amb més temps.

Les notícies que guarden relació amb l'economia suposen, tant a la ràdio com a la televisió, entorn del 6% del total, que representa una davallada de gairebé 3 punts respecte de l'any anterior. L'impacte del conflicte bèl·lic a Ucraïna en els preus de consum torna a ser la qüestió que té més pes, si bé adquireix menys protagonisme que al 2022. També destaquen per temps les informacions centrades en les pèrdues que pateix la pagesia a causa de la sequera.

A més, les notícies esportives que s'emeten en els informatius diaris de TV3 i de Catalunya Ràdio representen el 14,8% i el 25,7% del temps total, respectivament.

Figura 6. TV3 i Catalunya Ràdio. Distribució temàtica de la informació i percentatge del temps de notícia dels principals ítems informatius¹. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

¹ Per tal de fer comparables entre TV3 i Catalunya Ràdio els percentatges corresponents a cada ítem, no es computa el temps dedicat a les seccions d'esports i temps dels informatius, atès que la seva ubicació, com a part integrada o adjacent al cos de l'informatiu, no és la mateixa en els dos mitjans.

Eines de lluita contra la desinformació

Un altre vessant de la missió de servei públic d'oferir una informació “veraça, contrastada, imparcial i rigorosa” és proporcionar a la ciutadania recursos per fer front a la desinformació i les notícies falses.

Un d'aquests recursos és “Fets o fakes”, un grup de periodistes dels Serveis Informatius de Catalunya Ràdio dedicats a la verificació de fets que es regeixen segons els principis fixats per la International Fact-Checking Network. Les informacions contrastades que, segons fonts de la Corporació, sumen un total de 48 durant el 2023, són difoses per Catalunya Ràdio, a través de les xarxes socials i a la web específica dins del portal de la CCMA. Al mateix temps, faciliten un número de WhatsApp perquè la ciutadania pugui sol·licitar la verificació de continguts concrets.

Figura 7. Exemples de *fact-checking* de l'equip de “Fets o fakes” a la web de la CCMA. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per la CCMA.

D'altra banda, la Corporació ofereix continguts diversos destinats a capacitar la ciutadania en la identificació i la lluita contra la desinformació. Aquests es concreten tant en programes específicament creats per aquest objectiu com en peces integrades dins de la programació habitual. En aquest context, el 2023 s'estrena *El teorema del mico*, una sèrie de falsos documentals concebuda per despertar el sentit crític de l'audiència davant les informacions falses.

Figura 8. Exemples d'emissió de continguts en relació amb la desinformació i les *fake news*. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.2. Pluralisme i diversitat en la programació

La diversitat territorial en la informació

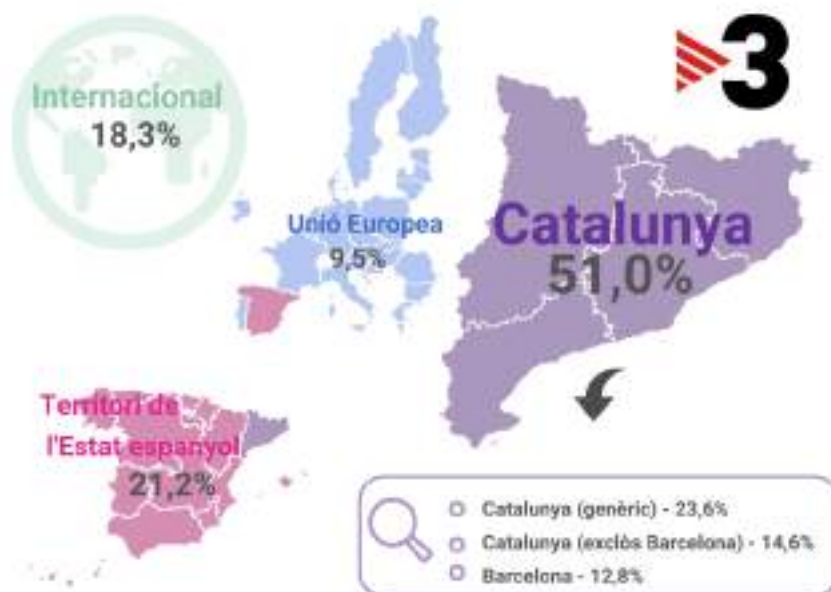
Des del punt de vista de l'abast geogràfic de l'actualitat, els informatius diaris dels mitjans generalistes de la CCMA continuen reservant un espai destacat a allò que succeeix a Catalunya, alhora que reporten a bastament fets noticiables de la resta de territoris de l'Estat i de l'esfera internacional.

El canvi més significatiu, derivat del context electoral, és l'increment d'entorn de 6 punts de les informacions referides al territori de l'Estat espanyol que no s'ocupen de manera específica de Catalunya, i guardaria relació amb la cobertura informativa dels comicis a les Corts Generals, a diverses cambres autonòmiques i als consistoris d'arreu d'Espanya.

Les informacions de l'àmbit internacional, al seu torn, representen de manera agregada entorn del 28% del total, tant a la televisió com a la ràdio públiques i, tot i que perden pes en relació amb l'any anterior, es continuen centrant en països extracomunitaris com a conseqüència de l'atenció informativa preferent que reben els conflictes bèl·lics a Ucraïna i a Gaza.

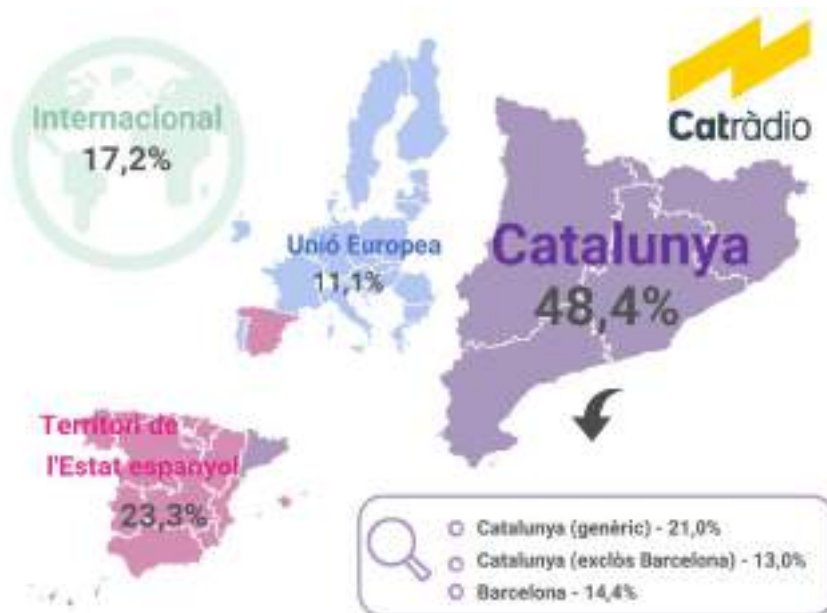
Més enllà d'aquestes fluctuacions, les informacions circumscrites a Catalunya continuen concentrant la meitat del temps de notícia, si bé enguany es presta una atenció més elevada a les referències municipals i comarcals, i a la ciutat de Barcelona, amb motiu de les eleccions locals del 28M.

Figura 9. TV3. Temps de notícia per àmbit territorial als teletinformatius. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 10. Catalunya Ràdio. Temps de notícia per àmbit territorial als informatius diaris. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En termes de diversitat territorial, cal ressaltar que l'oferta informativa de la CCMA ha tingut en compte, en diferent grau, totes les comarques catalanes.

No obstant això, s'observa que gairebé la meitat de les referències geogràfiques catalanes comptabilitzades a la mostra analitzada es refereixen a la ciutat de Barcelona o a algun dels seus districtes.

D'altra banda, la presència de nuclis amb una població mitjana-gran (entre 75 i 300 mil habitants) duplica amb escreix la dels municipis menys poblats (5 mil o menys) a TV3 i la quadruplica també de manera àmplia a Catalunya Ràdio.

Totes les comarques de Catalunya apareixen representades als informatius dels mitjans generalistes de la CCMA, si bé la presència dels municipis menys poblats és reduïda.

Figura 11. TV3. Distribució de les referències geogràfiques municipals als teletinformatius segons el nombre d'habitants. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 12. Catalunya Ràdio. Distribució de les referències geogràfiques municipals als informatius diaris segons el nombre d'habitants. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La diversitat territorial en la resta de la programació

Els informatius de proximitat que ofereixen els mitjans lineals de la Corporació, *TN comarques* (TV3) i *Catalunya al dia* (Catalunya Ràdio), continuen sense oferir desconnexions específiques per als diferents punts del territori català.

Així, en l'àmbit televisiu, TV3 i el 3/24 mantenen l'emissió diària unificada del *TN comarques* per a totes les demarcacions i, en el radiofònic, Catalunya Informació difon la mateixa edició de l'informatiu diari *Catalunya al dia* per a tot Catalunya. Únicament l'informatiu radiofònic *Catalunya migdia* inclou desconnexions per demarcació, tot i que de durada breu.

Les emissions en aranès per a la Vall d'Aran sí que s'ofereixen en forma de desconnexions territorials: TV3 emet cada divendres el *TN comarques Val d'Aran* i Catalunya Informació l'espai *Eth matín d'Aran*, de dilluns a divendres.

Quant a la resta de formats i gèneres, durant el 2023 **TV3** presenta una estrena que inclou continguts de divulgació del territori (*Una altra història*), mentre que al **SX3** la novetat és *Al mar!*, centrada en la costa catalana. Per la seva banda, **Catalunya Ràdio** incorpora *No cal anar a Suïssa*, que dona a conèixer el patrimoni natural, cultural i històric de la geografia catalana.

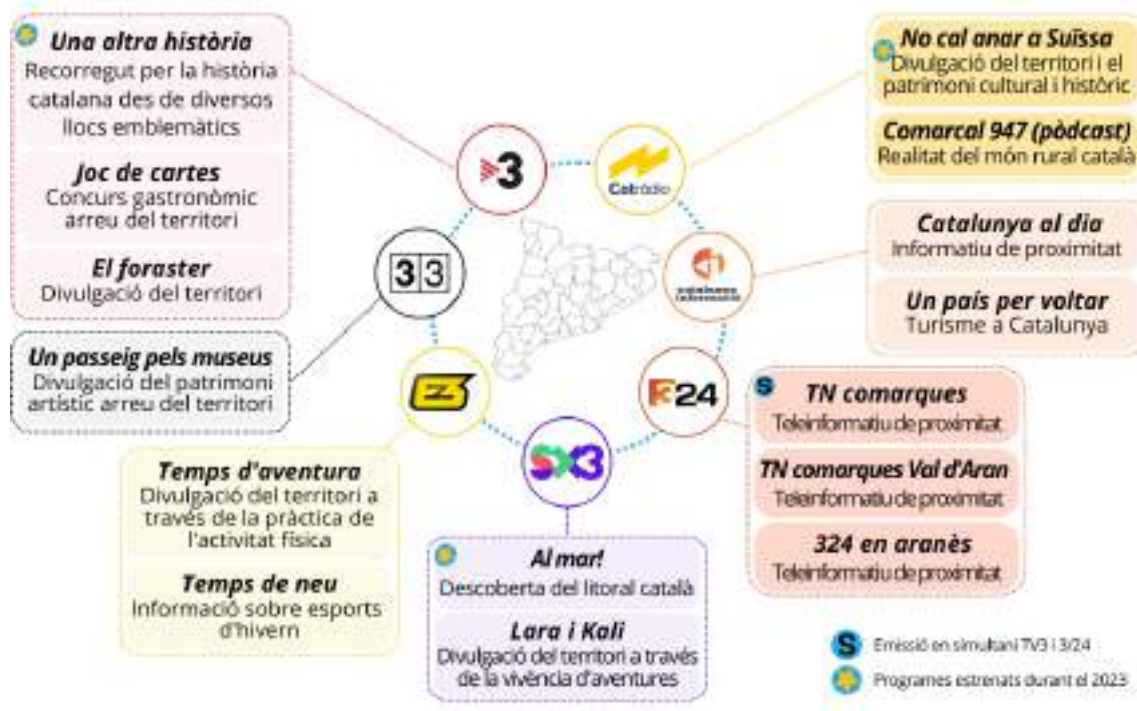
En sentit invers, el 2023 finalitzen les emissions de diversos programes dedicats a la divulgació de diferents àmbits del territori, com *Batalla monumental*, *Gent de mar* i *Origen Catalunya* a TV3, i *Salut i muntanyes* i *La pell dels murs* al 33.

Així mateix, s'ofereixen **noves temporades** de programes ja consolidats en l'oferta de la CCMA, com *Joc de cartes* i *El foraster* a TV3, que mostren la realitat local a través de la gastronomia i l'humor, respectivament (vegeu la figura següent).

Paral·lelament, 3Cat complementa la seva oferta amb continguts centrats en les problemàtiques i particularitats de zones concretes del territori, principalment en el marc del contenidor *30 minuts*, entre els quals es troben reportatges com *Alcarràs*, *l'altra collita*, que retrata el món de la pagesia catalana a través del seguiment de dos agricultors del Baix Segre, o *No plou prou*, que s'endinsa en l'afectació de la sequera en diferents indrets de Catalunya.

Per contra, la majoria de programes que atenen la diversitat natural i cultural del país oferts pel 33 i Esport3 són reemissions i, per tant, sense una atenció a temes de l'actualitat.

Figura 13. CCMA. Exemples de programes amb elements de diversitat territorial. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per la CCMA.

La representació de la pluralitat de la societat catalana: la veu dels grups socials

Una de les vies que té el servei públic audiovisual per reflectir la pluralitat social és donar visibilitat als diferents grups que integren la societat catalana. L'anàlisi de les veus que apareixen representades en la **programació** dels diferents canals de TVC, d'acord amb l'activitat que motiva les seves intervencions, és un dels instruments que permet l'observança d'aquesta missió.

En aquest sentit, les característiques pròpies de cada canal incideixen en la diversitat i la distribució de les persones que apareixen en la programació en funció del rol desenvolupat (vegeu les figures que segueixen).

TV3, com a televisió adreçada al públic general, és el canal amb un ventall de veus més ampli i diversificat, amb variacions poc significatives respecte de l'any anterior. En el marc d'una oferta de continguts que pivota sobre l'actualitat política i social, i on també té un pes considerable l'entreteniment, els perfils que apareixen més continuen sent representants polítics i de l'administració, d'una banda, i veus ocasionals que aporten el seu testimoni personal o que participen en concursos, de l'altra. També registren una presència destacada, tot i que amb valors lleument més baixos, les veus de la cultura i la dels professionals de la comunicació, que intervenen sobretot en espais d'opinió.

En el cas del 33, i com a novetat principal derivada d'una graella de programació en què els espais divulgatius i documentals guanyen espai, les veus de la creació i de la gestió cultural perden prop de 20 punts percentuals respecte del 2022, de manera que les més representades passen a ser les veus ocasionals que expliquen vivències personals.

Per contra, en el canal temàtic Esport3 s'hi reitera una concentració elevada d'intervencions en dos perfils molt concrets vinculats al món de l'esport: persones que es dediquen al periodisme esportiu (1 de cada 2 intervencions) o bé relacionades amb la pràctica esportiva (1 de cada 3).

Quant als **teleinformatius de TV3**, la concurrència de dues cites electorals durant el 2023 –els comicis locals del 28M i les eleccions a les Corts Generals del 23J– contribueix al fet que la presència de veus de l'àmbit polític s'incrementi 6 punts respecte de l'any anterior, i reforci així la seva condició de grup més representat en aquests espais, amb el 35% de les intervencions totals.

Figura 14. TV3. Presència dels grups socials en el conjunt de la programació. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 15. 33. Presència dels grups socials en el conjunt de la programació. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 16. SX3. Presència dels grups socials en el conjunt de la programació. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 17. Esport3. Presència dels grups socials en el conjunt de la programació. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pel que fa als **informatius diaris de Catalunya Ràdio**, també s'hi observa un increment del protagonisme de les veus polítiques, fins i tot més accentuat que a TV3, com a derivada de la doble contesa electoral del 28M i del 23J (en concret sumen 11 punts més que el 2022). En conseqüència, la resta de rols o bé minoren la seva presència relativa o bé la mantenen en valors similars als de l'any anterior.

Figura 18. Catalunya Ràdio. Presència dels grups socials en els informatius diaris. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

2.3. La representació de la pluralitat política de Catalunya en la informació

Un altre imperatiu del servei públic audiovisual, essencial en la generació de valor democràtic, és la garantia del pluralisme polític en la informació. Enguany, en el marc d'excepcionalitat que suposa la concurrència de dos processos electorals, aquesta missió adquireix una rellevància especial.

Una de les vies que permet observar la pluralitat de veus polítiques consisteix a analitzar la presència de les institucions i de les forces polítiques, que pot adoptar formats diversos, com ara temps de paraula en els informatius diaris, entrevistes o participació en debats.

La presència de les institucions i de les forces polítiques en els informatius diaris

D'acord amb la importància que tenen els processos electorals per a qualsevol societat democràtica, durant el 2023, els informatius diaris de la CCMA incrementen el pes de la crònica política i atorguen un protagonisme específic a les dues conteses electorals (vegeu l'epígraf "De què s'informa? La distribució temàtica i els esdeveniments i fets noticiables").

Com a derivada d'aquest augment de la informació política, també creix el nombre absolut d'intervencions de representants polítics, sobretot durant les dues quinzenes en què es desenvolupen les campanyes electorals (vegeu la figura següent), la qual cosa es tradueix en un ventall més divers d'agrupacions de partit. En aquest sentit, i amb motiu de les eleccions del 28M, els informatius de la CCMA incorporen intervencions de formacions polítiques locals o d'àmbit autonòmic que no acostumen a aparèixer en les notícies en períodes ordinaris.

La doble cita electoral del 28M i del 23J és l'element que més condiciona el repartiment de temps de paraula de les veus polítiques l'any 2023.

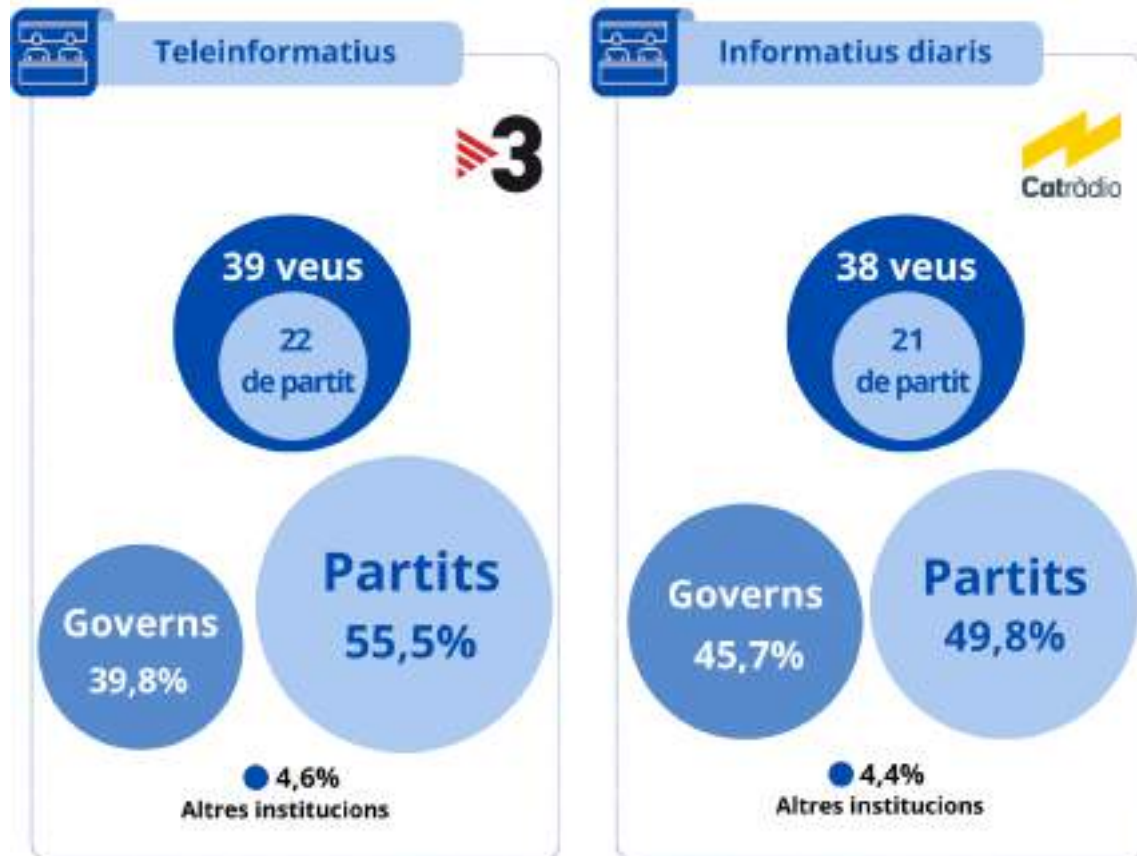
Figura 19. TV3 i Catalunya Ràdio. Nombre mitjà d'intervencions polítiques per programa (durant el període electoral i la campanya electoral).



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En total, els informatius diaris principals de la CCMA, tant els de TV3 com els de Catalunya Ràdio, donen veu a gairebé una quarantena d'agrupacions polítiques, més de la meitat de les quals són veus de partit.

Figura 20. TV3 i Catalunya Ràdio. Nombre de veus polítiques diferents i proporció de temps de paraula en els informatius diaris. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quant a la distribució de les veus polítiques, el context electoral que marca els mesos centrals de l'any contribueix a explicar que la presència de l'executiu català minori gairebé 5 punts a TV3 i pràcticament el doble (9,7 punts) a Catalunya Ràdio.

Els dos quadres següents reflecteixen de manera detallada la distribució del temps de paraula de les veus polítiques que han intervingut en els informatius diaris principals de TV3 i de Catalunya Ràdio al llarg del 2023.

Quadre 1. TV3. Presència de les institucions i de les forces polítiques als teleinformatius.
Any 2023

Canal	Agrupació	% sobre total temps de paraula
	Govern de Catalunya	17,9
	PSC+PSOE+Units per Avançar	12,9
	• PSOE	6,7
	• PSC	6,1
	• Units per Avançar	0,02
	Govern de l'Estat	11,5
	PPC+PP	10,3
	• PP	9,0
	• PPC	1,3
	JUNTsxCAT+Demòcrates de Catalunya	9,2
	• JUNTsxCAT	9,1
	• Demòcrates de Catalunya	0,1
	Sumar ²	8,3
	• CAT EN COMÚ	4,8
	• Podem+Podemos	1,7
	• Movimiento Sumar	1,2
	• Compromís	0,3
	• Més per Mallorca	0,1
	• IU	0,1
	• Más Madrid	0,1
	• Chunta Aragonesista	0,02
	• Más País	0,01
	ERC	6,9
	Govern de les adm. locals catalanes	6,5
	CUP	2,6
	VOX	2,0
	Organismes de la Unió Europea	1,7
	Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	1,7
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	1,3
	C's	1,0
	Corts Generals	1,0
	PDECAT	0,9
	Govern de les adm. locals no catalanes	0,8
	EH Bildu	0,5
	Altres institucions de la Generalitat	0,4
	Òrgans de govern de l'adm. de justícia	0,4
	Parlament de Catalunya	0,4
	Corona	0,4
	PNB	0,3
	Altres actors polítics sense adscripció	0,3
	Valents	0,2
	Altres institucions de l'Estat	0,1
	Altres cambres legislatives	0,1
	Junta Electoral	0,1
	Coalición Canaria	0,1
	BNG	0,1
	CPM	0,03
	UPN	0,03
	GBeC-Mcat	0,03
	Geroa Bai	0,02
	Aliança Catalana	0,02
	TxT	0,02
	NMC	0,02
	Sindicatura de Greuges de Barcelona	0,02
	PRC	0,004
	Total	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

² El 23/03/2023 se celebra l'assemblea fundacional de Sumar. El 05/12/2023, Podemos abandona aquest espai polític.

Quadre 2. Catalunya Ràdio. Presència de les institucions i de les forces polítiques als informatius diaris. Any 2023

Canal	Agrupació	% sobre total temps de paraula
	Govern de Catalunya	22,3
	PSC+PSOE+Units per Avançar	11,5
	• PSOE	5,7
	• PSC	5,8
	• Units per Avançar	0,04
	Govern de l'Estat	10,5
	PPC+PP	9,5
	• PP	8,2
	• PPC	1,4
	Govern de les adm. locals catalanes	8,5
	JUNTsxCAT+Demòcrates de Catalunya	8,4
	• JUNTsxCAT	8,3
	• Demòcrates de Catalunya	0,1
	Sumar	7,3
	• CAT EN COMÚ	4,4
	• Movimiento Sumar	1,4
	• Podem+Podemos	1,3
	• IU	0,1
	• Compromís	0,1
	• Chunta Aragonesista	0,05
	• Más País	0,04
	• Más Madrid	0,04
	• Més per Mallorca	0,02
	ERC	6,5
	CUP	2,0
	Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	1,8
	Organismes de la Unió Europea	1,8
	VOX	1,7
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	1,6
	PDECAT	1,0
	Corts Generals	1,0
	Govern de les adm. locals no catalanes	0,9
	C's	0,7
	Altres actors polítics sense adscripció	0,5
	Òrgans de govern de l'adm. de justícia	0,5
	Altres institucions de la Generalitat	0,5
	Valents	0,2
	Parlament de Catalunya	0,2
	EH Bildu	0,2
	Corona	0,2
	PNB	0,2
	Altres institucions de l'Estat	0,1
	Altres cambres legislatives	0,1
	UPN	0,1
	Coalición Canaria	0,1
	Sindicatures de greuges locals	0,05
	BNG	0,04
	PACMA	0,03
	Aliança Catalana	0,03
	Partido Aragonés	0,03
	BCN ETS TU	0,03
	CPM	0,03
	Sindicatura de Greuges de Barcelona	0,02
	Geroa Bai	0,02
	Total	100



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A diferència dels tres anys anteriors, i com acostuma a passar en períodes electorals, **la veu agregada dels partits supera la dels executius com a derivada** del focus informatiu que es posa sobre els comicis

Tal com queda palès en l'informe monogràfic [*L'impacte dels processos electorals en els continguts*](#), el fet que la presència dels partits sigui superior a la dels governs és un comportament atípic i característic dels períodes electorals que trenca amb la correlació habitual governs-partits en períodes ordinaris i que, enguany, es trasllada també a les dades anuals.

En aquest marc, els informatius diaris de la televisió i de la ràdio públiques donen veu a les 8 forces polítiques amb representació a la cambra catalana i les distribueixen de forma molt similar en funció del temps de paraula, amb alguna petita variació percentual (vegeu les figures següents).

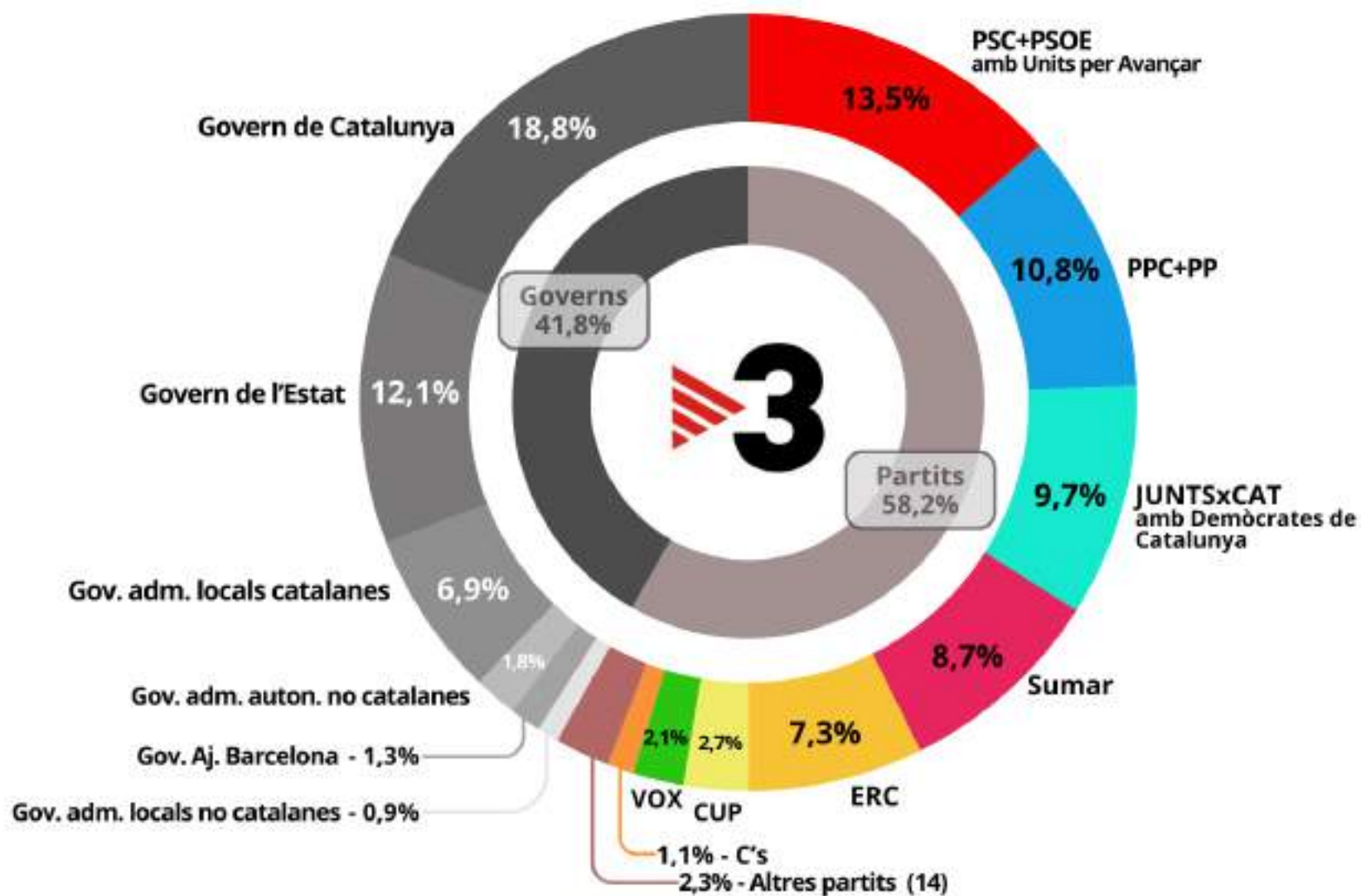
Els focus informatiu que es posa sobre les dues eleccions i l'abast dels comicis mateixos propicien que les dues agrupacions de partit amb més temps, tant a TV3 com a Catalunya Ràdio, es corresponguin amb les forces parlamentàries principals en l'àmbit estatal: PSC+PSOE (12%-13,5%) i PPC+PP (10%-11%).

Amb una presència no allunyada d'aquestes dues forces, i en una forquilla de com a màxim 2,5 punts percentuals –entre el 7% i el 9,5%, aproximadament–, se situen altres tres forces polítiques: JUNTSxCAT, Sumar i ERC.

Les altres tres formacions que completen l'arc parlamentari (CUP, VOX i C's) registren entre l'1% i el 3% del temps total, cada una.

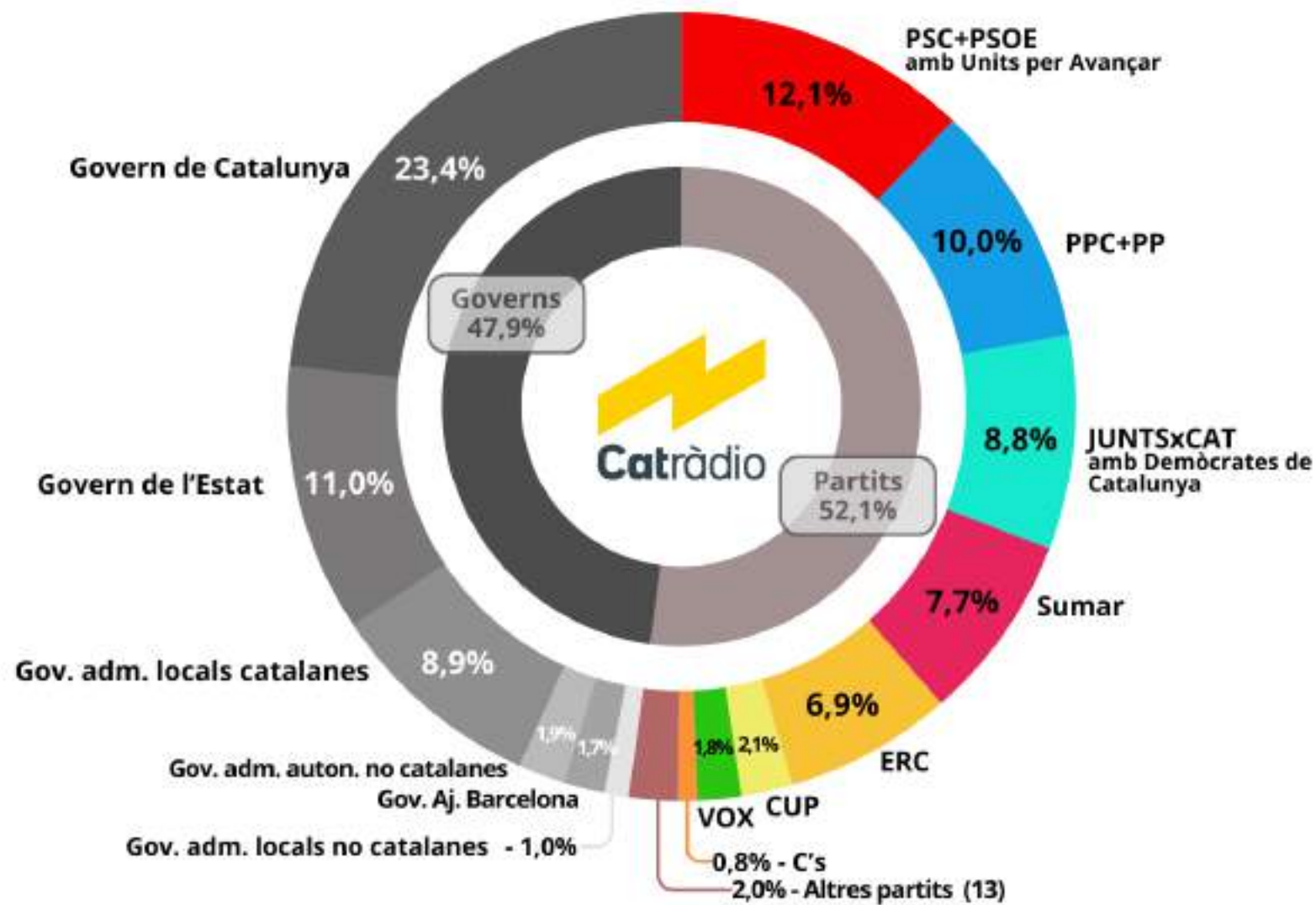
Més enllà de la rellevància informativa dels processos electorals esmenats, els mitjans públics no han deixat de banda altres temàtiques de discussió parlamentària d'interès per a la societat catalana, com ara l'eventual aprovació d'una llei d'amnistia i l'ús del català al Congrés i a l'eurocambra, en el marc de les negociacions posteriors al 23J, així com les derivades del judici per presumpta corrupció a la presidenta del Parlament i el debat entorn de l'aprovació dels pressupostos de la Generalitat, en el context de l'activitat de la cambra catalana.

Figura 21. TV3. Presència mitjana dels governs i dels partits polítics als teletinformatius. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 22. Catalunya Ràdio. Presència mitjana dels governs i dels partits polítics als informatius diaris. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència del món polític local en els informatius diaris

En un any en què se celebren eleccions municipals, la presència del món polític local en sentit ampli es veu incrementada perquè una part de les veus de partit correspon a persones que integren les candidatures als diferents ajuntaments.

Més enllà d'aquesta circumstància, el pes de la política municipal, mesurat en el temps de paraula de representants dels consistoris, es manté estable als informatius diaris de la CCMA, al voltant d'una desena part del total.

Aquesta presència del món polític local circumscrita a la lògica govern-oposició es continua concretant de manera majoritària (gairebé en un 80%) en diferents ens locals d'arreu del territori, fins i tot amb més intensitat que en anys anteriors. D'una banda, la cobertura dels comicis del 28M, i de l'altra, l'atenció informativa creixent sobre la sequera i les seves conseqüències arreu de la geografia catalana, una problemàtica d'interès públic i amb un component elevat de gestió municipal, explicarien aquest increment en la diversificació territorial de les veus polítiques locals.

Una altra característica que es reitera en la representació del món polític local, tant a TV3 com a Catalunya Ràdio, és la preponderància dels executius davant de les oposicions, si bé aquest any, com a novetat, s'observa amb molta menys contundència en l'àmbit de Barcelona (66%-68% del total) que a la resta del territori català (94%-97%). El focus que es posa sobre el posicionament dels grups municipals en el procés de constitució del nou consistori barceloní i les reaccions a la configuració del cartipàs afavoreixen aquest atansament entre govern i oposició de l'Ajuntament de Barcelona.

Figura 23. TV3 i Catalunya Ràdio. Presència del món polític local als informatius diaris. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència de les institucions i de les forces polítiques en entrevistes i debats

L'oferta de continguts informatius d'actualitat política i social de la CCMA inclou l'emissió de gairebé 900 entrevistes a representants institucionals i de partits polítics. En concret, els informatius diaris, magazins informatius i altres espais informatius dels mitjans generalistes (TV3 i Catalunya Ràdio), amb més impacte en termes d'audiència, concentren el gruix d'aquestes entrevistes (prop de 400 cada mitjà) i donen veu a una vintena d'agrupacions cada un, la meitat de les quals són veus de partit.

Figura 24. TVC i Catalunya Ràdio. Veus polítiques entrevistades. Any 2023

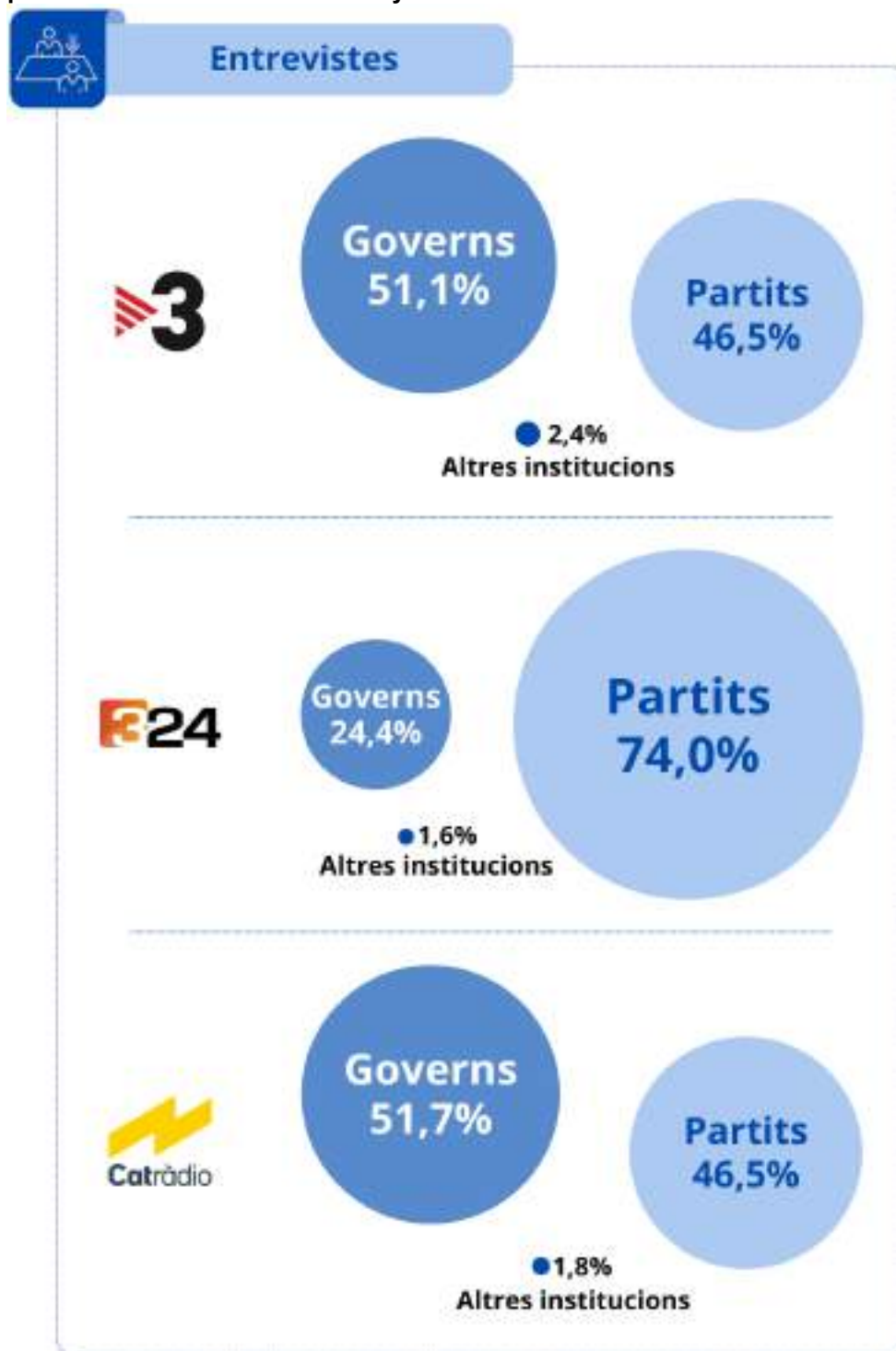


Font: Elaboració pròpia a partir d'informació declarada per la CCMA.

La conjuntura electoral del 2023 i la definició per part de la CCMA de plans de cobertura que inclouen l'emissió de diverses rondes d'entrevistes a representants de les candidatures, tant pel 28M com pel 23J, fan que la proporció d'**entrevistes** a formacions polítiques creixi tant a TV3 i Catalunya Ràdio, on a diferència de l'any anterior s'aproximen a les governamentals, com al canal informatiu 324, que ja prioritza de manera habitual la presència dels partits en aquest format.

Amb tot, les entrevistes a membres dels executius continuen depassant la meitat de les comptabilitzades tant a TV3 com a Catalunya Ràdio, sobretot per les realitzades a integrants del Govern de Catalunya i a representants d'ens locals d'arreu del territori, les dues agrupacions que n'acumulen més als dos mitjans.

Figura 25. TVC i Catalunya Ràdio. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació declarada per la CCMA.

El quadre següent concreta totes les agrupacions polítiques que han estat entrevistades al llarg del 2023 a TV3, el 3/24 i Catalunya Ràdio, i en detalla la presència relativa a cada mitjà.

Quadre 3. TV3, 3/24 i Catalunya Ràdio. Presència de les institucions i de les forces polítiques en entrevistes. Any 2023

			
Agrupació	% entrevistes (N=376)	% entrevistes (N=123)	% entrevistes (N=387)
Govern de Catalunya	22,1	22,0	19,1
Govern de les administracions locals catalanes	17,6	1,6	21,4
JUNTsxCAT+Demòcrates de Catalunya	10,4	22,0	9,6
• JUNTsxCAT	10,1	22,0	8,8
• Demòcrates de Catalunya	0,3		0,8
ERC	9,0	14,6	8,3
Sumar	8,2	10,5	5,8
• CAT EN COMÚ	6,1	8,9	4,4
• Podemos	1,3		0,3
• Compromís	0,5	0,8	0,5
• Más País	0,3		0,3
• Más per Mallorca		0,8	
• Movimiento Sumar			0,3
PSC+PSOE	7,1	8,1	7,8
• PSC	6,6	8,1	5,2
• PSOE	0,5		2,6
Govern de l'Estat	5,3		7,2
PPC+PP	4,5	4,1	7,3
• PPC	2,9	4,1	4,7
• PP	1,6		2,6
CUP	4,0	9,8	3,9
Govern de l'Ajuntament de Barcelona	3,7	0,8	2,3
Govern de les administracions locals no catalanes	1,9		0,5
Altres institucions de la Generalitat	1,3	0,8	0,8
PDECAT	0,8	2,4	1,8
VOX	0,8	0,8	0,8
C's	0,8	1,6	0,5
Altres actors polítics sense adscripció	0,5		1,0
Sindicatura de Greuges de Barcelona	0,3		
Abuelas por Patones	0,3		
Junta electoral	0,3		
Valents	0,3		0,3
Altres institucions de l'Estat	0,3		
Parlament de Catalunya	0,3		0,3
Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	0,3		0,5
Corts Generals		0,8	0,8
Caminando Juntos			0,3
Total	100	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació declarada per la CCMA.

L'any 2023 la CCMA ha programat un total de 8 **debats** amb participació d'actors polítics, tots de naturalesa electoral. L'emissió d'aquests debats contribueix de manera positiva a l'exercici del dret de vot, atès que ofereixen a l'audiència la possibilitat de contrastar les propostes programàtiques i l'ideari de les diferents candidatures.

La majoria d'aquests debats (7 dels 8) es programen amb motiu de les eleccions locals del 28M i, d'acord amb el pla de cobertura aprovat per la CCMA, alguns s'emeten per més d'un mitjà, ja sigui en simultani o en diferit, tal com es detalla a [l'informe específic sobre el seguiment informatiu, a la televisió i a la ràdio, durant el període de campanya electoral del 28M](#).

Les eleccions del 23J també motiven l'emissió simultània per TV3, el 3/24 i Catalunya Radio d'un debat electoral entre les candidatures amb representació al Congrés dels Diputats per la circumscripció de Barcelona que concorren als comicis.

En el conjunt d'aquests debats, els mitjans de la Corporació han donat veu a 10 forces polítiques distintes.

Quadre 4. TV3, 3/24 i Catalunya Ràdio. Presència de les institucions i de les forces polítiques en debats. Any 2023

			
Agrupació	% debats (N=36)	% debats (N=36)	% debats (N=36)
PSC	13,9	13,9	13,9
JUNTSxCAT	13,9	13,9	13,9
ERC	13,9	13,9	13,9
PPC	11,1	11,1	11,1
PDECAT	11,1	11,1	11,1
C's	11,1	11,1	11,1
CAT EN COMÚ	11,1	11,1	11,1
CUP	8,3	8,3	8,3
VOX	2,8	2,8	2,8
Valents	2,8	2,8	2,8
Total	100	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació declarada per la CCMA.

2.4. La igualtat de gènere en la programació

Un dels compromisos fonamentals del servei públic és contribuir a la construcció d'una societat més justa i igualitària, sense discriminacions. Això implica, entre altres accions, garantir una presència i representació equilibrada d'homes i dones, i integrar la perspectiva de gènere en el tractament dels continguts.

Presència de les dones en el conjunt de la programació

La presència global de dones als mitjans de la CCMA encara no assoleix la igualtat. En aquest marc general cal destacar, però, que el SX3 sí que compta amb una presència equilibrada de dones i homes en la seva programació (de no ficció), un tret especialment remarcable en continguts formatius adreçats a infants i adolescents.

També ha evolucionat en direcció a una presència igualitària en termes quantitatius Catalunya Ràdio, on la proporció augmenta entorn de 4 punts respecte dels valors registrats l'any passat, i Esport3, on creix 2,5 punts percentuals i se situa en el 21%. No obstant això, el canal esportiu continua sent el que té una presència de dones més baixa.

Esport3 continua sent **el canal de CCMA on les dones són més minoritàries** en la programació.

Figura 26. TVC. Proporció de les intervencions de dones en el conjunt de la programació i en funció de la tipologia de programes. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 27. Catalunya Ràdio. Proporció de les intervencions de dones en el conjunt de la programació i en funció de la tipologia de programes. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

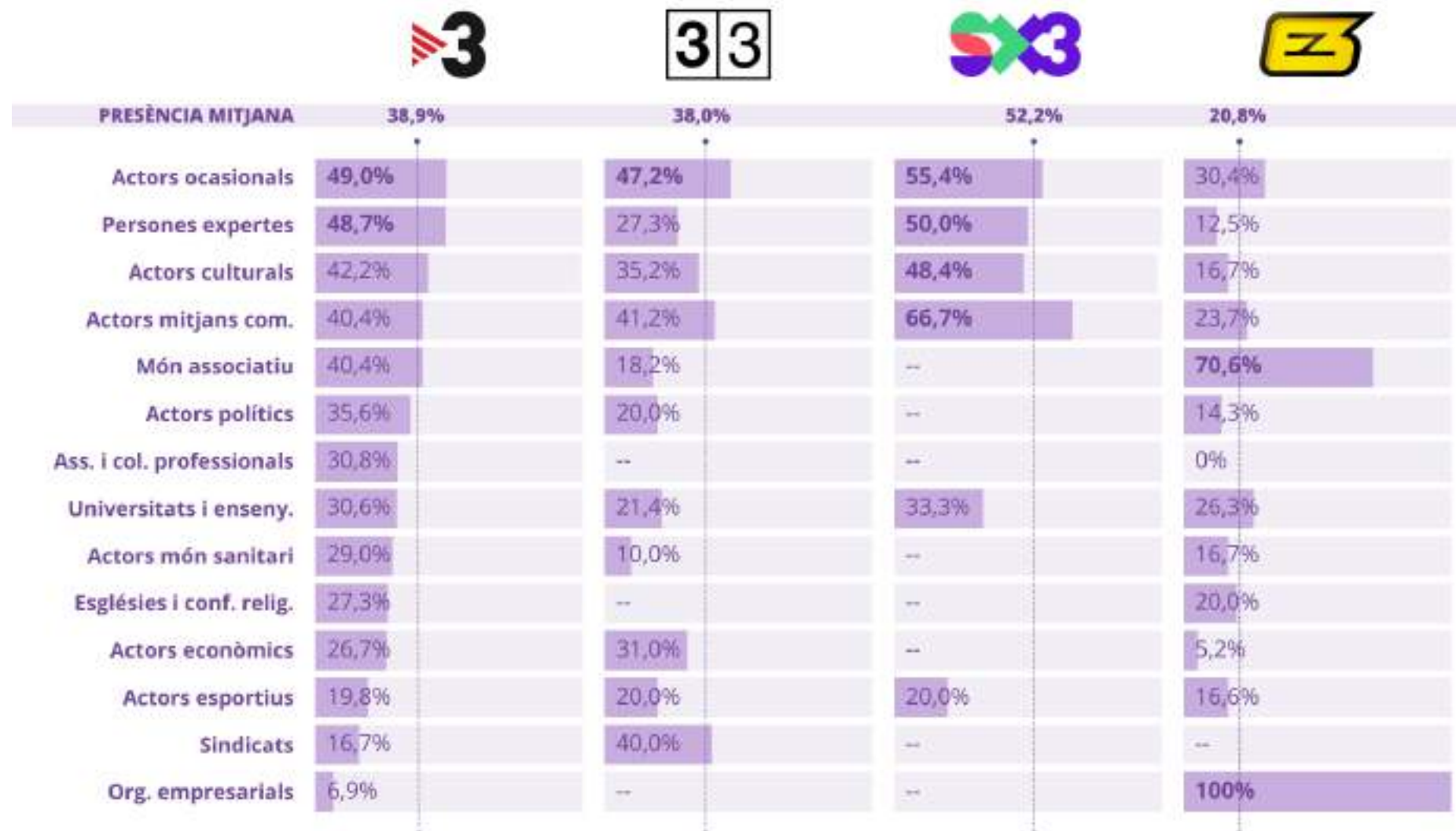
D'altra banda, les dues figures següents permeten apreciar com el desequilibri en la presència global de dones en la programació és una característica comuna, en diferent grau, a la majoria dels àmbits socials que impliquen una visibilitat pública o professional.

De fet, les dones únicament assoleixen de manera generalitzada valors pròxims a la paritat quan intervenen com a veus ocasionals mancades de representativitat social o reconeixement professional.

De manera més puntual, i com a novetat, també es constaten percentatges que tendeixen a l'equilibri entre les veus expertes que intervenen en la graella de TV3 (48,7%) i en la representació del món de l'ensenyament als informatius diaris de Catalunya Ràdio (48%). Aquests resultats, tot i referir-se a àmbits socials amb una presència limitada en l'oferta de continguts de la CCMA, ajuden a visibilitzar les aportacions de les dones en la creació i transmissió de coneixement, i contribueixen, per tant, a la construcció de referents.

En canvi no s'aprecien avenços significatius en els àmbits socials tradicionalment més androcèntrics, com els vinculats al món de l'economia i l'empresa o l'esport, que concentren de nou els biaixos més accentuats.

Figura 28. TVC. Proporció d'intervencions de dones en el conjunt de la programació en funció de l'activitat desenvolupada. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 29. Catalunya Ràdio. Proporció d'intervencions de dones en els informatius diaris en funció de l'activitat desenvolupada. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Les dones en els espais de creació d'opinió sobre l'actualitat política

En tractar-se d'emissions amb participació regular de les persones, les tertúlies d'actualitat política constitueixen un format en el qual el prestador pot incidir directament sobre la proporció de dones i homes. Així, l'any 2023, TVC (TV3 i el 3/24) fa créixer la proporció de dones en aquests espais d'opinió i recupera valors propers a la igualtat, perduts el 2022.

Quant a Catalunya Ràdio, tot i un creixement lleu respecte de l'any anterior, la distribució de les participacions encara no assoleix la paritat.

Figura 30. TVC i Catalunya Ràdio. Proporció de participacions de dones en tertúlies. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació declarada per la CCMA.

Les dones en la política: presència de partits i institucions en la informació

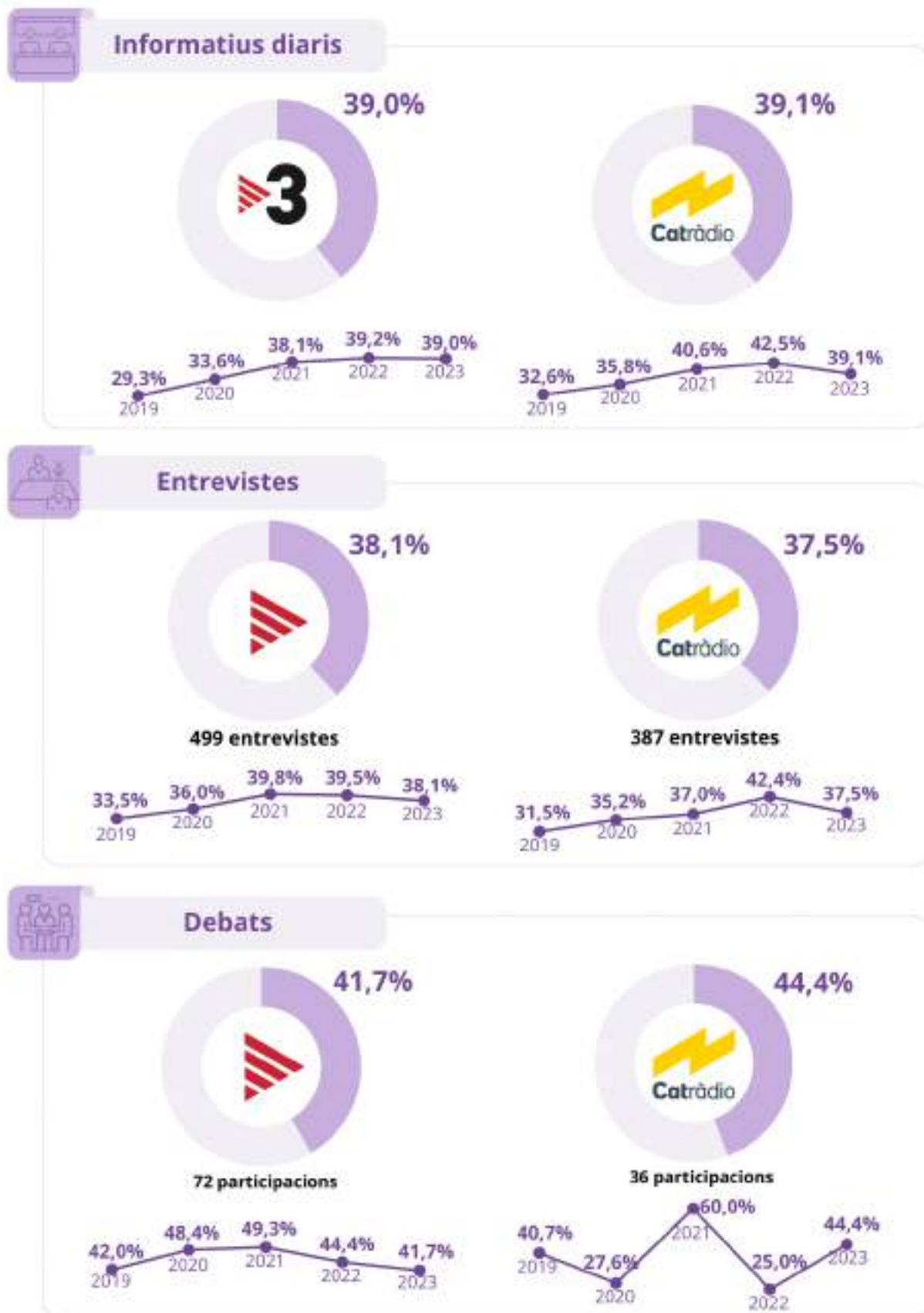
La presència relativa de les dones en la informació política disminueix de manera generalitzada als dos mitjans generalistes de la CCMA durant el 2023 i queda fixada al voltant del 40% tant en els **informatius diaris** com en el marc de les **entrevistes i debats** emesos.

Aquest retrocés transversal suposa un trencament en la línia ascendent que la presència de dones venia dibuixant en els darrers anys i és una derivada més de la concurrència de dos comicis en els mesos centrals de l'any. De fet, les sèries històriques de dades del CAC mostren com, de manera endèmica, la presència de dones reula en períodes de campanya electoral (vegeu l'informe monogràfic [*L'impacte dels processos electorals en els continguts*](#)).

Quant als **debats**, la totalitat dels declarats per la CCMA el 2023 (8 en total) són de naturalesa electoral i, per tant, la tria de les persones que hi participen és un element que depassa l'àmbit de decisió dels diferents canals (consulteu l'epígraf "La presència de les institucions i de les forces polítiques en entrevistes i debats" d'aquest informe). Amb tot, el percentatge de dones en aquest format a TVC i a Catalunya Ràdio és força similar al registrat el 2019, un any en què també van confluïr eleccions a les Corts Generals i eleccions locals (a més d'europes).

La presència de les dones en la informació política es manté estable entorn del 40% durant el 2023, un any electoral en què el focus es posa, sobretot, en l'encapçalament de les candidatures, on les dones són una minoria.

Figura 31. TV3/TVC i Catalunya Ràdio. Evolució de la proporció de participacions de dones en els informatius diaris, entrevistes i debats. Període 2019-2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La integració de la perspectiva de gènere en els continguts

A més d'una presència equitativa i una representació no estereotipada, la incorporació de la perspectiva de gènere en la producció dels continguts audiovisuals és un indicador clau per avaluar els avenços en l'abolició de les desigualtats per raó de gènere. En aquest sentit, els mitjans de la CCMA ofereixen programes que integren aquesta visió al llarg de l'any i, especialment, coincidint amb la celebració dies internacionals relacionats amb les dones.

Així, el Dia Internacional de les Dones (8 de març) es commemora amb una programació que reivindica de manera específica la presència de les dones en els diferents camps del coneixement i àmbits professionals, i que evidencia les desigualtats de drets i oportunitats encara existents. S'emet principalment durant la setmana del 6 al 12 de març, amb l'etiqueta #SomDones a les xarxes socials (vegeu la figura següent).

La problemàtica de les **violències masclistes** com a conseqüència de la situació de desigualtat estructural de les dones s'aborda des de diferents perspectives.

En l'àmbit esportiu, els fets que van confluïr en la victòria d'Espanya en la FIFA Women's World Cup 2023 van assolir una forta transcendència mediàtica. En aquell moment, nombrosos programes de televisió i de ràdio de la Corporació van informar, analitzar i denunciar la normalització de possibles elements de masclisme estructural. L'anàlisi del CAC³ sobre el tractament d'aquests fets en els informatius dels quatre canals amb més audiència a Catalunya va concloure que TV3 va ser l'únic que, des del primer moment, va posar el focus en un posicionament de denúncia del comportament masclista per davant de la perspectiva de victòria esportiva de la selecció.

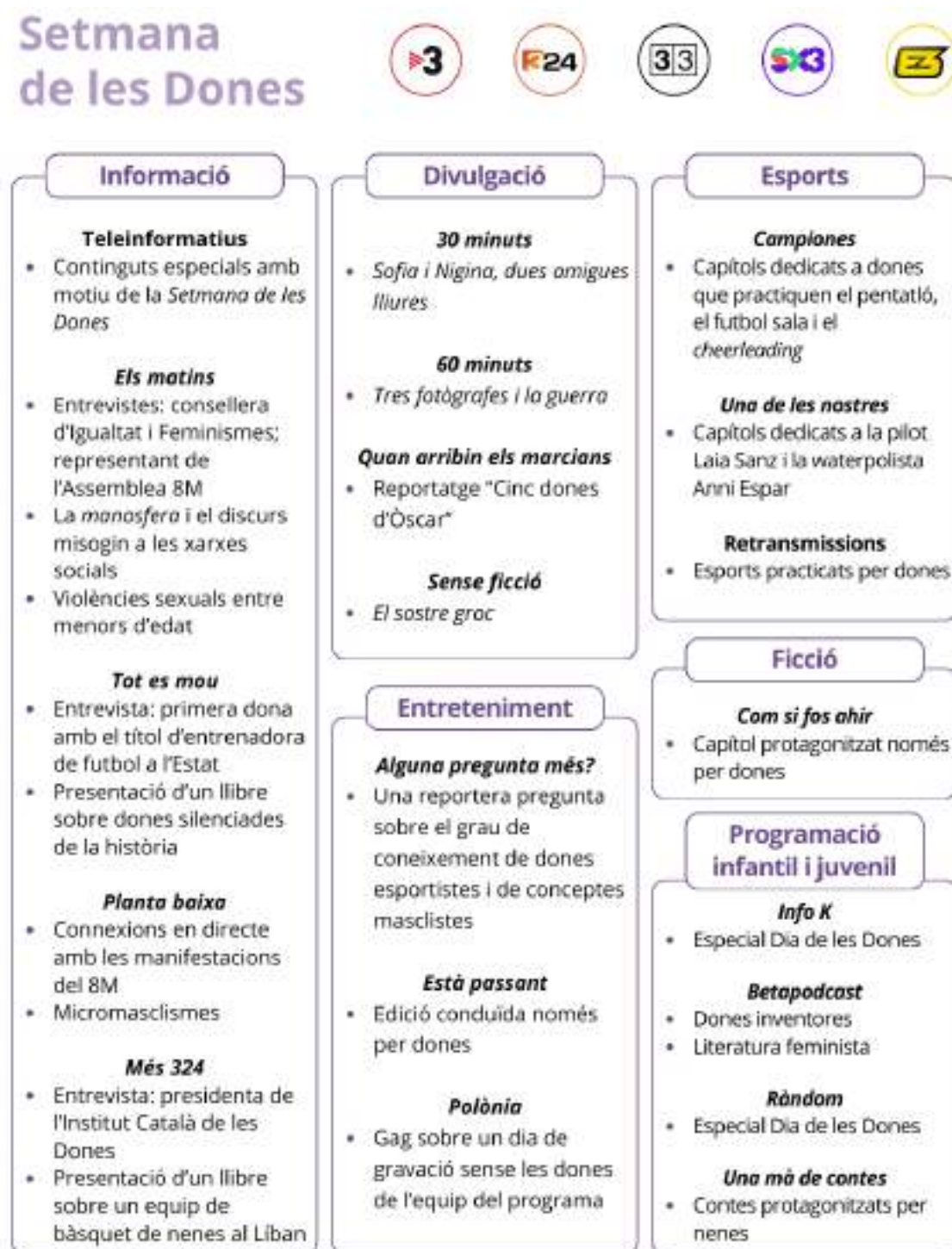
Dins del *Nits sense ficció*, TV3 emet una **nit temàtica sobre el masclisme en el món de l'esport**, amb el documental *S'ha acabat! L'efecte Rubiales* i un debat amb persones destacades del món de l'esport i el periodisme.

³ Font: Informe del CAC 16/2023, *El tractament informatiu del fets que conflueixen en la victòria d'Espanya en la FIFA Women's World Cup 2023*.

Més enllà de les formes més visibles de violències masclistes –físiques, psicològiques, sexuals, etc.– el 2023 també s'incideix en la violència digital, amb l'abordatge de qüestions com el ciberassetjament i altres conductes que afecten la dignitat i els drets de les dones arran de l'expansió de la intel·ligència artificial.

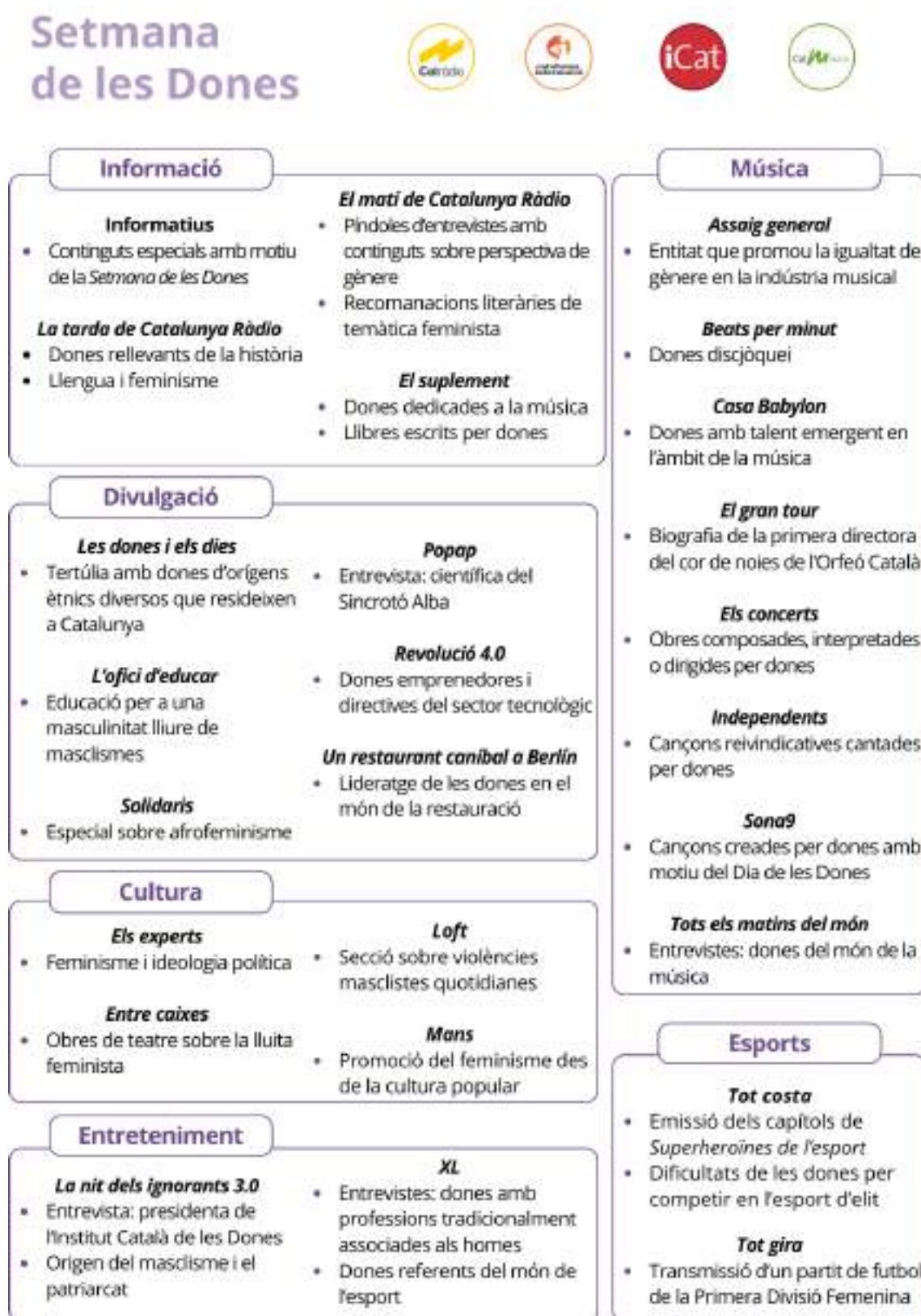
Les infografies següents recullen els continguts tractats durant moments específics de l'any en què es fa una aproximació a les temàtiques des de la perspectiva de gènere: el Dia Internacional de les Dones (8 de març), on s'ofereix una programació especial englobada dins la Setmana de les Dones, i els dies propers al Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones (25 de novembre).

Figura 32. TV3, 3/24, SX3/33 i Esport3. Continguts destacats de la Setmana de les Dones (6 al 12 de març). Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 33. Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, iCat i Catalunya Música. Continguts destacats de la Setmana de les Dones (6 al 12 de març). Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 34. CCMA. Continguts destacats entorn del Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència Envers les Dones (25 de novembre i dies previs i posteriors). Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A banda d'aquests continguts, la incorporació de la perspectiva de gènere en el tractament de la **salut** es reforça aquest any amb motiu de La Marató dedicada a la salut sexual i reproductiva. Els magazins de televisió i ràdio, així com diversos programes informatius i de divulgació, tracten els canvis físics i emocionals associats a l'etapa de la menopausa i diversos aspectes de salut en l'àmbit de la maternitat.

Així mateix, es presenten continguts que aborden les **noves formes de masculinitat**. El documental *On són els homes? (Sense ficció)*, per exemple, mostra el procés d'alguns homes per eliminar les conductes masclistes i repensar la masculinitat.

A més, l'oferta dels mitjans de la Corporació posa en relleu les **aportacions de les dones** en diferents àmbits de l'esfera pública. Els magazins i els programes de caire temàtic, entre d'altres, contribueixen així a revertir el biaix androcèntric del coneixement i els rols de gènere estereotipats.

Figura 35. CCMA. Exemples de continguts referits a aportacions de les dones en l'esfera pública. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pel que fa a la **programació esportiva**, la presència de l'esport practicat per dones en la informació de TV3 i Esport3 millora les dades del 2022, tot i que amb percentatges encara lluny de la paritat. En concret, la proporció de la informació esportiva que es refereix a dones creix més de 3 punts al canal generalista i es duplica a Esport3 respecte de l'any precedent.

Figura 36. CCMA. Presència de l'esport practicat per dones. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Aquest increment en la presència de la informació sobre esports practicats per dones es complementa amb la retransmissió per TV3 de partits del FC Barcelona, alguns dels quals aconseguixen xifres notables d'audiència.

La **final de la UEFA Women's Champions League** va obtenir una **audiència mitjana de 464.000** persones i una **quota del 29,1%**, segons informa la CCMA.

2.5. Premis, reconeixements i guardons

Entitats d'àmbit divers han reconegut produccions i professionals de la CCMA per la contribució a la igualtat de gènere, el rigor en la tasca informativa i la representació de la diversitat del territori, elements que reforcen el valor democràtic del servei públic.

Figura 37. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor democràtic. Any 2023

Premi de la Fundació Internacional de la Dona Emprenedora 2023 a la trajectoria professional a la periodista Montse Armengou, creadora i directora del programa Sense Ficció.	
	Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere en la categoria audiovisual al programa de Catalunya Ràdio <i>Les dones i els dies</i> per l'edició dedicada a les dones amb VIH i la seva vulnerabilitat a escala biològica, social i cultural.
Premi Blanquerna de Comunicació per a Manel Allas, excorresponsal de TV3 i Catalunya Ràdio a Rússia, per "l'excel·lent cobertura de la guerra d'Ucraïna" i "ser dels pocs periodistes que va cobrir-la des del vessant del Donbass, controlat per les tropes russes".	
	Premi Dunia Ayaso de la Fundació SGAE al llargmetratge coproduït per 3Cat <i>Creatura</i> per "la seva valentia i capacitat de generar debat a l'entorn de la sexualitat femenina, tan poc explorada en el cinema".
Millor pòdcast de narrativa de no ficció per <i>Comarcal 947</i> que fa un retrat de la diversitat del món rural català a través de les persones que hi habiten i treballen.	
	Guardó en la categoria Panorama per <i>Retorn a Raqqa</i>, que narra el segrest d'un grup de periodistes i cooperants a mans d'Estat Islàmic.

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

3. El servei públic audiovisual com a generador de valor social

El servei públic audiovisual ha de tenir un caràcter transversal, inclusiu i massiu. Aquests valors són especialment rellevants en un mercat comunicatiu fragmentat, que propicia una societat igualment fragmentada. Així mateix, el mercat audiovisual tendeix cap a models de negoci basats en el pagament i l'accés condicionat, en contraposició al servei públic, que ofereix un servei en obert i d'accés universal.

D'altra banda, i gràcies a les noves plataformes i sistemes de distribució connectats, el servei públic audiovisual pot ampliar la seva funció social: a més d'informar, formar i entretenir, també ha de promoure la participació i la interacció ciutadanes. Així, a la transmissió unidireccional pròpia de la radiodifusió, s'hi ha de sumar una nova funció: la promoció de les relacions horitzontals entre persones, en totes les dimensions i identitats, com a ciutadans, com a audiència de televisió tradicional, com a usuaris de serveis connectats, com a membres d'una comunitat d'interessos, entre d'altres.

Més enllà d'això, el servei públic té el valor social de crear comunitat. La revolució digital permet una multiplicació de l'oferta i una segmentació de l'audiència en funció dels seus interessos. Davant d'aquesta nova situació, el servei públic audiovisual ha d'ésser present en els principals nínxols de mercat que genera la nova situació, però, sobre tot, ha de mantenir el seu rol central de generar comunitat entre tots els individus de la societat. Per a continuar generant aquest valor social, ha de desplegar els seus serveis i continguts no sols mitjançant la radiodifusió tradicional, sinó també en les noves plataformes i xarxes de distribució digitals.

Per aquests motius, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

Obligacions específiques

-  a) Oferir el servei públic audiovisual per mitjà de totes les plataformes de distribució, des de la televisió tradicional i els serveis a demanda fins a les plataformes d'intercanvi de vídeos, les xarxes socials, les retransmissions en línia, les plataformes de difusió en directe i qualsevol altre sistema o plataforma que sorgeixi en el futur.
-  b) Explorar, promoure i liderar els nous models de distribució i els nous formats audiovisuals.
-  c) Tenir un impacte social substancial a la xarxa i en les noves plataformes connectades, tal com el tenen en la televisió tradicional.
-  d) Oferir el servei públic audiovisual com a plataforma de promoció i d'impuls de les noves tendències i incorporar-les als seus principis de transversalitat i inclusivitat, i també ésser capdavaners en la innovació de noves formes de continguts per a arribar a nous públics.

- e) *Garantir la visibilitat i la prominència dels continguts i serveis de servei públic en l'entorn connectat, d'acord amb l'esperit de la nova Directiva europea de serveis de comunicació audiovisual del 2018, la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlament Europeu i del Consell, del 14 de novembre, per la qual es modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual (Directiva de serveis de comunicació audiovisual), atesa l'evolució de les realitats del mercat.*
- f) *Quant als continguts, afavorir el coneixement i facilitar la relació i la comprensió mútua amb les persones novvingudes. En aquest sentit, han d'oferir una informació i unes representacions respectuoses i acurades sobre la diversitat existent al país, reflectir-la en la programació i, alhora, treballar per la cohesió de la societat catalana.*
- g) *Tractar com a objectiu prioritari l'atenció especial a infants, adolescents i joves, atès que una adequada protecció de menors és el fonament bàsic d'una societat estructurada i equilibrada, i tenir en compte les noves plataformes d'accés als continguts audiovisuals i usar els recursos tecnològics disponibles per a garantir-ne el deure de protecció.*
- h) *Impulsar l'aplicació i el desenvolupament d'instruments tecnològics que facin possible l'accés de les persones amb discapacitat sensorial, cognitiva o de qualsevol altra naturalesa als continguts emesos.*

Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026

3.1. L'accés a l'oferta de la CCMA: la distribució dels continguts

La distribució de l'oferta a través de mitjans digitals: el llançament de 3Cat

En els darrers anys, es constata un augment progressiu del consum de continguts audiovisuals a través d'internet en totes les franges d'edat, amb l'excepció de les persones de més de 65 anys.⁴ Davant aquest context de segmentació de l'audiència i irrupció de noves formes de distribució digital, el Mandat marc estableix la necessitat que els prestadors públics s'adaptin a les noves eines de distribució com a manera de mantenir el seu caràcter universal.

En aquest marc, la CCMA mateixa situa el llançament de la plataforma digital 3Cat (www.ccma.cat/3cat) l'octubre del 2023, que actualitza el servei de televisió i ràdio a petició, com una de les vies per donar-hi resposta.⁵

Figura 38. Distribució dels continguts a través de la nova plataforma 3Cat



⁴ Vegeu les dades relatives a la penetració de l'audiovisual a Catalunya recollides en les diverses edicions del Butlletí d'Informació sobre l'Audiovisual a Catalunya (BIAC).

⁵ El Pla estratègic de la CCMA, titulat "Connectem", situa la creació d'"una nova OTT catalana d'accés universal" com a segona "palanca de canvi".

Aquesta plataforma, en la línia d'altres OTT, incorpora eines i serveis de personalització de l'oferta de continguts. El registre com a persones usuàries permet disposar de funcionalitats vinculades a l'activitat de visionament, com ara la personalització de recomanacions basades en hàbits de consum; la creació de llistes de reproducció pròpies; la recepció d'alertes sobre estrenes i altres continguts d'interès, o la sincronització entre dispositius.

La Corporació desplega l'oferta de 3Cat a través de diferents sistemes de distribució digital de continguts, utilitzant tant entorns propis com externs.

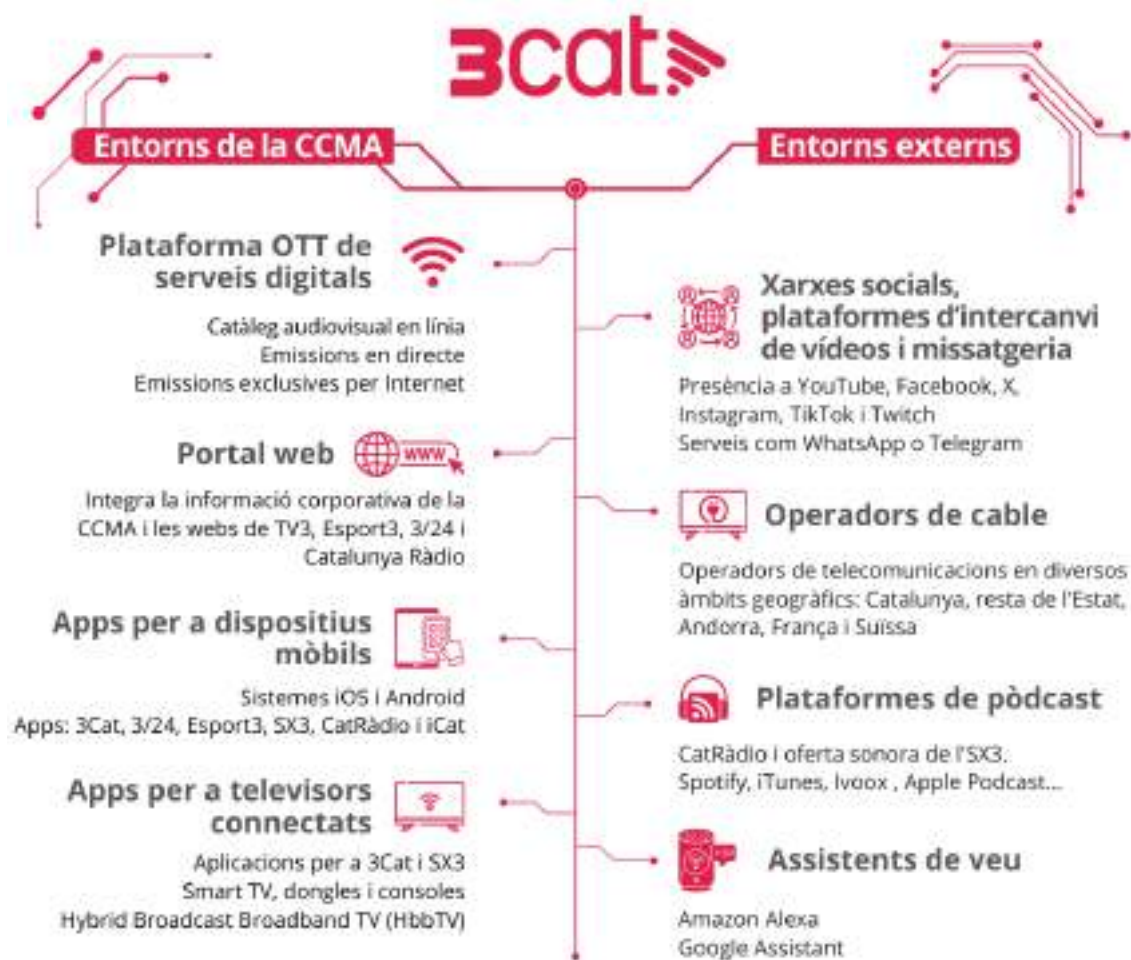
En el cas de la difusió a través de **dispositius mòbils**, l'aplicació de la nova plataforma 3Cat substitueix l'aplicació de TV3 i permet accedir a l'oferta de tots els mitjans de televisió i ràdio, així com als estrictament digitals. A banda, es mantenen les aplicacions específiques (SX3, Esport3, 3/24, Catalunya Ràdio i iCat) de diferents mitjans de la Corporació.

Pel que fa a les **televisions connectades**, l'aplicació de TV3 també és reemplaçada per la de la nova plataforma 3Cat, mentre que la del canal infantil SX3 es manté operativa. Aquestes aplicacions es troben disponibles a través de les televisions intel·ligents dels principals fabricants i d'adaptadors *dongle* per a AppleTV, FireTV o ChromeCast. A més, es pot accedir als continguts mitjançant la tecnologia Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV), fent ús del botó vermell del comandament a distància.

Més enllà de l'àmbit propi de la CCMA, els mitjans i alguns programes de la Corporació tenen una presència activa a les **xarxes socials i plataformes d'intercanvi de vídeos** –YouTube, Instagram, TikTok, Twitch i Facebook– com a manera de difondre els seus continguts. A banda, s'ofereixen serveis de subscripció per rebre informació d'interès a través d'aplicacions de missatgeria com WhatsApp o Telegram.

Quant a la distribució dels continguts d'àudio, Catalunya Ràdio amplia el seu catàleg i referma la seva presència en les principals **plataformes de subscripció i descàrrega de pòdcasts** (per exemple, Spotify, iTunes, Ivoox i Apple Podcasts). A més, la Corporació disposa d'aplicacions integrades en **assistents de veu** com Alexa d'Amazon o Google Assistant.

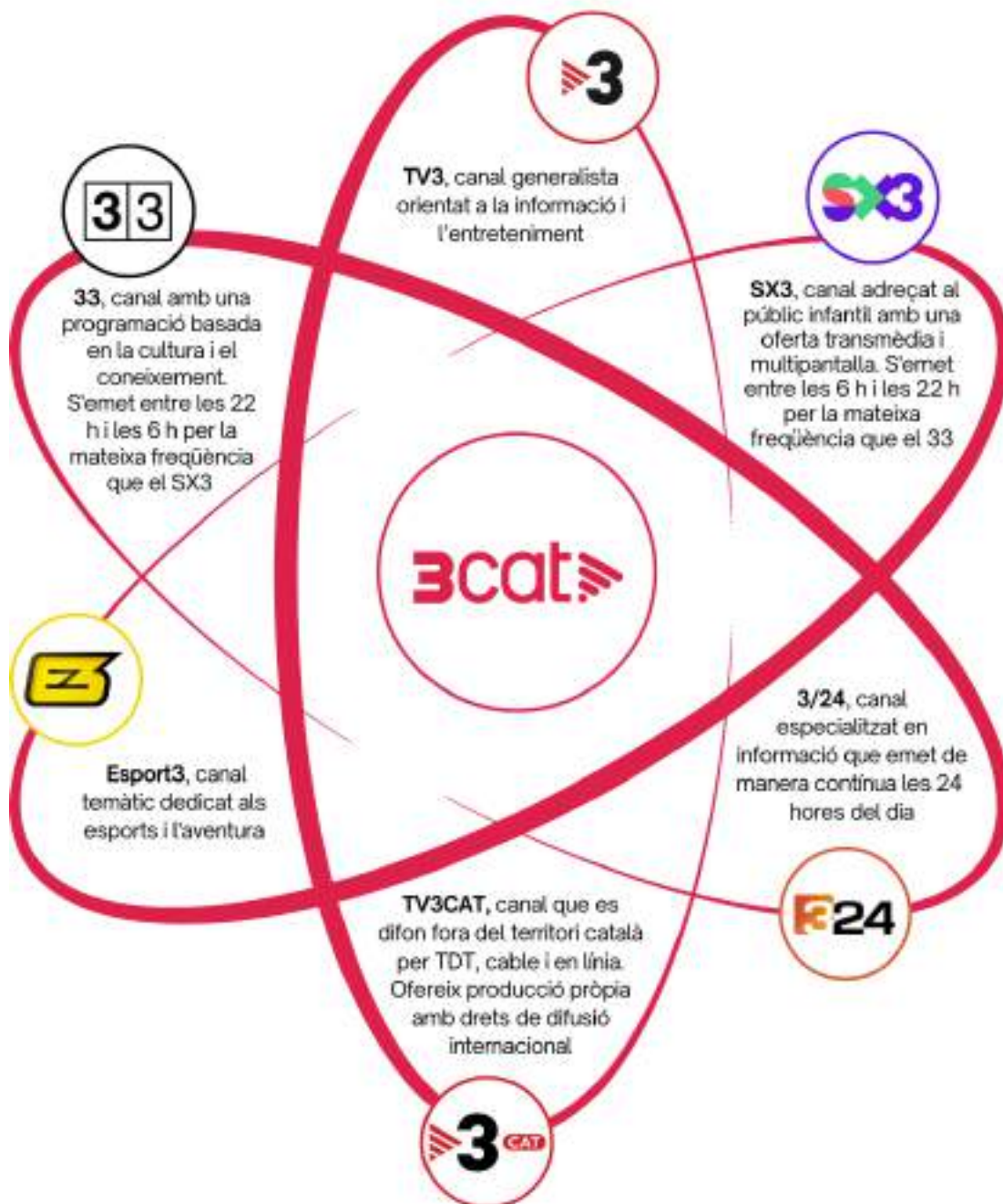
Figura 39. CCMA. Distribució en l'àmbit digital. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

La distribució de l'oferta a través de mitjans lineals

La distribució de l'**oferta televisiva lineal** de la CCMA es continua estructurant entorn de **sis canals** que, a la vegada, s'adscriuen a una gamma de serveis digitals que permeten la transmissió en temps real o la visualització a la carta.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'oferta radiofònica lineal de la CCMA es vertebra al voltant de **quatre emissores** amb continguts diferenciats i accessibles a través de freqüència modulada, TDT i entorns digitals.



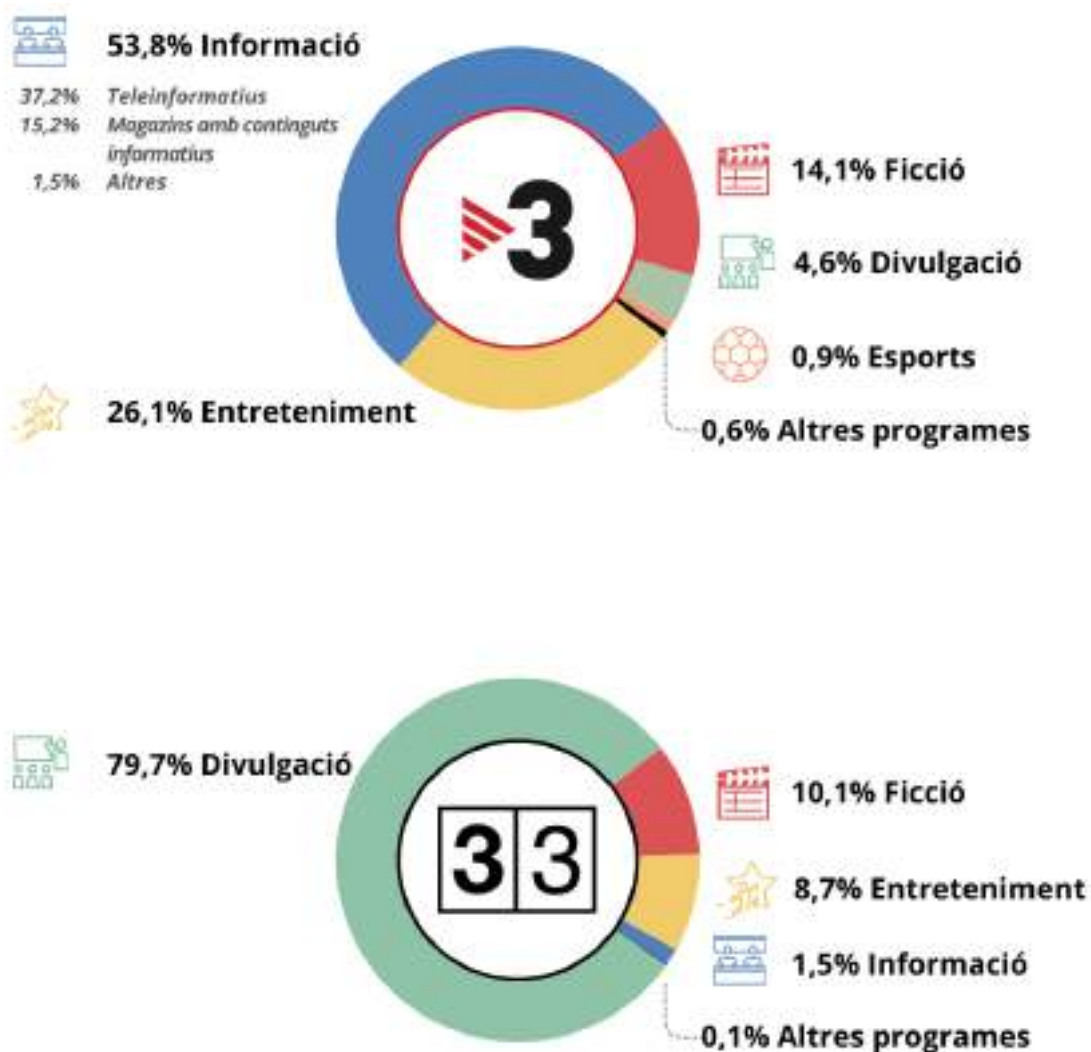
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.2. Tipologia dels continguts distribuïts per la CCMA

La televisió lineal

En conjunt, l'oferta televisiva no experimenta canvis significatius respecte del 2022 i es manté en línia amb l'orientació de cada canal. Així, a **TV3** la informació és el gènere predominant, representant més de la meitat de l'oferta (53,8%), amb un pes destacat dels teleinformatius (37,2%); la informació omple, també, tota la graella del **3/24**. Al **33**, la divulgació és l'eix central (79,7%), mentre que la ficció (89,7%) domina la graella del **SX3**. Les retransmissions i els magazins especialitzats suposen el 80% dels continguts del canal esportiu **Esport3**.

Figura 40. 3Cat. Temps d'emissió per tipologia de programes a la televisió lineal. Any 2023



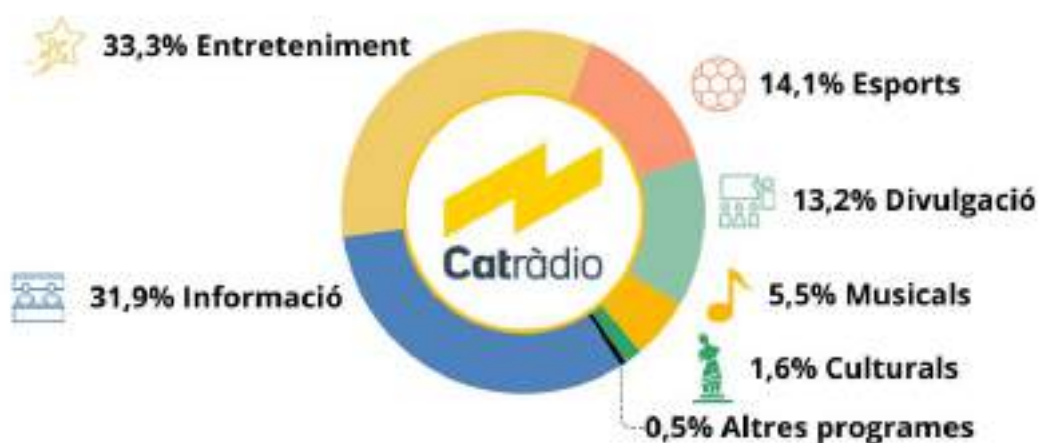


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La ràdio lineal

En el 40è aniversari de l'emissora, **Catalunya Ràdio** conflueix amb TVC en la plataforma 3Cat i modifica la seva imatge corporativa. La programació continua situant els continguts informatius i d'entreteniment com a eixos de la graella.

Figura 41. Catalunya Ràdio. Tipologia de programes. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'àmbit digital

La posada en marxa de la nova plataforma 3Cat suposa la integració de l'oferta lineal i digital sota un únic entorn. Addicionalment, la plataforma inclou programes exclusius, manté les emissions en directe, presenta un catàleg de continguts a petició organitzats per temàtiques o formats, i recupera productes d'arxiu.

Així mateix, el nou servei aglutina l'oferta infantil del SX3 –estrenada l'octubre del 2022– i incorpora una finestra de continguts específica per al públic jove sota la marca EVA.

En concret, el catàleg disponible a la plataforma 3Cat, a data 31 de desembre de 2023, comprèn 110.000 hores de vídeo i 204.000 hores d'àudio, segons les dades facilitades per la CCMA.

En l'àmbit de les xarxes socials i les plataformes d'intercanvi de vídeos l'any 2023 es duen a terme diverses iniciatives relacionades amb la creació de continguts originals per a cada entorn digital. La majoria s'adrecen al públic infantil i adolescent sota les marques S3 i X3, respectivament (vegeu l'epígraf "Oferta de continguts concebuts per a l'àmbit digital").

3.3.L'audiència dels continguts com a indicador de l'impacte del servei públic audiovisual de la CCMA

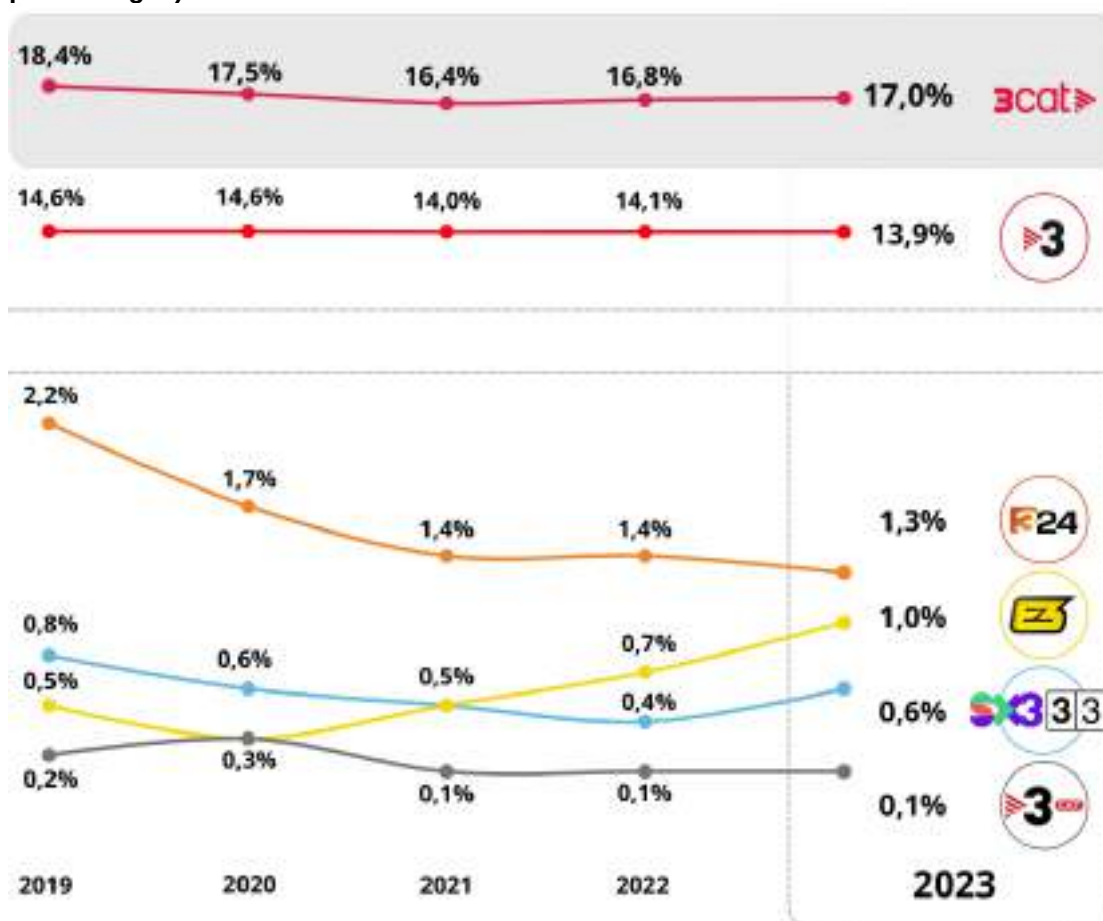
Un dels indicadors per avaluar l'impacte social del servei públic és l'audiència assolida per l'oferta de la Corporació, tant en els serveis lineals com a petició.

La televisió lineal

Els canals televisius de la CCMA acumulen el 17% de quota de pantalla durant l'any 2023 (dues dècimes més que l'any anterior). Aquest registre manté la Corporació com el tercer grup audiovisual amb més audiència a Catalunya, per darrere de Mediaset i Atresmedia.

TV3 concentra el 13,9% de quota i es manté líder per catorzè any consecutiu. Les variacions percentuals per canal són poc significatives en relació amb l'any 2022: les quotes de TV3 i el 3/24 disminueixen lleugerament, mentre que les del SX3/33 i Esport3 experimenten un cert increment.

Figura 42. Evolució anual de la quota de pantalla dels canals televisius de la CCMA (en percentatges). Període 2019-2023



Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per l'Idescat.

Quant als programes concrets, entre els 40 amb més audiència a Catalunya, 25 són de TV3 i, tot i l'especial rellevància dels continguts informatius, de diferents gèneres.

Figura 43. TV3. Programes de televisió lineal més vistos. Relació no exhaustiva. Any 2023



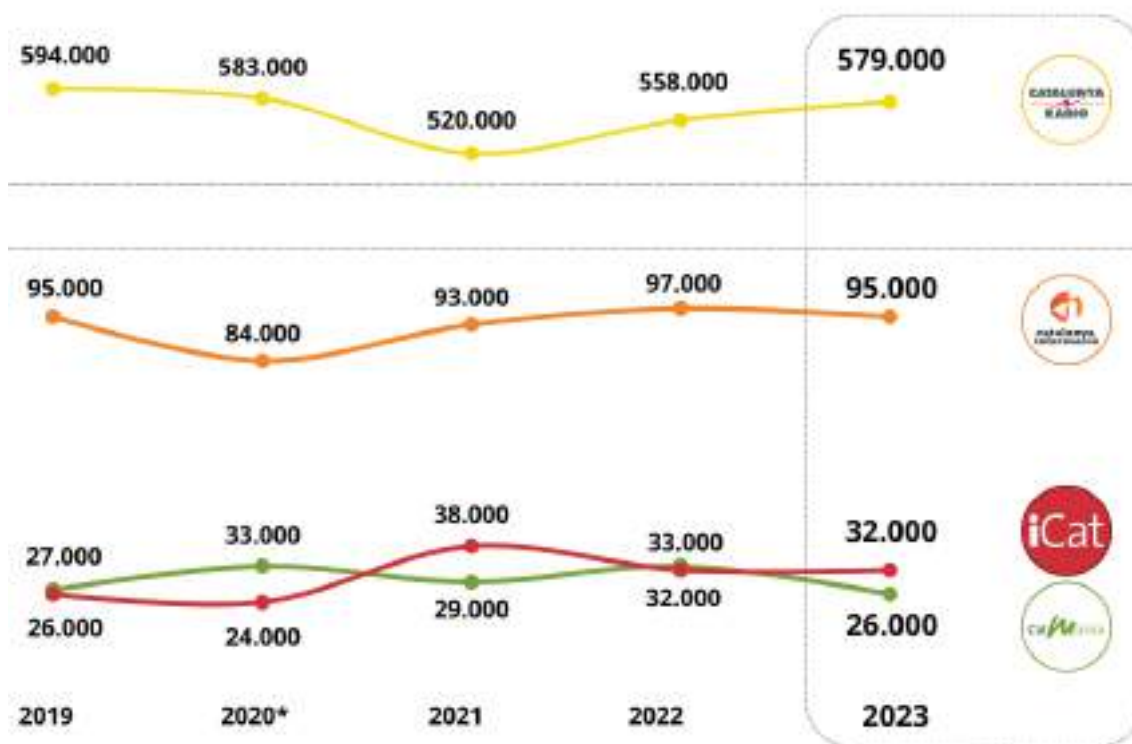
Font: Elaboració pròpia a partir d'informació la CCMA.

La ràdio lineal

Si bé TV3 aconsegueix una posició de lideratge entre les televisions lineals a Catalunya, no passa el mateix amb la ràdio generalista de la CCMA. Així, Catalunya Ràdio continua com a segona emissora més escoltada a Catalunya per darrere de RAC1 (amb 579.000 persones oients diàries segons l'EGM).

L'emissora iCat registra paràmetres similars als de l'any anterior, mentre que Catalunya Informació i Catalunya Música obtenen valors lleugerament inferiors.

Figura 44. Evolució de la mitjana anual d'oients diaris de les emissores radiofòniques de la CCMA. Període 2019-2023



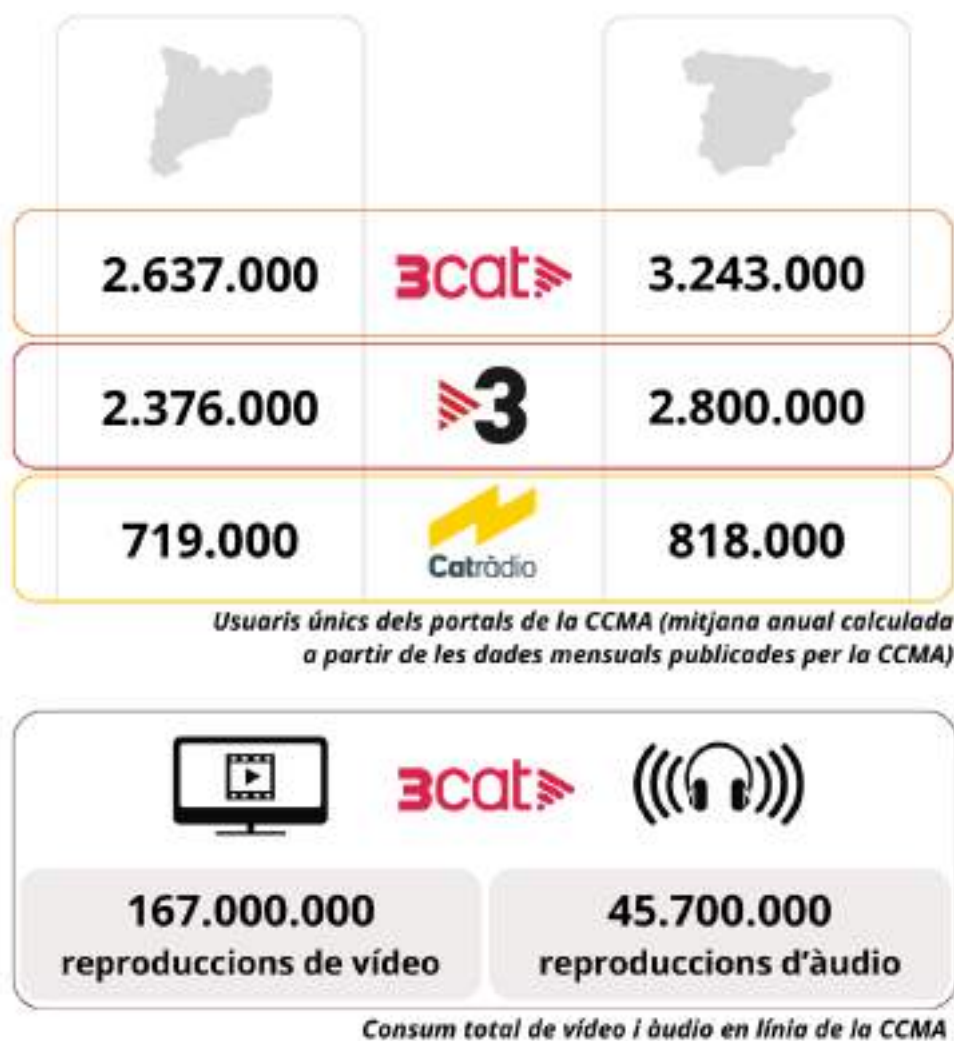
*Atès que la segona onada habitual de l'EGM no es va dur a terme a causa de la pandèmia, perquè va coincidir amb el confinament, s'ha pres la tercera onada (octubre-novembre) com a referent per analitzar el consum anual.

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

Els mitjans digitals

Les dades publicades per la CCMA situen la plataforma 3Cat com el grup audiovisual amb més audiència digital a Catalunya, amb una mitjana de 2.637.000 usuaris únics durant l'any 2023 i 3 milions en el conjunt de l'Estat.

Figura 45. Usuaris únics dels portals de la CCMA (mitjana anual). Any 2023



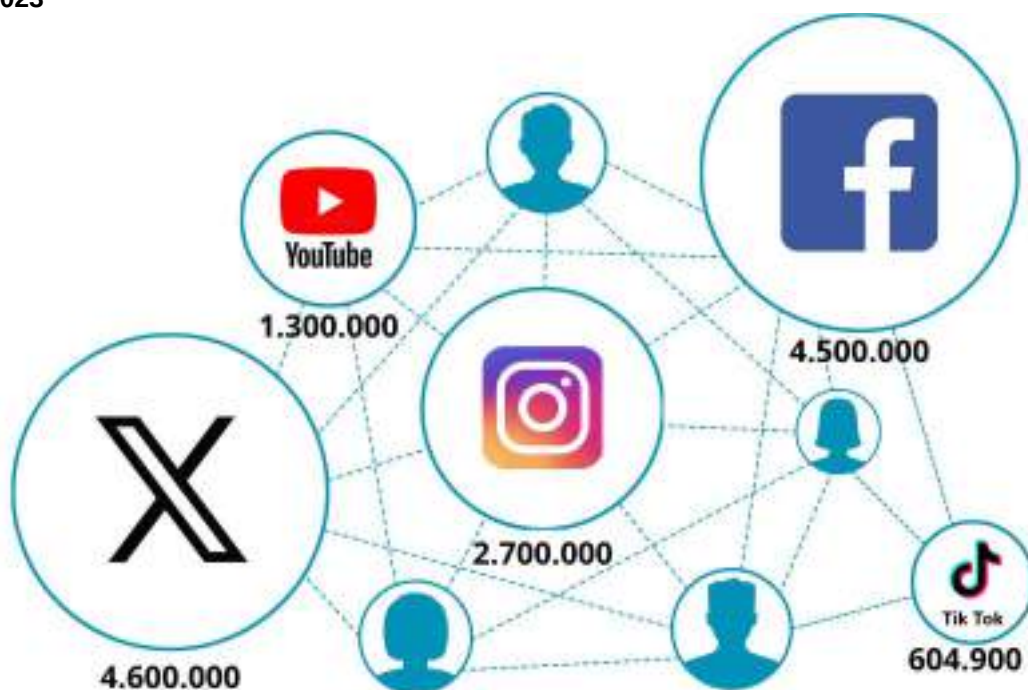
Font: Elaboració pròpia a partir de dades publicades per la CCMA.

Coincidint amb l'entrada en funcionament de la plataforma 3Cat, i segons indica la CCMA, l'any 2023 el nombre de reproduccions de vídeo i àudio a internet se situen entorn dels 212 milions, una xifra que suposa un increment del 18% respecte de l'any anterior.

D'acord amb les dades facilitades per la Corporació, les reproduccions de vídeo des de **televisions connectades** sumen 72,2 milions, un 70,7% més en comparació amb el 2022. Quant als **assistents de veu**, es comptabilitzen 1,1 milions de reproduccions d'àudio.

En relació amb el consum de vídeo a les **xarxes socials**, la CCMA proporciona una dada global: 1.150 milions de reproduccions. El nombre de persones seguidores de perfils de 3Cat va continuar augmentant, especialment a Instagram (un 14% més que l'any 2022). En termes de conversa social, els programes de TV3 generen una mitjana mensual de 131.000 missatges a la xarxa X.

Figura 46. Persones seguidores als perfils de la CCMA a les diferents xarxes socials. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

3.4. La representació de la diversitat social

Tal com estableix el Mandat Marc, el servei públic audiovisual ha d'oferir una representació diversa de la societat catalana que faciliti un sentit d'identificació, amb l'objectiu de contribuir a la cohesió social.

La plasmació d'aquesta diversitat es pot articular de maneres diferents, com ara la incorporació d'intervencions de persones que desenvolupen activitats diverses i la representació d'una societat paritària (vegeu els epígrafs "Pluralisme i diversitat en la programació" i "La igualtat de gènere en la programació") o la inclusió en pantalla de persones amb trets personals diversos, tant pel que fa a l'edat, com a l'aparença física, la procedència o les limitacions en les capacitats psicofísiques.

Des d'aquesta perspectiva, la programació TVC incorpora elements puntuals que contribueixen a generar valor social, com l'emissió d'una edició del *TN vespre* editada i presentada per persones amb discapacitat intel·lectual (vegeu l'epígraf "Atenció a la diversitat funcional de les persones").

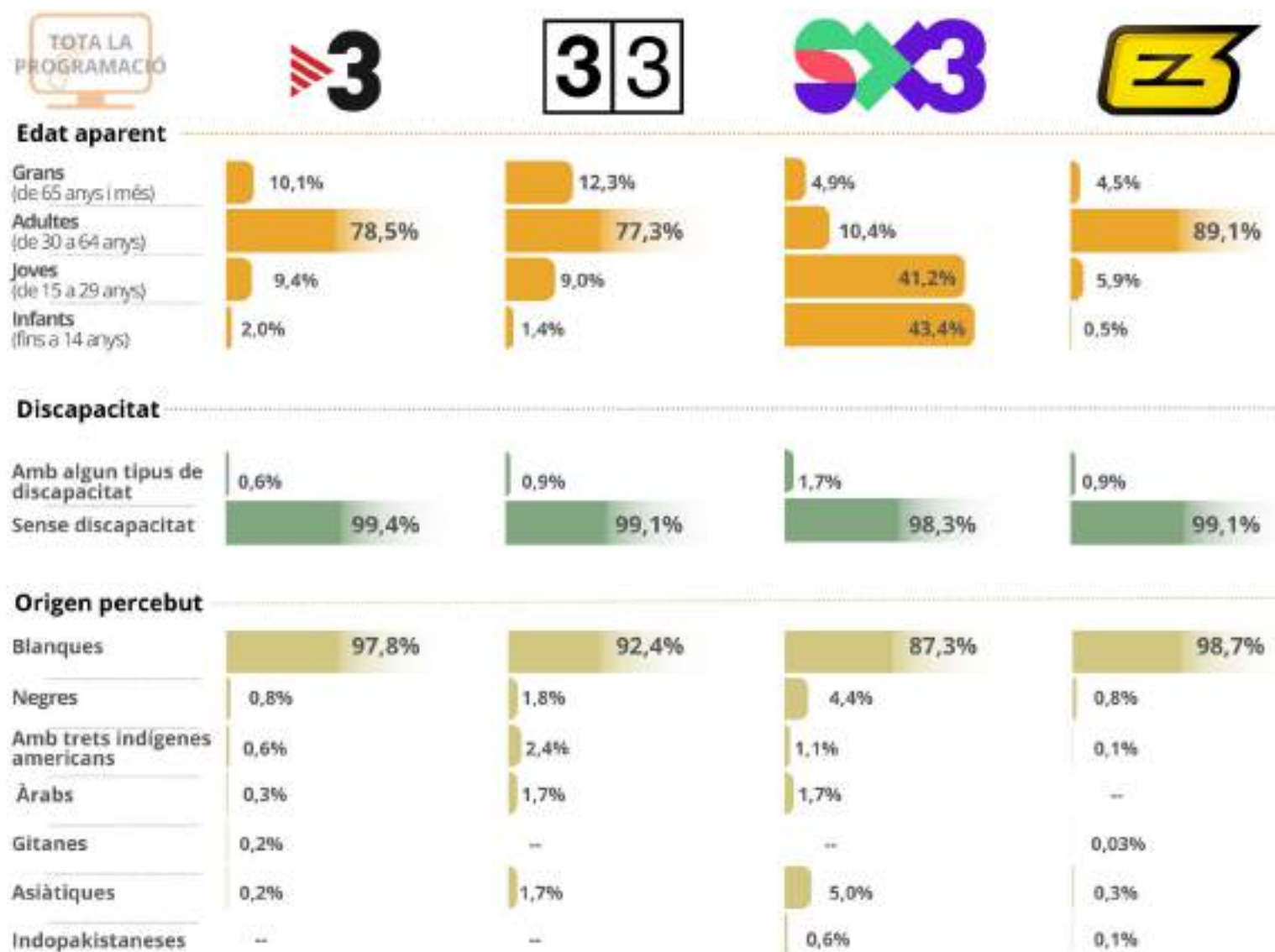
Més enllà d'aquestes contribucions, no s'observen canvis significatius en el retrat de les persones que intervien en la programació, que continua sent, en la majoria de canals, i en especial a l'Esport3, el d'un home blanc, d'edat adulta, no immigrant i que no presenta cap discapacitat aparent (vegeu la figura següent).

L'excepció a aquest perfil es troba, de nou, al SX3, el canal de la CCMA adreçat a públic infantil i juvenil, que és qui presenta una imatge més diversa en les persones que condueixen i protagonitzen la programació.

L'any 2023 es consoliden els factors de diversitat presents al SX3 des del seu inici, que incorporen infants i adolescents racialitzats als equips de programes i incrementen la presència de persones amb discapacitat.

Tot i que de manera puntual, altres canals incorporen persones racialitzades als equips dels programes com a col·laboradores o tertulianes.

Figura 47. Característiques de les persones que apareixen amb veu en el conjunt de la programació. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Per la seva banda, la proporció de **persones immigrades** en l'oferta de continguts del 33 durant el 2023 es multiplica per dos (15,1%) respecte de l'any anterior, si bé la majoria d'elles intervenen exercint rols ocasionals mancats de rellevància pública i en el marc de redifusions del programa *Karakia* corresponents a altres temporades.

En canvi, a TV3 i a l'Esport3 la intervenció d'aquest grup poblacional és, en termes relatius, similar a la registrada el 2022 i es mantenen els perfils diferenciats en un i altre cas. Així, mentre que a l'Esport3 hi predominen els futbolistes d'elit procedents, sobretot, de l'Europa comunitària que competeixen en clubs esportius espanyols, en el cas de TV3 es reitera un perfil més diversificat que reflecteix millor la realitat social.

La presència de **persones immigrades a TV3 es manté en valors limitats, al voltant del 3%**, tant en la **programació general** com en els **teleinformatius**, on retrocedeix dos punts.

Mentrestant, en el cas específic dels **telenotícies** de TV3, la intervenció de persones immigrades minva gairebé 2 punts respecte del 2022 (5,5%), quan l'esclat del conflicte a Ucraïna va motivar una presència més elevada de persones refugiades a les notícies. En aquest context, les dues representacions més habituals de la immigració en el relat informatiu corresponen a ciutadans anònims procedents sobretot de l'Amèrica Llatina que aporten el seu testimoni personal sobre fets diversos o bé a esportistes professionals de l'Europa comunitària que intervenen en el bloc d'esports.

Figura 48. Presència de persones immigrades en el conjunt de la programació. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

3.5. La representació de la diversitat cultural a Catalunya

En línia amb l'any anterior, els continguts que reflecteixen la diversitat de cultures presents a Catalunya es troben, bé integrats en la programació sota formats diversos (com magazins, documentals o culturals), bé aprofitant la celebració de dates commemoratives relacionades, com ara el Dia Internacional del Poble Gitano (8 d'abril).

En la programació (vegeu les figures següents) es destaquen les contribucions de les diferents comunitats a la societat catalana, es visibilitzen i s'aborden qüestions rellevants per als col·lectius nouvinguts, com ara el racisme que pateixen eventualment, la reivindicació de drets, els processos d'acollida i integració o la situació com a persones refugiades, i inclouen la participació de persones d'origen divers.

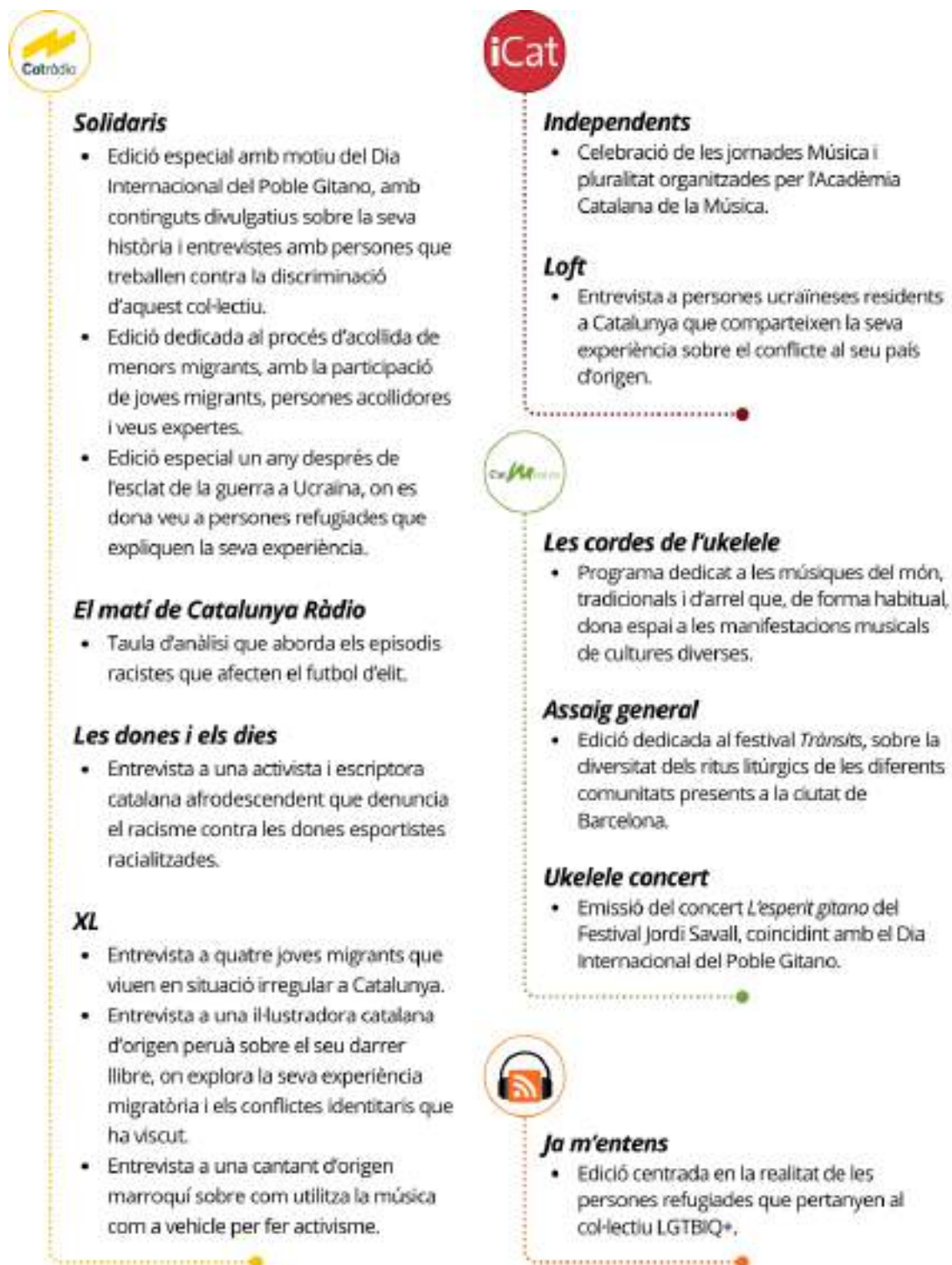
Durant el 2023 els mitjans de la CCMA no inclouen cap nova proposta de programa que s'ocupi, de manera específica, de la diversitat cultural a Catalunya. Els espais que s'hi dediquen es redueixen a la reemissió de capítols de *Karakia* (33 i Esport3) i a noves edicions d'espais radiofònics dedicats a la música tradicional, com *Les cordes de l'ukelele* (Catalunya Música) i *iCatMans* (iCat).

Figura 49. CCMA. Exemples d'edicions de programes televisius amb elements de diversitat cultural. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 50. CCMA. Exemples d'edicions de programes de ràdio amb elements de diversitat cultural. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.6. La presència del fet religiós

La programació de la CCMA que aborda de manera específica el fet religiós és continuïsta respecte d'anys anteriors, amb espais dedicats a les confessions catòlica i protestant al mitjà televisiu i radiofònic, i l'emissió regular de l'ofici religiós celebrat al Monestir de Montserrat.

Figura 51. CCMA. Relació de programes confessionals i retransmissions de cerimònies religioses d'emissió regular. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A banda, el fet religiós està present de manera puntual en altres programes (entrevistes, reportatges o edicions específiques) que aborden l'actualitat, les pràctiques, la història o les tradicions de diverses confessions amb presència significativa a la societat catalana des de diferents vessants i donen veu tant a persones que professen una determinada religió, com a persones consagrades o expertes en la matèria. A TV3, suposen el 0,3% de les veus que apareixen tant en la programació en conjunt com en la informació; a Catalunya Ràdio, són el 0,2% de les persones que intervenen en la informació.

Figura 52. CCMA. Exemples d'edicions de programes amb presència del fet religiós. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.7. Diversitat d'identitat de gènere i d'orientació sexual i afectiva: col·lectius LGBTI+

Un altre dels vectors que defineixen la societat catalana és la diversitat d'identitats de gènere i d'orientacions sexuals. En aquest sentit, la CCMA compta amb el pòdcast temàtic *Ja m'entens*, i manté una secció al web corporatiu (www.ccma.cat/324/lgtbiq/tema/lgtbi) que recull notícies relacionades amb el col·lectiu LGBTI+ i continguts emesos en els mitjans de la Corporació sobre aquesta qüestió.

No obstant això, els continguts que promouen el respecte i la visibilització dels col·lectius LGTBI+ apareixen, sobretot, de manera integrada en la programació regular de la CCMA. Es denuncien les violències LGBTI-fòbiques com un fet estructural i s'informa sobre recursos de suport a les persones afectades. A més, es mostren referents LGBTI+ que pertanyen a diferents àmbits de l'esfera pública (ciència, cultura, esport, periodisme, política, etc.) i també es dona veu a representants d'entitats que treballen pels drets del col·lectiu.

Figura 53. CCMA. Exemples de continguts sobre el col·lectiu LGBTI+. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Com en altres diades commemoratives, els continguts relacionats amb el col·lectiu es reforcen amb motiu del Dia Internacional per a l'Alliberament Lesbià, Gai, Bisexual, Transsexual i Intersexual (28 de juny).

Figura 54. CCMA. Exemples de programació entorn del Dia Internacional per a l'Alliberament LGBTI+ (28 de juny i dies previs i posteriors). Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.8.CCMA i persones menors d'edat: oferta, consum i protecció davant continguts perjudicials

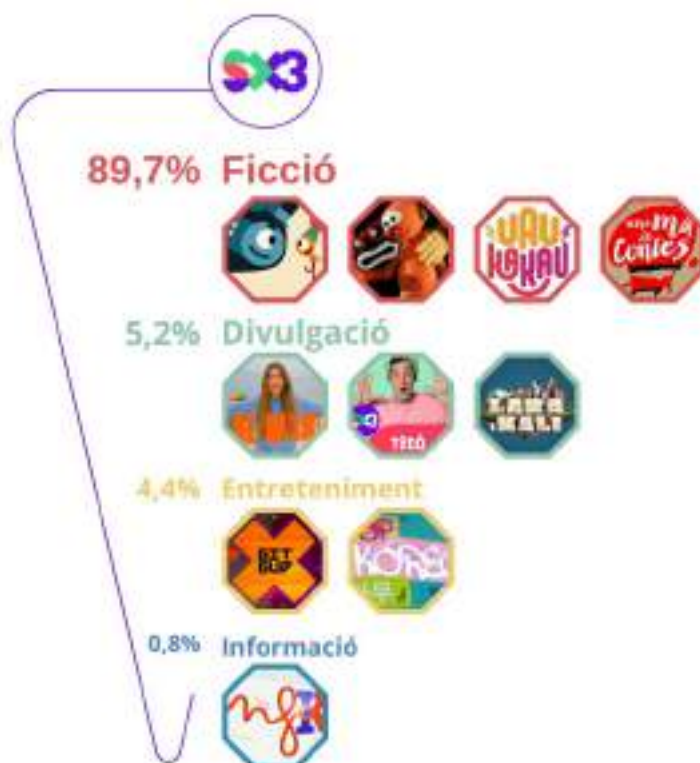
El Mandat marc qualifica d'objectiu prioritari deparar una atenció preferent a persones menors d'edat, especialment amb l'objectiu de protegir-les davant continguts que puguin ser perjudicials, però també mitjançant una programació que s'hi adreci.

Continguts adreçats a persones menors d'edat

L'any 2023, seguint la línia iniciada l'octubre de l'any anterior amb el llançament del SX3, es manté la producció de continguts infantils orientats a un entorn transmèdia i multiplataforma. La programació del canal televisiu lineal, que emet de 6 a 22 h, i els continguts disponibles en l'àmbit digital mantenen l'estructuració en dues franges segons l'edat del públic objectiu: S3 (fins a 6 anys) i X3 (infants més grans i preadolescents).

Tot i que el SX3 continua vertebrant els seus continguts de manera majoritària amb sèries de ficció, la reformulació de l'oferta infantil es tradueix en un descens d'aquesta programació, mentre que la divulgació i l'entreteniment registren un increment d'1,3 i 2,7 punts percentuals, respectivament.

Figura 55. SX3. Tipologia de la programació adreçada al públic infantil. Any 2023



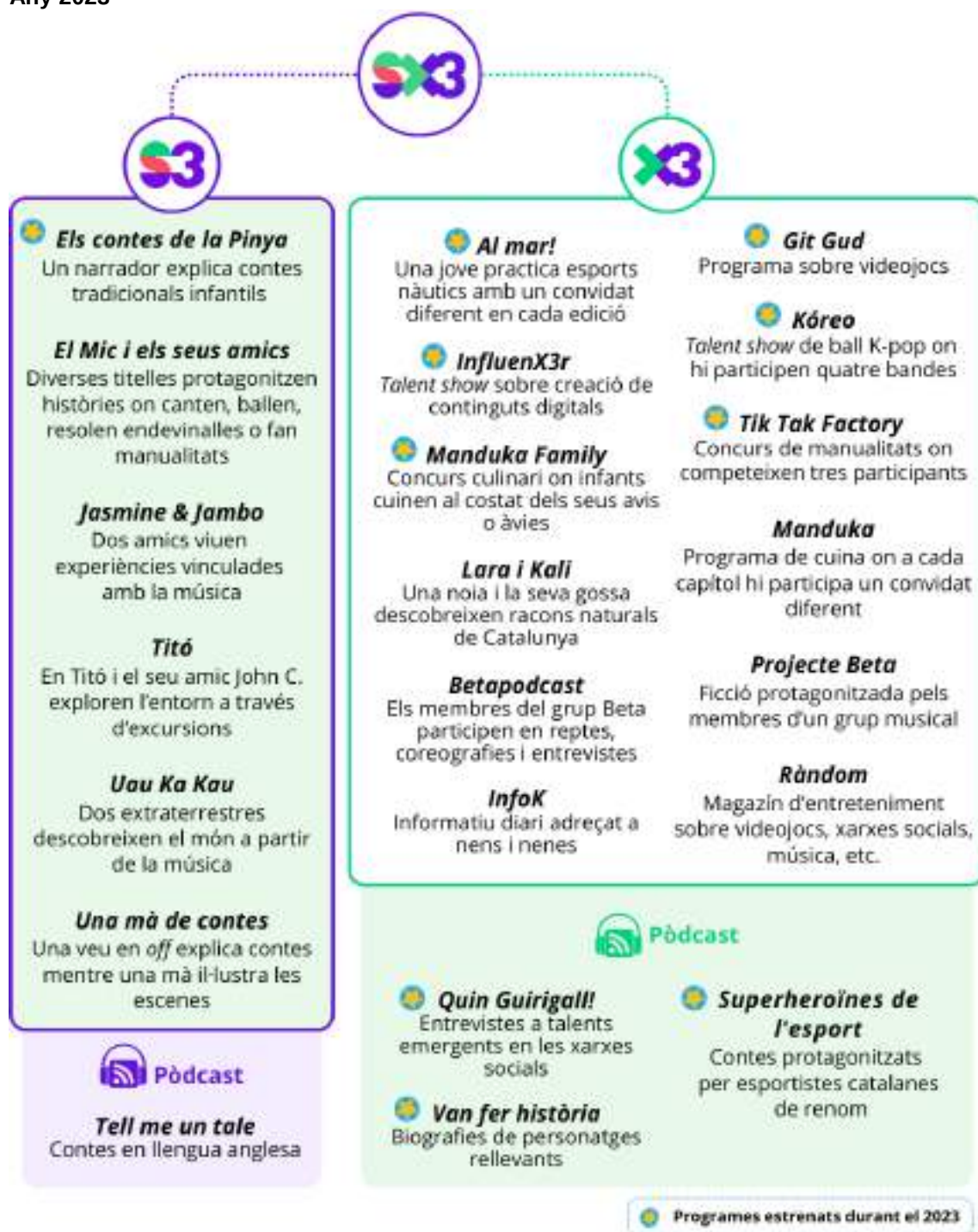
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En aquest context, la franja de l'**X3** incorpora diverses novetats de producció pròpia, la majoria de les quals contenen elements per promoure l'adquisició de noves habilitats i coneixements, amb un èmfasi especial en els concursos que exploren temàtiques diverses: *Manduka Family* (cuina), *InfluenX3r* (creació de continguts digitals), *Tik Tak Factory* (manualitats) i *Kóreo* (ball). Altres noves propostes són *Al mar!* (descobriment del litoral català) i *Git Gud* (cultura *gamer*). Així mateix, s'aposta pel format pòdcast, amb tres estrenes: *Supereheroïnes de l'esport*, *Van fer història* i *Quin guirigall!*.

Quant a l'**S3**, la novetat és *Els contes de la Pinya*, una narració de contes clàssics per abans d'anar a dormir destinat al foment de la lectura (vegeu la figura següent).

Aquestes incorporacions a la graella s'afegeixen als programes estrenats durant la tardor anterior. A banda, el canal infantil inclou noves produccions alienes, especialment ficcions seriades tant d'animació com amb actors, així com espais de caire divulgatiu.

Figura 56. SX3. Principals continguts de producció pròpia o amb col·laboració de 3Cat. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'oferta de continguts del canal infantil també aborda inquietuds i problemes que afecten de manera específica la seva audiència. Així, entorn del 2 de maig, **Dia Internacional contra l'Assetjament Escolar**, el SX3 programa un seguit d'espais per conscienciar i sensibilitzar sobre la lluita contra aquesta problemàtica.

Figura 57. SX3. Programació especial amb motiu del Dia Internacional contra l'Assetjament Escolar. 2023



SX3 Dia Internacional contra l'Assetjament Escolar

No callis! Contra el bullying

- Programa especial en format de debat sobre l'assetjament escolar. Inclou la participació de nens i nenes de diverses edats i el testimoni d'una influenciadora que va patir assetjament. També s'hi presenten recomanacions i recursos per erradicar-lo.

Betapodcast

- Edició especial contra l'assetjament escolar amb el testimoni d'un jove que el va patir a la infantesa a causa d'una deformitat física i que relata com el va aconseguir superar.

Infok

- Peça sobre l'assetjament escolar amb el testimoni d'infants que n'han estat víctimes.
- Peça on s'explica què és el ciberassetjament.
- Reportatge sobre el projecte "Aquí prou bullying" del Departament d'Educació, on membres d'un grup musical parlen sobre l'assetjament en diferents escoles i instituts i presenten la cançó "Està bé ser com soc".

Influenx3er

- Entrevista a una influenciadora sobre el seu llibre on exposa la seva experiència com a víctima d'assetjament escolar.

 Al **web del SX3** la secció adreçada a famílies i escoles inclou eines i recursos per prevenir, detectar i eliminar els casos de *bullying* en l'àmbit escolar.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La CCMA manté l'oferta de **continguts adreçats a famílies i docents** per orientar-los en la criança i l'educació d'infants i adolescents, amb els espais de Catalunya Ràdio *Kids XS* i *L'ofici d'educar (El suplement)*, així com la secció específica de la web del SX3.

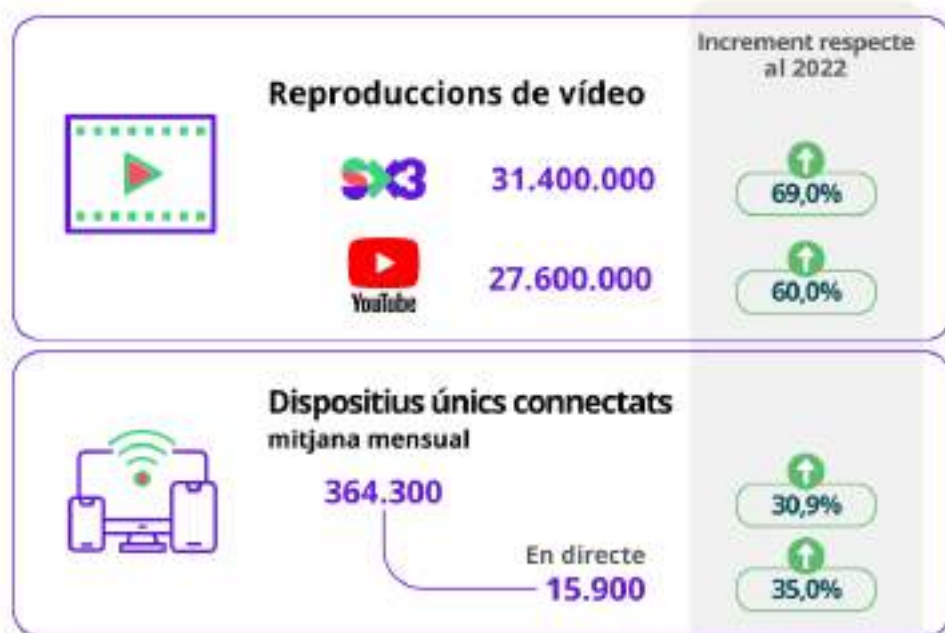
Consum dels continguts adreçats a persones menors d'edat

Tot i que les audiències lineals es mantenen en xifres molt limitades ja des de fa anys (en els darrers cinc mai ha arribat, conjuntament amb el 33, a l'1%), les dades proporcionades per la Corporació mostren que el canal SX3 experimenta una millora significativa en les xifres d'audiència respecte de l'antic canal Super3. Aquest increment també es dona en l'àmbit digital.

El SX3 registra un **8,3% de share** entre el **públic infantil** –un **increment de 4,7 punts** respecte de l'any precedent– i se situa com el canal més vist per aquest grup d'edat durant les tardes dels dies laborables, segons les dades proporcionades per la CCMA.

En termes de consum anual de vídeo a l'**entorn digital**, l'audiència del SX3 mostra un augment proper al 70% respecte dels registres del 2022.

Figura 58. SX3. Consum digital. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

El SX3 compta amb 440.615 socis i sòcies actius, una xifra similar a la registrada el 2022.

Accions externes del prestador adreçades al col·lectiu infantil

D'acord amb el compromís amb la inclusió i la creació de comunitat que, segons estipula el Mandat marc, ha de marcar l'actuació del servei públic audiovisual, el 3Cat organitza al llarg de l'any una sèrie d'activitats d'accés lliure de caràcter divulgatiu, cultural, solidari i de lleure destinades al públic infantil i les seves famílies.

Figura 59. Accions externes del 3Cat adreçades al col·lectiu infantil. Llista no exhaustiva. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

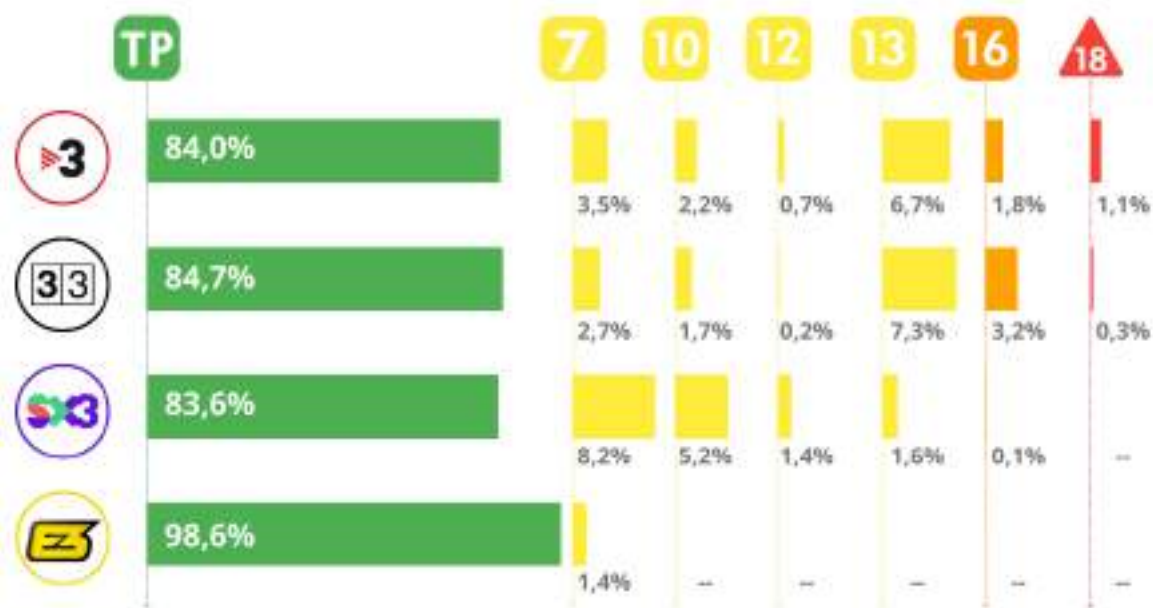
3.9. Protecció de les persones menors d'edat davant els continguts

Els continguts lineals i digitals dels canals de la CCMA apareixen senyalitzats conforme a les categories d'edat que estableix la Llei 13/2022, general de la comunicació audiovisual.

Quant a l'**oferta lineal**, les programacions de les diferents televisions es qualifiquen majoritàriament (entre el 83,6% i el 98,6% del temps d'emissió) com productes per a tothom. La presència de les qualificacions més restrictives (*no recomanats per a menors de 16 i 18 anys*) és minoritària (un màxim del 3,5% al 33).

En termes generals, les programacions de les televisions de la Corporació mantenen percentatges de temps d'emissió per cada categoria d'edat similars als de l'any 2022. No obstant això, com a novetat en el marc de l'X3, s'introdueixen continguts *no recomanats per a menors de 13 i 16 anys*. Això s'emmarca en l'objectiu manifestat pel prestador d'atreure el públic adolescent i jove, i es concreta bàsicament en l'emissió de sèries d'animació i pel·lícules d'*anime*.

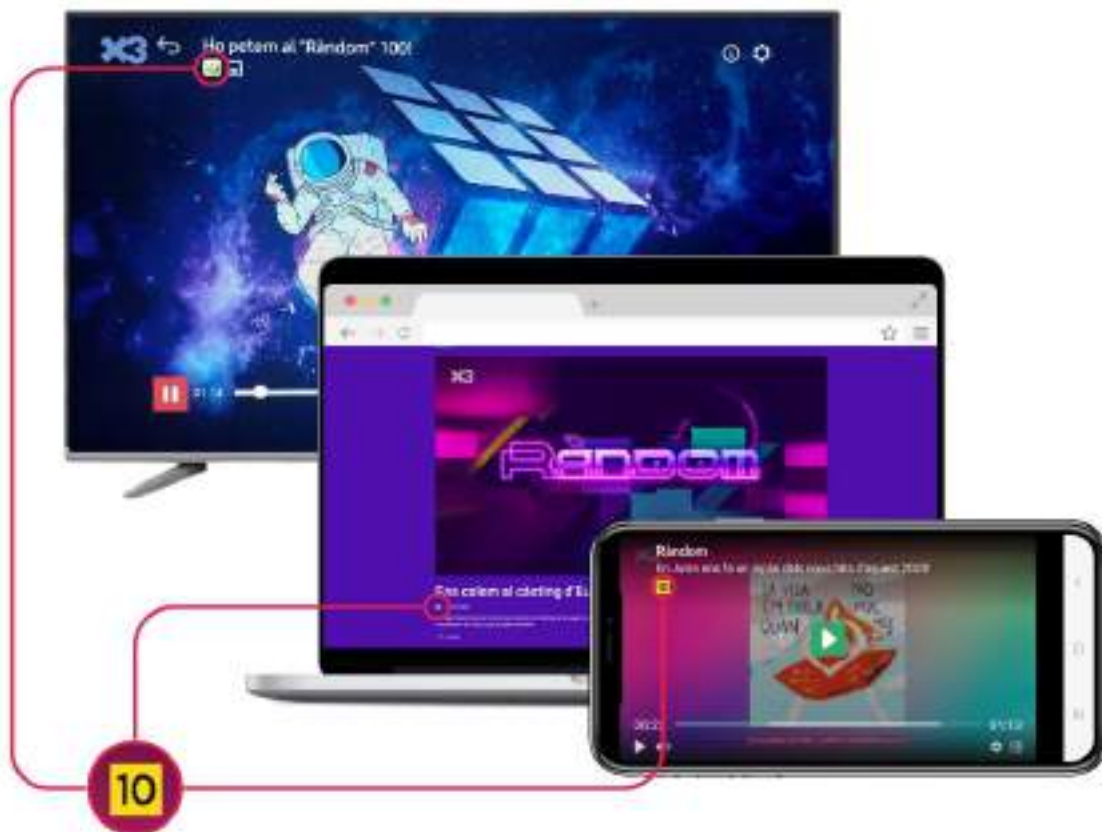
Figura 60. CCMA. Percentatge de temps d'emissió per categoria d'edat (senyalització en pantalla). Any 2023



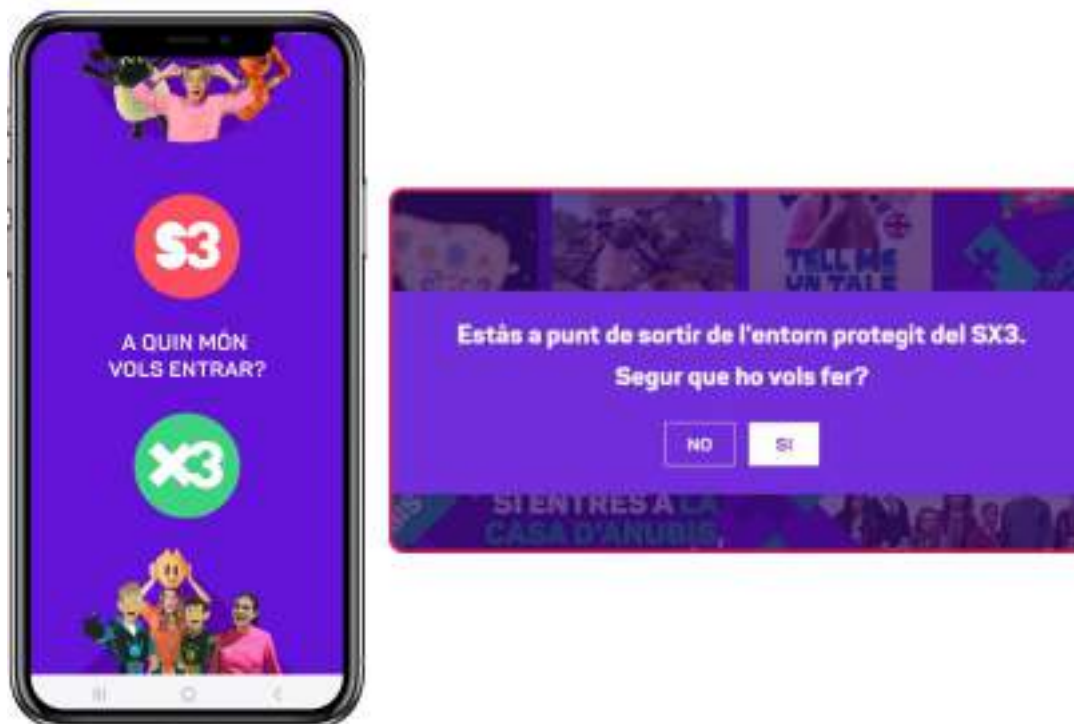
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Quant als **continguts digitals**, la CCMA implementa mesures tecnològiques per garantir la seguretat d'infants i adolescents en el consum de continguts en els diferents entorns *online*. Aquestes mesures inclouen la senyalització per categories d'edat i l'ús d'altres eines de protecció addicional.

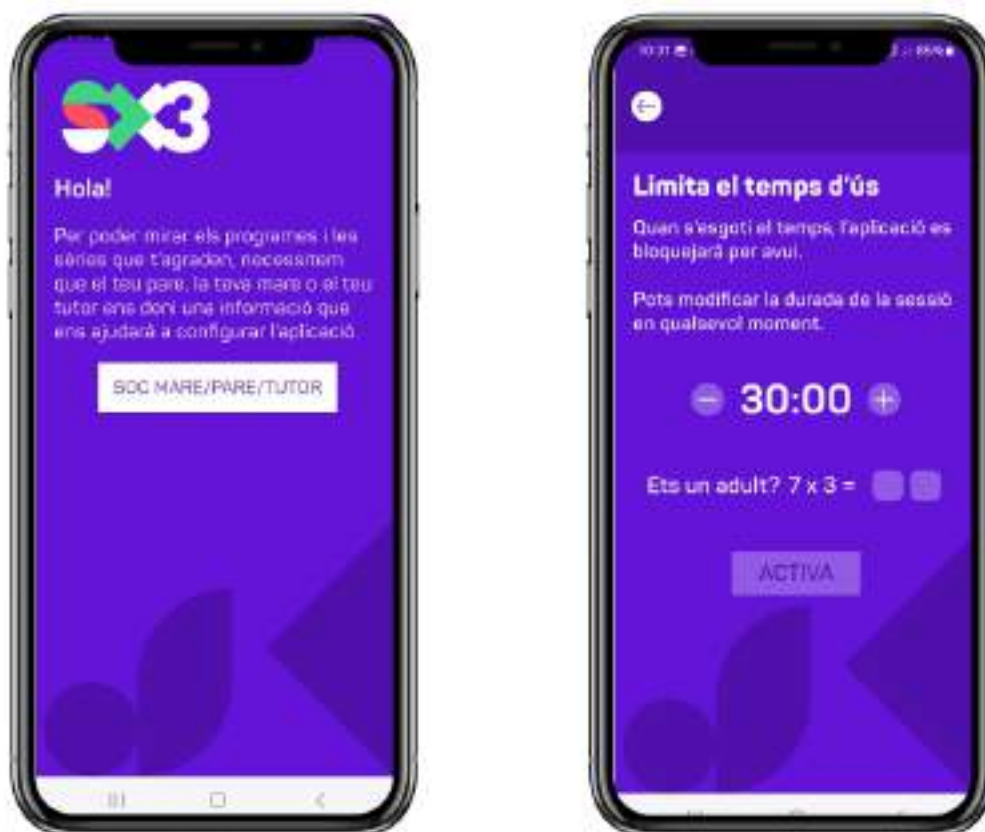
La **senyalització** s'aplica als continguts difosos en l'entorn digital, tant en directe com a petició.



El canal **SX3**, per la seva banda, utilitza eines addicionals orientades a garantir la protecció d'infants i adolescents. Així, tant el lloc web com les aplicacions pròpies per a dispositius mòbils **segmenten l'oferta de continguts** en dos entorns diferenciats en funció de l'edat: l'S3 s'adreça a infants fins a 6 anys i difon exclusivament continguts *per a tothom*; i l'X3 està orientat al públic infantil i adolescent, i inclou programes que poden requerir senyalització per edats. A més, el portal web del SX3 incorpora un mecanisme de protecció infantil que **adverteix la persona usuària sobre la sortida** de l'entorn protegit del canal.



Altres recursos de protecció de les persones menors d'edat es refereixen al **control parental** en la configuració inicial de l'aplicació per a dispositius mòbils, així com en la limitació del temps d'ús.



3.10. EVA, la plataforma de continguts adreçats a joves

El juliol del 2023 3Cat comença a desplegar el nou canal de continguts juvenils, d'emissió íntegrament digital, sota la marca EVA, accessible des de la seva plataforma en *streaming*. D'ençà de la desaparició del canal 3XL, aquesta franja d'edat no tenia una línia de continguts propis a la programació.

La iniciativa aposta per l'ús estratègic de les xarxes socials, amb la creació de perfils a Instagram, TikTok, Twitch i YouTube, des d'on es difonen continguts amb un format adaptat. L'oferta d'EVA és de tipologia diversa i inclou magazins, ficció, divulgatius o concursos, entre d'altres (vegeu la figura següent). Així mateix, aborda temàtiques heterogènies adaptades a aquest *target*, com la salut mental, la tecnologia, la pressió estètica, els viatges, l'actualitat del món dels i les *influencers*, etc.

A més de les estrenes, EVA incorpora al seu catàleg continguts de temporades anteriors destinats a l'audiència jove, que també s'emeten en els mitjans tradicionals de la Corporació.

Des del seu llançament, segons les dades proporcionades per la CCMA, els continguts d'EVA registren 82 milions de reproduccions a les xarxes socials i 130.000 visualitzacions de vídeo i àudio a la plataforma 3Cat.

Figura 61. CCMA. Relació d'alguns dels nous continguts adreçats al públic jove difosos a través de la finestra EVA. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.11. L'accessibilitat als continguts lineals i no lineals

D'acord amb el caràcter universal i inclusiu exigible al servei públic audiovisual, els continguts lineals i no lineals oferts per la CCMA inclouen, en proporció diferent, mecanismes d'accessibilitat per a persones amb discapacitat visual i/o auditiva.

Programació emesa amb subtitulació per a persones amb discapacitat auditiva

El nivell de subtitulació de la programació lineal de TVC està entorn del 90% a TV3 i s'aproxima al 100% en el cas del SX3/33 (97,4% al 33 i 99,4% al SX3). Esport3 és l'únic canal lineal que incorpora aquest mecanisme en menys del 20% dels continguts emesos. Respecte del 2022, les proporcions són molt similars, excepte al SX3, que incrementa 4 punts les hores subtitulades.

Quadre 5. TV3. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023⁶

Canal	Tipologia de programa ⁷	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	509:15:38	100
	Sèries i pilots de sèries	470:37:18	100
	Documentals	358:50:11	100
	Pel·lícules per a televisió	123:42:14	100
	Programes informatius d'actualitat	3498:48:39	82,9
	Retransmissions esportives	48:03:39	87,1
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	1393:26:14	99,5
	Total	6402:43:53	89,7

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

Quadre 6. 33. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023⁸

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Sèries i pilots de sèries	81:56:39	100
	Pel·lícules per a televisió	17:50:00	100
	Documentals	2156:51:09	98,6
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	173:40:01	97,0
	Programes informatius d'actualitat	23:11:00	87,2
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	229:11:17	88,1
	Total	2682:40:06	97,4

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

⁶ En el còmput total d'hores no s'hi computen els programes no susceptibles de subtitulació, com ara els musicals i els programes sense llengua d'emissió.

⁷ La programació es presenta agrupada en les categories que estableix l'article 12 de la Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre l'accessibilitat als continguts audiovisuals televisius.

⁸ En el còmput total d'hores no s'hi computen els programes no susceptibles de subtitulació, com ara els musicals i els programes sense llengua d'emissió.

Quadre 7. SX3. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023⁹

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Sèries d'animació	4391:48:54	100
	Sèries i pilots de sèries	273:33:48	100
	Documentals	166:14:11	100
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	98:44:14	100
	Programes informatius d'actualitat	42:10:33	100
	Pel·lícules per a televisió	8:35:23	82,8
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	318:23:04	90,8
	Total	5299:30:07	99,4

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

Quadre 8. Esport3. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023¹⁰

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Documentals	1018:08:05	93,9
	Programes informatius d'actualitat	388:06:46	8,5
	Retransmissions esportives	65:59:00	3,1
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	168:52:54	34,1
	Total	1641:06:45	19,8

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

⁹ En el còmput total d'hores no s'hi computen els programes no susceptibles de subtitulació, com ara les sèries d'animació sense llengua d'emissió.

¹⁰ En el còmput total d'hores no s'hi computen els programes no susceptibles de subtitulació, com ara els programes esportius sense llengua d'emissió.

Programació emesa amb audiodescripció

Pel que fa a la programació lineal emesa amb audiodescripció per a persones amb discapacitat visual,¹¹ el canal generalista és el que emet més continguts amb aquest mecanisme d'accessibilitat, incorporat, principalment, a la ficció i als documentals.

Quadre 9. TV3. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió audiodescrit
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	221:36:32
	Sèries i pilots de sèries	168:56:28
	Documentals	60:43:21
	Pel·lícules per a televisió	19:22:44
	Programes informatius d'actualitat	1:47:00
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	3:34:00
	Total	476:00:05

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

Quadre 10. 33. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió audiodescrit
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	123:44:01
	Documentals	16:03:00
	Sèries i pilots de sèries	16:03:00
	Pel·lícules per a televisió	3:34:00
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	1:47:00
	Total	161:11:01¹²

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

Quadre 11. SX3. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió audiodescrit
	Sèries i pilots de sèries	26:45:00
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	9:46:43
	Sèries d'animació	1:47:00
	Total	38:18:43¹³

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

¹¹ El grau d'implementació de l'audiodescripció per a persones amb discapacitat visual s'expressa per hores, tal com especifica l'article 6 de la Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre l'accessibilitat als continguts audiovisuals televisius.

¹² El 33 emet 8 hores diàries.

¹³ El SX3 emet 16 hores diàries.

Quadre 12. Esport3. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2023

Canal	Tipologia de programa	Temps d'emissió audiodescribit
	Documentals	7:08:00
	Total	7:08:00

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre la base d'un mostreig estadístic amb una fiabilitat del 99,5% i un error màxim admissible de +/-4%.

Programació emesa amb interpretació de llengua de signes catalana

La programació interpretada en llengua de signes catalana s'emet a través del canal 3/24 i correspon, principalment, a les emissions del *TN migdia* i *TN vespre* de dilluns a diumenge, tot configurant un total de 826 hores anuals, segons informa la Corporació. A aquests teleinformatius se'ls sumen programes informatius especials eventualment interpretats en llengua de signes, com els debats electorals i les jornades electorals.

L'accessibilitat als mitjans digitals de la CCMA

L'exigència d'accessibilitat per a les persones amb discapacitat visual o auditiva també és aplicable als continguts distribuïts digitalment. En aquest sentit, durant el 2023 la CCMA consolida i optimitza els mecanismes d'accés als seus mitjans digitals.

D'una banda, tant els canals de vídeo en directe (TV3, SX3/33, Esport3 i 3/24) com els vídeos a la carta del web permeten activar els **subtítols** en català. Aquesta funcionalitat està disponible en les aplicacions per a dispositius mòbils i en la majoria d'aplicacions per a Smart TV i HbbTV. En determinats programes, la subtitulació s'amplia a la versió original i a altres llengües a partir de la generació automàtica. Les peces publicades a les xarxes socials també incorporen subtítols.

D'altra banda, la programació que s'emet amb **audiodescripció** en català pels mitjans lineals manté aquest mecanisme d'accessibilitat en la seva versió digital (al web, en els dispositius mòbils i en la majoria d'aplicacions per a televisions connectades).

A més, tots els espais que s'emeten en **llengua de signes** pels canals lineals inclouen aquesta funcionalitat en l'àmbit digital.

Figura 62. 3Cat. Consum de continguts amb mecanismes d'accessibilitat als serveis a petició. Any 2023

		Reproduccions de vídeo
	Subtitulació	2.800.000
	Llenguatge de signes	45.280
	Audiodescripció	16.829

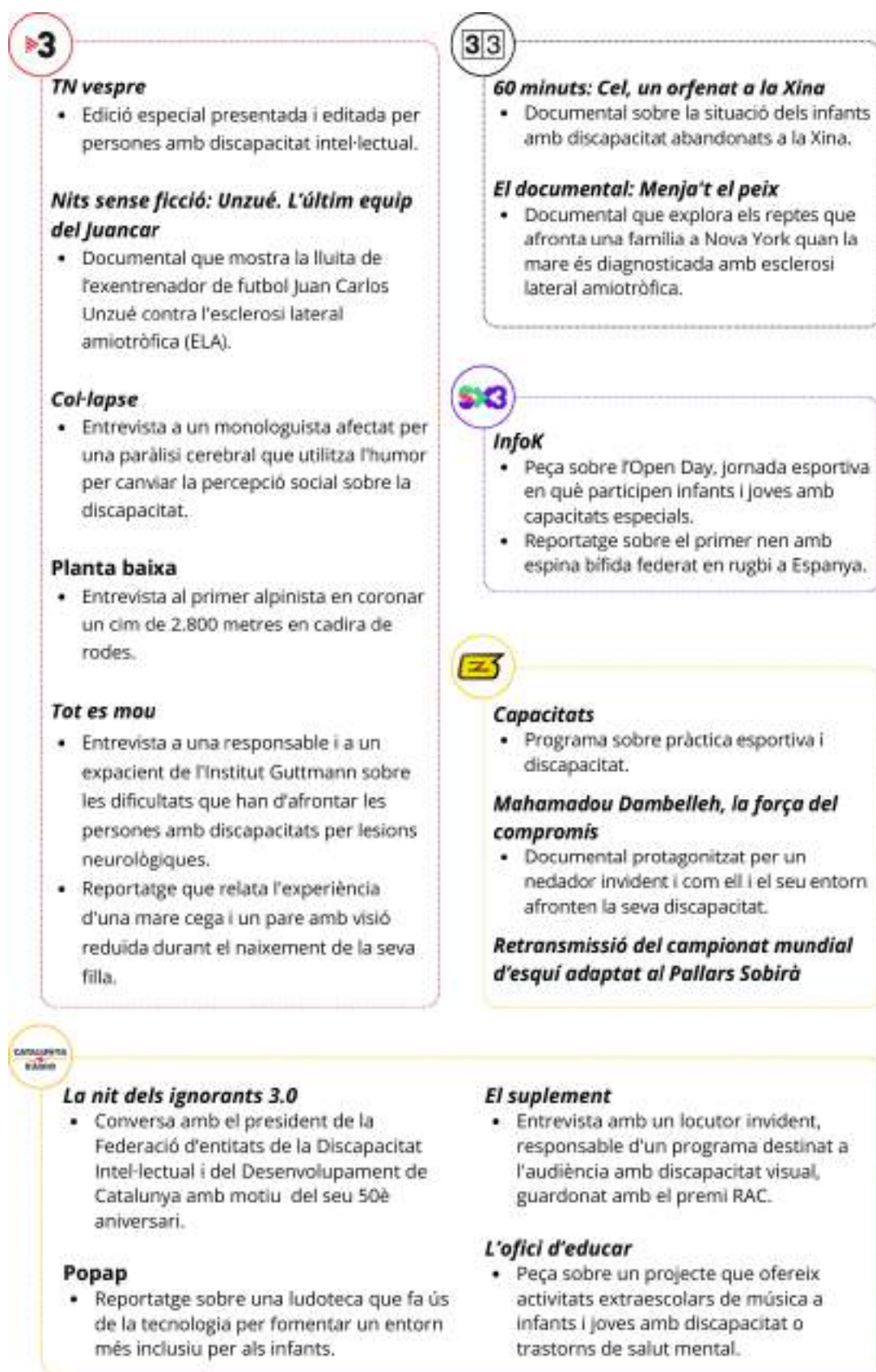
Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

3.12. Atenció a la diversitat funcional de les persones

A més de la presència de continguts relacionats amb la diversitat funcional de les persones en la programació amb contingut informatiu, durant el 2023 la CCMA adopta una iniciativa nova, com és l'edició i presentació del *TN vespre* per part de persones amb discapacitat intel·lectual, coincidint amb el Dia Internacional de les Persones amb Discapacitat.

Així mateix, el contenidor *Nits sense ficció* dedica una edició a la lluita contra l'ELA, amb un documental de producció pròpia i un col·loqui. Esport3, per la seva banda, introdueix com a novetat la retransmissió d'una competició d'esport adaptat.

Figura 63. CCMA. Exemples de continguts d'atenció a la discapacitat. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3.13. Premis, reconeixements i guardons

Els productes audiovisuals de la CCMA que contribueixen a generar valor social poden veure incrementat el seu impacte pel fet d'haver estat guardonats en festivals i distingits per entitats per la contribució a donar visibilitat a realitats socials diverses, l'aposta per formats innovadors o la qualitat de l'oferta adreçada al públic infantil.

Figura 64. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor social. Any 2023

Premi Ondas al millor documental per *Unzué. L'últim equip del Juancar* "per retratar amb naturalitat el dia a dia de l'ELA".



ZOOM FESTIVAL

Premi al **Millor programa d'esports** pel documental sobre l'ELA *Unzué. L'últim equip del Juancar* "pel seu estil narratiu, tractament dels continguts i els valors de superació i emotivitat que desprèn".

Premi especial a TV3 per "rescatar una icona i referent infantil com és *Una mà de contes*, un espai que fomenta la creativitat i la imaginació dels més petits".

Premi Valors per *Els contes de la Pinya* per "apostar per la cultura, les tradicions i l'entreteniment de qualitat".



Premis Quirino de l'Animació Iberoamericana

Premi a la **Millor Sèrie d'Animació Iberoamericana** per *Jasmine & Jumbo* del SX3.

Premi Solidaris Once Catalunya 2023 al **Mitjà o projecte de comunicació** al programa *Solidaris* per ser "un projecte social de referència en la graella de Catalunya Ràdio" i apostar "per un periodisme crític, rigorós i reflexiu".



2023 Premis Ateneus

Premi Honorífic de la Federació d'Ateneus de Catalunya a la **CCMA** per la seva vocació de servei públic i "per tenir en compte l'essencialitat de les associacions socioculturals catalanes, especialment dels ateneus".

Premis CIRCOM 2023 en la categoria **Més original i innovador** a l'espai *Infok* del SX3, per l'edició especial dedicada a la figura de Tutankamon.



Premis PRO DOCS

Premi a la **Millor sèrie documental televisiva** per *El forense* pel seu "valor de servei públic" per la seva capacitat de "visibilitzar temàtiques importants com, en aquest cas, la mort".

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

4. El servei públic audiovisual com a generador de valor cultural

El servei públic audiovisual contribueix a potenciar, actualitzar i enriquir la identitat nacional i cultural de Catalunya, entesa com un procés de construcció i aportació de tots els agents de la societat, i no com una realitat fixa i aturada en el temps.

La tecnologia cultural amb més impacte social és, des de fa dècades, l'audiovisual. En aquest sentit, el servei públic audiovisual és un motor cultural molt potent, tant per a la producció com per a la distribució de continguts i serveis. A més, els darrers anys, amb internet i la consolidació de la societat connectada, el salt del servei públic audiovisual a la xarxa permet replicar i ampliar la generació de valor cultural.

Per altra banda, el servei públic ha de suplir les carències del mercat en la producció i difusió de continguts en la llengua pròpia. En mercats audiovisuals petits o mitjans com el català, el mercat no sempre garanteix la provisió de continguts en la llengua pròpia en totes les plataformes de distribució. Aquesta mancança justifica una intervenció pública a gran escala, mitjançant la regulació i el desplegament del servei públic per a garantir aquest dret no satisfet pel mercat.

Així doncs, el servei públic audiovisual té una importància molt rellevant en la distribució de coneixement d'una societat, n'afavoreix l'apoderament cultural i, a Catalunya, és la garantia de la provisió de continguts i serveis audiovisuals en català.

Per aquests motius, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

● Obligacions específiques

- a) Proveir el servei públic audiovisual de continguts atractius, innovadors i de qualitat que li donin un caràcter d'excel·lència i singularitat, en conjunció amb la vocació universal, transversal, inclusiva i massiva del servei.
- b) En un espai audiovisual obert, en què el català és la llengua pròpia dels mitjans audiovisuals públics de Catalunya, fer-lo servir normalment i esdevenir vehicles vertebradors de l'espai català de comunicació.
- c) Prestar una atenció especial als productes audiovisuals fets en versió original en català i difondre'ls.
- d) Promoure l'ús de l'occità aranès, si tenen cobertura al territori on es parla aquesta llengua, en col·laboració amb el Consell General d'Aran.
- e) Reservar espais destacats de l'úrs programacions i serveis en línia a la difusió de continguts culturals de qualitat i a la difusió del coneixement i del saber en un sentit més ampli.
- f) Dur a terme la tasca de formació que tenen encomanada i la difusió i la divulgació del coneixement sobre els principals esdeveniments polítics, socials, econòmics, científics i esportius de la societat catalana i de la seva història, preservant d'una manera especial la memòria històrica i els materials dels testimonis.
- g) Promoure, en la mesura que hi estan obligats en ésser operadors públics dependents de la Generalitat, el reforç de la identitat nacional, com un procés integrador en evolució constant i obert a la diversitat.

- h) Reflectir i incloure la diversitat local i comarcal de Catalunya en el conjunt del sistema públic audiovisual.
- i) Assumir, en la nova societat digital, el nou mandat explícit d'educació digital i en comunicació del servei públic audiovisual (alfabetització mediàtica).
- j) Contribuir a la reducció de la bretxa digital entre grups socials (per estudis i per edats, entre d'altres) i evitar una eventual fragmentació social entre els que tenen accés a la societat connectada i els que no la tenen.
- k) Promoure els valors i els principis de l'Estatut d'autonomia.
- l) Emprar el servei públic audiovisual, en la mesura que depèn de la Generalitat, com a mecanisme de projecció internacional de la llengua i la cultura catalanes.

Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026

En el Mandat marc la generació de valor cultural es basa en una conceptualització àmplia del que s'entén per *cultura*. En aquesta visió s'hi inclouen tres aproximacions diferents, no excloents, que, en conjunt, formen part dels elements que “contribueixen a potenciar, actualitzar i enriquir la identitat nacional i cultural de Catalunya”.

Així, una primera accepció concep la cultura com a divulgació del coneixement en qualsevol àmbit, per tal com fomenta una societat més il·lustrada, crítica i cohesionada. També forma part de la visió àmplia present al Mandat marc la cultura entesa des d'una perspectiva antropològica, que abasta les diferents formes d'expressió i manifestació d'una societat, com ara la història, la gastronomia, les tradicions culturals o la llengua. Finalment, una concepció més delimitada de la cultura se centra en la creació artística i de pensament, manifestada en disciplines com la música, la literatura, les arts plàstiques o el cinema.

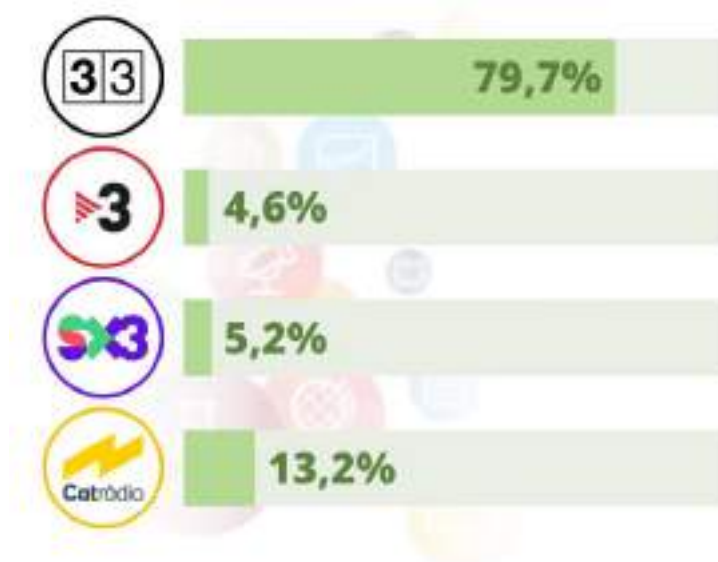
4.1. La divulgació del coneixement

Els continguts divulgatius

La primera accepció del concepte *cultura* fa referència al coneixement en qualsevol àmbit, com ara la ciència, el medi ambient, la salut, l'economia, la tecnologia, la història o la gastronomia. La generació de valor cultural per part del servei públic implica la difusió d'aquest coneixement.

En aquest sentit, els continguts divulgatius registren proporcions dispars en funció del mitjà, i el 33, el canal temàtic especialitzat en cultura i coneixement, destaca per registrar-ne el pes més elevat, amb prop del 80% de la seva oferta programàtica.

Figura 65. CCMA. Percentatge de continguts divulgatius als mitjans lineals. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Durant el 2023 les estrenes del **33** en aquest àmbit corresponen principalment a divulgatius culturals –detallats en l'epígraf dedicat als continguts culturals que segueix– i als documentals que s'ofereixen de manera regular en el marc dels diversos contenidors del canal (*60 minuts*, *El documental* i *Latituds*.) En canvi, algunes de les novetats en l'àmbit de la divulgació introduïdes el 2022, com *Xplorers* o *Salut i muntanyes*, no compten amb una nova temporada.

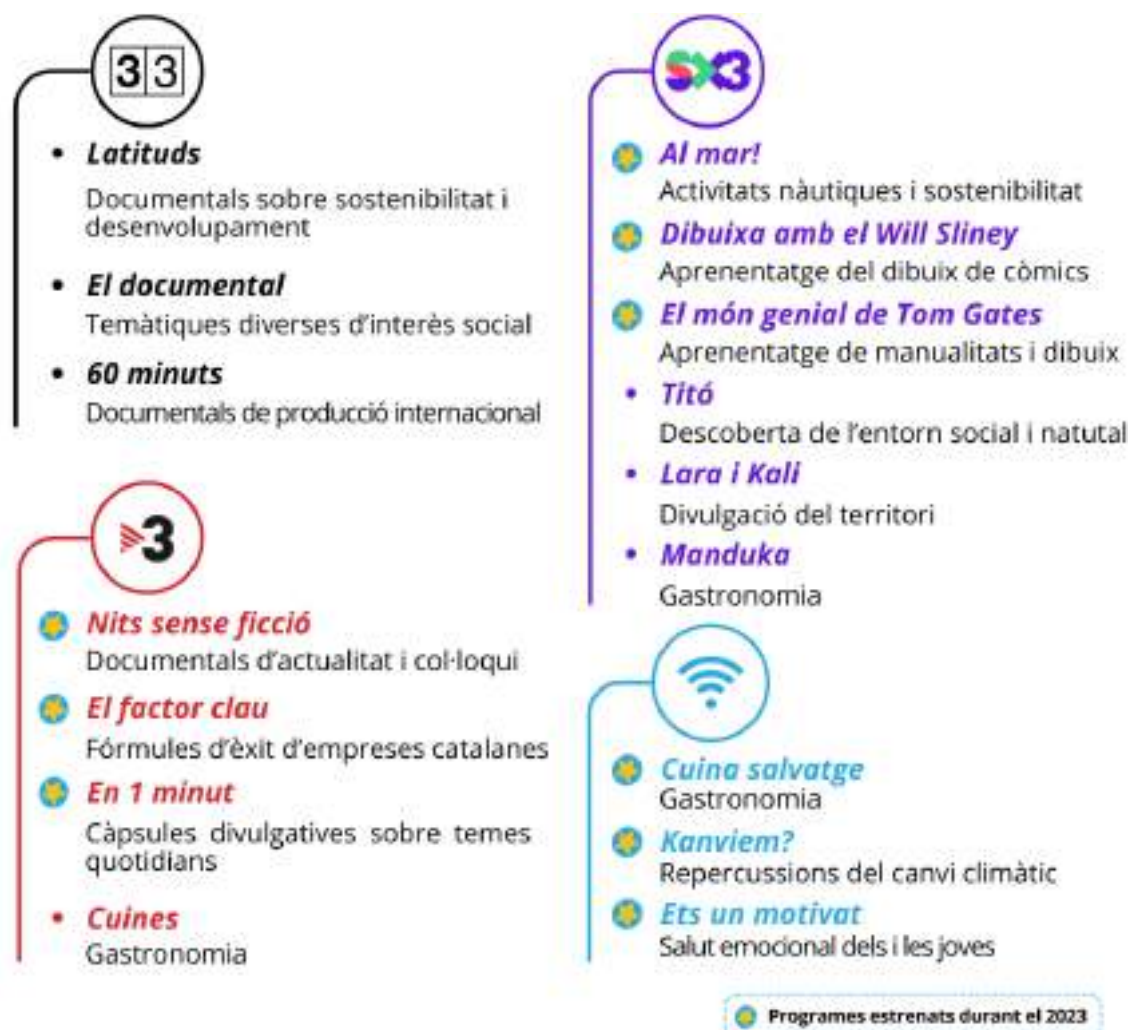
Per la seva part, **TV3** presenta diferents novetats que prenen el relleu a les estrenes del 2022 que no tenen continuïtat durant el 2023, com *Gent de mar* i *Ments inquietes*. Una de les propostes és *Nits sense ficció*, amb un format híbrid derivat del *Sense ficció*, que

combina el documental i un col·loqui amb persones expertes en la matèria tractada en l'àmbit divulgatiu. Sense periodització preestablerta, les edicions responen a criteris d'actualitat i s'emeten en horari de *prime time* nocturn. També s'estrenen *El factor clau* i *En 1 minut*, que ofereix vídeos d'animació amb contingut divulgatiu sobre temes vinculats a la sostenibilitat, l'economia domèstica o l'educació.

El **SX3** amplia el seu catàleg amb noves incorporacions centrades en la divulgació, com ara *Al mar!*, *Dibuixa amb el Will Sliney* o *El món genial de Tom Gates*, una ficció animada que integra tutorials de manualitats i dibuix.

En l'àmbit **digital**, les noves propostes divulgatives, adreçades a una audiència jove, s'integren en la finestra EVA. És el cas de *Kanviem?*, *Ets un motivat* o *Cuina salvatge*, que busca apropar la cuina tradicional catalana al segment juvenil.

Figura 66. CCMA. Exemples de continguts divulgatius. Televisió. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Les principals novetats en continguts divulgatius en el mitjà radiofònic apareixen sota el format de pòdcast. Durant el 2023 s'estrenen diversos títols de temàtica variada, com ara la salut (*Gent normal*), els processos migratoris (*El mar. El mur*), la investigació científica (*A l'Antàrtida no hi ha ossos*) o l'ecologia (*Terra cremada*).

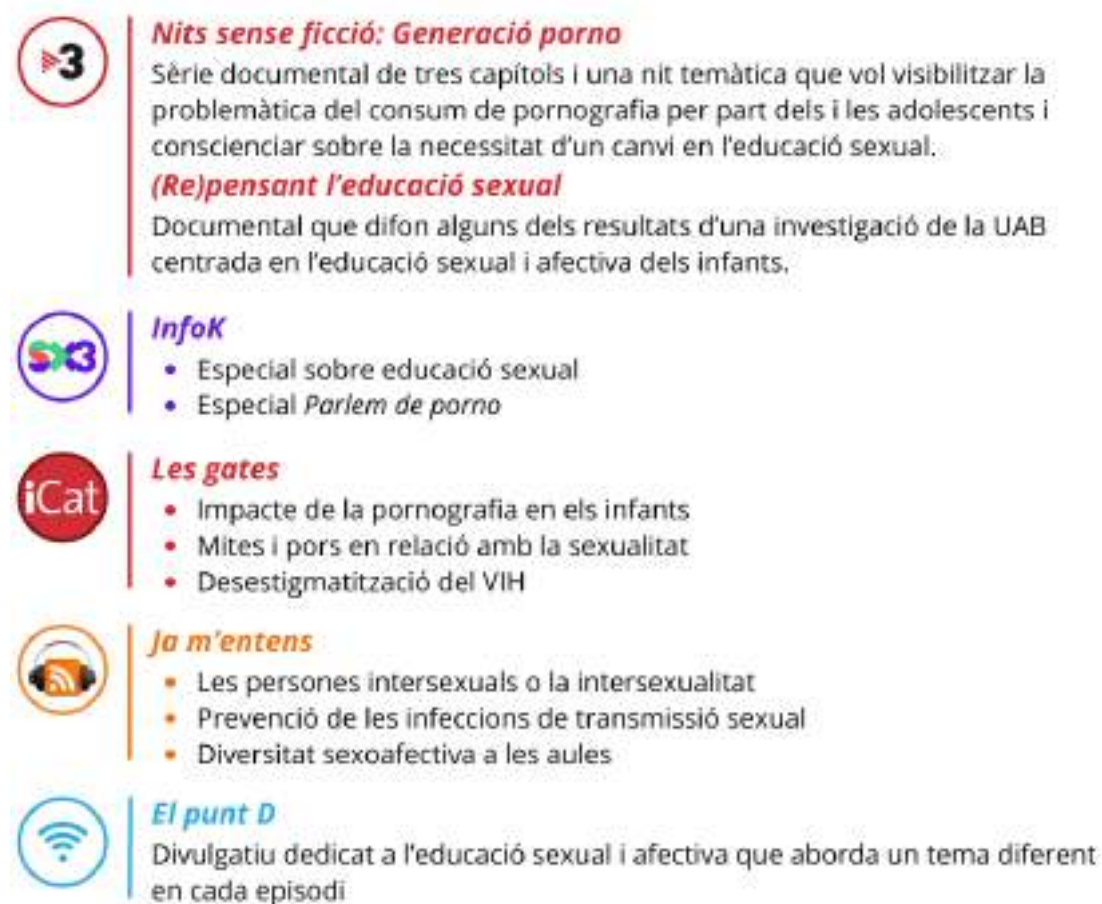
Figura 67. CCMA. Exemples de continguts divulgatius. Ràdio. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Durant el 2023 es para una atenció especial a l'oferta divulgativa en matèria de salut sexual i reproductiva, coincidint amb la temàtica seleccionada per a la Marató de 3Cat. Així, als espais ja presents a la graella o a les plataformes, com *El punt D* o *Ja m'entens*, s'hi afegeixen emissions específiques que exploren i visibilitzen qüestions com el consum de pornografia entre adolescents o les mancances de l'educació sexoafectiva actual. Val a dir que es tracta d'una oferta de continguts adaptada als diferents segments d'edat de l'audiència, amb programes adreçats especialment a joves (com *El punt D*) o a infants (*InfoK*).

Figura 68. CCMA. Continguts divulgatius sobre educació sexual i afectiva. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La contribució a l'alfabetització mediàtica

L'impuls de l'alfabetització mediàtica de la ciutadania és un dels compromisos del servei públic audiovisual. En aquest marc, durant el 2023 els mitjans de la CCMA ofereixen continguts i seccions de programes específicament dissenyats amb aquest objectiu, incloses dues estrenes de la nova plataforma 3Cat: *Unfold*, en el marc de la finestra digital EVA, i el pòdcast *Ciberseguretat*. Aquestes noves propostes prenen el relleu dels espais televisius *Som revolució* i *CTRL* i del pòdcast *#Felicitatdigital*, que el 2023 no estrenen noves temporades.

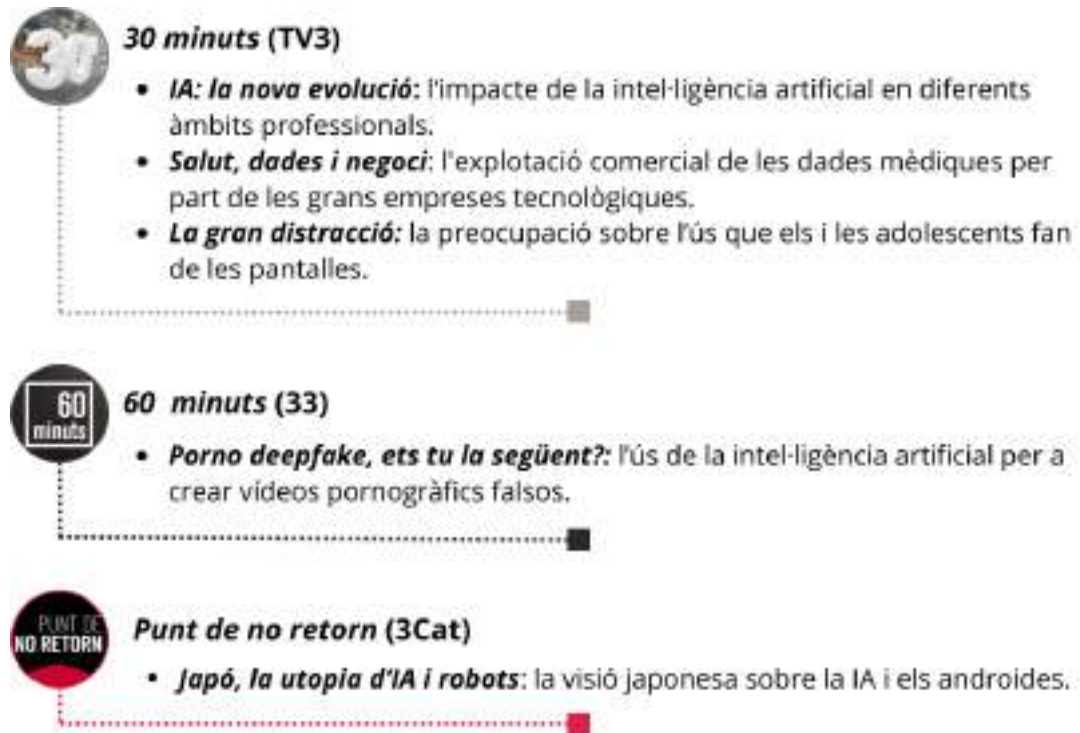
Figura 69. CCMA. Programes específics que incideixen sobre l'alfabetització mediàtica. Relació no exhaustiva. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Al mateix temps, diversos documentals i reportatges d'actualitat, tant de creació pròpia com aliena, exploren qüestions vinculades amb els desafiaments i els riscos del nou entorn digital.

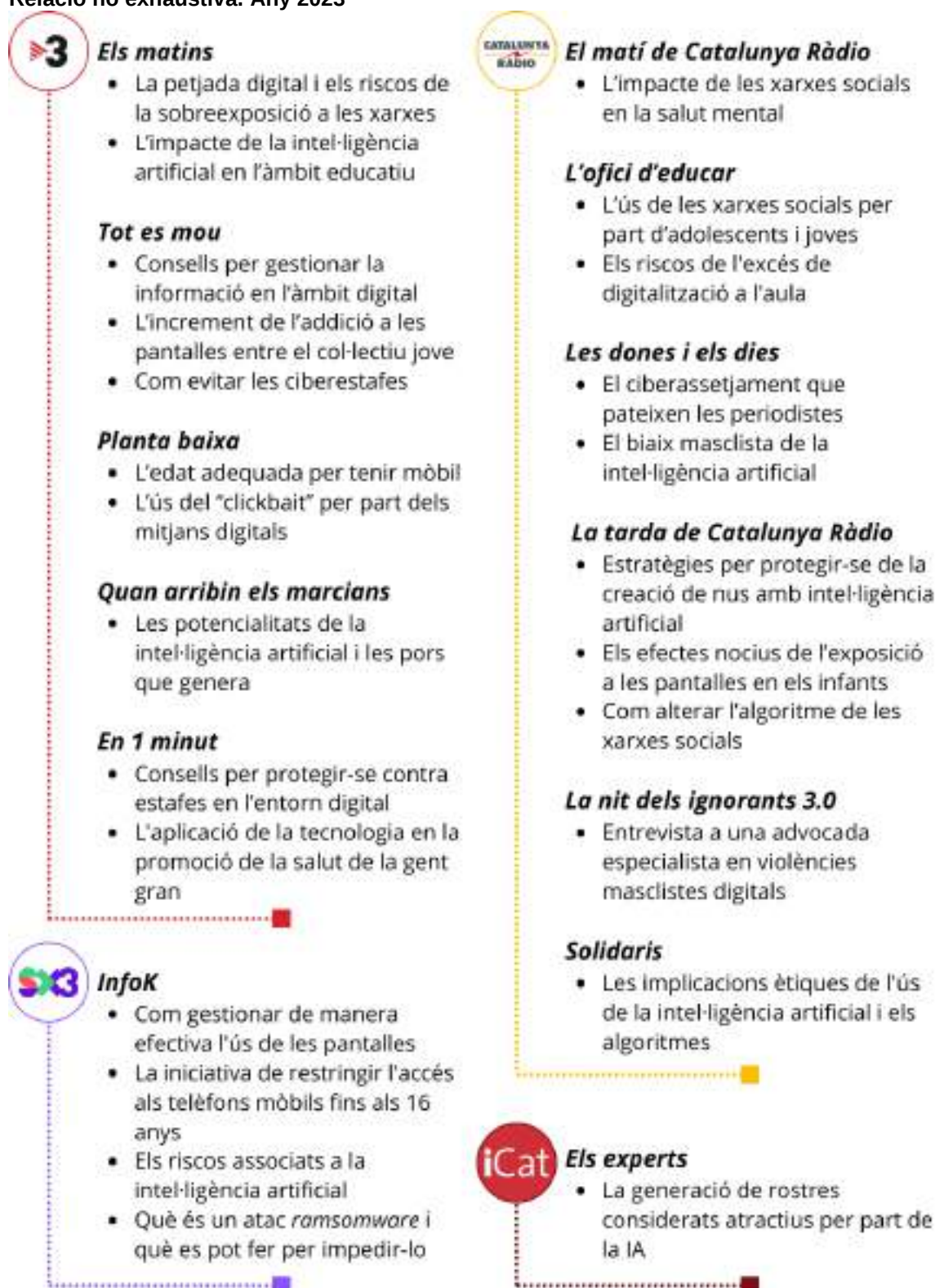
Figura 70. CCMA. Documentals i reportatges relacionats amb l'alfabetització mediàtica. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A més, aquesta temàtica també apareix com a element de l'actualitat i s'aborda sota el format de reportatges, entrevistes o taules d'anàlisi emesos, principalment, en magazins tant de ràdio com de televisió.

Figura 71. CCMA. Continguts relacionats amb l'alfabetització mediàtica en la programació. Relació no exhaustiva. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La divulgació de la memòria històrica

El Mandat marc situa la divulgació de la memòria històrica com un element de generació de valor cultural, en la mesura que es tracta de difusió de coneixements, però, també, com a element constitutiu de la identitat i cultures catalanes, entenent cultura des d'un vessant antropològic.

L'aportació de 3Cat a la preservació de la memòria històrica queda reflectida en l'oferta de continguts de format divers que aborda esdeveniments i figures clau de la història universal, i especialment de la catalana, amb un focus particular en el període que abasta des de la Segona República fins a la Transició.

En l'àmbit **televisiu**, el 2023 s'estrena a TV3 *Una altra història*, on s'exposen relats personals relacionats amb objectes antics que serveixen per il·lustrar moments històrics de la Catalunya del darrer segle. En contraposició, l'espai *Quanta guerra!*, estrenat el 2022 i centrat en l'anàlisi històrica de la Guerra Civil, no compta amb nova temporada durant el 2023. A banda, s'ofereixen noves peces documentals, principalment en el marc dels contenidors *Sense ficció* (TV3) i *El documental* (33), així com obres de ficció que recreen diferents períodes històrics (vegeu la figura següent).

A banda, el **catàleg d'àudio** de 3Cat incorpora dos nous espais en format de pòdcast dedicats específicament a la divulgació històrica: *Extrema Catalunya*, que repassa la història dels moviments d'extrema dreta a Catalunya després de la mort de Franco, i *Van fer història*, difós en l'entorn digital del SX3 i adreçat a un públic infantil, que relata la biografia de figures històriques de rellevància.

Dins de l'àmbit radiofònic també s'ofereixen nous capítols del programa de divulgació històrica *En guàrdia*, que el 2023 celebra les 1.000 edicions.

Figura 72. Programes sobre memòria històrica. Relació no exhaustiva. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

3Cat complementa l'abordatge de la memòria històrica amb la inclusió de continguts de format divers en els magazins televisius i radiofònics vinculats amb la publicació d'assajos, les estrenes de produccions culturals o la commemoració d'efemèrides.

Figura 73. Continguts sobre memòria històrica en la programació. Alguns exemples. Any 2023

Entrevistes
▪ Iñaki Egaña, sobre l'assai <i>Operación Ogró</i>, que fa una reconstrucció de l'atemptat contra Carrero Blanco (<i>Els matins</i>, TV3). ▪ Agustí Colomines, historiador, sobre el llibre <i>Amnistia i Llibertat!</i> que reconstrueix els anys previs al retorn del president Tarradellas i la restauració de la Generalitat (<i>Més 324</i>, 3/24). ▪ Joaquim Albareda, historiador, sobre l'assai <i>Vençuda però no submissa: la Catalunya del segle XVIII</i> (<i>Més 324</i>, 3/24). ▪ Joan Esculles, historiador, per parlar de l'atemptat contra Carrero Blanco, amb motiu del 50 aniversari (<i>Més 324</i>, 3/24). ▪ Enric Auquer, protagonista d'una pel·lícula sobre la figura d'Antoni Benaiges, un mestre republicà afusellat a l'inici de la Guerra Civil (<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>, Catalunya Ràdio). ▪ La família Castells, sobre la peça teatral <i>Papers de la guerra</i>, que posa veu a les memòries que el seu pare i el seu avi van escriure des del front de la Guerra Civil (<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>, Catalunya Ràdio). ▪ Pau Juvillà, escriptor, sobre el llibre <i>ERAT, l'exèrcit de SEAT: Infiltrats, guerra bruta i moviment obrer durant la Transició</i> (<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>, Catalunya Ràdio). ▪ ...
Reportatges
▪ 85 anys del bombardeig de Granollers per part de l'aviació feixista (<i>Els matins</i>, TV3). ▪ Marxa a peu fins a França organitzada per homenatjar la Retirada catalana i La Desbandá malaguenya per fugir de l'avenç del bàndol feixista (<i>Tot es mou</i>, TV3). ▪ L'exposició de l'Arxiu Històric de la ciutat de Barcelona que mostra dibuixos infantils inèdits fets durant la Guerra Civil (<i>Tot es mou</i>, TV3). ▪ Recorregut per diversos espais de la ciutat de Lleida marcats per la Guerra Civil (<i>Un país per voltar</i>, Catalunya informació). ▪ Famílies que han iniciat la cerca dels cossos dels seus familiars morts al front durant la Guerra Civil (<i>Catalunya nit</i>, Catalunya Ràdio). ▪ La Guerra Civil, una ombra allargada (<i>Rècords</i>, pòdcast de Catalunya Ràdio). ▪ ...

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

4.2. Els continguts culturals en els mitjans de la CCMA

El Mandat marc estableix que el servei públic audiovisual ha de contribuir a la creació i difusió de continguts culturals i constituir-se en “motor cultural”. Més enllà de la difusió del saber en sentit ampli, tractat en el punt anterior, en aquest epígraf s’aborda la cultura tant des del vessant de la creació artística com des d’una perspectiva més antropològica i, per tant, s’hi inclouen continguts referents a les arts, però també els que tracten les tradicions, la gastronomia o les manifestacions de la cultura popular, per exemple.

La presència de cultura en la programació

La proporció de continguts culturals en l’oferta de la Corporació difereix segons el mitjà, i és al 33 on obté un pes més elevat.

Durant el 2023, al **33** els **continguts culturals** entesos com qualsevol forma d’expressió i manifestació pròpia d’una societat representen el **44,2%** del temps d’emissió

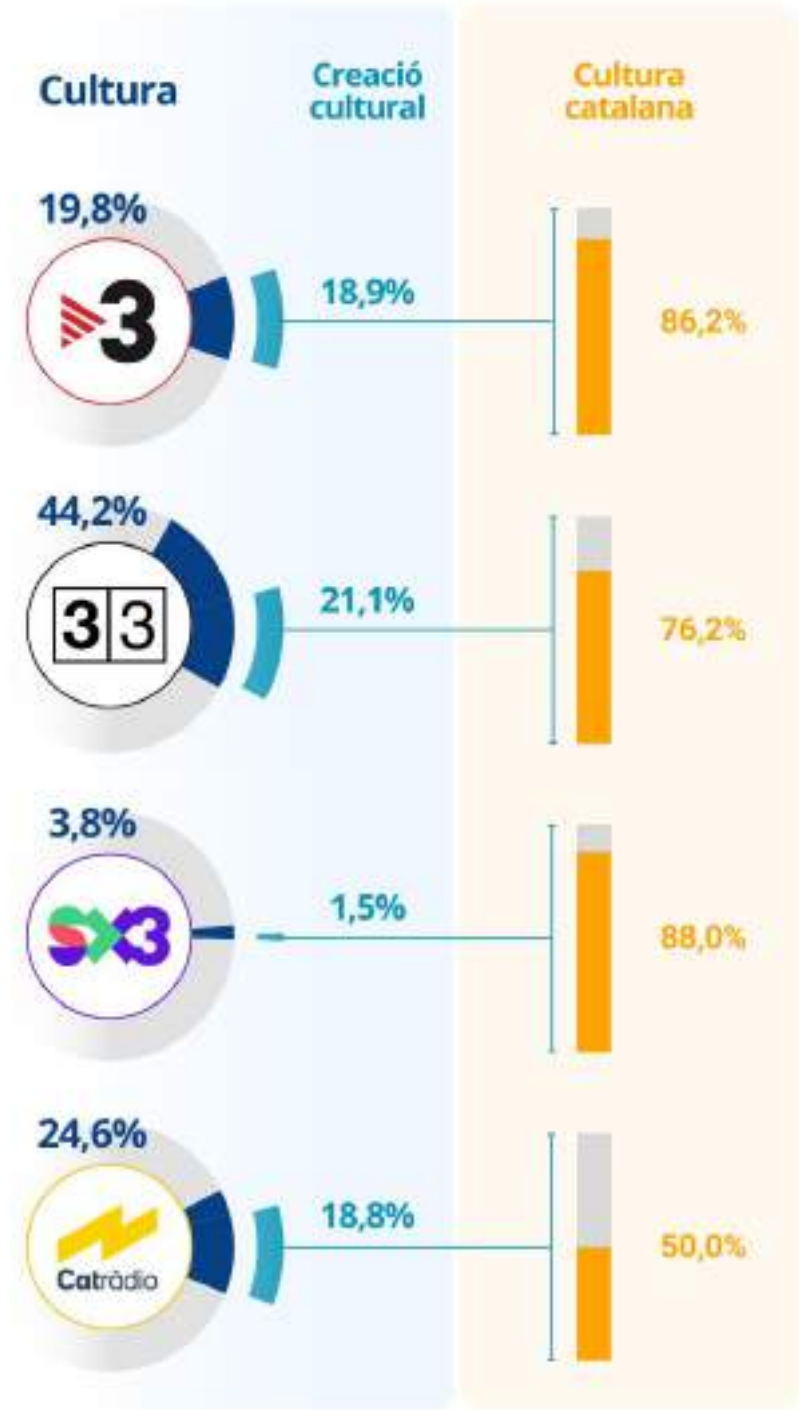
A TV3 i a Catalunya Ràdio la presència de cultura en la programació oscil·la entre el 20% i el 25%, mentre que al SX3 –on la ficció és molt majoritària– suposa un 3,8%.

Quant al temps dedicat a la **creació cultural**, aquesta representa el 21,1% de la programació del 33, mentre que a TV3 i a Catalunya Ràdio, la major part dels continguts culturals corresponen a la cultura entesa com a creació artística i de pensament.

Tots els mitjans de la CCMA analitzats coincideixen en la prioritització de la difusió de la **creació cultural catalana**. En aquest sentit, els tres canals televisius registren una presència de cultura catalana superior al 75%.

L’informe monogràfic del CAC [*Els continguts culturals. Presència i diversitat en les emissions*](#) ofereix una anàlisi més detallada sobre la presència de la cultura en diferents mitjans, inclosos els de la Corporació, durant un període de 4 mesos (gener-abril).

Figura 74. CCMA. Percentatge de continguts culturals en la programació lineal. 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Els programes culturals en la televisió i la ràdio

Pel que fa als programes concrets que configuren els continguts culturals, els mitjans televisius de la CCMA, seguint la línia del 2022, continuen vehiculant la cultura a través de propostes que integren elements de diferents disciplines artístiques en un context d'entreteniment i concentren les novetats a TV3.

Així, el canal generalista i de més audiència de la CCMA, **TV3**, es caracteritza per dues línies complementàries. D'una banda, concentra la majoria dels continguts culturals en espais musicals d'emissió regular programats durant la matinada, un fet que en condiciona l'impacte en termes d'audiència; de l'altra, ofereix propostes d'entreteniment, amb presència dispar de continguts culturals, en horari de *prime time* i, per tant, amb una audiència potencial més elevada.

En aquest marc s'inclouen les estrenes d'*Això no és una cançó* (música) i *La Puntual* (teatre) o la segona edició d'*Eufòria* (música), que manté l'impacte de la primera edició (amb una quota de pantalla mitjana del 20,4% i amb 30 milions de reproduccions en l'entorn digital). Val a dir que aquestes estrenes no suposen un increment de programes amb continguts culturals, sinó que venen a substituir propostes similars del 2022 com eren *Òpera prima* (música), *El llop* (arts escèniques) i *Una història de la literatura*.

Per la seva banda, el **33** veu reduïda durant el 2023 la seva oferta cultural degut a l'absència de noves propostes i la manca de continuïtat dels espais centrats en la cultura estrenats l'any anterior com *El retorn de les lluernes* (literatura), *El local* (música) i *Històries gegants* (tradicions populars). Amb tot, manté una orientació cap a la divulgació cultural, amb programes com *Quan arribin els marciàns*, emès en *prime time*, i l'estrena de nous documentals sobre figures vinculades al món de la cultura, especialment la catalana.

Seguint l'exemple d'*Eufòria* en la combinació d'elements culturals i entreteniment dins un format de *talent show*, el **SX3** estrena *Kóreo*, un concurs enfocat a seleccionar la millor banda de k-pop catalana. L'altra novetat del canal infantil és *Els contes de la Pinya*, que difon contes tradicionals amb l'objectiu de fomentar la lectura.

En l'àmbit **digital**, es presenten dues novetats, *Animals arquitectes* i *Ale-hop*, que aborden disciplines artístiques com l'arquitectura i el circ.

Algunes d'aquestes estrenes (*Això no és una cançó*, *Ale-hop*, *Animals arquitectes*) sorgeixen de diferents convocatòries impulsades per la CCMA i el Departament de

Cultura durant els anys 2021 i 2022 per a la selecció de projectes audiovisuals innovadors en l'àmbit de la cultura.

Figura 75. Programació televisiva amb continguts culturals per canal. Relació no exhaustiva. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Quant a la ràdio lineal, l'emissora generalista **Catalunya Ràdio** manté una oferta programàtica estable que abasta un ampli ventall de disciplines culturals a la qual s'afegeixen diverses novetats durant la temporada estival: *Les golfes del Gorina* (cançons de cinema), *La vida és un musical* (musicals) i *Cafè Grec* (Festival Grec 2023).

Les emissores musicals **iCat** i **Catalunya Música** continuen centrant-se en la divulgació i l'actualitat en els àmbits de la música alternativa i la música clàssica, respectivament. **iCat** ofereix dues estrenes orientades a un públic jove: la selecció musical *DJ Trapella* i *Nota de veu*, que explora les curiositats de l'univers musical català. Per la seva part, **Catalunya Música** incorpora *El sisè sentit*, que recull obres musicals associades a vivències i moments especials.

En l'àmbit digital, es presenten tres novetats en format pòdcast. D'una banda, *Vinils*, on personatges rellevants de diversos àmbits recorden l'època analògica i la seva música. De l'altra, dues propostes amb motiu de la commemoració d'efemèrides de figures rellevants de la cultura catalana: *Avui és Tàpies* (centenari del naixement de l'artista) i *Galàctica* (75è aniversari del cantautor Jaume Sisa).

Figura 76. Programació radiofònica amb continguts culturals per canals. Relació no exhaustiva. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Més enllà de la programació regular, la CCMA ofereix retransmissions de concerts, premis en diverses disciplines i altres esdeveniments culturals. També, amb motiu d'efemèrides culturals com la Diada Nacional de Catalunya, Sant Jordi, Carnestoltes, la Revetlla de Sant Joan o la Setmana del Llibre en Català, els diferents mitjans de la CCMA presenten una programació especial.

Figura 77. CCMA. Exemples d'emissions no regulars amb contingut cultural per canal. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La informació sobre cultura

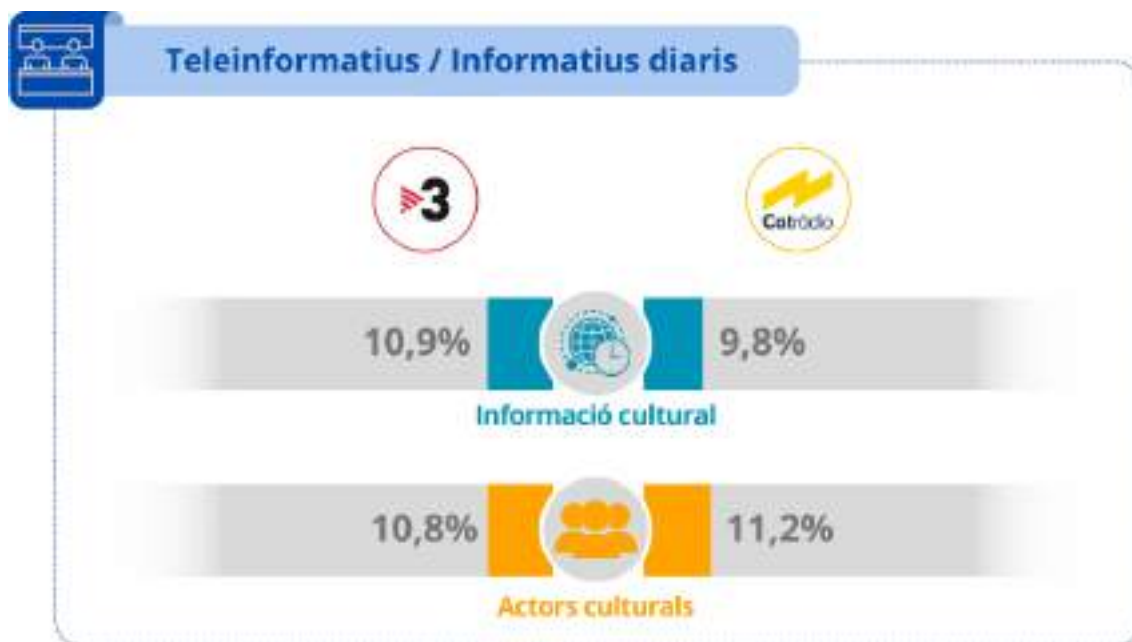
Una altra forma d'aportació de valor cultural és la informació d'actualitat sobre obres, estrenes o esdeveniments que els mitjans generalistes de la Corporació –TV3 i Catalunya Ràdio– ofereixen en els programes informatius diaris.

En la línia de l'any anterior, el percentatge d'informació referida a aquesta temàtica se situa al voltant del 10% tant a TV3 com a Catalunya Ràdio. La variació més significativa respecte de l'any 2022 es troba en la proporció d'actors culturals amb presència a Catalunya Ràdio (11,2%), que augmenta gairebé tres punts.

La **cultura** esdevé el **tercer i quart àmbit temàtic** pel que fa al temps de notícia en els informatius de TV3 i Catalunya Ràdio, respectivament.

Aquestes **posicions s'inverteixen** quan es considera l'**agrupació de persones del món cultural** que intervenen en les notícies.

Figura 78. TV3 i Catalunya Ràdio. Percentatge de temps de notícia sobre cultura i percentatge de temps de paraula dels actors culturals. Any 2023

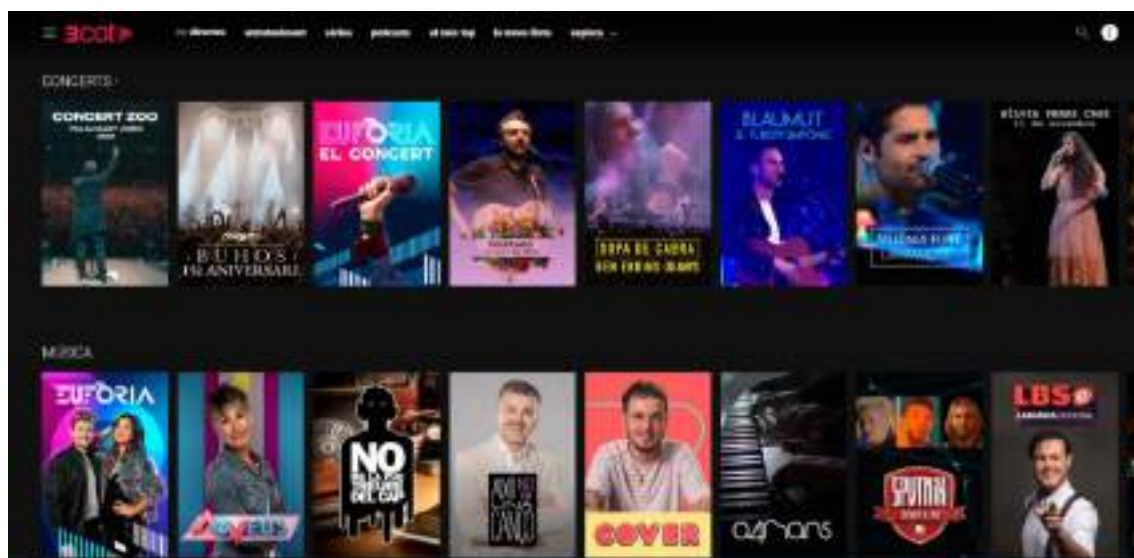
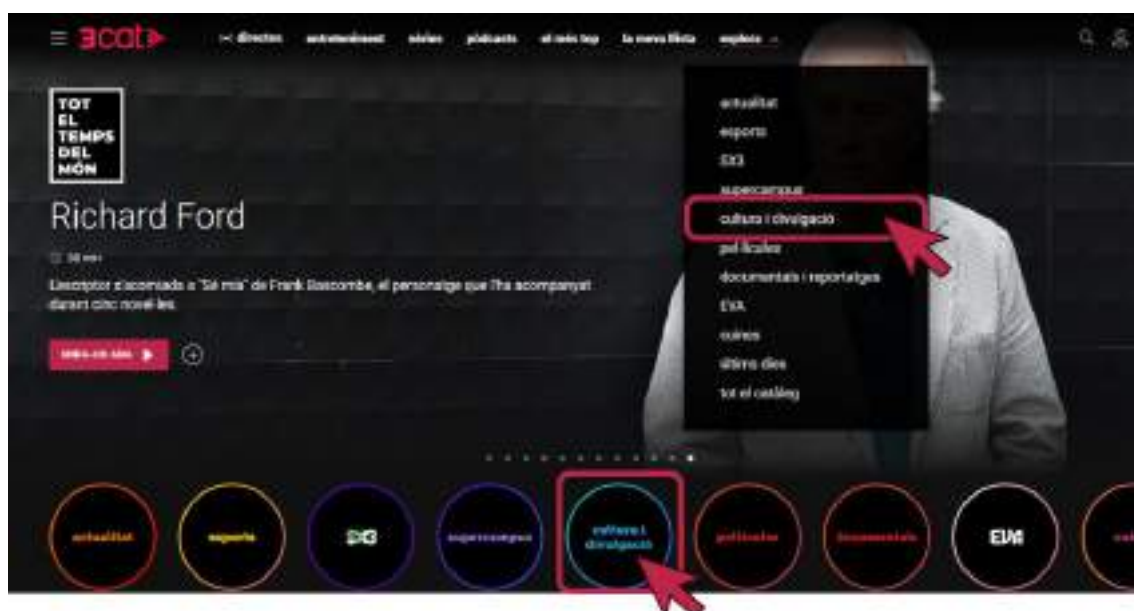


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Visibilitat dels continguts culturals en l'àmbit digital

La nova plataforma 3Cat inclou una secció que, sota el nom *Cultura i divulgació*, agrupa els continguts oferts pels mitjans de la CCMA sobre aquest àmbit temàtic (<https://www.ccma.cat/3cat/cultura>). Hi tenen cabuda tant programes en emissió durant l'any 2023 com materials d'arxiu.

Aquesta secció conté promocions a pantalla completa de programes específics i organitza els continguts en subseccions especialitzades en literatura, concerts, música i tendències urbanes, entre d'altres. També es presenten col·leccions temàtiques, com ara *Pau Casals*, *Rumba catalana* o *Toc de castells*. A més, es dona visibilitat als continguts culturals en funció de la *novetat* o de les preferències de les persones usuàries (*el més vist*, *el més escoltat*).



La localització i l'accés als continguts sobre *cultura i divulgació* també es facilita a través d'un catàleg ordenat alfabèticament per títol de programa, i que distingeix entre continguts de vídeo (<https://www.ccma.cat/3cat/tot-cataleg/cultura>) i d'àudio (<https://www.ccma.cat/3cat/tot-cataleg/cultura/audio>).

Pel que fa a les aplicacions per a dispositius mòbils i televisions connectades, els continguts culturals es presenten amb la mateixa disposició que a la plataforma 3Cat.

A banda, la web de la CCMA manté una secció (<https://www.ccma.cat/324/cultura>) que mostra notícies relacionades amb el món de la cultura i continguts destacats emesos a través dels seus mitjans sobre aquesta temàtica. A més, la interfície permet realitzar la cerca dels continguts per disciplines artístiques: cinema i sèries, música, llibres, etc.

El portal de notícies del 3/24 també inclou elements de prescripció cultural que s'identifiquen amb el nom *Set cites per a set dies*. Es tracta d'una iniciativa basada en recomanacions realitzades per part de periodistes culturals i figures públiques del món de la cultura.

4.3.El servei públic com a garantia de provisió de continguts en català i aranès

El Mandat marc assigna a la llengua un paper principal en la configuració del valor cultural, per tal com és alhora un vehicle per a la transmissió de valors, coneixements i tradicions, i una eina d'expressió d'un sistema simbòlic propi. A més, es confereix al servei públic audiovisual la missió de compensar les mancances existents en la producció i difusió de continguts en llengua catalana i aranès. En aquest sentit, a més de la seva articulació com a llengua institucional, la Corporació impulsa diverses iniciatives vinculades a l'emissió i la distribució de continguts en català i en aranès.

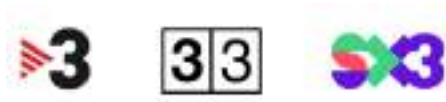
El català, llengua d'emissió

El català és la llengua vehicular de la CCMA, tant en l'oferta lineal i digital com en les interaccions en xarxes socials i en les aplicacions per a dispositius mòbils i televisors intel·ligents.

Quant a la publicitat emesa en els mitjans lineals, la llengua catalana suposa el 86,2% de les comunicacions, amb un descens de 2 punts percentuals respecte de l'any 2022. En relació amb el mandat de promoció de la llengua que recau en la CCMA, resulta destacable que en els anuncis de joguines, que s'adrecen a infants, el castellà hi té una presència majoritària (el 81,9% dels espots, segons dades obtingudes a partir d'una mostra).

La publicitat en aranès es limita a espots institucionals de la Generalitat de Catalunya.

Quadre 13. TV3, 33 i SX3. Llengua de la publicitat. Any 2023

Canals	Llengua	Nre. d'espots	%
	Català	2.621	86,2
	Aranès	4	0,1
	Castellà	366	12,0
	Altres llengües	48	1,6
	Sense llengua	4	0,1
	Total	3.043	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre la base d'una mostra.

A banda, la presència de cançons en llengua catalana a les emissores radiofòniques de la CCMA s'ajusta al requisit legal del 25%, segons les declaracions de música cantada corresponents a la temporada general i d'estiu 2022-2023 presentades per la Corporació.

El doblatge d'obres al català suposa una altra via de provisió de continguts en la llengua pròpia que difícilment cobreix el mercat. Així, durant el 2023, la CCMA dobla al català un total de 1.464 hores de produccions alienes, una xifra que representa un increment del 6,5% respecte del 2022. La major part d'aquestes obres (67,6%) corresponen a produccions seriades tant de ficció com d'animació. En virtut de l'acord signat amb el Departament de Cultura (vegeu la figura 85), la CCMA cedeix els doblatges perquè altres prestadors puguin fer-ne ús.

Figura 79. TVC. Hores doblades a la llengua catalana



Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de l'Estat d'informació no financera de la CCMA 2023.

Els continguts en aranès

Segons dades de la CCMA, durant el 2023 les emissions lineals en aranès sumen un total de **585 hores**, distribuïdes en 90 hores de programació televisiva i 495 de continguts radiofònics.

A partir del juny del 2023, la Corporació **amplia l'oferta de continguts en aranès** per a tot Catalunya amb la incorporació d'una **segona roda informativa matinal en aranès** al canal **3/24**.

La resta de continguts informatius en aranès es continuen emetent en desconnexió específica per a la Vall d'Aran, tant pel 3/24 com per Catalunya Informació (vegeu la figura següent).

Tots els continguts estan disponibles al 3Cat i es manté la publicació de píndoles informatives en aranès a les xarxes socials. Quant a la visibilitat en els mitjans digitals, l'aranès no disposa d'un apartat propi a l'aplicació per a dispositius mòbils de la nova plataforma 3Cat, com sí que conserva la web de la CCMA (*Espai de l'aranès*).

L'impacte de les emissions en aranès es pot mesurar, si més no en part, mitjançant les audiències que assoleixen a tot Catalunya: la CCMA informa que les dues emissions lineals de la roda informativa al 3/24 aconsegueixen una mitjana de 6.000 i 9.000 persones espectadores, respectivament. En l'àmbit digital, els continguts en aranès registren un total de 343.000 reproduccions a la plataforma 3Cat.

Figura 80. CCMA. Continguts en aranès. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de dades extretes de l'*Estat d'informació no financera de la CCMA 2023*.

Continguts que promouen l'ús i el coneixement de la llengua catalana

Diversos programes dels mitjans de la CCMA ofereixen continguts destinats a fomentar l'ús del català i a promoure'n el coneixement, habitualment sota un format de seccions fixes en magazins d'informació i entreteniment (vegeu la figura següent). Addicionalment, emissions puntuals en format documental o informatiu ofereixen continguts relacionats amb la llengua catalana.

Val a dir, però, que durant el 2023 només s'estrena un programa l'objecte del qual és el coneixement o la promoció de la llengua. Es tracta de la recuperació, amb noves edicions, de *Sense fronteres* (Catalunya Ràdio), que s'ocupa de temes relacionats amb els usos lingüístics en els diferents territoris de parla catalana i entrevista persones d'orígens diversos que parlen català.

En canvi, al 33, el canal de cultura i divulgació, l'únic programa centrat en la llengua, *El gran dictat*, es basa en la reemissió d'edicions de l'any 2016.

Figura 81. CCMA. Programes amb continguts sobre llengua catalana. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En l'àmbit radiofònic, es posa en marxa la iniciativa *Dia de la Llengua* (27 d'abril), que es concreta en continguts específics sobre la llengua catalana en diversos programes.

Figura 82. Catalunya Ràdio, iCat i Catalunya Música. Continguts destacats entorn del Dia de la Llengua (27 d'abril). Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Promoció de la presència de música cantada en català

A més de la programació de televisió i de ràdio dedicada a la música, la Corporació implementa al llarg de l'any una sèrie d'accions enfocades a la promoció d'artistes que utilitzen el català com a llengua d'expressió.

Figura 83. Mostra d'accions del 3Cat per promoure la música cantada en català. Any 2023

		Cançó de l'estiu La persona guanyadora del talent show <i>Eufòria</i> s'encarrega d'interpretar la cançó seleccionada com a banda sonora de la programació d'estiu. La cançó de l'any 2023 va ser <i>T'estimo igual</i> de Lildami
	 	Canta i balla Secció del web que recull les cançons emeses en el marc dels programes del canal infantil: <i>El cançoner del Mic</i> , <i>Balla amb Fa la la</i> , <i>Les cançons del Uau Ka Kau</i> , etc. www.ccma.cat/tv3/sx3/s3/canta-balla/
		Els Beta Secció del web que conté les cançons del grup musical protagonista de la sèrie <i>Projecte Beta</i> . www.ccma.cat/tv3/sx3/beta/musica/seccio/145240/
		Cançó de la setmana L'emissora tria cada setmana una novetat de l'escena musical catalana i la destaca en antena i a les xarxes socials.
		Cançó de l'estiu L'emissora tria una cançó d'artistes catalans emergents com a banda sonora de la programació d'estiu. La cançó seleccionada el 2023 va ser <i>Xalalà</i> del grup <i>Figa Flawas</i> .
		Concurs #iCatVolta Concurs organitzat per iCat, el Departament de Cultura i la Volta Ciclista a Catalunya per seleccionar la cançó oficial d'aquest esdeveniment esportiu. La guanyadora de l'edició del 2023 va ser <i>Houston</i> del grup <i>Sexenni</i> .
		Disc de La Marató Àlbum musical que inclou cançons cantades en català per part d'artistes catalans i no catalans. Les peces es reproduïen durant el programa especial del desembre i en la programació de les setmanes prèvies de promoció.

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

ésAdir, el servei lingüístic del prestador

El portal ésAdir (esadir.cat) recull els criteris de llengua oral i escrita que s'apliquen en els mitjans de la CCMA a partir dels materials elaborats pels Serveis Lingüístics de 3Cat. Ofereix recomanacions per a la redacció i locució de textos i respostes a dubtes habituals. El portal conté un cercador, seccions temàtiques, l'enllaç a altres eines lingüístiques en línia i disposa d'un compte a la xarxa social X.

Tot i que s'adreça a professionals de la comunicació, el servei transcendeix les redaccions de la CCMA, atès que és obert al conjunt de la ciutadania.

Figura 84. Dades d'ús dels Serveis Lingüístics de la CCMA a Internet durant el 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

Convenis de col·laboració i iniciatives en relació amb la promoció de la llengua i la cultura catalanes

Una altra via de promoció de la llengua i la cultura catalanes són els acords de col·laboració amb institucions i entitats. La majoria posen el focus en la creació i el consum de continguts audiovisuals en català.

Entre els acords hi ha el subscrit amb el Departament de Cultura, que s'emmarca en una iniciativa conjunta per fomentar el català en el consum audiovisual i inclou la cessió del doblatge de títols propis a les plataformes OTT.

Figura 85. Exemples d'acords i convenis de col·laboració entre la CCMA i institucions i entitats culturals. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de dades extretes de l'*Estat d'informació no financera de la CCMA 2023*.

4.4. Premis, reconeixements i guardons

Diversos guardons han reconegut la programació de la CCMA per la qualitat de les propostes divulgatives i la capacitat d'acostar la cultura a un ampli espectre de públic, un reconeixement que pot contribuir a reforçar l'impacte de la seva aportació de valor en l'àmbit cultural.

Figura 86. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor cultural. Any 2023



Premi Ondas al millor pòdcast en una llengua cooficial de l'Estat per a *Gent normal* per "abordar la salut mental des d'una perspectiva verdaderament natural i sensible, rigorosa i propera".

Millor format cultural i divulgatiu pel programa *Il·luminats* per apostar "per un format arriscat, original i entretingut" i "parlar de cultura de manera comprensible per a totes les audiències".





Premi a la Millor pel·lícula de ficció per *Miró*, sobre la vida de joventut de l'artista i la gènesi del seu univers creatiu.

Premi Joan Corbella de Comunicació sobre salut mental de la Societat Catalana de Psiquiatria i Salut Mental a TV3 "com a reconeixement a la tasca realitzada al llarg dels anys de divulgació, desestigmatització i sensibilització de la salut mental i les addiccions a Catalunya".





Premi a la trajectòria en la divulgació de la biodiversitat per a la periodista de TV3 *Cori Calero*, especialitzada en medi ambient i emergència climàtica.

Premi a la Millor Direcció per al documental coproduït per 3Cat *Fauna*, que aborda la relació entre persones, animals i ciència després de la pandèmia de la Covid-19.





Guardó 1924 per a la sèrie d'animació del SX3 *Jasmine & Jumbo*, centrada a explicar conceptes musicals als infants.

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

5. El servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic

El servei públic audiovisual, a més de l'impacte social i cultural, té un impacte significatiu en l'economia d'un país. Aquest fet és especialment cert en els mercats comunicatius més reduïts, com ara el de Catalunya, tant pel volum de negoci com per la varietat d'activitats i els socis. L'ur influència no es limita als continguts que emeten, sinó que genera externalitats econòmiques positives per a tot el sistema econòmic del país.

El principal efecte econòmic beneficiós del servei públic audiovisual és en el teixit industrial del sector. En aquest sentit, els operadors públics han d'aprofitar i potenciar el teixit industrial existent en llurs àrees d'influència.

Per aquests motius, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

● Obligacions específiques

- a) Augmentar, d'acord amb llurs possibilitats, el pes dels sectors de la producció i la distribució de productes audiovisuals a Catalunya. Els criteris per desenvolupar aquest mandat són la qualitat industrial, la professionalitat, la creativitat i el compliment dels convenis laborals que els siguin aplicables, i han de tenir en compte l'arrelament territorial de les empreses del sector per a reconèixer-ne l'esforç a tot Catalunya.
- b) Complir els principis indispensables de transparència, publicitat i concurrència en la contractació dels serveis del sector privat.
- c) Cercar la col·laboració publicoprivada. Els continguts i serveis que derivin d'aquesta col·laboració poden ésser considerats servei públic si compleixen determinats requisits de qualitat, pluralisme i promoció de la llengua catalana.
- d) Promoure la col·laboració amb altres plataformes audiovisuals, especialment en la producció de continguts d'interès públic.

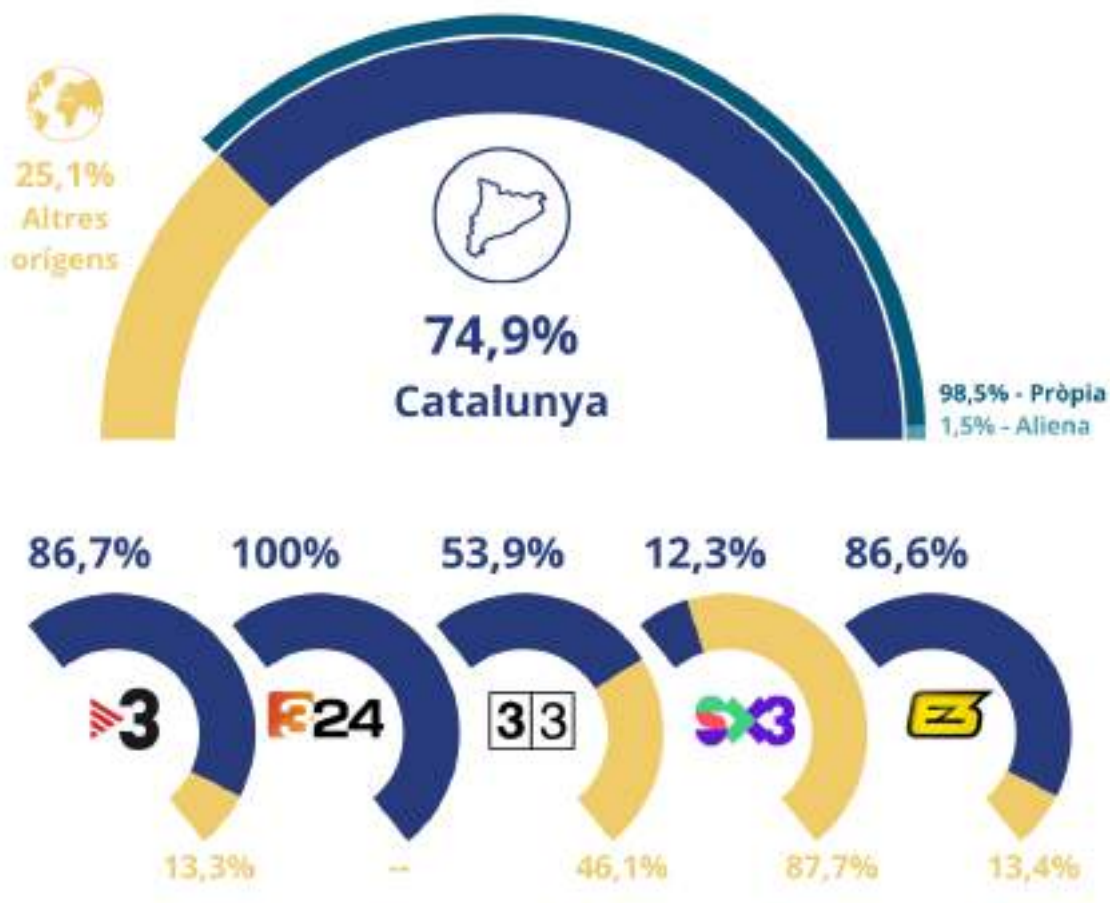
Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026.

5.1. La contribució de la CCMA a la indústria audiovisual de Catalunya

D'acord amb les disposicions del Mandat marc, la CCMA ha de fomentar el desenvolupament del teixit industrial del sector audiovisual català. L'impacte econòmic es genera tant a través de la producció pròpia com de les obres realitzades en col·laboració amb altres empreses o adquirides a productores alienes.

En aquest context, tres quarts parts de l'oferta del conjunt dels canals televisius de la Corporació corresponen a **produccions realitzades a Catalunya**, tot i que amb diferències significatives entre canals. Gairebé totes aquestes obres (98,5%) estan produïdes per la CCMA mateixa, ja sigui íntegrament o en col·laboració amb altres entitats productores.

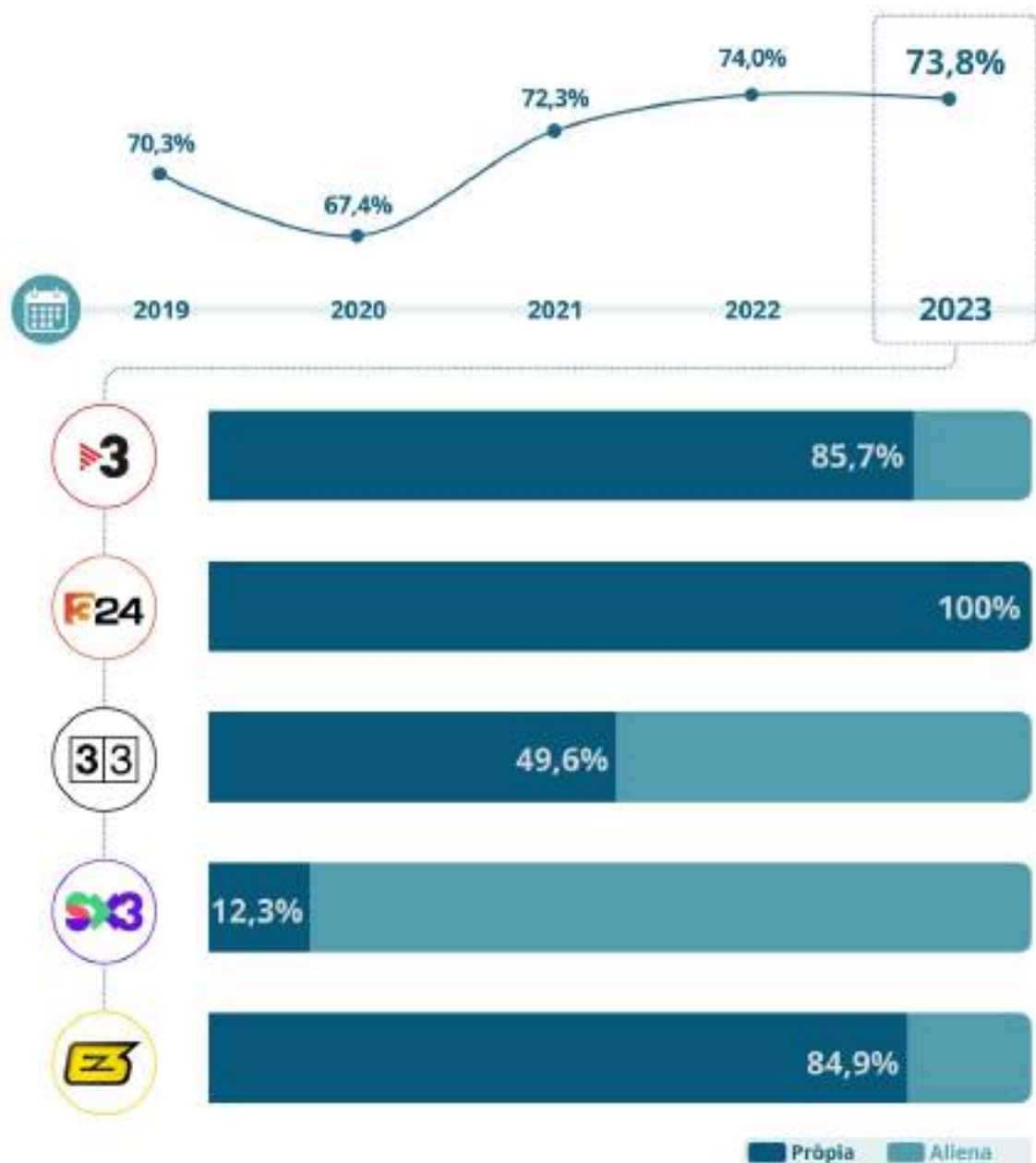
Figura 87. TVC. Proporció de temps d'emissió d'obres produïdes a Catalunya. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

El volum de **producció pròpia** registra una magnitud similar al de l'any 2022, tant en el conjunt d'emissions com per canal, amb un petit increment des del 2019 (a excepció del 2020, en què els efectes de la pandèmia fan caure la xifra).

Figura 88. TVC. Proporció de temps d'emissió de producció pròpia l'any 2023 i evolució durant el període 2019-2023

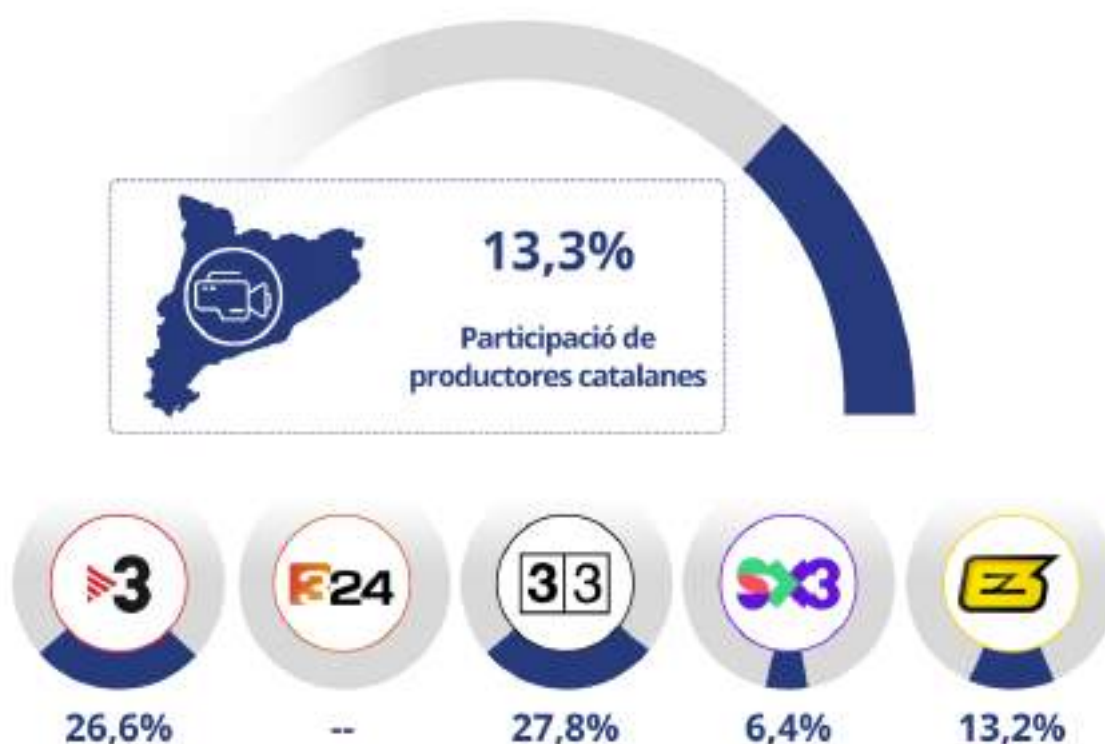


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La proporció de produccions **realitzades amb la participació de productores catalanes** (en col·laboració o mitjançant la compra de drets) és un altre indicador de la incidència econòmica de la Corporació en la indústria audiovisual i representa el **13,3%** del conjunt de temps d'emissió a les televisions. En el cas de TV3 i el 33 el pes d'aquestes produccions és considerablement superior i suposa entorn de la quarta part de l'oferta.

La gran majoria d'aquestes obres han estat produïdes per la Corporació amb la col·laboració d'empreses audiovisuals d'arreu del territori.

Figura 89. TVC. Proporció de programació realitzada amb la participació de productores catalanes. Any 2023



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir d'una mostra estadística de la programació.

5.2. La inversió en continguts de la Corporació

D'acord amb la informació proporcionada per la CCMA, la inversió total en producció pròpia durant el 2023, incloent-hi tant la producció associada com les coproduccions, se situa en 195,5 milions d'euros, una xifra que inclou també el cost del personal intern.

Figura 90. 3Cat. Inversió anual en producció pròpia i en col·laboració amb productores externes. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

Al seu torn, la inversió destinada a l'adquisició de drets de producció aliena, que comprèn les produccions televisives i els continguts distribuïts a través dels mitjans digitals de la Corporació, és de 7,5 milions d'euros. Segons informa la CCMA, el 42,7% de la inversió en obra aliena correspon a obres produïdes a Catalunya.

Figura 91. 3Cat. Inversió anual en adquisició de drets de producció aliena. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

5.3. L'exploració de la propietat intel·lectual dels continguts de la CCMA

L'exploració intel·lectual dels continguts de la Corporació representa una via addicional per incrementar els ingressos propis. A més dels drets audiovisuals, aquesta exploració abasta drets musicals, la publicació de llibres, llicències i altres àmbits relacionats.

Durant el 2023, segons la CCMA, els **ingressos nets** obtinguts per la Corporació a través de l'**exploració dels drets intel·lectuals** dels seus continguts suposen **1.072.702 euros**.

5.4. La inversió en obra europea

La CCMA també pot contribuir al foment de la indústria audiovisual catalana a través de la inversió en obra europea que estableix la normativa vigent. A aquests efectes, l'Acord 77/2024, de 25 de setembre, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de verificació del compliment per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, de les obligacions de finançament d'obres audiovisuals europees, constata que "en l'exercici 2023, la CCMA ha donat compliment, d'acord amb els conceptes i els imports declarats, a l'obligació de finançament anticipat d'obres audiovisuals europees, amb el 6% dels ingressos meritats en l'exercici anterior, d'acord amb el seu compte d'exploració, amb les condicions que estableixen les lletres a, b i c de l'article 118 de la LGCA." L'Acord especifica que "l'import destinat per la CCMA a aquest finançament anticipat ha estat de 17.403.734 €, superant, per tant, els 2.784.494,22 €, quantitat resultant d'aplicar el 6% sobre els ingressos computables de la CCMA."

6. El servei públic audiovisual com a generador de valor tecnològic

- *El servei públic audiovisual ha d'ésser motor de recerca aplicada en nous serveis tecnològics en l'àmbit de la producció i la distribució de continguts audiovisuals. Si el servei públic audiovisual és innovador en tecnologia garanteix la pervivència i, fins i tot, l'excel·lència dels continguts i serveis audiovisuals en català en totes les plataformes de distribució.*
- *Cal tenir present que, encara que la recerca bàsica en tecnologia es duu a terme en empreses tecnològiques, les corporacions de servei públic també contribueixen en aquest sector mitjançant consorcis amb tercers. El servei públic, pel fet de tenir accés directe i freqüent amb una part important de la població i ésser una marca de referència, pot mobilitzar prou massa crítica per a llançar nous serveis i innovacions que encara no siguin econòmicament rendibles per als operadors comercials. Aquesta funció és més rellevant en mercats reduïts.*
- *Per aquests motius, en la mesura de llurs possibilitats i d'una manera coordinada amb la resta d'agents involucrats, els mitjans audiovisuals públics han d'ésser actius en el desenvolupament de les tecnologies de la informació i la comunicació, sia en la recerca, sia en la fase de prova, sia en l'ús i la difusió dels nous serveis tecnològics.*

Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026.

6.1. L'impuls de la recerca, el desenvolupament i la innovació per part de la CCMA

L'assignació de recursos a la recerca i la innovació, així com l'aposta pel personal qualificat i la formació contínua dels seus professionals constitueix un indicador de la rellevància que una organització concedeix a la generació de valor tecnològic.

En aquest sentit, i segons les dades proporcionades per la CCMA, l'any 2023 destina al voltant de 6,5 milions d'euros a recerca i innovació, equivalent a l'1,7% del pressupost total de despeses liquidades. La Corporació també informa que 130 professionals estan dedicats a activitats de R+D+I, mentre que un 28,1% de la plantilla ha rebut algun tipus de formació específica en aquest àmbit.

Figura 92. CCMA. Impuls de la recerca, el desenvolupament i la innovació (R+D+I). Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

6.2. La CCMA com a agent de desenvolupament de les tecnologies d'informació i comunicació

Una part dels recursos assignats per la CCMA a R+D+I es canalitzen cap a projectes concrets en el camp de les tecnologies d'informació i comunicació, alguns de caràcter plurianual.

Quant als iniciats el 2023, segons la informació facilitada per la CCMA, es posen en marxa dues noves iniciatives que tenen com a denominador comú l'aplicació de la intel·ligència artificial. En concret, la Corporació col·labora amb el Barcelona Supercomputing Center (BSC) per oferir informació meteorològica personalitzada mitjançant l'ús de la IA generativa a través de la plataforma 3Cat. Així mateix, treballa amb el CIDAI (Centre of Innovation for Data Tech and Artificial Intelligence) en un nou projecte que permet la generació automàtica de contingut audiovisual per a notícies (vegeu la figura següent).

Paral·lelament, la CCMA manté la participació en altres projectes iniciats en anys anteriors que impulsen la innovació tecnològica: VIVIM, REMISS, PICAIE i participa en l'associació UHD Spain.

A banda, la CCMA continua integrada en altres organitzacions, com la multisectorial 5G Media Action Group, que impulsa en el mercat la tecnologia basada en solucions 5G, i HbbTV Association, que reuneix els radiodifusors, les empreses de telecomunicacions i el sector de fabricants d'equips amb la finalitat de proporcionar els estàndards per a la televisió interactiva.

La creació de valor tecnològic s'estén també al desplegament d'eines digitals per a la producció i difusió de continguts. La principal novetat del 2023 en aquest àmbit és la posada en marxa de la plataforma 3Cat, detallada en l'epígraf específic "La distribució de l'oferta a través de mitjans digitals: el llançament de 3Cat".

Figura 93. CCMA. Exemples de la participació de la CCMA en projectes vinculats a la innovació tecnològica. Any 2023

 CIDAI Centre d'Innovació per Dades i Intel·ligència Artificial	Generació dinàmica de contingut audiovisual en notícies Col·laboració amb el Centre d'Innovació en Dades i Intel·ligència Artificial centrada en el desenvolupament d'eines d'intel·ligència artificial per a la generació de representacions visuals que mostrin elements clau de les notícies. La CCMA proporciona l'entorn pràctic i els recursos audiovisuals necessaris per provar les solucions desenvolupades.
 BSC Barcelona Supercomputing Center	Projecte de meteorologia en col·laboració amb el Barcelona Supercomputing Center Té com a objectiu oferir a les persones usuàries de 3Cat informació meteorològica personalitzada a partir de la intel·ligència artificial generativa. La CCMA desenvolupa la primera fase del projecte i implementa una interfície gràfica per a la realització de consultes en mode text.
 VIVIM	Visió per computador per Video Immersiu Multiplataforma Impulsa nous sistemes de producció per al consum de continguts audiovisuals immersius multiplataforma basats en el vídeo omnidireccional i la sincronització de pantalles. La CCMA executa la fase final del projecte, optimitzant la reproducció de continguts 3D en diferents dispositius.
REMISS	Remiss Projecte que té com a objectiu comprendre i reduir la generació i difusió de notícies falses a través de sistemes basats en la intel·ligència artificial. La CCMA facilita dades, tant verificades com de desinformació, per a l'anàlisi amb mètriques de laboratori per ajudar a entendre els factors que confereixen credibilitat a un text i faciliten la seva propagació.
 picae	Publicació Intel·ligent de Continguts Audiovisuals i Editorials Millora del perfilat de persones usuàries amb tècniques de <i>big data</i>, per tal de perfeccionar la recomanació de continguts audiovisuals i detectar noves formes de consum. La CCMA participa en l'aplicació d'un nou recomanador de continguts mitjançant algorismes d'intel·ligència artificial.
 UHD SPAIN	UHD (Ultra Alta Definició) Innovacions vinculades a la implantació de l'ultra alta definició, en col·laboració amb l'associació Ultra High Definition Spain. La CCMA efectua la conversió a UHD que permet oferir un senyal en <i>streaming</i> per al seu consum a l'aplicació HbbTV de 3Cat. També realitza la producció i postproducció en format UHD i HDR (Dolby Vision) de diversos productes, com ara el concert d'<i>Eufòria</i> i documentals esportius.

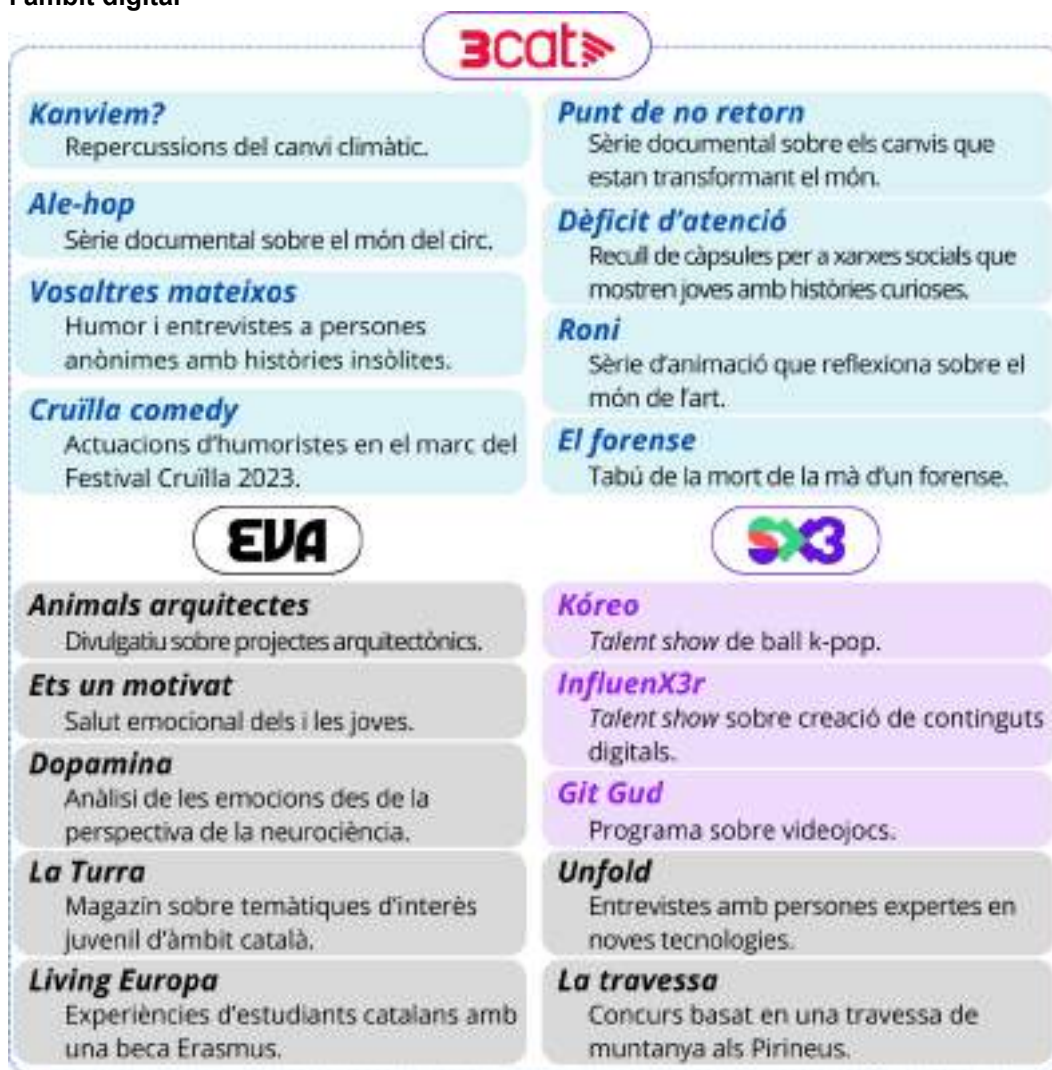
Font: Elaboració pròpia a partir de la *Memòria d'informació no financera 2023* i de les dades proporcionades pels webs del CIDAI, BSC i EURECAT.

6.3. Oferta de continguts concebuts per a l'àmbit digital

El Mandat marc també relaciona la generació de valor tecnològic amb la innovació en els processos de producció i distribució de continguts. En aquest context, la integració de l'oferta lineal i digital de la CCMA sota un sol entorn a través de la nova plataforma 3Cat es tradueix en un increment de continguts pensats específicament per al consum digital.

Quant a la distribució de continguts, la plataforma 3Cat integra dos espais que anteriorment operaven de manera independent: el canal infantil SX3 i la finestra EVA adreçada al públic jove, ambdós concebuts per al consum principal en l'entorn digital (vegeu els epígrafs “Continguts adreçats a persones menors d'edat” i “EVA, la plataforma de continguts adreçats a persones joves”).

Figura 94. CCMA. Mostra de continguts audiovisuals estrenats l'any 2023 concebuts per a l'àmbit digital



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

En relació amb el catàleg d'àudio, la nova plataforma aglutina una oferta de pòdcasts i videopòdcasts específicament dissenyats per ser distribuïts digitalment i que també es troben disponibles en plataformes de distribució com Spotify o iTunes.

Figura 95. CCMA. Exemples de continguts de pòdcast i videopòdcast. Any 2023



A l'Antàrtida no hi ha ossos Investigació científica a l'Antàrtida. El mar. El mur Procés migratori a la Mediterrània. Gent normal Malaltia mental i estigma. Hotel Palestina Entrevistes a corresponentsals en zones de conflicte. Terra cremada Impacte dels incendis. El llindar Entrevistes que inclouen la recreació de situacions fictícies. Les Teresines, pim, pam, pum Ficció en clau d'humor. Vinils Música de l'època dels discos de vinil. Barça reservat Informacions inèdites sobre el FC Barcelona.	Avui és Tòpies Reinterpretació del llegat escrit de l'artista des d'una perspectiva contemporània. Galàctica Univers del músic i cantautor Jaume Sisa. Ciberseguretat Noves professions relacionades amb el sector digital. Extrema Catalunya Anàlisi de l'evolució de l'extremisme de dretes a Catalunya. Inclassificables Creació artística i espais d'art a Catalunya. Eufòria: el pòdcast Temes que aborden les cançons que sonen al programa televisiu. El nou paradigma Humor sobre temes quotidians. Parem l'antena Entrevistes a diverses persones al voltant d'un concepte.
--	--



L'entresol
Pòdcast de ficció en què un grup de joves presenta un programa.

Spursito & Company
Entrevistes a personatges d'actualitat.



Van fer història
Biografies de personatges rellevants.

Superheroïnes de l'esport
Contes protagonitzats per esportistes catalanes de renom.

Quin guirigall!
Entrevistes a talents emergents en les xarxes socials.

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

La innovació en la producció i distribució de continguts s'estén també als entorns externs de la Corporació. En aquest sentit, la CCMA produeix peces específiques per a xarxes socials, especialment per a Instagram, TikTok i Twitch, i fa ús de les possibilitats d'*streaming* que ofereixen per fer el seguiment en directe de diferents esdeveniments, com el festival *Primavera Sound* o la final de la *UEFA Women's Champions League* disputada pel FC Barcelona.

El 2023 es difonen nous formats digitals amb motiu dels 40 anys de TV3 (*40 pals*) i Catalunya Ràdio (*La peixera*), i es treballa en la creació de continguts extra per a xarxes socials vinculats a programes de televisió o ràdio convencional, com ara *Eufòria*.

Figura 96. CCMA. Exemples de continguts específics per a les xarxes socials estrenats l'any 2023.



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

6.4. Premis, reconeixements i guardons

Els premis obtinguts esdevenen un indicador del valor aportat pels projectes de la CCMA en l'àmbit de la innovació tecnològica. Durant el 2023, dues d'aquestes iniciatives van ser reconegudes: el projecte CIDAi va ser guardonat per la seva contribució al desenvolupament de la intel·ligència artificial en l'àmbit audiovisual i el concert de la primera edició d'*Eufòria* al Palau Sant Jordi, per l'aplicació innovadora de tecnologia a la producció audiovisual.

Figura 97. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor tecnològic. Any 2023



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

7. Acords del CAC en relació amb els continguts emesos pels mitjans de la CCMA

Al llarg de l'any 2023 el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya aprova diversos acords referents als continguts emesos pels mitjans de la CCMA i a les seves obligacions de servei públic. Aquests acords complementen la informació sobre el grau de compliment de les missions de servei públic per part de la Corporació i la seva creació de valor en els diferents àmbits.

Acords en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic	
Acord 64/2023, de 13 de juny, d'aprovació de l'Informe 10/2023, de 12 de juny, de l'Àrea de Continguts, <i>El seguiment informatiu de les eleccions, a la televisió i a la ràdio, durant el període de campanya electoral (del 12 al 26 de maig)</i>	Acord 64/2023
Acord 119/2023, de 7 de novembre, d'aprovació de l'Informe 16/2023, de 30 d'octubre, de l'Àrea de Continguts, <i>El tractament informatiu del fets que conflueixen en la victòria d'Espanya en la FIFA Women's World Cup 2023</i>	Acord 119/2023
Acord 2/2024, de 31 de gener, d'aprovació de l'Informe 1/2024, de 23 de gener, de l'Àrea de Continguts, <i>Els pluralismes i la diversitat en els continguts de la televisió i de la ràdio lineals. Gener-abril del 2023. Monogràfic. Els continguts culturals. Presència i diversitat en les emissions</i>	Acord 2/2024
Acord 11/2024, de 14 de febrer, d'aprovació de l'Informe 7/2024 sobre la queixa presentada pel portaveu del Grup Parlamentari de VOX al Parlament de Catalunya, en relació amb el contingut d'una notícia sobre violències masclistes, emesa al <i>TN migdia</i> de TV3, el 30 de desembre de 2023	Acord 11/2024
Acord 23/2024, de 13 de març, sobre la queixa presentada pel portaveu i un diputat del Grup Parlamentari de VOX al Parlament de Catalunya, en relació amb l'emissió d'una notícia emesa al <i>TN migdia</i> de TV3 el 19 de desembre de 2023	Acord 23/2024
Acord 24/2024, de 13 de març, sobre l'anàlisi del contingut del programa <i>Nit sense ficció. S'ha acabat!</i> emès per TV3, el 14 de novembre de 2023	Acord 24/2024
Acord 32/2024, de 10 d'abril, d'aprovació de l'Informe 20/2024, de 4 d'abril, de l'Àrea de Continguts, <i>Els pluralismes i la diversitat en els continguts de la televisió i de la ràdio lineals. Maig-juliol del 2023. Monogràfic: L'impacte dels processos electorals en els continguts</i>	Acord 32/2024

Acords en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor social	
Acord 45/2023, de 19 d'abril, sobre el contingut de la secció <i>L'entrevista improvisada</i> del programa <i>Està passant</i> , emès el 4 d'abril de 2023 per TV3	Acord 45/2023
Acord 3/2024, de 31 de gener, d'aprovació de l'Informe 4/2024, de 26 de gener, de l'Àrea de Continguts, <i>Infants i pantalles. El relat publicitari sobre joguines</i>	Acord 3/2024
Acord 27/2024, de 18 de març, sobre la queixa presentada pel portaveu i dos diputats del Grup Parlamentari de VOX al Parlament de Catalunya, en relació amb els continguts dels programes <i>El punt D</i> , <i>Generació porno</i> i <i>(Re)pensant l'educació sexual</i> , emesos per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA	Acord 27/2024

Acords en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor cultural	
Acord 35/2024, de 17 d'abril, de verificació del compliment per part de la Televisió de Catalunya, durant l'any 2023, de les obligacions en matèria de difusió d'obra audiovisual europea d'acord amb la Llei 13/2022, de 7 de juliol, general de comunicació audiovisual	Acord 35/2024

Acords en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic	
Acord 77/2024, de 25 de setembre, de verificació del compliment per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, de l'obligació de finançament anticipat d'obres audiovisuals europees de l'any 2023	Acord 77/2024

Resum executiu

El servei públic com a generador de valor democràtic

El servei públic audiovisual, segons el Mandat marc, ha de ser un “element bàsic” en la construcció d’una ciutadania crítica. En aquest context, constituir-se com a generador de valor democràtic implica, principalment, assolir un caràcter universal i oferir a la població una informació abundant i, sobretot, “veraç, contrastada, imparcial, rigorosa i territorialment equilibrada” i que visibilitzi la diversitat i asseguri el pluralisme de la societat catalana.

Els continguts informatius

La informació ocupa un lloc destacat en l’oferta dels mitjans de la CCMA i els programes d’actualitat diària són els que obtenen millors audiències

En consonància amb l’exigència del Mandat marc, la CCMA ofereix una informació àmplia: a més del 3/24 i de Catalunya Informació, especialitzats en informació, més de la meitat del temps d’emissió de TV3 i un terç de Catalunya Ràdio són continguts informatius. L’impacte en termes d’audiència de la programació informativa és notable: segons dades de la CCMA, alguna de les edicions del Telenotícies ha estat el programa més vist a Catalunya durant 336 dies de l’any.

L’oferta informativa de la Corporació també és accessible digitalment, tant a través de la plataforma 3Cat i de les aplicacions per a dispositius mòbils associades, com de les xarxes socials, fet que permet eixamplar-ne l’abast i arribar a un públic més ampli. El consum de continguts informatius en l’entorn digital, segons dades de la CCMA, revela una dinàmica desigual: mentre que les reproduccions de vídeo de temàtica informativa i les transmissions en directe del 3/24 i Catalunya Informació registren increments que oscil·len entre el 2,4% i el 5,4%, es detecta una disminució del 7,8% en el nombre de dispositius únics connectats al web 324.cat.

**Diversitat temàtica i
geogràfica de la
informació**

**TV3 i Catalunya Ràdio ofereixen informació
diversa quant als temes i quant al territori al
qual es refereix**

Durant el 2023, la informació internacional (16,2% del temps de notícia) i política (15,5%) a TV3, i la política (15,4%) i la internacional (12,7%) a Catalunya Ràdio, en aquest ordre, són els àmbits principals. Els dos mitjans coincideixen a ocupar-se, preferentment, dels conflictes bèl·lics a Ucraïna i a Gaza, i dels dos processos electorals de maig (locals) i de juliol (Congrés i Senat).

Quant a la referència geogràfica de l'actualitat, els informatius diaris dels mitjans generalistes se centren principalment en Catalunya (hi dediquen entorn de la meitat del temps), però ofereixen informació sobre la resta de territoris de l'Estat, sobre la Unió Europea i sobre la resta de l'àmbit internacional.

En relació amb Catalunya, totes les comarques hi apareixen representades en un grau diferent. Pel que fa a la distribució per volum de població dels municipis, Barcelona suposa gairebé la meitat del temps dedicat a les diferents localitats del país (el 48,5% del temps a TV3 i el 50,6% a Catalunya Ràdio), mentre que el temps dedicat al conjunt dels municipis menys poblats (fins a 5.000 habitants) és del 8,7% a TV3 i del 6,3% a Catalunya Ràdio.



Evolució de la informació per àmbit territorial 2019-2023

3



Internacional



Unió Europea
(exc. Espanya)



Estat espanyol
(exc. Catalunya)



Catalunya

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Només la Vall d'Aran compta amb informatius de proximitat en desconnexió en els mitjans lineals de la CCMA.

Es tracta de les emissions diàries d'*Eth matí d'Aran*, a Catalunya Informació, i d'una edició setmanal a TV3, el *Comarques Val d'Aran*.

En canvi, pel que fa a la resta del territori, tant el *TN comarques* (TV3) com *Catalunya al dia* (Catalunya Ràdio) s'emeten en format unificat per a tot Catalunya. Només es realitzen desconnexions de durada curta en el marc del *Catalunya migdia* de la ràdio generalista.

El pluralisme social i polític en la programació i en la informació

La programació de les televisions lineals de la CCMA ofereixen diversitat de veus, tot i que amb diferències derivades de les característiques pròpies de cada mitjà

TV3, com a canal generalista, és el que aporta més diversitat de veus. En aquest marc, amb una oferta que pivota sobre l'actualitat política i social, i l'entreteniment, les veus polítiques (18,5% del total) i les veus ocasionals (19,5%) són les que compten amb més intervencions. Al 33, que el 2023 reforça la presència de divulgatius i documentals, els actors ocasionals són els principals en aparicions (42,8%). Per contra, es redueixen 20 punts les veus culturals (26,5%). A Esport3, els perfils relacionats amb l'esport són els majoritaris: actors dels mitjans de comunicació (49,9%) i esportistes (35,8%).

Quant als informatius de TV3 i de Catalunya Ràdio, les persones que intervenen com a representants polítics esdevenen la veu amb més presència (el 35% de les intervencions a la televisió i el 37,2% a la ràdio).

Aquest predomini d'actors de la política reflecteix, d'una banda, el pes de la informació política en els espais d'actualitat diaris (tant a TV3 com a Catalunya Ràdio, la política és un dels dos àmbits informatius principals i suposa entorn del 15% del temps de notícia) i, d'altra, l'excepcionalitat d'un any amb dos processos electorals.

Igualment, el context electoral condiciona el repartiment del temps de paraula de les veus polítiques i contribueix al fet que la veu agregada dels partits superi la dels executius en els informatius de TV3 (58,2% del total d'intervencions) i a Catalunya Ràdio (52,1%).

Aquest context i l'atenció informativa a les eleccions al Congrés i al Senat (primer tema en temps a Catalunya Ràdio i segon a TV3) contribueixen al fet que les dues agrupacions de partit amb més temps es corresponguin amb aquelles que són majoritàries en l'àmbit estatal, el PSC+PSOE i el PPC+PP.

Els dos mitjans donen veu a les 8 forces polítiques amb representació al Parlament, amb una distribució molt similar. A més de les dues forces esmentades (que registren el 13,5% i el 10,8% del temps respectivament a TV3 i el 12,1% i el 10% a Catalunya Ràdio), tots dos mitjans situen a continuació JUNTSxCAT, Sumar i ERC (amb temps entre 9,7% i 7,3% a TV3 i 8,8% i 6,9% a Catalunya Ràdio) i CUP, VOX i C's (entre 2,7% i 1,1% a TV3 i el 2,1% i el 0,8% a Catalunya Ràdio).

En l'àmbit de la política local, la informació es continua concentrant en els executius, en detriment de les oposicions, sobretot als ajuntaments de municipis altres que el de Barcelona.

Així, les veus del Govern de l'Ajuntament de Barcelona són dos terços del total d'intervencions (66% a TV3 i 68% a Catalunya Ràdio), mentre que a la resta del territori els governs locals arriben al 94% i el 97%, respectivament.

En el seu conjunt, la presència del món polític local en els informatius diaris suposa el 8,9% del conjunt de veus polítiques a TV3 i l'11% a Catalunya Ràdio.

La igualtat de gènere

La presència i la representació de les dones als mitjans de la CCMA, un element que el Mandat marc estableix com a indispensable en la construcció d'una societat més justa, encara no és igualitària

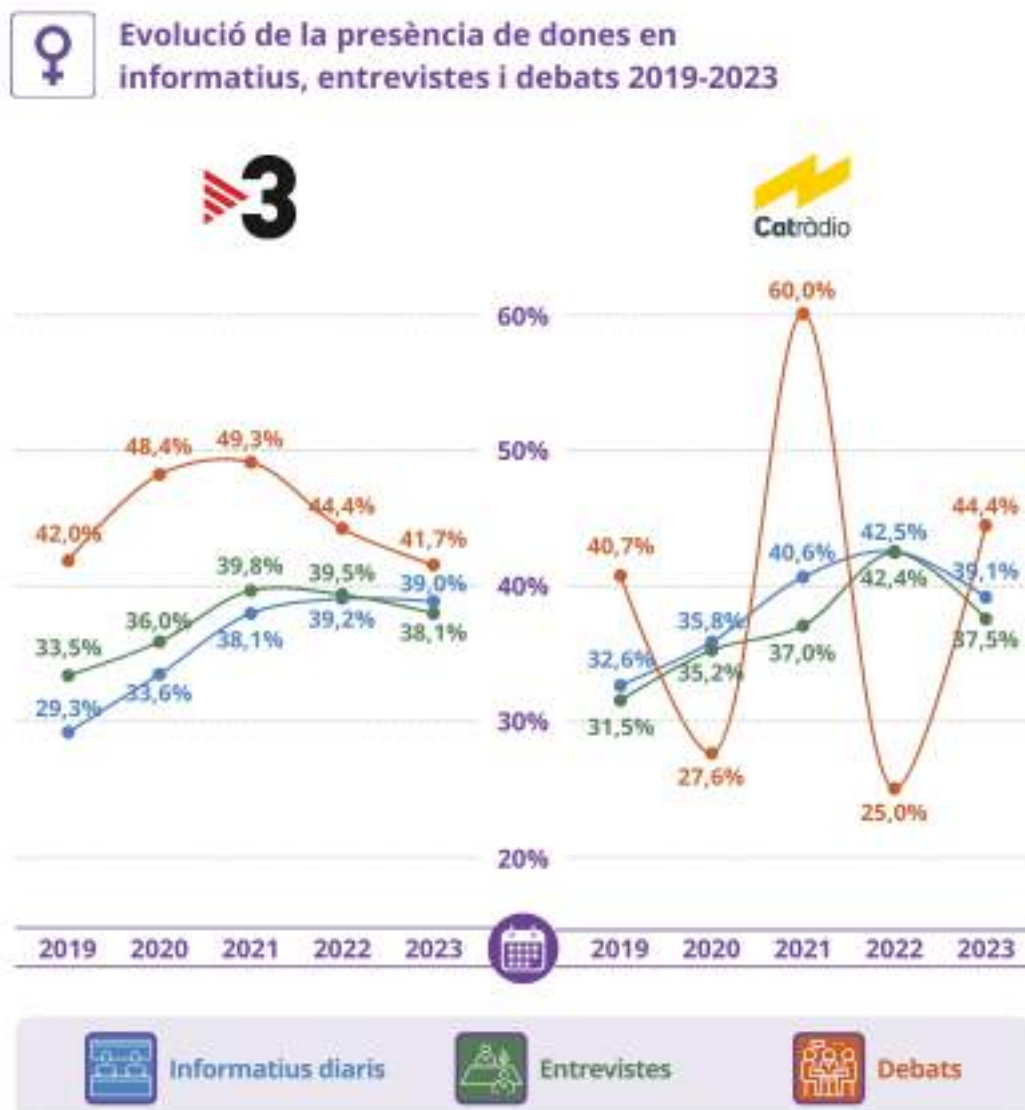
En el conjunt de la programació, la proporció d'intervencions de dones sobre el total oscil·la entre el 20,8% d'Esport3, que torna a mostrar la proporció més baixa, i el 52,2% del SX3. Cal destacar, com a fet positiu, que el canal adreçat a infants compta amb una presència equilibrada de dones i homes.

La representació de les dones en la programació tampoc no és igualitària: les dones només assolixen valors pròxims a la paritat quan hi apareixen com a veus ocasionals,

és a dir, com a persones que intervenen mancades de representativitat social o professional. Cal valorar, però, que les veus expertes tendeixen a la igualtat a TV3.

La presència de les dones en la informació com a representants de partits i institucions es manté estable entorn del 40% durant el 2023, un any en què els dos processos electorals van donar veu a les persones que encapçalaven les candidatures, majoritàriament homes.

Tot i que l'àmbit de les eleccions està sotmès a una regulació que busca atansar la representació política a la igualtat, les dones van continuar sent una minoria. De fet, el retrocés en la presència de dones com a representants dels partits i de les institucions és una constant en els períodes de campanya electoral, documentada en l'informe del CAC [L'impacte dels processos electorals en els continguts](#).



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Els mitjans de la CCMA ofereixen programes que integren la perspectiva de gènere al llarg de l'any, amb un esment especial en el cas de la celebració del Dia Internacional de les Dones o el Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones.

Així, amb motiu del 8 de març, els mitjans de la CCMA van oferir una programació especial, englobada en l'anomenada "Setmana de les dones" i l'etiqueta #SomDones a les xarxes socials, amb continguts que reivindiquen la presència de les dones en els diferents àmbits socials i posen de manifest les desigualtats existents.

Cal destacar l'atenció que televisions i ràdios de la CCMA brinden a les violències masclistes: en els informatius diaris de TV3 i de Catalunya Ràdio van ser el quart tema en atenció (4,2% del temps a la televisió i 4,4% a la ràdio) i el Dia internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones es va abordar de manera transversal en ràdios i televisions, amb una programació especial.

Igualment, cal esmentar la nit temàtica sobre el masclisme a l'esport, que incloïa el documental *S'ha acabat! L'efecte Rubianes* i un debat amb persones expertes. Sobre aquest mateix tema, un informe del CAC¹⁴ va determinar que, des del primer moment, TV3 va posar el focus en tractar el comportament del president de la RFEF com un tema de violència masclista.

Les dones amb càrrecs directius de la CCMA tenen una presència inferior que en el conjunt de la plantilla: són el 32,6%, 10 punts menys que el 42,9% del total.

Aquestes dades no han variat de manera apreciable respecte de l'any 2022, quan eren el 43,1% i el 32,5%, respectivament.

¹⁴ [El tractament informatiu del fets que conflueixen en la victòria d'Espanya en la FIFA Women's World Cup 2023.](#)

El servei públic com a generador de valor social

En un escenari caracteritzat per la segmentació creixent de les audiències i la proliferació de noves formes de distribució digital, el Mandat marc focalitza la generació de valor social entorn de diversos objectius: preservar el seu caràcter universal mitjançant l'adaptació dels prestadors públics a les noves tecnologies de distribució; treballar per la cohesió social, tot mostrant representacions “acurades i respectuoses” de la diversitat social, amb “especial atenció” a les persones nouvingudes, i prioritzar l'atenció a infants i joves.

Oferta del servei públic per mitjà de totes les plataformes de distribució

El llançament de la plataforma 3Cat l'octubre del 2023, la principal novetat en matèria de distribució digital dels continguts de la Corporació, pot incidir en la transversalitat i el caràcter universal del servei públic de la CCMA

La plataforma digital 3Cat actualitza el servei de televisió i ràdio a petició de la Corporació: incorpora eines de personalització de l'oferta de continguts similars a les d'altres OTT i desplega la seva oferta a través de diferents sistemes de distribució digital tant en entorns propis com externs.

Pel que fa als continguts, suposa la integració de l'oferta lineal i digital sota un únic entorn, a més de la incorporació de continguts exclusius i materials d'arxiu. Així mateix, el servei aglutina l'oferta infantil del SX3 i incorpora la finestra EVA, amb continguts específics per al públic jove.



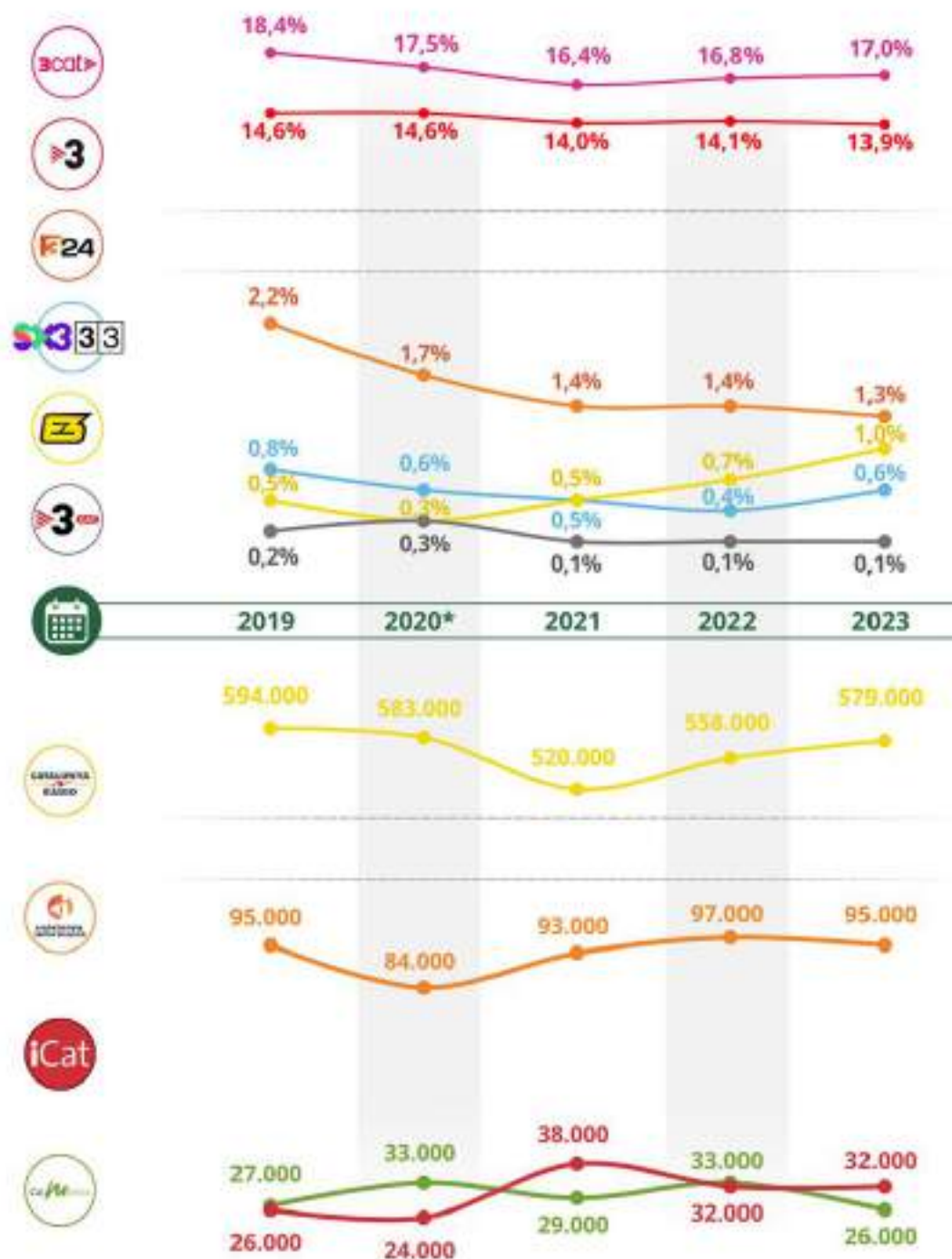
En un escenari d'estancament de les audiències lineals, la plataforma 3Cat és un intent d'impulsar el consum digital.

Si bé l'impacte a nivell de consum de la nova plataforma 3Cat s'haurà d'avaluar en anys successius, des de la seva posada en funcionament les dades comunicades per la CCMA registren un augment significatiu del consum digital que posicionen la Corporació com el principal grup audiovisual a internet de Catalunya. En el conjunt de l'any, l'increment respecte del 2022 és del 18% en el nombre de reproduccions de continguts audiovisuals a internet i del 70,7% de reproduccions de vídeo realitzades a través de televisions connectades.

Quant als mitjans lineals, en canvi, l'audiència del conjunt de televisions i de les ràdios de la CCMA presenta xifres molt similars a les del 2022. En el cas dels canals televisius, en conjunt, registren un 17% de quota de pantalla. Els trets més característics són el lideratge de TV3 a Catalunya i els increments relatius, tot i que amb xifres baixes, d'Esport3 i del SX3/33. Catalunya Ràdio continua, un any més, com a segona emissora de Catalunya.



Evolució anual de la quota de pantalla dels canals televisius i de ràdio de la CCMA 2019-2023



*Atès que la segona onada habitual de l'EGM no es va dur a terme a causa de la pandèmia, perquè va coincidir amb el confinament, s'ha pres la tercera onada (octubre-novembre) com a referent per analitzar el consum anual.

Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA i de dades publicades per l'Idescat.

L'atenció a infants i joves

La nova plataforma s'orienta, també, a la captació de les audiències infantil (SX3) i juvenil (EVA), mitjançant la incorporació creixent de continguts transmèdia i multiplataforma

La creació i posterior integració en la plataforma 3Cat de dues finestres adreçades a aquestes audiències es pot entendre com un esforç "d'atenció especial" a infants i joves.

Pel que fa als continguts, EVA actua com un repositori de tipologia diversa (magazins, ficció, divulgatius o concursos) i incorpora continguts de temporades anteriors. Les xarxes socials tenen un paper important en la distribució de continguts.

En termes d'audiència, segons dades de la CCMA, EVA registra 82 milions de reproduccions a les xarxes socials i un consum molt reduït quant a les reproduccions de vídeo i àudio al 3Cat (130.000 visualitzacions).

Quant a l'impacte de les emissions de continguts infantils, cal destacar la millora de les audiències lineals del SX3 respecte de l'antic Super3, tot i que en un context de xifres limitades.

El SX3 registra una millora significativa d'audiència respecte de l'antic canal Super3, tant en l'àmbit lineal com digital. En concret, sempre segons les dades facilitades per la CCMA, el SX3 obté el 8,3% de *share* entre el públic infantil (un increment de 4,7 punts respecte del 2022), mentre que en l'entorn digital s'hi registra un increment del 70% en el consum de vídeo.

La reformulació de l'oferta infantil del nou SX3 es tradueix en un descens lleuger de la ficció, que continua constituint el nucli principal de la seva oferta, a favor de la divulgació i l'entreteniment.

El canal infantil també aborda temes i problemes que afecten de manera específica la seva audiència, com ara la programació especial amb motiu del Dia Internacional contra l'Assetjament Escolar (2 de maig).

La CCMA incorpora noves mesures tecnològiques en relació amb la seguretat en el consum de continguts digitals d'infants i adolescents.

A més de la senyalització per categories d'edat dels continguts difosos digitalment, el canal SX3 implementa mesures addicionals de protecció, com la segmentació de l'oferta en dos espais diferenciats en funció de l'edat, la inclusió d'un advertiment previ per

accedir a entorns no protegits al portal web o la incorporació d'un control parental a l'aplicació per a dispositius mòbils.

La representació de la diversitat

La presència i representació de la diversitat en el continguts, com a eina de creació de referents per a tota la població, no experimenta variacions significatives respecte d'anys anteriors

En línia amb l'any anterior, les programacions de les televisions de la CCMA continuen donant una presència minoritària a persones amb trets físics i personals altres que persona blanca, majoritàriament home, adult, no immigrant i sense discapacitat aparent.

Així, TV3 manté una presència limitada de persones immigrades, que suposen al voltant del 3% de les intervencions, tant en la programació general com en els teletinformatius, programes en què disminueix gairebé 2 punts respecte del 2022, any en què l'esclat del conflicte a Ucraïna va afavorir una presència més elevada de persones refugiades a les notícies.

Més enllà de la presència de continguts que reflecteixen la diversitat, no s'estrena cap programa dedicat específicament a la diversitat de cultures presents a Catalunya.

Així, els continguts que destaquen les contribucions de les diferents comunitats a la societat catalana o aborden qüestions d'interès per als col·lectius nouvinguts es troben integrats en la programació sota formats diversos o coincidint amb la celebració de dates commemoratives relacionades, com ara el Dia Internacional del Poble Gitano (8 d'abril).

En un altre àmbit, la inclusió de la diversitat d'identitats de gènere i orientacions sexuals es concreta en la continuïtat del pòdcast dedicat als col·lectius LGBTI+ i la secció específica al web corporatiu.

A més d'aquests continguts específics, la programació regular aborda continguts que promouen el respecte i la visibilització d'aquests col·lectius i dona veu a referents LGBTI+ de diferents àmbits de l'esfera pública. Aquestes iniciatives es reforcen amb motiu del Dia Internacional per a l'Alliberament Lesbià, Gai, Bisexual, Transsexual i Intersexual.

La diversitat social també s'expressa en la composició dels equips dels programes: durant el 2023 la CCMA ha incorporat infants i adolescents racialitzats als equips del SX3, mentre que a altres canals hi apareixen, puntualment, com a col·laboradors o tertulians.

Aquesta acció, que mostra la diversitat de la societat catalana, s'afegeix a la incorporació al 3/24 d'una presentadora racialitzada el 2022.

L'atenció a les persones amb discapacitat: accessibilitat als serveis i presència en els continguts

El grau d'implantació dels mecanismes d'accessibilitat per a persones amb discapacitat visual i/o auditiva en els mitjans lineals registra paràmetres similars als de l'any 2022

En concret, tant els canals de vídeo en directe com els vídeos a la carta del web de 3Cat permeten activar els subtítols en català, una funcionalitat també disponible en les aplicacions per a dispositius mòbils, en la majoria d'aplicacions per a Smart TV i HbbTV i a les peces publicades a les xarxes socials. Així mateix, la programació que s'emet amb audiodescripció o en llengua de signes pels mitjans lineals manté aquests mecanismes d'accessibilitat en la versió digital.

Com a iniciativa puntual que treballa en favor de la integració de la diversitat, el TN vespre va incorporar persones amb discapacitat intel·lectual en l'edició del Dia Internacional de les Persones amb Discapacitat. Tot i així, les persones amb discapacitat tenen poca visibilitat en la televisió pública.

Altres exemples rellevants de l'atenció de la Corporació als col·lectius amb discapacitats inclouen el programa *Nits sense ficció*, que aborda la lluita contra l'ELA a través del documental de producció pròpia *Unzué. L'últim equip del Juancar*, reconegut amb diversos guardons, i la inclusió a Esport3 de la retransmissió d'una competició d'esport adaptat.

Més enllà d'aquestes iniciatives, la proporció de persones amb discapacitat que intervenen en la programació varia segons el canal: el 0,6% a TV3 (igual que el 2022); el 0,9% al 33 (1,8% l'any anterior), i el 0,9% a Esport3 (0,8 el 2022).

En aquest context de xifres baixes, cal parar esment al SX3, que en mostra la xifra més elevada, un 1,7%.

El servei públic com a generador de valor cultural

El Mandat marc adopta una conceptualització àmplia del que és la cultura i, per tant, situa la generació de valor cultural en plànols diversos i no excloents. Així, en el text s'afirma que el servei públic ha de divulgar coneixement, sobre qualsevol àmbit, per tal d'ajudar a crear una societat més crítica i il·lustrada. Aquesta missió es fa extensiva a la divulgació de la cultura entesa des d'una perspectiva antropològica i, amb una visió més restringida, de la cultura com a creació artística i de pensament. Aquests tres enfocaments conflueixen, en el Mandat marc, en una concepció de la identitat nacional i cultural de Catalunya "entesa com un procés de construcció i aportació de tots els agents de la societat".

La difusió del coneixement

L'oferta divulgativa de la Corporació es concentra en el 33, on representa el 79,7% de la programació, tot i que és un canal amb una emissió limitada a 8 hores diàries i amb audiències baixes.

La resta de televisions, que tenen orientacions diferents, presenten percentatges inferiors: 4,6% a TV3 i 5,2% al SX3. Catalunya Ràdio dedica a la difusió del coneixement el 13,2% del temps d'emissió.

Si bé les novetats de l'any anterior en aquest àmbit no tenen continuïtat, el 33 presenta diverses estrenes vinculades a la divulgació cultural i documentals emesos dins dels seus contenidors. A TV3 hi destaca *Nits sense ficció*, un format d'emissió puntual derivat del *Sense ficció* que combina l'emissió d'un documental o reportatge amb un debat posterior, que s'emet en el *prime time* nocturn. Les principals novetats d'àudio es troben en els continguts a petició, amb diverses estrenes, com ara *Gent normal* o *Terra cremada*, que aborden diferents àmbits del coneixement.

La celebració de les maratons de 3Cat comporta la incorporació d'una oferta destacada de continguts divulgatius relacionats amb el tema escollit. En el cas de l'edició del 2023, dedicada a la salut sexual i reproductiva, la Corporació para una atenció especial a aquest tema durant el darrer trimestre de l'any, tant en els mitjans lineals com digitals. Cal destacar, especialment, els continguts adreçats a infants i joves.

La contribució a l'educació digital

La CCMA manté l'atenció a l'alfabetització mediàtica tant mitjançant espais específics com en continguts que formen part de la programació habitual.

Així, les estrenes en l'àmbit digital d'*Unfold*, adreçat a joves, i el pòdcast *Ciberseguretat*, sobre els nous oficis del sector digital, no incrementen l'oferta, sinó que prenen el relleu de continguts difosos en el servei a petició o en els mitjans lineals.

La divulgació de la memòria històrica

En l'àmbit de la memòria històrica, TV3 estrena *Una altra història*, mentre que el catàleg d'àudio incorpora dos espais en format de pòdcast.

La CCMA també incorpora *Van fer història*, un podcast amb continguts de divulgació històrica adreçat a l'audiència infantil. A més, diversos programes presenten continguts de memòria històrica en format divers (documentals, entrevistes, reportatges, etc.).

La difusió del coneixement: els continguts culturals

El canal temàtic de televisió, el 33, dedica el 44,2% del seu temps d'emissió a la difusió de la cultura (entesa des d'una perspectiva ampliada que supera el marc de la creació artística), però amb un impacte limitat en termes d'audiència, mentre que TV3, el més seguit, relega aquests continguts a la matinada.

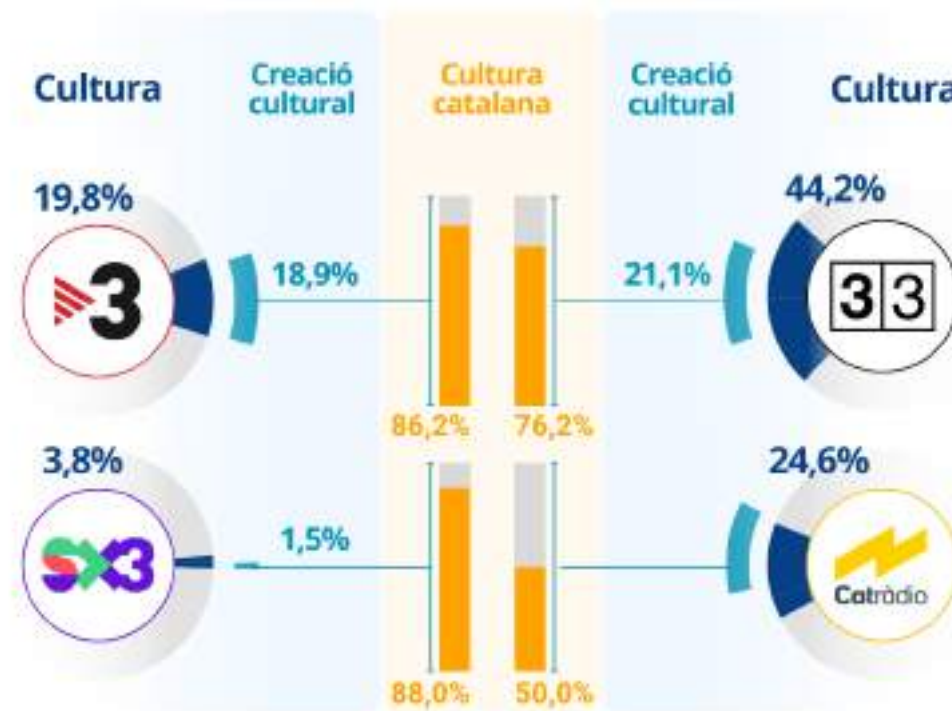
Així, els continguts culturals se situen, a TV3 i a Catalunya Ràdio, entre el 20% i el 25%, mentre que al SX3, on la ficció té un pes predominant, aquesta proporció es molt més limitada (3,8%).

El contingut de la programació cultural difereix entre els diversos canals. A TV3 i a Catalunya Ràdio la majoria del temps es dedica a la difusió de la creació cultural. En canvi, al 33, mentre la meitat dels continguts es dediquen a la creació, la resta es focalitza en temes com les tradicions culturals, les manifestacions de cultura popular o la gastronomia, per exemple.

Igualment, i com l'any 2022, a TV3 es manté la programació d'espais que integren elements de diferents disciplines en un context d'entreteniment.

Tots els mitjans de la CCMA analitzats donen prioritat a la difusió de la creació en l'àmbit de la cultura catalana.

Als tres canals televisius el pes de la creació cultural catalana és superior al 75%.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

La cultura se situa com el tercer àmbit temàtic pel que fa al temps de notícia en els informatius de TV3 (10,9% del total) i ocupa el quart lloc en els de Catalunya Ràdio (9,8%).

Aquesta atenció informativa és similar a la prestada el 2022. La variació més significativa respecte de l'any 2022 es troba en la proporció d'actors culturals amb presència a Catalunya Ràdio (11,2%), que augmenta gairebé tres punts. A TV3, les veus de la cultura hi suposen el 10,8%.

La plataforma 3Cat impulsa la visibilitat en l'entorn digital de la cultura i la divulgació amb una secció específica.

Aquesta secció inclou promocions de programes específics, categoritza els continguts culturals en subseccions especialitzades en disciplines artístiques o col·leccions

temàtiques i els dona visibilitat en funció de la *novetat* o de les preferències de les persones usuàries.

Ús i promoció del català i de l'aranès

El català és la llengua vehicular de la CCMA i dels serveis audiovisuals que presta.

Quant a la publicitat en els mitjans lineals, si bé el català és la llengua predominant, cal remarcar que, en el cas específic dels anuncis de joguines, adreçats al públic infantil, el castellà és majoritari.

Com a acció complementària per contribuir a la provisió de continguts en català que estableix el Mandat marc, la CCMA dobla 1.464 hores de produccions alienes durant el 2023, xifra que suposa un increment del 6,5% respecte de l'any anterior.

En aquest sentit, entre les accions impulsades per la Corporació per a la promoció de la llengua i la cultura catalanes es troba l'acord amb el Departament de Cultura que té com a objectiu fomentar el consum audiovisual en català mitjançant la cessió dels seus doblatges a les plataformes OTT.

La Corporació amplia l'oferta de continguts en aranès, centrada principalment en la informació, amb la incorporació d'una segona roda informativa matinal al canal 3/24.

Tots els continguts en aranès es troben disponibles a la plataforma 3Cat. Tanmateix, la nova aplicació no disposa d'un apartat específic que li ofereixi la mateixa visibilitat que l'*Espai de l'aranès* a la web de la CCMA.

La música cantada en català és majoritària en els continguts informatius i divulgatius sobre música en els mitjans de la CCMA.

L'informe específic del CAC [Els continguts culturals. Presència i diversitat en les emissions](#) assenyala que el català és la llengua d'expressió predominant dels creadors i creadores de música catalana en els mitjans televisius de la Corporació, amb un 93,5% de les intervencions a TV3 i un 66,7% al 33.

Igualment, la música cantada en català és objecte de diferents accions de promoció, tant a la televisió com a la ràdio lineal o a petició. Destaca, per la incidència en la població infantil, la creació de dos seccions al web del SX3 que recullen les cançons, cantades en català, emeses en la programació (*Canta i balla* i *Els Beta*).

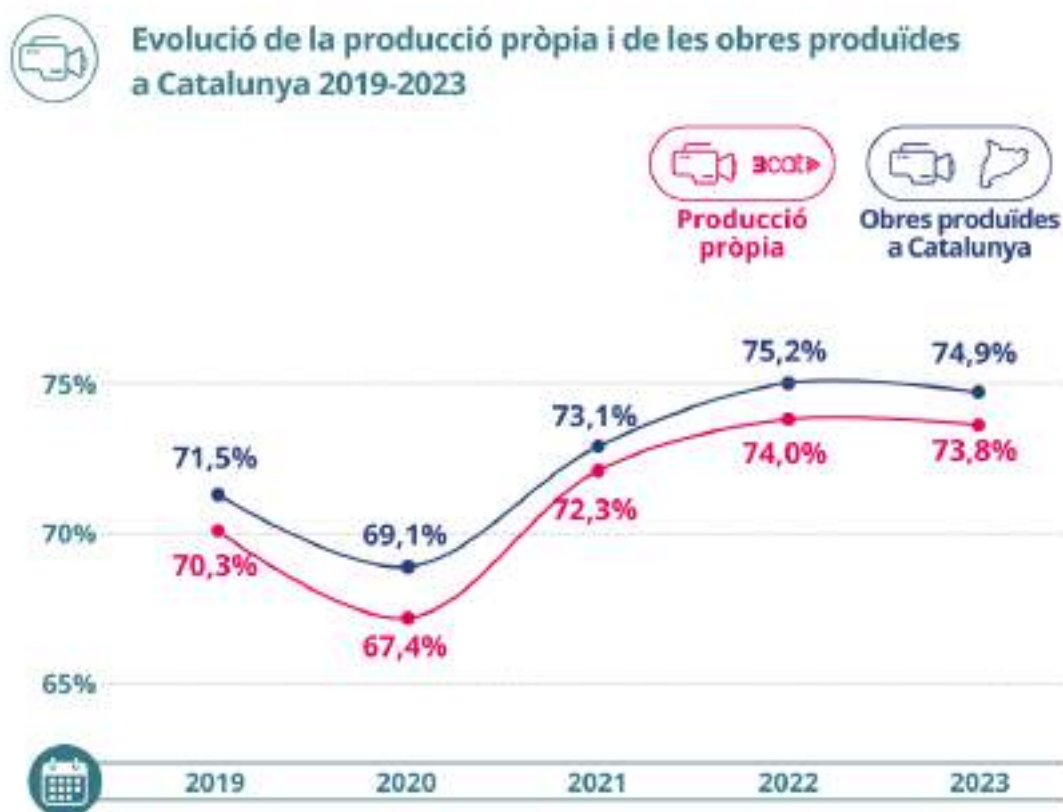
El servei públic com a generador de valor econòmic

D'acord amb el Mandat marc, la CCMA té la missió de generar valor econòmic mitjançant el foment del teixit industrial del sector audiovisual català. En aquest context, s'ha de considerar l'emissió de continguts de producció pròpia, d'obres realitzades en col·laboració amb altres empreses o de continguts adquirits a productores externes.

La producció realitzada a Catalunya

La gran majoria (el 74,9%) de les emissions de les televisions lineals de la CCMA correspon a obra realitzada a Catalunya, una proporció que es manté estable respecte d'anys anteriors.

Gairebé totes aquestes obres estan produïdes per la CCMA mateixa, ja sigui íntegrament o en col·laboració amb altres agents del sector, de manera que el 73,8% del total d'emissions està produït per la Corporació.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir d'una mostra estadística.

El 13,3% del temps d'emissió d'obres realitzades a Catalunya correspon a produccions amb participació d'altres empreses audiovisuals, ja sigui mitjançant la col·laboració o l'adquisició de drets.¹⁵

En el cas de TV3 i del 33, el volum d'aquestes produccions és notablement més elevat i arriba a representar al voltant d'una quarta part de l'oferta. En la gran majoria de casos es tracta de producció en col·laboració amb la Corporació.

La inversió en producció pròpia

El 2023, la inversió en producció pròpia o en col·laboració va ser de 195 milions d'euros, segons dades de la CCMA.

Tot i que la majoria d'aquesta partida correspon a obres produïdes íntegrament per la CCMA, el 34% del total (66,5 M€) correspon a obres en col·laboració (associada o coproduccions) i 3,2 milions d'euros, a l'adquisició de drets de producció aliena d'empreses amb seu a Catalunya (el 42,7% del total).

Paral·lelament, l'explotació dels drets intel·lectuals dels seus continguts suposa una font complementària d'ingressos, amb una aportació d'1.072.702 euros, alhora que representa una via de projecció de l'audiovisual català.



Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

¹⁵ Dades procedents d'una mostra estadística de la programació.

**Obligació de
finançament anticipat
d'obra europea**

La CCMA també contribueix al desenvolupament de la indústria audiovisual catalana dedicant el 6% dels seus ingressos al finançament anticipat d'obres audiovisuals europees, tal com consta a l'Acord 77/2024, de 25 de setembre, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de verificació del compliment per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, de les obligacions de finançament d'obres audiovisuals europees.

El servei públic com a generador de valor tecnològic

La inversió en recerca i innovació, materialitzada en projectes en el camp de les tecnologies de la informació i la comunicació, juntament amb l'aposta per personal qualificat i la formació dels seus professionals en aquest àmbit, constitueixen indicadors de la generació de valor tecnològic.

La inversió en R+D+I

La CCMA destina al voltant de 6,5 milions d'euros a recerca i innovació, equivalent a l'1,7% del pressupost total de despeses liquidades, segons les dades aportades per la Corporació.

A banda, 130 professionals estan dedicats a activitats de R+D+I, mentre un 28,1% de la plantilla ha rebut algun tipus de formació específica en aquest àmbit.

Iniciatives d'innovació tecnològica

Durant el 2023 es posen en marxa dues iniciatives que impulsen la innovació tecnològica amb l'aplicació de la intel·ligència artificial com a element comú, alhora que es dona continuïtat a projectes iniciats en anys anteriors.

Les novetats es concreten en la col·laboració amb el Barcelona Supercomputing Center per oferir informació meteorològica personalitzada mitjançant l'ús de la IA generativa a través de 3Cat i en un projecte amb el CIDAI (Centre of Innovation for Data Tech and Artificial Intelligence) que permet la generació automàtica de contingut audiovisual per a notícies.

La plataforma 3Cat representa la principal novetat en l'àmbit de la innovació aplicada als processos de producció i difusió de continguts

La nova plataforma impulsa la producció de continguts dissenyats específicament per a aquest entorn adreçats tant a aquests *targets* com al públic general, incloent-hi formats com pòdcasts i videopòdcasts.

La innovació en la producció i distribució de continguts s'estén als entorns externs, amb la creació de peces específiques per a xarxes socials i l'aprofitament de les seves possibilitats d'*streaming* per al seguiment en directe de diversos esdeveniments.

En aquest sentit, el llançament de la plataforma 3Cat pot tenir un paper rellevant, també, en la generació de valor econòmic (impulsant la creació de continguts) i en la generació de valor social, en la mesura que arribi a nous públics i, per tant, ajudi a assolir un servei públic universal.