

**ACORD 23/2023, d'1 de març, del Ple del
Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

**Aprovació de l'Informe en relació amb el compliment de les missions específiques
del servei públic de competència de la Generalitat de Catalunya. Any 2021**

1. La lletra q de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, disposa que el Consell té la funció de "garantir el compliment de les missions de servei públic assignades als mitjans de comunicació audiovisual de gestió pública".

2. Més recentment, el Parlament de Catalunya va aprovar, mitjançant la Resolució 1125/XII, de 18 de desembre de 2020, el segon Mandat marc, per al període 2020-2026. Aquest text té la voluntat d'actualitzar els objectius i les línies generals que han d'inspirar el sistema públic audiovisual, en un context mediàtic d'aparició de nous serveis digitals i de canvis en els hàbits de consum dels continguts audiovisuals.

Aquests nous objectius no només tenen en consideració els continguts emesos pels mitjans dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual, sinó també, com a novetat, l'impacte que puguin generar. Es tracta d'una aproximació plantejada des de l'European Broadcasting Union (EBU) el 2015 i recollida al Llibre blanc de l'Audiovisual de Catalunya el 2017.

3. En aquest context, el Consell ha actualitzat les eines d'anàlisi i avaluació del compliment de les missions de servei públic audiovisual, amb la voluntat d'implementar-les de manera progressiva. Aquest informe és el primer que adopta elements del nou enfocament i que incorpora alguns dels nous indicadors elaborats. Consta de dues parts.

La primera, de caràcter descriptiu, inclou dades corporatives de la CCMA, de l'oferta de continguts dels seus mitjans i de l'audiència registrada.

La segona part, que segueix l'estructura del nou Mandat marc, analitza el paper de la CCMA com a generadora de valor democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic.

Quant a la generació de valor democràtic, el Mandat marc estableix que s'ha d'oferir una informació plural, veraç, diversa i territorialment equilibrada, reflectir la pluralitat de la societat catalana i garantir la igualtat de gènere, tant en els continguts com en les estructures professionals del prestador.

En l'àmbit social, el servei públic audiovisual ha d'oferir informació i representacions respectuoses i acurades sobre les noves cultures, prioritzar l'atenció d'infants, adolescents i joves, i protegir-los, i garantir l'accés als continguts de les persones amb discapacitat.

Pel que fa a la generació de valor cultural, ha de ser garant de la provisió de continguts i serveis audiovisuals en català, fer de motor de la cultura catalana, de divulgador de coneixement, preservar la memòria històrica i actuar com a mecanisme de projecció internacional de la llengua i la cultura catalanes.



En relació amb la generació de valor econòmic, el text disposa que el servei públic audiovisual ha d'augmentar, d'acord amb llurs possibilitats, el pes dels sectors de la producció i la distribució de productes audiovisuals a Catalunya.

Quant al valor tecnològic, el servei públic ha de ser motor de recerca aplicada en nous serveis tecnològics en l'àmbit de la producció i la distribució de continguts audiovisuals, i els seus mitjans han de ser actius en el desenvolupament de les tecnologies de la informació i la comunicació.

Finalment, l'informe inclou un resum executiu que posa en relleu les dades principals del prestador i les fortaleses i les debilitats apreciades en cada una d'aquestes cinc àrees de generació de valor.

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 del servei públic de competència de la Generalitat de Catalunya. Any 2021, 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, 1 de març de 2023

Xevi Xirgo i Teixidor
President

Laura Pinyol Puig
Consellera secretària



**Informe en relació amb el
compliment de les missions
específiques del servei públic
de competència de la
Generalitat de Catalunya.
Any 2021**

Índex

Introducció.....	4
-------------------------	----------

Part I. Dades generals del prestador	8
---	----------

1. Dades corporatives	10
2. L'oferta de continguts	11
A. L'oferta lineal	11
B. L'oferta digital	18
C. Audiència i valoració de l'oferta lineal i no lineal dels mitjans de la CCMA	20
D. Acords del CAC en relació amb els continguts emesos pels mitjans de la CCMA	27

Part II. El prestador de servei públic audiovisual com a generador de valor	30
--	-----------

3. El servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic	32
3.1. Continguts informatius i d'actualitat en la programació	32
3.2. Pluralisme i diversitat en la programació	42
3.3. El pluralisme polític en la informació	51
3.4. La igualtat de gènere en la programació	69
3.5. Premis, reconeixements i guardons	84
4. El servei públic audiovisual com a generador de valor social	85
4.1. La representació de les noves cultures presents a Catalunya	85
4.2. Atenció i protecció de les persones menors d'edat en la programació	90
4.3. Continguts d'educació digital	96
4.4. L'accessibilitat als continguts lineals i no lineals	98
4.5. Premis, reconeixements i guardons	103
5. El servei públic audiovisual com a generador de valor cultural	104
5.1. La presència de continguts culturals en la programació	104
5.2. La presència de continguts formatius en la programació	109
5.3. La divulgació de la memòria històrica	111
5.4. La promoció de la llengua catalana i de l'aranès	113

5.5. Convenis de col·laboració en relació amb la llengua i la cultura catalanes	116
5.6. Premis, reconeixements i guardons	118
6. El servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic	119
6.1. Emissió d'obres de producció pròpia a la televisió lineal	119
6.2. L'emissió d'obres produïdes a Catalunya	120
6.3. Inversió en obra europea	122
7. El servei públic audiovisual com a generador de valor tecnològic	124
7.1. Oferta de continguts difosos originàriament o exclusivament en l'àmbit digital	124
7.2. Innovacions tecnològiques en la producció i distribució de continguts	127
7.3. Premis, reconeixements i guardons	129

Resum executiu.....	130
----------------------------	------------

Introducció

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) elabora des del 2011 un informe anual en què analitza, d'acord amb el que estipula la lletra *q* de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, de l'organisme, el compliment de les missions del servei públic dels mitjans de comunicació audiovisual de competència de la Generalitat de Catalunya. Aquestes missions, al seu torn, venen definides per la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA), que les recull a l'article 26.

En un context caracteritzat pels canvis en els hàbits de consum dels continguts audiovisuals i l'aparició de nous serveis gràcies a la digitalització, el Parlament de Catalunya va adoptar, el 18 de desembre de 2020, la Resolució 1125/XII per la qual s'aprova un nou Mandat marc per al període 2020-2026 amb vista a actualitzar els objectius i les línies bàsiques que han d'inspirar el sistema públic audiovisual. Es tracta d'unes línies generals que, alhora, han de ser desplegades posteriorment a través dels contractes programa corresponents entre els prestadors públics i l'Administració.

Aquest segon Mandat marc estructura les missions del servei públic audiovisual entorn de cinc àrees de generació de valor: el democràtic, el social, el cultural, l'econòmic i el tecnològic.

En la concreció d'aquests cinc grans eixos, la resolució esmentada inclou objectius específics que no només tenen en consideració els continguts emesos pels mitjans, lineals i no lineals, sinó que també fan referència a l'impacte que puguin generar les aportacions fetes pels prestadors de serveis de comunicació audiovisual en cada un d'aquests àmbits.

Aquesta aproximació entronca amb la nova perspectiva que sobre l'aportació del servei públic va plantejar el 2015 l'European Broadcasting Union (EBU) als seus membres, perquè avaluessin i comunicuessin la seva contribució a la societat a partir de l'estudi d'impacte. En la mateixa direcció, el *Llibre Blanc de l'Audiovisual de Catalunya*, publicat el 2017, recomanava la introducció de noves eines i metodologies d'avaluació del compliment de les missions de servei públic per determinar, en aquest cas a través del regulador audiovisual, l'impacte del servei a la ciutadania.

Tenint en compte aquest nou paradigma, el Consell va decidir revisar i actualitzar el marc metodològic emprat fins aleshores per avaluar l'acompliment de les funcions de servei públic. Així, l'últim trimestre del 2021 es va engegar un procés de reflexió per tal de desenvolupar una proposta d'un nou sistema d'indicadors d'avaluació del servei públic audiovisual, adaptat al segon Mandat marc.

Aquest és el primer informe que adopta elements del nou enfocament i que incorpora alguns dels nous indicadors elaborats en el procés de revisió.

De manera específica, l'observança que duu a terme el CAC en aquest informe s'inicia amb la descripció de dades corporatives de la CCMA i de l'oferta de continguts dels seus mitjans lineals i digitals, així com de les audiències que han registrat. Addicionalment, es proporciona informació sobre els acords aprovats pel Consell en relació amb la Corporació en l'exercici de les seves competències com a autoritat encarregada de garantir el compliment de les missions de servei públic que té encomanades.

A continuació, s'aporta l'anàlisi del prestador com a generador de valor, que s'estructura a partir dels cinc grans àmbits relatius a les missions de servei públic definits pel Mandat marc.

En el primer, que al·ludeix al *servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic*, les dades analitzen la presència dels continguts informatius i d'actualitat que es difonen a través de diferents formats. Igualment, es dona informació sobre el pluralisme i la diversitat que hi apareix, des del punt de vista de les temàtiques abordades i els territoris representats, així com en relació amb la presència de veus de l'àmbit social i polític. Aquest epígraf inclou també com s'aborda, en termes d'igualtat, la presència de les dones en el conjunt de la programació i dedica un altre punt a la divulgació que la CCMA realitza de la memòria històrica.

L'apartat relatiu al *servei públic audiovisual com a generador de valor social* estableix, en primer lloc, la representació que es fa de les noves cultures presents a Catalunya a través d'espais que els mitjans de la Corporació emeten de manera regular, així com de continguts puntuals distribuïts en la seva programació. Els altres elements analitzats fan referència als continguts que s'adrecen específicament a les persones menors d'edat i a la protecció que se'ls hi ofereix mitjançant diferents eines; a l'accessibilitat als

continguts a través, per exemple, de la subtitulació o de l'audiodescripció, i també a la contribució dels mitjans a l'educació digital de l'audiència.

En relació amb el punt en què s'avalua el *servei públic audiovisual com a generador de valor cultural*, l'informe dona compte de quina és la presència de continguts culturals i formatius en la programació. Igualment, ofereix dades sobre l'ús de la llengua catalana i de l'aranès, i sobre la projecció de la llengua i la cultura catalanes a escala internacional. A més, inclou alguns exemples d'acords i convenis de col·laboració entre la CCMA i institucions i entitats culturals, així com la distribució en el territori dels esdeveniments culturals en què participa l'ens.

L'epígraf que fa referència al *servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic* incorpora dades relatives a l'emissió tant d'obres de producció pròpia com de les que són produïdes a Catalunya en el conjunt dels canals lineals de TVC.

El cinquè punt, relatiu al *servei públic audiovisual com a generador de valor tecnològic*, es dedica a l'oferta de continguts difosos originàriament o exclusivament en l'àmbit digital i a les innovacions tecnològiques adoptades per la Corporació en la producció i distribució de continguts.

En l'estadi actual d'aplicació del nou enfocament metodològic, la informació prové majoritàriament del monitoratge de la programació de la CCMA que realitza el CAC en atribució de les seves competències, que correspon als indicadors d'oferta. Addicionalment, es fa ús de dades proveïdes per la CCMA mateixa, que permeten acreditar aspectes relacionats amb l'impacte en algunes àrees concretes, a través, per exemple, del reconeixement obtingut amb premis i guardons per les produccions audiovisuals en què participa la Corporació. En altres casos, les dades publicades per la CCMA guarden relació amb els indicadors de consum, com les que es refereixen als mesuraments de les empreses del sector de la demoscòpia.

L'informe inclou, a l'últim, una síntesi que comprèn els aspectes més rellevants de les dades observades durant el 2021 relatives a les missions de servei públic assignades a la CCMA.

Barcelona, 21 de febrer de 2023

Part I. Dades generals del prestador

1. Dades corporatives

El grup **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals** l'integren l'ens **CCMA** i les societats que en depenen, **TVC Multimèdia, SL** i **Intracatalònia, SA**, que complementàriament realitzen activitats de radiodifusió i televisió.



Despeses liquidades: **316.258.206** euros

Capítol I	Remuneracions de personal	188.687.932
Capítol II	Despeses de béns corrents i serveis	120.605.496
Capítol III	Despeses financeres	476.343
Capítol IV	Transferències corrents	7.047
Capítol VI	Inversions reals	6.481.388
Capítol VII	Transferències de capital	0
Capítol VIII	Variacions d'actius financers	0
Capítol IX	Variacions de passius financers	0

Ingressos liquidats: **317.437.459** euros

Capítol III	Taxes, venda de béns i serveis i alt. ingr.	53.318.974
Capítol IV	Transferències corrents	7.871.050
Capítol V	Ingressos patrimonials	43.012
Capítol VI	Alienació d'inversions reals	55.599
Capítol VII	Transferències de capital	0
Capítol VIII	Variació d'actius financers	256.148.824
Capítol IX	Variacions de passius financers	--



Persones treballadores

2.349 ♀ **42%** ♂ **58%**

Contracte indefinit

90%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Estat d'informació no financera 2021 de la CCMA.

2. L'oferta de continguts

La CCMA ofereix els seus continguts a través de mitjans lineals, de televisió i de ràdio, i en l'àmbit digital.

A. L'oferta lineal

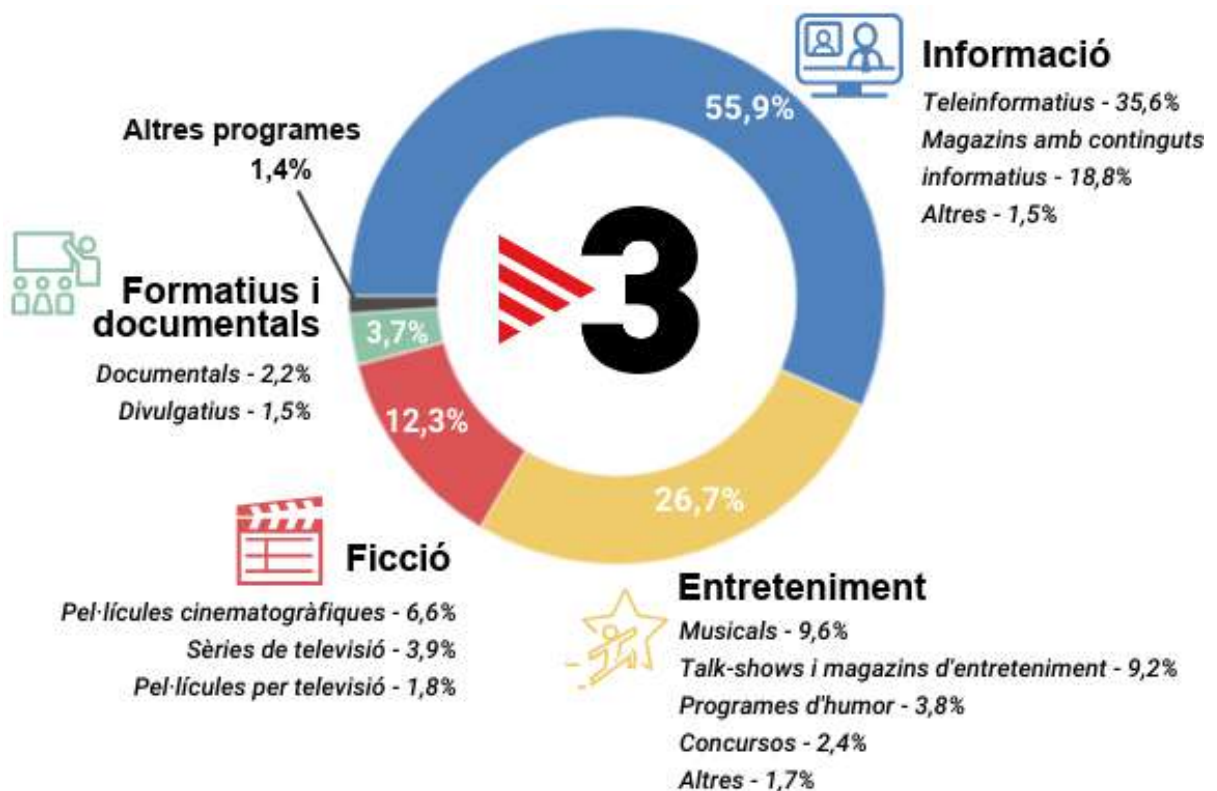
La CCMA continua vertebrant la seva **oferta televisiva** lineal en **6 canals**, amb continguts que també es difonen a través del web corporatiu i a la carta.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En la programació que ofereix **TV3**, la informació continua tenint el pes majoritari a la graella i es vehicula principalment a través dels diversos teleinformatius que s'emeten en les diferents franges del dia i, també, dels magazins lligats a l'actualitat. L'espai que es dona a l'entreteniment en aquest canal, amb una quart part del temps d'emissió, és l'altre tret que el caracteritza.

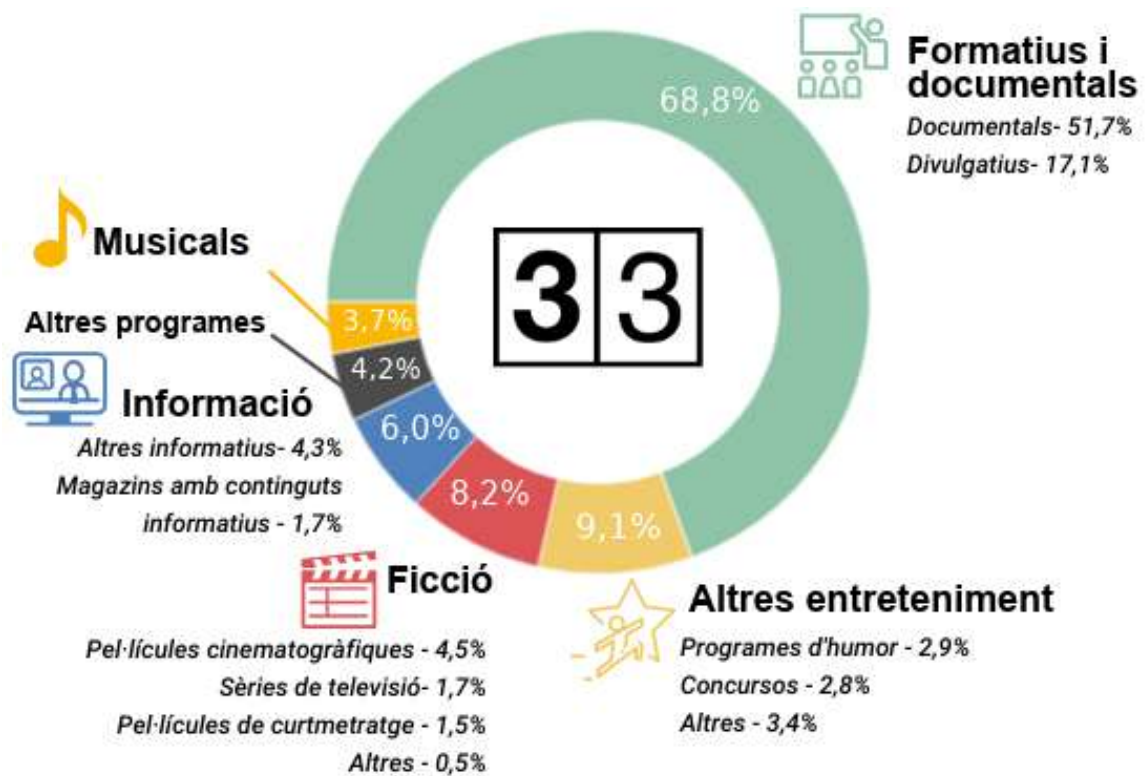
Figura 1. TV3. Temps d'emissió per tipologia de programes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

L'estructura de la graella del **33** segueix la línia dels anys precedents i basa dues tercers parts del temps d'emissió en programes formatius i documentals. Aquests últims, en concret, suposen la meitat de la seva oferta.

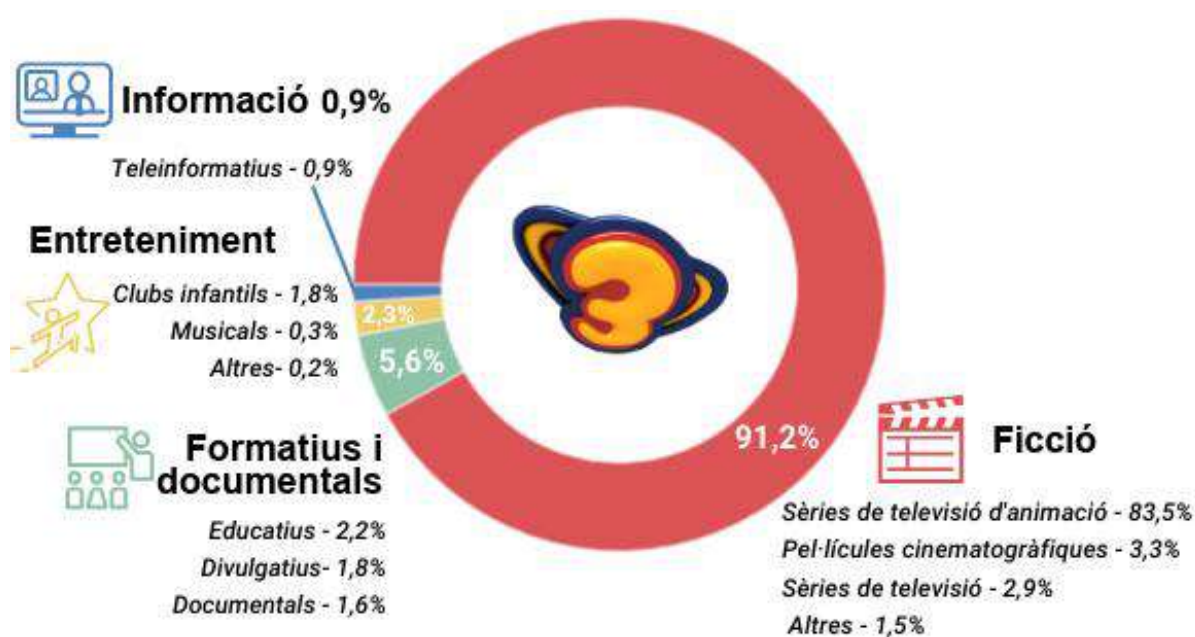
Figura 2. 33. Temps d'emissió per tipologia de programes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

Pel que fa al **Super3**, la ficció ocupa gairebé tota l'oferta programàtica del canal, especialment amb sèries d'animació. Els formatius i documentals adreçats al públic infantil i juvenil esdevenen l'altra tipologia de programes amb més freqüència en la graella del canal.

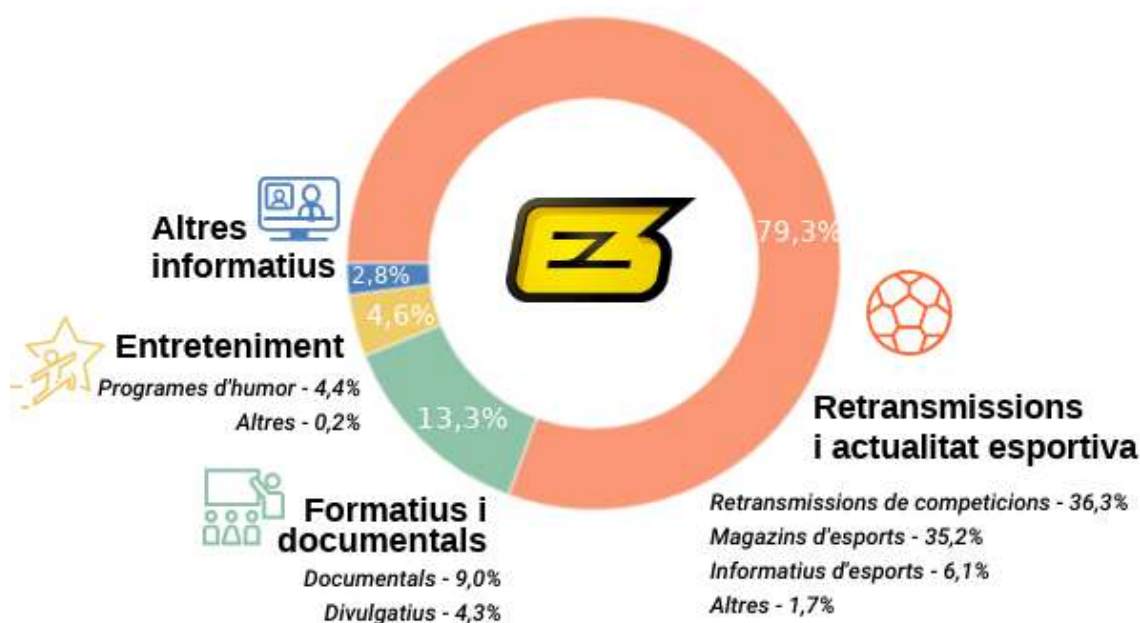
Figura 3. Super3. Temps d'emissió per tipologia de programes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

Esport3 dedica quatre cinques parts del temps a retransmissions de competicions i a l'actualitat esportiva, que s'aborda sobretot a través de programes magazins. Tot i que en proporcions molt més baixes, els documentals i els divulgatius dedicats a l'aventura i la vida a l'aire lliure són els espais amb més pes en aquest canal.

Figura 4. Esport3. Temps d'emissió per tipologia de programes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

Pel que fa al **3/24**, tota la programació del canal es basa en continguts informatius i s'estructura essencialment en rodets informatius continus de 30 minuts, teleinformatius, retransmissions en directe d'esdeveniments vinculats a l'actualitat i el magazín *Més 324*.

Quant a l'**oferta radiofònica**, la CCMA compta amb 4 emissores amb continguts diferenciats. Com a la televisió, totes amb presència al web del grup i al servei de continguts a la carta. Aquestes emissores també es poden escoltar a través de la TDT.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La graella de **Catalunya Ràdio** s'articula principalment sobre la base de programes informatius (informatius diaris, butlletins horaris i la part informativa dels magazins) i d'entreteniment, amb un pes similar per a cada un d'aquests dos gèneres. Els esports, tot i que amb una presència inferior, és l'altra tipologia que suma més temps d'emissió.

Figura 5. Catalunya Ràdio. Tipologia de programes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

B. L'oferta digital

Més enllà de la distribució per TDT i FM, la CCMA posa a disposició de la ciutadania la seva oferta audiovisual per internet i la fa accessible des de suports diversos.

En aquest sentit, els continguts audiovisuals de la CCMA són presents tant en els espais propis creats per la Corporació mateixa, com ara el lloc web o les aplicacions per a dispositius mòbils i televisors intel·ligents, com també en plataformes de distribució externes, en xarxes socials o en els serveis de distribució de pòdcast.

Figura 6. CCMA. Oferta digital. 2021



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

El web de la CCMA engloba l'oferta audiovisual en línia de TV3, 3/24, Super3, Esport3, Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música i iCat, tant en directe com a

la carta, i també les emissions exclusives per internet. Es tracta d'un web amb disseny responsiu que s'adapta als diferents tipus de dispositius des dels qual s'hi accedeix.

L'oferta de la CCMA també és accessible mitjançant diverses **aplicacions per a dispositius mòbils i tauletes**, que es poden descarregar des dels mercats dels principals sistemes operatius, iOS i Android. Durant el 2021, la CCMA ofereix set aplicacions: les dels canals TV3, 3/24, Esport3 i el Super3, les de les emissores Catalunya Ràdio i iCat i, a més, Super3Carnet, destinada a donar d'alta els socis del club i fomentar-ne la participació i la interacció.

Igualment, les aplicacions de TV3 i del Super3 estan integrades en els principals fabricants de **televisors intel·ligents** del mercat i estan disponibles en diversos adaptadors HDMI (*dongles*), com ara l'AppleTV o FireTV. Els continguts d'aquests dos canals també són accessibles a través del servei de "botó vermell" en televisors compatibles amb la tecnologia Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV). A més, l'aplicació de TV3 també està disponible en les consoles de joc Playstation 3 i Playstation 4.

Els mitjans de la CCMA i alguns dels seus programes tenen presència a les **xarxes socials i plataformes d'intercanvi de vídeos** més rellevants: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok i, com a novetat d'enguany, Twitch, centrat en la retransmissió de comentaris de partits de futbol. A més, diversos espais oferts per la CCMA fan servir serveis de missatgeria com WhatsApp o Telegram per difondre informació d'interès a l'audiència.

Continguts dels mitjans de la CCMA també s'inclouen en l'oferta **d'operadors de cable** de diversos àmbits geogràfics que presten serveis de telecomunicacions a les llars (telefonía fixa, internet i televisió), tant en directe com a la carta. Aquesta oferta es pot trobar a Catalunya (FibraCat, Parlem, Racctel +, Movistar +, Orange, Vodafone, Yoigo, Más Móvil, entre d'altres), la resta de l'Estat (Movistar +, Orange, Vodafone, etc.), Andorra (Andorra Telecom), França (SFR, Orange, Free) i Suïssa (Salt).

Quant a l'àudio, Catalunya Ràdio té una oferta diversa de **pòdcasts** a les principals plataformes de distribució com Spotify, iTunes o Ivoox, uns serveis que permeten la subscripció i la descàrrega automàtica d'àudios d'internet. Durant el 2021 els pòdcasts de la CCMA s'integren a la plataforma de distribució d'àudio Apple Music.

També els continguts de totes les emissores de Catalunya Ràdio es poden escoltar a través d'aplicacions **per assistents de veu** com Amazon Alexa o Google Assistant. Quant a TV3, l'aplicació activada per veu d'Amazon ofereix els titulars del *Telenotícies*.

C. Audiència i valoració de l'oferta lineal i no lineal dels mitjans de la CCMA

La televisió lineal

TV3 lidera l'audiència televisiva a Catalunya durant el 2021 amb una quota mitjana del 14,0% i n'encapçala el rànquing per dotzè any consecutiu, segons dades publicades per la CCMA procedents de Kantar Media.

Dels 40 programes més vistos el 2021 a Catalunya, 22 corresponen a TV3. Entre aquesta vintena d'emissions hi tenen cabuda alguns espais que contribueixen a informar l'opinió pública, com l'especial sobre les eleccions al Parlament de Catalunya del 14 de febrer *E21: Els resultats*, que esdevé el cinquè programa més vist de l'any a Catalunya, amb 1.150.000 espectadors i un 35,1% de quota de pantalla. També se situen en aquest rànquing de programes amb més seguiment altres espais relacionats amb aquests comicis, oferts tant durant la jornada electoral –*E21: les reaccions* (31,7%) i *E21: el sondeig* (28%)– com en el període de campanya –*E21: el debat* (26%), que va tenir lloc el 9 de febrer.

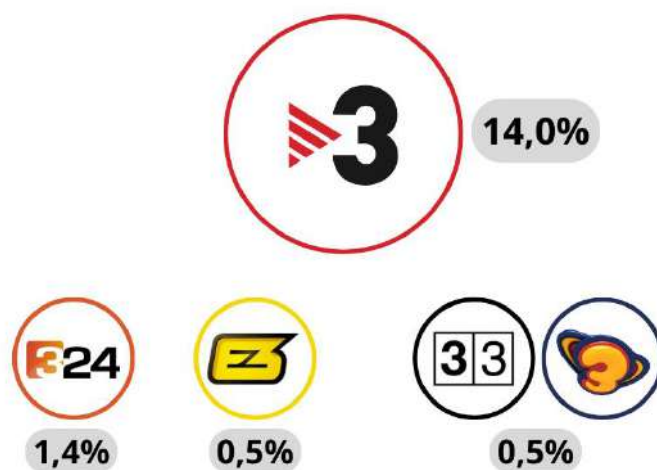
Igualment, continguts estrictament informatius són àmpliament seguits per les persones espectadores i fins a quatre edicions diferents dels *Telenotícies* aconsegueixen situar-se entre els programes amb més audiència del 2021, amb quotes de pantalla entorn del 30%.

Pel que fa a les retransmissions esportives, supeditades a l'adquisició dels drets d'emissió, en destaca la de la final de la UEFA Women's Champions League entre el Chelsea i el FC Barcelona. Aquest espai, que amb la seva programació en el primer canal de la CCMA contribueix a visibilitzar l'esport practicat per dones, obté un 28,4% de *share*.

En el terreny de la creació audiovisual, també se situen amb índexs elevats d'audiència algunes emissions de producció pròpia o amb participació de TV3 com *El foraster* (25,3% el 4 de gener), *Polònia* (24,3% el 18 de març) o *30 minuts* (23% l'11 d'abril).

Per contra, les cadenes temàtiques de la CCMA obtenen audiències molt inferiors: el 2021 el canal 3/24 registra de mitjana un 1,4% de quota de pantalla i tant Esport3 com el Super3/33, el 0,5% (on el Super3 té un 0,4% i el 33, un 0,7%).

Figura 7. Mitjana anual de quota de pantalla dels canals televisius de la CCMA. Any 2021

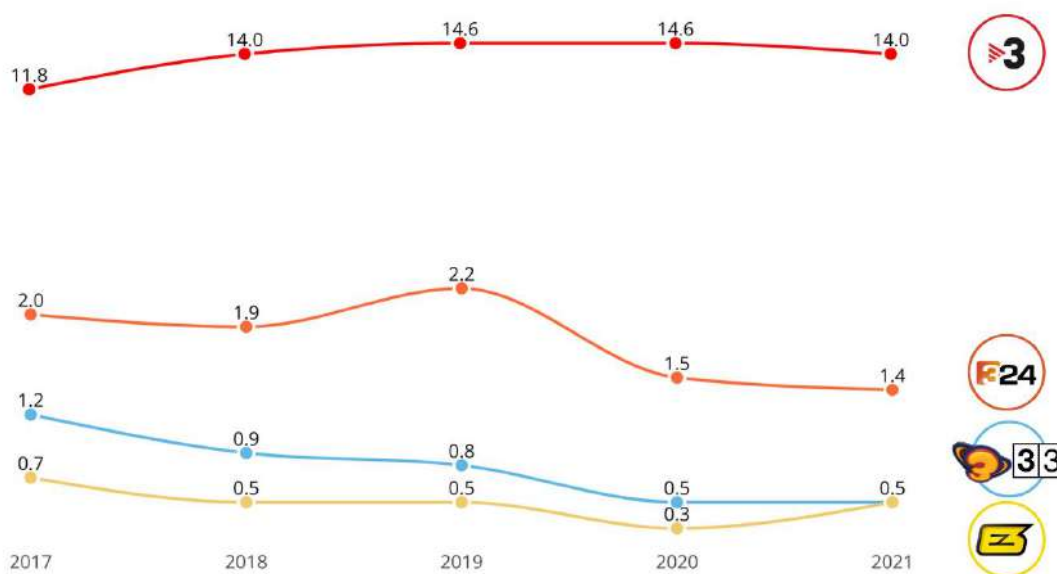


Font: Elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media publicades per la CCMA.

L'evolució de l'audiència dels canals televisius de la Corporació en els darrers 5 anys mostra que TV3 manté una certa estabilitat. La resta de canals redueixen les seves xifres, si bé Esport3 repunta el 2021.

En el cas del Super3/33, la davallada en l'audiència cal atribuir-la al canal infantil: la quota de pantalla del Super3 ha anat minvant de l'1,0% durant el 2018 fins al 0,4% del 2021 i la del 33 s'ha mantingut pràcticament invariable.

Figura 8. Evolució anual de la quota de pantalla dels canals televisius de la CCMA (en percentatge). Període 2017-2021.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de la Memòria anual d'activitats de la CCMA.

Quant a l'audiència dels principals grups televisius presents a Catalunya, durant els últims 5 anys es caracteritza per l'estabilitat: Mediaset encapçala les xifres i la CCMA es manté en el tercer lloc durant tot el període.

Figura 9. Evolució anual de la quota de pantalla a Catalunya dels grups televisius (en percentatge). Període 2017-2021.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media (2017-2018) i Barlovento Comunicación (2019-2021) publicades per la CCMA i extretes del Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya (BIAC).

La ràdio lineal

Catalunya Ràdio obté el 2021 una audiència diària mitjana de 520.000 persones, que la situa com a segona emissora més escoltada a Catalunya, segons dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM) publicades per la CCMA. Quant a les emissores temàtiques de la Corporació, Catalunya Informació obté 93.000 oients diaris, iCat 38.000 i Catalunya Música 29.000.

Figura 10. Mitjana anual d'oients diaris (de dilluns a diumenge) de les emissores radiofòniques de la CCMA. Any 2021



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

Els mitjans digitals

Els mitjans digitals de la CCMA registren el 2021 una mitjana mensual de 2.655.000 usuaris únics a Catalunya i 3.167.000 usuaris a escala estatal, segons dades de Comscore publicades per la CCMA. A Catalunya, TV3 és la televisió líder a internet amb una audiència digital de 2,4 milions d'usuaris únics.

Figura 11. Usuaris únics dels portals de la CCMA (mitjana mensual en milers). Any 2021



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

Quant al consum audiovisual en línia, durant el 2021, segons dades d'Adobe Analytics publicades per la CCMA, s'han efectuat més de 131,5 milions de reproduccions de **vídeo** dels continguts en línia de la CCMA. Els cinc espais més vistos a través d'internet (usuaris únics mensuals) són les diverses edicions dels *Telenotícies*, la sèrie de producció pròpia *Com si fos ahir*, *Crims* i el magazín *Tot es mou*. El programa que acumula més reproduccions a la carta durant l'any és *Com si fos ahir* (12, 9 milions).

En relació amb l'**àudio**, les reproduccions se situen en 42,6 milions, tant en directe com a la carta. Els programes més escoltats a la carta són *El matí de Catalunya Ràdio*, la versió radiofònica de *Crims*, el magazín d'informació i entreteniment dels caps de setmana *El suplement*, l'espai de gastronomia i música *El búnquer* i el programa esportiu *Tot costa*. Amb més de 2 milions de reproduccions a la carta, *Crims* ha estat el programa més escoltat de l'any.

Figura 12. Consum total (reproduccions) de vídeo i àudio en línia de la CCMA. Any 2021



Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'Adobe Analytics publicades per la CCMA.

Valoracions de les persones usuàries de la qualitat del servei

Les dades relatives a l'índex sobre la qualitat i varietat de la programació televisiva elaborades per l'empresa GfK i publicades per la CCMA, situen TV3 com la cadena generalista més ben valorada a Catalunya per les persones espectadores, amb una puntuació de 8,5 punts sobre 10. Aquesta xifra és la mateixa dels últims quatre anys. En el cas del 33, el valor del 2021 és de 8 punts, gairebé idèntic als dels anys precedents, que fluctua entre el 8 i el 7,9.

Figura 13. Valoracions sobre la qualitat i varietat de la programació televisiva de la CCMA segons l'índex de GfK. Any 2021



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

Entre els programes de TV3 amb millors valoracions (sempre segons la CCMA sobre la base de les dades de GfK) s'hi troben diverses emissions úniques que contribueixen a generar un impacte social en àmbits diversos com la cultura, la divulgació en temes de salut o la igualtat de gènere en el món de l'esport. És el cas del recital de Lluís Llach al Palau Sant Jordi (9,1); *La Marató* (8,9), dedicada a la salut mental; la retransmissió de

la final de la *Champions League* de futbol jugat per dones entre el Chelsea i el FC Barcelona (8,8); la nit temàtica *Conflicte interior*, sobre els conflictes emocionals dels corresponsals de guerra (8,7), o la programació especial amb motiu de la mort d'Àngel Casas (8,7).

En aquest rànquing valoratiu també s'hi troben programes d'emissió regular a la graella de TV3. Alguns corresponen a produccions en què participa la cadena, com *El foraster* (8,8), l'espai que recorre Catalunya a la recerca del paisatge humà dels pobles de menys de mil habitants; la sèrie que relata crims reals que han ocorregut a Catalunya *Crims* (8,7) o l'espai humorístic *APM? Extra* (8,7).

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

En el decurs del 2021, el Consell Audiovisual de Catalunya va aprovar els acords següents relatius a la CCMA en l'exercici de les seves competències com a autoritat independent de regulació de la comunicació audiovisual de Catalunya, encarregada de garantir el compliment de les missions de servei públic assignades als mitjans de comunicació audiovisual de gestió pública.

Acords en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic

Acord 10/2021, de 27 de gener, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, d'aprovació de l'Informe 3/2021, de 25 de gener, de l'Àrea de Continguts, La representació dels estereotips de gènere en la publicitat televisiva de joguines durant la campanya de Nadal 2020-2021	• Acord 10/2021
Acord 22/2021, de 24 de març, d'aprovació de l'informe sobre l'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2021 (del 29 de gener al 12 de febrer)	• Acord 22/2021 • Vot particular 1 • Vot particular 2
Acord 28/2021, de 24 de març, d'aprovació de l'informe sobre l'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio durant el període març-agost del 2020	• Acord 28/2021 • Vot particular
Acord 41/2021, de 5 de maig, sobre l'anàlisi del contingut de la secció "Bon dia de merda" del programa <i>El matí de Catalunya Ràdio</i> del 19 de març de 2021	• Acord 41/2021 • Vot particular • Vot particular concurrent 1 • Vot particular concurrent 2
Acord 42/2021, de 5 de maig, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre l'emissió del documental <i>Pilots</i> , inclòs en el programa contenidor <i>Sense ficció</i> , en l'edició del 6 d'abril de 2021 a TV3	• Acord 42/2021
Acord 54/2021, de 22 de juny, d'aprovació de l'informe sobre l'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio durant el període setembre-desembre del 2020	• Acord 54/2021 • Vot particular 1 • Vot particular 2
Acord 74/2021, de 8 de setembre, sobre el control de compliment de l'Acord del CAC 27/2018, de 7 de març, Emissió de documentals i programes de reportatges en relació amb el debat polític entre Catalunya i l'Estat (7/3/18 a 23/4/21)	• Acord 74/2021 • Vot particular 1
Acord 80/2021, de 21 d'octubre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre l'anàlisi de dos fragments emesos durant la retransmissió esportiva del campionat Trofeu Ciutat de Barcelona de Natació Artística a Esport3 de la CCMA	• Acord 80/2021
Acord 86/2021, de 24 de novembre, d'aprovació de l'informe sobre l'observança del pluralisme polític a la televisió i a la ràdio durant el període gener-abril del 2021	• Acord 86/2021 • Vot particular 1 • Vot particular 2

Acord en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor cultural

Acord 50/2021, de 9 de juny, de verificació del compliment per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, durant l'any 2020, de les obligacions en matèria de difusió d'obres audiovisuals europees, d'acord amb la Llei 22/2005 i la Llei 7/2010	• Acord 50/2021
--	---

Acords en relació amb el servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic

Acord 2/2021, de 14 de gener, sobre la sol·licitud d'ampliació del termini a petició de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA	• Acord 2/2021
Acord 33/2021, de 14 d'abril, sobre el requeriment de declaració responsable a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, en relació amb el compliment de l'obligació de finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere, corresponent a l'exercici 2018, que estableix el tercer paràgraf de l'apartat 3 de l'article 5 de la LGCA	• Acord 33/2021
Acord 58/2021, de 30 de juny, sobre l'obertura d'un període d'informació prèvia a fi de donar audiència al prestador de serveis de comunicació CCMA arran de l'eventual incompliment del deure de finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere, durant l'exercici 2018	• Acord 58/2021
Acord 79/2021, de 30 de setembre, sobre la incoació d'un procediment sancionador al prestador de serveis de comunicació audiovisual CCMA per l'eventual incompliment del deure de dedicar el 75% de l'obligació de contribuir anualment al finançament anticipat de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere	• Acord 79/2021
Acord 97/2021, de 15 de desembre, de resolució de l'expedient sancionador obert al prestador de serveis de comunicació audiovisual públic Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA per incompliment del deure de finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere durant l'exercici 2018	• Acord 97/2021
Acord 34/2021, de 14 d'abril, sobre l'obertura d'un període d'informació prèvia a fi de donar audiència al prestador de serveis de comunicació CCMA arran de l'eventual incompliment del deure de finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere i de producció en alguna de les llengües oficials de l'Estat, durant l'exercici 2019	• Acord 34/2021
Acord 43/2021, de 5 de maig, sobre l'ampliació de termini per fer al·legacions sol·licitada per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA	• Acord 43/2021
Acord 57/2021, de 30 de juny, sobre la incoació d'un procediment sancionador al prestador de serveis de comunicació audiovisual CCMA per l'eventual incompliment del deure de dedicar el 75% de l'obligació de contribuir anualment al finançament anticipat de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere i l'eventual incompliment del deure de destinar un 60% d'aquest percentatge a la producció en alguna de les llengües oficials d'Espanya	• Acord 57/2021
Acord 96/2021, de 15 de desembre, de resolució de l'expedient sancionador obert al prestador de serveis de comunicació audiovisual públic Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA per incompliment del deure de finançament de pel·lícules cinematogràfiques de qualsevol gènere i de producció en alguna de les llengües oficials de l'Estat durant l'exercici 2019	• Acord 96/2021
Acord 81/2021, de 21 d'octubre, de verificació del compliment per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, de les obligacions de finançament d'obres audiovisuals europees	• Acord 81/2021
Acord 90/2021, de 24 de novembre, de trasllat del recurs potestatiu de reposició interposat per Productors Audiovisuals de Catalunya contra l'Acord 81/2021, de 21 d'octubre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de verificació del compliment de les obligacions de finançament d'obres audiovisuals	• Acord 90/2021

Part II. El prestador de servei públic audiovisual com a generador de valor

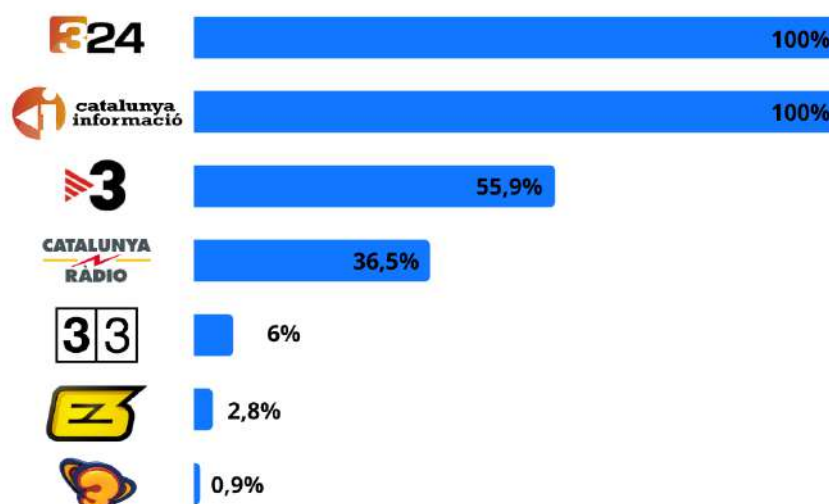
3. El servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic

3.1. Continguts informatius i d'actualitat en la programació

La programació informativa emesa en els mitjans de la CCMA

La programació informativa dels canals de la CCMA abasta diversos gèneres (teleinformatius, magazins amb continguts informatius, informatius temàtics i de reportatges...) que aborden l'actualitat política i social des de diversos angles i formats. La Corporació disposa, també, de dos mitjans lineals especialitzats en informació (la televisió 3/24 i l'emissora de radiodifusió Catalunya Informació) i del portal informatiu 324.cat.

Figura 14. CCMA. Proporció de programació informativa. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

El **3/24** basa la seva programació en rodets informatius de 30 minuts de durada, l'emissió dels teleinformatius diaris *TN matí*, *TN migdia* i *TN vespre*, i el magazín *Més 3/24*. Al seu torn, l'emissora radiofònica **Catalunya Informació** ofereix una programació configurada per blocs informatius de 30 minuts que es complementa amb espais com l'informatiu de proximitat *Catalunya al dia*, els informatius en llengua aranesa i microespais temàtics. Tots dos mitjans fan el seguiment de l'activitat política amb la retransmissió de plens del Parlament de Catalunya i de les Corts, i rodes de premsa rellevants.

A banda dels mitjans especialitzats, altres canals i emissores del grup també dediquen, en major o menor mesura, part de la seva programació a la informació. En el cas de **TV3** i **Catalunya Ràdio**, els continguts informatius tenen una presència destacada en les graelles respectives, que és més baixa en temps d'emissió a la resta de mitjans lineals (33, Super3 i Esport3). En concret, els teleinformatius suposen el 35,9% del temps d'emissió de TV3 i els informatius diaris, el 14,7% de Catalunya Ràdio.

Durant el 2021 la programació informativa de la CCMA ha aconseguit audiències importants i, segons fonts de la Corporació, una valoració qualitativa elevada (vegeu l'apartat *Audiència i valoració de l'oferta lineal i no lineal dels mitjans de la CCMA*). Així, algunes de les emissions de les quatre edicions dels *Telenotícies* de **TV3** se situen entre els quaranta programes de televisió més vistos de l'any a Catalunya i els informatius de TV3 són els més ben valorats per les persones espectadores que participen en el panel qualitatiu de GfK, que els puntuen amb un 8,6 sobre 10.

En relació amb **Catalunya Ràdio**, i segons l'EGM, *El matí de Catalunya Ràdio*, que dedica la primera part de l'espai a la informació, és el segon programa més escoltat a Catalunya de dilluns a divendres i l'informatiu *Catalunya migdia de cap de setmana* esdevé el més escoltat dissabtes i diumenges.

A l'últim, quant a l'**oferta informativa en mitjans digitals**, les edicions dels diferents teleinformatius de televisió i ràdio i la producció pròpia de la resta de gèneres informatius estan disponibles tant en plataformes de distribució pròpies (web corporativa i aplicacions) com de tercers (aplicacions per a televisors connectats, dispositius mòbils o consoles de joc, *dongles* i servei Hbbtv). A més, els continguts digitals generats pels serveis informatius de la Corporació conflueixen al portal 324.cat i, en funció de l'actualitat, es creen espais web específics.

Les xarxes socials com Facebook o Twitter també es fan servir per apropar la informació a l'audiència. El 2021 el perfil de Twitter dels serveis informatius de TV3 i Catalunya ràdio, @324cat, supera les 700.000 persones seguidores.

Altres vies utilitzades per la CCMA per difondre continguts informatius són les aplicacions de missatgeria com WhatsApp o Telegram, o els assistents de veu com Alexa d'Amazon, que compta amb una aplicació per escoltar els teleinformatius de TV3, i Google Assistant, que dona accés a les emissions en directe de Catalunya Ràdio i Catalunya Informació.

La distribució temàtica de la informació

Quant a les temàtiques abordades als continguts informatius, les qüestions estrictament sanitàries derivades de la pandèmia, com ara el desplegament del programa de vacunació o l'evolució de les dades epidemiològiques, fan que les notícies de *sanitat*, tot i que redueixen la seva presència relativa, mantinguin encara un protagonisme superior al de períodes habituals: 8,6% als telenotícies de TV3 i 18,4% a Catalunya Ràdio.

No obstant això, l'estructura dels informatius de TV3 i de Catalunya Ràdio torna a posar la *crònica política* al centre de l'agenda informativa (16% a TV3 i 19,8% a Catalunya Ràdio), amb un gran pes encara dels aspectes relacionats amb la gestió de la pandèmia, però amb un desplaçament del focus informatiu cap a altres temes, com les eleccions al Parlament del 14F o el debat entorn del model de relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol.

D'altra banda, tant a la televisió com a la ràdio públiques, les informacions sobre *art i cultura* (11,8% i 14%, respectivament) i les que s'ocupen de la *crònica internacional* (9,3% i 8,9%) recuperen de manera progressiva part de la presència perduda amb la irrupció de la Covid-19, principalment per la reactivació de l'agenda cultural en el primer cas i per la concurrència de processos electorals en diferents països en el segon.

En paral·lel, la proporció de notícies d'*economia i negocis* es manté entorn d'una desena part del total (8,4% a TV3 i 11% a Catalunya Ràdio), un resultat lleugerament superior a l'habitual, i en el qual destaquen les peces referides als efectes de les restriccions decretades a causa de la Covid-19 en els diferents sectors econòmics.

La informació esportiva emesa en el decurs dels teleinformatius de TV3 retorna als valors previs a la pandèmia per la represa de les competicions (prop d'una cinquena part de la durada de l'espai). Catalunya Ràdio també recupera l'espai habitual d'actualitat esportiva, que s'emet adjacent a l'informatiu *Catalunya migdia*, i que té una durada gairebé equivalent a la suma de la resta de temàtiques abordades en aquest programa.

Figura 15. TV3 i Catalunya Ràdio. Distribució temàtica de la informació. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

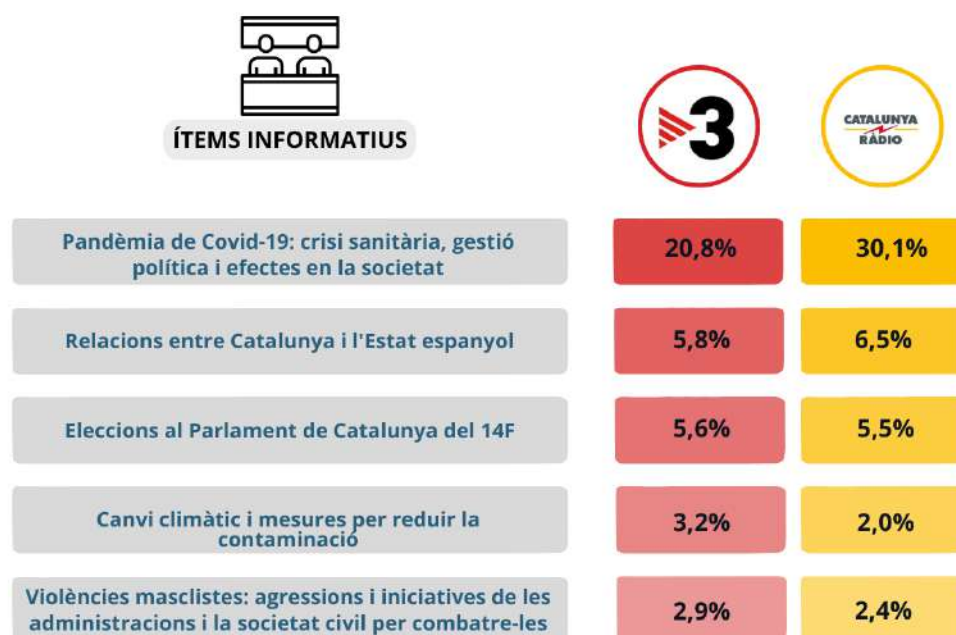
L'atenció informativa a esdeveniments de rellevància

En el marc de la seva programació informativa, els canals de televisió i les emissores de ràdio de la CCMA han abordat diferents esdeveniments que han afectat la societat catalana al llarg del 2021, sobretot a través dels mitjans generalistes TV3 i Catalunya Ràdio i dels especialitzats en la informació 3/24 i Catalunya Informació.

L'aproximació a aquest fets s'ha dut a terme, d'una banda, a través de la cobertura dels informatius televisius i radiofònics, i els magazins informatius i, de l'altra, a partir de la modificació o adaptació de les graelles habituals de programació per tal de fer el seguiment de l'actualitat amb l'emissió de programes especials o la retransmissió d'actes i cerimònies.

Pel que fa a l'atenció informativa, la figura següent inclou els ítems que han obtingut més temps de notícia als teleinformatius de TV3 i als informatius de Catalunya Ràdio al llarg de l'any.

Figura 16. Percentatge del temps de notícia dels principals ítems informatius.¹ Any 2021



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, temps i trànsit dels informatius, atès que la seva ubicació, com a part integrant o externa del cos del programa, no és la mateixa en els dos mitjans.

La cobertura d'esdeveniments de rellevància informativa per a Catalunya que realitzen TV3, el 3/24, Catalunya Ràdio i Catalunya informació a través de l'adaptació de les graelles de programació s'especifica en la figura 15.

A més d'aquests quatre mitjans, el Super3 tracta alguns d'aquestes fets a través de l'informatiu *InfoK* amb emissions especials en relació amb l'aniversari de la detecció del primer contagi de la Covid-19 a Catalunya o amb la crisi climàtica en el marc de la COP26 a Glasgow, per exemple. Amb motiu d'aquesta cimera, el Super3 també emet la sèrie *Missió Àrtic*. L'Esport3, al seu torn, segueix l'actualitat dels Jocs Olímpics a través del magazín *Onze* i dedica una programació especial a les eleccions a la presidència del FC Barcelona.

Figura 17. Atenció informativa dels mitjans de la CCMA a diversos esdeveniments que afecten la societat catalana. Exemples. Any 2021 (ordre cronològic)

	3	E24	CATALUNYA RÀDIO	catalunya informació
Eleccions al Parlament de Catalunya Del 28 gener al 14 de febrer	<i>Els matins</i>: entrevistes a persones candidates <i>e21 El debat</i>, amb caps de llista per Barcelona <i>TN migdia</i>: edició especial durant la jornada electoral - Programa especial del seguiment dels resultats	<i>Més 324</i>: especial inici de campanya <i>Més 324 e21 debats territorials</i> (4) <i>e21 El debat</i>, amb caps de llista per Barcelona <i>TN migdia</i>: edició especial durant la jornada electoral - Programa especial del seguiment dels resultats	<i>Catalunya nit</i>: especial inici de campanya <i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: entrevistes a persones candidates <i>e21 debats territorials</i> (4) <i>e21 El debat</i>, amb caps de llista per Barcelona - Programa especial del seguiment dels resultats	<i>Catalunya nit</i>: especial inici de campanya <i>e21 debats territorials</i> (4) <i>e21 El debat</i>, amb caps de llista per Barcelona - Programa especial del seguiment dels resultats
1 any de Covid-19 25 de febrer	<i>Els matins</i>: entrevistes i reportatges <i>TN vespre</i>: edició especial des de l'Hospital Vall d'Hebron <i>30 minuts</i>: "Negar la pandèmia"	<i>Més 324</i>: dietari sobre l'evolució de la pandèmia	<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: taules de debat i anàlisi	
Eleccions FC Barcelona Del 5 al 7 de març	<i>E21 El debat</i>, amb els candidats a la presidència <i>E21 Eleccions FCB</i>: anàlisi dels resultats		<i>E21 El debat</i>, amb els candidats a la presidència <i>Tot gira</i>: edició especial	
Constitució del Parlament de Catalunya 12 de març	- Programa especial <i>El nou Parlament</i> <i>Els matins</i>: edició especial <i>TN migdia</i>: edició especial - Entrevista institucional a la presidenta del Parlament	- Programa especial <i>El nou Parlament</i> - Entrevista institucional a la presidenta del Parlament	<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: seguiment de la sessió	Retransmissió del Ple de constitució del Parlament
Investidura del 132è President de la Generalitat 20 i 21 de maig	<i>TN migdia</i>: edició especial - Entrevista institucional al president de la Generalitat	- Retransmissió de les dues jornades del Ple - Entrevista institucional al president de la Generalitat	<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: seguiment del Ple <i>Estat de Gràcia</i>: seguiment del Ple	Retransmissió de les dues jornades del Ple
Indults als polítics catalans empresonats 22 i 23 de juny	<i>Planta baixa</i>: connexions en directe amb la sortida de les persones preses	- Connexions en directe amb les compareixences de Pedro Sánchez i Pere Aragonès relatives a l'anunci - Connexions en directe amb la sortida de les persones preses	<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: connexions en directe amb la sortida de les persones preses	- Connexions en directe amb les compareixences de Pedro Sánchez i Pere Aragonès relatives a l'anunci - Connexions en directe amb la sortida de les persones preses
Mobile World Congress Del 27 al 30 de juny	<i>Els matins</i>: seguiment en directe de la inauguració <i>TN migdia</i>: entrevista en directe mitjançant un holograma virtual	- Retransmissió en directe dels parlaments previs al sopar oficial inaugural - Seguiment en directe de la inauguració	<i>Revolució 4.0 i La nit dels ignorants 3.0</i>: entrevistes a representants del Mobile World Capital <i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: seguiment en directe de la inauguració <i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: edicions especials de l'espai "Clicats" i de la secció sobre tecnologia <i>Popap</i>: emissió de tres edicions des de la fira	Seguiment en directe de la inauguració i connexions diàries des de la fira

	3	E24	CATALUNYA RÀDIO	catalunya informació
Jocs Olímpics de Tòquio Del 23 de juliol al 8 d'agost	Cobertura a través d'enviats especials dels programes informatius	Cobertura a través d'enviats especials dels programes informatius	- Cobertura a través d'enviats especials dels programes informatius <i>A la ville de... Tòquio</i>: programa diari dedicat a l'actualitat dels jocs	Cobertura a través d'enviats especials dels programes informatius
Diada Nacional de Catalunya 11 de setembre	<i>Tot es mou</i>: connexions amb l'acte de lliurament de la Medalla d'Honor del Parlament - Emissió del missatge institucional del President de la Generalitat - Rodes informatives per fer el seguiment dels actes matinals - Especials informatius 11S: <i>la manifestació i 11S: l'anàlisi</i> - Retransmissió en directe de l'acte institucional de la Diada	- Retransmissió en directe de l'acte de lliurament de la Medalla d'Honor del Parlament - Emissió del missatge institucional del President de la Generalitat - Rodes informatives per fer el seguiment dels actes matinals - Especials informatius 11S: <i>la manifestació i 11S: l'anàlisi</i>	- Emissió del missatge institucional del President de la Generalitat <i>El suplement</i>: seguiment de les ofrenes al monument de Rafael Casanova i de l'acte d'Omnium Cultural <i>Catalunya migdia</i>: especial Diada <i>Especial Diada</i> des de les 16:00 <i>Catalunya nit</i>: especial Diada (inclou la retransmissió de l'acte institucional)	- Retransmissió en directe de l'acte de lliurament de la Medalla d'Honor del Parlament - Emissió del missatge institucional del President de la Generalitat - Seguiment arreu del territori i, en especial, de les ofrenes al monument a Rafael Casanova
Debat sobre l'Estat de la Unió 15 de setembre		Retransmissió en directe des de la seu del Parlament Europeu a Estrasburg		
Taula de diàleg 15 de setembre	<i>Tot es mou</i>: connexions en directe amb el Palau de la Generalitat, taula de debat i emissió de les compareixences de Pedro Sánchez i Pere Aragonès <i>30 minuts</i>: "Construint la taula"	Retransmissió en directe de les compareixences de Pedro Sánchez i Pere Aragonès	Retransmissió en directe de les compareixences de Pedro Sánchez i Pere Aragonès	Retransmissió en directe de les compareixences de Pedro Sánchez i Pere Aragonès
Cimera del Clima de Glasgow Del 31 d'octubre al 12 de novembre	<i>TN vespre</i> (1/11): especial des de Glasgow <i>60 minuts</i>: "Cotxes nets, bateries brutes" <i>Sense ficció</i>: "Demà" <i>Valor afegit</i>: "Les factures de la crisi climàtica" <i>30 minuts</i>: "L'illa que no vol desaparèixer" <i>Els matins</i>: entrevistes i anàlisi <i>Tot es mou</i>: entrevistes i anàlisi	<i>Més 3/24</i>: entrevistes i anàlisi	<i>El matí de Catalunya Ràdio</i>: seguiment amb enviats especials i secció "El micròfon autònom" dedicada a la crisi climàtica <i>La tarda de Catalunya Ràdio</i>: seguiment amb enviats especials <i>Kids XS</i> (6/11): edició especial <i>La nit dels ignorants 3.0</i>: entrevistes <i>El Suplement</i>: anàlisi de la cimera	Cobertura a través d'enviats especials dels programes informatius

Eines de lluita contra la desinformació

La CCMA disposa d'un equip de professionals dels serveis informatius, "Fets o fakes", que s'encarrega de contrastar declaracions, dades o informacions d'acord amb els principis que fixa la International Fact-Checking Network. Les tasques de verificació de notícies o rumors es difonen a través de la seva web al portal de la Corporació (<https://www.ccma.cat/catrado/fets-o-fakes>) i es traslladen a la programació en forma de col·laboració amb seccions específiques sobre *fake news* i desinformació als magazins *Tot es mou* (TV3) i *El matí de Catalunya Ràdio* (Catalunya Ràdio). Segons aquesta web, al llarg del 2021 l'equip del "Fets o fakes" ha efectuat un total de **52 verificacions**.

Figura 18. Exemples de fact-checking a la secció "Fets o fakes" dels programes *Tot es mou* i *El matí de Catalunya Ràdio*. Any 2021



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

Altres programes de la CCMA difonen continguts relacionats amb la desinformació en algunes de les seves edicions. Per exemple, a la televisió se n'hi poden trobar a l'*InfoK* (Super3), *60 minuts* (TV3) i *Els matins* (TV3); i a Catalunya Ràdio, al *Popap*, *Revolució 4.0* o *El suplement*.

Figura 19. Exemples d'emissió de continguts en relació amb la desinformació i les fake news. Any 2021



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

3.2. Pluralisme i diversitat en la programació

La distribució temàtica i geogràfica de la informació i la diversitat de veus en els informatius diaris de la CCMA durant el 2021 continuen marcades en molts aspectes per la pandèmia de Covid-19, tot i que s'observa una superació gradual de la situació d'excepcionalitat que reflectien els resultats de l'any anterior.

La diversitat territorial en la informació

La distribució geogràfica de la informació és molt similar a TV3 i a Catalunya Ràdio i, com la distribució temàtica i la presència d'actors, continua marcada per la pandèmia de Covid-19, tot i que menys que l'any anterior.

D'una banda, entorn de la meitat de les informacions analitzades es refereixen a Catalunya o a algun dels territoris que la configuren (51,6% a TV3 i 49,5% a Catalunya Ràdio), amb uns valors lleument més baixos que els del 2020.

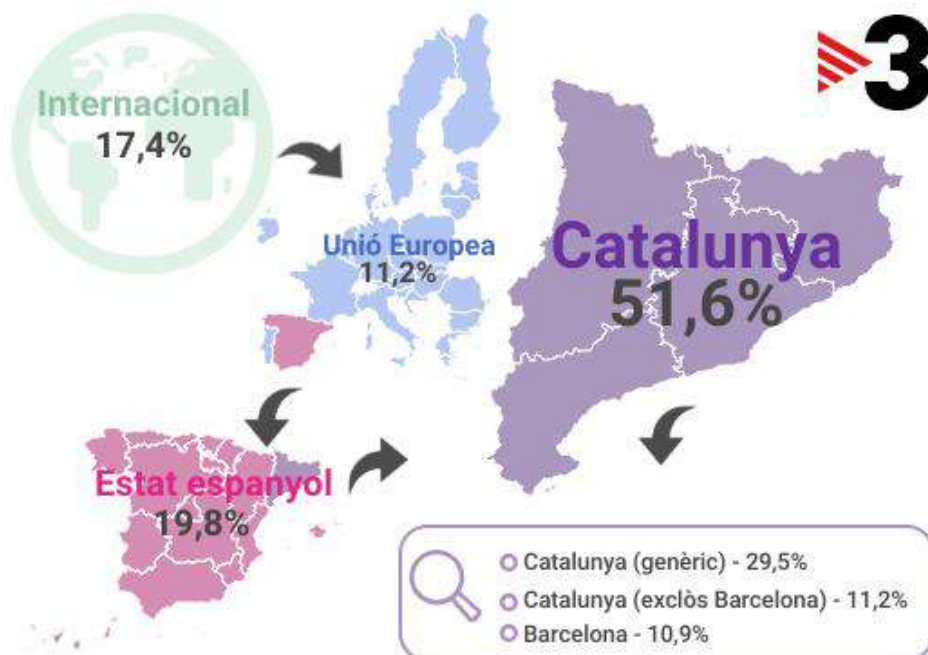
Dins de l'àmbit de Catalunya, les informacions que al·ludeixen de manera genèrica al conjunt del territori català són les més recurrents (gairebé el 30% a TV3 i el 35% a Catalunya Ràdio), mentre que les centrades en Barcelona s'equiparen percentualment a les que fan referència a altres punts del territori català (al voltant de l'11% a TV3 i en el 7,5% a Catalunya Ràdio).

Tot seguit, les informacions de l'esfera internacional recuperen part de la presència perduda l'any anterior, quan l'abordatge informatiu de la crisi sanitària va prioritzar les notícies més pròximes, i durant el 2021 suposen prop del 30% del total (28,6% a TV3 i 28,4% a Catalunya Ràdio).

En concret, creixen tant les informacions que s'ocupen de la Unió Europea o d'algun dels seus estats membres, com les que al·ludeixen a la resta del món. La concurrència d'informacions sobre reunions com la cimera del G7 o la COP26, sobre mesures de control de fronteres per frenar l'expansió de la Covid-19 o en relació amb la celebració d'eleccions en diferents països, explicarien, en part, aquest resultat.

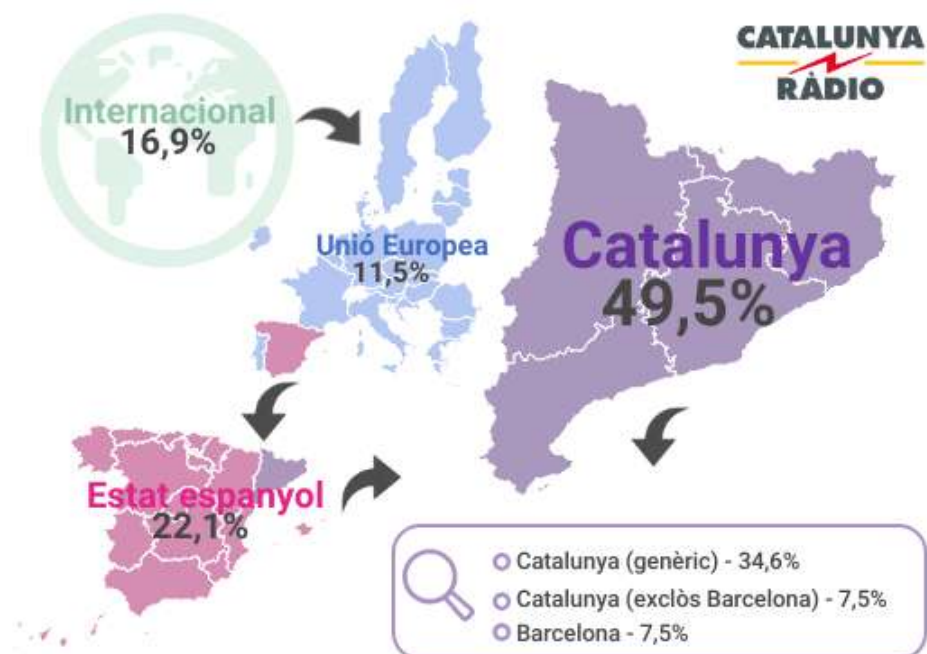
I les notícies referides a l'àmbit geogràfic de l'Estat espanyol representen entorn d'una cinquena part del total (19,8% a TV3 i 22,1% a Catalunya Ràdio), amb fluctuacions de 2-3 punts percentuals a la baixa en el cas de TV3, on el resultat decreix respecte dels dos anys anteriors, i a l'alça a Catalunya Ràdio, on es retorna als valors del 2019.

Figura 20. TV3. Temps de notícia per àmbit territorial als teletinformatius. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 21. Catalunya Ràdio. Temps de notícia per àmbit territorial als informatius diaris. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La diversitat territorial de Catalunya en la programació

Més enllà de la informació local present en els informatius, la programació de la CCMA inclou continguts que reflecteixen la diversitat del territori català a través de diferents formats i des d'àmbits diversos (informació, patrimoni, paratges naturals, gastronomia, música, esport...).

Així, la **informació de proximitat**, com en anys anteriors, es concreta en les emissions de dilluns a divendres del *TN comarques* (en simultani per TV3 i 3/24), les edicions diàries del *Catalunya al dia* (Catalunya informació) i els informatius en aranès per a la Vall d'Aran (l'edició del *TN comarques* dels divendres i la roda informativa diària del 324 en aranès).

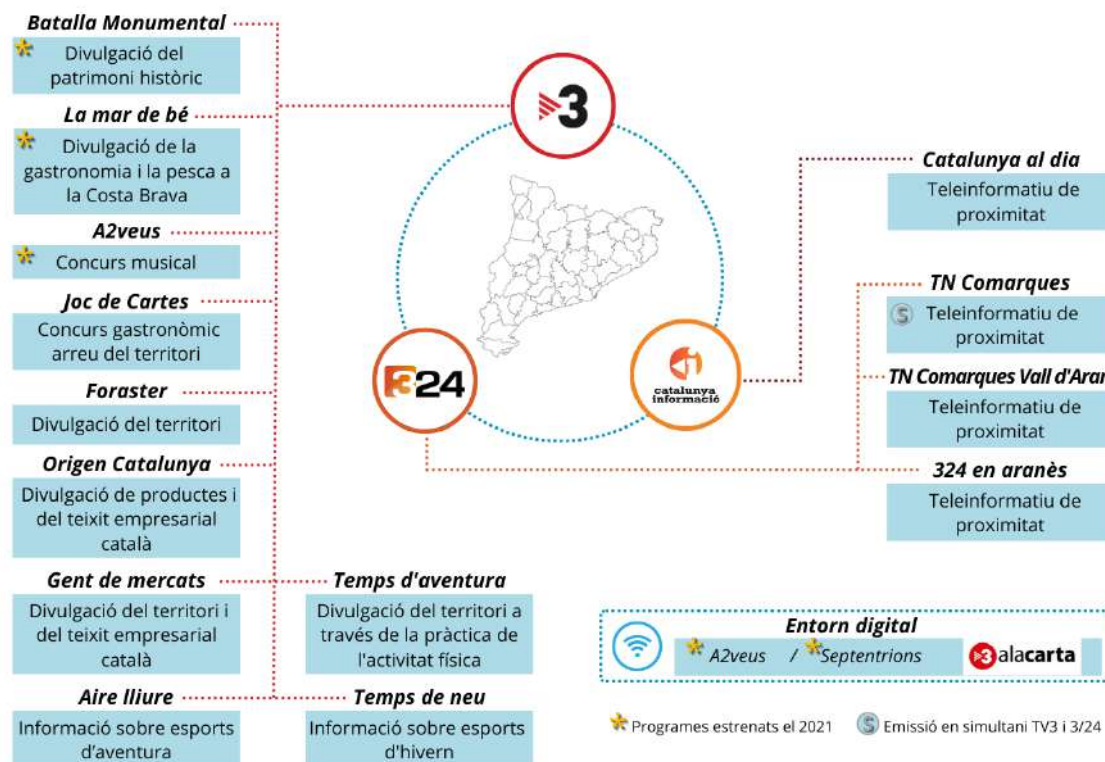
TV3 ofereix algunes novetats pel que fa a programació amb elements de diversitat territorial, com els divulgatius *Batalla monumental*, que promou el patrimoni català confrontant dos monuments de casa nostra, i *La mar de bé* (programació d'estiu), sobre la cultura de la pesca i la gastronomia a la Costa Brava, així com el documental *Entre vinyes*, al voltant de l'enoturisme, la història i la cultura catalana.

A banda, s'estrena el concurs musical *A2veus*, una proposta transmèdia de TV3 que a més de visibilitzar veus no professionals difon concerts en directe en paratges emblemàtics de Catalunya. També s'ofereixen continguts exclusius per a l'entorn digital com *Septentrions*, 10 capítols que aposten pel paisatge i la realitat de la Catalunya Nord.

Aquestes propostes es complementen amb l'emissió de **noves edicions** de programes que continuen a la graella, com ara *El foraster* (TV3), que aproxima la vida i la història de pobles de Catalunya, o el concurs *Joc de cartes* (TV3), que permet conèixer la gastronomia d'arreu de Catalunya. Igualment, *Aire lliure*, *Temps d'aventura* i *Temps de neu* (TV3, amb redifusió a Esport3) aposten per paratges naturals de Catalunya fomentant la pràctica esportiva; o *Gent de mercats* i *Origen Catalunya* (TV3) promocionen els productes i el teixit empresarial català.

A banda, el 33 i Esports3 ofereixen reemissions d'altres programes amb elements de diversitat territorial, com ara *Collita pròpia*, *Cosins germans*, *GR Barcelona*, *GR Pirineus*, *Rurals*, *Thalassa*, *Viure als Pirineus* i *Xarxa Natura*, entre d'altres.

Figura 22. CCMA. Exemples de programes amb elements de diversitat territorial. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La diversitat social de Catalunya en la informació

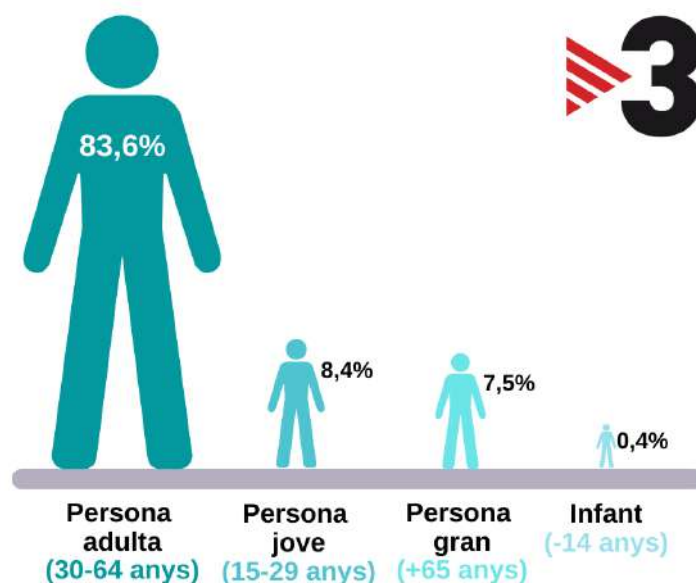
La diversitat de la societat catalana es pot expressar donant visibilitat en els informatius diaris a diferents característiques de la població, com ara trets personals (edat, origen percebut, procedència o discapacitat) o socials (la seva activitat o rol en la informació).

Un d'aquests elements és **l'edat** de les persones a les quals es dona veu. Pel que fa als teleinformatius de TV3, es tracta majoritàriament de *persones adultes* (83,6%).

Les *persones joves* que intervenen en els teleinformatius representen, al seu torn, menys d'una desena part (8,4%) i són, sobretot: actors esportius, jovent que opina sobre la problemàtica dels botellots i la regulació de l'oci nocturn en el context de la pandèmia o bé artistes, majoritàriament de l'àmbit de la música.

Entre les *persones grans*, que suposen el 7,5%, la presència és més diversificada, si bé les declaracions més recurrents corresponen a persones que intervenen de manera puntual per donar la seva opinió o bé provenen de l'àmbit de la cultura o de la sanitat.

Les **persones joves** (entre 15 i 29 anys) protagonitzen
1 de cada 12 intervencions als telenotícies
i les de més de 65 anys, 1 de cada 13



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Gairebé totes de les persones que intervenen en els
telenotícies són percebudes com a **blanques**

Quadre 1. TV3. Origen percebut dels actors als teletinformatius. Any 2021

Canal	Origen percebut	% sobre total temps paraula
	Persona blanca	98,7
	Persona negra	0,4
	Persona àrab	0,4
	Persona asiàtica	0,3
	Persona amb trets indígenes americans	0,3
	Total	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quant a la **procedència**, el 4,5% del temps de paraula comptabilitzat en els teletinformatius de TV3 correspon a *persones immigrades*, majoritàriament provinents d'algun país de l'Europa comunitària (70,2%).

D'altra banda, es constata que 2 de cada 3 persones immigrades que apareixen en els telenotícies són esportistes.

El **47% de les persones immigrades** que apareixen als teletinformatius són **esportistes procedents de l'Europa comunitària**



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

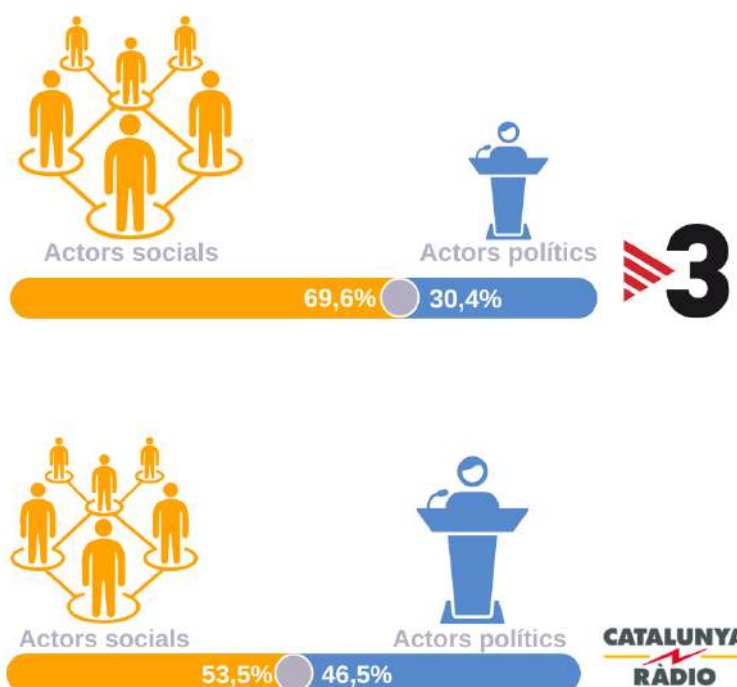
La presència de persones amb discapacitat
d'algun tipus **és residual** als teletinformatius de TV3:
representen l'1,2% del total

Quadre 2. TV3. Tipologia de diversitat funcional dels actors amb discapacitat als teletinformatius. Any 2021

Canal	Diversitat funcional	% sobre total temps paraula
	Persona amb altra discapacitat física	81,6
	Persona amb discapacitat intel·lectual	6,8
	Persona amb altres discapacitats/discapacitat múltiple	6,0
	Persona amb discapacitat derivada de trastorn mental	5,6
	Total	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quant a l'**activitat** de les persones que apareixen en les notícies durant el 2021, la majoria intervenen en funció d'un rol no polític.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La **distribució del temps de paraula de persones que desenvolupen rols no polítics** en les informatius diaris reflecteix encara un protagonisme més elevat de l'habitual dels *actors del món sanitari* (9,6% a TV3 i 8,3% a Catalunya Ràdio), directament associat a la crisi sanitària provocada per la Covid-19, atès que multipliquen per quatre la seva presència respecte dels anys anteriors a la pandèmia (quan se situava entorn del 2%). Aquesta crisi i els efectes en els diferents àmbits de la societat, també constitueixen el tema d'intervenció principal de la resta de persones que apareixen en els informatius.

Així, entre les persones que apareixen de manera *ocasional* en relació amb fets puntuals, que representen el 20,4% a TV3 i el 15% a Catalunya Ràdio, 1 de cada 3 intervencions donen testimoni d'aspectes com ara la vacunació, la regulació de l'oci nocturn, etc. Més enllà de la Covid-19, a TV3 també destaca el fet que 1 de cada 10 intervencions d'actors ocasionals correspon a persones afectades per episodis de climatologia adversa, com el temporal de pluja i neu Filomena a l'hivern o les onades de calor a l'estiu.

Les persones que representen el *món de la cultura* també es compten entre les que tenen més presència en els informatius (17,1% a TV3 i 22,7% a Catalunya Ràdio) per la represa gradual de l'activitat cultural habitual.

Finalment, una cinquena part del temps de paraula total a TV3 correspon a veus de l'àmbit de l'esport (un pes equiparable al de les informacions esportives que s'emeten integrades en els telenotícies d'aquest canal). I a Catalunya Ràdio, aquesta xifra és de l'1,7% del temps de paraula en el corpus inicial dels informatius diaris (atès que intervenen, sobretot, en les notícies d'esports que s'emeten a continuació).

Figura 23. TV3 i Catalunya Ràdio. Temps de paraula de les agrupacions no polítiques als informatius. Any 2021²



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

² Les entitats vinculades al debat polític són associacions socials i fundacions que intervenen explícitament en els debats polítics d'abast general, que apareixen als registres oficials d'entitats classificades com a *polítiques* o que es presenten com a tals en el seu procés de constitució.

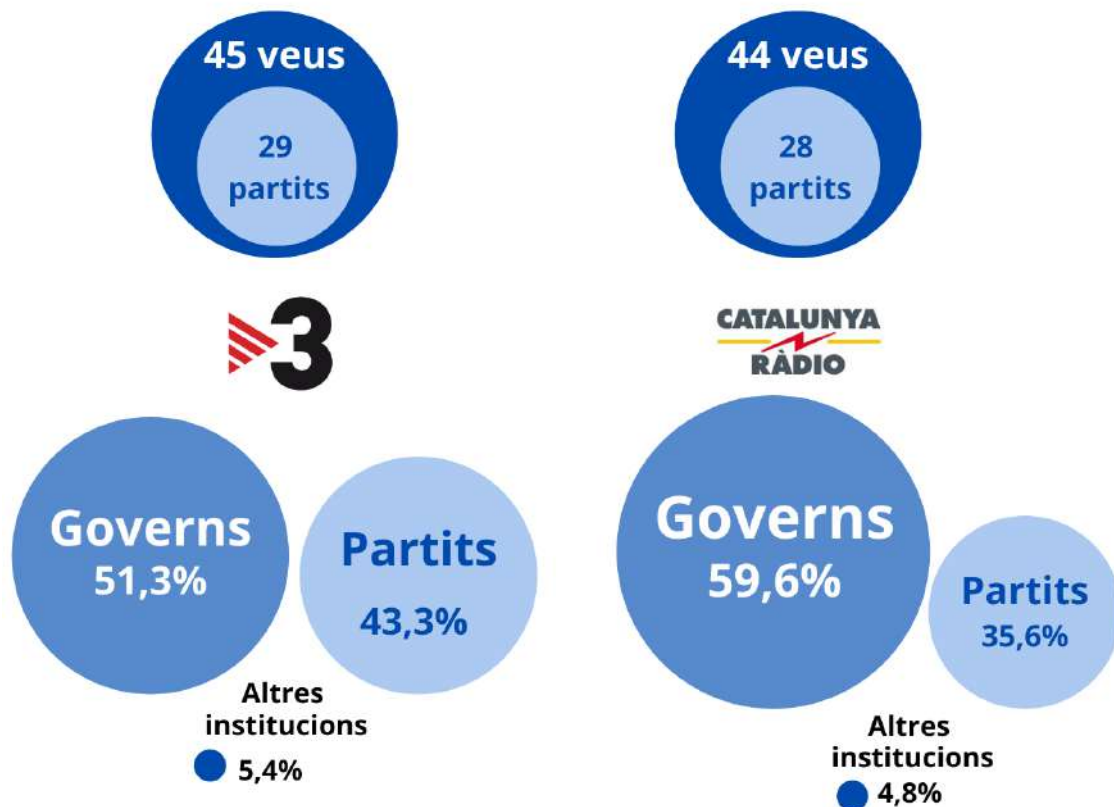
3.3.El pluralisme polític en la informació

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

La pandèmia de Covid-19 i les eleccions al Parlament de Catalunya del 14F són dos dels fets de l'actualitat que més influeixen en la **distribució del temps de paraula d'actors polítics** als informatius diaris de TV3 i de Catalunya Ràdio.



El nombre total de **veus polítiques** als informatius diaris és similar als dos mitjans de la CCMA, en un any en què les eleccions al Parlament de Catalunya del 14F contribueixen a incrementar el nombre de **partits** amb temps de paraula



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Els quadres següents detallen la distribució del temps de paraula de les agrupacions polítiques que han obtingut temps de paraula a TV3 i Catalunya Ràdio.

Quadre 3. TV3. Presència de les institucions i de les forces polítiques als teleinformatius.
Any 2021

Canal	Agrupació	% sobre total temps paraula
	Govern de Catalunya	25,7
	Govern de l'Estat	14,0
	ERC	8,2
	JUNTsxCAT	8,0
	PSC+PSOE	7,2
	Govern de les administracions locals catalanes	6,0
	PPC+PP	5,6
	CUP	3,8
	CAT EN COMÚ+IU	3,2
	C's	2,9
	Organismes de la Unió Europea	2,8
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	2,7
	Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	2,2
	Parlament de Catalunya	1,7
	PDECAT	1,4
	Podem+Podemos	1,2
	VOX	0,7
	Govern de les administracions locals no catalanes	0,6
	Altres institucions de la Generalitat	0,6
	Òrgans de govern de l'administració de justícia	0,3
	Corona	0,3
	PNB	0,2
	Corts Generals	0,2
	Bloc Nacionalista Valencià	0,2
	EH Bildu	0,2
	SOBIRANISTES	0,1
	Junta Electoral	0,1
	Altres actors polítics sense adscripció	0,1
	Más País	0,1
	Más Madrid	0,1
	Units per Avançar	0,04
	Més per Menorca	0,03
	Altres institucions de l'Estat	0,03
	Altres cambres legislatives	0,03
	Democràcia Nacional	0,03
	Lliga Democràtica	0,02
	FNC	0,02
	IZQP	0,01
	BCN CANVI/Valents	0,01
	MPIC	0,01
	RECORTES CERO-GV-M	0,01
	Teruel Existe	0,01
	Iniciativa del Poble Valencià	0,01
	Movimiento por la Dignidad y la Ciudadanía	0,01
	Sortu	0,01
	Total	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quadre 4. Catalunya Ràdio. Presència de les institucions i de les forces polítiques als informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	% sobre total temps paraula
	Govern de Catalunya	32,1
	Govern de l'Estat	15,5
	ERC	8,5
	JUNTSxCAT	7,5
	Govern de les administracions locals catalanes	6,9
	PSC+PSOE	5,0
	PPC+PP	3,5
	CUP	3,5
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	3,3
	CAT EN COMÚ+IU	2,6
	Organismes de la Unió Europea	2,5
	C's	2,0
	Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	1,4
	Parlament de Catalunya	1,3
	PDECAT	1,0
	Altres institucions de la Generalitat	0,7
	Podemos	0,5
	VOX	0,5
	Govern de les administracions locals no catalanes	0,4
	EH Bildu	0,3
	Òrgans de govern de l'administració de justícia	0,3
	SOBIRANISTES	0,2
	Corona	0,2
	Corts Generals	0,2
	PNB	0,1
	Junta Electoral	0,1
	Sindicatura de Greuges de Barcelona	0,1
	Bloc Nacionalista Valencià	0,1
	Más Madrid	0,04
	Altres cambres legislatives	0,04
	BCN CANVI/Valents	0,04
	Falange Española	0,04
	Altres institucions de l'Estat	0,03
	Guanyem Badalona en Comú	0,03
	Iniciativa del Poble Valencià	0,03
	PNC	0,03
	Lliga Democràtica	0,02
	Sortu	0,02
	Nueva Canarias	0,02
	Tossa Unida	0,02
	ARAN AMASSA	0,02
	Más País	0,02
	Comú de Lleida	0,01
	NOU MOVIMENT CIUTADÀ PER CAMBRILS	0,01
	Total	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

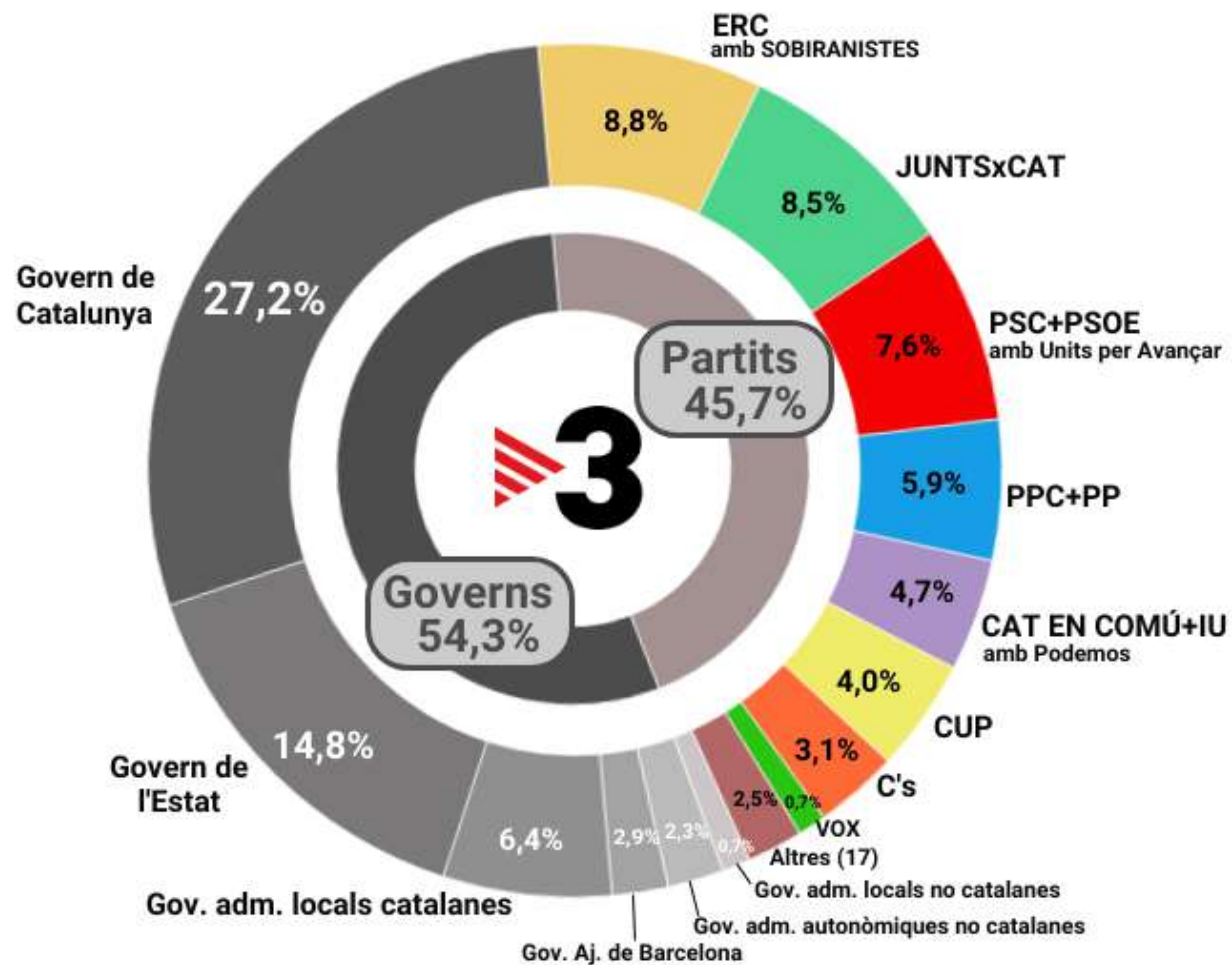
En la suma de governs i de partits, les veus governamentals hi tenen un pes majoritari per segon any consecutiu (54,3% del total a TV3 i 62,6% a Catalunya Ràdio), a causa de la informació sobre el desplegament de les polítiques de lluita contra la pandèmia. No obstant això, el desplaçament de la informació cap a altres temes d'actualitat política, com ara les eleccions del 14F, fa que la seva presència relativa es redueixi 10 punts, aproximadament.

L'executiu català i el Govern de l'Estat són les dues agrupacions que, de manera individual, tenen més presència als informatius de la CCMA, i, en tots dos casos, la gestió de la pandèmia continua esdevenint el tema d'intervenció principal.

Pel que fa als partits, els informatius diaris de la televisió i de la ràdio públiques inclouen intervencions de totes les forces amb representació a la cambra catalana i les distribueixen en un ordre similar d'acord amb el temps de paraula. Des del punt de vista dels temes abordats, els comicis al Parlament del mes de febrer i les negociacions posteriors amb vista a la investidura del nou president de la Generalitat constitueixen la temàtica més recurrent de les forces polítiques.

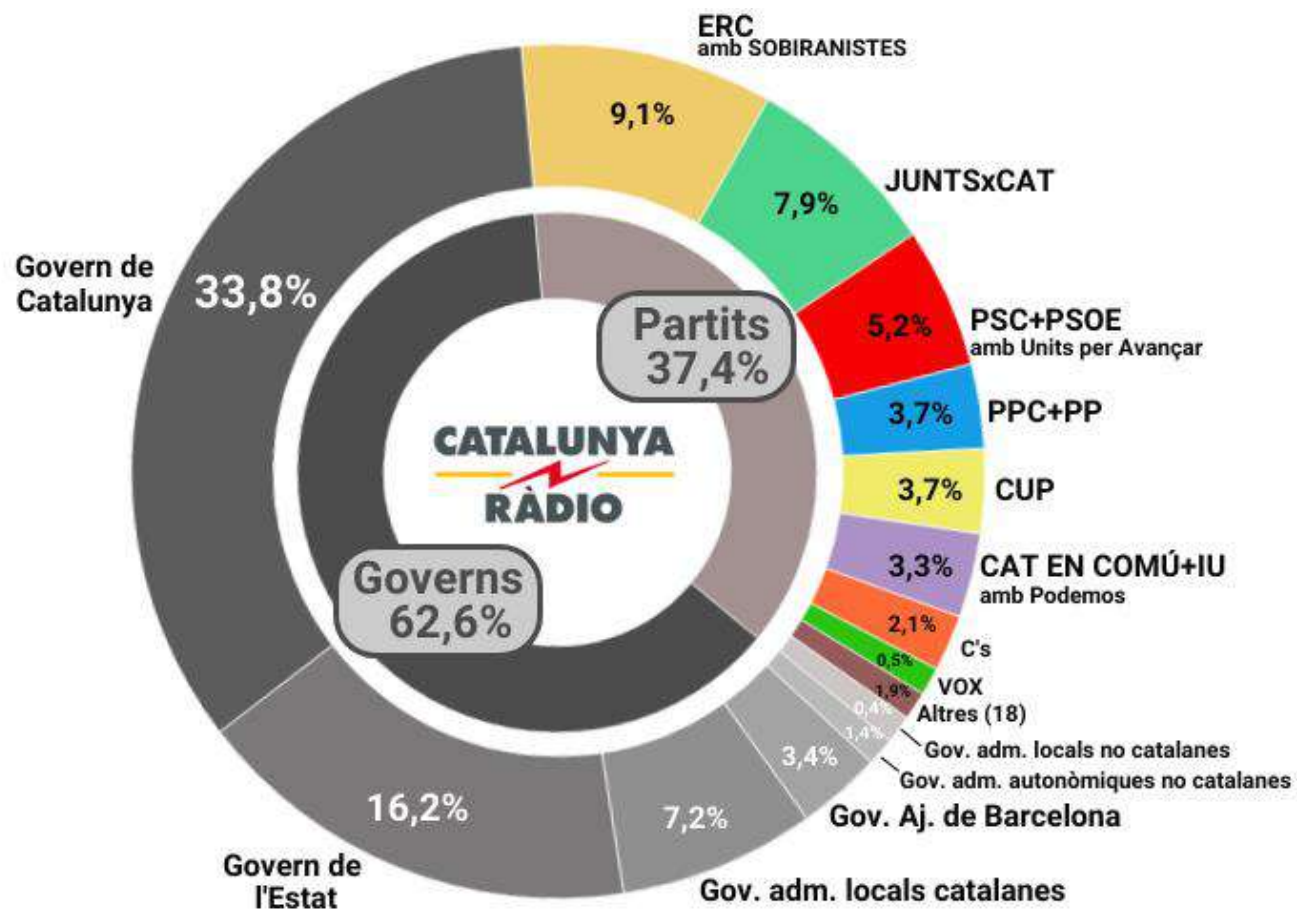
En els dos mitjans de la CCMA, ERC amb Sobiranistes (8,8% de temps de paraula a la televisió i 9,1% a la ràdio), JUNTSxCAT (8,5% i 7,9%), PSC+PSOE amb Units per Avançar (7,6% i 5,2%), PPC+PP (5,9% i 3,7%), CAT EN COMÚ amb IU i Podemos (4,7% i 3,3%) i la CUP (4% i 3,7%) són les forces que apleguen més temps de paraula i se situen en forquilles de 5 i 6 punts percentuals, respectivament.

Figura 24. TV3. Presència dels governs i dels partits polítics als teletinformatius. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 25. Catalunya Ràdio. Presència dels governs i dels partits polítics als informatius. Any 2021

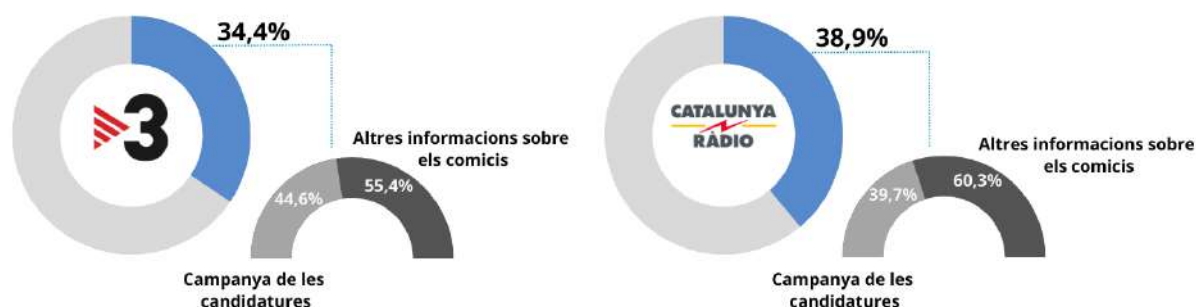


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La campanya electoral de les eleccions al Parlament del 14 de febrer

Atès que la campanya electoral té una especial importància respecte de la pluralitat informativa, es va realitzar un seguiment específic de les eleccions al Parlament de Catalunya del 14 de febrer.³ Així, durant la campanya, els **informatius diaris** de TV3 i de Catalunya Ràdio n'han dedicat més d'un terç de temps de notícia respecte del conjunt de les informacions emeses durant la campanya electoral.

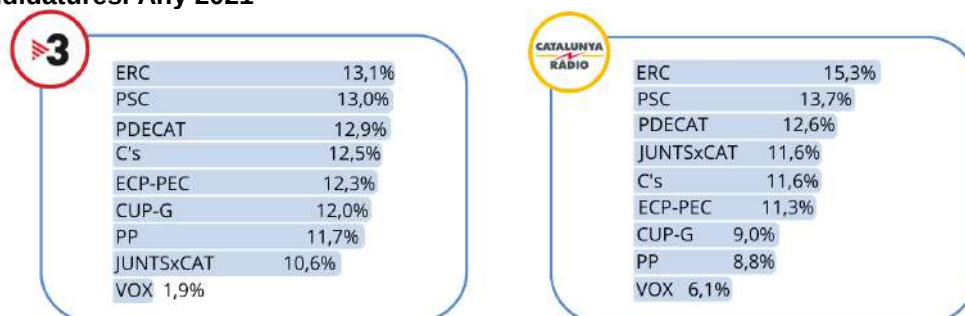
Figura 26. TV3 i Catalunya Ràdio. Atenció informativa dedicada a les eleccions del 14F als informatius diaris. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El temps de notícia de les informacions de la campanya electoral es distribueix als dos mitjans entre les candidatures integrades per les set formacions que van obtenir representació al Parlament el 2017 per alguna de les quatre circumscripcions catalanes i per dos grups polítics significatius. TV3 també inclou, amb percentatges inferiors, temps de notícia d'altres candidatures: PNC, FNC, IZQP, PCTC, RECORTES CERO-GV-M i MPIC.

Figura 27. TV3 i Catalunya Ràdio. Temps de notícia atribuïble a la campanya electoral de les candidatures. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

³ Dades estretes de l'informe del CAC 31/2021, *Informe específic de pluralisme a la televisió i a la ràdio durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2021*.

En el format d'entrevista, TV3, el 3/24, Catalunya Ràdio i Catalunya Informació inclouen intervencions de representants de 9 candidatures (les 7 que tenien representació parlamentària més les dels dos grups considerats significatius).

Pel que fa als debats, TV3, el 3/24 i Catalunya Informació emeten un debat electoral amb caps de llista per Barcelona de 9 candidatures. A més, el 3/24 i les dues emissores de ràdio ofereixen altres tres debats per a les demarcacions de Tarragona, Lleida i Girona.

La presència del món polític local en els informatius diaris

Quant a l'àmbit de la política municipal, la presència del conjunt de representants dels governs i les oposicions locals, mesurada en temps de paraula, retorna de manera gradual als valors habituals previs a la crisi sanitària als dos mitjans de la CCMA, després que el 2020 incrementés la seva presència per l'atenció que va rebre la incidència de la pandèmia de Covid-19 arreu del territori.

Àmbit local

8,8%

sobre el conjunt de les agrupacions polítiques

3

Ens locals catalans

68,5%



31,5%

Ajuntament de Barcelona

En la línia dels anys anteriors, els **executius aglutinen al voltant del 95%** del temps de paraula i les **oposicions el 5%** que resta, tant en l'àmbit de Barcelona com arreu de Catalunya

Àmbit local

10,4%

sobre el conjunt de les agrupacions polítiques

CATALUNYA
RÀDIO

Ens locals catalans

68,2%



31,8%

Ajuntament de Barcelona

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència d'entitats vinculades al debat polític en els informatius diaris

El temps de paraula que registren les **entitats vinculades al debat polític** se situa entorn del 2% del conjunt de veus polítiques que apareixen als **informatius** de TV3 i de Catalunya Ràdio, una xifra lleugerament superior a la de l'any anterior (1,6% als dos mitjans), quan la gestió de la pandèmia va acaparar l'agenda política.

Òmnium Cultural és l'entitat amb més presència tant a TV3 com a Catalunya Ràdio, sobretot en relació amb l'excrceració del seu president arran de la Causa especial 20907/2017. L'**ANC** és l'altra entitat que suma més temps, principalment en el marc del debat entorn del model de relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol i en peces sobre les negociacions posteriors a les eleccions al Parlament de Catalunya del 14F.

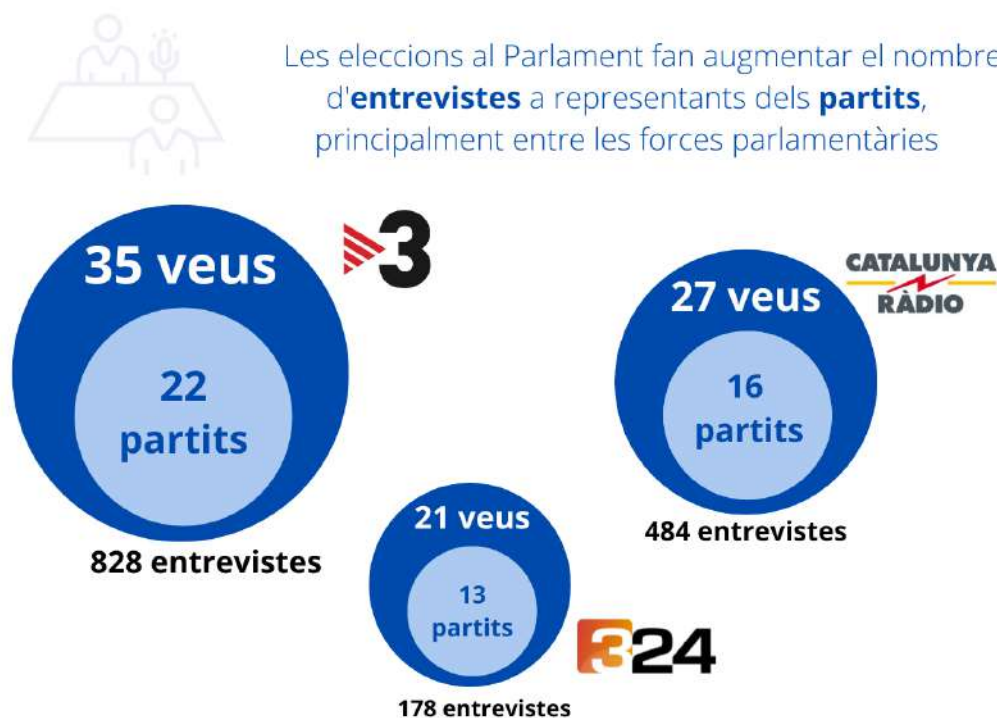
Quadre 5. TV3. Presència d'entitats vinculades al debat polític als teleinformatius. Any 2021

Entitat	3	
	CATALUNYA RÀDIO	
Entitat	% sobre total temps paraula agrupacions polítiques i entitats	
ANC	0,5	0,5
Consell per la República	0,1	0,03
Fòrum Cívica i Social pel Debat Constituent	0,1	--
Ass. de Foment de la Caixa de Solidaritat	0,04	0,02
Plataforma 3 d'Octubre	0,04	--
Cataluña Suma	0,04	--
Societat Civil Catalana	0,03	0,02
Alerta Solidària	0,02	--
Associació Catalunya Sí	0,02	--
FAES	0,02	--
SARE	0,02	--
S'ha Acabat!	0,01	--
Unión 78	0,01	0,03
Total	2,3	2,0

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència de les institucions i de les forces polítiques en altres programes

Així mateix, l'observança del pluralisme polític també inclou les entrevistes i els debats emesos a TV3, el 3/24 i Catalunya Ràdio en informatius diaris, magazins i altres espais informatius.



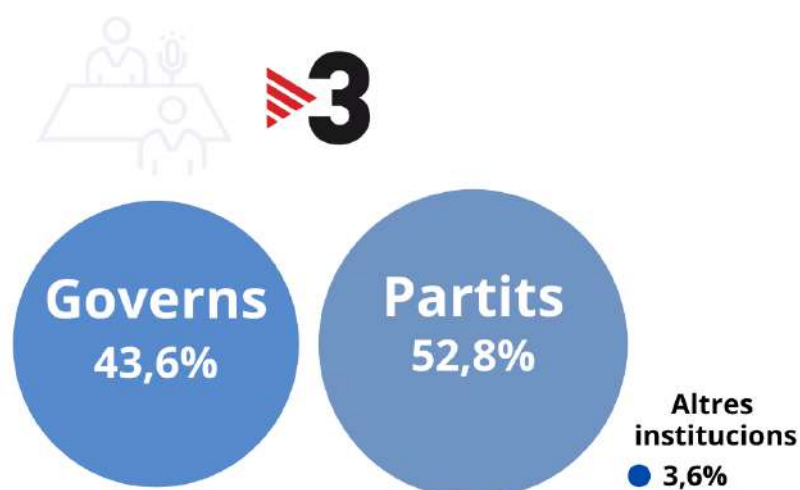
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A diferència de l'any precedent, els partits polítics protagonitzen durant el 2021 la majoria de les entrevistes comptabilitzades a TV3 (52,8%) i al 3/24 (75,3%), principalment per l'atenció mediàtica que reben els comicis al Parlament del 14F, així com les negociacions posteriors per formar un nou Govern.

A Catalunya Ràdio, la proporció d'entrevistes a representants de les forces polítiques (47,3%) també s'incrementa respecte de l'any anterior, però les intervencions governamentals encara superen la meitat de les comptabilitzades, sobretot per les efectuades a membres de l'executiu català.

En els quadres següents s'especifiquen totes les agrupacions polítiques entrevistades a TV3, el 3/24 i Catalunya Ràdio. A més, s'hi ofereix la dada relativa a la distribució d'aquestes intervencions entre els governs, els partits i altres institucions.

Figura 28. TV3. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions . Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

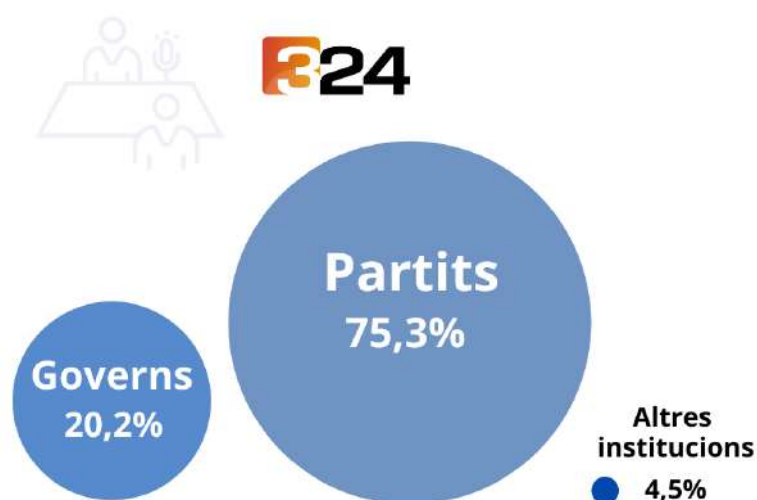
Quadre 6. TV3. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions en magazins i altres espais informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	Govern de Catalunya	157	19,0
	Govern de les administracions locals catalanes	119	14,4
	JUNTSxCAT	97	11,7
	ERC	80	9,7
	CUP	59	7,1
	PSC+PSOE	58	7,0
	CAT EN COMÚ	46	5,6
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	46	5,6
	PPC+PP	25	3,0
	Govern de l'Estat	20	2,4
	Parlament de Catalunya	19	2,3
	C's	18	2,2
	PDECAT	18	2,2
	Govern de les administracions locals no catalanes	13	1,6
	Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	6	0,7
	Más País	5	0,6
	Guanyem Badalona en Comú	4	0,5
	Junta Electoral	4	0,5
	Podemos	4	0,5
	Altres actors polítics sense adscripció	3	0,4
	Altres institucions de la Generalitat	3	0,4
	EH Bildu	3	0,4
	SOBIRANISTES	3	0,4
	Units per avançar	3	0,4
	VOX	3	0,4

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	Altres institucions de l'Estat	2	0,2
	Iniciativa del Poble Valencià	2	0,2
	Corts Generals	1	0,1
	Demòcrates de Catalunya	1	0,1
	Lliga Democràtica	1	0,1
	Més per Menorca	1	0,1
	PNB	1	0,1
	Poble Lliure	1	0,1
	PNC	1	0,1
	Sindicatura de Greuges de Barcelona	1	0,1
	Total	828	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 29. 3/24. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions . Any 2021



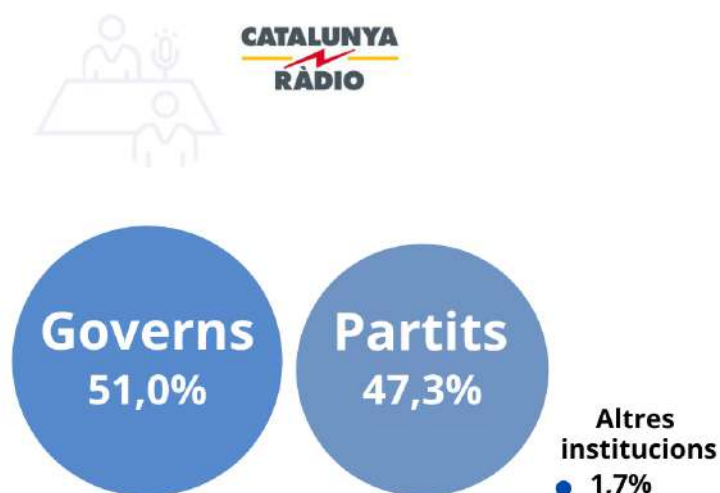
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quadre 7. 3/24. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions en magazins i altres espais informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	JUNTSxCAT	34	19,1
	Govern de Catalunya	31	17,4
	ERC	27	15,2
	PSC+PSOE	20	11,2
	CUP	15	8,4
	CAT EN COMÚ	14	7,9
	C's	8	4,5
	Parlament de Catalunya	5	2,8
	PDECAT	4	2,2
	PPC+PP	4	2,2
	VOX	3	1,7
	Altres institucions de la Generalitat	2	1,1
	Govern de les administracions locals catalanes	2	1,1
	SOBIRANISTES	2	1,1
	Demòcrates de Catalunya	1	0,6
	EH Bildu	1	0,6
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	1	0,6
	Govern de les administracions locals no catalanes	1	0,6
	Govern de l'Estat	1	0,6
	Junta Electoral	1	0,6
	Podemos	1	0,6
	Total	178	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Figura 30. Catalunya Ràdio. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions . Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quadre 8. Catalunya Ràdio. Entrevistes a representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions en magazins i altres espais informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	Govern de Catalunya	141	29,1
	Govern de les administracions locals catalanes	69	14,3
	ERC	57	11,8
	JUNTsxCAT	53	11,0
	CUP	26	5,4
	CAT EN COMÚ	22	4,5
	PSC+PSOE	21	4,3
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	20	4,1
	Govern de l'Estat	15	3,1
	PDECAT	13	2,7
	C's	10	2,1
	PPC+PP	10	2,1
	Podemos	5	1,0
	Parlament de Catalunya	4	0,8
	Altres actors polítics sense adscripció	2	0,4
	Altres institucions de la Generalitat	2	0,4
	Lliga Democràtica	2	0,4
	SOBIRANISTES	2	0,4
	VOX	2	0,4
	Corts Generals	1	0,2
	Demòcrates de Catalunya	1	0,2
	EH Bildu	1	0,2
	Govern de les adm. autonòmiques no catalanes	1	0,2
	Govern de les administracions locals no catalanes	1	0,2
	Junta Electoral	1	0,2
	Teruel Existe	1	0,2
	Units per Avançar	1	0,2
	Total	484	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pel que fa als **debats** amb participació d'actors polítics, TV3 inclou 12 agrupacions diferents en aquests espais, Catalunya Ràdio, 11 i el 3/24, 9.

En els tres mitjans, la presència del conjunt de forces polítiques és majoritària, principalment per la participació en aquest format de membres dels partits amb representació parlamentària que concorren a les eleccions del 14F.

Quant a les agrupacions concretes que sumen més intervencions, TV3 hi situa l'executiu de Catalunya i els governs locals d'arreu de Catalunya (excepte Barcelona), que participen en debats relatius a un ampli ventall de temàtiques, algunes de les quals coincidents, com ara la pandèmia de Covid-19 i el desplegament del Decret d'Energies Renovables a Catalunya.

A Catalunya Ràdio, al seu torn, les dues veus amb més participacions –el conjunt dels governs locals catalans i JUNTSxCAT– intervenen principalment en relació amb les instal·lacions de parcs eòlics al territori català, l'una, i amb les eleccions catalanes, l'altra.

I en el cas del 3/24, totes les intervencions corresponen a forces polítiques i s'efectuen, gairebé sempre, en el marc de debats electorals entre candidats i candidates a les eleccions al Parlament de Catalunya per les quatre circumscripcions catalanes.

Quadre 9. TV3. Debats amb participació de representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions en magazins i altres espais informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	Govern de Catalunya	7	20,0
	Govern de les administracions locals catalanes	6	17,1
	ERC	4	11,4
	CUP	3	8,6
	JUNTSxCAT	3	8,6
	CAT EN COMÚ	2	5,7
	C's	2	5,7
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	2	5,7
	PPC	2	5,7
	PSC	2	5,7
	PDECAT	1	2,9
	VOX	1	2,9
	Total	35	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quadre 10. 3/24. Debats amb participació de representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions en magazins i altres espais informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	ERC	5	13,9
	C's	4	11,1
	PSC	4	11,1
	CAT EN COMÚ	4	11,1
	CUP	4	11,1
	JUNTSxCAT	4	11,1
	PDECAT	4	11,1
	PPC	4	11,1
	VOX	3	8,3
	Total	36	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quadre 11. Catalunya Ràdio. Debats amb participació de representants dels governs, dels partits polítics i d'altres institucions en magazins i altres espais informatius. Any 2021

Canal	Agrupació	Freqüència d'aparicions	% sobre total intervencions
	Govern de les administracions locals catalanes	4	16,0
	JUNTSxCAT	4	16,0
	ERC	3	12,0
	Govern de Catalunya	3	12,0
	CAT EN COMÚ	2	8,0
	C's	2	8,0
	CUP	2	8,0
	Govern de l'Ajuntament de Barcelona	2	8,0
	ARAN AMASSA	1	4,0
	Podem	1	4,0
	PSC	1	4,0
	Total	25	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència de les **entitats vinculades al debat polític** en les **entrevistes** de TV3 i de Catalunya Ràdio continua disminuint, en la línia dels darrers anys, i representa el 2021 el 3,6%-3,7% de les realitzades a actors polítics i membres d'entitats. Al 3/24, amb un nombre absolut d'entrevistes més baix, se'n registra un augment de dos punts percentuals i se situa en el 5,2% del total. Òmnium Cultural i l'ANC són les dues entitats que intervenen més en aquest format als tres mitjans de la CCMA.

Quadre 12. TV3. Entrevistes a representants d'entitats vinculades al debat polític en magazins i altres espais informatius. Any 2021



Agrupació	Nombre	% sobre total agrupacions polítiques i entitats	Nombre	% sobre total agrupacions polítiques i entitats	Nombre	% sobre total agrupacions polítiques i entitats
Òmnium Cultural	14	1,6	4	2,1	8	1,6
ANC	5	0,6	4	2,1	4	0,8
Associació Catalana pels Drets Civils	4	0,5	--	--	2	0,4
Barcelona és imparable	2	0,2	--	--	--	--
Fòrum Cívic i Social pel Debat Constituent	2	0,2	1	0,5	2	0,4
Alerta Solidària	1	0,1	--	--	--	--
Asociación Impulso Ciudadano	1	0,1	--	--	--	--
Consell per la República	1	0,1	1	0,5	--	--
Endavant	1	0,1	--	--	--	--
Ass.de Foment de la Caixa de Solidaritat	--	--	--	--	2	0,4
Federalistes d'Esquerres	--	--	--	--	1	0,2
Total	31	3,6	10	5,2	19	3,7

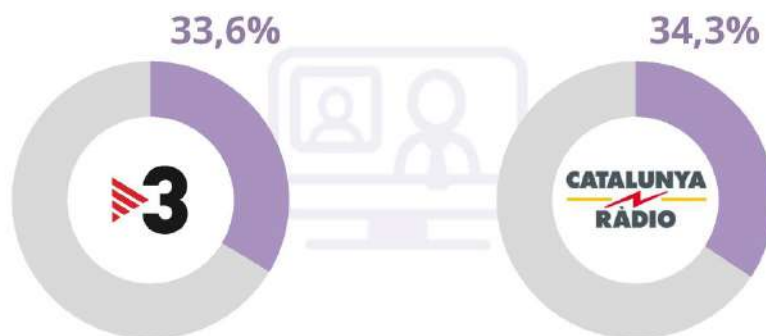
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pel que fa als **debats** en què intervenen aquest tipus d'entitats, només es computa una participació de l'Asociación Impulso Ciudadano a TV3, que suposa el 2,8% de les que registren totes les veus d'agrupacions polítiques i d'entitats.

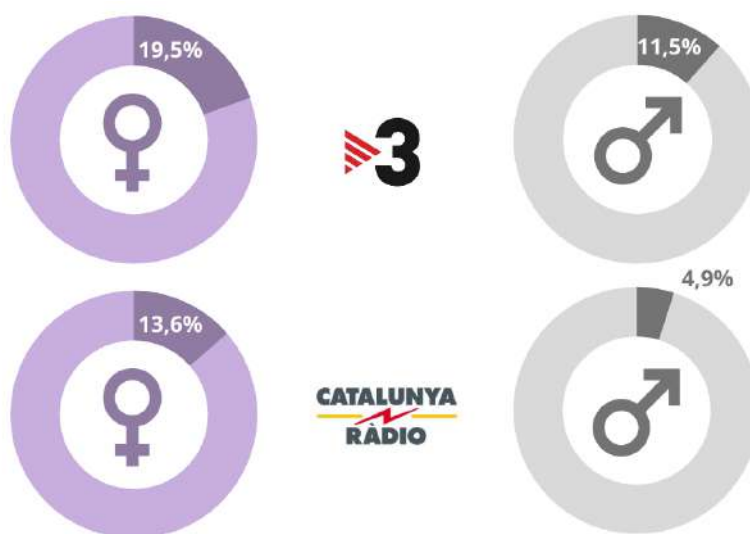
3.4. La igualtat de gènere en la programació

Presència i representació de les dones als informatius diaris

El temps de paraula de les dones en els teleinformatius diaris de la CCMA representa entorn d'un terç del total.



A més, se les mostra representant rols limitats a l'esfera privada de manera més recurrent.



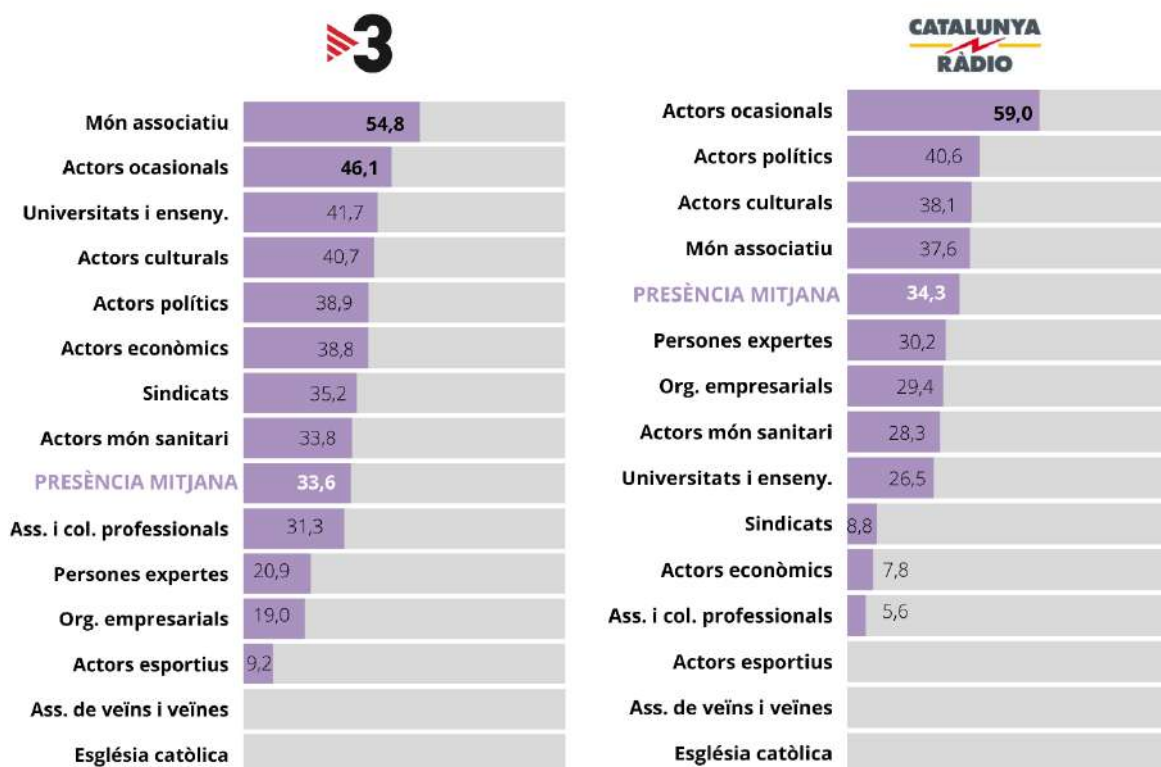
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Dones i homes apareixen majoritàriament en la informació per la seva activitat pública, professional o social. No obstant això, les dones s'associen a rols aliens a l'esfera pública en moltes més ocasions que els homes (el doble a TV3 i gairebé el triple a Catalunya Ràdio), perpetuant així l'estereotip que relega les dones a l'àmbit privat.

Durant el 2021, la bretxa de gènere és visible en gairebé tots els àmbits socials analitzats: únicament a TV3 assoleixen valors propers al 50% entre les persones que representen el món associatiu i entre les que intervenen de manera ocasional en la notícia per aportar el seu testimoni personal sobre un fet concret i, pel que fa a Catalunya Ràdio, la presència de dones és majoritària en aquest rol de l'esfera privada.

En canvi, a tots dos mitjans les dones hi tenen una presència molt inferior a la que obtenen en el conjunt de la informació quan intervenen per raó de la seva expertesa, com a veu d'un col·lectiu professional o del món empresarial i, en el cas de la ràdio, també quan representen sindicats o el teixit econòmic en sentit ampli.

Figura 31. TV3 i Catalunya Ràdio. Proporció de temps de paraula de dones en funció del rol social als informatius diaris. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Del total de dones que apareixen als informatius diaris, 1 de cada 3 a TV3 i prop d'1 de cada 2 a Catalunya Ràdio ho fan desenvolupant un paper públic, com a representants d'institucions o partits polítics.

No obstant això, entre els rols socials, les intervencions com a testimonis personals d'uns fets circumstancials són els més reiterats: amb una freqüència molt més elevada

que els homes i, de manera molt més habitual que en la resta de la informació, s'identifiquen únicament amb el nom i sense cap cognom.

A banda d'aquest rol poc qualificat, les dones únicament hi apareixen representades amb un percentatge superior als homes com a creadores o gestores de cultura o com a veu del teixit associatiu.

I pel que fa món sanitari, un sector professional quantitativament molt feminitzat, es produeix la paradoxa que, justament quan una crisi sanitària se situa a l'epicentre de l'actualitat informativa, les dones apareixen com a sanitàries amb menys freqüència que els homes.

Però el biaix de gènere més acusat es produeix en l'àmbit de l'esport. En el cas de TV3, que inclou la informació esportiva en els telenotícies, el rol no polític principal dels homes és justament l'esportiu, mentre que en el cas de les dones suposa menys del 4%.

Quadre 13. Rols desenvolupats per les dones i homes als teletinformatius diaris de TV3. Any 2021

Canal	Agrupació	% temps paraula Dones	% temps paraula Homes
	Rol social	68,4	70,1
	Actors ocasionals	19,5	11,5
	Actors culturals	14,4	10,6
	Actors econòmics	7,4	5,9
	Actors del món sanitari	6,7	6,6
	Món associatiu	6,2	2,6
	Universitats i ensenyament	3,9	2,8
	Persones expertes	3,6	7,0
	Actors esportius	3,6	18,0
	Organitzacions empresarials	1,4	3,1
	Sindicats	0,8	0,8
	Associacions i col·lectius professionals	0,8	0,9
	Associacions de veïns i veïnes	--	0,3
	Església catòlica	--	0,1
	Rol polític	31,6	29,9
	Total	100	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quadre 14. Rols desenvolupats per les dones i homes als informatius diaris de Catalunya Ràdio. Any 2021

Canal	Agrupació	% temps paraula Dones	% temps paraula Homes
	Rol social	50,3	55,1
	Actors ocasionals	13,6	4,9
	Actors culturals	13,5	11,5
	Món associatiu	6,9	6,0
	Persones expertes	4,8	5,8
	Organitzacions empresarials	4,3	5,4
	Actors del món sanitari	3,7	4,8
	Universitats i ensenyament	1,5	2,2
	Actors econòmics	0,9	5,4
	Sindicats	0,8	4,5
	Associacions i col·lectius professionals	0,3	2,5
	Actors esportius	--	1,4
	Associacions de veïns i veïnes	--	0,4
	Església catòlica	--	0,1
	Rol polític	49,7	44,9
	Total	100	100

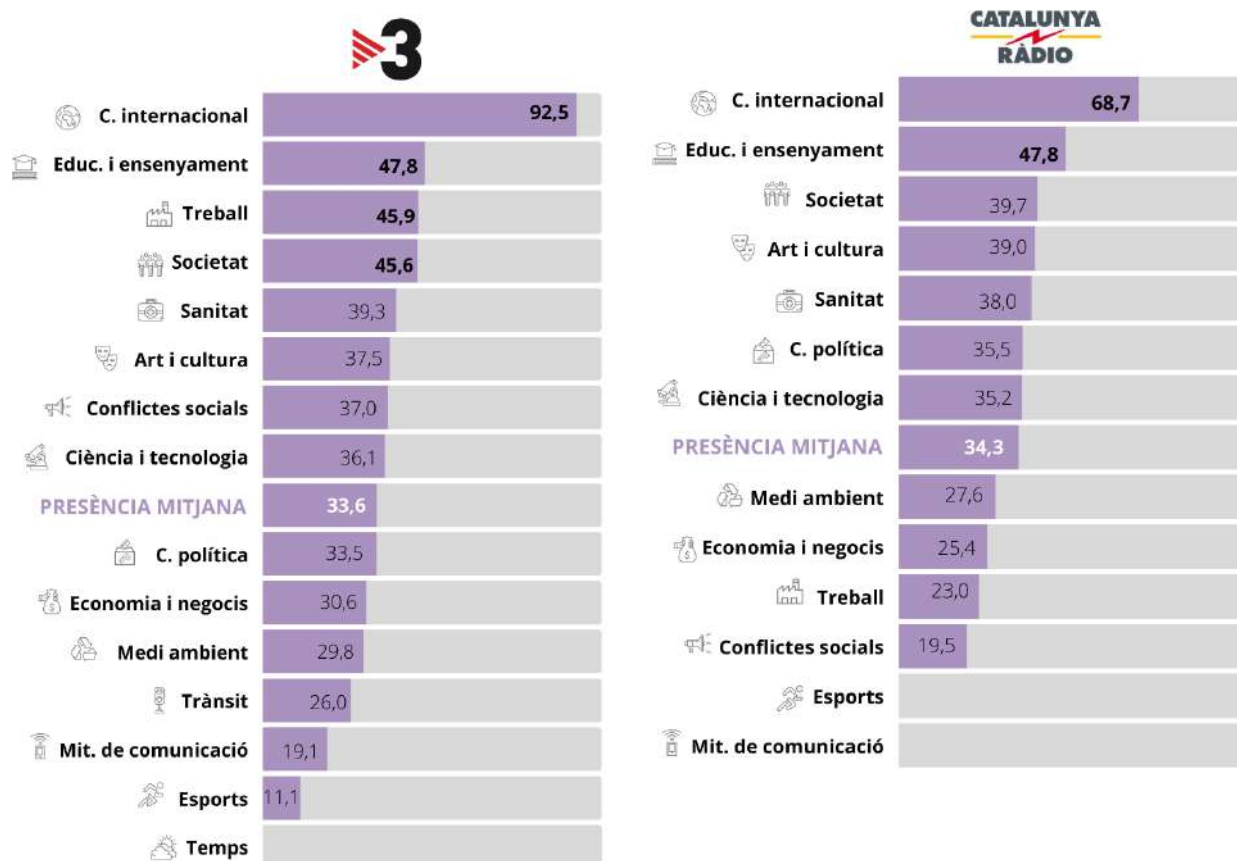
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència de dones també és desequilibrada en la major part d'àrees temàtiques al voltant de les quals s'articulen els informatius diaris de la CCMA.

Les xifres de temps de paraula de dones i homes només són similars en les notícies sobre *educació i ensenyament*, tal com succeïa en períodes anteriors. I tant en les informacions de successos i crònica judicial (*societat*) com en les de temàtica laboral (*treball*) de TV3, la presència de dones també s'atansa a la igualtat, tot i que en una proporció més baixa.

Quant a la informació esportiva, integrada dins dels telenotícies en el cas de TV3, és on es registra la proporció de temps de paraula de dones més desigual.

Figura 32. TV3 i Catalunya Ràdio. Proporció de temps de paraula de dones als informatius diaris en funció de l'àmbit temàtic⁴. Any 2021



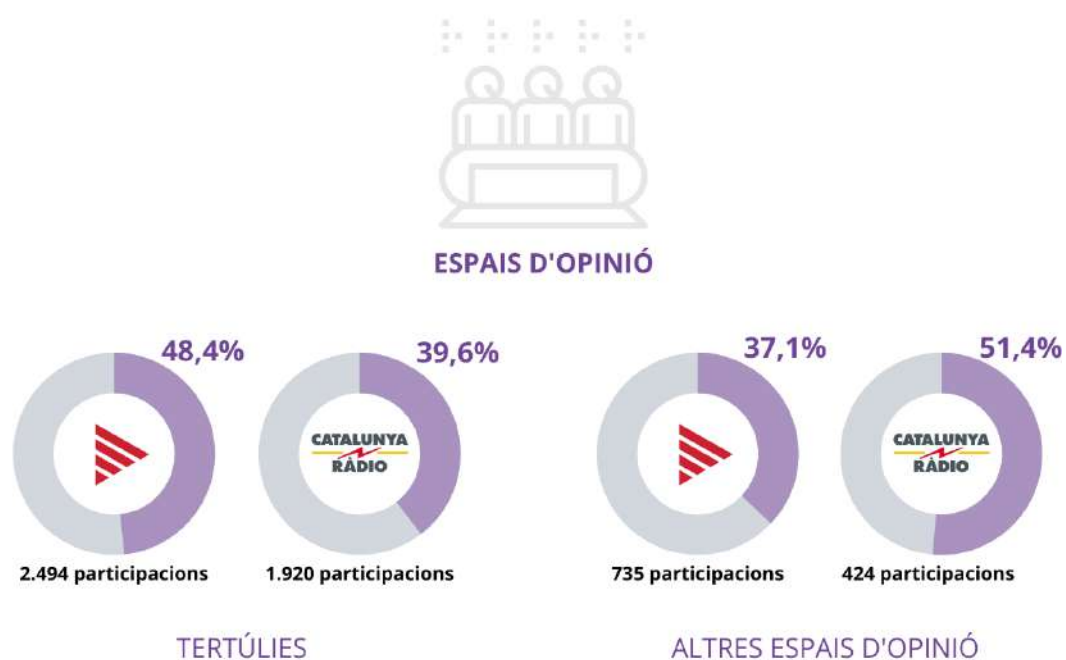
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

⁴ En les notícies de la *crònica internacional* només s'hi comptabilitza el temps de paraula de representants d'organismes de la Unió Europea, el principal dels quals està presidit per una dona.

Presència de les dones en tertúlies i d'altres espais d'opinió sobre l'actualitat política

La proporció de dones que intervenen en **tertúlies**, l'espai de creació d'opinió més habitual en la programació de la CCMA, s'atansa al 50% a TVC (TV3 i 3/24), mentre que a Catalunya Ràdio no arriba al 40%.

Quant a la resta d'espais d'opinió, les dones representen el 37,1% a TVC i el 51,4% en el cas de Catalunya Ràdio.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Presència de les dones amb un rol polític en la informació

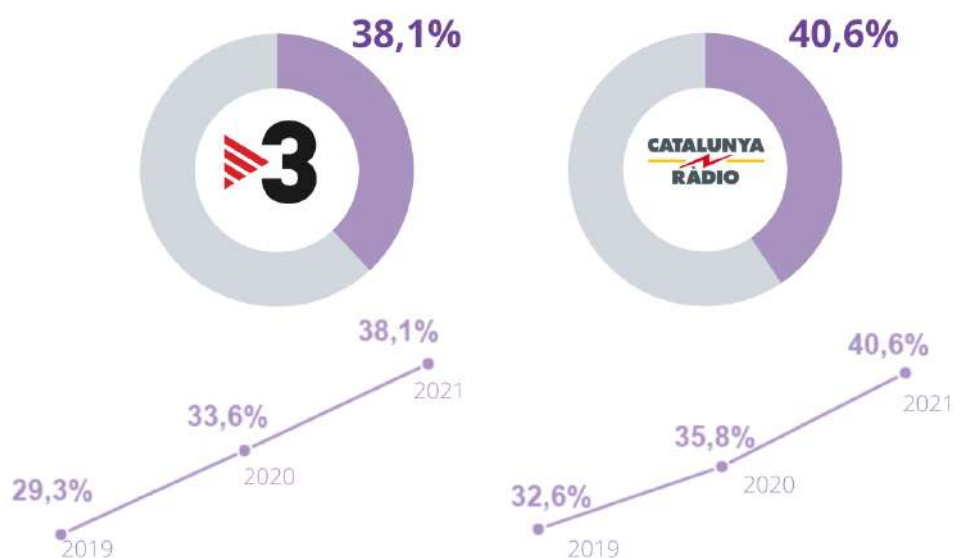
Tot i les desigualtats que encara persisteixen, la presència de dones amb un rol polític creix en tots els formats d'intervenció.

Així, pel que fa als **informatius diaris**, s'observa un increment sostingut de la proporció del temps de paraula de les dones polítiques, tant a TV3 com a Catalunya Ràdio.



Entre els actors polítics, les dones representen al voltant del 40%, una proporció encara lluny de la igualtat

INFORMATIUS DIARIS



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

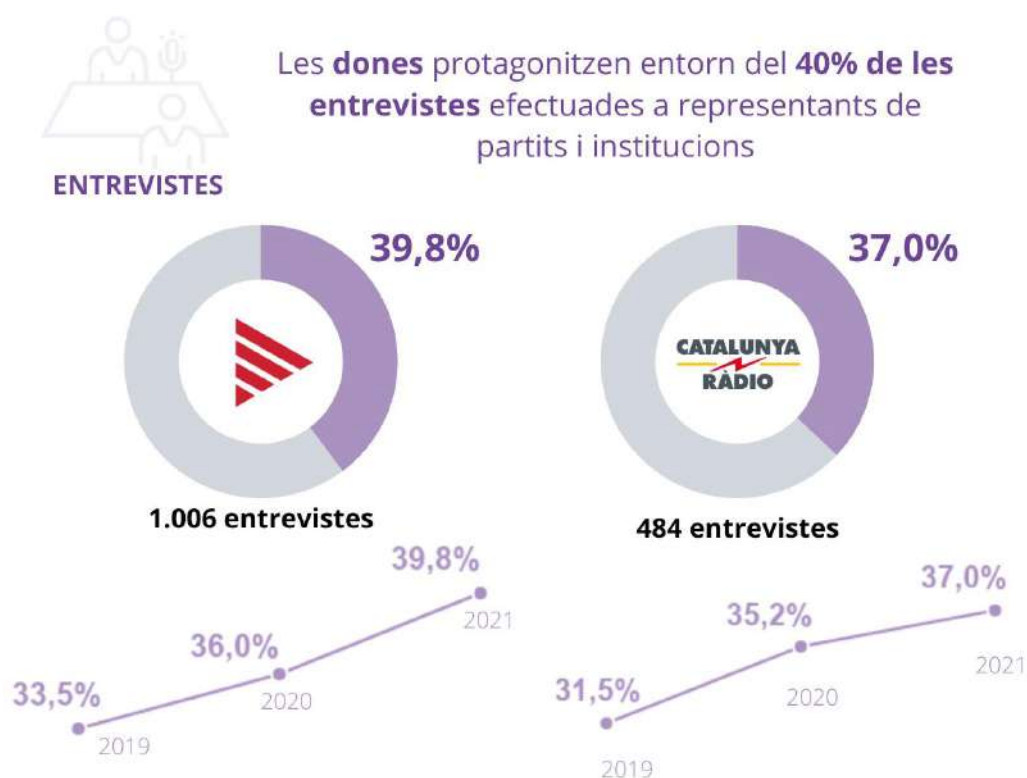
Pel que fa als quatre ítems de l'agenda política que més atenció informativa han rebut durant el 2021, el biaix de gènere també és evident:

Quadre 15. TV3 i Catalunya Ràdio. Percentatge del temps de notícia dels temes principals de l'actualitat política i percentatge del temps de paraula de les dones que hi intervenen. Any 2021⁵

Temes	Temps notícia (%)	Dones (%)	CATALUNYA RÀDIO	
			Temps notícia (%)	Dones (%)
Pandèmia de Covid-19	21,5	31,8	18,9	34,2
Eleccions al Parlament de Catalunya del 14F	12,1	32,6	8,4	42,1
Qüestions derivades del judici de la Causa especial 20907/2017 al Tribunal Suprem	5,0	41,3	3,1	44,3
Estratègies polítiques entorn del model de relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol	2,8	39,2	2,4	41,4

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A les **entrevistes** també es constata un augment progressiu de la presència relativa de dones, tot i que en magnituds lleument inferiors que en els informatius diaris.



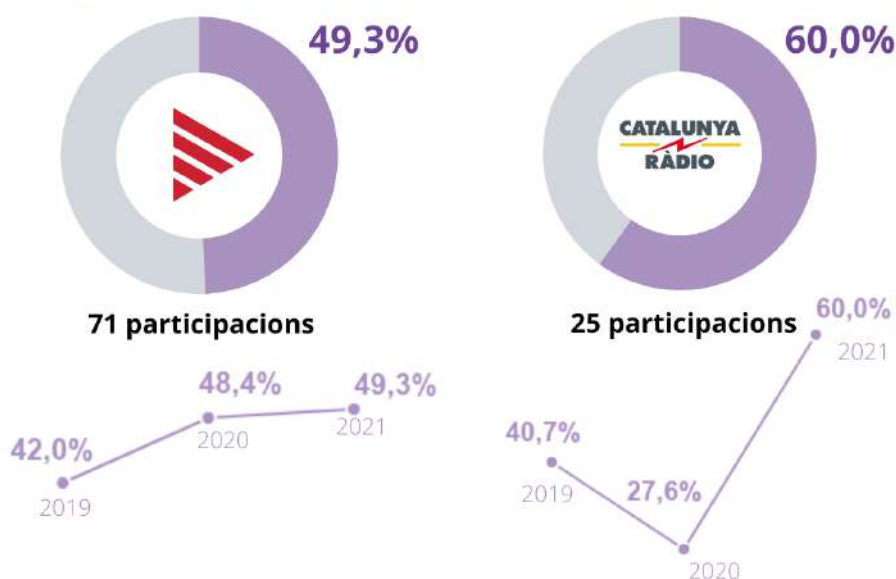
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

⁵ Temes que comptabilitzen més del 2% dels temps de notícia en tots dos canals.

L'evolució del percentatge de dones que participen en **debats** és positiva en termes generals: a les televisions de la CCMA se n'aprecia un creixement gradual i a Catalunya Ràdio, amb un nombre absolut de participacions més baix, els resultats fluctuen d'un any a l'altre.



El **debat** és el format d'intervenció de representants polítics on la **proporció de dones és més elevada**, tot i que sobre nombres absoluts més reduïts



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La visió de les dones i la perspectiva de gènere en els continguts de la programació

Les emissions de televisió i de ràdio de la CCMA incorporen de manera transversal a la programació continguts que inclouen la *perspectiva de gènere* i que visibilitzen les aportacions de les dones en la societat.

Els mitjans de la CCMA emeten una programació especial amb motiu de la celebració del *Dia Internacional de les Dones* que s'aglutina sota el nom de **Setmana de les Dones** (del 8 al 14 de març, tot i que els dos dies previs ja s'emeten continguts relacionats).

Figura 33. TV3, Super3/33, Esport3 i 3/24. Continguts destacats de la Setmana de les Dones (8 al 14 de març i dies previs). Any 2021

Magazins

Els matins

- Tertúlia sobre el 8M amb persones joves
- Violència estructural contra les dones

Planta baixa

- Bretxa de gènere a la política; concepte de *purplewashing*; representació de les dones que tenen visibilitat

Tot es mou

- Entrevistes: dones amb rellevància social; dones sanitàries en primera línia de la pandèmia
- Formació per a professionals sanitaris per tractar la violència masclista

Més 324

- Concentracions i actes amb motiu del 8M
- Entrevistes: presidenta Cambra de Comerç de Barcelona; escriptores que presenten novetats literàries

Preguntes freqüents

- Entrevista: ministra d'Igualtat

...

Esports

Actius

- Capítols dedicats a dones grans que continuen practicant disciplines com la natació, l'atletisme o el tir.

Campiones

- Capítols dedicats a dones que es dediquen a l'halterofília, el tenis taula o la natació artística

Documental

- *Dones escaladores 8M*

...

Teleinformatius

- Continguts especials amb motiu de la *Setmana de les Dones*

Documentals

Sense ficció

- *La Gemma té un pla*
- *Comandant Arian*

El documental

- *Singled [Out]*
- *Les resilientes*

60 minuts

- *Reunits*
- *A la recerca de les dones xefs*

Altres documentals

- *Dones a l'espai*
- *Lesbofòbia*

...

Ficció

Pel·lícules

- *Frederica Montseny, la dona que parla*
- *La dona del segle*
- *La llum d'Elna*
- *La Xirgu*

Sèries

- *X, la sèrie*

...

Programació infantil

Info K

- Especial Dia de les Dones

Una mà de contes

- *Juliana Morell, bruixa o fada?*
- *L'estel de la Martha Coston*

...



Entreteniment

Al cotxe!

- Entrevistes: dones amb rellevància social (pianista, científica i esportista)

...

Altres continguts

Quan arribin els marciàns

- Escriptores que escriuen sobre la desigualtat de gènere; cançons que apelen a la *sororitat*

Tot el temps del món

- Entrevista a Maria Barbal, Premi d'Honor de les Lletres Catalanes

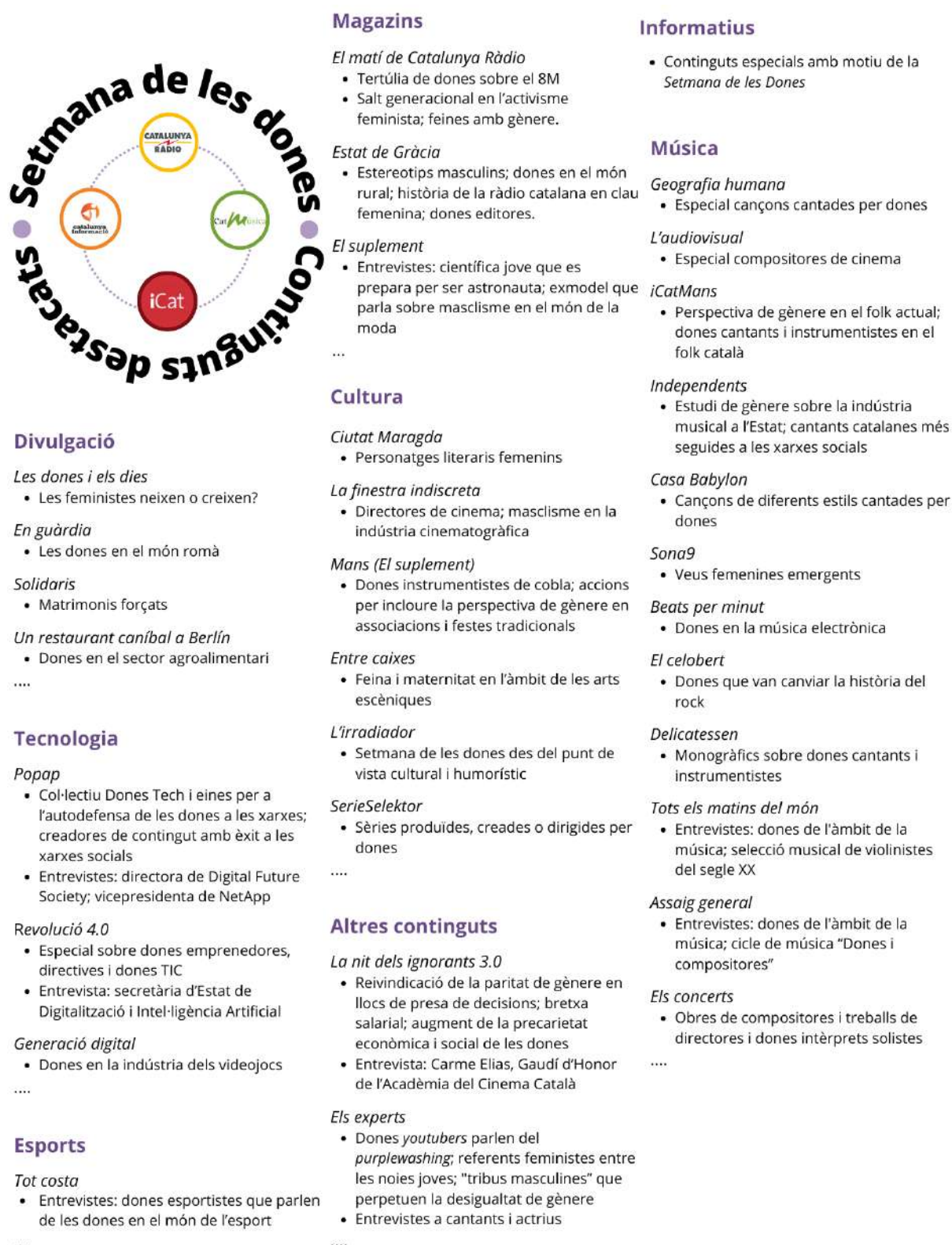
Signes dels temps

- Entitats que atenen el sensellarisme femení amb perspectiva de gènere

...

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

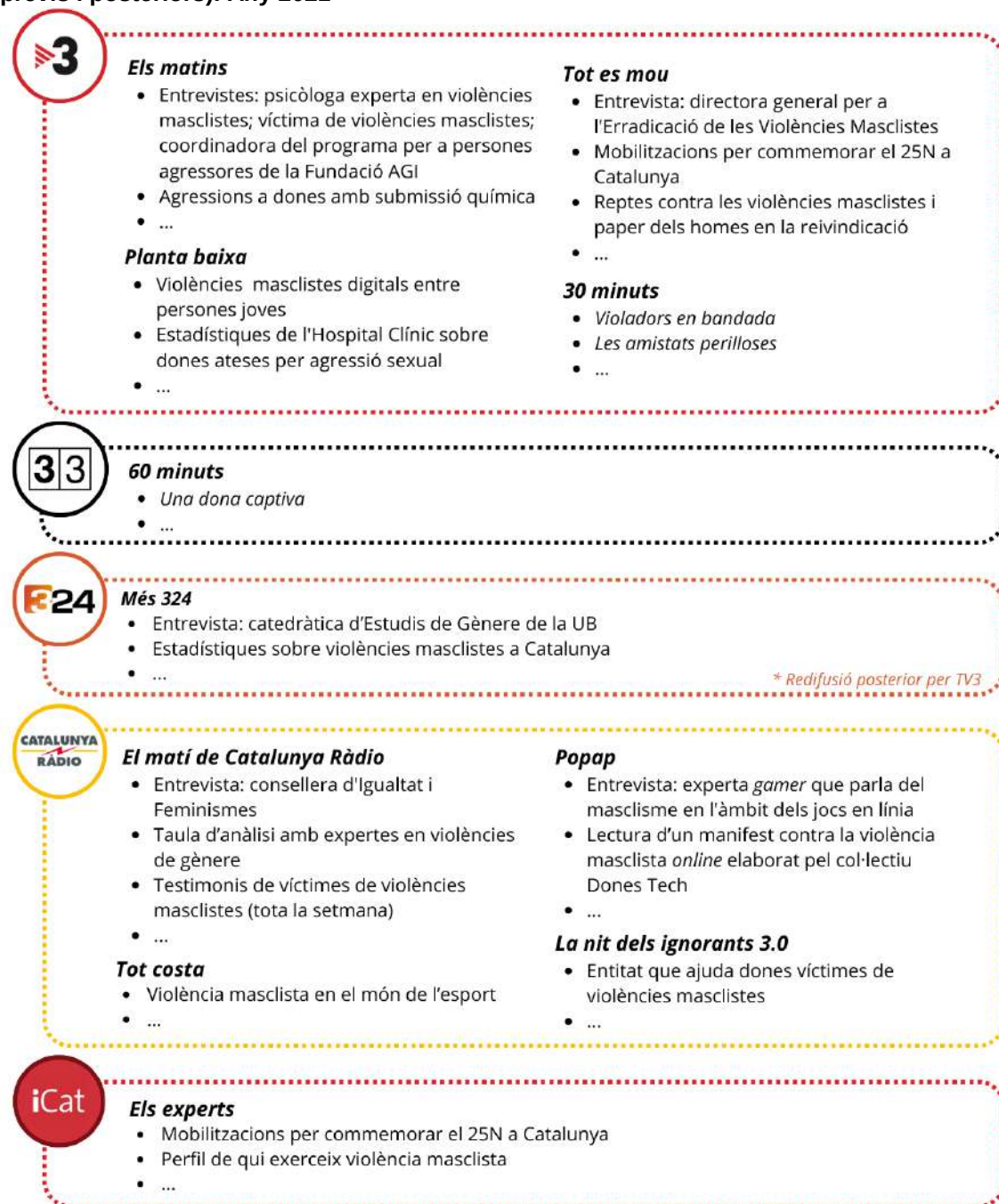
Figura 34. Catalunya Ràdio, iCat, Catalunya Música i Catalunya Informació. Continguts destacats de la Setmana de les Dones (8 al 14 de març i dies previs). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En els mitjans de la CCMA, la qüestió de les **violències masclistes** és objecte d'anàlisi i reflexió específica entorn de la celebració del Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones, el 25 de novembre.

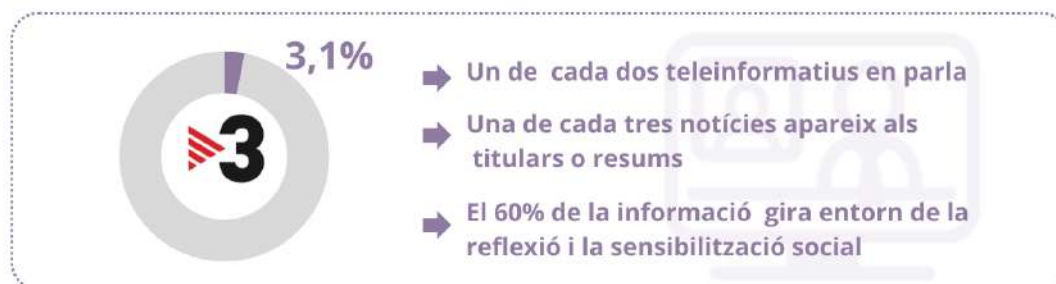
Figura 35. Televisions i ràdios de la CCMA. Exemples de continguts entorn del Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones (25 de novembre i dies previs i posteriors). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Més enllà de la data commemorativa, la problemàtica de les violències masclistes té presència en alguns informatius diaris. En concret, les notícies de TV3 que es refereixen a les violències masclistes suposen el 3,1% del temps total registrat entre octubre i desembre del 2021,⁶ una xifra similar a la registrada en el mateix període de l'any 2018, però que s'ha multiplicat per 4, en termes relatius, des del 2010.

Figura 36. TV3. Percentatge de temps de notícia i atenció informativa sobre violències masclistes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'abordatge informatiu de les violències masclistes en els informatius de TV3 va prioritzar les veus expertes i les veus de les dones. Així, el 84% del temps de paraula correspon a dones, especialment la d'aquelles que contribueixen a una millor comprensió de les violències masclistes: expertes en la matèria, dones que poden ser vistes com a referents i víctimes, en un sentit ampli, que aporten el seu testimoni. Particularment, la inclusió de dones que es poden percebre com a referents contribueix a modificar l'imaginari social i permet avançar cap a l'erradicació de la desigualtat estructural entre dones i homes.

Figura 37. TV3. Percentatge de temps de paraula de les fonts d'informació en notícies sobre violències masclistes. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

⁶ Dades estretes de l'informe del CAC 21/2022, *El tractament de les informacions sobre violències masclistes en els teletinformatius. Octubre-desembre del 2021*.

Quant al relat informatiu, tret d'un ús ocasional de recursos espectacularitzadors (en el 12,5% de les notícies), TV3 no fa servir cap discurs que banalitzi, justifiqui o culpabilitzi les víctimes i es caracteritza per incloure, de manera habitual, elements que contribueixen a la sensibilització i a una visió més completa del fenomen. Així, el 63,5% de les notícies que aborden les violències masclistes són, per exemple, peces d'anàlisi o de reflexió, o inclouen la difusió de dades estadístiques o la divulgació de recursos a disposició de les víctimes.

A banda, les violències masclistes també tenen presència en altres espais de tipologia diversa (per exemple, *Els matins*, *Planta baixa* o *Tot es mou* a TV3; *El matí de Catalunya Ràdio* o *La nit dels ignorants 3.0* a Catalunya Ràdio). Entre les temàtiques tractades, en destaquen la bretxa laboral i de pensions (*Els matins*, TV3); els micromasclismes (*Els experts*, iCat); l'edatisme (*La nit dels ignorants 3.0*, Catalunya Ràdio), la pressió estètica i la sexualització dels cossos de les dones (*Planta baixa*, TV3), etc. En el marc de la promoció de la igualtat de gènere s'emeten altres continguts, com ara la concepció de l'espai públic amb òptica feminista (*Estat de Gràcia*, Catalunya Ràdio); els usos no sexistes de la llengua (*Adolescents XL*, Catalunya Ràdio), i l'educació en clau feminista (*L'ofici d'educar*, Catalunya Ràdio).

El tema del **biaix de gènere en la salut** també apareix en l'oferta programàtica de les televisions i ràdios de la Corporació. En un any encara marcat per la pandèmia de la Covid-19, el divulgatiu *Les dones i els dies* de Catalunya Ràdio dedica una edició al biaix de gènere en la recerca científica. Els informatius i els magazins de TV3 i Catalunya Ràdio ofereixen continguts sobre efectes de la vacuna que només pateixen les dones. A banda de la pandèmia, els magazins tracten l'afectació en les dones de malalties com el càncer de mama, l'endometriosis i l'osteoporosi, entre d'altres.

La **maternitat** s'aborda des de diferents perspectives en la programació dels mitjans de la CCMA. Per exemple, s'emeten continguts entorn de la demanda d'ampliació del permís de maternitat per afavorir la lactància i d'un eventual permís per a les dones que han patit una pèrdua perinatal (*Planta baixa*, TV3). De forma monogràfica, els programes *Tabús* (TV3) i *Les dones i els dies* (Catalunya Ràdio) dediquen edicions a les dones que no poden ser mares i a les dones que opten voluntàriament per la maternitat en solitari, respectivament.

En relació amb les **estrenes de programació que incorporen la perspectiva de gènere** de manera específica, s'inclou la secció "Per ser dones" (*Tot es mou*, TV3); la

secció “Com les d’abans” (*El matí de Catalunya Ràdio*, Catalunya Ràdio); una secció sobre estereotips de gènere (*Estat de Gràcia*, Catalunya Ràdio), o la sèrie X (33).

La programació dels mitjans de la Corporació posa en relleu les **aportacions de les dones** en diferents àmbits de l’esfera pública. Per exemple, se’n promou la visibilització en la ciència, l’empresa, la política o l’esport.

Així, es dona repercussió a la campanya viral #NoMoreMatildas per donar visibilitat a les dones científiques (*Estat de Gràcia*, Catalunya Ràdio), s’aborda de manera específica el lideratge femení en l’empresa (*L’ofici de viure*, Catalunya Radio); es tracta la presència de les dones al Parlament de Catalunya (*Tot es mou*, TV3); es mostren referents de dones esportistes al públic infantil (*InfoK*, Super3), o bé es posa en valor les dones pageses (*El matí de Catalunya Ràdio*, Catalunya Radio) o les creadores de videojocs (*Les dones i els dies*, Catalunya Ràdio).

En l’àmbit cultural, les aportacions de les dones es troben de manera transversal en la programació i es presta una especial atenció a la infrarepresentació que pateixen en les diverses disciplines. També es commemora l’aniversari del naixement de figures de la literatura catalana com Felícia Fuster i Montserrat Roig.

3.5. Premis, reconeixements i guardons

Produccions audiovisuals de la CCMA han estat reconegudes, per part d'associacions, col·lectius professionals o en certàmens, per la difusió de continguts que promouen el respecte a la diversitat, la divulgació dels valors democràtics i els drets de la ciutadania, la promoció de la igualtat entre dones i homes o la transmissió d'una informació veraç.

Figura 38. CCMA. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor democràtic. Any 2021



Institut de Drets Humans de Catalunya

Menció especial Mitjans de Comunicació per a Joan Roura, redactor d'Internacional dels Serveis Informatius de TV3, per "les seves cròniques, imprescindibles per conèixer i entendre en clau de drets humans la realitat de l'Orient Mitjà".

Documentals **El retorn, la vida després de l'ISIS** i **La batalla per les xarxes** "per la capacitat de divulgar els drets civils i polítics de forma pedagògica i, alhora, reflexiva, actual i innovadora, oferint punts de vista inèdits".



Premis Laya
Cinematografia de drets civils i polítics



Premi per a la Diversitat en l'Audiovisual

Programa **Tabús** per "fer visibles els tòpics i posar de manifest que l'humor és una bona eina per remoure consciències i combatre el discurs de l'odi".

Premi a les **Bones Pràctiques per una Comunicació No Sexista** a la periodista **Montse Virgili** i el seu programa **Les dones i els dies**, i al reportatge de **Laia Mestre** **Som diferents? El biaix de gènere assistencial entre homes i dones**.



adpc
associació de dones periodistes
Premis Comunicació No Sexista



PZ
PREMIOS ZAPPING

Premi Especial a TV3 "per ser altaveu de la integració i la diversitat cultural a través dels programes **Bàlsam** i **Per què volen el avions?** [...] en els quals destaquen la qualitat, els continguts plurals i el to vitalista".

Programa **Planta Baixa** "per la seva tasca informativa i especialment per la labor d'acompanyament a la ciutadania durant el confinament i suport a la salut mental".



fundeficsa
FUNDACIÓN FUNDEFICSA



Premis civisme 2021

Documental **La Gemma té un pla** i programa **Solidaris** pel tractament "dels valors al voltant de civisme" i l'impacte social aconseguit.

El **Premi Ramon Barnils de Periodisme d'Investigació** guardona el documental **Kilowatts d'aigua. El negoci del segle**.



PREMI RAMON BARNILS

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

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

4.1. La representació de les noves cultures presents a Catalunya

La CCMA aborda la diversitat de la societat catalana tant a través d'espais d'emissió regular que tracten específicament aquests àmbits com amb continguts puntuals.

Pel que fa a la **diversitat cultural**, durant el 2021 la CCMA no estrena cap programa que s'hi dediqui de manera específica. Els canals de ràdio i televisió ofereixen noves edicions i redifusions d'espais que s'aproximen a les diferents comunitats culturals presents en el territori català.

Quant al mitjà televisiu, el 33 reemet l'espai *Karakia*, on persones de procedència diversa arrelades a Catalunya elaboren una recepta tradicional del seu país d'origen, mentre en recorden les tradicions i la cultura. El canal també difon la sèrie documental *La meva terra*, que mostra en cada edició un indret d'arreu del món a través de la mirada dels seus infants amb l'objectiu de reflectir la diversitat del planeta.

Pel que fa a les emissores de ràdio, iCat ofereix l'espai *iCatMans*, dedicat a l'actualitat de la música d'arrel d'origen divers a Catalunya i Catalunya Ràdio n'ofereix una versió reduïda amb cançons de músiques del món i d'arrel. Així mateix, Catalunya Música emet l'espai musical *Les cordes de l'ukelele*, que repassa l'actualitat de les músiques d'arreu del món i dels seus artistes més representatius, i, com cada any, es fa ressò del Dia Mundial de la Diversitat Cultural per al Diàleg i el Desenvolupament amb l'emissió del concert commemoratiu *Els camins de l'exili i l'esperança*.

Altres elements que també poden contribuir a reflectir la diversitat cultural de la societat catalana són la intervenció de persones immigrades en teleinformatius o la participació en altres espais (magazins, programes d'entreteniment, espais divulgatius, etc.). En aquest sentit, les persones immigrades suposen el 4,5% del temps de paraula en teleinformatius de TV3, gairebé la meitat de les quals són esportistes de la UE (vegeu l'apartat *La diversitat social de Catalunya en la informació*). Quant a la resta de la programació, la figura següent mostra alguns exemples d'atenció a la diversitat.

Figura 39. CCMA. Exemples d'edicions de programes amb elements de diversitat cultural.
Any 2021

	30 minuts Emet el reportatge <i>Vides deportades</i> on es mostren les conseqüències psicològiques, socials i econòmiques dels retorns forçosos, en aquest cas des de Catalunya cap al Senegal.
	Planta baixa Amb motiu de l'arribada massiva de migrants des del Marroc el magazín realitza gran part dels continguts d'una edició des de Ceuta, que inclou entrevistes a la directora de Polítiques Migratòries i Diversitat a Instrategies i a una activista de l'ONG No Name Kitchen.
	...
33	Latituds Espai que visibilitza les accions que lluiten contra la pobresa, les guerres i la sostenibilitat. Difón, entre d'altres, el documental <i>Descendents. I tu, d'on ets?</i> on es recull la veu de fills i filles de persones d'origen divers que reflexionen sobre la identitat i sobre el racisme i la discriminació que pateixen.
	L'altra cara Programa que indaga en temes socials d'interès per a la joventut a través d'entrevistes a creadors de continguts digitals. A l'edició <i>La immigració</i> es conversa amb una influenciadora d'origen marroquí que crea continguts humorístics sobre el món europeu i musulmà.
	Tot el temps del món Programa sobre literatura que entrevista una escriptora catalana d'origen marroquí sobre la seva darrera novel·la protagonitzada per una jove musulmana que vol fugir del masclisme de la societat on viu, un fet que és interpretat com una traïció a la seva identitat cultural.
	Els documentals del 33 Espai que emet, entre d'altres, el documental <i>Estimada Waheeda</i>, que fa un retrat de dues dones afganeses, una viu en un camp de refugiats al Pakistan, i l'altra fa anys que viu a Catalunya.
	Signes dels temps El programa entrevista la directora de l'escola Vedruna Àngels del barri del Raval de Barcelona, on parla de la realitat del centre, que acull alumnes de vint nacionalitats diferents.
	...



Infok

Teleinformatiu destinat a una audiència infantil. Inclou, per exemple, el reportatge **L'Enora i l'Àfrica ens expliquen els seus cabells afro**, que tracta les dificultats d'adaptació al grup classe de dues nenes d'origen africà.

A més, amb motiu del Dia Internacional contra el Racisme emet una peça que recull videoclip d'infants i joves dels esplais Fundesplai on descriuen com afecta les seves famílies el fet d'haver vingut d'un altre lloc.

...



La frontal

Programa sobre actualitat de futbol i futbol sala català on es dona veu als clubs d'arreu del territori. Emet un reportatge sobre el club UD San Mauro de Santa Margarida de Montbui, referent de multiculturalitat com a integrador de totes les nacionalitats que conviuen al barri de Sant Maure de la població.

...



Popap

Programa sobre el món digital que entrevista una rapera i influenciadora catalana d'origen marroquí sobre el seu activisme feminista i antiracista.

En una altra edició tracta l'escletxa digital de les persones migrades mitjançant l'entrevista al president i el coordinador d'ACSAR, una fundació que té com a objectiu l'estudi de les migracions, la mobilitat humana i la diversitat cultural.

El matí de Catalunya Ràdio

Inclou la secció setmanal **Els altres alliberaments**, on el filòsof Jordi Graupera descriu les diferents nacionalitats que conviuen a Catalunya i els seus referents polítics.

En altres edicions inclou, entre d'altres, entrevistes a:

-El fundador de l'ONG Nasco Feeding Minds, amb motiu de la publicació del seu llibre on explica la seva immersió en la societat catalana i el xoc cultural amb el seu país d'origen, Ghana.

-A un restaurador, una advocada i una traductora d'origen xinès on mostren la riquesa i diversitat de la comunitat xinesa a Catalunya i tracten la convivència entre les dues cultures i els estigmes contra la població asiàtica.

...



Els experts

Magazín matinal que entrevista una rapera i influenciadora catalana d'origen marroquí per parlar sobre l'ús del vel islàmic.

...

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quant a la **diversitat religiosa**, continuen en antena espais de periodicitat diversa dedicats a la comunitat catòlica i protestant, que inclouen tant continguts ecumènics com d'altres confessions religioses.

Figura 40. CCMA. Relació de programes confessionals i retransmissions de cerimònies religioses. Any 2021

		Programa televisiu de l'Església catòlica. Periodicitat: Setmanal
		Programa televisiu de la comunitat protestant. Periodicitat: Quinzenal
		Retransmissió de la Missa Conventual de Montserrat. Periodicitat: Mensual
		Programa radiofònic de l'Església catòlica. Periodicitat: Setmanal
		Retransmissió de la Missa Conventual de Montserrat. Periodicitat: Setmanal

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El 33 també retransmet, anualment, *La Missa del Gall* la nit del 24 de desembre, celebració de la litúrgia catòlica.

A més, altres programes, en edicions puntuals, inclouen reportatges i informacions sobre l'actualitat del calendari litúrgic d'algunes confessions, l'anàlisi de la religiositat a Catalunya o la diversitat i la convivència entre les diferents creences presents al territori català.

Figura 41. CCMA. Exemples d'edicions de programes amb elements de diversitat religiosa. Any 2021



El suplement

El magazín radiofònic de cap de setmana emet el reportatge *Si Déu vol* on s'entrevista 4 persones que practiquen confessions religioses diferents (catolicisme, islam, judaisme i budisme).

La nit dels ignorants 3.0

La peça *Com es presenta el Ramadà 2021?* es fa ressó de l'inici del Ramadà, els efectes de la Covid-19 i l'aforament de les mesquites al 30%.

...



InfoK

El teleinformatiu infantil emet el reportatge *Parlem de religions* sobre les diferents doctrines religioses a Catalunya en la Setmana Mundial de l'Harmonia Interconfessional entre les religions, confessions i creences.

...



Filling the sink

Pòdcast en llengua anglesa que vol explicar la realitat catalana a les persones estrangeres que, en l'edició *How religious is Catalonia today?*, tracta l'estat del catolicisme i la secularització de la societat catalana.

...

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

4.2. Atenció i protecció de les persones menors d'edat en la programació

Continguts adreçats a persones menors d'edat

Durant l'any 2021 la CCMA ofereix continguts adreçats específicament a les persones menors d'edat a través, principalment, del canal infantil **Super3**, que celebra el 30è aniversari, així com de diversos programes emesos a **Catalunya Ràdio** i a **iCat**.

El **Super3** emet diàriament de 6 h a 22 h i inclou continguts per a dues franges d'edat diferents: el públic preescolar (de 2 a 5 anys), que es vehicula principalment al voltant del personatge Mic, i l'infantil i adolescent (de 6 a 14 anys). Quant a les audiències obtingudes, la quota de pantalla mitjana del canal infantil ha anat minvant de manera progressiva durant els darrers anys i el 2021 és del 0,4%.

La programació oferta pel Super3 és de gèneres diversos, tot i que la **ficció** és molt majoritària i està configurada principalment per sèries d'animació i, tot i que menys, per llargmetratges i sèries amb actors i actrius. Entre les produccions pròpies s'estrena la col·lecció d'endevinalles *Endevina, endevineta* i nous episodis d'*Una mà de contes*, que com a novetat es troben disponibles en format àudio en diverses plataformes de distribució de pòdcasts com Spotify, iTunes o iVoox i en l'assistent de veu Alexa d'Amazon.

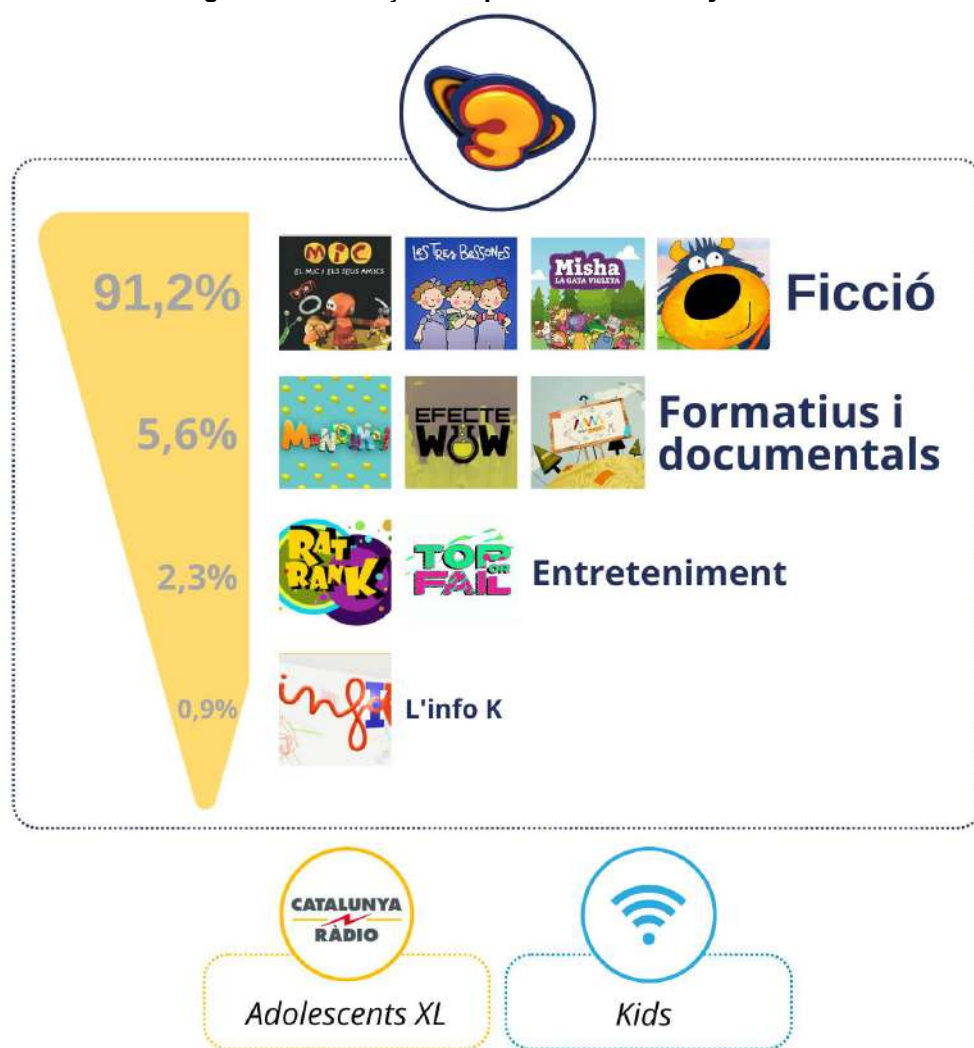
Pel que fa a la resta de l'oferta de programes, el Super3 inclou diversos programes divulgatius o educatius (**formatius**) dedicats a la ciència on destaca l'estrena del *digital first* de producció pròpia *Efecte Wow*. També s'estrena la sèrie documental sobre natura *Bestial!*, es renova l'espai per a l'aprenentatge de la llengua anglesa *Wow! English Method* i s'emeten noves temporades de la producció pròpia *Manduka*.

Els continguts **d'entreteniment** es vehiculen principalment amb espais de producció pròpia, com el nou concurs sobre matemàtiques "*3, 2, 1... Splash!*" (disponible també en format videojoc); l'estrena de l'espai *Top or Fail*, on un influenciador adolescent se sotmet a reptes d'habilitat i resistència física, i el musical *Rat Rank*, que arriba a la cinquena temporada.

Quant a l'àmbit radiofònic, **Catalunya Ràdio** emet, de dilluns a divendres, el programa *Adolescents XL*, que inclou un repàs a l'actualitat des d'una perspectiva juvenil.

En l'**entorn digital**, l'emissora ofereix l'espai de vídeo *Kids*, que fa un recull dels millors continguts en català a les xarxes i inclou entrevistes als seus creadors i creadores.

Figura 42. CCMA. Programació adreçada al públic infantil. Any 2021.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Més enllà dels espais específics adreçats a un públic menor d'edat, altres programes de la CCMA adreçats al conjunt de l'audiència tracten temàtiques referides a aquest col·lectiu. A Catalunya Ràdio, és el cas dels espais setmanals *Kids XS*, destinat a les famílies amb infants de 0 a 10 anys (que també s'emet a iCat) i de *L'ofici d'educar* dins d'*El suplement*, amb informació referida a la criança dels fills i filles.

L'oferta del Super3 va més enllà del canal TDT i inclou un lloc web propi, amb la majoria dels continguts disponibles a la carta i l'accés a concursos, música, jocs i activitats. També ofereix dues aplicacions per a dispositius mòbils (Super3 i la del carnet del Super3), una altra per a televisions connectades i disposa de perfils a les principals xarxes socials com YouTube, Instagram o Facebook.

Quant a la programació adreçada **a les persones adolescents** (i joves), es concentra en l'espai digital i l'àmbit radiofònic i, tot i que menys, als mitjans televisius lineals.

En l'àmbit digital el 2021 s'estrenen el programa d'entrevistes a joves influenciadors *L'altra cara* i l'espai divulgatiu sobre sexualitat *El Punt D*, tots dos difosos originàriament al web corporatiu i, amb posterioritat, emesos al 33 i a TV3, respectivament. A més, també s'estrena el pòdcast *Passar notes*, dedicat a joves creadors de l'àmbit de les arts escèniques.

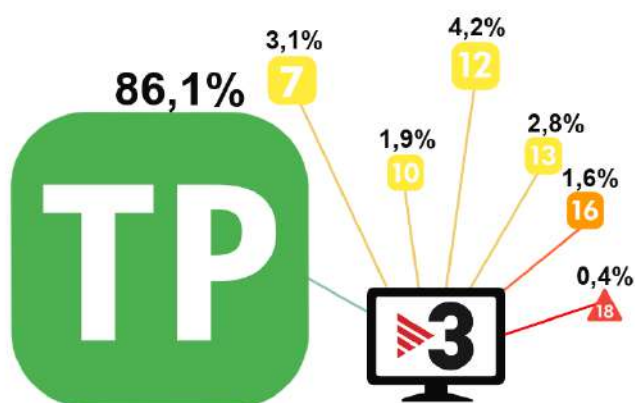
En l'àmbit radiofònic, iCat és l'emissora amb una oferta més orientada al públic jove. Així, emet el magazín despertador diari *Els experts*, que inclou continguts dedicats a les noves generacions i als temes que els preocupen (el 2021 amplia el seu horari d'emissió en dues hores) i el divulgatiu *Generació digital*, que recull continguts d'oci i cultura digital adreçats al col·lectiu jove, especialment videojocs, consoles i eSports. Catalunya Ràdio, per la seva banda, emet diàriament a la franja nocturna l'espai *Adolescents XL*, que repassa l'actualitat des d'una perspectiva juvenil.

Protecció de les persones menors d'edat en els continguts lineals i digitals del prestador

La qualificació de la programació és una de les eines d'informació a l'audiència que contribueixen a garantir la protecció de les persones menors d'edat davant els continguts audiovisuals.

Així, durant el 2021 la gran majoria de programes emesos a **TV3** estan senyalitzats *per a tothom* (86,1%) i els espais amb una qualificació més restrictiva hi tenen una presència minoritària. Concretament, les tres categories més restrictives (*no recomanat per a menors de 13, de 16 i de 18 anys*) representen un 4,8% i es concentren en documentals, ficció i programes d'humor.

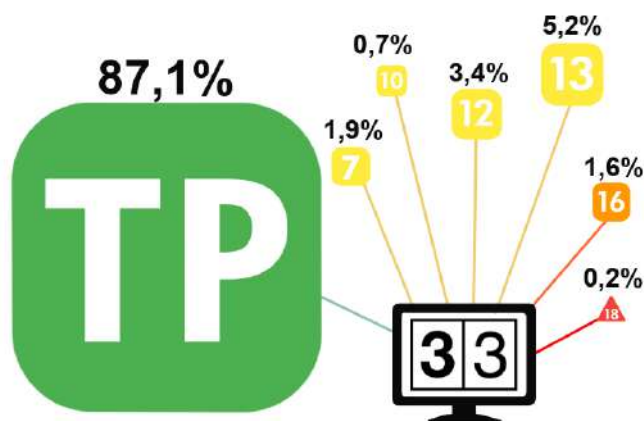
Figura 43. TV3. Percentatge de temps d'emissió per categoria d'edat (senyalització en pantalla). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El **33**, el canal cultural i divulgatiu de la corporació, també ofereix una programació majoritàriament qualificada *per a tothom* (87,1%), valor que augmenta gairebé 10 punts respecte de l'any anterior, mentre que la categoria d'edat *no recomanat per a menors de 10 anys* redueix la seva presència més de 5 punts.

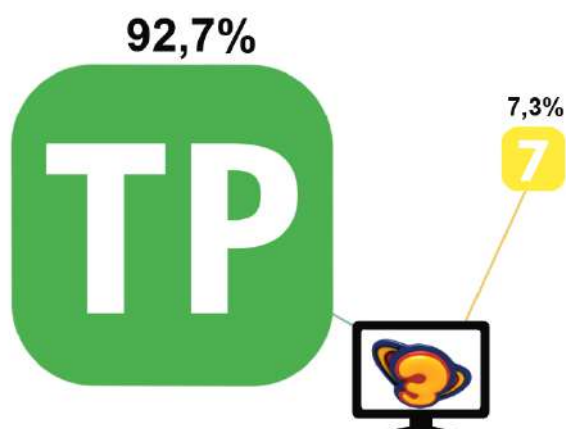
Figura 44. 33. Percentatge de temps d'emissió per categoria d'edat (senyalització en pantalla). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Al **Super3**, el canal infantil, la qualificació de la programació es concentra en les categories d'edat *per a tothom* (92,7%) i *no recomanat per a menors de 7 anys* (7,3%), amb una presència més baixa d'aquesta última respecte de l'any 2020.

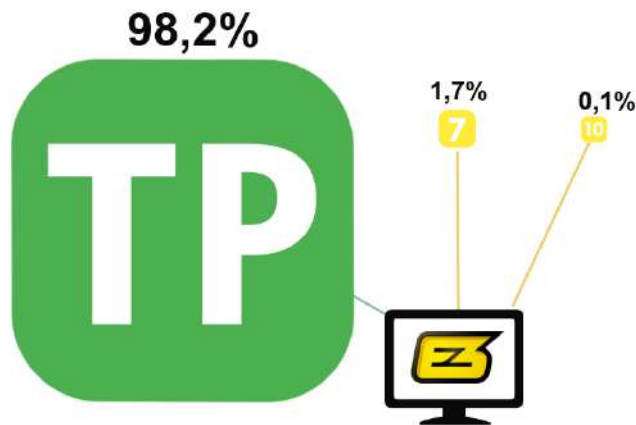
Figura 45. Super3. Percentatge de temps d'emissió per categoria d'edat (senyalització en pantalla). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El canal esportiu **Esport3** concentra gairebé tota la seva graella en dues úniques categories d'edat: *per a tothom* (98,2%) i *no recomanat per a menors de 7 anys* (1,7%).

Figura 46. Esport3. Percentatge de temps d'emissió per categoria d'edat (senyalització en pantalla). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Quant a la protecció de les persones menors d'edat en els **continguts digitals**, tots els vídeos disponibles al servei a la carta del web corporatiu inclouen la senyalització per categoria d'edat. A més, el web del Super3 incorpora mesures de protecció addicionals: quan es clica sobre qualsevol dels enllaços externs de la pàgina, tant de contingut com publicitaris, es mostra un missatge d'alerta que informa que s'està a punt de sortir de l'entorn protegit del Super3.

4.3. Continguts d'educació digital

Els mitjans de la CCMA ofereixen continguts que contribueixen a l'adquisició de competències digitals per part de l'audiència, tant en programes especialitzats com en seccions d'espais més genèrics.

Així, als **canals de televisió en línia** s'estrenen dos programes que aborden la tecnologia des de diferents punts de vista: *Canvi de xip* (TV3), que mostra diferents casos de superació de la bretxa digital generacional amb l'ajuda de joves influenciadors, i *CTRL* (33), que fa arribar a la ciutadania les opcions que ofereix la tecnologia digital en l'àmbit de la creació i el consum cultural. A més, a TV3 continua l'emissió de *Som revolució*, sobre les transformacions propiciades per la revolució digital.

Pel que fa a l'àmbit **radiofònic**, es renoven tres espais centrats en diferents aspectes vinculats a la tecnologia, *Generació digital*, *Popap* i *Revolució 4.0*. I a l'**entorn digital** s'estrena el pòdcast *#Felicitatdigital*, que, a partir d'entrevistes a persones expertes, aborda qüestions com la tecnologia *blockchain*, les criptomonedes, el funcionament dels algorismes o el metavers.

Figura 47. CCMA. Exemples de programació sobre educació digital. Any 2021

	Canvi de xip *
	Programa on les noves generacions introdueixen les persones grans en les noves tecnologies.
	...
	Som Revolució
	Versió televisiva de l'espai <i>Revolució 4.0</i> de Catalunya Ràdio sobre tecnologia i emprenedoria que reflexiona sobre com la revolució digital contribueix a canviar el món.
	...
	CTRL *
	Informatiu temàtic sobre les aportacions de la tecnologia en diferents disciplines culturals (arts visuals, teatre digital, noves narratives, etc.)
	...
	Popap
	Magazín sobre innovacions i eines digitals, continguts en català a les xarxes i la relació de les persones usuàries amb el món digital i les pantalles.
	...
	Revolució 4.0
	Programa sobre tecnologia, innovació, nous lideratges, sostenibilitat i emprenedoria.
	...

iCat fm

Generació digital

Espai d'entreteniment sobre tecnologia, oci i cultura digital, on els videojocs són els principals protagonistes.

...



#Felicitatdigital★

Pòdcast dedicat a aprofundir en el benestar dels usuaris i usuàries que fan servir internet i les xarxes socials.

...

★ Programes estrenats el 2021

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A més, alguns magazins televisius i radiofònics d'emissió regular inclouen seccions que periòdicament tracten aspectes relacionats amb l'educació digital i les noves tecnologies. A TV3, el programa *Tot es mou* inclou dos espais dedicats a l'àmbit digital, "Tecnologia fàcil", sobre l'aplicació de noves tecnologies a la vida quotidiana i de periodicitat mensual, i una secció sobre tecnologies digitals de periodicitat quinzenal.

També a Catalunya Ràdio diversos programes tenen espais dedicats a la tecnologia: *El matí de Catalunya Ràdio* inclou l'espai "Hola, segle XXI", *La tarda de Catalunya Ràdio* emet setmanalment una secció sobre cultura digital i xarxes socials, i l'informatiu *Catalunya nit* tracta diàriament l'actualitat tecnològica.

Igualment, els magazins informatius o d'entreteniment de televisió i de ràdio tracten temàtiques d'actualitat vinculades a l'ús de les noves tecnologies mitjançant entrevistes, reportatges i/o debats que també contribueixen a l'alfabetització digital.

4.4. L'accessibilitat als continguts lineals i no lineals

Programació emesa amb subtitulació per a persones amb discapacitat auditiva

L'aplicació de subtitulació als continguts televisius en línia de TVC durant el 2021 supera el 90% en tots els canals, a excepció d'Esport3.

Així, i d'acord amb la mostra analitzada, inclouen subtitulació el 90,1% dels continguts emesos a TV3, el 97,8% dels espais del 33 i el 93,8% del Super3. Aquests valors s'aproximen als observats el 2019, any previ a la irrupció de la pandèmia, en el qual es va alterar de manera substancial la programació i, en ocasions, els mecanismes d'accessibilitat que incloïa.

Quadre 16. TV3. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021⁷

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció) ⁸	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Llargmetratges i curtsmetratges cinematogràfics	263:47:02	100
	Sèries i pilots de sèries	156:46:31	100
	Documentals	89:11:22	10
	Pel·lícules per a televisió	70:11:19	100
	Programes informatius d'actualitat	1902:52:59	84,9
	Retransmissions esportives	11:57:01	42,4
	Altres continguts que es puguin convertir en accessibles	756:09:36	99,8
	Total	3250:55:50	90,1

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

⁷ 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.

⁸ 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.

Quadre 17. 33. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021⁹

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció)	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Sèries i pilots de sèries	25:08:06	100
	Pel·lícules per a televisió	6:56:47	100
	Programes informatius d'actualitat	89:25:25	99,4
	Documentals	745:06:07	98,3
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	65:06:36	79,1
	Altres continguts que es puguin convertir en accessibles	472:38:04	99,9
	Total	1404:21:05	97,8

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

Quadre 18. Super3. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021¹⁰

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció)	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	94:53:35	100
	Sèries i pilots de sèries	81:34:04	100
	Documentals	47:49:27	100
	Pel·lícules per a televisió	16:29:15	100
	Programes informatius d'actualitat	23:59:35	96,5
	Sèries d'animació	1996:36:49	93,9
	Altres continguts que es puguin convertir en accessibles	148:37:18	84,4
	Total	2410:00:03	93,8

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

⁹ 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.

¹⁰ 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.

Quadre 19. Esport3. Subtitulació de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021¹¹

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció)	Temps d'emissió amb subtitulació	% emissió amb subtitulació
	Documentals	354:41:33	91,3
	Programes informatius d'actualitat	311:47:17	16,7
	Retransmissions esportives	38:33:20	2,5
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	301:59:12	66,8
	Total	1007:01:22	23,6

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

Programació emesa amb audiodescripció

Durant el 2021, els continguts emesos amb sistemes d'audiodescripció per a persones amb discapacitat visual als canals televisius lineals de TVC sumen, aproximadament, 829 hores.¹² La programació audiodescrita és principalment ficció (pel·lícules, sèries i animació) i documentals, tot i que també inclouen aquest mecanisme d'accessibilitat programes com *Tabús*, *Res és impossible* o *Crims*.

Quadre 20. TV3. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció)	Temps d'emissió amb audiodescripció
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	246:10:14
	Sèries i pilots de sèries	143:04:17
	Documentals	40:20:37
	Pel·lícules per a televisió	27:12:42
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	27:52:24
	Total	484:40:16

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Projecció de dades a partir d'una mostra de 184 dies.

¹¹ 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.

¹² 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. Les hores es calculen mitjançant una projecció d'una mostra de 184 dies.

Quadre 21. 33. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció)	Temps d'emissió amb audiodescripció
	Llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics	76:31:31
	Documentals	12:28:09
	Sèries i pilots de sèries	9:21:53
	Pel·lícules per a televisió	3:40:13
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	18:05:28
	Total	120:07:14¹³

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Projecció de dades a partir d'una mostra de 184 dies.

Quadre 22. Super3. Audiodescripció de la programació en funció de la tipologia de programes. Any 2021

Canal	Tipologia de programa (segons la instrucció)	Temps d'emissió amb audiodescripció
	Sèries d'animació	190:54:48
	Sèries i pilots de sèries	9:07:14
	Altres continguts que puguin esdevenir accessibles	23:45:22
	Total	223:47:24¹⁴

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Projecció de dades a partir d'una mostra de 184 dies.

Programació emesa amb interpretació de llengua de signes catalana

Els continguts interpretats en llengua de signes continuen sent, durant el 2021, el *TN migdia* i el *TN vespre* emesos pel canal 3/24 de dilluns a divendres. Aquestes emissions sumen un total aproximat de 480 hores anuals.

Mecanismes d'accessibilitat al web de la CCMA

Els continguts emesos amb **subtitulació** a través del mitjà televisiu incorporen també aquest mecanisme d'accessibilitat en la seva versió per als mitjans digitals. En aquest sentit, i segons informa la CCMA,¹⁵ se subtitulen els vídeos a la carta del web, de les aplicacions mòbils, d'HbbTV, així com de la majoria d'aplicacions d'SmartTV. Alguns programes, a banda dels subtítols en català, ofereixen subtítols en diversos idiomes i en

¹³ El 33 emet 8 hores diàries.

¹⁴ El Super3 emet 16 hores diàries.

¹⁵ *Estat d'informació no financera 2021*.

versió original. Durant el 2021 els continguts en directe encara no inclouen la subtitulació.

Pel que fa a l'**audiodescripció**, tots els continguts emesos al mitjà televisiu amb aquest mecanisme també l'incorporen en la seva versió digital del portal de la CCMA i del servei a la carta per a televisions connectades. Durant el 2021 les aplicacions mòbils no disposen encara d'aquest servei.

D'altra banda, els teletinformatius emesos amb **llengua de signes** es poden consultar al servei a la carta amb aquest mecanisme d'accessibilitat.

4.5. Premis, reconeixements i guardons

Al llarg del 2021 diverses produccions de la CCMA han estat reconegudes amb premis atorgats en festivals o certàmens. D'aquestes obres se'n valora, per exemple, la representació respectuosa de les noves cultures presents a Catalunya, la prioritització de la protecció de les persones menors d'edat o la promoció de la participació ciutadana a través de les noves plataformes de distribució.

Figura 48. CCMA. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor social. Any 2021

	Reportatge <i>Mares migrants</i> del programa <i>Solidaris</i> per sintetitzar "l'experiència traumàtica de les dones i els infants migrants" i "per la crítica a les polítiques migratòries i el discurs de l'odi".	
	Premi DO Catalunya al millor format de televisió català pel concurs musical <i>Cover</i> , dissenyat per a l'entorn digital.	
	<i>Efecte Wow</i> , pensat per ser difós exclusivament a través de les plataformes digitals de la CCMA, queda finalista al millor programa infantil.	
	<i>Adolescents XL</i> , en la categoria format digital, per un reportatge sobre l'assetjament escolar.	

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

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

5.1. La presència de continguts culturals en la programació

Els mitjans lineals de la CCMA compten amb una oferta de continguts culturals diversa: programes d'emissió regular de temàtica cultural; documentals o reportatges; informació cultural en els informatius diaris i en espais de magazins; retransmissions d'actes de lliuraments de premis o de concerts, etc.

La CCMA disposa de tres mitjans lineals especialitzats en continguts culturals: el canal de televisió lineal 33, que emet diàriament de les 22 h a les 6 h (també inclou documentals i divulgatius sobre altres temes); i les dues emissores de ràdio que vertebraven la seva graella al voltant de la música, Catalunya Música, que emet programes i concerts vinculats a la música clàssica i d'altres estils minoritaris, i iCat, que ofereix una proposta centrada en música de gèneres diversos a més d'altres disciplines culturals.

Pel que fa a la resta de mitjans lineals, els programes de temàtica cultural hi ocupen menys espai.

Emissió de continguts culturals als informatius

Els informatius de TV3 i de Catalunya Ràdio dediquen part de la seva atenció a oferir informació sobre diverses manifestacions culturals, complementant així l'oferta de programes dels diversos canals i emissores de la CCMA.

Les informacions sobre *art i cultura* recuperen part de la presència perduda durant el primer any de la pandèmia i són la tercera àrea temàtica amb més temps de notícia als informatius de tots dos mitjans.



TV3 i Catalunya Ràdio dediquen una cinquena part de l'atenció informativa cultural a **festivals** de diferents disciplines i a **representacions teatrals**. La televisió, a més, centra una proporció semblant a notícies sobre **cinema**.

A més, els actors culturals són una de les categories amb més proporció de temps de paraula als informatius de TV3 i de Catalunya Ràdio.

A Catalunya Ràdio els actors culturals són els que registren un percentatge de temps de paraula més elevat (22,7%), mentre que a TV3 la presència dels actors que produeixen o gestionen cultura és d'una proporció del 17,1%.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Emissió de programes culturals

El 33, com a canal **de televisió lineal** especialitzat (vegeu la figura 49), inclou espais que atenen diferents vessants de la cultura. Entre les estrenes de l'any hi ha *CTRL*, sobre l'aplicació de la tecnologia digital en l'àmbit de la creació i el consum cultural, i *Les cares dels Gaudí*, un nou informatiu temàtic lligat a les persones nominades a aquests premis.

La literatura té un espai periòdic al 33 amb *Tot el temps del món*, on s'entrevista autors i autores, i es fan recomanacions literàries vinculades a l'actualitat. Quant als programes sobre música (els més nombrosos al 33), durant el 2021 es redifon *Òpera en texans* i s'emeten els espais de videoclips *Clipping* i *Videoclips*, i els d'actuacions *Concert i Rumba a l'estudi* (també per TV3). Sobre cinema s'emet l'informatiu *Curtcircuit 33*, que es complementa amb la projecció d'un curtmetratge, i *Una nit amb...*, que recupera actuacions de personatges de l'escena catalana.

TV3 estrena el 2021 *Batalla monumental*, on a cada capítol s'exposa la història de dos monuments catalans per escollir-ne el preferit del públic. A més, emet periòdicament l'informatiu cultural *Quan arribin els marciàns* (que posteriorment es difon pel 33), així com els espais de retransmissió d'actuacions musicals *Folc a l'estudi*, *Rumba a l'estudi* (també pel 33) i *Diumenge, concert*.

A banda de les emissions regulars, TV3 i el 33 retransmeten actes culturals, principalment concerts i cerimònies de lliurament de premis de diferents disciplines artístiques, i s'ofereixen píndoles amb informació sobre l'agenda cultural sota el nom de *33 Recomana*.

El Super3 difon *Rat Rank*, programa musical que inclou l'emissió de videoclips i un rànkung, i *Una mà de contes*. I Esport3 emet l'espai dedicat al món casteller *Obrint plaça*, que durant el 2021 es limita a redifusions per l'absència de celebracions de diades castelleres.

Pel que fa al **posicionament horari de la programació cultural**, TV3 l'emplaça majoritàriament a la segona franja de la nit (a partir de les 23 hores) i concentra els espais musicals a la matinada. Per la seva banda, el 33 difon els continguts culturals a partir de l'inici de les emissions (les 21 h), mentre que a la matinada ofereix espais musicals i recupera emissions d'anys anteriors.

En l'àmbit **digital**, la novetat de la temporada és el concurs musical *digital first A2veus* on participants no professionals actuen en directe amb un cantant consolidat, i que posteriorment va ser emès per televisió.

Figura 49. Exemples de programació televisiva amb continguts culturals per disciplines. Any 2021



En l'àmbit **radiofònic**, les dues emissores especialitzades Catalunya Música i iCat configuren la graella bàsicament amb programes musicals de diferents estils, que complementen amb programes sobre altres disciplines (vegeu la figura 50).

A Catalunya Música el 2021 s'estrena *Històries trobades*, on es contextualitzen fets o personatges històrics amb la música pròpia de l'època; *La cinta de Möbius*, divulgatiu que explora les connexions entre música i matemàtiques; i *Set de sons*, que ofereix recursos per acostar la música als infants de manera lúdica. Més enllà de la música, compta amb un programa sobre tradicions populars, *So de cobla*.

A iCat el 2021 s'estrena *El fotimer*, que recupera l'emissió íntegra de discs musicals rellevants. La programació es complementa amb el magazín despertador *Els experts* i altres disciplines com el món cinematogràfic a *Memento* i *SerieSelektor*, la literatura a *L'irradiador* i les arts escèniques a *Entre caixes*.

Catalunya Ràdio estrena durant l'estiu tres nous programes culturals: *Cafè Àfrica* i *Viva l'Itàlia*, que promouen i difonen la música i la cultura d'origen africà i italià, respectivament, i *Llamps d'antracita*, sobre cinema, emesos tots tres els caps de setmana entre les 20 h i les 0 h. A més, l'emissora generalista emet regularment tres programes musicals: *A tocar!*, *L'audiovisual* i *T'agrada el blues?*; *Ciutat Maragda*, sobre literatura, i *La finestra indiscreta*, sobre cinema. Finalment, el magazín de cap de setmana *El suplement* dedica l'espai "Mans" a la cultura popular.

Quant a l'horari d'emissió, els continguts culturals de Catalunya Ràdio es concentren en la franja nocturna dels caps de setmana, a partir de les 23 h.

De la mateixa manera que a la televisió lineal, en les ràdios s'emet l'agenda cultural en forma de píndoles radiofòniques *Linca't*.

En l'àmbit **digital** s'estrenen els nous pòdcast *Passar notes*, que difon projectes escènics de l'alumnat d'instituts i escoles de teatre i entrevista creadors consolidats, i *Fulles perennes*, sobre llibres d'història de Catalunya.

Figura 50. Exemples de programació radiofònica amb continguts culturals per disciplines. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A l'últim, els magazins dels diferents mitjans de la CCMA ofereixen continguts diversos que tenen com a objectiu difondre o bé informar sobre cultura: entrevistes a personatges rellevants del món cultural, recomanacions literàries, actuacions, reportatges sobre estrenes teatrals o de cinema, inauguracions d'exposicions, fires de llibres, festivals de música i concerts, entre d'altres.

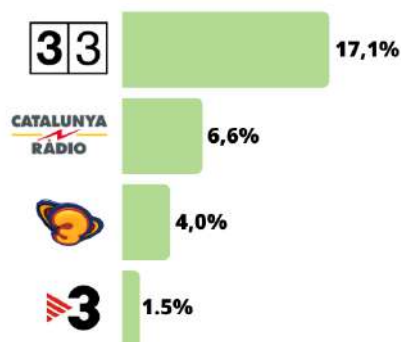
Continguts de cultura a la web de la CCMA

Ja en l'àmbit digital, el portal web de la CCMA disposa d'un apartat específic dedicat als continguts culturals, que mostra de manera organitzada programes, notícies, vídeos i àudios de temàtiques diverses: cinema i sèries, música, llibres, art i escena, *cultura* popular i coneixement.

5.2. La presència de continguts formatius en la programació

Tot i que l'emissió d'espais divulgatius i educatius (programació formativa) és transversal al conjunt de mitjans de la CCMA, és al 33 on més pes té aquesta programació (un 17,1% del temps). Addicionalment, en aquest canal prop de la meitat de la graella està configurada per documentals, on el vessant divulgatiu també té cabuda.

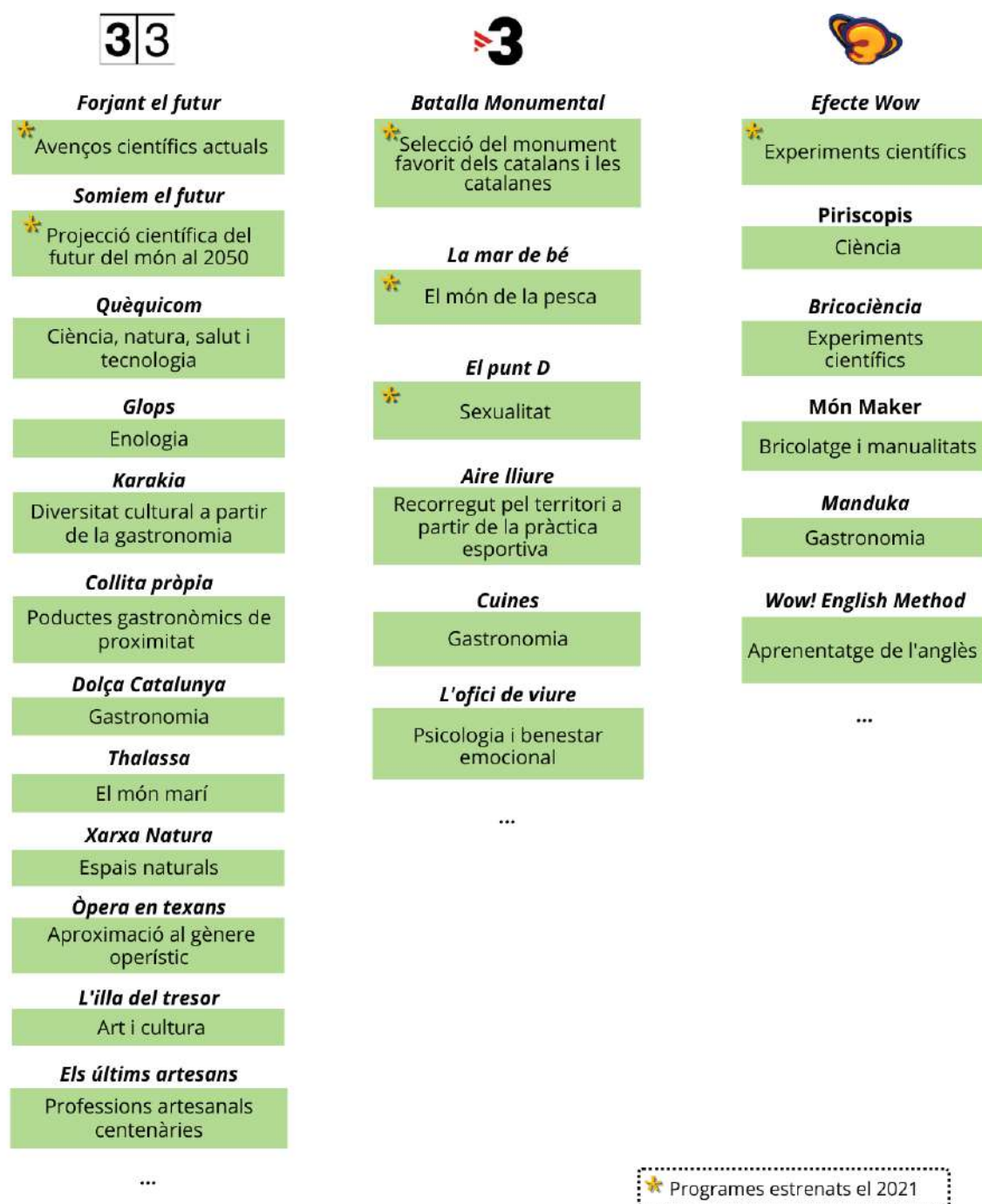
Figura 51. CCMA. Percentatge de divulgatius i educatius (programació formativa) per canal. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

En l'àmbit televisiu, el **33** emet espais educatius o de divulgació dedicats a la ciència (amb les estrenes de *Forjant el futur* i *Somiem el futur*), la gastronomia, la cultura i el món de la natura. Per la seva banda, **TV3** n'estrena de temàtica diversa, amb espais dedicats a la divulgació del patrimoni històric (*Batalla monumental*), el món de la pesca (*La mar de bé*) o la sexualitat (*El punt D*). Al **Super3** la ciència hi té un pes rellevant, amb diversos espais als quals enguany s'incorpora *Efecte Wow*. Al canal infantil també s'aborda la divulgació en àmbits com la gastronomia i el bricolatge, així com l'aprenentatge de la llengua anglesa amb *Wow! English Method*, que es complementa amb l'emissió de sèries d'animació i gags en anglès.

Figura 52. CCMA. Exemples de divulgatius i educatius (programació formativa).Televisió. Any 2021



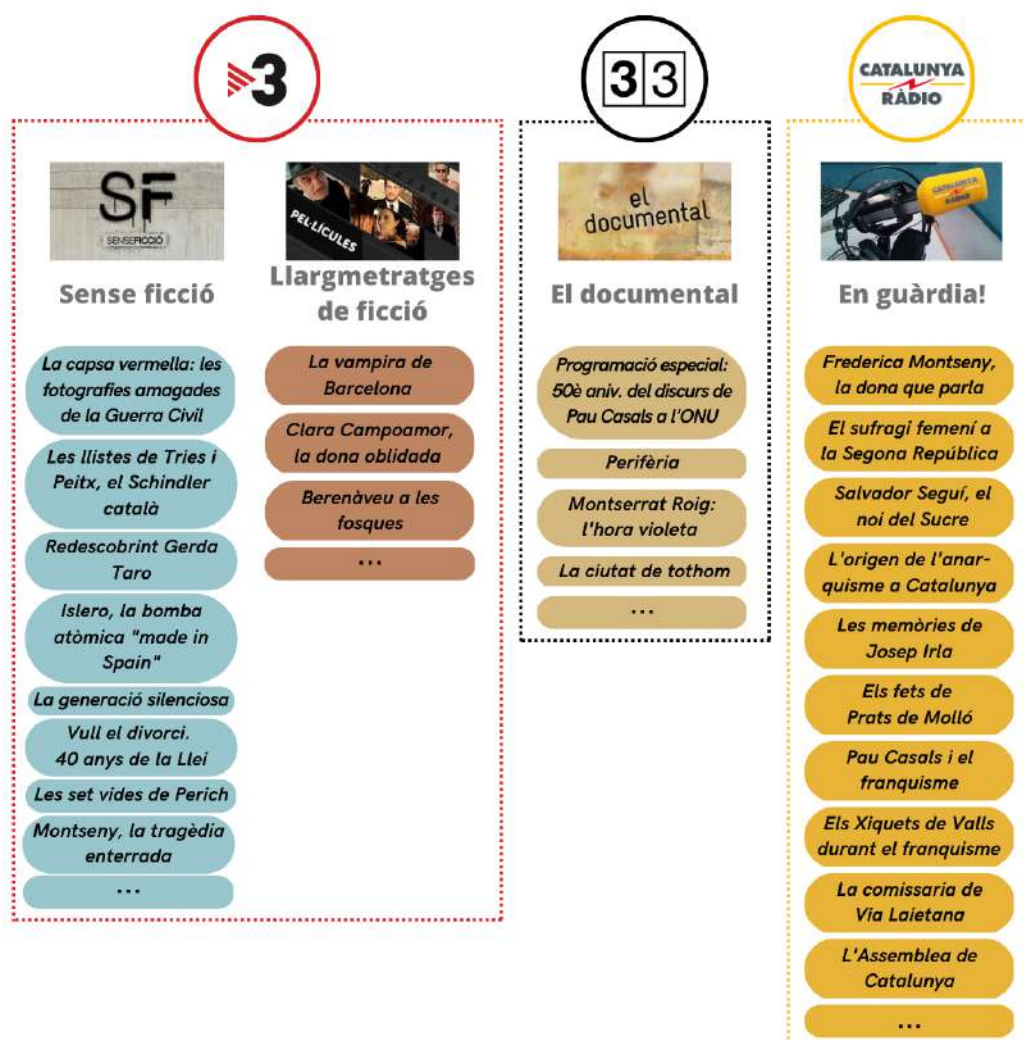
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

5.3. La divulgació de la memòria històrica

Els mitjans de la CCMA ofereixen programes que tracten diferents èpoques i esdeveniments de la història de Catalunya, tot i que presten una atenció especial al període comprès entre l'esclat de la Guerra Civil i l'arribada de la democràcia, així com a episodis previs i posteriors que s'hi relacionen.

Quant als mitjans televisius, la divulgació de la memòria històrica es fa essencialment amb l'emissió de documentals, oferts en el marc dels contenidors *Sense ficció* (TV3) i *El documental* (33) i, tot i que menys, amb la programació de llargmetratges (TV3). En el cas de la ràdio, s'ofereix el programa de divulgació històrica *En guàrdia!* (Catalunya Ràdio), que aborda un ampli ventall de temes.

Figura 53. Exemples de programes sobre memòria històrica. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

A més, l'oferta dels mitjans de la CCMA vinculada a la memòria històrica es complementa amb altres continguts emesos en el marc de diferents programes en forma de taules de debat o anàlisi, entrevistes i reportatges.

Figura 54. Exemples de continguts sobre memòria històrica en la programació. Any 2021

Taules de debat o anàlisi:

- La reforma de la llei de Memòria Històrica (*Tot es mou*, TV3)
- El llegat de la Segona República espanyola (*El matí de Catalunya Ràdio*, Catalunya Ràdio)
- L'obra de teatre *Frank*, centrada a explicar el franquisme al públic infantil (*Tot es mou*, TV3)
- Documental *Les llistes de Tries i Peitx, el Schindler català* (*Els matins*, TV3)
- La història de les bruixes executades a Catalunya (*Tot es mou*, TV3)
- ...

Entrevistes

- Agustí Alcoberro, historiador, sobre la col·lecció "Dies que han fet Catalunya" (*Més 324*, 33)
- Toni Monné, nét d'Antoni Campañà i comissari de l'exposició del MNAC "La guerra infinita" (*El Matí de Catalunya Ràdio*, Catalunya Ràdio)
- Paul Preston, historiador, sobre els vestigis del franquisme a l'Estat (*FAQ's*, TV3)
- Roberto Muñoz Bolaños, professor d'Història, sobre el llibre *El 23-F y los otros golpes de Estado de la Transición* (*Els matins*, TV3)
- Carles Viñas, historiador, sobre l'assaig *Història de l'Esquerra Independentista* (*Més 324*, 33)
- ...

Reportatges

- Exposició "Ossos com a tiges que encara no han florit" sobre la batalla de l'Ebre (*Catalunya al dia*, Catalunya Informació)
- Troballa d'unes revistes infantils editades abans de la Guerra Civil en un poble pirinenc (*Catalunya al dia*, Catalunya Informació)
- La recuperació de les estructures de la Guerra Civil a Cunit i Salou (*Catalunya al dia*, Catalunya Informació)
- Treball de recerca de dues estudiants catalanes sobre les llambordes que homenatgen les víctimes i els deportats del nazisme (*Catalunya al dia*, Catalunya Informació)
- La Grossa de 1700, la primera loteria de l'Estat va aparèixer a Barcelona (*La tarda de Catalunya Ràdio*, Catalunya Ràdio)
- El passat esclavista de Catalunya (*Catalunya nit*, Catalunya Ràdio)
- Les llevadores en l'època del franquisme (*Les dones i els dies*, Catalunya Ràdio)
- 150 anys de les colònies industrials de la Conca del Llobregat (*La nit dels ignorants*, Catalunya Ràdio)
- ...

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

5.4. La promoció de la llengua catalana i de l'aranès

La llengua d'emissió

La llengua catalana és la vehicular a la televisió, a la ràdio i als mitjans digitals de la CCMA. També és la llengua vehicular al portal web, a les diverses aplicacions per a dispositius mòbils i televisions connectades, així com la d'ús habitual en la comunicació de continguts en xarxes socials i altres plataformes de distribució de vídeo i d'àudio.

Quant a la **llengua de la publicitat** emesa per TVC, la llengua catalana és la utilitzada en el 88,9% del conjunt de comunicacions comercials analitzades al CAC, ja sigui íntegrament o en combinació amb altres llengües, principalment el castellà. Prop de la quarta part (22,4%) de la publicitat vehiculada en llengua castellana (9,4%) correspon a anuncis de joguines.

Quadre 23. TV3, Super3 i 33. Llengua de la publicitat (n=3.208)

Canal	Llengua	Nre. d'espots	%
	Català	2.851	88,9
	Castellà	303	9,4
	Altres llengües	52	1,6
	Sense llengua	2	0,1
	Total	3.208	100

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La presència de la **llengua aranesa** en els mitjans de la CCMA, com ja succeïa en temporades anteriors, se circumscriu principalment a continguts informatius. Així, el **3/24** emet durant els dies laborables a les 15.40 h la *Ròda Informativa deth 3/24*, de 20 minuts de durada i, en desconexió per a la Vall d'Aran, el *TN comarques Val d'Aran* cada divendres. En l'àmbit radiofònic, **Catalunya Informació** programa de dilluns a divendres de 8 a 9 h del matí el bloc informatiu *Eth maitin d'Aran*.

Els continguts en llengua aranesa també són accessibles per mitjà del servei a la carta del portal de la Corporació, que compta amb la secció "L'espai de l'aranès", on es recullen els espais informatius i diverses edicions del programa infantil *Ua mar de condes*.

La projecció de la llengua i la cultura catalanes fora de Catalunya

Durant el 2021 la CCMA difon els seus continguts més enllà de Catalunya a través de la distribució digital i arriba a altres territoris de parla catalana, a la resta de l'Estat i, també, a l'esfera internacional.

Les vies de difusió digital dels continguts són diverses: el web corporatiu, que permet el consum en directe i a la carta; les aplicacions per a dispositius mòbils i per a televisions connectades, que donen accés als canals i les emissores de la CCMA (en directe) i al catàleg de programes; el portal digital Bon Dia TV, que aplega continguts produïts pels prestadors públics de Catalunya, de les Illes i, a partir del 2021, de la Comunitat Valenciana.

La distribució dels continguts de la CCMA més enllà de Catalunya també es duu a terme a través dels seus canals i perfils a les plataformes d'intercanvi de vídeos i a les diferents xarxes socials. El 2021 s'estrena un canal a Twitch, centrat principalment en continguts esportius.

A més, algunes de les produccions de la CCMA formen part dels catàlegs de serveis OTT com Netflix, HBO Max o Filmin, i de plataformes de pòdcast com Spotify, iTunes o iVoox, de manera que en permeten el consum fora de Catalunya.

Figura 55. CCMA. Distribució de continguts més enllà de Catalunya a través d'Internet. Any 2021



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

Una altra via per projectar els continguts de la CCMA més enllà del territori català és la **televisió per cable**. Així, la Corporació compta amb el canal TV3cat, creat originàriament per a l'emissió internacional i amb una programació de producció pròpia, que es distribueix per cable a la resta de territoris de l'Estat espanyol, Andorra, França i Suïssa.

La llengua i la cultura catalanes també es projecten fora de Catalunya mitjançant la **presència en mostres i festivals** d'obres audiovisuals amb participació de la CCMA en la seva producció, algunes de les quals reben diversos reconeixements. És el cas d'obres com *Josep*, que suma als diversos guardons obtinguts durant el 2020 el premi a la millor pel·lícula d'animació als Premis César, el de millor pel·lícula animada als

premis Lumière i el de millor pel·lícula als Tokyo Anime Awards. També el documental *Balandrau, infern glaçat* rep el premi Mountain Experience al Festival de Cinema de Muntanya de Tergernsee; la pel·lícula *El ventre del mar*, la Bisnaga d'or a la millor pel·lícula espanyola al Festival Internacional de Màlaga; la sèrie *Jasmine i Jambo*, el Gran Premi a la millor sèrie d'animació internacional al Festival Écran Jeunesse; o *Federica Montseny, la dona que parla*, el de millor pel·lícula per a televisió al Seoul International Drama Awards, entre d'altres.

5.5. Convenis de col·laboració en relació amb la llengua i la cultura catalanes

Una altra via de promoció de la llengua i la cultura catalanes, dins i fora de Catalunya, és l'establiment d'acords i convenis de col·laboració amb institucions, empreses i entitats del món de la cultura. D'aquesta manera, la CCMA treballa per reforçar la presència de continguts culturals en els seus mitjans i garantir la cobertura d'esdeveniments culturals.

Figura 56. Exemples d'acords i convenis de col·laboració entre la CCMA i institucions i entitats culturals. Any 2021

Campanya Impulsem cultura

Organització de les **Setmanes de la Cultura** amb el **Departament de Cultura**. Entre el **19 d'abril i el 2 de maig**, els mitjans de la CCMA adapten i reforcen els continguts culturals de molts dels seus programes i n'ofereixen de nous com, entre d'altres:

- Especial *Operació Cultura* a TV3
- Continguts del Super3 inspirats en la diada de Sant Jordi
- Accions participatives amb els oients de Catalunya Ràdio
- Emissió de concerts en directe per Icat i Catalunya Música

Conveni per a l'emissió de continguts produïts per l'ICEC

Conveni de col·laboració amb l'**Institut Català de les Empreses Culturals** per emetre continguts audiovisuals produïts per **Catalan Arts** i **Catalan Films**, com ara documentals sobre el circ, l'escena de música moderna emergent o les arts de carrer a Catalunya.

Crida 2021 a projectes audiovisuals

El **Departament de Cultura** i la CCMA obren una nova **convocatòria** dotada amb 6M€ per **finançar projectes audiovisuals** en català de diferents gèneres i formats.

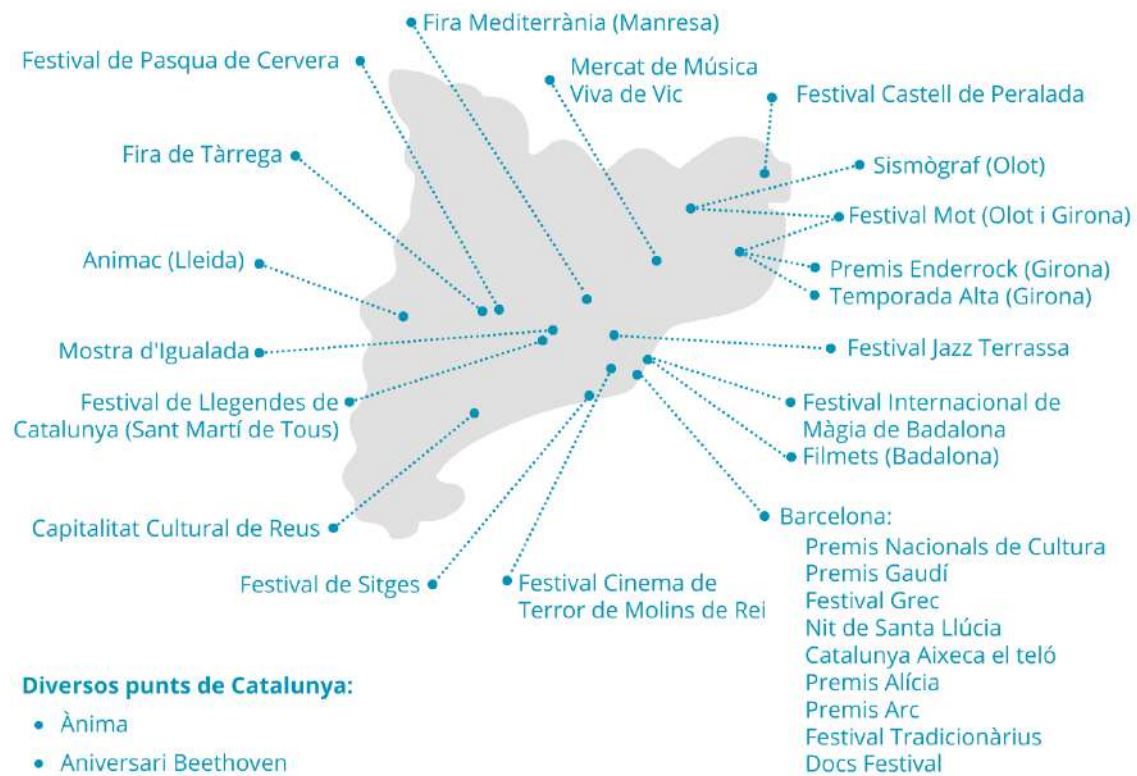
Acord amb Ensenyament en relació amb els Jocs Florals

Acord amb el **Departament d'Ensenyament** perquè els contes guanyadors dels **Jocs Florals Escolars** de Catalunya passin a produir-se i emetre's sota la capçalera del programa del **Super3 Una mà de contes**.

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

Igualment, la CCMA ha donat suport i ha col·laborat amb esdeveniments culturals de disciplines diverses celebrats arreu de Catalunya.

Figura 57. Distribució en el territori català dels esdeveniments culturals amb participació de la CCMA. Any 2021

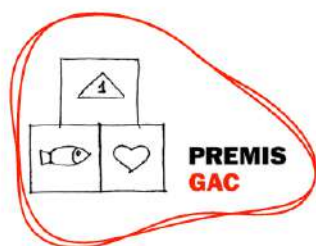


Font: Elaboració pròpia a partir d'informació de la CCMA.

5.6. Premis, reconeixements i guardons

Diverses associacions vinculades a la cultura i els mitjans de comunicació han premiat professionals i programes de la CCMA per la qualitat de les produccions en les quals participen i, especialment, per la tasca de divulgació cultural en diferents disciplines.

Figura 58. CCMA. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor cultural. Any 2021



Premi al Mitjà de Comunicació per a **Carolina Rosich** i els **Serveis Informatius de TVC** "per la seva aposta dedidida per informar sobre l'actualitat d'art i exposicions dins dels Telenotícies de TV3, contribuint així a difondre l'art entre un públic molt ampli".

Premi a la divulgació dels llibres i les llibreries per a **Toni Puntí**, cap de Cultura dels Serveis Informatius de TV3.



Premi a la millor periodista musical per a **Maite Sadurní**, directora del programa **Geografia humana**.



Xavier Graset, director del *Més 324*, rep el Premi Difusió "per liderar un programa d'informació que [...] ha tingut sempre present els llibres i els ha atorgat protagonisme destacat en el marc de l'actualitat periodística".



Gent de mercats és guardonat en la categoria de programes culturals, divulgatius i documentals.

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

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

La contribució de la CCMA a l'economia catalana, concretament a la indústria audiovisual, es fa palesa en el volum de producció pròpia, en la col·laboració amb empreses del sector audiovisual català i en la inversió en obra europea.

6.1. Emissió d'obres de producció pròpia a la televisió lineal

La producció pròpia és majoritària en l'oferta del conjunt dels canals lineals de TVC i prop d'una quarta part (el 22,3%) correspon a obres realitzades en col·laboració amb productores catalanes.

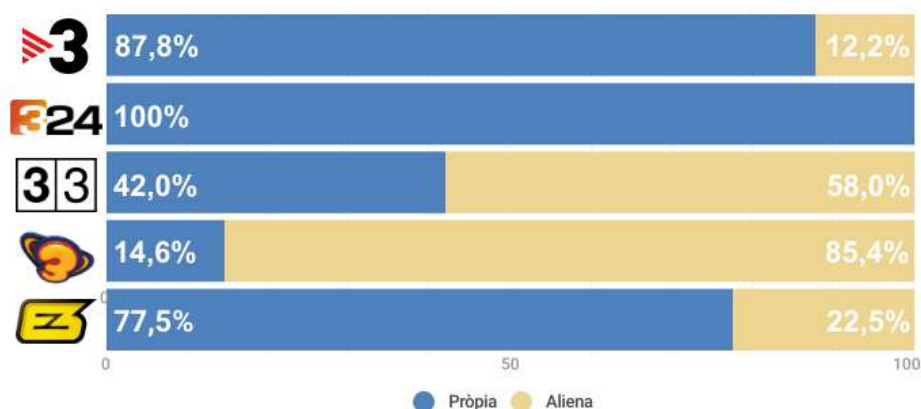
Figura 59. TVC. Proporció de temps d'emissió de producció pròpia. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

La proporció de producció pròpia registra uns valors similars respecte del 2020 a TV3 i al 33. Les variacions més acusades es donen en els dos canals que van emetre de manera conjunta durant una part del primer estat d'alarma decretat per lluitar contra la pandèmia: respecte del 2019, el canal infantil recupera proporcions semblants, mentre que Esport3 incrementa la producció pròpia en gairebé 8 punts percentuals.

Figura 60. TVC. Proporció de temps d'emissió per tipus de producció (pròpia o aliena). Any 2021

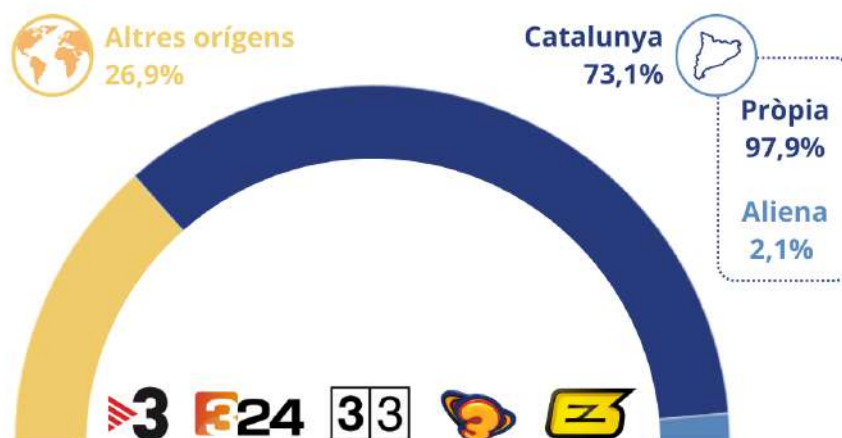


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

6.2. L'emissió d'obres produïdes a Catalunya

Les obres produïdes a Catalunya són majoritàries en la programació del conjunt dels canals lineals de TVC. Gairebé totes les obres originàries de Catalunya són de producció pròpia de la CCMA o associada (elaborades en col·laboració amb productores externes),¹⁶ amb valors superiors al 95% a TV3, Super3 i Esport3, mentre que al 33 en representa el 86% i el 100% del 3/24.

Figura 61. TVC. Proporció de temps d'emissió de producció de Catalunya. Any 2021



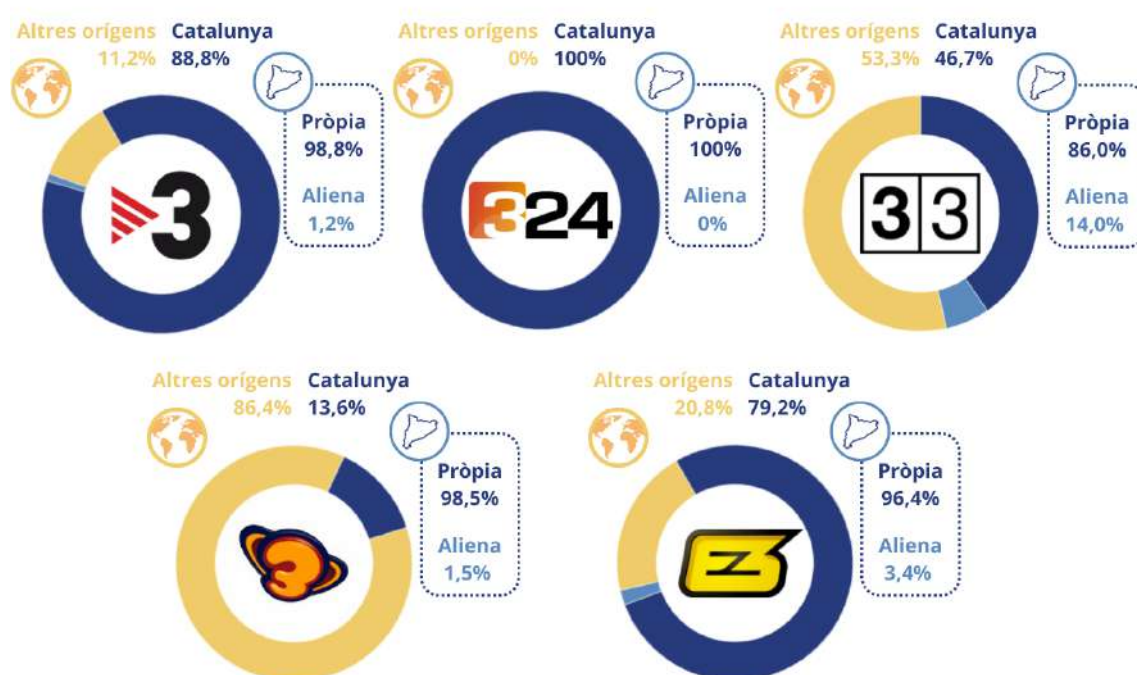
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

¹⁶ Segons la definició de *producció pròpia* que estableix la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya.

Les obres produïdes a Catalunya són majoritàries a **TV3** (88,8%), amb una proporció similar a anys anteriors, i també a **Esport3** (79,2%), que registra un increment de 25 punts percentuals respecte del 2020 i de 7 punts respecte del 2019. Totes les obres emeses pel 3/24 són de producció a Catalunya.

Pel que fa al **33**, la producció amb origen a Catalunya suposa el 46,7% de l'oferta, un valor relatiu lleugerament inferior al de l'any anterior (3 punts), mentre que al **Super3** disminueix 10 punts i representa el 13,6% de l'oferta, un valor similar a l'assolit el 2019.

Figura 62. TVC. Proporció de temps d'emissió de producció de Catalunya. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Mostra de 184 dies.

6.3. Inversió en obra europea

La contribució de la CCMA a l'economia catalana també es duu a terme a través de la inversió en obra europea. A aquests efectes, l'Acord 115/2022, de 17 de novembre, 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 2021, la CCMA ha donat compliment, d'acord amb els conceptes i imports declarats, a l'obligació de finançament anticipat d'obres audiovisuals europees, amb el 6 per 100 dels ingressos meritats en l'exercici anterior, d'acord amb el seu compte d'explotació. En aquest sentit, la CCMA ha contribuït amb 16.015.159 € al finançament d'aquestes obres i ha superat els 2.384.388,84 €, quantitat resultant d'aplicar el 6 per cent sobre els ingressos computables de la CCMA. La CCMA ha donat compliment a totes les obligacions que estableix l'apartat 3 de l'article 5 de la LGCA."

Així, l'acord esmentat conclou que "per tant, les quantitats que la CCMA va destinar l'any 2021 a donar compliment a les obligacions indicades més amunt, no només assoleixen els mínims necessaris, com s'ha posat de manifest, sinó que també cobreixen la totalitat del dèficit dels exercicis 2018 i 2019, dins del període màxim de quatre anys que van disposar els acords 96/2021 i 97/2021, de 15 de desembre, de resolució dels expedients sancionadors números 1/2021-S i 2/2021-S.

Així, mitjançant l'import d'1.662.728,37 € es compensa el dèficit d'inversió en pel·lícules cinematogràfiques dels exercicis 2018 i 2019 (1.155.930,63 €). I, així mateix, mitjançant els 2.328.045,02 € es compensa el dèficit d'inversió de producció en alguna de les llengües oficials de l'Estat durant l'exercici 2019 (68.467,4 €)."

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

7.1. Oferta de continguts difosos originàriament o exclusivament en l'àmbit digital

L'oferta *digital first* de la CCMA s'adreça principalment a un públic jove i es distribueix des del web corporatiu. Tot i això, cada contingut té una estratègia de difusió pròpia: emissions primer a l'àmbit digital que després passen als mitjans lineals; espais únicament de distribució a la web; programes de difusió simultània o complementària en els dos ecosistemes mediàtics, etc.

Així, entre les estrenes del 2021, l'espai d'entrevistes *L'altra cara* es difon en primícia, simultàniament, al web de la CCMA i a YouTube, i s'emet posteriorment al 33. El divulgatiu sobre sexualitat *El Punt D* s'estrena també al web corporatiu i s'ofereix després a TV3.

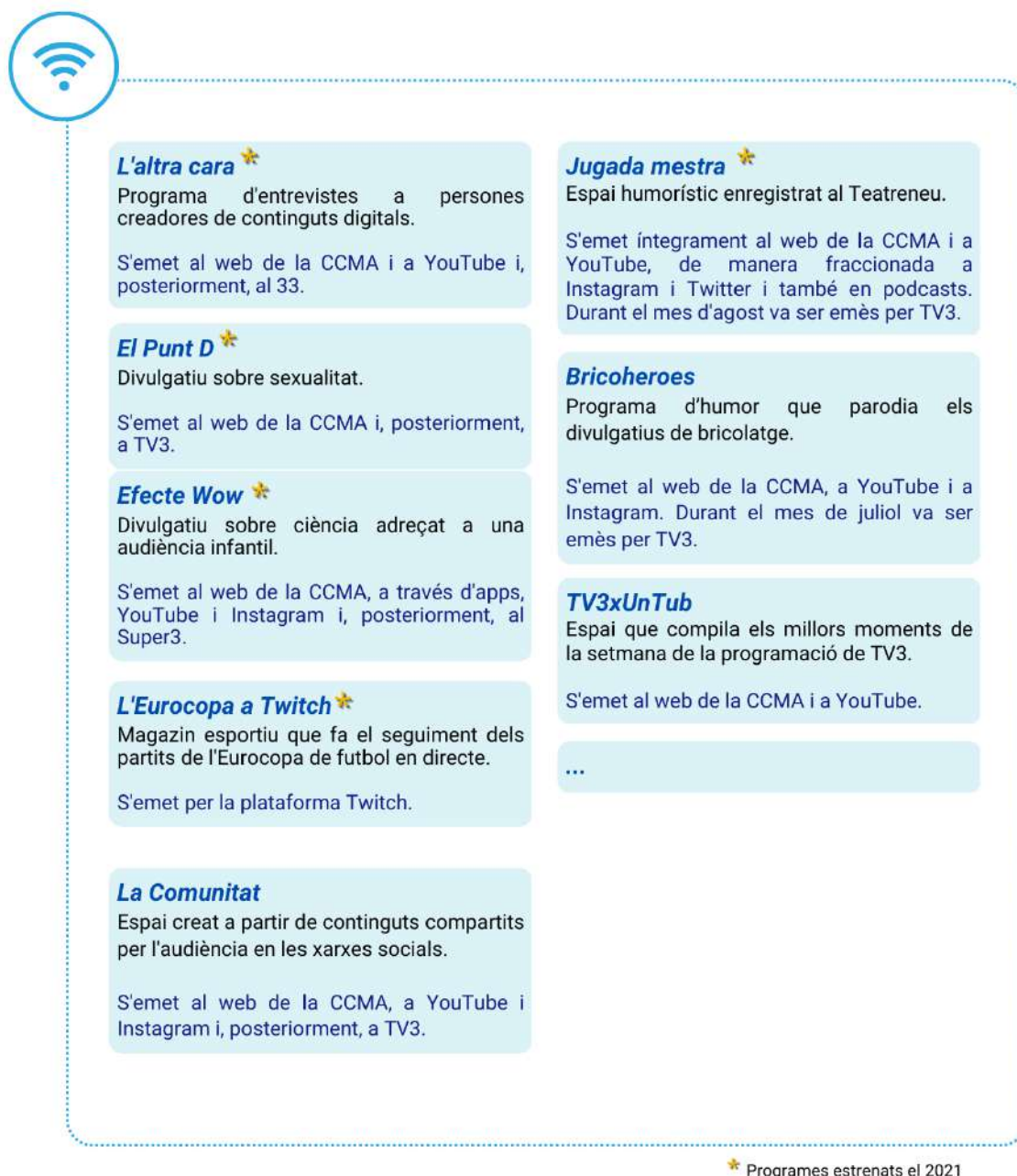
Amb una estratègia similar, el Super3 posa en marxa el divulgatiu de ciència *Efecte Wow* inicialment a les plataformes digitals (web de la CCMA, aplicacions per a dispositius mòbils i televisió connectada), YouTube i Instagram. A més de l'emissió de cada capítol, també es publica a les plataformes i xarxes del Super3 material audiovisual extra, com ara el *Test Wow* (una entrevista breu a les persones convidades) o el *Challenge Wow* (on es mostra com fer un petit experiment).

Una altra novetat és la inauguració, el juliol del 2021, del primer canal de Twitch de la CCMA amb la difusió de l'espai *L'Eurocopa a Twitch*, un magazín esportiu on l'equip de LaTdT de Catalunya Ràdio comenta i segueix els partits de l'Eurocopa de futbol 2021 en directe. Aquesta iniciativa continua amb el seguiment, en els mateixos termes, de partits de la Champions League.

L'estrena del magazín humorístic *Jugada mestra* té com a peculiaritat que es difon en format vídeo i pòdcast alhora. A més, s'emet íntegrament al web de la CCMA i a YouTube, fraccionat en clips amb els millors moments a Instagram i Twitter, així com en plataformes de pòdcast externes.

Pel que fa als espais amb continuïtat respecte del 2020 destaca *La comunitat*, on l'audiència col·labora com a creadora amb aportacions a les xarxes socials. En aquest cas, l'espai es difon inicialment al web de la CCMA, a YouTube i a l'IGTV d'Instagram, i posteriorment s'emet a TV3.

Figura 63. CCMA. Exemples de continguts audiovisuals difosos originàriament en l'àmbit digital. Any 2021



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

L'oferta de la CCMA de **continguts d'àudio** distribuïts a través de mitjans digitals és de temàtica diversa.

Quant a la distribució, espais com *Rècords*, sobre esdeveniments esportius del passat, el divulgatiu d'història *Fulles perennes* o l'informatiu *Filling the sink* es difonen a la carta des del web de la CCMA.

D'altra banda *Felicitat digital*, sobre noves tecnologies, la sèrie de ficció *La torre de vidre*, l'informatiu *Mapa Mundi*, el magazín d'entreteniment *La família* o el magazín esportiu *Futbol català*, a més d'estar disponibles al web corporatiu, també es poden escoltar en diferents plataformes de distribució de pòdcast (Spotify, iTunes, iVoox, Google Podcast, Amazon Music). *Futbol català* és accessible, a més, a través de YouTube.

Figura 64. CCMA. Exemples de continguts de pòdcast. Any 2021



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

7.2. Innovacions tecnològiques en la producció i distribució de continguts

Durant l'any 2021 la CCMA adopta diversos procediments innovadors en la producció i distribució de continguts.

Així, segons dades aportades per la Corporació mateixa, implementa sistemes de producció IP i al núvol, implanta la plataforma d'intel·ligència artificial en els fluxos de producció i arxivament, realitza un estudi per substituir els sistemes del canal 3/24 per d'altres d'última generació i adapta els continguts del seu servei a la carta a l'alta resolució (HD). El 2021 també és l'any en què la CCMA inicia el desplegament de la seva plataforma OTT.

Per la seva banda, Catalunya Ràdio desenvolupa el seu primer projecte d'àudio immersiu amb el pòdcast *La torre de vidre*, amb l'ús de la tecnologia binaural, que permet percebre la direccionalitat del so o la distància quan s'escolta amb auriculars.

A més, la Corporació participa, en col·laboració amb altres institucions, en diversos projectes d'innovació amb influència en l'àmbit social, entre els quals destaquen l'adscripció a l'associació UHD Spain i la participació en els projectes PICAIE (Publicació Intel·ligent de Continguts Audiovisuals i Editorials), VIVIM (Visió per computador i per Vídeo Immersiu Multiplataforma) i AINA.

Figura 65. CCMA. Exemples de la participació de la CCMA en associacions i projectes vinculats a la innovació tecnològica. Any 2021



Ultra High Definition Spain

Associació d'empreses de la indústria audiovisual que treballa per impulsar l'Ultra Alta Definició a l'Estat espanyol.

La **CCMA** participa en grups de treball sobre captació, postproducció, codificació, emissió i receptors, col·labora en la redacció del Libro Blanco del UHD, lliura material produït en 4K i HDR, coopera en el desenvolupament de l'aplicació HbbTV d'UHD Spain i realitza proves de codificació, emissió i recepció de continguts en 4K i HDR.



Publicació Intel·ligent de Continguts Audiovisuals i Editorials

Té com a finalitat principal crear un sistema avançat de recomanació de continguts, amb l'aplicació de tècniques de *big data* per millorar el perfilat de les persones usuàries.

La **CCMA** col·labora en les proves pilot a través del seu portal, on s'està experimentant amb nous algorismes i tecnologies de recomanació desenvolupats en el projecte.



Visió per computador per Vídeo Immersiu Multiplataforma

Pretèn implementar un sistema de producció i consum audiovisual a partir del vídeo omnidireccional, que integra la multicàmera 360° i la sincronització de pantalles.

La **CCMA** col·labora en l'execució de dos pilots del projecte que obre al consum del públic i que permeten recollir dades d'ús. El **pilot 1** simula un ascensor en el temps on cada planta mostra un recull dels vídeos de la CCMA més representatius de l'any en un entorn 360°. El **pilot 2** consisteix en la retransmissió multicàmera de la cursa de cotxes Autonomous Driving Challenge 2021, que permet les persones usuàries desplaçar-se pel circuit de manera virtual.



Projecte AINA

Té com a objectiu fomentar l'ús normalitzat del català en l'ecosistema tecnològic, informàtic i audiovisual, així com generar els recursos digitals i lingüístics per facilitar el desenvolupament d'assistents de veu, traductors automàtics, agents de conversa en català, etc.

La **CCMA** aporta els seus arxius per confeccionar un corpus de continguts audiovisuals en català amb els quals entrenar sistemes d'intel·ligència artificial.

Font: Elaboració pròpia a partir de la *Memòria d'informació no financera 2021* i dels webs dels projectes UHD Spain, PICAe, ViViM i AINA.

7.3. Premis, reconeixements i guardons

Al 2021 dos projectes d'innovació tecnològica de la CCMA han estat reconeguts amb els premis atorgats per TM Broadcast, un, guanyador en la categoria de millor producció tècnica remota i l'altre, finalista del millor projecte d'innovació.

Figura 66. CCMA. Exemples de premis, reconeixements i guardons a continguts audiovisuals de la CCMA per la seva tasca com a creador de valor tecnològic. Any 2021



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

Resum executiu

El segon Mandat marc, aprovat pel Parlament de Catalunya el 18 de desembre de 2020, estableix els objectius i les línies bàsiques que han d'inspirar el sistema públic audiovisual. Aquest text és coincident amb la nova perspectiva que sobre l'aportació del servei públic va plantejar el 2015 l'European Broadcasting Union (EBU), que es basa en la concepció del servei públic com a generador de valor per a la societat.

En aquest context, aquest informe en relació amb el compliment de les obligacions de servei públic per part de la CCMA adapta els instruments d'anàlisi a aquest nou enfocament i s'estructura en cinc àrees de generació de valor: democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic.

L'oferta de continguts de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

La CCMA ofereix els seus continguts audiovisuals mitjançant les emissions de ràdio i de televisió en línia (FM i TDT) i la difusió de continguts en l'àmbit digital.

L'estructura de **l'oferta lineal** no ha experimentat canvis substancials respecte del 2020 i es continua articulant entre els canals generalistes (TV3 i Catalunya Ràdio) i els especialitzats: informació contínua (3/24 i Catalunya Informació), programació infantil i juvenil (Super3), esportiva (Esport3), i musical i cultural (33, iCat i Catalunya Música).

L'àmbit digital, al seu torn, posa a disposició de l'audiència continguts audiovisuals de la CCMA tant en els espais propis creats per la Corporació mateixa, com ara el lloc web o les aplicacions per a dispositius mòbils i televisors connectats, com també en plataformes de distribució externes, en xarxes socials o en els serveis de distribució de pòdcast. El 2021, la CCMA crea un canal propi a Twitch, amb continguts relacionats amb els esports, i integra l'oferta de pòdcasts a Apple Music.

Figura 67. Oferta televisiva, radiofònica i digital de la CCMA. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

L'**audiència** dels canals lineals és dispar. Si bé durant el 2021 i per 12è any consecutiu, TV3 lidera l'audiència televisiva a Catalunya amb una quota mitjana del 14,0%,¹⁷ els canals especialitzats registren xifres molt inferiors: un 1,4% el 3/24 i un 0,5% tant Esport3 com el Super3/33 (0,4% el Super3 i 0,7% el 33). En relació amb els principals grups de comunicació que operen a Catalunya, durant els darrers 5 anys TVC es manté, amb una quota de pantalla estable, com el tercer grup en audiència.

Quan a l'àmbit radiofònic, Catalunya Ràdio, amb 520 mil persones oients diàries de mitjana, és, com en anys anteriors, la segona més escoltada del país. Catalunya Informació obté 93 mil persones oients, iCat, 38 mil i Catalunya Música, 29 mil.¹⁸

Cal destacar l'increment de reproduccions de vídeos en el servei a la carta respecte del 2020, fins a 131 milions, un 3% més. Les reproduccions d'àudio registren una xifra molt similar (43 milions), després de l'augment del 33,7% que havia experimentat respecte del 2019.

¹⁷ Segons dades de Kantar Media publicades per la CCMA.

¹⁸ Persones oients de mitjana, segons dades de l'EGM publicades per la CCMA.

La generació de valor democràtic

La programació informativa

El Mandat marc afirma que el servei públic “és un element bàsic per a una ciutadania crítica i informada” i n’atribueix diferents obligacions que tenen com a denominador comú un aspecte quantitatiu (oferir informació) i un de qualitatiu: que sigui de qualitat, en el seu sentit més ampli (veraç, plural, diversa, etc.).

En aquest sentit, la programació informativa constitueix un dels punts destacats en l’oferta dels mitjans de la CCMA, tal com apunten diferents indicadors.

Així, l’aposta per la informació es reflecteix en l’oferta de dos canals lineals especialitzats, el 3/24 (televisió) i Catalunya Informació (ràdio), o en l’existència del portal informatiu 3/24.cat. Quant als dos canals generalistes, el 35,9% del temps d’emissió de TV3 i el 14,7% de Catalunya Ràdio corresponen a informatius diaris, una xifra que s’incrementa fins al 55,9% i el 36,9%, respectivament, si s’hi afegeixen altres formats de programació amb informació.

Aquesta atenció a la informació obté bons resultats d’audiència i de percepció qualitativa de les persones espectadores.

D’una banda, segons dades publicades per la CCMA, els *Telenotícies* de TV3 apareixen sempre entre els programes més seguits de la televisió lineal. En l’àmbit digital, tant aquests teleinformatius com *El matí de Catalunya Ràdio* es troben entre els programes més sol·licitats a la carta i, a les xarxes socials, el perfil de Twitter dels serveis informatius de TV3 i de Catalunya Ràdio, @324cat, supera les 700.000 persones seguidores el 2021.

De l’altra, la percepció de l’audiència enquestada en el panel qualitatiu elaborat per l’empresa GfK i publicat per la CCMA mostra que els informatius de TV3 són els més ben valorats de la televisió generalista, amb una puntuació de 8,6 sobre 10.¹⁹

El contingut de la informació

Durant el 2021 l’actualitat recollida pels informatius diaris continua marcada per la pandèmia de Covid-19, tot i que s’observa una superació gradual de la situació d’excepcionalitat informativa de l’any anterior.

¹⁹ Segons dades de GfK publicades per la CCMA.

Així, la informació sobre els diferents aspectes de la pandèmia (sanitari, gestió política i efectes socials), continua sent el principal ítem i suposa el 20,8% del temps de notícia dels informatius diaris de TV3 i el 30,1% dels de Catalunya Ràdio.

No obstant això, el 2021 es torna a posar la crònica política al centre de l'agenda informativa (16% a TV3 i 19,8% a Catalunya Ràdio). Si bé és cert que els aspectes relacionats amb la gestió política de la pandèmia encara tenen un pes important, ja s'aprecia un desplaçament del focus cap a altres temes, com ara el debat entorn del model de relacions entre Catalunya i l'Estat espanyol o les eleccions al Parlament del 14F, segon i tercer ítems informatius amb més atenció tant a TV3 com a Catalunya Ràdio.

De manera complementària als espais informatius diaris, els mitjans de la CCMA també van abordar l'actualitat a través de programes especials o de l'adaptació dels continguts d'altres d'emissió regular. Així, i a tall d'exemple, televisions i ràdios de la CCMA van dedicar una programació específica a esdeveniments de l'àmbit de la política, com les eleccions al Parlament de Catalunya i la consegüent constitució del nou Parlament; de l'economia, prestant una atenció especial a esdeveniments com el Mobile World Congress; o del medi ambient, donant cabuda a la cimera del clima de Glasgow COP26 ([vegeu la figura 17](#), a la pàgina 38).

Quant a la veracitat de la informació, la CCMA disposa d'un equip professional ("Fets o fakes") de verificació i detecció de notícies falses, que treballa d'acord amb els principis que fixa la International Fact-Checking Network.

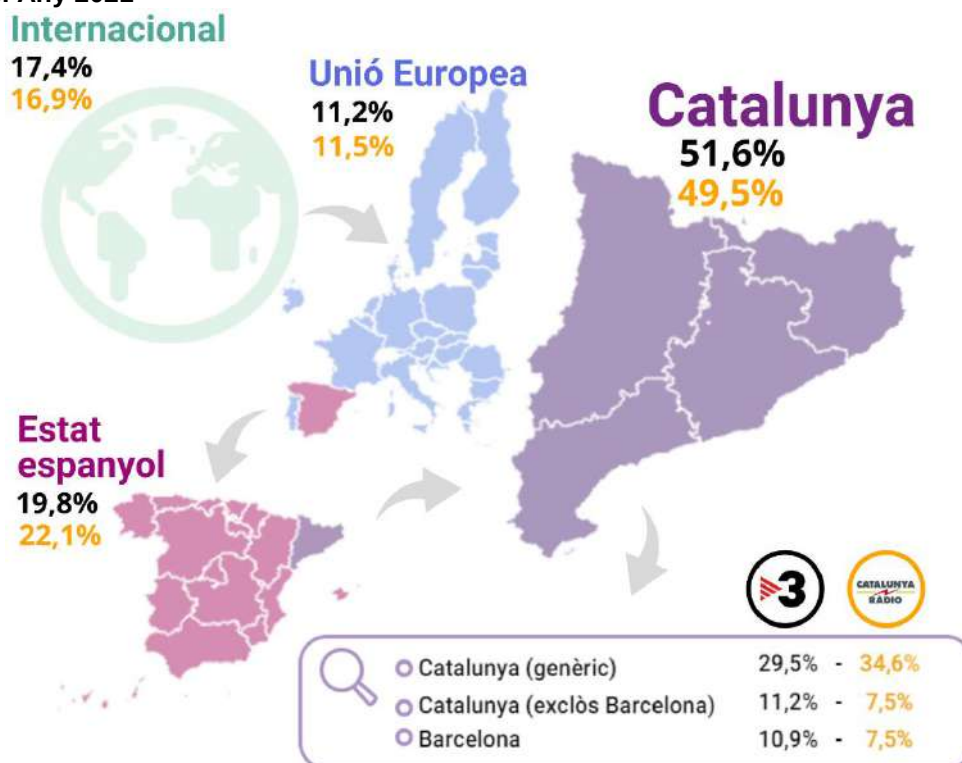
La diversitat territorial

El Mandat marc també imposa als mitjans públics l'obligació d'emetre una informació "territorialment equilibrada".

Tot i que la norma no concreta l'aplicació aquest precepte, els principals informatius diaris de Catalunya Ràdio i de TV3 donen cabuda als diferents nivells geogràfics i político-administratius (local, nacional, de la resta dels territoris de l'Estat, de l'àmbit de la UE i de la resta del món). Val a dir que la informació que es refereix a Catalunya ocupa, en tots dos mitjans, entorn de la meitat del temps d'emissió i que la informació corresponent a la ciutat de Barcelona ocupa un temps equivalent al de la resta del territori català.

Adicionalment, la informació local s'atén en el *TN comarques*, d'emissió diària, i en una secció del *Catalunya migdia* o en el *Catalunya al dia* de Catalunya Informació.

Figura 68. TV3 i Catalunya Ràdio. Temps de notícia per àmbit territorial als informatius diaris. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pel que fa a la programació no informativa, diferents espais apropen la diversitat territorial de Catalunya a les persones espectadores, entre els quals destaquen, per xifres d'audiència, les noves temporades d'*El foraster* i de *Joc de cartes*.

La diversitat social

L'oferta dels mitjans de la CCMA inclou elements que reflecteixen la pluralitat de la societat catalana, entesa en els termes que estableix el Mandat marc com "donar visibilitat a grups i individus", mitjançant diferents tipologies de programes.

Així, en els informatius diaris de TV3 (*TN migdia* i *TN vespre*), les persones amb més temps de paraula són les adultes (83,6%) i gairebé totes, percebudes com a blanques (98,7%). El revers d'aquestes dades mostra que la presència tant de joves com de persones grans és molt inferior a la de les persones adultes i que la població percebuda com a no blanca es limita a l'1,3%. Les persones immigrades, de qualsevol edat, suposen un 4,5% del temps de paraula.

En aquests mateixos informatius de TV3 i en els de Catalunya Ràdio (*Catalunya migdia* i *Catalunya nit*) la majoria de les persones que hi apareixen ho fan en funció d'un rol no polític.

La incidència de la pandèmia en la informació diària dels dos mitjans guarda una relació directa amb la presència de les diferents agrupacions. Així, les veus del món de la sanitat conserven un protagonisme inusual abans del 2020 i la transversalitat d'aquest tema es tradueix en el fet que 1 de cada 3 intervencions de persones que apareixen de manera ocasional sigui per donar testimoni personal d'aspectes relacionats amb la Covid-19 (com ara la vacunació, la regulació de l'oci nocturn, etc.). En sentit invers, la recuperació de l'activitat cultural durant el 2021 duu a una recuperació de la presència de les persones del món de la cultura, que passen a ser el grup amb més temps de paraula a Catalunya Ràdio i el segon a TV3.

Un element de continuïtat en els informatius és la constatació del pes de les veus ocasionals, amb xifres similars a les prèvies a la pandèmia, entorn del 20% a TV3 i del 15% a Catalunya Ràdio.

I, finalment, entre les institucions socials amb incidència directa en el debat sociopolític, els dos mitjans atorguen temps de paraula a les organitzacions empresarials (3,7% a TV3 i 9,3% a Catalunya Ràdio), als sindicats (1,1% i 6,1%) i a les entitats vinculades al debat polític (0,9% i 1,9%, respectivament).

Figura 69. TV3 i Catalunya Ràdio. Temps de paraula de les agrupacions no polítiques als informatius diaris. Any 2021 ²⁰



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El pluralisme polític

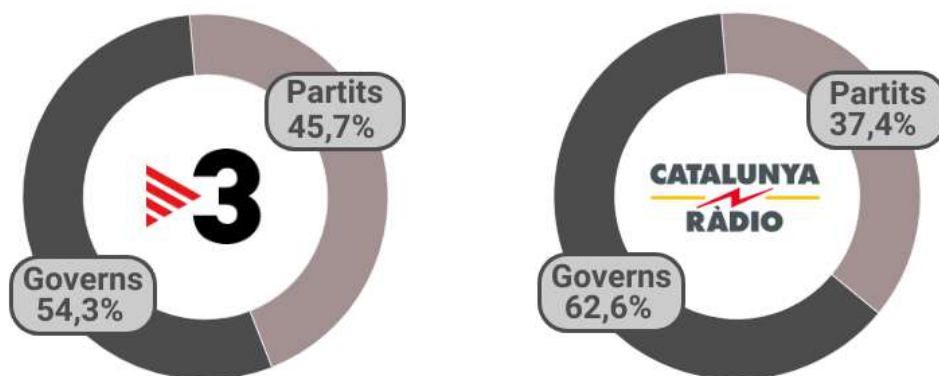
Pel que fa al pluralisme polític, dos ítems informatius són els que més repercuteixen en la distribució del temps de paraula dels actors polítics als teleinformatius i informatius diaris: la pandèmia de Covid-19 i les eleccions al Parlament de Catalunya del 14F.

En total, TV3 dona veu a 45 agrupacions diferents i Catalunya Ràdio a 44.

Així, el paper dels executius en la lluita contra la Covid-19 explica, si més no parcialment, que les veus governamentals continuïn sent majoritàries en els dos mitjans: els governs de Catalunya i de l'Estat, per aquest ordre, són els que disposen de més temps de paraula als dos mitjans.

²⁰ Les entitats vinculades al debat polític són associacions socials i fundacions que intervenen explícitament en els debats polítics d'abast general, que apareixen als registres oficials d'entitats classificades com a *polítiques* o que es presenten com a tals en el seu procés de constitució.

Figura 70. TV3 i Catalunya Ràdio. Presència dels governs i dels partits polítics als informatius diaris. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Les eleccions al Parlament, al seu torn, contribueixen a incrementar el nombre i el pes dels partits polítics en les eleccions. Així, els informatius diaris de la televisió i de la ràdio públiques inclouen intervencions de totes les forces amb representació a la cambra catalana i les distribueixen en un ordre similar segons el temps de paraula: ERC amb Sobiranistes, JUNTSxCAT, PSC+PSOE amb Units per Avançar i PPC+PP són les forces que apleguen més temps de paraula i se situen en forquilles de 3 i 5 punts percentuals, respectivament ([vegeu les figures 24 i 25](#), a les pàgines 55 i 56).

Durant el temps de **campanya electoral de les eleccions al Parlament del 14 de febrer**,²¹ tant TV3 com Catalunya Ràdio dediquen més d'un terç dels informatius diaris analitzats (el 34,4% i el 38,9%, respectivament) a informacions sobre la campanya de les candidatures o sobre temes que s'hi relacionen.

Quant a les informacions de la campanya electoral, els dos mitjans atorguen temps a les candidatures integrades per les set formacions que van obtenir representació al Parlament el 2017 per alguna de les quatre circumscripcions catalanes i per dos grups polítics significatius. TV3 també inclou, amb percentatges inferiors, temps de notícia de 6 altres candidatures. I es dona veu, en forma d'entrevistes i debats a aquestes mateixes 9 candidatures (les 7 amb representació al Parlament i els dos grups polítics significatius).

La presència del **món polític local**, que s'havia incrementat de manera significativa durant el 2020 per raó de la intervenció dels executius en la gestió de la Covid-19, es

²¹ Dades estretes de l'informe del CAC 31/2021, *Informe específic de pluralisme a la televisió i a la ràdio durant la campanya de les eleccions al Parlament de Catalunya 2021*.

redueix el 2021 fins a percentatges més habituals fins al 2019: el 8,8% del temps de paraula a TV3 i el 10,4% a Catalunya Ràdio. La dada que no varia substancialment és el predomini de les veus governamentals (el 95% del temps) davant les d'oposicions municipals.

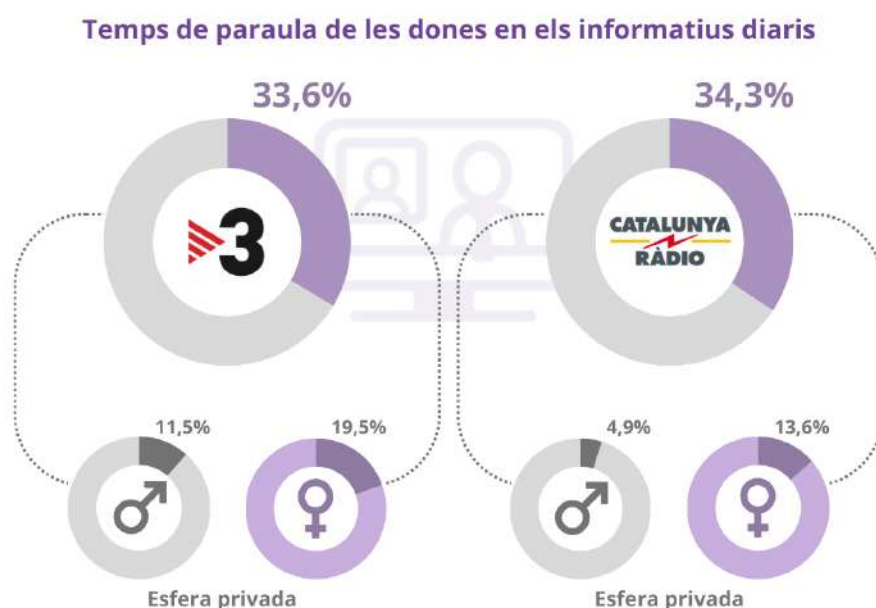
Quant a **altres formats** d'intervenció de veus polítiques, les eleccions al Parlament també han fet incrementar el nombre d'entrevistes i de debats protagonitzats per representants polítics, sobretot de partits amb representació parlamentària. Així, TV3 realitza entrevistes a persones que donen veu a 35 agrupacions diferents, 22 de les quals partits; el 3/24 a 21, 13 de les quals partits, i Catalunya Ràdio a 27 (16 partits). Totes les formacions amb representació al Parlament hi són presents.

Pel que fa als debats, en els tres mitjans, la presència del conjunt de forces polítiques és majoritària, principalment per la participació en aquest format de membres dels partits amb representació parlamentària que concorren a les eleccions del 14F.

La igualtat de gènere en la programació

Quant a la programació, als informatius diaris de TV3 i de Catalunya Ràdio, les dones continuen tenint una presència minoritzada (suposa un terç del temps de paraula) i representen rols propis de l'esfera primària de manera més habitual que els homes (el doble a TV3 i gairebé el triple a Catalunya Ràdio). Per contra, les dones tenen una presència molt inferior a la que obtenen en el conjunt de la informació quan intervenen per raó de la seva expertesa, com a veu d'un col·lectiu professional o del món empresarial.

Figura 71. TV3 i Catalunya Ràdio. Temps de paraula de les dones i representació de rols a l'esfera privada en els informatius diaris. Any 2021



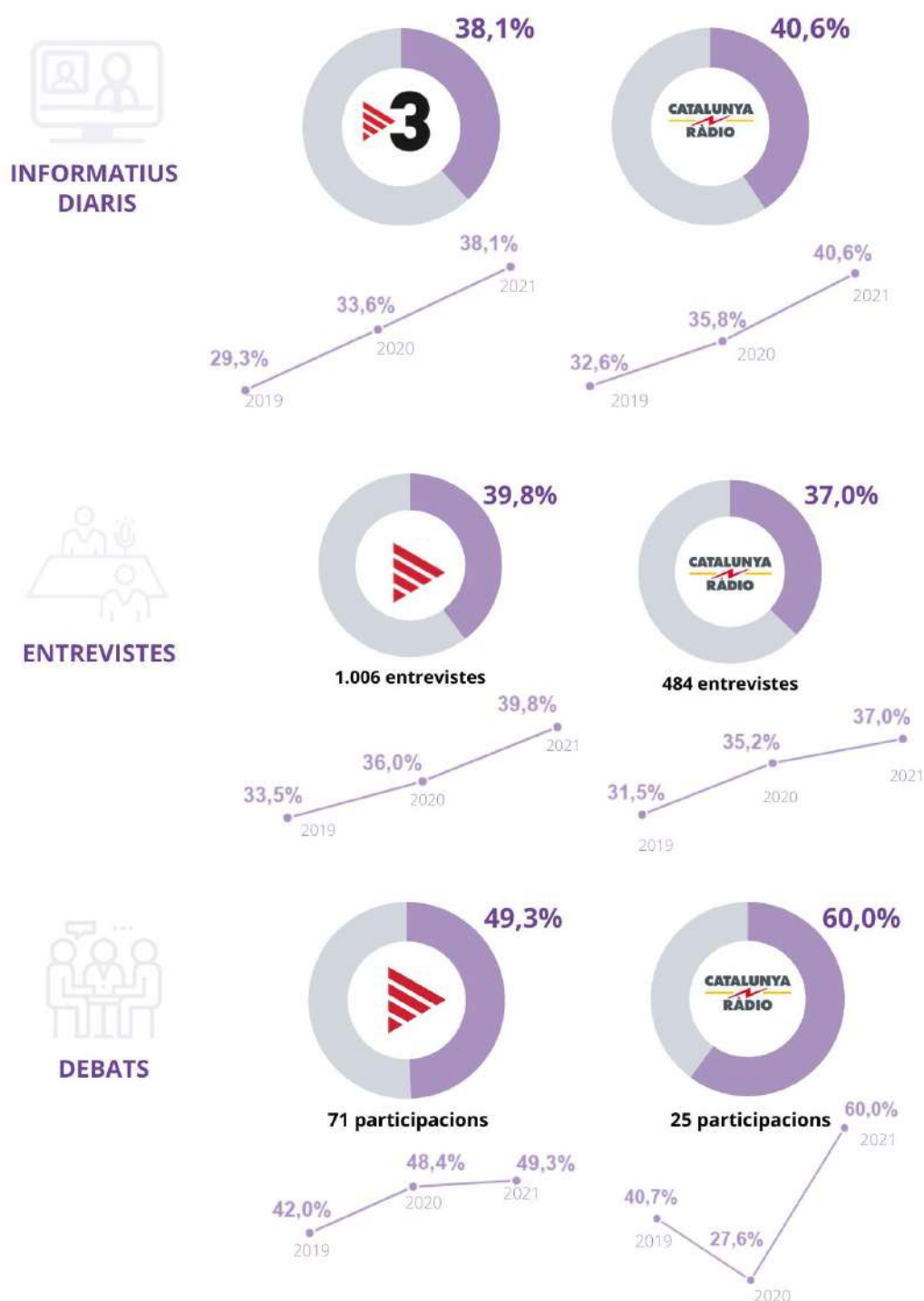
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Crida l'atenció especialment que en un sector d'activitat feminitzat com la sanitat, les dones continuïn apareixent amb menys freqüència que els homes. I en relació amb l'àmbit esportiu, tot i la presència creixent d'informació sobre l'esport femení, els informatius diaris es continuen focalitzant, de manera molt acusada, en el masculí. Una mostra és la presència residual de dones esportistes en els telenotícies de TV3, que suposen menys del 4% del temps de paraula total de dones.

Quant a les **tertúlies i a altres espais d'opinió**, formats en què els mitjans tenen més capacitat de triar les persones que hi intervenen i més independència respecte de l'actualitat, les dones assoleixen xifres de presència entorn del 50% en les tertúlies ofertes per TVC (48,4% de les persones són dones) i en altres espais d'opinió a Catalunya Ràdio (51,4%). La proporció és inferior al 40%, però, en les tertúlies a Catalunya Ràdio i en els altres espais d'opinió a TVC.

Tot i que lluny de la igualtat, la bretxa de gènere és més petita entre les persones que apareixen als informatius com a **representants de partits i institucions**. Malgrat l'avenç durant els darrers anys, les dones només són 4 de cada 10 veus en els informatius diaris i en les entrevistes de TV3 i de Catalunya Ràdio. Quant als debats, amb xifres de participació molt més reduïdes, tant TVC (TV3 i 3/24) com Catalunya Ràdio n'assoleixen una presència igualitària.

Figura 72. Presència de les dones amb un rol polític als informatius diaris (TV3 i Catalunya Radio) i a les entrevistes i debats (TV3, Catalunya Radio i 3/24). Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pel que fa a la resta de l'oferta, ràdios i televisions de la CCMA incorporen la perspectiva de gènere de manera transversal en diferents programes i en accions concretes relacionades amb efemèrides.

Així, cal destacar les programacions especials realitzades amb motiu del 8 de març, que, sota el títol *Setmana de les dones*, dediquen un seguit d'espais de gèneres diferents i en modifiquen els continguts d'altres (debats, entrevistes o reportatges en magazins, per exemple) per tal de visibilitzar les dones i tractar els obstacles a la igualtat ([vegeu la figura 33](#), a la pàgina 78). De la mateixa manera, entorn del 25 de novembre, *Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones*, ràdios i televisions centren alguns dels seus continguts en aquesta problemàtica ([vegeu la figura 34](#), a la pàgina 79).

Val a dir que la informació sobre les violències masclistes en els teleinformatius de TV3 entre l'octubre i el desembre del 2021 presenta un grau elevat d'adequació a les *Recomanacions sobre el tractament de la violència masclista als mitjans de comunicació*, tot observant-se una evolució positiva respecte d'anys anteriors.²²

Més enllà d'aquestes actuacions, els programes habituals inclouen espais que tracten problemes relacionats amb la desigualtat (la bretxa salarial, la pressió estètica, els usos sexistes del llenguatge o el biaix de gènere en salut, per exemple) i s'emeten espais que posen en relleu les aportacions de les dones en la societat. Entre les emissions regulars que aborden específicament aquests temes, Catalunya Ràdio emet *Les dones i els dies*, programa guardonat amb el Premi a les bones pràctiques per a una comunicació no sexista.

Quant a la plantilla professional de la CCMA, el 42% són dones, una xifra estable en els darrers anys (el 2017 era del 41%).

²² L'informe *El tractament de les informacions sobre violències masclistes en els teleinformatius* va analitzar el tractament de les informacions sobre violències masclistes entre l'octubre i desembre emeses en tres televisions, una de les quals, TV3.

La generació de valor social

El Mandat marc relaciona el paper del servei públic com a generador de valor social amb la creació de comunitat, que passaria, també, per “oferir una informació i unes representacions respectuoses i acurades” sobre les noves cultures i tractar “com a prioritària” l’atenció i la protecció d’infants, joves i adolescents. Així mateix, també estableix com a obligacions específiques una missió “d’educació digital” i fer possible “l’accés de les persones amb discapacitat sensorial, cognitiva o de qualsevol altra naturalesa als continguts emesos.”

Les noves cultures presents a Catalunya

Durant el 2021, en els canals de televisió i de ràdio, les emissions regulars que s’ocupen, de manera específica, d’aquesta temàtica, continuen pivotant entorn de programes ja existents l’any anterior. Així, es continuen emetent redifusions de *Karakia* al 33 i noves edicions d’espais radiofònics que mostren la diversitat cultural (com ara *Les cordes de l’ukelele* a Catalunya Música o *Solidaris* a Catalunya Ràdio, Premi Civisme 2021). El temps de paraula de les persones immigrades en els teleinformatius de TV3, una altra de les vies de representació d’aquesta realitat, és del 4,5%, amb la particularitat que la meitat correspon a esportistes professionals de la UE que intervenen en la secció d’esports.

Quant a la **presència de les diferents religions**, continuen en antena espais de periodicitat diversa dedicats a la comunitat catòlica (*Signes del temps* a TV3 i *Paraules de vida* a Catalunya Ràdio) i protestant (*Néixer de nou* a TV3), i s’atén el calendari de celebracions d’altres confessions en espais informatius i divulgatius.

L’atenció a infants i adolescents

La CCMA concentra la programació adreçada a aquests segments d’edat en el canal de televisió Super3, en diversos espais emesos a Catalunya Ràdio i iCat, i en l’oferta digital.

Els continguts del Super3 no experimenten canvis respecte de l’any anterior (tret dels derivats de la incidència de la Covid-19) i s’adrecen tant al públic preescolar (de 2 a 5 anys), com a l’infantil i adolescent (de 6 a 14 anys). La programació continua basada en la ficció (91,2%), però també s’hi inclouen espais divulgatius (durant el 2021 s’estrenen *Bestial* i *Efecte Wow*), educatius (es renova *Wow! English methode*), culturals o d’entreteniment (amb les estrenes del concurs *3,2,1...Splash!* i l’espai *Top o Fail*) i informatius (*l’InfoK*).

Les audiències del Super3, però, continuen mostrant una tendència a la baixa els darrers anys: el 2018 registrava un 1,0% de quota, que va disminuir fins al 0,8% durant el 2019, el 0,6% el 2020 i el 0,4% el 2021.

Cal destacar, en el marc del Super3, la complementarietat entre emissions lineals i difusió digital. Així, per exemple, *Efecte Wow* es difon inicialment a les plataformes digitals i es complementa amb material audiovisual extra, com ara el *Test Wow* (una entrevista breu a les persones convidades) o el *Challenge Wow* (on es mostra com fer un petit experiment).

Val a dir que la CCMA estén l'oferta digital a joves i adolescents, incorporant-hi el 2021 diferents espais, com ara *L'altra cara* o *El punt D* i el pòdcast *Passar notes*.

I en l'àmbit radiofònic, Catalunya Ràdio també s'adreça a un públic jove amb *Adolescents XL*, un espai d'emissió diària que incorpora una influenciadora a l'equip i que inclou un repàs a l'actualitat des d'una perspectiva juvenil.

Quant a la **protecció de les persones menors d'edat** davant els continguts emesos a les televisions, la gran majoria dels programes apareixen senyalitzats *per a tothom* a tots els canals i les tres categories més restrictives (*no recomanat per a menors de 18 anys*, *de 16 anys* i *de 13 anys*) només són presents a TV3 (4,8% del temps d'emissió) i al 33 (7% del temps d'emissió).

Igualment, els vídeos disponibles al servei a la carta del web corporatiu inclouen la senyalització per categoria d'edat. A més, el web del Super3 incorpora mesures addicionals per tal que crear un entorn segur, com ara l'aparició d'una alerta a la persona usuària en clicar un enllaç que redirigeix a entorns aliens.

Continguts d'educació digital

Els continguts que tenen com a objectiu promoure l'adquisició de competències digitals per part de l'audiència s'han emès, durant el 2021, tant en programes especialitzats com en seccions d'espais més genèrics i adreçats a segments d'edat de la població diferents.

TV3 estrena *Canvi de xip*, on persones grans interactuen amb joves en relació amb les noves tecnologies. Una altra estrena, al 33, *CTRL*, ofereix continguts divulgatius per a tota l'audiència. A banda, continua l'emissió d'altres espais de ràdio i televisió, i alguns magazins televisius i radiofònics d'emissió regular inclouen seccions que periòdicament tracten aspectes relacionats amb l'educació digital.

Mecanismes d'accessibilitat

Durant el 2021, la subtitulació de continguts s'aproxima als nivells observats el 2019, any previ a la irrupció de la pandèmia, i més de 9 de cada 10 hores d'emissió a TV3, al 33 i al Super3 apareixen subtitulats, una xifra inferior a Esport3 (una quarta part del temps).

La televisió lineal de la CCMA també inclou l'audiodescripció per a persones amb deficiències visuals, amb valors similars als dels anys precedents, sobretot en espais de ficció, i la interpretació en llengua de signes catalana en teletinformatius.

La generació de valor cultural

El servei públic audiovisual a Catalunya, segons el Mandat marc, té una funció important com a motor de la cultura catalana, “entesa com un procés de construcció”, com a “divulgador de coneixement” i com a “garantia de la provisió de continguts i serveis audiovisuals en català”.

La cultura catalana. Promoció i continguts en la programació

Els continguts que difonen o informen sobre diferents aspectes de la cultura estan presents de manera transversal en la programació de les ràdios i les televisions de la CCMA. No obstant això, els mitjans que concentren l'oferta cultural són el 33, com a televisió lineal dedicada a la cultura i el coneixement, i Catalunya Música i iCat, com a ràdios especialitzades en músiques de diferents gèneres.

Quant a la televisió, el 33 programa espais específicament dedicats a diferents disciplines, com ara la literatura, la música o el cinema (s'estrena *Les cares dels Gaudí*), així com d'altres de caràcter més genèric (*Fins que arribin els marciàns*, també emès a TV3) o que s'ocupen de la cultura des del vessant digital (s'estrena *CTRL*) ([vegeu la figura 49](#), a la pàgina 106).

En l'àmbit radiofònic, Catalunya Música i iCat configuren la graella bàsicament amb programes musicals de diferents estils, que complementen amb programes sobre altres disciplines ([vegeu la figura 50](#), a la pàgina 108).

Cal tenir present que les audiències d'aquests tres mitjans especialitzats disten molt de les assolides per TV3 i Catalunya Ràdio. En aquests dos canals generalistes, l'oferta de programes específicament dedicats a la cultura és molt més reduïda i, a més, s'emeten principalment fora del *prime time* i durant la temporada d'estiu. Com a excepció, TV3 estrena el 2021 *Batalla monumental*, un concurs amb continguts divulgatius sobre diferents monuments de Catalunya. Catalunya Ràdio, al seu torn, disposa durant l'any d'espais regulars dedicats al cinema, la literatura, la cultura popular o la música.

En canvi, la informació cultural en els informatius diaris de TV3 i de Catalunya Ràdio, emesos en *prime time* i amb audiències elevades, té una presència significativa: recupera espai després de la pandèmia i representa la tercera àrea temàtica per temps dedicat (11,8% i 14% del total, respectivament). Aquesta rellevància es reflecteix, també, en la intervenció de persones del món de la cultura: són les que apareixen més a Catalunya Ràdio (22,7% del temps de paraula total) i les segones a TV3 (17,1%).

Professionals que intervenen en aquests espais han obtingut diversos reconeixements per la tasca informativa en temes culturals, com ara el Premi GAC (per la difusió

d'informació sobre art) i el Memorial Pere Rodeja, concedit pel Gremi de Llibreters (per la divulgació literària).

En l'àmbit digital, la CCMA compta amb un portal específic sobre cultura amb informació, vídeos i àudios, i enllaços a l'oferta de programes, tant la que s'emet en línia com la difusió exclusivament digital (per exemple, el pòdcast *Passar notes*) o productes *digital first* (com ara *A 2veus*).

El paper de la CCMA en la promoció de la cultura catalana també es duu a terme mitjançant la participació en acords i convenis de col·laboració amb institucions i entitats culturals. És el cas, per exemple, de la campanya "Impulsem Cultura", la Crida 2021 a projectes audiovisuals (amb el Departament de Cultura) o el conveni amb l'ICEC, d'abast català, i les col·laboracions en diferents esdeveniments culturals arreu del territori ([vegeu la figura 54](#), a la pàgina 112).

Continguts educatius i divulgatius

L'especialització del 33 en cultura i coneixement també es fa palesa en la concentració de l'oferta d'aquests continguts en aquest canal que, d'altra banda, té uns nivells d'audiència reduïts. Així, un 17,1% del temps d'emissió es refereix a espais d'aquestes tipologies, una presència que s'incrementa si es consideren els documentals, un gènere que, sovint, té un component divulgatiu.

Durant el 2021, el 33 estrena dos espais sobre ciència (*Forjant el futur* i *Somiem el futur*), que s'afegeixen a d'altres ja existents entorn del món de la gastronomia, la cultura i la natura. El canal infantil també reforça aquesta tipologia de programes, amb l'estrena d'*Efecte Wow* (ciència) i es posa una especial atenció a l'aprenentatge de la llengua anglesa amb *Wow! English Method*, que es complementa amb l'emissió de sèries d'animació i gags en anglès ([vegeu la figura 52](#), a la pàgina 110).

La divulgació de la memòria històrica

Els continguts que atenen la història de Catalunya es concentren, sobretot, en el període entre l'esclat de la Guerra Civil i l'arribada de la democràcia, així com en episodis previs i posteriors que s'hi relacionen. Es tracta, principalment, de documentals i de reportatges, debats o entrevistes en diferents magazins de ràdio i de televisió ([vegeu les figures 53 i 54](#), a les pàgines 111 i 112).

La promoció de la llengua catalana i de l'aranès

El català és la llengua dels mitjans de la CCMA: de ràdios i televisions en línia, de continguts digitals, de les xarxes i de les diverses aplicacions de connectivitat. Igualment, 9 de cada 10 espots en les televisions són en llengua catalana.

Quant a l'aranès, com ja succeïa en anys anteriors, se circumscriu principalment a continguts informatius al 3/24 i a Catalunya Informació. La CCMA disposa d'un portal específic a la web, *L'espai de l'aranès*, on es recullen aquests programes i diverses edicions de l'espai infantil *Ua mar de condes*.

La projecció de la llengua i la cultura catalanes fora de Catalunya

La CCMA difon els seus continguts més enllà de Catalunya ([vegeu la figura 55](#), a la pàgina 115), mitjançant la difusió digital (3alacarta, plataformes d'intercanvi de vídeos i OTT, xarxes socials, etc.) o la televisió per cable. Durant el 2021, a més, el canal digital Bon dia TV incorpora el prestador públic de la Comunitat Valenciana i la CCMA crea un canal de Twitch, dedicat a continguts esportius.

Una altra via de projecció externa de la llengua i la cultura catalanes la constitueix la presència en mostres i festivals d'obres audiovisuals amb participació de la CCMA en la seva producció, algunes de les quals reben diversos reconeixements.

La generació de valor econòmic

L'impacte del servei públic audiovisual en l'economia del país i, més concretament, en la indústria audiovisual és, segons el Mandat marc, especialment significatiu en "entorns comunicatius més petits". En aquest sentit, la producció pròpia, en qualsevol format de realització, l'emissió de producció catalana i la inversió en obra europea són indicadors d'aquesta aportació.

Així, durant el 2021 les televisions de la CCMA van donar prioritat a la producció pròpia, de manera que gairebé tres quarts parts del temps d'emissió són obres de la CCMA mateixa o en col·laboració amb productores externes. Val a dir que la presència de producció aliena es dona, sobretot, en obres de ficció i en documentals: és per això que el Super3 i el 33 són les dues televisions lineals amb menys producció pròpia, mentre que TV3 i el 3/24 són les que en presenten més.

En consonància amb aquestes xifres de producció pròpia, les obres amb origen a Catalunya (pròpies o alienes) suposen el 73,1% del conjunt de les emissions dels canals lineals de televisió.

Figura 73. TVC. Proporció de temps d'emissió per origen i tipus de producció. Any 2021



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Igualment, durant el 2021 la CCMA ha destinat més de 16 milions d'euros a la inversió en obra europea, una xifra que dona compliment a l'obligació de finançament anticipat d'aquest tipus d'obres per part de la Corporació que estableix la normativa.

La generació de valor tecnològic

Segons estipula el Mandat marc, el servei públic audiovisual ha d'actuar com a “motor de recerca aplicada en nous serveis tecnològics”, tant pel que fa a la producció com a la distribució de continguts audiovisuals.

Quant a la innovació en els sistemes de producció, segons la Corporació mateixa, el 2021 s'han implementat diferents millores que inclouen l'ús de la intel·ligència artificial (en producció i arxivament, i en la participació en el projecte AINA, per exemple) i s'inicia el desplegament de la seva plataforma OTT.

Igualment, Catalunya Ràdio desenvolupa el seu primer projecte d'àudio immersiu amb el pòdcast *La torre de vidre*, que utilitza la tecnologia binaural per percebre la direccionalitat del so o la distància quan s'escolta amb auriculars.

Pel que fa a la difusió dels continguts en l'àmbit digital, la CCMA adopta diferents estratègies: emissions primer en l'àmbit digital que dies després passen als mitjans lineals (per exemple, *L'altra cara*); difusió únicament a la carta, encara que amb posterioritat pugui passar als mitjans lineals (com *El punt D*); programes de difusió simultània o complementària en els mitjans lineals i els digitals (com *Efecte Wow*), etc.

El públic al qual s'adrecen els continguts televisius en línia, jove o infantil, difereix del dels pòdcasts, dirigits principalment a una audiència adulta. Entre aquests productes, *Rècords*, *Fulles perennes* o *Filling the sink* són tres exemples de continguts esportius, culturals i informatius disponibles en el servei a la carta, però també en plataformes de distribució de pòdcasts com Spotify, iTunes, iVoox, Google Podcast o Amazon Music.

Conclusió

L'oferta lineal i digital de la CCMA respon, en termes generals, a les obligacions de servei públic que estableix el Mandat marc i, en diferent mesura, el prestador genera valor en els àmbits democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic.

Així, la CCMA presenta una oferta adreçada al conjunt de la població, amb canals lineals generalistes i especialitzats, i, de manera creixent, també en l'àmbit digital.

Una de les forteses de l'oferta del conjunt de mitjans de la CCMA és la informació d'actualitat: abundant i avalada per l'audiència, tant en termes quantitatius com qualitius. Els informatius diaris incorporen elements de pluralitat, tot i que caldria aprofundir en la representació de la diversitat social, funcional, cultural o d'origen i avançar en la presència i la representació igualitària de les dones. Cal destacar, en tot cas, l'esforç de transversalitat i la incorporació creixent de la perspectiva de gènere en la programació.

L'existència de canals especialitzats en programació cultural (a ràdio i televisió) i en programació infantil (televisió) constitueix un indicador clar de la voluntat del prestador de diversificar l'oferta de continguts i d'adreçar-se a segments de la població concrets. No obstant això, la incidència en la societat catalana és limitada, ateses les baixes audiències que registren, sobretot en l'àmbit televisiu.

En aquest sentit, s'aprecia la voluntat d'adreçar continguts a infants, adolescents i joves des de l'àmbit digital, un ecosistema més proper a aquesta població.