



RECULL DE PREMSA

05/07/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
05/07/13	ELS PERIODISTES VOLEN DEFENSAR ELS SEUS DRETS D'AUTOR / ARA	5	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
05/07/13	LA RAZÓN, ÚNICO DIARIO NACIONAL QUE CRECE EN NÚMERO DE LECTORES / LA RAZON	7	1
05/07/13	LA CADENA SER CIERRA LA TEMPORADA COMO LÍDER ABSOLUTO DE LA RADIO / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	8	1
05/07/13	RAC1 TANCA TEMPORADA EIXAMPLANT EL MARGE / ARA	9	1
05/07/13	RAC1, MÉS LÍDER QUE MAI / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	10	1
05/07/13	EL PERIÓDICO ENCADENA TRES PUJADES D'AUDIÈNCIA EN UN ANY / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	11	1
05/07/13	'LA VANGUARDIA' REFERMA EL LIDERATGE INDISCUTIBLE DE LA PREMSA A CATALUNYA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	12	1
05/07/13	ONDA CERO, UNA CADENA DE RÉCORD / LA RAZON	13	1
05/07/13	LA SER MANTÉ LA SINTONIA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	14	1
05/07/13	EL PUNT AVUI, 146.000 LECTORS / EL PUNT AVUI	15	1
05/07/13	UNIDAD EDITORIAL, LÍDER DE LA PRENSA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
05/07/13	EL MUNDO DOBLA EN LECTORES A 'ABC' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	17	1
05/07/13	GARITANO PREMIA A 'EGIN', CERRADO POR PROETARRA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	18	1
05/07/13	LUCES Y SOMBRAS DE LA LEY DE TRANSPARENCIA, POR EMILIO GUICHOT / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	19	1
05/07/13	EL GRUPO COPE GANA MEDIO MILLÓN DE OYENTES, SEGÚN EL ÚLTIMO EGM / ABC (EDICION NACIONAL)	20	1
05/07/13	ESIC PREMIA LA EDICIÓN DE EXPANSIÓN EN CATALUÑA / EXPANSION	21	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
05/07/13	8TV SEGUEIX GUANYANT AUDIÈNCIA AL JUNY / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	22	1
05/07/13	TV3 PERD EL LIDERATGE A L'EGM-BARÒMETRE EN FAVOR D'ANTENA 3 / ARA	23	1
05/07/13	ENIGMES RADIOFÒNICS / EL PUNT AVUI	24	1
05/07/13	SORTIR A LA TELE / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	25	1
05/07/13	'MUNDO DEPORTIVO' ES CONSOLIDA COM A LÍDER / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	26	1
05/07/13	TELEMADRID. TELEFÓNICA BROADCAST Y SECUOYA PUJARÁN POR LA EMISIÓN DE LA SEÑAL DE LA CADENA / EXPANSION	27	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



REIVINDICACIÓ

Els periodistes volen defensar els seus drets d'autor

ARA

BARCELONA. Diverses associacions de periodistes espanyoles s'han unit per crear la Plataforma pels Drets d'Autó dels Periodistes, una entitat que es va presentar ahir i que vol que el govern espanyol inclogui els professionals de la informació en la nova llei de la propietat intel·lectual que està elaborant. Segons la Plataforma, l'avantprojecte de l'executiu "no reconeix ni regula adequadament" els drets d'autó dels periodistes, que aspiren a beneficiar-se dels usos secundaris que es facin de les seves creacions. En aquest sentit, recorden que la Comissió Europea reconeix els periodistes com a "autors", mentre que els editors sempre han considerat que són ells els que tenen drets sobre els continguts dels mitjans. La Plataforma també vol impulsar una taula de treball per millorar la situació econòmica del sector. ■



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



LA RAZÓN, único diario nacional que crece en número de lectores

El EGM muestra que el diario consigue 4.000 seguidores más respecto al dato de la primera oleada, se posiciona con fuerza en la clase media y con una audiencia de 25 a 54 años

G. Granda - Madrid

En una situación que sigue siendo complicada para la Prensa escrita, con pérdidas generalizadas en todos los medios generalistas según la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM), correspondiente al periodo acumulado entre octubre de 2012 y mayo de 2013, y, a pesar de que los datos indican que la Prensa pierde lectores, LA RAZÓN es el único diario nacional de información general que crece en número de lectores con 4.000 nuevos respecto a marzo.

El resto de cabeceras sufren unas pérdidas que van desde los 11.000 de «El País» y los 20.000 de «El Mundo», hasta los 32.000 de «ABC». El resto de medios también sufren un descenso, como las revistas que pierden un 4,7% en un año, o el cine con un 4,5%, mientras la radio y la televisión se mantienen casi invariables. La peor parte se la llevan los dominicales que pierden 298.000 lectores, lo que supone una bajada de 4,9% respecto al primer dato de este año y un 12,2% en un año.

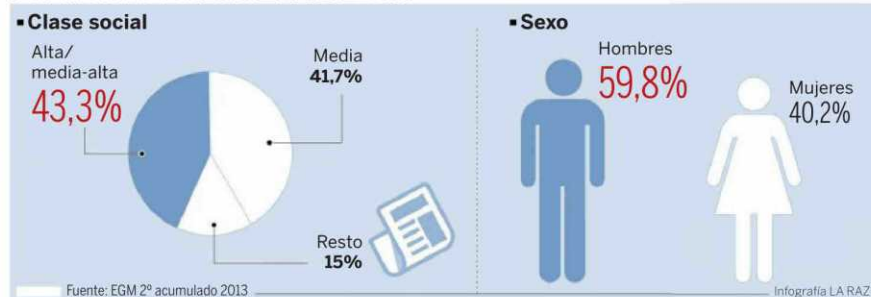
Aumento entre los jóvenes

El perfil del lector de LA RAZÓN ha variado ligeramente hasta conseguir implicar a un 59,8% de lectores masculinos, y fidelizar a un 43,3% de lectores de clase alta y media alta, y posicionar al diario entre la clase media con el 41,7% de seguidores de esta franja. En cuanto a la edad, el 53,8% de nuestra audiencia está en el grupo de 25 a 54 años, a la vez que crece en casi todos los grupos: en el de 14 a 19 años, los más jóvenes, en el de 35 a 44, y en los mayores de 65. Por comunidades autónomas, LA RAZÓN crece en importantes enclaves como Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Extremadura, Murcia, País Vasco, La Rioja y Galicia respecto al dato anterior, y mantiene una importante con-

Variación de lectores



Perfil del lector de LA RAZÓN



centración de audiencia en Madrid, 40,9%, seguido de Castilla-La Mancha, 12,9%, Andalucía, 11,3% y Cataluña con un 8,3%. Estos nuevos resultados nos dirigen a un perfil comercial que aventaja al de «ABC» en hombres, lectores de más de 25 años, de clase media y que son de Madrid, Aragón, Asturias, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, Murcia y País Vasco. Lo más destacado sigue siendo el despegue de más de 2.000 nuevos lectores en la franja de edad más joven, hasta los 19 años, lo que supone un grupo nuevo de seguidores.

Estos resultados vienen a ratificar los datos, pendientes de certificación, de la OJD de 27 de junio, que muestra para LA RAZÓN un incremento de venta en quiosco de lunes a sábado, entre enero y mayo de este año, del 4%,

LAS CIFRAS

2.000 nuevos lectores

en la franja de edad más joven, entre los 14 y los 19 años, lo que supone nuevas incorporaciones

7.000 lectores masculinos

se unen a la audiencia de LA RAZÓN, incrementando el porcentaje hasta un 59,8%

frente a los descensos generalizados del resto de cabeceras. «ABC» perdió un 13%, al igual que «El País», y «El Mundo» se deja un 11.

Otros medios

El EGM también presenta malos números para la Prensa gratuita que obtiene pérdidas significativas con respecto al dato anterior con un descenso del 19,9% y una caída en el periodo de un año de más del 40,5%. Además la lectura de este sector está concentrada principalmente en un solo título: «20 minutos» con una audiencia de 1.394.000 lectores, lo que significa 592.000 por debajo de la de hace un año. La Prensa especializada ha sufrido especialmente la caída de lectores. Destaca el retroceso en los medios económicos con una caída de un 8,4%

desde el año pasado, y la Prensa deportiva que ha tenido una pérdida de audiencia respecto al dato anterior de un 2,9%, lo que supone una bajada en un año del 7,5%. El descenso más suave lo han sufrido las revistas que sólo descienden un 0,6 respecto a marzo de este año. Las de periodicidad mensual sí que pierden un 8,1% de audiencia en un año mientras que las revistas semanales han crecido en 1,2% con un aumento de 96.000 lectores.

MADRID

El 40,9% de los lectores de LA RAZÓN se concentra en esta Comunidad

INTERNET

Desde el año pasado, larazon.es ha conseguido 18.000 lectores nuevos

La parcela que significa internet mantiene su crecimiento sostenido y el EGM muestra que en el último mes la red crece un 2,3% respecto al dato de la primera oleada, y un 5,7 de manera anual. Larazon.es se ha beneficiado de las nuevas tecnologías y su nuevo diseño con un incremento desde el año pasado de 18.000 lectores en web. Además de precisar el perfil del usuario del portal que reúne a un 41,8% de usuarios de clase alta y media alta y un 40,9% de clase media, con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años (41%), de los cuales el 69,3 son hombres. También destaca el dato de que el 22% de los usuarios de la página web son titulados superiores. Para finalizar, la audiencia de la televisión se mantiene de manera casi invariable.



La cadena SER cierra la temporada como líder absoluto de la radio

- ▶ La cadena de PRISA culmina el curso con más de 4,7 millones de oyentes
- ▶ RNE ha perdido desde el pasado septiembre el 31% de sus seguidores

EL PAÍS, Madrid

Después del gran cambio en las voces que abordó en septiembre, la cadena SER ha concluido la temporada radiofónica con más oyentes de los que tenía el curso pasado. La división del macroprograma *Hoy por hoy* en dos tramos —uno más informativo al mando de Pepa Bueno y otro más enfocado al entretenimiento pilotado por Gemma Nierga— y el pase de Carles Francino a *La ventana* ha recibido el respaldo de la audiencia. La SER ha alcanzado en la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM) de este año 4.785.000 oyentes, según los datos difundidos ayer, lo que representa un 2,9% más de los que registró en la misma oleada del año pasado. "El EGM avala los cambios introducidos en la parrilla de la SER esta temporada y que, finalmente, ha permitido sumar nuevos oyentes procedentes de otras cadenas", aseguró ayer la compañía radiofónica del grupo PRISA (editor de EL PAÍS).

La SER impone su dominio con rotundidad. Aventaja a Onda Cero, la segunda emisora más escuchada del dial, en más de dos millones de oyentes y le saca tres a la Cope. Y eso que la cadena de los obispos ha incrementado esta temporada su cobertura al sumar a su red de emisoras las frecuencias de la extinta Abc Punto Radio.

La pública RNE queda desplazada a la cuarta posición tras una campaña especialmente negra. En este caso, la profunda metamorfosis en su programación ha provocado un desplome de la audiencia. La cadena se ha dejado en el camino uno de cada tres seguidores (el 31,4%) y ha cerrado el curso con 1.332.000.

Por programas, el magacín

Audiencia de radios

2ª ola de 2013

■ POR CADENAS		Diferencia con la misma ola del año anterior, %	
GENERALISTAS	SER	4.785.000	+2,9
	Onda Cero	2.722.000	+7,2
	Cope	1.773.000	+5,7
	RNE-1	1.332.000	-31,4
TEMÁTICAS	C-40	3.794.000	-3,8
	Dial	2.307.000	-4,0
	Europa FM	2.151.000	+10,6
	Cadena 100	1.797.000	-0,7
	Máxima FM	878.000	+21,6
	Kiss FM	819.000	-26,4
	Rock FM	706.000	+70,5
	M-80	687.000	+7,5

■ POR PROGRAMAS		Diferencia con la misma ola del año anterior, %	
MAÑANA	Hoy por hoy	SER	3.132.000 +5,6
	Herrera en la onda	OCR	2.106.000 +4,9
	La mañana	COPE	1.011.000 +10,7
	El día menos pensado	RNE1	922.000 -30,6
TARDE	La ventana	SER	880.000 +5,8
	Julia en la onda	OCR	626.000 +41,0
	La tarde	COPE	274.000 +23,4
NOCHE	Nunca es tarde	RNE1	128.000 -67,9
	Hora 25	SER	1.352.000 +0,8
	La brújula	OCR	576.000 +4,9
	La linterna	COPE	500.000 +9,6
DEPORTES	24 Horas	RNE1	287.000 -30,3
	El larguero	SER	1.100.000 -3,7
	El partido de las 12	COPE	420.000 -10,4
	Al primer toque	OCR	339.000 +3,0

Fuente: Estudio General de Medios (EGM).

EL PAÍS

Hoy por hoy mantiene su solidez y es el favorito de las ondas, con más de tres millones de oyentes, un millón más de los que siguen en Onda Cero el programa *Herrera en la onda*. En la Cope, *La mañana* (que también se ha fragmentado en dos bloques con contenidos diferenciados) supera el millón, y en RNE,

El día menos pensado no consigue (por poco) superar esa barrera.

Durante la tarde la supremacía es también de la SER. De lunes a viernes se impone con *La ventana*, que esta temporada ha ganado una hora de emisión y un 5,8% de oyentes. También han crecido los magacines ves-

perinos de Onda Cero y la Cope, y lo han hecho a costa de RNE. *Nunca es tarde* ha cedido dos de cada tres seguidores en esta franja. Los informativos de noche y los deportivos de madrugada llevan también el sello de la SER con los imbatibles *Hora 25* y *El larguero*, respectivamente.

Durante el fin de semana, el matinal más escuchado es *A vivir que son dos días*, con Javier del Pino al mando y casi dos millones de oyentes. *No es un día*

'Hoy por hoy' aumenta su público tras el cambio de formato

Onda Cero mantiene la segunda plaza entre las emisoras generalistas

cualquiera (RNE) ha pasado a ser el segundo formato con más escuchantes. En la edición del sábado, el programa que dirige y presenta Pepa Fernández es sintonizado por 1.045.000 personas (983.000, el domingo), y se convierte así en líder de RNE. Precisamente este espacio es el único de los grandes formatos que los nuevos gestores de la radio estatal mantuvieron en antena.

Durante el fin de semana los sonidos de *Carrusel* golean al resto de los competidores. El equipo capitaneado por Manu Carreño y Ponseti se impone tanto los sábados (1.740.000) como los domingos (1.889.000). Su principal rival, *Tiempo de juego* (Cope), obtiene 1.090.000 y 1.074.000, respectivamente.

Las emisoras musicales de PRISA Radio dominan las ondas

EL PAÍS, Madrid

Uno de cada dos oyentes de radio en España escucha un producto de PRISA Radio. La SER se impone entre las ofertas generalistas y sus emisoras musicales triunfan entre las radiofórmulas. 40 Principales es líder en este segmento, con 3.794.000 seguidores, y Dial se mantiene en la segunda posición con 2.307.000, según la segunda oleada del EGM.

Del 40 al 1 es el programa con más fans de todos los musicales (los sábados alcanza 1.875.000 seguidores) y el despertador *Anda ya* registra 1.692.000 de lunes a viernes. 40 Principales es una marca de radio musical global. Cuenta con más de seis millones de oyentes entre los países en los que está presente: Guatemala, Colombia, México, Chile, Argentina, Panamá, Costa Rica, Ecuador, República Dominicana y España. Este mes ha llegado a las ondas de Paraguay.

Uno de los resultados más espectaculares de las radiofórmulas de PRISA Radio es el Máxima FM, que con 878.000 oyentes firma el mejor dato de su historia. M-80 y Radiolé también han experimentado crecimientos.

Europa FM (Onda Cero) aumenta su audiencia si se compara con la misma oleada del año anterior, una subida que contrasta con el fuerte descenso que registra Kiss FM.

En el terreno informativo, Radio 5, la emisora todo noticias de RNE, acaba la temporada con 326.000 oyentes, lo que supone un 4,1% menos que hace un año. Recientemente, Radio 5 dio un giro a su programación: cambió los contenidos, incorporó renovadas sintonías y adoptó otro apellido: Radio 5 Información.

En el ranking nacional, la tercera cabecera nacional más seguida es *La Vanguardia*, seguida de *El Periódico* y *Abc*. Con 585.000 lectores, *La Voz de Galicia* supera al rotativo de Vocento.

Entre los deportivos, *Marca* se mantiene a la cabeza (2.835.000), por delante de *As* (1.372.000) y de los catalanes *Sport* (652.000) y *Mundo Deportivo* (629.000). Y en ámbito de los económicos *Expansión* suma 171.000 lectores; *El Economista*, 61.000; y *Cinco Días*, 55.000.

Los suplementos dominicales están dominados por *XL Semanal* (2.535.000), que se distribuye con una docena de cabeceras de Vocento. *El País Semanal* suma 1.446.000 lectores y junto a *Dominical*, con el que se comercializa conjuntamente a escala publicitaria, acumula 1.857.000. Ambos soportes son líderes en 15 provincias. El suplemento femenino *Smoda* consigue 248.000 lectores.

EL PAÍS amplía su ventaja

El diario de PRISA registra 1.851.000 lectores, un 61% más que 'El Mundo'

EL PAÍS, Madrid

Los datos de la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM) revalidan el liderazgo de EL PAÍS en la prensa de información general de pago en España. Este diario registra cada día 1.851.000 lectores, una cifra que se mantiene similar respecto a la de la oleada anterior (supone apenas un 0,6% menos). Su ventaja sobre *El Mundo* es ya de 701.000 lectores (un 61% más). El rotativo de información general de Unidad Editorial ha perdido un 1,7% de sus seguidores hasta

situarse a una audiencia de 1.150.000 personas.

Por comunidades autónomas, EL PAÍS es hegemónico en Madrid (507.000 lectores, 164.000 más que su competencia directa) y se mantiene como el diario nacional más leído con abultadas diferencias frente a sus principales rivales en Cataluña y Baleares (214.000 lectores), Comunidad Valenciana (199.000), Galicia (138.000) y Castilla-La Mancha (94.000). En Andalucía supera a *Abc* y también es el diario nacional de pago más leído (223.000).

Lectores de diarios

2ª ola de 2013. De lunes a domingo.

■ LECTORES DE DIARIOS		Diferencia con la ola anterior, %	
EL PAÍS	1.851.000	-0,6	
EL MUNDO	1.150.000	-1,7	
LA VANGUARDIA	748.000	-5,3	
el Periódico	633.000	+1,3	
ABC	577.000	-5,3	
LA RAZÓN	268.000	+1,5	

■ SUPLEMENTOS		Diferencia con la ola anterior, %	
XL Semanal	2.535.000	+0,3	
Mujer de Hoy	1.618.000	-3,1	
El País Semanal	1.446.000	-9,8	
La Vanguardia Magazine	973.000	-14,9	
Magazine (El Mundo)	545.000	-10,4	
Yo Dona	440.000	-5,4	
Dominical	411.000	+3,5	
Mujer Hoy Corazón	335.000	+2,1	
S Moda	248.000	-2,4	

Fuente: Estudio General de Medios (EGM).

EL PAÍS



AUDIÈNCIA

RAC1 tanca temporada eixamplant el marge

L'EGM Baròmetre atorga 495.000 oients a Jordi Basté i 404.000 a Manel Fuentes

El final de curs beneficia el primer de la classe. RAC1 torna a coronarse líder i es distancia més de Catalunya Ràdio, que tot i això manté el lideratge dels caps de setmana, els migdies i una hora dels vespres.

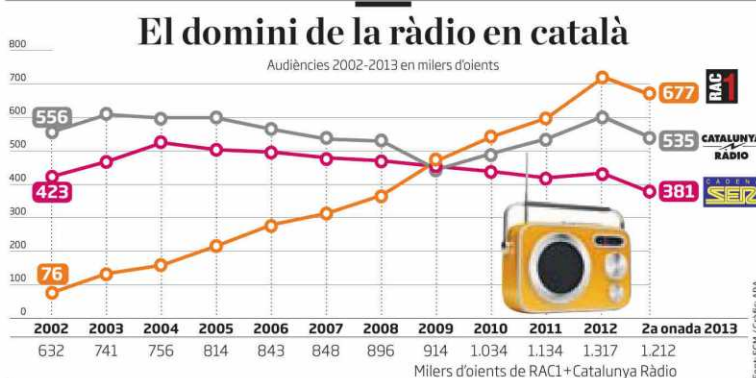
ÀLEX GUTIÉRREZ M.

BARCELONA. RAC1 tanca la temporada amb una audiència de 677.000 oients, segons les últimes dades de l'EGM Baròmetre. Això li permet tenir un lideratge còmode, ja que Catalunya Ràdio és segona, amb 535.000. Són 142.000 oients de diferència, un marge que s'amplia respecte al final de temporada de l'any passat, quan l'esclatxa era només de 86.000 seguidors.

La privada del Grupo Godó és líder els dies laborables a totes les franges excepte entre les 2 del migdia i les 4 de la tarda, i també de 9 a 10 del vespre, en què l'audiència es decanta per Catalunya Ràdio. La pública lidera també el cap de setmana. La SER és la tercera emissora, amb 381.000 oients, 49.000 menys que a l'abril. L'emissora es manté al conjunt de l'Estat com la més escoltada, amb 4.785.000 milions d'oients, a molta distància dels 2.722.000 d'Onda Cero (entre els quals hi ha els 178.000 catalans que converteixen aquesta ràdio en quarta al país).

Pel que fa a programes, Jordi Basté torna a ser el més escoltat al país amb el seu *El món a RAC1*: congrega 495.000 oients diaris i marca una tendència positiva respecte a l'onada de l'abril i també a l'onada de fa un any. Manel Fuentes, en canvi, s'acomiada d'*El matí de Catalunya Ràdio* amb 404.000 oients, 10.000 menys que els que tenia a l'abril i 66.000 menys que al juliol del 2012. A RAC1 pugen respecte a fa un any, a banda del magazín matinal, *La competència*, *Versió RAC1*, *La primera pedra*, *Via lliure* i *Superdiumenge*. En el cas de Catalunya Ràdio, els programes que guanyen oients són *L'oracle*, *La tribu* i *El suplement* (tant en dissabte com en diumenge).

Aquest era el primer EGM que donava dades d'esRadio, el mitjà de Federico Jiménez Losantos: l'escolten a Espanya 377.000 oients (cap a Catalunya, ja que només hi emet per internet).



Privada
La majoria de programes de RAC1 milloren resultats respecte a fa un any

Pública
Catalunya Ràdio lidera als migdies, de 9 a 10 del vespre i el cap de setmana

EVOLUCIÓ DELS PROGRAMES

AUDIÈNCIA DELS PROGRAMES DE RAC1

	JULIOL 2013	JULIOL 2012
El món a RAC1	495.000	480.000
La competència	197.000	188.000
La segona hora	140.000	149.000
14/15 + 100 metres	49.000	61.000
Tot és possible	80.000	85.000
Versió RAC1	202.000	179.000
Primer toc	121.000	127.000
La nit a RAC1	66.000	65.000
Tu diràs	123.000	132.000
La primera pedra	209.000	138.000
Via lliure	183.000	173.000
Superdiumenge (temp. ant: La Lliga)	175.000	151.000

AUDIÈNCIA DELS PROGRAMES DE CATALUNYA RÀDIO

	JULIOL 2013	JULIOL 2012
El matí de Catalunya Ràdio	404.000	470.000
Els optimistes (temp. ant: Tot és molt confús)	79.000	82.000
El mirall (temp. ant: Tenim un punt)	53.000	61.000
L'informatiu del migdia	61.000	64.000
L'oracle	58.000	48.000
La tribu de Catalunya Ràdio	84.000	74.000
Catalunya vespre	75.000	82.000
El Cafè de la República	66.000	80.000
El club de la mitjanit	74.000	89.000
El suplement (dissabte)	331.000	205.000
El suplement (diumenge)	231.000	165.000
Tot gira (dissabte)	143.000	204.000
Tot gira (diumenge)	140.000	156.000

FONT: EGM BARÒMETRE CATALUNYA

Flaixos

Prensa

L'estudi atorga 101.000 lectors a l'ARA, un 26,3% més que fa un any (i el que més creix a l'Estat). *La Vanguardia* lidera el rànquing (748.000, baixa un 8,3%), seguida d'*El Periódico* (633.000, +4,1%) i *El Punt/Avui* (147.000, +3,5%).



Diaris esportius

El Mundo Deportivo és líder de la premsa amb 380.000 lectors diaris (en baixa 20.000 respecte a l'abril), mentre que *l'Sport* en té 363.000 (en perd 3.000) i el *Marca* 206.000 (en puja 4.000). *L'As* és quart, amb 114.000 (en baixa 4.000).



Ràdio musical

Cadena 40 segueix sent la ràdio musical preferida dels oients, amb 398.000 seguidors. En segona posició, però, hi ha Flaix (320.000 oients). Tercera ho és RAC105, amb 283.000, i quarta, Flaixbac, que en suma 272.000.





PEDRO MADUENO / ARXIU

Els protagonistes de l'emissora líder de la ràdio a Catalunya, RAC1

RAC1, més líder que mai

La cadena del Grup Godó obté la distància màxima respecte dels seus competidors

BARCELONA Redacció

RAC1 torna a tancar la temporada amb un lideratge reforçat. Cada dia, 677.000 oients trien l'emissora del Grup Godó, la més escoltada de Catalunya i a més distància que mai respecte a la seva principal competidora, Catalunya Ràdio, amb la qual amplia la diferència a 142.000 oients, segons les dades de la segona onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM). La primera posició de RAC1 destaca amb un *share* del 37,6%, el més gran que s'ha aconseguit mai, a 16 punts de distància de la ràdio pública.

El món a RAC1 és el programa més escoltat a Catalunya. Gairebé mig milió de persones (495.000) segueixen cada dia l'espai que presenta i dirigeix Jordi Basté, que torna a distanciar-se, encara més, d'El matí de Catalunya Ràdio, amb 404.000 oients. El magazine de

RAC1 també té l'hora de ràdio més escoltada, de 8 a 9 hores, amb 264.000 seguidors.

En un camí de rècord rere rècord, Oscar Dalmau i Oscar Andreu continuen conquerint oients amb *La competència*, que ja arriba als 197.000 seguidors. El pro-

'EL MÓN A RAC1', MÉS LLUNY El programa de Jordi Basté, amb gairebé mig milió d'oients, agafa més avantatge

grama suma uns 20.000 oients més en la repetició de la matinada.

A la sobretaula de RAC1, *La segona hora*, amb Quim Morales, augmenta la seva audiència fins als 140.000 oients i el *Tot és possible*, amb Elisenda Camps, suma 80.000 seguidors cada dia.

Destaca també el *Versió RAC1*, dirigit per Toni Clapés, que registra 202.000 oients que el situen com a líder de la tarda a Catalunya, en la qual supera la competència per més del doble.

El primer toc, amb Raül Llimós, lidera el vespre, amb 121.000

LA RÀDIO MUSICAL PREFERIDA Amb una quota d'audiència del 9,6%, RAC105 és la més escoltada en català

oients, mentre que en horari nocturn, el *Tu diràs*, amb Dani Senabre, també és número u, amb 123.000 seguidors. En l'oferta esportiva del cap de setmana, *Superdiumenge* assoleix els 231.000 oients. L'oferta informativa de RAC1 tanca la temporada amb

36.000 oients el 14/15 i el *100 metres*, i s'66.000 més de *La nit a RAC1*.

El cap de setmana, RAC1 lidera el dissabte amb 503.000 oients (58.000 més que la segona emissora) i el diumenge, amb 464.000 (167.000 més). *La primera pedra*, amb Jordi Margarit, assoleix els 209.000 oients. *El via lliure*, amb Marta Cailà, té 183.000.

RAC105 es consolida com a segona emissora musical a Catalunya, amb una quota del 9,6% i 266.000 oients diaris. El *Fricandó matiner*, presentat i dirigit per Vador Lladó, contribueix decisivament a aquestes xifres, amb 144.000 oients. L'èxit es complementa a la resta de franges amb Montse Vidal i Cristina Serra.

En l'àmbit espanyol, la cadena Ser és líder, amb 4.785.000 oients diaris, 340.000 més que la temporada anterior. ●

Líder a Catalunya



Preferida de l'audiència

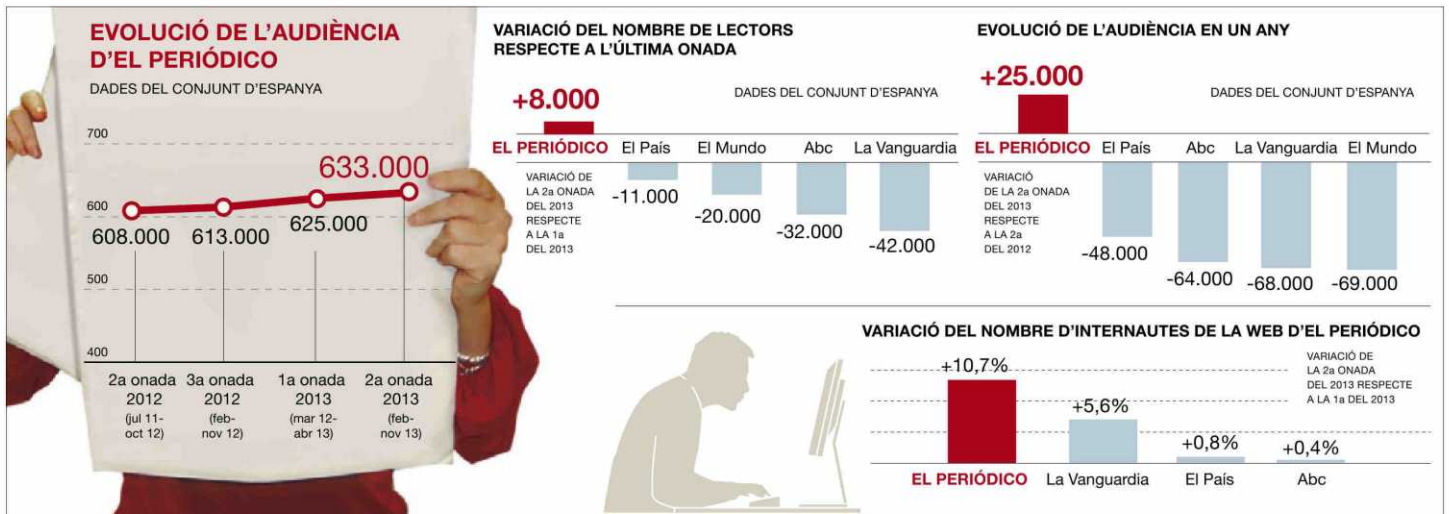


Primera en català



La Ser, líder a Espanya





EL EVOLUCIÓ DE LA PREMSA A ESPANYA

EL PERIÓDICO encadena tres pujades d'audiència en un any

La capçalera guanya 25.000 seguidors, mentre que la resta de grans mitjans cauen

La publicació té 633.000 lectors, segons les últimes dades de l'EGM

EL PERIÓDICO BARCELONA

Es consumidors d'informació saben apreciar el que és bo; valoren el periodisme rigorós i compromès d'EL PERIÓDICO. Així ho demostra l'últim informe de l'Estudi General de Mitjans (EGM), encarregat de mesurar les audiències dels mitjans de comunicació, fet públic ahir. L'EGM certifica que, per tercera vegada consecutiva en l'últim any, la capçalera del Grup Zeta ha incrementat el nombre de lectors.

La segona onada d'aquest any de l'EGM atorga a aquesta capçalera un total de 633.000 lectors a tot Espanya, amb un increment de 8.000 se-

guidors (pujada de l'1,3%) sobre la dada anterior, facilitada a l'abril.

Comparat amb el registre de fa un any (segona onada del 2012), l'avanç és de 25.000 lectors. Cap altre dels grans diaris d'informació general de pagament d'Espanya pot acreditar una evolució tan saludable com la d'EL PERIÓDICO, perquè cap altre encadena tres pujades consecutives. És més, tots s'han anat deixant lectors pel camí en aquest període.

El rànquing de pèrdua de lectors l'encapçala La Vanguardia, que cau en 42.000 seguidors (el 5%) sobre la dada d'abril, amb un retrocés acumulat en un any de 68.000. El segueix Abc, amb 32.000 lectors menys respecte a l'abril i 64.000 menys que

un any abans; El Mundo, que es deixa 20.000 lectors en l'onada i 69.000 en un any, i El País, amb dues caigudes d'11.000 i 48.000 lectors. En canvi, EL PERIÓDICO, quart diari més llegit de tot Espanya i líder als quioscos a Catalunya, no ha deixat de créixer l'últim any.

Les dades de l'EGM per a Catalunya aporten també molt bones notícies per a aquesta capçalera, amb un guany de 2.000 lectors, xifra que situa la seva audiència en 565.000 seguidors. La Vanguardia, el seu competidor més directe, s'apunta un descens de 39.000 lectors, que equival a un 5%. El Punt Avui, amb 147.000, registra un descens del 3%, i l'Ara perd un 6% i se situa en 101.000 lectors. El País s'anota a Catalunya un avanç del 4%.

LA BONA MARXA DE 'DOMINICAL' // Pel que fa als suplementes del cap de setmana, Dominical, d'EL PERIÓDICO, guanya 14.000 lectors (una pujada del

La web del diari creix un 33% i ja supera el milió d'usuaris

Cada vegada hi ha més persones que trien la web d'EL PERIÓDICO per informar-se de l'última hora. Segons les dades de l'EGM referides al mitjà internet, el lloc del diari té ara 1.057.000 internautes, xifra que suposa un creixement del 10,7% respecte a l'última dada publicada i del 33,3% si la comparació es fa amb la segona onada de l'any 2012.

Aquest fort creixement, el més important del sector, ha permès a EL PERIÓDICO afermar-se com el quart diari on line d'informació general de pagament de tots els controlats per l'EGM.

4%) i arriba als 411.000 a tot Espanya. A Catalunya també incrementa el nombre de lectors en 6.000 (+2%), fins als 255.000.

ESPORTIUS I REVISTES // L'informe de l'EGM dona xifres positives per a la pràctica totalitat de les publicacions del Grup Zeta. El diari Sport suma 652.000 lectors i segueix com a líder dels esportius editats a Catalunya, al davant de Mundo Deportivo, amb 629.000.

Les revistes del hòlding arriben a tenir una audiència total de 2.788.000 lectors, amb un increment del 3,6% davant de la dada anterior. Respecte als setmanaris, Interviu augmenta l'audiència un 5,8%, fins als 767.000 lectors; Tiempo, amb un ascens del 7,1%, arriba als 151.000 lectors; Cuore arriba als 717.000, un 1% més, i In Touch sobrepasa els 100.000. Entre les capçaleres mensuals, destaquen les pujades de revistes femenines de moda com Stilo (8%) i Woman Madame Figaro (1%). Viajar augmenta un 9% i la revista masculina Primera Línea arriba als 61.000 lectors (amb un increment del 5%).

Entre els diaris regionals, El Periódico de Aragón amplia la seva audiència un 5%; Mediterráneo creix un 10%, i El Periódico de Extremadura, un 7%. =



La solidesa dels mitjans de comunicació del Grup Godó

'La Vanguardia' referma el lideratge indiscutible de la premsa a Catalunya

El diari obté el 38% de quota d'audiència i es consolida com a tercer d'Espanya

BARCELONA Redacció

Els lectors mantenen la seva fidelitat en els mitjans de comunicació de qualitat a l'hora d'informar-se, malgrat que la irrupció de les noves tecnologies ha multiplicat l'oferta informativa. Les capçaleres tradicionals continuen sent la referència, sigui quin sigui el suport en què es presentin, a causa del fet que l'actual inflació d'informació eleva la demanda dels lectors per una selecció informativa professional, contrastada i ben interpretada que només troba als seus diaris

NÚMERO U

'La Vanguardia' supera en 159.000 lectors la segona capçalera a Catalunya

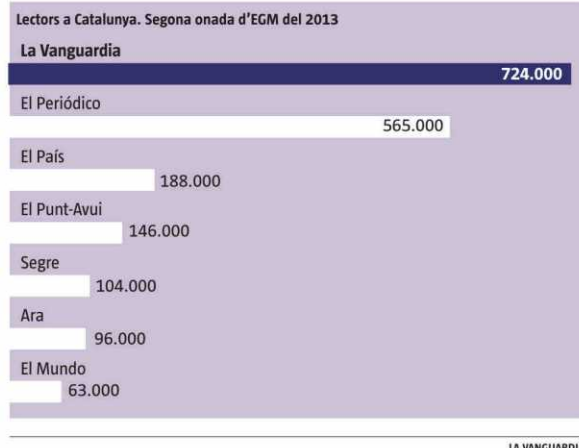
FIDELITAT

L'audiència ratifica la confiança en els diaris de referència malgrat l'augment de l'oferta

de confiança. Aquesta és una de les conclusions que es deriven del resultat de la segona onada de l'any de l'Estudi General de Mitjans (EGM), que dona les dades d'audiència diària dels mitjans a Espanya i que situa les marques informatives de matriu *off line* en les primeres posicions del rànquing de lectors.

Segons aquest informe, els mitjans de comunicació del Grup Godó acumulen una audiència bruta diària de més de 5,7 milions de lectors, oients i usuaris d'internet. En aquest context, *La Vanguardia* reafirma l'indiscutible lideratge en la premsa escrita

'La Vanguardia', líder indiscutible a Catalunya



LA VANGUARDIA

Consolidat com a diari de referència a Espanya...



FONT: EGM / Segona onada del 2013

... amb forta presència entre els lectors catalans



LA VANGUARDIA

a Catalunya, on aconsegueix 724.000 lectors diaris, xifra que representa una quota de mercat del 38,2%. La principal capçalera del Grup Godó manté una distància destacada (159.000 lectors) respecte al segon diari (*El Periódico*) en el rànquing d'audiència de diaris del mercat català. La resta de rotatius que es venen a Catalunya estan encara més lluny i només *El País*, amb 188.000 lectors, es cola entre les primeres sis posicions que acaparen capçaleres catalanes. *El Punt Avui* ocupa el quart lloc, amb 146.000 lectors, seguit del *Segre* (104.000) i *Ara* (96.000). Encara més lluny es troben diaris de tirada estatal com *El Mundo* (63.000) o *ABC* (9.000).

Al mercat espanyol, *El País* és el diari més llegit, amb 1.851.000 lectors, seguit d'*El Mundo* (1.150.000). *La Vanguardia* es re-

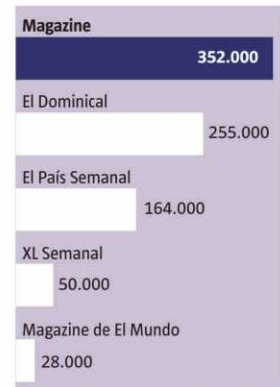
ferma en la tercera posició amb 748.000 lectors diaris de mitjana. *El Periódico* ocupa el quart lloc (633.000), mentre que *La Voz de Galicia* puja a la cinquena posició amb 585.000 lectors i relega al sisè lloc el diari *ABC* (577.000).

Més enllà de les dades d'audiència, *La Vanguardia* també es reafirma com el diari de més difusió a Catalunya i el que disposa de més subscriptors (64.681), molt per davant d'*El Punt Avui* (13.000), *El Periódico* (6.442) i *Ara* (3.256), en el període de gener a maig d'aquest any, amb dades pendents de certificació. Segons les dades de l'OJD, la capçalera del Grup Godó va assolir els 161.644 exemplars diaris de difusió a Catalunya de gener a desembre del 2012. En aquest mateix període, *El Periódico* ocupa la segona posició a Catalunya amb 97.308 exemplars diaris de difusió. Pel que fa al conjunt de l'Estat, *La Vanguardia* va difondre 172.263 exemplars diaris l'any passat per 107.512 d'*El Periódico*.

Pel que respecte als suplementos setmanals, el *Magazine* de *La Vanguardia* és líder d'audiència a Catalunya amb 352.000 lectors, seguit d'*El Dominical* (255.000), *El País Semanal* (164.000), *XL Semanal* (50.000) i el *Magazine* d'*El Mundo* (28.000). En l'àmbit d'Espanya, el dominical més llegit és *XL Semanal*, amb 2.535.000 lectors, per davant d'*El País Semanal* (1.446.000) i el *Magazine* de *La Vanguardia* (973.000).

En el rànquing dels suplementos que es distribueixen dissabte, *ES (Estils de Vida)* és el més llegit a Catalunya amb 105.000 lectors, per davant de *Yo Dona* (87.000), *Mujer de Hoy* (37.000) i *SModa* (31.000). A Espanya, el líder és *Mujer de Hoy*.

I el 'Magazine' és el suplement més llegit a Catalunya



LA VANGUARDIA



Onda Cero, una cadena de récord

Gana 110.000 nuevos oyentes y consigue el mejor resultado de los últimos doce años con 2.722.000 seguidores

G. Granda - Madrid

La radio es uno de los medios que mantiene su número de oyentes respecto al dato anterior, y que consigue en un año un crecimiento de un 1,4%. En este ámbito, según la segunda ola del Estudio General de Medios (EGM), Onda Cero es la que más crece en el sector al ganar 110.000 nuevos oyentes, y alcanzar la cifra de 2.722.000 seguidores, lo que supone el mejor resultado en 12 años. Se convierte así en la radio generalista de mayor crecimiento no sólo respecto al año anterior, sino también a la primera oleada de 2013, lo que refuerza su posicionamiento como la segunda más escuchada de España, a casi un millón de oyentes de su inmediata seguidora, la Cadena Cope, y a 1.390.000 de RNE.

Todos los programas de Onda Cero son los responsables de este posicionamiento. «Herrera en la onda», con Carlos Herrera, termina la temporada como el espacio matinal que más crece con una audiencia total de 2.106.000 oyentes, lo que supone un aumento de 73.000 más. Se trata así del mejor registro de un matinal en la cadena en una segunda oleada de los últimos 18 años. «Julia en la Onda» repite subida en esta oleada con 59.000 oyentes más, lo que lleva a un récord de audiencia del programa



«Herrera en la Onda»

Carlos Herrera gana 73.000 oyentes y llega a los 2.106.000



«La Brújula»

Alsina se hace con el segundo puesto de la noche e incrementa sus oyentes en 98.000



«Julia en la Onda»

Julia Otero marca el récord de audiencia con 626.000



«Te doy mi palabra»

su conductora, Isabel Gemio, sube en 101.000 oyentes



«La Mañana»

Ernesto Sáenz de Buruaga y Javi Nieves aumentan en 100.000 seguidores



«La linterna»

Juan Pablo Colmenarejo registra un incremento del 10% respecto al año pasado



«Fin de semana»

Cristina López Schlichting alcanza su máximo histórico con 752.000 seguidores



«Hoy por Hoy»

Pepa Bueno y Gemma Nierra siguen por encima de los tres millones



«Hora 25»

Àngels Barceló tiene 1.352.000 oyentes diarios

con 626.000 oyentes. La reina del fin de semana sigue siendo Isabel Gemio con «Te doy mi palabra», que en su edición del sábado consigue 101.000 oyentes más que el dato anterior situando la audiencia en 1.041.000. El programa deportivo «Al primer toque» se une a estas subidas consiguiendo el mejor resultado del último año y medio: 339.000 oyentes (25.000 más que en la primera oleada).

«La Brújula», con Carlos Alsina mantiene su línea ascendente hasta los 576.000 oyentes con el segundo mejor dato de su historia y recupera la segunda posición de los informativos nocturnos.

En el panorama radiofónico en su conjunto, la Cadena Ser sigue líder con más de cuatro millones y medio de oyentes (4.785.000) de lunes a viernes, lo que supone 340.000 oyen-

tes más que en la temporada anterior. También la Cope aumenta 100.000 seguidores con respecto a la misma oleada de 2012. Los que más suben son «La Mañana» de Ernesto Sáenz de Buruaga y Javi Nieves con más de un millón de oyentes a diario y «Fin de semana», que presenta Cristina López Schlichting los sábados y domingos, que crece un 75% respecto al año anterior. Consigue así

un máximo histórico de audiencia de 752.000 personas. RNE a su vez logra 1.332.000 oyentes con un incremento de 65.000 respecto a la oleada anterior. El resto experimentan ligeras caídas: Rac1 se mantiene, Catalunya Radio desciende un 2% y pierde 11.000 oyentes respecto al dato anterior, y Radio Euskadi y Radio Galega con pérdidas del 9 y del 8% respectivamente.

Europa FM: la segunda emisora musical de referencia

La cadena de radiofórmula de Onda Cero sigue en su escalada hacia la segunda posición del ranking de radios musicales. Según recoge el EGM, Europa FM ha alcanzado un nuevo récord de audiencia, que se traduce en un total de 2.151.000 oyentes. Así, suma 69.000

oyentes con respecto a la oleada pasada, mientras que en esta temporada el incremento ha sido de doscientos mil seguidores. Por espacios, destaca el aumento

vivido por el programa presentado por Javier Cárdenas (en la imagen), «Levántate y Cárdenas», que se ha convertido en el «morning show» que más ha crecido en el último año, ya que ha sumado a sus seguidores 237.000 nuevos oyentes, hasta conseguir una audiencia total de 1.094.000.



Rubén Mondelo



SEGONA ONADA DE L'ANY DE L'ESTUDI GENERAL DE MITJANS

La SER manté la sintonia

► La ràdio de Prisa és la més escoltada a Espanya, però és tercera a Catalunya

EL PERIÓDICO BARCELONA

Malgrat els convulsos mesos que viu la ràdio per la crisi econòmica, la cadena SER tanca la temporada amb un consol: no només es manté com l'emissora més escoltada d'Espanya, sinó que ha augmentat oients respecte a les dades de fa un any. Segons l'informe de la segona onada del 2013 del Estudi General de Mitjans (EGM), la ràdio del grup Prisa ha aconseguit una mitjana de 4.785.000 oients, molt per davant d'Onda Cero (2.722.000) i la COPE (1.773.000), emissores que també han aconseguit créixer en audiència. Tot al contrari que RNE: cau fins a 1.332.000, gairebé 600.000 oients menys que fa un any, quan va agafar les regnes de la ràdio estatal l'equip directiu nomenat pel Govern del PP.

Però a Catalunya, la SER segueix sense aconseguir sintonitzar amb el gruix de l'audiència. Aquí no pot superar l'oferta de la ràdio en català, que lidera l'emissora RAC-1 (677.000 oients), seguida de Catalunya Ràdio (535.000).

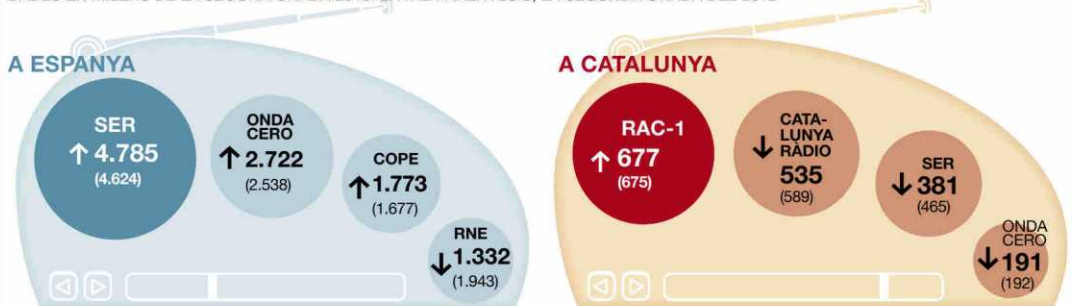
Per programes, la gran estrella matinal –al global d'Espanya– és el magazín de la SER *Hoy por hoy*, que ara amb la parella formada per Pepa Bueno i Gemma Nierga supera les dades que va aconseguir fa un any el seu antecessor, Carles Francino. Això sí, el periodista català és ara líder de les tardes amb *La ventana*, també a la SER. A Catalunya, Nierga i Bueno són clarament superades per *El món a RAC-1*, de Jordi Basté (líder a Catalunya amb 495.000 seguidors), i *El matí de Catalunya Ràdio*, amb Manel Fuentes (404.000).

L'ÈXIT DE JÚLIA OTERO // Per programes també destaca en aquesta onada de l'EGM el gran ascens que ha aconseguit Júlia Otero amb el seu magazín de tarda a Onda Cero: el programa de la periodista catalana, *Julia en la Onda*, aconsegueix en el conjunt d'Espanya gairebé 200.000 oients més que fa just un any, un creixement espectacular i únic en aquest informe de les audiències radiofòniques.

A Catalunya, també destaquen el lideratge els caps de setmana d'El

L'AUDIÈNCIA DE LA RÀDIO

DADES EN MILERS DE LA SEGONA ONADA 2013. ENTRE PARÈNTESIS, LA SEGUNDA ONADA DEL 2012



ELS PROGRAMES MÉS ESCOLTATS

	PROGRAMA	OIENTS	CADENA
↑ GUANYA OIENTS RESPECTE AL 2012	P. Bueno G. Nierga 'Hoy por hoy'	3.132 (2.965) ↑	SER
↑ EN PERD	Carlos Herrera 'Herrera en la Onda'	2.106 (2.008) ↑	ONDA CERO
	Ernesto S. de Buruaga 'La mañana'	1.011 (913) ↑	COPE
	Carles Francino 'La ventana'	880 (832) ↑	SER
	Júlia Otero 'Julia en la Onda'	626 (444) ↑	ONDA CERO
	Ramón García 'La tarde'	274 (222) ↑	COPE
	J. Ramón de la Morena 'El larguero'	1.100 (1.142) ↓	SER
	Larrañaga/Corrochano 'El partido de las 12'	420 (469) ↓	COPE
	Héctor Fernández 'Al primer toque'	339 (329) ↑	ONDA CERO

Font: EGM

ELS PROGRAMES MÉS ESCOLTATS

	PROGRAMA	OIENTS	CADENA
↑ GUANYA OIENTS RESPECTE AL 2012	Jordi Basté 'El món a RAC-1'	495 (480) ↑	RAC-1
↓ EN PERD	Manel Fuentes 'El matí de...'	404 (470) ↓	CATALUNYA RÀDIO
	P. Bueno G. Nierga 'Hoy por hoy'	239 (278) ↓	SER
	Toni Clapés 'Versió RAC-1'	202 (179) ↑	RAC-1
	Tatiana Sisquella 'La tribu'	84 (74) ↑	CATALUNYA RÀDIO
	Carles Francino 'La ventana'	81 (98) ↓	SER
	Dani Senabre 'Tu diràs'	123 (132) ↓	RAC-1
	J. Ramón de la Morena 'El larguero'	76 (90) ↓	SER
	Pere Escobar 'El club de la mitjanit'	74 (89) ↓	CATALUNYA RÀDIO

EL PERIÓDICO

LA CONTRADICCIÓ

Antena 3 supera per primer cop TV-3

►► L'informe de l'EGM també ofereix audiències de tele i, en aquesta onada, la seva enquesta assegura que Antena 3 té més espectadors que TV-3, contradient així les dades que subministra l'empresa d'audiometria Kantar Media. S'ha de tenir en compte que la metodo-

logia de l'EGM són entrevistes personals sobre el que es va veure el dia anterior (es basen en el record), mentre que Kantar Media usa audímetres, que capten el que sintonitzen els televisors, minut a minut. No són mètodes comparables, però sí que apunta una tendència.

suplement. El magazín de Catalunya Ràdio que dirigeix i presenta Silvia Cópulo ha aconseguit una mitjana de 331.000 oients els dissabtes, i de 231.000, els diumenges.

En l'apartat esportiu, la guerra COPE-SER dels dissabtes i diumenge s'estabilitza: *Tiempo de juego*, en l'emissora episcopal, dobla la seva audiència respecte a l'any passat (aconsegueix 1.082.000 oients de mitjana), però *Carrusel deportivo*, a la SER, segueix sent el líder (1.814.000). ≡



El diari té un creixement de prop d'un 3% respecte de fa un any, segons la segona onada de l'EGM Baròmetre

El Punt Avui, 146.000 lectors

Redacció
BARCELONA

El Punt Avui ha augmentat un 2,8% l'audiència respecte de fa un any, i s'ha situat en 146.000 lectors. Així ho indiquen les xifres de la segona onada de l'any de l'Estudi General de Mitjans (EGM) Baròmetre de la Comunicació de Catalunya, que presenten resultats unificats. L'estudi es basa en enquestes, i el treball de camp d'aquesta segona onada -que comprèn el període de l'octubre del 2012 al maig del 2013- es va fer entre el

10 d'abril i el 18 de juny. A Catalunya, el rànquing de premsa generalista diària de pagament

El web d'El Punt Avui va tenir al maig 613.138 usuaris únics i més de 5 milions de pàgines vistes

l'encapçalat *La Vanguardia* (724.000 lectors), seguida d'*El Periódico* (565.000) i *El País* (188.000). El Punt Avui (146.000) es manté com el quart diari d'informació generalista més llegit; per darrere hi ha *Diari de Tarragona* (105.000) seguit del *Segre* (104.000) i l'*Ara* (96.000).

Per demarcacions, l'EGM-Baròmetre destaca el lideratge d'El Punt Avui a les comarques gironines, amb 82.000 lectors, un 10,8% més que fa un any. Quant als suplementos, Presència obté 75.000 lectors computats. ■

Audiència dels magazins de la 2a onada de l'EGM Baròmetre Catalunya del 2013

De dilluns a divendres. En milers d'oients

Onades	2a 2012	1a 2013	2a 2013
MATI			
RAC-1 El món a RAC-1 1r	480	491	495
CATALUNYA RÀDIO El matí de Catalunya Ràdio 2n	470	414	404
CADENA SER Hoy por hoy 3r	278	265	239
TARDA			
RAC-1 Versió RAC-1 1r	179	212	202
CATALUNYA RÀDIO La tribu 2n	74	100	84
CADENA SER La ventana 3r	98	100	81
NIT			
RAC-1 Tu diràs 1r	132	105	123
CATALUNYA RÀDIO El club de la mitjanit 2n	89	72	74
CADENA SER El larguero 3r	90	72	76

Guanya la ràdio en català

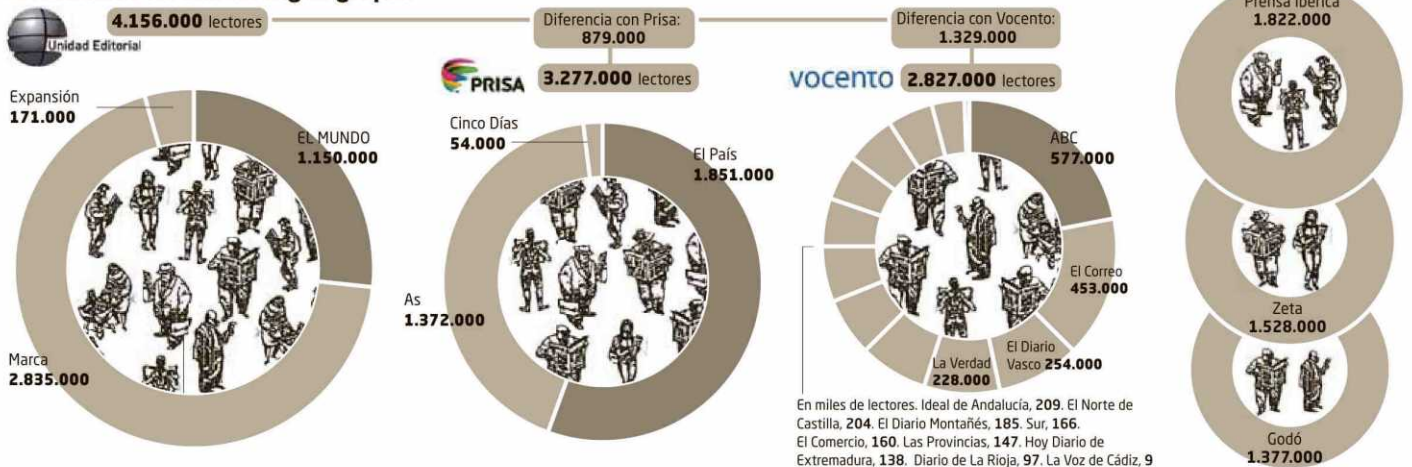
La temporada regular es tanca amb el creixement de la ràdio en català. D'una banda, RAC1 continua líder amb 703.000 oients diaris entre setmana, i augmenta l'audiència respecte a la xifra que li atorgava l'EGM de fa un any (655.000). Pel que fa a Catalunya Ràdio, és la segona més escoltada, amb 578.000 oients, i en guanya 18.000 més que la temporada anterior. RAC1 és líder en les prin-

cipals franges diàries de matí, tarda i nit. Catalunya Ràdio és líder del cap de setmana amb *El suplement*, de Sílvia Còppulo, (331.000 oients els dissabtes i 231.000 els diumenges). Els caps de setmana a RAC1, però, també fan rècords d'audiència, amb *La primera pedra* (209.000 oients) i *Via lliure* (183.000). Quant a la radiofórmula informativa, Catalunya Informació aconseguix 157.000

oients i augmenta en 29.000 oients l'audiència respecte a la temporada anterior. Los 40 Principales ocupa el primer lloc de les musicals (396.000 oients) però creix -suma 25.000 oients respecte a la primera onada de l'any- Flaix FM (335.000), que és segona. Flaixbac augmenta en 35.000 oients i se situa cinquena, amb 280.000. En tercera posició hi ha RAC105 (289.000).



Audiencia de diarios según grupos



FUENTE: EGM. Segunda oleada de 2013.

EL MUNDO

ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS

El grupo editor de EL MUNDO, 'Marca' y 'Expansión' supera en 879.000 lectores a su principal competidor y alcanza una audiencia de 5.483.000 lectores si se suman los datos de sus revistas

Unidad Editorial, líder de la prensa

EL MUNDO / Madrid
Los datos son claros: Unidad Editorial lidera el sector de la prensa española. Según la segunda oleada del año del Estudio General de Medios (EGM), datos que fueron publicados ayer, este grupo de comunicación, editor de EL MUNDO entre otras cabeceras, consolida y reafirma su indiscutible primera posición: cuenta con la fidelidad de 4.156.000 lectores. La apuesta decidida por la información en exclusiva y por los reportajes de investigación marcan la diferencia, que se traduce en amplios márgenes con respecto a los demás competidores.

La audiencia de Prisa se queda en 3.277.000 lectores, con lo que la distancia del grupo editor de El País con respecto al liderato de Unidad Editorial se cifra en un total de 879.000 lectores. Esa amplia distancia se incrementa si Unidad Editorial se compara con Vocento, que cuenta con 2.827.000 lectores según el último EGM. Así, la brecha de Unidad Editorial con respecto a los editores del diario ABC se amplía hasta el dato de 1.329.000 lectores. La fortaleza de Unidad Editorial se cimienta gracias a sus tres grandes cabeceras. EL MUNDO, Marca y Expansión son referencias indiscutibles

en la prensa generalista, deportiva y económica. En un sector golpeado por las caídas generalizadas, este grupo resiste el envite de la crisis. EL MUNDO, segundo periódico más leído de la prensa generalista, atesora una audiencia de 1.150.000 personas, de manera que mantiene la confianza de su audiencia a pesar de la dureza del escenario económico. Si esa cifra se comparara con la anterior oleada del EGM, se extraería una mínima bajada del 1,7%. Mientras el descenso de El País es de un 0,6%, la caída de ABC resulta más pronunciada: el generalista de Vocento pierde el

5,3% del total de sus lectores, hasta el punto de que se ha visto superado por una cabecera de ámbito regional como La Voz de Galicia. El dominio de Marca en el campo de los deportivos abruma. Con 2.835.000 jugadores en su equipo, no hace sino aumentar las diferencias con sus competidores. Marca dobla al segundo del ranking: As tiene 1.372.000 lectores. Mientras Marca conserva a su público (ha bajado sólo un 1,2% con respecto a la anterior oleada), el deportivo de Prisa pierde al 3,8% de su audiencia. Además, la oferta deportiva de Unidad Editorial se complementa en las ondas con

Radio Marca, que cuenta con 628.000 oyentes tras subir un 3,1%. Expansión también lidera, en su caso en el terreno económico. La cabecera salmón de Unidad Editorial suma 171.000 lectores, a una distancia difícil de salvar por el resto de periódicos del sector: El Economista tiene 61.000; Cinco Días, 54.000. Los registros de Unidad Editorial alcanzan cotas aún más altas si se computan sus revistas. Al sumar esa oferta, el número de lectores del grupo se dispara hasta 5.483.000. Cabe recordar que esta cifra no incluye ni los 545.000 lectores de Magazine ni los 440.000 de Yo Dona.



EGM / Periódicos generalistas

EL MUNDO dobla en lectores a 'ABC'

El diario de Unidad Editorial tiene 300.000 más que la suma de 'ABC' y 'La Razón'

E. M. / Madrid

EL MUNDO consolida su segunda posición entre los periódicos generalistas españoles. El diario de Unidad Editorial, según los datos del EGM, cuenta con una audiencia de 1.150.000 lectores, cifras que desafían las caídas del sector.

EL MUNDO ha perdido solamente un 1,7% de lectores con respecto a la anterior oleada de este estudio de los medios de comunicación. Otras cabeceras, sin embargo, sufren de manera acusada las bajadas de la prensa.

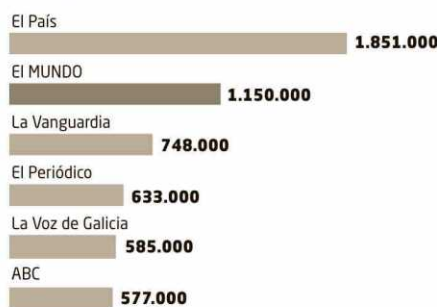
El diario de Unidad Editorial

afianza su posición y sólo se ve superado por *El País*, que cuenta con 1.851.000 lectores y ha bajado un 0,6%. Después de EL MUNDO, en la clasificación de los diarios generalistas más leídos se encuentran dos cabeceras editadas en Cataluña, una en Galicia y en sexto lugar se sitúa el diario *ABC*, seguido por *La Razón*.

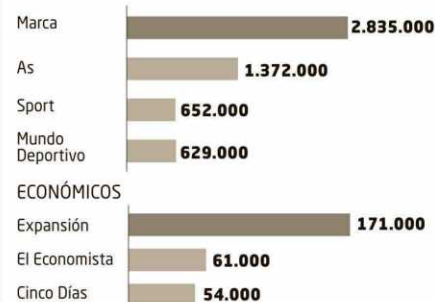
La Vanguardia es el tercer periódico en número de lectores, con 748.000. El generalista del grupo catalán Godó ha caído un 5,3% con respecto a la oleada anterior del EGM. *El Periódico* le sigue en el ranking, con una audiencia de

Ranking de diarios

GENERALISTAS



DEPORTIVOS



FUENTE: EGM. Segunda oleada de 2013.

EL MUNDO

633.000 personas, después de experimentar una subida del 1,3%.

En quinta posición se sitúa *La Voz de Galicia*, que ha adelantado a *ABC* en número de lectores. Todo ello, pese a que la cabecera gallega ha bajado un 2,7% si se comparan sus datos con los del primer EGM del año. En *ABC*, que se queda en 577.000 lectores, la baja-

da es más severa y se cifra en un 5,3%. EL MUNDO (1.150.000 lectores) prácticamente dobla en este cálculo al buque insignia del grupo Vocento.

Por debajo de *ABC* se encuentra *La Razón*, que acumula una audiencia de 268.000 personas. El diario del grupo Planeta ha subido un 1,5% en comparación

con la anterior oleada del EGM.

El último estudio de audiencia en prensa muestra que el número de lectores de EL MUNDO (1.150.000) es superior a la suma de lectores de *ABC* y *La Razón* (845.000 entre ambos). El diario de Unidad Editorial aventaja a esas dos cabeceras juntas en 305.000 lectores.



> EL NUEVO ESCENARIO VASCO Las decisiones de los radicales

Garitano premia a 'Egin', cerrado por proetarra

El diputado general fue redactor jefe del periódico clausurado por la Justicia

J. M. ALONSO / San Sebastián

En sus dos primeros años de mandato, el Gobierno de Bildu en Guipuzcoa no había concedido ninguna Medalla de Oro, la distinción más importante del territorio. Ahora, en el que va a ser su primer reconocimiento público con este galardón, la coalición *abertzale* premiará al escultor vasco Néstor Basterretxea y condecorará con dos placas de oro a los periódicos clausurados por la Audiencia Nacional *Egunkaria* y *Egin*. De este último fue redactor jefe Martín Garitano, actual diputado general de Guipúzcoa.

Garitano formaba parte del equipo directivo del diario *abertzale Egin* cuando fue cerrado en julio de 1998 por su vinculación con la banda terrorista. Pese a su pasado estrechamente ligado a este periódico, el diputado general no ha te-

nido reparos en aprovecharse de su cargo para reconocer en nombre de toda Guipúzcoa la labor que desarrolló este diario.

Para defender que la institución que lidera le conceda la principal condecoración del territorio, esgrimió que este medio de comunicación «no tiene la culpa de que yo trabajara en él». Además, justificó que este premio, que se otorgará el 12 de septiembre en una ceremonia solemne en el Palacio Foral, «no ha sido a propuesta mía ni he hecho yo la instrucción» de concedérselo.

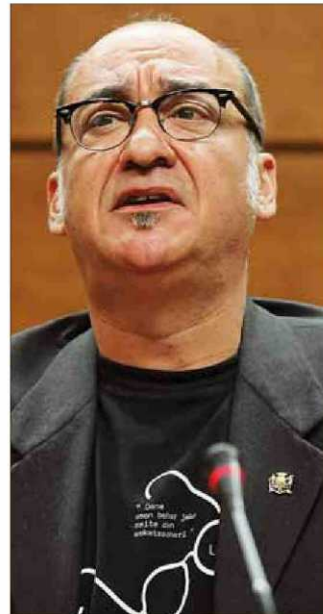
Con esta decisión, Garitano argumentó que «la sociedad guipuzcoana quiere mostrar su reconocimiento y gratitud» a un diario que nació en 1977 con una orientación ideológica que «se situaba en la interpretación de la nación vasca desde una perspectiva de izquierdas» y que hace ahora 15 años fue «víctima de

la agresión del Gobierno derechista español», en lo que constituyó «una de las agresiones más brutales contra la libertad de expresión».

Al dar esta distinción, Garitano busca honrar públicamente la memoria de un diario del que fue redactor jefe de 1984 a 1998 y que fue clausurado por orden del juez Baltasar Garzón. Entre los méritos que le achaca la Diputación bien podría estar su titular de «Ortega Lara vuelve a la cárcel» a la hora de informar de la liberación del funcionario de prisiones tras 532 días de cautiverio a manos de ETA, en el año 1997.

Con similares argumentos a los de *Egin*, la Diputación quiere homenajear a *Euskaldunon Egunkaria*, el periódico en euskera creado en 1990 y que fue clausurado 10 años después por la Guardia Civil a instancias de la Audiencia Nacional en una operación en la que fueron detenidos sus directivos, si bien fueron posteriormente absueltos de colaboración con ETA.

Garitano, que también fue subdirector del diario *abertzale Gara* antes de su salto a la política, resaltó que *Egunkaria* constituye el «icono del periodismo moderno y de calidad» en lengua vasca, al tiempo que alabó su «periodismo basado en la independencia».



Martin Garitano. / EFE

Consciente de la polémica que iba a suscitar con esta medida (PSE y PP no tardaron en denunciar estas distinciones «de parte» y para «sus amiguetes»), el diputado general se anticipó a estas reacciones críticas y sostuvo que «la sociedad los va a entender [estos galardones]

perfectamente». En respuesta a sus palabras, el secretario general de los socialistas guipuzcoanos, Iñaki Arriola, consideró «vergonzantes las explicaciones» dadas para justificar estos premios y denunció que Garitano «sigue gobernando sólo para los suyos». Por su parte, el portavoz del PP en las Juntas Generales de Guipúzcoa, Juan Carlos Cano, censuró que el dirigente de Bildu «sólo busca la provocación» con otra «actuación sectaria más».

Con la polémica concesión de estas dos placas de oro, algo que según justificó Garitano está dentro del «protocolo», la Diputación de Guipúzcoa resta ella misma trascendencia pública a la concesión de su primera Medalla de Oro al escultor Néstor Basterretxea, que queda relegada a un segundo plano ante los dos premios *menores*.

Al entregar la máxima condecoración al escultor nacido en Bermeo aunque afincado desde joven en Guipúzcoa, la Diputación reconoce a «uno de los máximos exponentes del arte vasco» del siglo XX por «su compromiso y solidaridad» en ámbitos como el cine, el diseño, la arquitectura y el urbanismo, la fotografía, la escritura y la acción humanitaria, y por su «ayuda a difundir una imagen excelente» del territorio.



Luces y sombras de la Ley de Transparencia

Se debate en el Congreso un proyecto de Ley de Transparencia. Que esta iniciativa haya llegado ahora y no antes es la consecuencia de una tormenta perfecta de crisis económica e institucional y esfuerzos sumados reclamándola por parte de organizaciones no gubernamentales, periodistas, académicos, pero, sobre todo, de los ciudadanos, cristalizada en pancartas que pudimos ver entre los lemas del 15-M y contrastadas en los resultados de las encuestas.

Se ha demostrado, así, cómo la sociedad, movilizada, puede fijar la agenda política (ejemplificado en la genial viñeta de El Roto, "perdido el esplendor, echaron manos de los focos..."). Y, también, que el de la transparencia es un tema al margen de las ideologías, o, si se quiere, perteneciente a una compartida: la democracia. Estamos, pues, en un momento fundacional en que es responsabilidad de todos, y no solo de los parlamentarios, hacer aportaciones al debate público.

¿Es el derecho de acceso a la información pública? Ha sido una de las cuestiones más debatidas en todo el proceso de tramitación de la ley. Especialistas en transparencia, organizaciones no gubernamentales, periodistas y muchos de los que participaron en la consulta pública así lo han defendido. También ha sido la crítica fundamental de los partidos que han presentado enmienda a la totalidad. La Constitución española fue de las primeras en referirse a este derecho, pero lo hizo, no entre los derechos fundamentales, sino en un artículo referido solo al poder ejecutivo, lo que ha condicionado el debate jurídico.

No obstante, los derechos fundamentales han de ser leídos en su momento histórico e interpretados de conformidad con los tratados internacionales y no cabe duda de que el derecho es hoy percibido como un contenido clave de la libertad de información y así ha sido reconocido por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos. ¿Acaso hay información más crucial para la opinión pública que la relativa a cómo se ges-



EMILIO
GUICHOT

Se obliga a publicar una gran cantidad de información, pero solo la relativa al presente

tionan los asuntos públicos y cómo se gasta el dinero público?

El debate no es solo teórico ya que los derechos fundamentales tienen una especial protección (se desarrollan por ley orgánica, se garantizan por el recurso de amparo). Optar por esta interpretación sería, además, lo más coherente, por cuanto, fruto de la presión social y a golpe de escándalos, los principales partidos han convenido en aplicar la ley también a la Casa del Rey, a los partidos políticos, los sindicatos o las organizaciones empresariales, que, evidentemente, no forman parte del Poder Ejecutivo, pero la transparencia de cuyo funcionamiento y cuentas demanda una sociedad que percibe su derecho a la información como fundamental.

Una disposición adicional "técnica" arroja una sombra decisiva para la efectividad del derecho de los ciudadanos. En su actual redacción, la ley se aplicaría solo a la información que se encuentre depositada en los ar-

chivos de oficina o gestión, los de utilización "diaria". El resto de la información se regiría por sus normas propias, que difieren en el ámbito estatal y autonómico. Esta previsión carece de todo sentido y daría origen a una disparidad injustificada en la amplitud del derecho de los ciudadanos ante cada Administración, e incluso ante una misma Administración. Esperemos que desaparezca.

Entre los límites que toda Ley de Transparencia debe contemplar se encuentra la protección de datos. La regulación de sus relaciones con el acceso a la información, que en el anteproyecto era convincente, quedó alterada en el proyecto tras la asunción por el Gobierno de la redacción propuesta de la Agencia de Protección de Datos. Entre otros, porque se ha establecido para este supuesto un criterio de distinción a la hora de obtener o no la información en función del interés concreto para el que el ciudadano pide la información o su condición o no de investigador, lo

que supone un torpedo contra la línea de flotación de un derecho que, como derecho de ciudadanía al servicio de la participación y el control, no exige motivación ni acreditación de interés alguno, como reconoce el propio proyecto con carácter general...

El aspecto más positivo del proyecto es, en mi opinión, la regulación de la publicidad activa. En el tercer milenio, los ciudadanos esperan poder acceder a la información pública más relevante a golpe de clic. En los países que han apostado por ella, el porcentaje de información conocida a través de Internet es abrumador respecto a las casi marginales solicitudes individualizadas.

El punto fuerte de este proyecto es el detallar la obligación de publicar toda la información sobre proyectos normativos, planes y su evaluación, presupuestos y su ejecución, contratos, convenios, subvenciones, cuentas públicas, retribuciones e indemnizaciones de altos cargos, etcétera. Aún podrían incorporarse por vía de enmiendas información sobre las agendas de los altos cargos, sus currículos, el patrimonio público, etcétera. El resto de informaciones podrá solicitarse individualizadamente, a través de un procedimiento que me parece bien regulado, con un plazo razonablemente breve de respuesta.

Finalmente, una sombra que parece que se va despejando es la necesidad de garantizar que los ciudadanos podrán acudir a un órgano realmente independiente y especializado que pueda de forma gratuita y rápida resolver las reclamaciones contra denegaciones de información y denunciar incumplimientos en materia de publicidad activa. La vicepresidenta del Gobierno anunció en el debate de totalidad un cambio en el proyecto para crear un Consejo de la Transparencia que responda a estas características. Muchos habíamos enfatizado su necesidad para la efectividad de la ley. Bienvenido sea, pues.

Emilio Guichot es profesor de Derecho Administrativo y de Derecho de la Información de la Universidad de Sevilla.



RADIO

El grupo COPE gana medio millón de oyentes, según el último EGM

ABC

Los datos correspondientes a la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM), que se hicieron públicos ayer, atribuyen 1.773.000 oyentes diarios a la COPE, lo que supone un incremento de 100.000 respecto a la misma oleada de 2012. En conjunto, el grupo COPE ganó medio millón de oyentes: Cadena 100 lleva siete temporadas creciendo y Rock FM ha triplicado su audiencia.

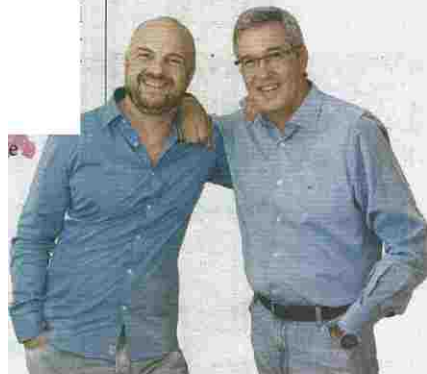
«La Mañana», con Ernesto Sáenz de Buruaga y Javi Nieves, ganó 100.000 seguidores y ya suma medio millón. El programa deportivo «Tiempo de Juego» supera el millón, después de aumentar el 50%. El «Fin de Semana» de Cristina López Schlichting crece un 75% y alcanza su máximo histórico con 752.000 personas. «La Tarde» de Ramón García también crece, un 23%, y «La Linterna» mejora el 10%. La programación religiosa también supera registros anteriores y «El Espejo» gana un 31%. En Cadena 100, «¡Buenos días, Javi Nieves!» es el programa más escuchado y lo siguen ya 1.115.000 personas cada mañana.

RNE también celebró ayer los resultados del EGM. Acumula 1.332.000 oyentes, un 5,1% más que en la anterior oleada, con subidas en «El día menos pensado» (+7%) y «No es un día cualquiera» (+20%).

Onda Cero presume asimismo de sus 2.722.000 oyentes, más los 2.151.000 de Europa FM. «Julia en la onda» supera ya los 600.000 oyentes, después de ganar 181.000.

La cadena SER, por último, se mantiene líder de audiencia con 4.785.000 seguidores. «Hoy por hoy», con Pepa Bueno y Gemma Nierga, es lo más escuchado con 3.132.000 oyentes.

Javi Nieves y Ernesto Sáenz de Buruaga, dos de las voces de la COPE





Esic premia la edición de Expansión en Cataluña

Expansión. Barcelona

La escuela de negocios y marketing Esic, en Barcelona, ha entregado el premio Aster 2013 de comunicación empresas a la edición de EXPANSIÓN en Cataluña, que este año cumple su décimoquinto aniversario. El jurado, presidido por Agustín de Uribe-Salazar, premió a este diario por su liderazgo, el compromiso con la información sobre el tejido empresarial catalán y su apoyo a los emprendedores y al talento. EXPANSIÓN es líder indiscutible de la información económica y empresarial en Cataluña, además de ser el tercer diario nacional, incluyendo generalistas, con mayor audiencia en esta comunidad.

Junto al diario EXPANSIÓN, Esic premió a la cadena de televisión 3/24, perteneciente a los medios públicos catalanes. Jaume Giró, director general adjunto de La Caixa, recibió el galardón a la comunicación empresarial. Lucas Carné, cofundador de



Elena Ramon

Xavier Trias, alcalde de Barcelona, entrega el premio a Martí Saballs, subdirector de EXPANSIÓN, en presencia de Agustín de Uribe-Salazar.

Privalia, recogió el premio a la trayectoria empresarial de grandes empresas y Ramon Escolà, presidente y fundador de Zeta Espacial (creador de las *petazetas*) obtuvo el de la mejor trayectoria empresarial de pymes. El galardón Aster a la RSC recayó en la Obra Social de La Caixa.

Los premios se entregaron en el acto de graduación de los 400 estudiantes de Esic en Barcelona. La escuela de negocios, especializada en marketing, fue fundada en 1965 y cuenta con sedes en nueve poblaciones españolas, así como en Brasil. Esic facturó 46 millones de euros en 2012.



8tv segueix guanyant audiència al juny

BARCELONA Redacció

8tv, la cadena de televisió privada del Grup Godó, tanca el mes amb una quota de pantalla del 3,5% a Catalunya i amb una quota del 4,1% de dilluns a divendres iguala el seu màxim anual dels dies feiners.

D'acord amb les dades mensuals del panel d'audiència Kantar Media, 8tv obté al juny una quota de pantalla del 3,5% a Catalunya, tot just una dècima per sota del màxim anual de la cadena, i repeteix el mateix resultat de l'any anterior. 8tv aconsegueix a més igualar el seu rècord anual de consum en els àmbits provincials de Barcelona i Girona, així com a Barcelona capital, on la quota de pantalla frega el 4%.

Per als dies feiners, la cadena del Grup Godó iguala el màxim anual del mes de maig, i amb un *share* mitjà del 4,1% a Catalunya, guanya una dècima respecte del juny del 2012. Els avenços més importants per a 8tv es produeixen a la franja televisiva de més consum, coincidint amb l'informatiu que presenta i dirigeix Josep Cuní, *8 al dia*; amb una quota de pantalla de 21.00 a 21.30 hores del 8,7%, 8tv aconsegueix un rècord històric en aquesta franja, i es confirma com la segona ofer-

QUOTA DE PANTALLA

Els avenços més importants són a la franja de més consum televisiu

ta informativa preferida pels espectadors catalans.

El mes de juny suposa igualment bons resultats per a 8tv el cap de setmana, ja que s'igualen els màxims anuals del registre agregat dels dissabtes i els diumenges, així com el dels diumenges separatament, amb una quota mitjana registrada que és 4 dècimes superior a la de maig. Aquests registres són especialment notables considerant l'actual context regressiu que experimenten les cadenes autonòmiques públiques a tot Espanya, del qual tampoc no s'escapa TV3, líder aquest mes a Catalunya, amb el seu mínim de *share* anual.

En aquest sentit, 8tv, primera de les privades autonòmiques, es consolida també en el rànquing total de cadenes autonòmiques com la tercera més vista del segment amb gairebé l'1% de l'audiència nacional, un consum superior als obtinguts per TeleMadrid, TVG, C9 i ETB2 i només per darrere de TV3 i Canal Sur.●



TV3 perd el lideratge a l'EGM-Baròmetre en favor d'Antena 3

À.G.M.

BARCELONA. La nova onada de l'EGM ha portat també una dada sorprenent: la pèrdua de lideratge de TV3, que queda desplaçada a la segona posició gràcies a l'auge que experimenta Antena 3. Així, la cadena del grup Planeta suma 1.483.000 persones que la van veure el dia anterior a ser enquestades, mentre que TV3 es queda en 1.438.000. La tercera és

Quota
El 27,3%
miren televisió
generalista
en català,
diu l'estudi

Telecinco, amb 1.378.000, i la quarta, La 1, amb 1.165.000. Ja a més distància es barallen Cuatro i La Sexta, amb 706.000 i 644.000 seguidors, respectivament. I tanca la llista la privada 8TV, que suma 350.000 espectadors diaris. L'EGM-Baròmetre estima que un 27,3% de catalans miren les televisions generalistes d'àmbit català, mentre que un 60,3% declaren haver mirat una generalista estatal.

La dada de TV3 contrasta amb la que donen els audímetres, ja que en els últims dotze mesos l'han coronat líder sense discussió. Les comparatives amb un any enrere prenen de base les dades d'un EGM que encara no s'havia fusionat amb el Baròmetre. Sí que hi ha dades homologades de l'abril d'enguany, en què TV3 apareixia com la televisió preferida dels catalans, amb 1.421.000 lectors, tot i que amb Antena 3 bu-

fant-li el coll, amb 1.402.000 seguidors diaris. Una altra diferència amb el sistema d'audímetres és que aquí es mesuren els espectadors de més de 14 anys, i no pas els més grans de 4 anys.

L'EGM-Baròmetre calcula també la dada d'audiència conjunta de les televisions locals: 80.000 catalans les miren diàriament (unaxifra que es manté inalterada des de l'abril). —



Desclot

Enigmes radiofònics

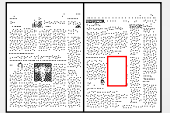
La darrera onada de l'EGM reforça el lideratge de RAC1. La cadena aconsegueix 142.000 oients més que Catalunya Ràdio, que manté el segon lloc. En la franja del matí –la que es disputa la influència política– Jordi Basté suma 95.000 oients més que Manel Fuentes. La notícia suscita dues reflexions. En primer lloc, cal constatar que la ràdio en

català gaudeix d'una bona salut de ferro. Ha passat d'anècdota excèntrica a gran categoria. Gràcies a Ràdio 4, Catalunya Ràdio, la COM, Ona Catalana i RAC1. En segon lloc, la sortida anunciada de Manel Fuentes ha obert un ball de noms i disbarats en què tothom fica cullerada i sembla que calgui substituir-lo a través de bombo i rifa. Què vol Catalunya Ràdio? El

lideratge? Competint amb RAC1? O vol prestigi, serietat i influència? El lideratge permet un marge de publicitat prou ampli perquè pagui la pena disputar-lo a la desesperada? A quin model de ràdio pública aspirem? Que el govern es faci aquestes preguntes i que després qui ha de prendre la decisió ho faci amb poc soroll i molt encert.

Vicent
Sanchis





PERSONES AMB DISCAPACITAT

Sortir a la tele

Llegeixo que les persones grans estan infrarepresentades a les televisions ja que apareixen poc a les notícies (24%) i els debats (13,6%) i menys encara en programes de ficció (7%), segons dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Voldria animar el CAC a seguir amb aquests estudis – sembla que només existeix el que veiem pels mitjans – i, per això, els proposo un informe sobre la representació de les persones amb discapacitat (ja intuïm els resultats, ¿oi?). A Espai 21 (famílies de persones amb síndrome de Down), el 2012 vam iniciar una campanya per afavorir la visibilitat d'aquest col·lectiu als mitjans i la vam dirigir a algunes agències perquè els tingués presents en anuncis, sèries i concursos. No hem obtingut resposta. ¿S'imaginem discapacitats en anuncis de productes de neteja o de pizzes? O a *La Partida* de TV-3? Llavors podríem parlar de normalització.

Dolors Comerma

Manlleu





‘Mundo Deportivo’ es consolida com a líder

BARCELONA Redacció

El diari *Mundo Deportivo* es manté líder de la premsa esportiva a Catalunya amb una audiència de 380.000 lectors i una quota del 35,7%, segons la segona onada de l'any de l'Estudi General de Mitjans (EGM). Segueix la capçalera del Grup Godó el diari *Sport*, amb 363.000 lectors diaris de mitjana. Més lluny hi ha *Marca*, amb 206.000, i *As*, amb 114.000. El líder esportiu a Espanya és *Marca* amb 2.835.000 lectors.●



Telefónica Broadcast y Secuoya pujarán por la emisión de la señal de la cadena

TELEMADRID Telefónica Broadcast y el grupo Secuoya pujarán por la adjudicación del contrato de emisión de señal de Telemadrid. Estas dos empresas se han presentado, junto a la Asociación de Afectados por la Gestión de la Televisión Pública Madrileña (AGTPM), al concurso para prestar este servicio, convocado hace tres semanas por el Ente Público Radio Televisión Madrid, por un máximo de 2,7 millones de euros. La propuesta de AGTPM, formada por extrabajadores de Telemadrid, no ha sido aceptada al concurso por falta "de solvencia económica financiera" y de medios técnicos.