



# RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

07/10/2013



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
06/10/13	EL PERIODISME CIENTÍFIC, UNA PEÇA CLAU / ARA	6	1
06/10/13	IMPULSO A LOS COLEGIOS DE PERIODISTAS EN UNA ASAMBLEA CON PRESENCIA RIOJANA / EL CORREO ESPAÑOL (ED.LA RIOJA)	7	1
07/10/13	Taula rodona amb els germans Pérez de Rozas / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	8	1
07/10/13	BRUSELAS RECOMIENDA TRES REFORMAS DE RAJOY AL RESTO DE PAÍSES EUROPEOS / ABC (EDICION NACIONAL)	9	2

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
05/10/13	LOURDES GARZÓN, DIRECTORA DE VANITY FAIR ESPAÑA: «HAY QUE TIRAR 50 DISPAROS Y ESPERAR» / EL PAIS (S MODA)	12	1
05/10/13	FERNANDO GAMERO: «LA WEB NO ES EL HERMANO MENOR DE LA TV O EL CINE» / ABC (CULTURAL)	13	1
05/10/13	LA CCMA CONGELA EL PRESSUPOST / ARA	14	1
03/10/13	EL TRIANGLE GANA DE NUEVO A MEDIAPRO EN LOS TRIBUNALES / EL TRIANGLE	15	1
05/10/13	LOS DERECHOS AUDIOVISUALES DE LA FÓRMULA 1, A LA VENTA / EXPANSION	16	1
05/10/13	SANTI VILANOVA: "UN NOU ESTAT NO HA D'ESTAR DOMINAT PER OLIGARQUIES" / EL PUNT AVUI	17	1
05/10/13	EFE BUSCA REFORZARSE EN AMÉRICA Y RTVE PREVÉ AHORRAR 70 MILLONES / LA RAZON	18	1
05/10/13	EL XVÈ PREMI LIBERPRESS RECONeix L'HUMOR TENDRE I MORDAÇ DE FORGES / EL PUNT AVUI (GIRONA)	19	1
05/10/13	ARTUR MAS BLINDA TV3, MIENTRAS RECORTA UN 11% EN UNIVERSIDADES / ABC (EDICION CATALUÑA)	20	1
05/10/13	MARTÍ ANGLADA. L'ENTREVISTA / LA VANGUARDIA (ED. CAT) SUP. MONOGRAFIC	21	1
05/10/13	INFORMACIÓ RIGOROSA / LA VANGUARDIA (ED. CAT) VIURE TV	22	1
05/10/13	MOR EN PLENA ACTIVITAT EL PERIODISTA JOSEP COSTAJUSSA / DIARI DE SABADELL	23	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
05/10/13	TVE INGRESARÀ 20 MILLONES POR PUBLICIDAD / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	24	1
05/10/13	SE CUMPLE UN MES DEL SECUESTRO DEL PERIODISTA MARC MARGINEDAS EN SIRIA / DIARI DE TARRAGONA	25	1
05/10/13	LA CCMA EXTERNALITZARÀ LA VENDA DE PUBLICITAT / EL PUNT AVUI	26	1
05/10/13	TV3 VA PAGAR 25 MILIONS DE PATROCINI AL BARÇA I L'ESPANYOL / DIARI DE GIRONA	27	1
05/10/13	AMAZON QUIERE TRANSMITIR POR TV PARA FIN DE AÑO / ABC (EDICION NACIONAL)	28	1
06/10/13	BERLUSCONI, AMO DE LA POLÍTICA GRACIAS A SU IMPERIO MEDIÁTICO / ABC (EDICION NACIONAL)	29	2
06/10/13	EL SUPERREGULADOR ENTERRA DEMÀ LA BARCELONINA CMT / ARA	31	1
06/10/13	LA PRENSA, VIDA TRAS EL 'HARAKIRI' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	32	1
06/10/13	MARRUECOS DESOYE LAS CRÍTICAS POR LA DETENCIÓN DE UN PERIODISTA OPOSITOR / ABC (EDICION NACIONAL)	33	1
06/10/13	EL SETEMBRE DEL 2013, EL MILLOR MES DE L'ARA / ARA	34	2
06/10/13	EL SECTOR DE LA RADIO SE REBELA CONTRA LAS EMISORAS ILEGALES / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	36	1
06/10/13	PUBLICIDAD / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	37	1
06/10/13	EL SILENCIO DE LOS MEDIOS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	38	1
06/10/13	"EN EL CAS D'ASUNTA, S'HA IMPOSAT LA CAIXA A L'ÈTICA" / ARA	39	1
06/10/13	SERRAT REP EL PREMI LIBERPRESS DE LA DIPUTACIÓ DE GIRONA / ARA	40	1
07/10/13	JOSÉ MARÍA FRIGOLA CONSEJERO DELEGADO DE HAVAS MEDIA GROUP IBERIA "LOS ANUNCIANTES HAN CRECIDO UN 20% EN TELEVISIÓN EN EL PRIMER TRIMESTRE" / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	41	1
07/10/13	PISTOLETAZO DE SALIDA AL SUPERREGULADOR / EXPANSION	42	1
07/10/13	¿EL FIN DEL CUARTO PODER?, POR CASIMIRO GARCÍA-ABADILLO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	43	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
07/10/13	MAS DIO 485.000 EUROS EN 2012 AL GRUPO EDITOR DE «CATALONIA CALLING» / LA RAZON	44	2
07/10/13	8TV ARRENCA LA NOVA TEMPORADA AMB MÀXIMS ANUALS D'AUDIÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	46	1
07/10/13	GABRIEL BARRASA, EL HOMBRE QUE LANZÓ HISPASAT / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	47	1
07/10/13	Manuel Chaves Nogales, VOLUNTAD DE MODERACIÓN / LA RAZON (NACIONAL) EDICION CATALUÑA	48	1
07/10/13	TVE Y LA RAI HACEN VOLAR AL MURCIÉLAGO 'BAT PAT' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	49	1
07/10/13	JORGE JAVIER VÁZQUEZ ES EL 'CONVIDAT' DEL PERIODISTA ALBERT OM / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	50	1
07/10/13	OFENSIVA DE PRODUCCIONES ESPAÑOLAS EN EL MIPCOM DE CANNES / LA RAZON	51	1
07/10/13	CRECE LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	52	1
07/10/13	EL GRUP IMAGINA, PROVEÏDOR DE CONTINGUTS DE LA CE / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	53	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



## DE RERUM NATURA

### El periodisme científic, una peça clau

**F**a tres anys que l'Observatori de la Comunicació Científica - UPF i la fundació Obra Social La Caixa organitzem el Campus Gutenberg en el marc del màster en comunicació científica IDEC-UPF. Aquesta escola d'estiu, prèvia al començament del curs acadèmic, és un punt de trobada de tots els que treballem en l'àmbit de la comunicació, el periodisme i la divulgació de les ciències. Al mateix temps és una excel·lent plataforma per donar a conèixer les activitats que desenvolupen en aquest sector les noves generacions de futurs professionals. L'objectiu és consolidar un espai obert que mostri els diversos canals i formats que s'utilitzen per impulsar el periodisme, la comunicació, la cultura i la divulgació científica, així com reflexionar al voltant dels canvis que s'estan produint i les

#### Dubtes

Entre els comunicadors, la pregunta és recurrent: "Com ens guanyarem la vida?"

noves estratègies a seguir. Dos dies d'intens *networking* personal que té una projecció notable a Twitter i en general a les xarxes socials.

Enguany ha estat evident que la comunicació pública de les ciències és més

viva que mai. Circula molta informació. Però la pregunta és recurrent: "I com ens podem guanyar la vida?" El periodisme clàssic, en general, i el científic, en particular, pateix una forta crisi per la implosió dels mitjans convencionals, a causa d'un canvi de model (tecnològic i econòmic), al qual s'afegeix la profunda crisi que arrosseguem. Però si volem realment construir una societat del coneixement competent, el periodisme científic és una peça clau. Sobre el tema, recomano llegir l'últim número de la revista *Capçalera*, que es pot trobar -i descarregar- en PDF a la web del Col·legi de Periodistes de Catalunya.



VLADIMIR DE SEMIR

OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ CIENTÍFICA - UPF



## Impulso a los colegios de periodistas en una asamblea con presencia riojana

### AGENCIAS

**LOGROÑO.** La asamblea extraordinaria de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) celebrada ayer en Cáceres acordó «impulsar» la creación de colegios profesionales de periodistas para «dar un salto en la ordenación de la profesión». La reunión contó con la participación de una delegación de la Asociación de la Prensa de La Rioja, encabezada por su presidente, Javier Alonso. Este señaló que pertenecer a un colegio de periodistas supondrá «un plus de responsabilidad» en el ejercicio de la profesión.

El Parlamento riojano aprobó por unanimidad la semana pasada el proyecto de Ley para la creación del Colegio de Periodistas de La Rioja, de modo que ahora hay un plazo de seis meses para poner en funcionamiento este órgano, explicó Alonso. La Asociación de la Prensa de La Rioja cuenta en la actualidad con 324 asociados, que podrán formar parte del nuevo colegio si así lo desean, aunque en España no es obligatorio estar colegiado ni asociado para ejercer esta profesión.

La creación de una corporación de derecho público obligará a las administraciones a consultar cualquier materia relacionada con el periodismo, añadió Alonso, que aclaró que podrá haber varias asociaciones de periodistas, pero un solo colegio. Cataluña, Galicia, Murcia y Andalucía cuentan con ellos, y otras cinco regiones los están tramitando.



## AGENDA

Per informar d'activitats cal registrar-se a [www.lavanguardia.com/agenda](http://www.lavanguardia.com/agenda)

### Barcelona ciutat

**Jornada Defensors i Defensores dels Drets Humans: exigint justícia i llibertat.** En el marc de la setmana dedicada a les Ciutats Defensores dels Drets Humans, se celebra aquesta jornada de debats per donar a conèixer i donar suport a la tasca de les activistes. *Casa Amèrica Catalunya. Còrsega, 299, entresòl (de 10.30 a 17.30 h).*

**7è Festival Internacional de Cors. Core-arte Barcelona 2013.** Fins al 12 d'octubre se celebra aquest festival amb tallers i concerts a llocs emblemàtics. Avui hi haurà un concert dels Cors Co-rearte. *Sala de les Cent Columnes del Park Güell (16 hores).*

**A cinquanta anys de l'encíclica Pacem in Terris. Les condicions necessàries per construir la pau.** Conferència a càrrec d'Arcadi Oliveres, president de Justícia i Pau i professor d'Economia Aplicada a la UAB, i Jesús Renau, jesuïta i membre de l'àrea teològica de Cristianisme i Justícia. *Cristianisme i Justícia. Roger de Llúria, 13 (19 hores).*

**Descodificació biològica original: una teràpia emocional.** Conferència a càrrec d'Àngeles Wolder. La descodificació biològica és una teràpia breu que es basa en la localització de l'emoció i vivència personal que hi ha darrere d'un símptoma o malaltia. *Sala Àmbit Cultural d'El Corte Inglés de Portal de l'Àngel (19 hores).*

**Inauguració del curs 2013-14 del Centre de Formació i Desenvolupament.** Taula rodona amb els germans Pérez de Rozas. *Col·legi de Periodistes de Catalunya. Rambla Catalunya, 10, principal (19 hores).*

**El mètode Picó per parlar en públic.** Presentació d'aquest llibre d'Alfred Picó amb la presència de l'autor i l'actriu Victòria Pagès. *Casa del Llibre. Passeig de Gràcia, 62 (19 hores).*

**A vuites con la tartera.** Presentació d'aquest llibre de Mònica Escudero, a càrrec de Mikel López Iturriaga,

### EXPOSICIONS DE LA SETMANA

■ **A partir d'avui, el Palau Robert de Barcelona acull la primera exposició que fa un recorregut per la trajectòria de la il·lustradora Roser Capdevila. La setmana ens porta més inauguracions interessants com ara la de l'exposició de fotografies de Fausti Lluçà o, a l'Hospitalet, la mostra fotogràfica 'Srebrenica, memòria d'un genocidi'.**

## 'Mare' de les Tres Bessones

Dilluns, 7

**Defensors: el testimoni obstinat.** Mostra desenvolupada per Amnistia Internacional amb la fotògrafa Sofia Moro. Espai Mercè Sala, vestíbul metro Diagonal, Barcelona (inauguració, 19.30 hores).  
**Art urbà. Els grafiti.** Fotografies, materials utilitzats per a la realització de grafitis, llibres i marxandatge. Biblioteca Sant Antoni. Comte Borrell, 44, Barcelona.

Dimarts, 8

**Coto de caza.** Fotografies de

Fausti Lluçà. Biblioteca Esquerra de l'Eixample-Agustí Centelles. Comte d'Urgell, 145-147, Barcelona (inauguració, 19.30 hores).

**Srebrenica, memòria d'un genocidi.** La mostra reflecteix com una riuada de milers d'activistes dels drets humans de tot Europa i del món acompanyaven les víctimes d'aquell genocidi en una marxa que culminava en l'enterrament de les restes d'unes 800 persones que hi van morir, restes trobades a diferents fosses comunes que s'han anat obrint en els darrers anys. Museu de l'Hospi-

talet. Joan Pallarès, 38, L'Hospitalet (inaugur., 18 h).  
**Ara.** Un col·lectiu de joves artistes mostra les seves visions de l'actualitat. Centre cívic Fort Pienc. Plaça Fort Pienc, 4-5, Barcelona.

**Fam i guerra a Catalunya. Memòries i estratègies de supervivència 1936-1959.** Com la població va sobreviure als bombardejos, l'escassetat d'aliments, l'estraperlo, les malalties, entre els anys 1936 i 1959, a partir de materials cedits pel Museu Etnològic de Barcelona. La Sedeta. Sicília, 321, Barcelona.

Josep Maria Serra



ELISABETH FIGA

**Llapis i... acció! Roser Capdevila dibuixa.** Aquesta mostra, que inclou obra inèdita de la dibuixant de les famoses Tres Bessones, explora els contes més populars de la seva trajectòria i proposa un viatge per la seva biografia. A tra-

vés de la mostra es revela la manera de ser de Roser Capdevila, els seus valors ètics i el seu compromís social. Palau Robert. Passeig de Gràcia, 107, Barcelona (inauguració, avui, 19 hores).

autor del blog *El comedista*. Actuació musical i degustació de truites. *Casa del Llibre. Rambla Catalunya, 37 (19 hores).*

**Actualitat de Paul Ricoeur (1913-2005): antropologia i ètica.** Taula rodona amb Pere Sols, Begoña Rua, i Albert Llorca Arimany, doctors en Filosofia. *Ateneu Barcelonès. Canuda, 6 (19 hores).*

**25è aniversari del SUD.** Conferència a càrrec del doctor Josep Martínez, cap del servei d'urgència domiciliària de l'Hospital de Barcelona, SCIAS Àrea de Participació. *Bruç, 111, baixos (19.30 hores).*

**La independència catalana en la nova Europa.** Tertúlia amb Carles Riera, president del Ciemen. *Ateneu Barcelonès. Canuda, 6 (19.30 hores). Reservar al 933-436-121.*

**Cide de cinema... Noves etapes.** Projectió de la pel·lícula *Amor*, de Michael Haneke, Àustria, 2012. *Centre cívic de la Sagrada Família. Provença, 480 (20 hores).*

**Nits de Bohèmia.** Concert a càrrec de Birgit Kolar, violí, Albert Mora, flauta travessera, i Jordi Torrent, piano. *Casa Elizalde. València, 302 (20.30 hores). Gratuït.*

### Barcelona

**MATARÓ (Maresme)**  
**Músiques d'enyorança, distància i exili.** Conferència a càrrec de Joan Vives, músic i locutor de *Catalunya Música*. *Col·legi d'Aparelladors. Plaça Xamar, 2 (18 hores). 5 euros.*

**SABADELL (Vallès Occidental)**  
**Mes del cinema francès en VOS.** Projectió de la pel·lícula *Plus tard tu comprendras (Un dia lo comprenderás, 2008)*. Adaptació del llibre homònim de Jérôme Clément. L'anciana Madame Gornick dona voltes pel seu apartament escoltant un programa de televisió sobre el judici del nazi Klaus Barbie. *Alliance Française de Sabadell. Sant Joan, 35 (20 hores). Gratuït.*





# Bruselas recomienda tres reformas de Rajoy al resto de países europeos

► La ley de servicios profesionales, la de unidad de mercado y la energética, los ejemplos a seguir

Y. GÓMEZ/M. NÚÑEZ  
MADRID

La Comisión Europea ha elegido tres reformas del Gobierno de Mariano Rajoy como ejemplos para proponer a otros socios europeos. Se trata de la reforma del sector eléctrico, la de los servicios profesionales y la ley de unidad de mercado. Así consta en las conclusiones del documento de la CE titulado «Ejercicio piloto ex-ante sobre coordinación de los planes para reformas de política económica de calado», al que ha tenido acceso a ABC.

Respecto a la reforma energética, la Comisión asegura que el déficit de tarifa, que es del entorno de medio punto del PIB cada año (unos 3.000 millones de euros) y del 3% (30.000 millones) en cifras acumuladas, es un lastre considerable para las finanzas públicas. Apunta además que si los costes se repercutieran a las familias que ya tienen una difícil situación financiera por el aumento del paro y por tener que reducir su nivel de deuda, supondría un riesgo macroeconómico importante.

Explica la CE que el Gobierno ha adoptado un paquete de medidas de emergencia para reducir esos números rojos del sistema que suponen, entre otras cosas, una revisión de los mecanismos de apoyo a las renovables y un mecanismo para equilibrar automáticamente las tarifas con los costes.

## Paralelismos con Alemania

Esta reforma del sector eléctrico en España, apuntan las autoridades comunitarias, tiene muchos paralelismos con reformas que ya se han discutido en Alemania y, en concreto, en lo que al apoyo a las renovables se refiere. Estos cambios podrían tener efectos más allá de nuestras fronteras por el tema de la inversión extranjera en el sector así como los flujos de electricidad entre países vecinos.

Bruselas también incluye en esta lista la nueva ley de servicios profesionales. Explica que en España el número de profesiones reguladas es un 30% más alto que la media de la UE, y que no solo el Estado, sino que también las autonomías tienen poder para regular las profesiones, por lo que hay profesiones que sólo están reguladas en algunas comunidades. Todo



Rehn, Disselbloem, Draghi y Regling, en una reciente comparecencia pública

AFP

## Otros «buenos ejemplos»

### La reforma laboral en Holanda

La Haya ha puesto en marcha una reforma del mercado laboral para equilibrar mejor las prestaciones de desempleo que generan los empleos indefinidos y los de tiempo parcial. El principal cambio es que se recorta la duración de las prestaciones con el objetivo de movilizar el mercado laboral.

### La nueva fiscalidad francesa

Francia ha aprobado un aumento progresivo de las cotizaciones de los empresarios y los trabajadores al sistema de pensiones en 0,3 puntos porcentuales hasta 2017 para asegurar la sostenibilidad del sistema. Además, y para facilitar la creación de empleo, se reducirán las cotizaciones de los empresarios a la Seguridad Social, fondos que se convertirán en una especie de créditos.

### La estructura impositiva italiana

Italia ha puesto en marcha una nueva estructura impositiva que, por ejemplo, incluye un aumento del valor catastral de las viviendas en un 60% para acercarlo al valor de mercado así como un mayor control de los impuestos que pagan las grandes compañías.

### Las renovables en Alemania

Berlín está revisando la relación coste-beneficio de su política energética en aras de alcanzar el objetivo de que el 20% de la energía que consume el país en el año 2020 tenga origen renovable. El debate sobre las primas a las energías renovables, especialmente a las fotovoltaicas, está abierto en el país germano ya que hay expertos que aconsejan mantenerlas mientras que otros abogan por su supresión. La decisión final influirá mucho en toda la UE.

esto supone, argumenta la Comisión, un elevado coste en materia de inversión y crecimiento.

A juicio de las autoridades comunitarias, «el proyecto de ley de servicios profesionales pretende reducir las barreras para acceder al ejercicio de las profesiones, con algunas excepciones».

Recuerda la CE que las restricciones para acceder a muchas profesiones y para ejercerlas pueden impedir la libre circulación de trabajadores dentro del mercado único europeo y que los servicios profesionales tienen un efecto multiplicador para el resto de la economía.

En este sentido, argumenta la CE, se espera que la reforma mejore el funcionamiento del mercado de servicios y que permita precios más competitivos y una colocación más eficiente de los recursos. Según el informe, los efectos de esta ley sobre la competitividad de España y el efecto transfronterizo podría ser relevante. «Esta reforma podría aumentar el atractivo de España para las inversiones y los profesionales», concluye.

Por último, respecto a la ley de unidad de mercado, el informe explica que es una reforma clave a nivel euro-



ABC  
—coso y más—

Videoanálisis sobre las reformas españolas que recomienda Bruselas



## **Unidad de mercado** «Es una reforma clave a nivel europeo ya que pretende resolver la fragmentación interna del mercado»

## **Servicios profesionales** «Podría aumentar el atractivo de España para las inversiones y los profesionales»



peo ya que pretende resolver la fragmentación interna del mercado y por ello es un buen ejemplo para países federales con problemas similares. En la medida en que esta norma tiene una amplia cobertura, y afecta tanto a servicios como a bienes, el aumento del atractivo para la inversión extranjera de una economía como la española puede tener efectos más allá de sus fronteras.

Estas tres reformas españolas, junto con otras que también ha seleccionado la Comisión Europea de otros países europeos, serán analizadas en el ejercicio piloto de coordinación de políticas económicas europeas del que se extraerán las correspondientes conclusiones y, muy probablemente, se convertirán en una especie de código de buenas prácticas en cada una de las materias que tocan.

Bruselas ha seleccionado tres reformas españolas mientras que de otros países ha recomendado sólo una, como es el caso de Alemania u Holanda, entre otros.

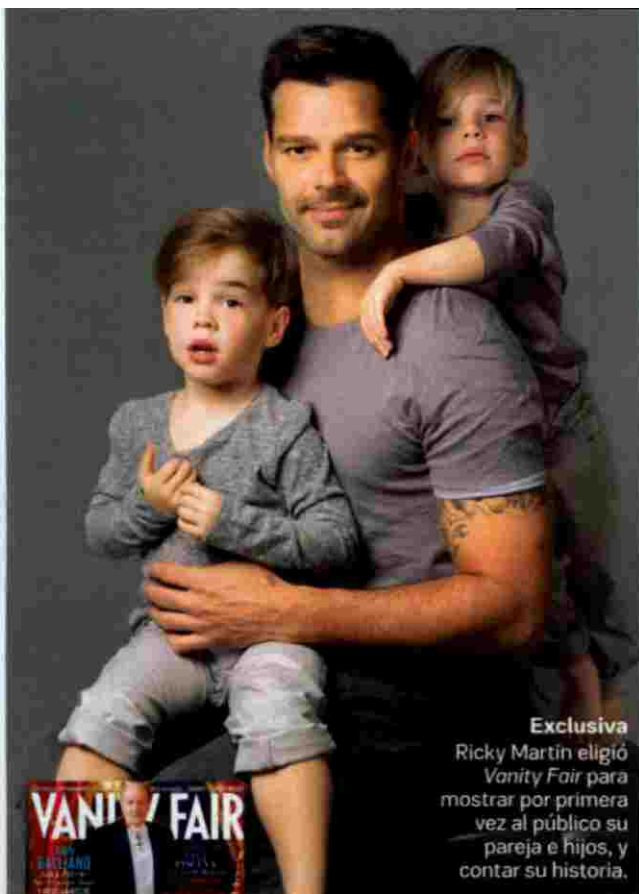


# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



**Exclusiva**  
Ricky Martin eligió *Vanity Fair* para mostrar por primera vez al público su pareja e hijos, y contar su historia.



«Cada mes pedimos sistemáticamente entrevistas con el rey y la reina. Aún no lo hemos conseguido».



Lourdes Garzón, directora de *Vanity Fair* España.

ARTES PLACERES

## «HAY QUE TIRAR 50 DISPAROS Y ESPERAR»

Lourdes Garzón, directora de la edición española de *Vanity Fair*, presenta el libro que desvela los mejores secretos de sus reportajes.

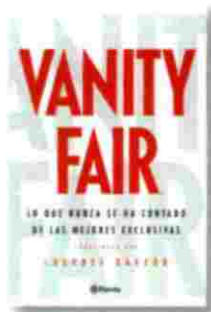
TEXTO — ALMUDENA ÁVALOS

La revista que se ha convertido en referencia de periodismo de investigación en España celebra su quinto aniversario con el libro *Vanity Fair. Lo que merece ser contado de las mejores exclusivas* (Planeta). En este se desgranán los reportajes que han dado más que hablar. «Cada uno está acompañado de un previo en el que explicamos cómo se consiguió, cómo se hizo y lo que nos dejamos en el tintero», cuenta Lourdes.

¿Cuál ha sido el reportaje que más les ha costado realizar? Han sido dos. La portada de Corina, porque había un hermetismo absoluto alrededor del tema y sus abogados habían retirado todas las fotos que había de ella en el mercado, y la entrevista con Charles Manson. Estaba en una prisión de alta seguridad sin permiso de entrevistas. La pudimos hacer a través de un amigo suyo que desviaba las llamadas al teléfono del redactor.

¿Qué reportaje le hubiera gustado haber publicado? Me parece interesantísimo todo lo relacionado con los papeles de Bárcenas. También me gustaría tener una entrevista con la jueza Alaya o con el juez Castro.

¿Tener la entrevista en el momento adecuado es puntería? No. Hay que tirar 50 disparos y esperar que uno dé en la diana. No somos más listos ni tenemos más sentido de la oportunidad. Solo tiramos muchos anzuelos.



### Primicias

Publicaron la primera entrevista del juez Gómez Bermúdez después de dictar sentencia. El libro estará a la venta el día 8.



# «La web no es el hermano menor de la tv o el cine»

El director y guionista Fernando Gamero es uno de los principales creadores de web-series de humor en España. Pronto verá la luz «Chicas del montón», un producto con el que piensa arrasar



A. Barroso, M. Salama, F. Gamero y J. Delgado Tocho en la terraza de Gymage (Madrid)

**D**ebemos aclarar que Fernando Gamero (Barcelona, 1964) no es en absoluto un recién llegado a la televisión. Tras veinte años vinculado a la «caja tonta», no ha habido cadena en este país en la que no haya trabajado como guionista o director, siendo conocido por sus aportaciones a programas como *Homo Zapping* o *El Informal*.

En 2007, decide fundar su propia empresa (Paripe Producciones) para dar rienda suelta a su creatividad. Uno de los primeros proyectos de esta etapa fue *Jodienda Warrick*, «un corto muy loco» —como lo ha definido— que narraba los avatares de una espía que trabajaba para una disparatada organización secreta dirigida en la sombra por la mismísima Madonna. La película siguió los cauces establecidos (estreno en sala y presentación en festivales), pero tal fue su pelotazo en redes sociales, que llevó a Gamero a plantearse el salto a la red.

Es entonces cuando ven la luz, en primer lugar, *Serienómanos* (serie para internet con la que parodiaba las principa-

les producciones de la pequeña pantalla), y, más tarde, *Gentejuelas* (que, también a base de sketches, se hacía eco de los *docu-realities* con famosos, en los que las grandes estrellas cuentan a cámara, sin tapujos, su día a día). En noviembre llegará *Chicas del montón*, una nueva saga con la que Gamero exprime desde la comedia las posibilidades de la web-serie.

## «Frente al desmadre

«Son muchas las posibilidades que ofrece este formato. La más importante es la libertad con la que trabajas, puesto que la finalidad no es comercial. Por otro lado, tu público es más amplio. No haces las cosas para agradar, como en la tele, sino que siempre encuentras a quien encaja con lo que a ti te interesa. La competencia de un corto en un festival es brutal. Se presentan 300 y se elige 5. En Internet, aunque todo empieza a estar desmadrado, cabe de todo».

*Chicas del montón* es para Gamero «un salto cualitativo en todo lo realizado hasta el momento; una serie de ficción en cinco capítulos que, en un tono más sosegado y cinematográ-

fico, parodia con cariño y respeto a Pedro Almodóvar y su cine». Gamero vuelve a juntar, entre otras, a Marisa Paredes (Roma Calderón), Loles León (José Cobrana) o Rossy de Palma (Isabel H. Dimas).

Antonio Barroso será el actor que se meta en la piel de Victoria Abril: «Pese a ser un producto web, yo no he notado carencias en su producción». De opinión similar es María Salama, la nueva Carmen Maura: «No se puede decir que Internet sea el hermano pequeño del cine o la tele. Es otro soporte. El equipo lo ha dado todo porque creíamos en el proyecto y hemos trabajado como si lo hiciéramos para una superproducción». «Y tal vez el resultado es mejor —apostilla Javier Delgado Tocho, el único personaje inventado por Gamero, aquel que representa al público que fue muy fan de Almodóvar— ya que participas porque quieres, porque te gusta lo que haces y porque lo sientes como tuyo».

## A salto de mata

Y es que aquí no cobra nadie. Pero Gamero, gracias a sus contactos, se ha rodeado de profesionales con una trayectoria consolidada con los que, en algunos casos, repite: «El guión de una serie dura 50 minutos. En una web-serie ese tiempo se reduce a 8. Es lo único que varía. La diferencia: que todo lo has de hacer a salto de mata».

Para *Gentejuelas*, Gamero se sirvió del *crowdfunding* para financiarse. Ahora cuenta con dos mecenas para sus *Chicas*: «Internet es el futuro —admito— pero sobre todo porque los canales tradicionales se han convertido en algo inalcanzable incluso para grandes nombres que están en su casa esperando a que les llamen. Por eso, si tienes una buena idea, un equipo potente, todo es posible».

La serie, que se estrenará *on line* el 19 de noviembre, con un capítulo nuevo cada martes, se encuentra ahora en proceso de montaje. A diferencia de otros productos de Gamero, «es como una película condensada, con principio, final y desarrollo de los personajes». Su director cree en su éxito, dada la fidelidad del espectador de este tipo de productos: «Hay que currarse lo de las redes sociales, porque lo difícil es llegar al receptor, que en internet tiene mil ofertas, y es muy fácil convertirse en *spam*. Pero una vez que conectas, enganchas; y si enganchas, te siguen y comparten». Sus *Chicas del montón* esperan transformarse en un viral. Que nadie diga que están acabadas.

J. D.-GUARDIOLA

### DNI ELECTRÓNICO

Nombre:  
«Chicas del montón»  
Director y guionista:  
Fernando Gamero  
Web:  
<http://gentejuelas.wordpress.com/>  
Twitter:  
@GENTEJUELAS  
Facebook:  
<https://www.facebook.com/Gentejuelas>  
Youtube:  
<http://www.youtube.com/user/paripeproducciones?feature=mhee>



# La CCMA congela el pressupost

Preveu externalitzar la gestió de la venda de publicitat per incrementar els ingressos per aquesta via

La CCMA espera ingressar 293,1 milions d'euros durant el 2014, pràcticament la mateixa quantitat que enguany. També preveu externalitzar part del departament comercial per millorar els ingressos.

ALBERT CASTELLVÍ ROCA

**BARCELONA.** El pressupost de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per a l'any 2014 serà de 293,1 milions d'euros, la qual cosa suposa una reducció de menys del 1% en relació amb el d'aquest any. Això és el que preveu l'avantprojecte de comptes de la Corporació, segons va anunciar ahir el president del consell de govern de l'ens, Brauli Duart, durant la seva compareixença davant la comissió parlamentària de control a l'organisme. Aquesta pràctica congelació del pressupost contrasta amb la dràstica retallada que han patit les xifres durant els últims exercicis: el 2011 la CCMA va disposar de 462,4 milions d'euros, i l'any passat ja havia caigut fins als 295,9, un 36% menys.

Segons Duart, aquesta proposta "continuista" preveu una aportació de 225 milions del Govern –la mateixa xifra que aquest any, que també és la que fixa el projecte de contracte programa que està analitzant el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) abans de la seva aprovació, que Duart espera que es produeixi en els pròxims "dies o setmanes"– i uns ingressos de 57,8 milions en publicitat, un 4% menys del previst per al 2013.

Però el president de la Corporació va remarcar que el 2010 aquesta xifra era de 100 milions d'euros, i que és justament per revertir aquesta tendència negativa que la CCMA s'ha proposat externalitzar "la gestió de la venda d'espais publicitaris", mantenint, això sí, "el control econòmic" i "el control del format" dels anuncis. Duart va remarcar que l'adjudicació "s'ha de fer per concurs públic" i que hi ha "no menys de 8 o 10 grups" que hi poden optar, en resposta a les paraules de la diputada d'ICV-EUiA Marta Ribas, que havia suggerit que la intenció és que el responsable de gestionar la publicitat dels mitjans públics sigui el Grupo Godó.

**Tothom marxa "voluntàriament"**  
En l'apartat de despeses, Duart va detallar que el 2014 es preveu destinar 178,4 milions a inversions –una partida que, tal com va anunciar en



## PRIMERA COMPAREIXENÇA DEL CURS

El director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera (esquerra); el de TVC, Eugeni Sallent, i el president del consell de govern de la CCMA, Brauli Duart (dreta), van compareixer ahir davant la comissió de control parlamentari dels mitjans públics catalans. És el primer cop que hi anaven des de l'aprovació definitiva de l'ERO de la Corporació, a principis d'agost. PARLAMENT



**Fusió Catalunya Ràdio i TVC haurien de ser una única empresa l'1 de desembre**

presentar l'anterior pressupost, no s'ha reduït perquè no s'havien aplicat "tots els ajustos" durant els tres anys anteriors – i 124,6 milions a personal. En aquest sentit, el president de la CCMA ja va advertir que "durant la negociació dels nous convenis col·lectius" caldrà "arribar a acords per ajustar el capítol 1 [el de personal] a l'avantprojecte".

Sobre l'ERO que s'ha començat a aplicar durant l'estiu, Duart va defensar que tots els treballadors que abandonin Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio ho faran "voluntàriament". A l'emissora hi haurà 34 sortides, de les quals 15 seran voluntàries i 19 correspondran a treballadors afectats per motiu d'edat, tot i que cap d'aquests ha renunciat a marxar –cosa que haurien pogut fer una quinzena de persones, perquè els voluntaris haurien cobert aquestes places–. A TVC, on es va fixar un màxim de 205 acomiadaments, només 5 dels 187 afectats per edat han preferit quedar-se. Això provocarà que dels 42 treballadors que van presentar-se voluntaris per marxar només 23 ho puguin fer.

D'altra banda, Duart també va explicitar la seva voluntat que el

procés de fusió de TVC i Catalunya Ràdio en una única empresa "estigui acabat l'1 de desembre".

## Defensa de l'Info K'

Un altre protagonista de la sessió d'ahir va ser l'Info K, arran del reportatge sobre la Via Catalana emès el 12 de setembre. El PP, el PSC i Ciutadans van criticar aquell vídeo, però tant Duart com el director de TVC, Eugeni Sallent, van defensar el programa i van recordar que el CAC l'ha avalat. Però la diputada socialista Núria Parlon va denunciar que l'organisme "no hagi publicat, tal com marca la llei, el vot particular de tres consellers que estaven en contra" de l'acord, i des de Ciutadans Jordi Cañas va recordar que la resolució es va aprovar gràcies al vot de qualitat del president del Consell.

Per la seva banda, la popular Marisa Xandri va preguntar quant havia costat l'ampli desplegament de TV3 per cobrir la Via Catalana, incloent-hi la contractació de tres helicòpters. Sense donar xifres concretes, Duart va assegurar que havia resultat "menys car" que un "Onze de Setembre habitual sense aquesta cobertura".

## Referèndum a TV3 per exigir el cessament de Brauli Duart

Dijous al vespre, hores abans que la cúpula de la CCMA comparegués al Parlament, l'assemblea de treballadors de TVC va aprovar "sense cap vot en contra" que es convoqui un referèndum entre la plantilla per "exigir" la destitució de Brauli Duart. Segons un comunicat de la secció sindical de CCOO a la televisió pública, la decisió es va prendre "després de rebre informació sobre l'avantprojecte de pressupostos per al 2014, el projecte de contracte programa i el projecte de privatització del departament comercial". Així mateix, l'assemblea també va instar el comitè d'empresa a presentar, en un termini màxim de dues setmanes, "un pla de mobilitzacions per aconseguir uns pressupostos i un contracte programa que permetin el manteniment de la capacitat productiva interna de TVC i la seva viabilitat econòmica".



# EL TRIANGLE gana de nuevo a Mediapro en los tribunales

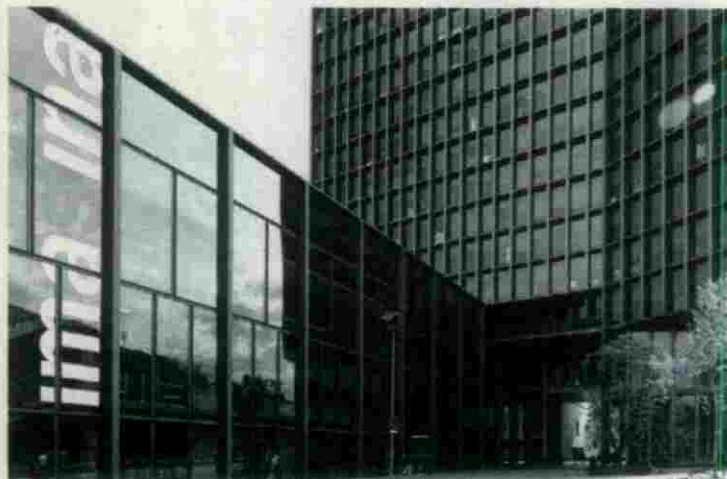
TEXTO R.T.

La sección decimoséptima de la Audiencia de Barcelona ha emitido una sentencia favorable al recurso presentado por EL TRIANGLE en el proceso de rectificación instado por Mediapro -la empresa del magnate de la comunicación Jaime Roures- contra una información publicada en nuestro semanario en la edición del 30 de noviembre de 2011. En ese reportaje, que llevaba por título *A Jaime Roures le duele la barriga* explicábamos detalladamente todos los contratos y subvenciones que sus empresas habían recibido de la administración, tanto de la central -en tiempos del presidente José Luis Rodríguez Zapatero- como de la Generalitat catalana.

Aunque todos los datos que aportábamos en ese artículo procedían de fuentes oficiales o bien de informaciones recogidas por otros medios de comunicación, Mediapro instó un proceso judicial exigiendo el derecho de rectificación sobre 23 puntos contenidos en el reportaje, que consideraba perjudiciales para su reputación. «La noticia que se pretende rectificar está llena de informaciones falsas e insidiosas relativas a las empresas vinculadas al grupo Mediapro, así como al supuesto endeudamiento de Mediapro, entre otras falsedades relativas a la comercialización de los partidos de fútbol y de supuestos favoritismos del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, TV3 o de las instituciones públicas», se decía en la demanda interpuesta contra Editorial de Periodistes SL, la empresa editora de EL TRIANGLE.

## SENTENCIA SALOMÓNICA

La vista de la demanda de rectificación se sustanció en el juzgado de primera instancia n. 34 de Barcelona que, en fecha 28 de febrero de 2012, dictó una sentencia donde daba la razón, en parte, a Mediapro y, en parte, a EL TRIANGLE. En síntesis, esta resolución anulaba la aplicación del derecho de rectificación de doce de los puntos del artículo, al considerar que se trataba de opiniones del



autor, legítimamente amparadas por el derecho constitucional a la libertad de expresión, y condenaba a la empresa editora de EL TRIANGLE a publicar la rectificación de los once puntos restantes, que eran hechos objetivables y documentados en los que, sin entrar a juzgar si eran ciertos, prevalecía -según la sentencia- el derecho de Mediapro a exigir su rectificación mediante su reproducción en las páginas de la revista.

Contra esta sentencia del juzgado n. 34, la empresa Editorial de Periodistes SL, a través del letrado Mateo Seguí Parpal, interpuso un recurso ante la Audiencia de Barcelona. Esta apelación iba acompañada de un extenso anexo documental donde, punto por punto, se establecía la veracidad y exactitud de todos y cada uno de los datos que aparecían en el reportaje. La claridad y contundencia de las pruebas aportadas por EL TRIANGLE han sido valoradas y apreciadas por la sección decimoséptima -formada por los magistrados José Antonio Ballester, Paulino Rico y María Sanahuja- que, en una extensa resolución, ha constatado que los hechos relatados eran ciertos.

## EL CIERRE DE 'PÚBLICO'

En consecuencia, la Audiencia de Barcelona ha aceptado en todos sus extremos el recurso de apelación presentado por el abogado Mateo Seguí Parpal y exonera a EL TRIANGLE de la publicación de la rectificación de los once puntos que

reclamaba Mediapro. Además, impone a la empresa de Jaime Roures el pago de las costas procesales derivadas de este proceso.

En los últimos años, Jaime Roures y Mediapro se han dedicado a interponer demandas judiciales a diestro y siniestro contra los medios de comunicación y periodistas que, a su entender, perjudica-

**La Audiencia de Barcelona** constata la certeza de los hechos relatados y exonera a nuestra revista de publicar la rectificación exigida

**En los últimos años, Jaime Roures** ha 'cosido' a pleitos judiciales a los periodistas y medios de comunicación que osaban criticar su gestión

ban sus intereses empresariales. En este sentido, su quisquillosidad ha devenido proverbial y les ha procurado un amplio repudio de la profesión periodística, acrecentado tras el cierre, con cajas destempladas, del diario *Público*. Este es el segundo pleito que, en los últimos meses, EL TRIANGLE les ha ganado en los juzgados. ▲

## EL ROJO QUE NADA EN ROJO

■ Para evitarnos una nueva demanda judicial de Mediapro, queremos dejar constancia de que el diario *El Economista*, en su edición digital del pasado 13 de septiembre, informaba que la empresa de Jaime Roures declaró, en 2012, unas pérdidas de 84,92 millones de euros. Este naufragio se suma al de 2011, cuando Mediapro también cerró el año con un déficit, según este diario, de 55 millones de euros. Por su parte, el diario económico *Cinco Días*, en su edición del 28 de enero de 2011, afirmaba que el grupo mediático de Jaime Roures había acumulado, en los ejercicios de 2008 y 2009, unas pérdidas de 45,3 millones de euros. En 2010,

Mediapro presentó concurso de acreedores, que levantó en diciembre de 2011 al alcanzar un convenio para saldar sus deudas. Según publica el digital *El Confidencial*, Mediapro -que se ha especializado en la gestión de derechos audiovisuales, como los de la liga española de fútbol o el circo de la Fórmula 1- tiene unos compromisos de pago hasta el año 2015 de 1.451 millones de euros, de los que sólo 64 están avalados. De Jaime Roures es conocida su antigua militancia trotskista. Construyó su imperio mediático tras abandonar TV3. Esperemos que estas informaciones no acaben también en los juzgados...



## EL NEGOCIO DE LOS BOXES GRAN PREMIO DE COREA



Efe

Fernando Alonso, ayer, en las pruebas del Gran Premio de Corea.

# Los derechos audiovisuales de la Fórmula 1, a la venta

**PARA LOS DOS PRÓXIMOS AÑOS/** Las cadenas de televisión pujarán por la emisión hasta 2015 del Campeonato de Fórmula 1, que Mediapro prevé sacar a concurso.

J. Montalvo, Madrid.

Se busca televisión para emitir la Fórmula 1 los dos próximos años. Mediapro pondrá a la venta entre las cadenas españolas la retransmisión del Campeonato Mundial de Fórmula 1, tras llegar a un acuerdo con la sociedad Formula One Management (FOM), propietaria de los derechos, para extender hasta 2015 su actual contrato.

La emisión de la Fórmula 1 es, tras el fútbol, el evento deportivo más valorado por las cadenas de televisión, al asegurar elevadas audiencias durante los fines de semana. En la anterior temporada, el campeonato obtuvo una audiencia media de 3,36 millones de espectadores, con una cuota de pantalla media del 33%.

En el último contrato de venta de derechos, en 2012, Antena 3, que emite ahora el Campeonato, adquirió los derechos audiovisuales para las dos próximas temporadas a su propietario, Mediapro, en un acuerdo valorado en cerca de 85 millones de euros, según fuentes cercanas a la negociación.

### Audiencias

Antena 3 está mejorando las cifras de audiencia del pasado año. El Gran Premio de Italia, celebrado el 9 de septiembre, fue el programa más visto del día al congregarse a 4.624.000

### GP DE COREA



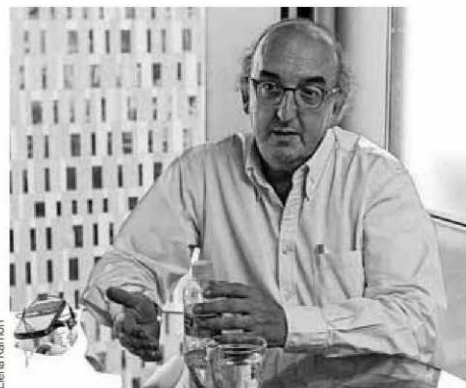
1. **Fecha de la carrera:**  
6 de octubre
2. **Hora española:**  
8:00
3. **Nombre del circuito:**  
Korea International Circuit
4. **Primer Gran Premio:**  
2010
5. **Largo del circuito:**  
5,6 km
6. **Distancia total de la carrera:**  
308,6 km

Fuente: Fórmula 1

telespectadores, con una cuota de pantalla del 40,2 por ciento.

La venta de los derechos televisivos de la Fórmula 1 para España tiene una historia reciente movida. Tras casi un lustro en manos de Mediaset, Mediapro compró en 2007 los derechos audiovisuales en exclusiva y para todo el territorio español del Campeonato del Mundo para cinco años. La Sexta, entonces participada accionarialmente por Mediapro, se hizo con estos derechos.

Tres años después, el grupo



Elena Ramón

Jaume Roures, socio de Mediapro.

audiovisual catalán se vio obligado a sacar a subasta los derechos tras romper el contrato con La Sexta, firmado en 2007 para cinco temporadas, por impago. Antena 3 fue la única que presentó oferta, tras la renuncia de Telecinco a pujar. El precio comprometido es el mismo que tenía Mediapro con La Sexta.

### Polémicas

Mediaset, también interesada en la emisión de la Fórmula 1, hizo públicas sus dudas sobre el proceso de venta de los derechos debido a la relación entre el comprador y el vendedor. Antena 3 TV alcanzó en diciembre de 2011 un acuerdo con Mediapro, accionistas de referencia de La Sexta, y con sus socios para

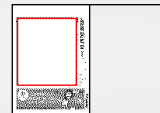
adquirir esta cadena de televisión a cambio de hasta un 14% del capital del nuevo grupo fusionado.

### Proceso

Previsiblemente, Antena 3 TV y Mediaset volverán a pujar por los derechos para las dos próximas temporadas. Mediapro, que aún no ha puesto en marcha el proceso de venta de estos derechos, los ofrecerá a todas las cadenas interesadas, tal y como exige la legislación sobre competencia, que prohíbe además contratos superiores a tres años.

Las características del evento, muy vinculado a publicidad y patrocinio, descartan inicialmente a las televisiones de pago, como Canal +.





## L'entrevista **Santi Vilanova** Periodista i escriptor



# “Un nou estat no ha d'estar dominat per oligarquies”

### Vostè planteja en el seu nou llibre un estat ecològic. És possible?

Sí, tot i que un estat ecològic no deixa de ser un oxímoron, una contradicció, sempre que es mantingui el concepte d'estat nació del segle XIX i XX, que tal com està plantejat, quant a estructura, evidentment no pot ser ecològic; és a dir, si construïm el nou estat català amb les mateixes estructures que han provocat la crisi, repetirem els mateixos errors.

### Cal fer alguna cosa, doncs.

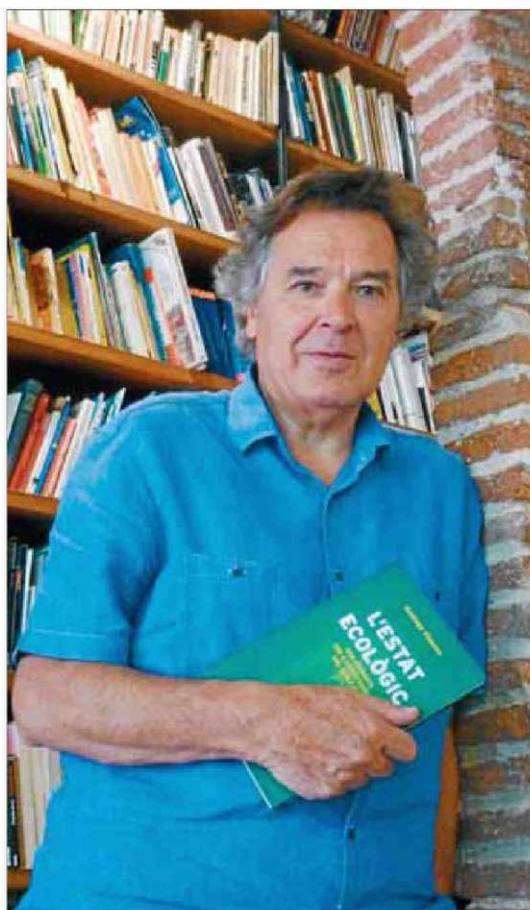
Sí, però ara. Jo sóc dels partidaris que ja hauríem d'estar discutint el model d'estat que volem. No n'hi ha prou amb dir que ja en parlarem quan tinguem l'estat. Això seria un gravíssim error. Catalunya està en fallida política, cultural, social, econòmica i ecològica. La capacitat de càrrega del país està exhaurida des del model turístic fins a la sobreexplotació dels aqüífers!

### No s'està per la feina?

No. El que és inexplicable és que en el Consell per a la Transició Nacional no hi hagi cap ecòleg. I què ens indica, això? Que no es vol tenir en compte. Què es vol? Tornar a caure en els mateixos errors de la transició? Pactar amb les oligarquies? Miri, si vostè és el president de la Generalitat i diu que prorrogarà la vida de les centrals nuclears més anys, i amb un milió d'euros diaris de benefici, tenint en compte que ja estan més que amortitzades, li firmaran la independència al moment! Li diran: “On vol que signem!”

### El que vostè proposa és un trencament!

Per assolir un estat català sòlid i ecològic que ens tregui de la crisi i tingui futur, cal trencar amb aquest *statu quo*, sí.



JOAN TRILLAS

Lotí, nascut el 9 de gener del 1947. Llicenciat en ciències de la informació, membre del Col·legi de Periodistes de Catalunya, de la International Federation of Environmental Journalists i de l'Associació des Journalistes-Écrivains pour la Nature et l'Écologie, Santi Vilanova defensa en el seu nou llibre, 'L'estat ecològic' -una posada al dia del seu clàssic 'L'econacionalisme'-, la necessitat de fer un nou estat des de zero.



Per assolir un estat català ecològic que ens tregui de la crisi i tingui futur cal trencar amb l'“statu quo”

### Hi ha cap precedent?

No, i no ens cal. Ho hem de fer i prou. Hi ha referents, és clar. Però no estats en global. Cal innovar. Tenim l'ocasió única de fer un estat nou. La democràcia, agradi o no, ja és indissociable dels processos pels quals es fabrica energia. El que no podem és tenir una democràcia dominada per aquestes oligarquies, les quals, per cert, controlen el 10 per cent del PIB

de l'Estat espanyol. No pot ser que Catalunya sigui el país d'Europa amb més transgènics... i que això s'hagi pactat amb el poder!

### I la conclusió?

El frau que va ser la transició democràtica, amb els pactes de la Moncloa, els quals van crear un *statu quo* polític que va comportar un gran acord amb les oligarquies de les elèctriques, energètiques, financeres i bancàries del franquisme.

### Res ha canviat, doncs? Continuen dominant els mateixos?

Sí, evidentment. I per això mantinc el pròleg que va fer el Joan Oliver el 1981, en què ja denunciava tota la corrupció política que va generar la transició.

### I això ha afectat el nostre país?

La situació de cul de sac actual de Catalunya és en bona part conseqüència d'aquell frau; allò que Xirriacs va definir molt bé com la traïció dels líders. Hi ha més elements, evidentment, com ara les conseqüències de l'entrada a la Unió Europea i al complex militar i industrial que és l'OTAN.

### I l'herència?

Doncs ser hereus d'un model energètic que ens està colonitzant. Ens dominen amb l'energia nuclear, amb el gas natural o el petroli. Estem totalment atrapats per uns recursos que, a més, ens vénen de fora. Per això la solució és crear des de zero un nou estat ecològic el qual ha de ser tan autosuficient com sigui possible.

### D'on neix aquest nou llibre?

Bàsicament d'actualitzar el treball teòric i, també, ideològic que vaig fer amb *L'econacionalisme*, el 1981. Aquell llibre va sortir de la meua experiència de la militància de nacionalistes d'esquerra. Ara hi apporto tota l'experiència dels darrers trenta anys, des de la fundació d'Alternativa Verda, el 1983, fins a l'evolució de l'ecologia política, i també científica, el pas per Solidaritat Catalana i ara dins l'Assemblea Nacional Catalana. ■



# Efe busca reforzarse en América y RTVE prevé ahorrar 70 millones

## González-Echenique es optimista con respecto a la audiencia a pesar de que se mantiene como la tercera cadena generalista

C. García - Madrid

En su comparecencia ante la Comisión de Presupuestos del Congreso, el presidente de Efe, José Antonio Vera, puso en valor la viabilidad y el potencial de la agencia tras el resultado del reciente ERE—del que se ha mostrado «muy satisfecho»—por cuanto se ha saldado «sin un solo despido». Con un presupuesto menor que el de cualquier televisión autonómica, Vera ha expresado el compromiso de Efe por la racionalización del sector público. Como ejemplo más cercano está el inminente traslado de la sede de la agencia a un edificio propiedad de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), lo que supondrá un ahorro de 200.000 euros.

**rtve**

**292,7**

millones de euros es el presupuesto por parte del Estado para la Corporación

**70**

millones de euros es el déficit previsto en RTVE en el ejercicio de 2013

**284,1**

millones de euros dedicarán en 2014 al gasto en programas



Alberto R. Roldán

**EFE:**

**34**

millones de euros recibió este año por parte del Estado para la prestación de servicios en el exterior

**2,5**

millones de euros de pérdidas sin el efecto negativo del ERE

**3**

millones de noticias distribuye al año que llegan a 2.000 medios de todo el mundo

De izda. a dcha., Leopoldo González-Echenique, Ramón Moreno y José Antonio Vera

### Crecimiento en el exterior

Sentadas las bases de la organización laboral, el plan estratégico de Efe, cuyo borrador ya se ha presentado y está pendiente de la aprobación de la SEPI, tiene como base la «fortaleza» que ya posee la agencia como su imagen de marca y su credibilidad, su capacidad de cobertura global de contenidos multitemáticos, su presencia y ascendencia como servicio de información en Iberoamérica y su consolidación en el mercado tradicional y en el digital. No en vano Efe cuenta en su patrimonio ser la primera

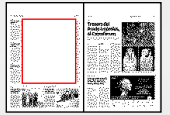
agencia de noticias en español y la cuarta del mundo. Además de reforzar los contenidos multimedia y desarrollar su área audiovisual, se busca el crecimiento en el exterior. En ese sentido, Vera quiso subrayar que su afianzamiento en América pasa por la expansión en los medios de lengua española e hispanos en Estados Unidos. Ya existen encima de la mesa las propuestas de servicios nacionales y regionales que se están elaborando en esa zona estratégica del mundo, a lo que hay que añadir el desarrollo de

agencias de información local, como la licitación que se hagan en Colombia.

El presidente de la Corporación RTVE, Leopoldo González-Echenique, también compareció en el Congreso para presentar el presupuesto para 2014, no sin manifestar que no puede mantenerse satisfecho con la circunstancia de que no hayan podido cerrar el último ejercicio con equilibrio presupuestario. Con un presupuesto por parte del Estado de 292,7 millones de euros, el tope de

gastos será de 949,7 millones, de los que 284,1 estará dedicados en consumo de programas, incluidos los 30 millones comprometidos por los gastos de derechos de los Juegos Olímpicos de invierno que se celebrarán en enero de 2014. Con todo, González-Echenique manifestó que el ente espera ahorrar 70 millones.

El presidente de la Corporación es optimista con respecto a la evolución de la audiencia a pesar de que se mantiene como la tercera cadena generalista.



## PERIODISME



Carles McCragh i Xavier Soy van felicitar-se de la seva col·laboració en l'organització dels premis ■ JOAN SABATER

# El XVè Premi Liberpress reconeix l'humor tendre i mordaç de Forges

■ L'associació distingeix també Jiri Menzel, Joan Manuel Serrat, Leo Bassi, Joan Guasp i Eduard Punset ■ Els veïns d'Angrois rebran el premi Catalunya

Eva Vázquez  
GIRONA

El 1999 va ser l'autor, a canvi de res, del primer cartell d'uns premis a favor de la llibertat de premsa i la solidaritat que naixien modestament a Girona. Quinze anys després, és ell qui recollirà el premi principal Liberpress per una trajectòria professional que es defineix per l'humor sarcàstic i mordaç tant com per la simpatia i la tendresa amb què el transmet. Antonio Fraguas (Madrid, 1942), més

conegut com *Forges*, traducció catalana del seu cognom en homenatge als orígens maternals, rebrà dijous vinent, a l'Auditori de Girona, el XV Premi Liberpress en un gest que tanca el cercle reverenciant alhora el seu esperit crític i la seva generositat.

L'humor gràfic és molt present en aquesta edició d'uns premis que el president de l'associació que els promou, Carles McCragh, considera els més importants de l'Estat espanyol pel prestigi dels guardonats, només superats, va

## La data

# 17.10.13

és el dia de la festa de lliurament de premis, a l'Auditori de Girona, i a la qual assistiran tots els guardonats.

dir, pels Príncep d'Astúries. Així, aquest any s'ha encomanat un doble cartell: un per anunciar la quinzena edició, que ha realitzat el dibuixant català de còmic Kim, i l'altre,

en commemoració del quinze aniversari de la seva creació, del qual és autor el francès Plantu. A més, en la categoria Associació, ha estat distingida l'organització Cartooning for Peace, creada el 2006 arran de la polèmica per les caricatures de Mahoma i que agrupa ninotaires i humoristes gràfics d'arreu del món per protegir la llibertat d'expressió enfront del fanatisme.

El premi en la categoria de cinema ha estat per al director txec Jiri Menzel, un autor de culte del cine-

ma independent, del qual es recorden especialment les adaptacions a la pantalla de les novel·les del seu compatriota Bohumil Hrabal *Trens rigorosament vigilats*, amb la qual va guanyar el 1968 l'Oscar al millor film estranger, o *Jo que he servit el rei d'Anglaterra* (2006). El premi de cançó serà per a un referent indiscutible: Joan Manuel Serrat, que ha tingut la virtut, va subratllar McCragh, de fer-se estimar tant a Catalunya com a Espanya. Pel que fa a la literatura, el Liberpress vol homenatjar la trajectòria del mallorquí Joan Guasp, novel·lista, dramaturg i poeta, i gran defensor del català com a "llengua de la raó, la passió i els sentiments". En l'apartat Camins, rebrà el premi l'actor còmic Leo Bassi, pel seu "caràcter rebel i indòmit" que se serveix de la provocació per despertar consciències. El premi Catalunya el compartiran aquest any el popular divulgador científic Eduard Punset i l'associació de veïns del barri d'Angrois de Santiago de Compostel·la, pel seu comportament exemplar, el seu valor i la seva humanitat en auxili de les víctimes de l'AVE que va descarrilar el 24 de juliol passat. Finalment, el premi Liberpress Memorial serà per a l'antiga brigadista, resistent i supervivent de Ravensbrück Lise London (1916-2012). Fent balanç dels quinze anys de recorregut, McCragh va lamentar que els Liberpress continuïn sent encara poc coneguts fora de Girona, i va felicitar-se, en canvi, del suport econòmic (18.000 euros) i institucional que reben, des de l'any 2006, de la Diputació. ■



Estudiantes de la Politècnica, en abril contra los recortes de la Generalitat<sup>B</sup>.

## Artur Mas blindada TV3, mientras recorta un 11% en Universidades

Solo reducirá un 1% el gasto en su televisión y radio, a las que destina 293 millones

MARÍA JESÚS CAÑIZARES  
BARCELONA

Instrumento fundamental de adoctrinamiento soberanista, la televisión y la radio catalanas son prácticamente inmunes a los recortes que la Generalitat se ve obligada a aplicar para cumplir con el objetivo de déficit marcado por el Gobierno español. Así, los medios públicos quedarán blindados por los presupuestos de 2014, según explicó ayer el presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Braulí Duart, quien avanzó que el gasto previsto en TV3 y Catalunya Ràdio será «continuista» porque solo se reducirá en un 1%, pasando de los 259,9 millones de euros asignados este año a 293,1 millones el año próximo. Los medios catalanes se mantienen como los más caros de España.

De esa cifra presupuestada, 168,5 millones corresponden a inversiones, mientras que 124,6 van destinados a personal, capítulo que ya incluye el ajuste del expediente de regulación de empleo (ERE) aplicado este año a 239 empleados. A pesar de la escasa afectación del gasto en la CCRTV, la plantilla de la televisión catalana ha convocado un referéndum entre los trabajadores para exigir el cese de Duart.

Las explicaciones del máximo responsable de los medios catalanes coinciden con el anuncio del secretario de Universidades e Investigación de la Generalitat, Antoni Castellà, de que las

universidades públicas catalanas sufrirán un recorte del 10,9% en el presupuesto de 2013, que será el mismo en 2014. Añadió que la mayor parte del ajuste, un 7%, corresponde a la eliminación de la paga doble de los funcionarios públicos que ya se ha ejecutado.

Los presupuestos destinados a TV3 y Catalunya Ràdio fueron objeto de debate en la Comisión de Control de la Actuación de la CCMA celebrada en el Parlamento catalán y que la oposición aprovechó para criticar el «adoctrinamiento» mediático de la Generalitat. Por ejemplo, la diputada del PP catalán, Marisa Xandri, denunció que «el único mensaje que podemos ver y escuchar es el de la hispanofobia».

**L'ENTREVISTA**

## Martí Anglada i Birulés Periodista, escriptor i viatger

*Nascut a Girona l'any 1949 i llicenciat en dret i ciències de la informació, Martí Anglada ha fet de l'actualitat internacional la seva especialitat periodística. Al llarg de quaranta anys de professió ha estat corresponsal de La Vanguardia a Jerusalem, Londres i Roma, director adjunt del diari Avui i Cap d'Internacional dels Serveis Informatius de TVC, on també ha ocupat les delegacions de Washington, Brussel·les i Berlín. Recentment ha publicat dos llibres: Afers (no tan) estrangers (2008) i Quatre vies cap a la independència (2013).*

**Viatjar per conèixer el món o per conèixer-nos millor a nosaltres mateixos?**

Per conèixer el món i veure quin aspecte tenim en el mirall dels altres.

**Què ens ensenya el món? Què podem aprendre fora de les nostres fronteres?**

En primer lloc, tot el que estem disposats i tinguem ganes d'aprendre, que és infinit. En segon lloc, que això de les fronteres és molt relatiu. Són més importants les cultures i les llengües.

**Un exemple concret: què podríem aprendre a països com Estònia i Letònia?**

Tant a Estònia com a Letònia podem aprendre el bé que s'espavilen a Europa els països petits.

**I a Eslovènia?**

Podem aprendre-hi l'exquisit tractament social que dediquen a les minories nacionals en el seu territori.

**Es pot ser especialista en política internacional i fer viatges veritablement de vacances?**

No ben bé. Amb tot, sempre es pot fer algun dia de vacances. Si els vull fer tots seguits, aleshores el millor que puc fer és no anar enlloc.

**Una destinació qualsevol és més interessant si la seva actualitat la situa al centre de la notícia?**

És més entretingut, però no és indispensable que l'actualitat sigui tan dominant. A vegades, si la notícia és massa intensa, no t'acaba de deixar veure el país.

**Per entendre un país, comencem per llegir els seus diaris?**

Els últims anys he comprovat que és més pràctic començar mirant les seves televisions, especialment els programes informatius i de debat.

**Una proposta: cinc destinacions o cinc recorreguts fonamentals per entendre el món on vivim.**

DANI CODINA

1) París-Berlín; 2) Els Estats Units; 3) la Xina; 4) l'Orient Pròxim (El Caire, Beirut i Jerusalem); 5) el Brasil.

**Imaginem que sorgeix la possibilitat de triar una corresponsalia. Quina seria un destinació apassionant?**

Per a mi, el més interessant seria anar a Pequín, a la Xina, perquè és una de les poques zones on només hi he treballat esporàdicament.

**Un viatge per a unes futures vacances.**

M'agradaria tornar al Brasil. El vaig conèixer bé en dues ocasions al començament dels anys 80. Ara, però, fa 30 anys que no hi he estat i deu haver canviat molt.

**I vacances de veritat?**

A Sant Hilari Sacalm.

**Arnau Ferrer**



## TELEESPECTADOR

Alfred Rexach



## Informació rigorosa

II La qüestió és la següent: tenim dret els ciutadans que la televisió pública catalana –la meua, la teua, la nostra, la que sufraguem tots amb impostos– ens informi amb amplitud, suficiència, imparcialitat i rigor sobre les conseqüències, les positives i les negatives, d'una hipotètica separació o divorci entre Catalunya i Espanya?

La resposta és inapel·lable: en efecte, tenim aquest dret. La ciutadania ni té necessitat, ni capacitat ni obligació de conèixer a fons els entrellats d'un problema tan delicat i complex, però si no se li subministren aquests coneixements el seu dret a vot restarà viciat.

La pregunta següent és si TV3 atén aquesta necessitat. La resposta és negativa. No ho està fent, no, almenys d'una manera suficient. *Valor afegit*, un espai de la televisió pública catalana dedicat a l'economia, va intentar dimecres passat a la nit proporcionar al teleespectador-contribuent una visió potable i no contaminant d'aquests aspectes econòmics, que constitueixen el nucli dur del procés sobiranista.

Va ser una mitja hora de televisió autèntica i competent, descarregada dels factors emocionals i sentimentals que tant de pes estan tenint en el procés. "Podem convertir-nos en presoners de somnis impossibles", va dir al programa Ramon Adell, catedràtic d'Economia de l'Empresa de la Universitat de Barcelona, assenyalant la necessitat imperiosa d'abordar la qüestió amb realisme i coneixement.

Què passaria amb la inclu-

sió d'una Catalunya independent a la Unió Europea? Podríem continuar utilitzant l'euro com a moneda? Formaríem part de l'espai Schengen? S'aixecarien barreres aranzelàries europees per a les exportacions catalanes, que perdrien competitivitat? I què se'n sap, de la presència de Catalunya en organismes internacionals? Finalment, la qüestió central, presentada de forma ben accessible: els catalans viuríem millor o la nostra situació, la personal i la col·lectiva, resultaria encara més deplorable del que ja és ara?

Diversos catedràtics i economistes d'universitats i institucions catalanes van intentar respondre aquestes preguntes, també diverses empresàries van ser consultades

**EL PROGRAMA 'VALOR AFEGIT' DE TV3 VA ABORDAR AMB SERIETAT, SOLVÈNCIA I RIGOR ELS PROBLEMES QUE PLANTEJA EL PROCÉS SOBIRANISTA**

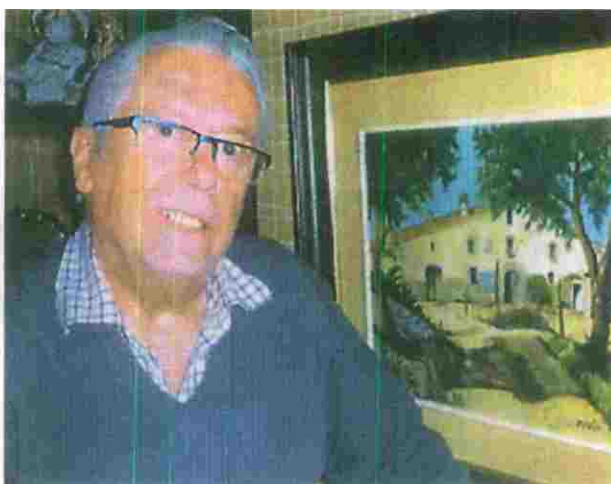
pels reporters de *Valor afegit*. No hi va haver conclusions, no n'hi pot haver en un programa televisiu de mitja hora, però no es va caure en el debat a crits amb què sovint ens obsequien les cadenes que aborden el procés sobiranista. Amb *Valor afegit* TV3 va proporcionar als seus espectadors preguntes i respostes, dades objectivables, que contribueixen al coneixement i això és, precisament, el que esperem d'una televisió pública.



## Mor en plena activitat el periodista Josep Costajussà

JOSEP ACHE

De formació, Josep Costajussà era professor mercantil i llicenciat en Dret. Va treballar a Banc Sabadell i sobretot en la indústria tèxtil, de comptable, viatjant i director comercial fins que es va establir per compte propi, com a empresari. Però des dels 18 anys va ser un prolífic vocacional del



Josep Costajussà i Oliver, en un retrat recent

periodisme i cronista ciutadà, autor d'una vintena de llibres de tema sabadellenc sovint imprescindibles.

Destaquen, entre d'altres, les monumentals monografies que va escriure en ocasió dels setanta cinc anys del Centre d'Esports Sabadell, la dels cinquanta anys del handbol (*El set fou màgic*, amb la col·laboració amb Josep Lluís Balcells,) o el recull de memòries del futbolista i entrenador Vicenç Gràcia (*Onze i la bimba*). També el volum d'entrevistes *Els olímpics de Sabadell*, del qual se'n van editar 15.000 exemplars.

### Fins al darrer moment

Però van ser les cròniques de caire retrospectiu, plenes de vida i sentit popular, allò que va cultivar amb més gust. S'hi va anar orientant quan, a partir dels 18 anys, es va convertir en puntal de l'enyorat setmanari Sabadell Deportes. També va ser corresponsal esportiu de EFE i El Correo Catalán. D'aquelles cròniques en va fer l'eix dels anuaris sabadellencs que va escriure i editar entre el 1966 i el 1972.

Sota el títol Estampes ciutadanes en va publicar una extensa sèrie a Diari de Sabadell, de les quals en va publicar una tria en un llibre homònim. Tot i que altres ocupacions professionals el van apartar de la vocació periodística, i que darrerament patia una gravosa malaltia, hi va tornar amb intensitat aprofitant uns mesos de millora en la salut. A benefici de la Fundació AVAN al 2012 va publicar el llibre Memòria del meu temps, i aquest 2013 Portes Obertes, del millor en la seva extensa bibliografia. En morir, dimecres, preparava un nou llibre ■



## Presupuesto / 2014

# TVE ingresará 20 millones por publicidad

R. PIÑA / Madrid

TVE no emite publicidad desde el 1 de enero de 2010. Pero la Ley le permite un resquicio para seguir ingresando dinero por emitir anuncios: el patrocinio deportivo y cultural. Y a él se agarra la televisión pública, que para 2014 prevé ingresar 20 millones en este concepto. «Los ingresos por patrocinio no representan un coste, sino que son un ingreso. Lo necesitamos como apoyo para poder llevar a cabo nuestra actividad», explicó ayer Leopoldo González Echenique, presidente de RTVE, en la Comisión de Presupuestos del Congreso.

El anuncio tiene su aquel, ya que se producía después de que Uteca, la patronal de las cadenas privadas, haya decidido mantener su batalla contra el uso que está haciendo RTVE del patrocinio. El Ministerio de Industria decidió archivar la denuncia que presentaron por este asunto. Uteca, además de críticas a la Subdirección General de Contenidos de la Setsi por esta decisión, presentará un recurso a los tribunales.

Echenique se ha pronunciado en más de una ocasión sobre los patrocinios en la Comisión de Control a RTVE, recordando que la Abogacía del Estado ha emitido un informe en el que dice que está de acuerdo con la interpretación que hace la corporación respecto a los contenidos patrocinados. «Es un patrocinio absolutamente lícito», afirmó.

En su comparecencia en el Congreso, Echenique detalló el presupuesto de RTVE para 2014. Las previsiones sitúan el gasto en 949 millones, de los que 350 millones se destinarán a la masa salarial. 284,18 millones serán destinados a comprar contenidos y derechos. Dentro de esta partida hay que computar los 30 millones extraordinarios que va a suponer para RTVE la retransmisión de los JJOO de Invierno de Sochi.

El presidente de RTVE explicó



Leopoldo González Echenique, ayer. / BERNARDO DÍAZ

urgente.  
la zona  
e la anti-  
a de Ru-  
Checa...  
las mis-  
ocio que  
rente.

que dentro de esos 949 millones de gasto, «se incluyen partidas que antes no se contemplaban como la depreciación de inmuebles por un valor de 14 millones». También se dejó de que ahora RTVE tiene que pagar el IVA. «El total del IVA soportado es de 100 millones», puntualizó.





**DAMASCO** ■ FUE INTERCEPTADO POR COMBATIENTES YIHADISTAS

## Se cumple un mes del secuestro del periodista Marc Marginedas en Siria

■ El enviado especial de 'El Periódico de Catalunya' Marc Marginedas, de 46 años, cumplió ayer un mes de secuestro en Siria, donde fue interceptado cuando viajaba junto a su chófer por combatientes yihadistas en los alrededores de la ciudad de Hama, en el oeste del país. La información de su secuestro no se hizo públi-

ca hasta el pasado 23 de septiembre, en la edición digital de 'El Periódico', porque había esperanzas de una pronta liberación y porque se decidió actuar con discreción, explicó entonces su director, Enric Hernández. Al pasar los días, el propio diario decidió comunicar la retención de su corresponsal para dejar claro a

sus captores que Marginedas, «un tipo psicológicamente fuerte», según Hernández, no era un espía, sino un informador.

Marginedas, veterano corresponsal de guerra, había entrado en Siria el domingo 1 de septiembre a través de Reyhanli acompañado por opositores del Ejército Libre Sirio (ELS).



# La CCMA externalitzarà la venda de publicitat

**Redacció**  
BARCELONA

El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, va anunciar ahir al Parlament que es treballa per externalitzar la gestió publicitària a través d'un concurs públic. La mesura se centraria en l'àmbit de la

gestió de la venda dels espais publicitaris, mentre que el cobrament i el control dels formats es continuaria fent des de la CCMA.

Segons Duart, la mesura és deguda a la reducció "dràstica" dels ingressos publicitaris: la recaptació d'aquest any serà de 57,8 milions, la qual cosa representa una caiguda

del 40% en tres anys.

Duart també va presentar uns comptes "continuistes" pel 2014 amb 293,1 milions de pressupost, un 1% menys respecte del d'aquest any: 295,9. La plantilla de TVC va rebutjar les mesures i en assemblea va decidir convocar un referèndum "per exigir la destitució" de Duart. ■

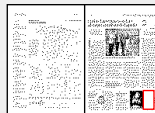


## TV3 va pagar 25 milions de patrocini al Barça i l'Espanyol

DDG

■ TV3 va pagar 25 milions d'euros de patrocini al FC Barcelona i l'Espanyol des de la temporada 2008-2009. Així ho va denunciar el portaveu de Ciutadans, Jordi Cañas: «El malbaratament de recursos públics és una constant», va denunciar durant la comissió de control de l'actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

«Els mitjans de comunicació públics no han de servir per patrocinar clubs de futbol. Els ciutadans no han de pagar 5.000 milions de pessetes perquè el logotip d'una televisió pública aparegui en una samarreta i doni la volta al món», va afegir. TV3 ha patrocinat el FC Barcelona amb 15 milions d'euros i el RCD Espanyol amb 10 milions d'euros, en els últims cinc anys.



## TECNOLOGÍA

### Amazon quiere transmitir por TV para fin de año

Dentro del proyecto Cinnamon (Canela), Amazon busca lanzar antes de fin de año un dispositivo para transmitir contenido de internet en los televisores. La compañía mantiene contactos con productoras y proveedores de televisión de pago para asegurarse programas de calidad.



# Berlusconi, amo de la política

► «Il Cavaliere» creó el partido Forza Italia para salvar sus negocios y estos le han ayudado a mantenerse en el poder

ÁNGEL GÓMEZ FUENTES  
CORRESPONSAL EN ROMA

**S**ilvio Berlusconi es un genio de los negocios con un olfato prodigioso. Hombre sin escrúpulos para ganarse los favores del poder, se inscribió en la logia masónica P2, algo que se supo en 1981 cuando la magistratura investigaba sobre la mafia. Diría después que era solamente un club de caballeros. Antes de los 40 años era ya riquísimo. Se mudó entonces a la espléndida villa San Martino de Arcore, cerca de Milán, residencia posteriormente célebre en todo el mundo por el «bunga bunga». La hija menor del marqués Camillo Stampa —que a los 43 años mató allí con una escopeta a su bella esposa, Anna Fallarino y a su joven amante, suicidándose después— se quiso desprender de la casa y Berlusconi la compró por mucho menos de su valor.

El «negocio» hecho con la compra de la villa sirve como referencia de cómo se las gastaba «Il Cavaliere». Los rasgos de su personalidad están magistralmente descritos por Giuseppe Fiori, en el libro «El vendedor»: «El talento, el coraje, la creatividad, la inventiva, el olfato para los negocios, el optimismo, la manía por sobresalir, el actuar frenético, la obstinación, la imprevisibilidad, la falta de escrúpulos, la ambigüedad, el paso seguro en el laberinto de los secretos, el sentido del clan, el gusto por comandar, la capacidad de centralizar todo en sí mismo, la atención al gesto cautivador, el deseo de gustar a la gente».

Se comprende así que Silvio Berlusconi tuviera la extraordinaria ambición de conquistar el espacio televisivo, haciendo la competencia a la RAI (Radio-televisión pública italiana). Y lo consiguió gracias a su amigo el ex primer ministro socialista, Bettino Craxi, y porque supo explotar con prodigioso olfato las grandes posibilidades comerciales y publicitarias de un sector que el Estado, o mejor, los partidos políticos gestionaban con rutina e indiferencia hacia los resultados económicos con esta idea: «¿qué más da el resultado, si total, paga el Estado...!».

En 1977 se introdujo en Italia la televisión en color, con gran retraso en relación con otros países europeos. EL visionario Berlusconi olfateó el nicho rápidamente y en 1978 comenzó sus primeras transmisiones televisivas de Telemilano, transformada en 1980 en Canale 5. En ese mismo año creó Publitalia, su acorazada publicitaria. En solo cuatro años, destrozó a la competencia. Después compraría Retequatro e Italia 1. Entre 1984 y 1985, no estando autorizado a transmitir en directo a causa de una legislación completamente anacrónica, Berlusconi consiguió la ayuda otra vez de Bettino Craxi con un decreto ley.

De inmediato comenzó la gran batalla por la supremacía del mercado entre la RAI y Fininvest (nombre que entonces tenía el holding televisivo de Berlusconi; la sociedad había sido fundada formalmente en 1975, con diversas ramificaciones: Media, editorial, inversiones, seguros, servicios financieros y deporte, con la propiedad del club de fútbol

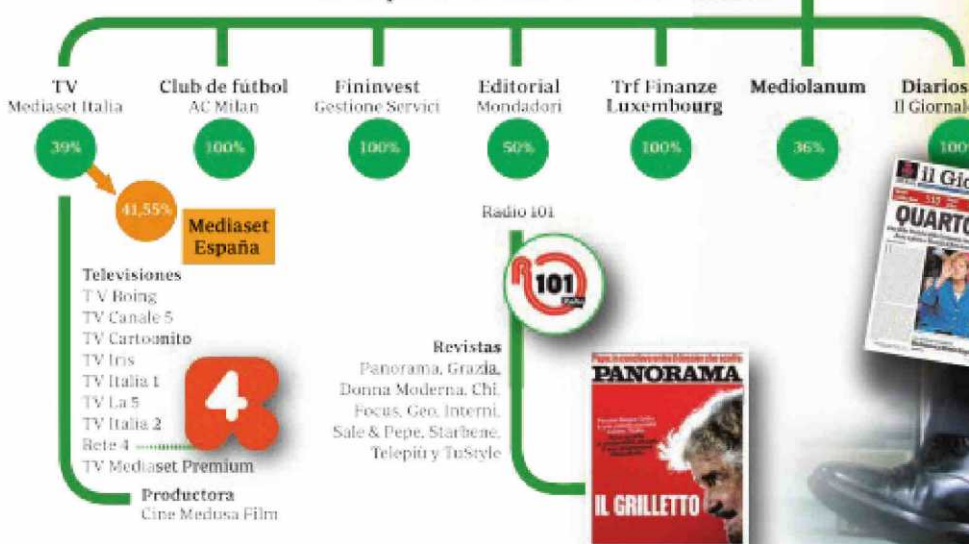
Milán. Después, en 1993, controlada por el holding Fininvest nacería Mediaset, dedicada a la comunicación, sociedad de la que forma parte Telecinco en España, La Cinq (Francia), Telefüng (Alemania) y MGM en EE.UU..

Posteriormente se hizo con el diario «Il Giornale» y a finales de los años ochenta reforzó su propia posición como editor con la conquista del grupo Mondadori (la más importante editorial italiana, que hoy preside su primogénita, Marina, de 47 años), aunque para ello

tuviera que plantear una durísima batalla, que acabó en los tribunales. Una batalla que ha durado más de dos décadas, y que concluyó en septiembre con una sentencia del Tribunal Supremo, que condenó a Silvio Berlusconi a pagar al empresario Carlo De Benedetti 541 millones de euros. Esta cifra astronómica le fue impuesta a «Il Cavaliere» como indemnización por haberle quitado a De Benedetti el control de la editorial Mondadori, gracias a una sentencia comprada con dinero de su grupo



## El imperio mediático de Berlusconi



ABC/ELENA SEGURA



# gracias a su imperio mediático

Fininvest, tras comprar al juez Metta. Con el proceso de Milán conocido como «Manos Limpias», que arrasó en 1992 con toda la clase política, incluidos algunos benefactores de Silvio Berlusconi, como el socialista Craxi. En este contexto, al perder cobertura política y con su sociedad fuertemente endeuda, percibió señales de peligro y decidió entrar en política, fundando casi de la noche a la mañana un nuevo partido, Forza Italia que utilizó para la venta de publicidad de sus empresas. Berlusconi se presentó como el hombre nuevo, un empresario dispuesto a renovar la política del país. Su tono mesiánico que anunciaba un nuevo milagro italiano fue acogida con fastidio y desprecio en gran parte del mundo político y de los ambientes in-

telectuales. «Il Cavaliere» venía liquidado despectivamente como un «hombre de plástico», «cara de goma», profeta de un «peronismo electrónico» que se apoyaba en la peor subcultura italiana. En definitiva, esos poderes lo presentaban como un símbolo de la mediocridad. Pero Silvio Berlusconi, que incluso se proclamó «ungido por el Señor» ganó las elecciones general en 1994: Italia sufrió un terremoto político y Berlusconi, líder de la coalición de centro derecha conquistó el 42,9 por 100 de los votos y 366 sobre un total de 630 escaños en la Cámara. Desde entonces, la historia es conocida: la batalla política de «Il Cavaliere» ha estado mezclada con la judicial durante 20 años, hasta su derrota del pasado miércoles, cuando perdió su desafío frente al primer ministro Enrico Letta.



Buena parte del electorado femenino apoya a Berlusconi

## Una personalidad que conecta con el italiano medio

A. G. F.  
ROMA

En la vida, en los negocios y en la política, Berlusconi se ha movido como un «showman», hasta el punto de que uno de los más grandes periodistas italianos, Enzo Biagi, decía de él: «Si Il Cavaliere hubiera tenido tetas, habría hecho también de presentadora en televisión». Berlusconi aún tiene la tentación de seguir liderando a su partido, porque las encuestas le dicen que con su nombre en el cartel de Forza Italia, uno de cada cuatro italianos le votarían. ¿Cómo es posible que haya sido capaz de mantener tal grado de popularidad en medio de los escándalos y con un nulo crecimiento económico durante sus gobiernos?

Al margen de la poderosa influencia de sus medios de comunicación y de la imagen que proyecta un club de fútbol como el Milán, su popularidad se debe a sus extraordinarias dotes de co-

municador y vendedor, sin duda el mejor político en las campañas electorales. Y para ello no le ha importado ser un gran mentiroso o fabulador, inventándose historias. Sobre las razones de esta actitud, el propio Berlusconi se explicaba así en una entrevista: «Cuando he comenzado a hacer televisión, ninguno me creía. Entonces yo contaba mis convicciones en forma de anécdota, atribuyendo su origen y paternidad a algún personaje americano. De este modo, quien me escuchaba se quedaba con la boca abierta y pensaba: "Bueno, si se lo han dicho los americanos..."»

Hay otros dos factores clave en su éxito: el haber prometido siempre bajadas de impuestos, aunque luego se haya visto superada por la reliadad, y el ser considerado por buena parte de las mujeres italianas un hombre seductor y generoso con sus amigos. Sus salidas de tono machistas nunca fueron tenidas en cuenta

### España

Mediaset España\* 22% → CANAL+  
TV de pago Canal+

ABC  
video y más  
Videoanálisis de l imperio mediático de Berlusconi

### España: los beneficios y la audiencia por bandera

F. MARÍN BELLÓN

El poder de Berlusconi en España va más allá de lo que sugieren las cifras. Fininvest posee el 39% de Mediaset Italia, que a su vez controla el 41,55% de su filial ibérica, lo que equivale a un 16% directo. En la práctica, la familia gestiona la empresa que mueve los hilos del gigante español, que es dueño de casi la mitad de la tarta publicitaria. Sus tentáculos incluyen parte de Canal+ y las productoras Telecinco Cinema y Endemol. Dicho esto, en Fuencarral presumen de autonomía. Ni siquiera las compras son conjuntas, aunque entre los consejeros figure Pier Silvio Berlusconi y se hable italiano con fluidez. Pero el hombre de confianza de Silvio padre en España es Paolo Vasile, un romano que no quita ojo a los datos de audiencia y a la cuenta de resultados. Él convirtió Telecinco en la cadena más rentable de Europa y es responsable último de los millones de imágenes que emiten sus pantallas a diario, de «GH» a «Lo imposible». Perlas y papel de estraza.

(\*) Principales empresas del grupo  
 (\* \*) Incluye otras productoras, como Gestmusic y Zeppelin





## SUPERVISIÓ

El nou superregulador dissenyat pel govern espanyol per rellevar tots els supervisors actuals substituirà demà la CMT, que tenia seu a Barcelona. Els dubtes sobre el seu funcionament envolten l'arrencada.

DANI SÁNCHEZ UGART

BARCELONA. A partir de demà a la mitjanit, la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions (CMT) quedarà definitivament esclafada pel gegant regulador que el govern espanyol ha dissenyat per substituir tots els supervisors dels mercats de l'Estat. La Comissió Nacional del Mercat i la Competència (CNMC) assumirà a partir d'aleshores totes les funcions tant de la CMT com de la Comissió Nacional de la Competència (CNC), la Comissió Nacional de l'Energia, la Comissió Nacional del Sector Postal, el Comitè de Regulació Ferroviària, la Comissió de Regulació Aeroportuària i el Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals.

D'aquesta manera, el regulador de les telecomunicacions, que des de fa sis anys tenia seu a Barcelona, tornarà a Madrid. La CMT, descrita per José Montilla quan era president de la Generalitat com "la icona de l'Espanya federal", va arribar a la capital catalana per decisió del govern espanyol de José Luis Rodríguez Zapatero, convençut pel president Pasqual Maragall. I marxa, també per decisió ministerial, amb el pretext de la crisi.

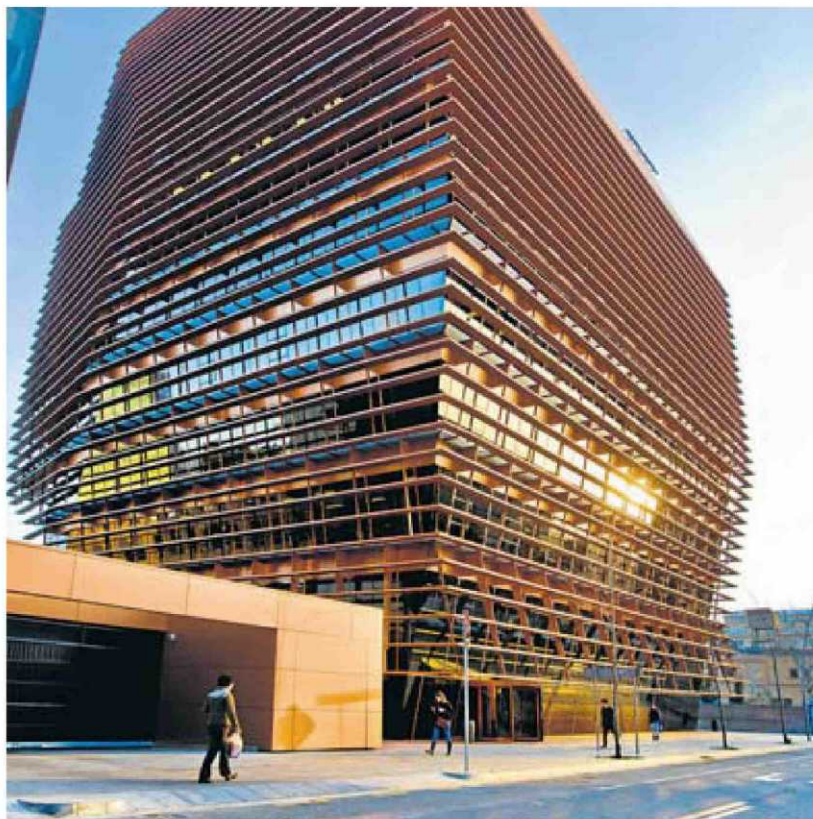
La nova CNMC neix envoltada de dubtes. Ha sigut qüestionada en diverses ocasions per Brussel·les, que no es refia de la seva independència ni del procediment de nomenament dels consellers. A més, es posarà en marxa amb l'equip directiu acabat de nomenar –es va fer públic divendres– i sense haver definit encara com serà el dia a dia de cadascun dels departaments que la formen, ni què passarà amb els treballadors dels organismes que s'extingiran. "Hi ha molts empleats que dilluns aniran a la feina sense saber què han de fer", resumeixen fonts internes de la CMT.

**Dubtes sobre organismes**

Això és així perquè els reglaments de la CNMC defineixen explícitament què passarà amb algunes direccions de la CMT i els altres antics organismes, que passaran a ser subdireccions del nou, mentre que d'altres han quedat en uns llimbs legals: no estan oficialment reconeguts en

# El superregulador enterra demà la barcelonina CMT

## La CNMC arrenca entre dubtes sobre el seu funcionament



A la seu de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions de Barcelona s'hi mantindran algunes subdireccions del nou superregulador. FERRAN FORNÉ

els reglaments del nou superregulador, però són "necessaris", segons les fonts de la CMT. Entre aquests departaments hi ha el d'informes, el d'informàtica, el de premsa i el de serveis jurídics. Els treballadors d'aquestes direccions tindran "un nou cap" quan arribin dilluns a la feina, que els dirà "què han de fer".

Tot plegat mostra incerteses en l'arrencada del nou organisme, dissenyat, segons la vicepresidenta espanyola, Soraya Sáenz de Santamaría, "per estalviar entre 28 i 30 milions d'euros". Bernardo Lorenzo, fins ara president de la CMT, va criticar en el seu dia la "dràstica i trau-

**Polèmiques**  
La CNMC ha estat criticada per la CE, que la veu poc independent

màtica" creació de la CNMC perquè, segons ell, es posa en perill "l'estabilitat reguladora".

Amb el traspàs de poders queden en dubte tasques bàsiques dels antics organismes, com l'elaboració d'informes, les anàlisis econòmiques i altres procediments. A més, tampoc se sap què passarà amb desenes dels 130 empleats que té la CMT que podrien perdre el seu lloc de treball, ja que, dels treballadors de l'organisme, només una part són funcionaris i la majoria són personal laboral i poden ser acomiadats.

En les últimes setmanes, la CNMC s'ha vist envoltada en més

polèmiques, arran dels primers nomenaments. Una neboda del ministre d'Economia, Luis de Guindos, va ser escollida directora de l'àrea de Competència del superregulador. La polèmica que va suscitar el nomenament va dur Beatriz de Guindos a presentar la dimissió l'endemà, per no perjudicar la imatge de la institució. Finalment, ella i Micaela Arias Domeq, filla del també ministre Miguel Arias Cañete, seran subdirectores en el nou organisme (ja ho eren a la CNC).

**Equip directiu**

Després de la polèmica pel nomenament de Beatriz de Guindos, finalment la CNMC va nomenar divendres els quatre directors que estaran al capdavant de les principals àrees d'actuació. Competència quedarà en mans d'Eduardo Prieto Kessler, Telecomunicacions i Sector Audiovisual estarà dirigit per Alejandra de Iturriaga Gandini, Fernando Hernández Jiménez Casquet s'encarregarà d'Energia i Ángel Chamorro de Transports i Sector Postal. Kessler era assessor de l'extingida CNC, mentre que Iturriaga feia 15 anys que treballava a la CMT.

Gran part de l'estalvi calculat pel govern espanyol amb la creació de la CNMC vindrà de la substitució dels consells dels diferents organismes per un de sol, que es reunirà a Madrid i haurà de donar el vistiplau a les decisions i propostes de les direccions. Segons l'executiu, es passarà de 50 consellers a 10, tot i que algunes fonts pròximes a la creació de l'organisme asseguren que en aquests càlculs s'hi inclouen òrgans anteriors o que no han estat creats, i que la rebaixa serà sensiblement inferior. A més, es reduiran "entre un 35% i un 40% els alts càrrecs", sempre segons els càlculs de l'executiu.

La CNMC estarà presidida per José María Martín Quemada, antic conseller del Banc d'Espanya, que va garantir la "independència" del nou organisme i va assegurar al Congrés que arriba al càrrec sense "hipoteques". Martín Quemada i la resta de consellers tindran un mandat de sis anys improrrogable, tot i que el PSOE ja ha anunciat que si guanya les eleccions derogarà la llei de creació de la CNMC. Brussel·les, per la seva banda, va arribar a amenaçar de sancionar el govern espanyol si no corregia alguns errors de disseny, tot i que la Comissió Europea ha baixat en les últimes setmanes el to contra l'organisme. ■



Jeff Bezos, fundador de Amazon, compró el icónico 'The Washington Post' el 5 de agosto. Ben Bradlee y Bob Woodward estaban allí. / EL MUNDO

## La prensa, vida tras el 'harakiri'

### ANÁLISIS

VICENTE LOZANO

**Febrero de 2010.** Apple acaba de lanzar el iPad. Steve Jobs está convencido de que es el dispositivo electrónico ideal para la reconversión de los periódicos y viaja a Nueva York para presentarlo a los grandes editores. En *The New York Times* organizan una cena con el fundador de Apple a la que acuden unos 50 directivos y periodistas. Jobs les propone incluir en el iPad una aplicación del diario para vender suscripciones digitales. NYT tenía entonces 20 millones de usuarios en su web gratuita y había lanzado un servicio de suscripción por 300 dólares anuales.

A Jobs no le gusta el precio y se lo dice: «Vuestro sistema de suscripción debería ser muy barato y muy sencillo: de un solo clic y cinco dólares al mes como mucho». Los allí reunidos se sorprenden. Y le contestan que si esa suscripción se incluye en la App Store, el NYT estaría dispuesto a dar a Apple el 30% de comisión que exige por las suscripciones, pero a cambio Apple tiene que compartir el correo electrónico y el número de tarjeta de los suscriptores. Jobs se niega: «Podéis pedírsela directamente vosotros, pero si no os la dan de forma voluntaria no me echéis a mí la culpa. Yo no os he metido en esto. Lleváis años regalando vuestro periódico por internet sin anotar siquiera los datos de la tarjeta de crédito de nadie». Es la definición más cruda que alguien ha hecho del *harakiri* de la prensa escrita.

**5 de agosto de 2013.** Jeff Bezos, fundador de Amazon, anuncia la compra un icono de la prensa mundial, *The Washington Post*, el periódico

del Watergate, el diario propiedad de la familia Graham, el de Ben Bradlee, Bob Woodward y Carl Bernstein, por la irrisoria cantidad de 250 millones de dólares. Un mes después, Bezos se reúne por primera vez con la redacción del *Post* y, tras decir que no es un empresario de la comunicación, les revela el secreto de Amazon: «Pon al cliente, primero, innova y sé paciente. Si cambias cliente por lector, la fórmula es válida». Después, específica: «Pensad en los lectores y no en los anunciantes, no escribáis para impresionaros unos a otros y, sobre todo, no aburráis». Y añade: «El *Post* tiene que crecer. Si cada año reducimos la redacción un poco, y otro poco, y otro poco, sabemos cómo acabaremos».

De momento, Bezos no ha dado más pistas sobre sus planes para el diario, pero ya había hablado de su visión sobre el futuro de la prensa. Considera que los periódicos impresos se convertirán en un «artículo de lujo»; dice que los lectores se han acostumbrado a no pagar por las webs de los periódicos y cree que seguirán sin hacerlo si se les ponen muros de pago—*paywalls* en inglés—. Por el contrario, ve un futuro prometedor en las tabletas porque muchos usuarios hacen menos ascos a pagar por una aplicación si la consideran útil.

**25 de septiembre de 2013.** Hal Varian, director financiero de Google, acude a Milán para recoger el premio *É Giornalismo 2013*, concedido a su compañía. Este galardón fue fundado en 1995 por el histórico Indro Montanelli. Varian pronuncia unas palabras de agradecimiento en las que, tras recordar que su formación es de economista, expone en ocho puntos lo que denomina «Observaciones sobre

los aspectos económicos de la industria de la prensa en este periodo de transición». Algunos son:

1. El año de mayor difusión de la prensa en EEUU fue 1972. Es falso que la crisis se deba sólo a internet.
2. Internet es un medio mejor para distribuir y leer información.
3. El problema económico básico de la prensa es el incremento de la competencia por captar la atención del lector.
4. Leer un diario impreso es una actividad de tiempo libre. Leer en medios digitales se hace durante todo el día, también en el trabajo.
5. Las tabletas conceden a los periódicos una vía para recuperar la audiencia perdida.
6. El reto para incrementar ingresos publicitarios será conseguir

dinero—en el mundo digital. Concedamos que tienen ideas interesantes para esta transición. Esto me sugieren sus planteamientos:

1. El periodismo no está en crisis. Si lo está una determinada forma de distribuir información: los periódicos tradicionales.
2. Mientras que no se invente otro dispositivo, la tableta es el mejor medio para desarrollar la imprescindible reconversión de la prensa hacia internet.
3. Durante siglos los lectores han acudido a los periódicos. Hoy, la competencia con otros medios—no sólo informativos—es tan brutal que las páginas web de noticias tendrán que esforzarse por buscar y encontrar a sus lectores: donde estén y a la hora que estén. Y conocerlos para ofrecer otros servicios.

4. Buscar al lector exige revolucionar los contenidos y la forma de presentarlos. Si las ediciones impresas están en declive, no tiene sentido mantener los mismos esquemas de trabajo que sabemos ya amortizados.

5. Conseguir ingresos con esta nueva forma de distribuir la información exige una remodelación radical de los equipos comerciales y de marketing de las empresas editoras. Vender la publicidad a *granel* para contenidos que son *commodities* ha pasado a la historia. Esa búsqueda de nichos es imprescindible en los contenidos y en la publicidad.

A partir de aquí podemos plantearnos el mañana de los periódicos que hoy conocemos. Si se fijan, los triunfadores en internet tienen un hilo conductor común, que se resume en ese «Piensa en grande» de Google y en el «Sólo un clic» (hazlo fácil) de Amazon. Por ese camino habrá vida tras el *harakiri*.

@vicentelozano

### El periodismo no está en crisis, sólo lo está una forma de distribuir noticias

### Los viejos esquemas ya no valen ni en la redacción ni en el equipo comercial

enganchar a los lectores e incrementar el tiempo pasan en los contenidos.

En [www.journalismfestival.com](http://www.journalismfestival.com) tienen el discurso completo. Lo recomiendo.

Jobs no fue periodista, como Bezos y Varian, pero los tres son genuinos representantes de la nueva forma de hacer dinero—muchísimo





# Marruecos desoye las críticas por la detención de un periodista opositor

EE.UU. intercede por Anouzla, preso por algo habitual como publicar un vídeo de Al Qaida

LUIS DE VEGA  
MADRID

Las autoridades de Marruecos hacen oídos sordos a la lluvia de críticas que, desde hace casi un mes, reciben por el encarcelamiento del influyente periodista Ali Anouzla, un referente de la Prensa independiente del país magrebí. Las movilizaciones de protesta en la calle y en las redes sociales están a la orden del día. También París ha sido escenario de manifestaciones y el Gobierno de Estados Unidos ha llegado a emitir un comunicado en el que muestra su inquietud por el arresto del informador.

«La decisión del Gobierno de Marruecos de inculpar al señor Anouzla nos inquieta. Apoyamos la libertad de expresión y de prensa», dijo el miércoles la portavoz adjunta del Departamento de Estado, Marie Harf.

Mulay Hicham, primo del Rey Mohamed VI, no se ha mordido la lengua una vez más. «La libertad de prensa ha sido despreciada de nuevo en Marruecos. La detención arbitraria del periodista Ali Anouzla el 17 de septiembre de 2013 a plena luz del día revela la fragilidad de la supuesta transición democrática del Reino», ha escrito en Lakome.com, el diario electrónico que dirige el propio Anouzla. Casos como este «no son aislados» y acaban con las esperanzas de cambio apreciadas por algunos a la sombra de la Primavera Árabe desde 2011, entiende Mulay Hicham, considerado una oveja descarriada de la familia real por los más fieles súbditos a pesar de su sólida formación y presencia internacional.

## Terroristas contra el Rey

Anouzla fue arrestado cuatro días después de publicar en Lakome.com un vídeo de la banda terrorista Al Qaida del Magreb Islámico (AQMI) en el que se amenazaba a Marruecos. En la grabación, que dura 41 minutos y se titula «Marruecos, reino de la corrupción y el despotismo», los terroristas señalan de manera directa al Rey Mohamed VI.

A pesar de que publicar videos de Al Qaida es frecuente entre medios de comunicación de todo el mundo, eso bastó para dar con sus huesos en la cárcel de Salé, ciudad vecina de Rabat, acusado de apología del terrorismo y de incitar a cometer actos terroristas. Está previsto que Anouzla comparezca ante el juez de instrucción del Tribunal de Primera Instancia de Salé el próximo 22 de octubre, según informó su abogada, Naima Ghallaf, a la agencia Efe.



El periodista Ali Anouzla fotografiado en Rabat

## Un informador incómodo e incisivo

Ali Anouzla, que ha estado al frente de varios proyectos periodísticos, ha sido siempre considerado un informador incómodo. Además de crítico con las autoridades y la Monarquía, ha sacado a la luz algunas de las informaciones que más ampollas han levantado en los últimos años. Basta recordar el reportaje que publicó en 2005 con detalles hasta entonces desconocidos de la princesa Salma, esposa del soberano.

Ghallaf añadió que una vez a la semana recibe la visita de sus familiares, pero que, en contra de la ley, no tiene acceso a la Prensa ni a libros ni a la televisión en la celda en la que se encuentra solo.

Destacados periodistas marroquíes, como Aboubakar Jamaï, que vive desde hace años exiliado después de haber sido también profesionalmente maltratado por las autoridades de su país, se movilizan para ampliar las denuncias contra el encarcelamiento de Anouzla.

Marruecos ocupa el puesto 136 de 179 en la clasificación mundial de la libertad de prensa que cada año elabora Reporteros Sin Fronteras (RSF). Tanto esta ONG como Amnistía Internacional (AI) y Human Rights Watch (HRW) y varios grupos locales han de-

nunciado la detención y han pedido su puesta en libertad.

Frente a numerosos medios de comunicación que siguen los pasos marcados por las autoridades, Lakome.com se ha erigido como un medio de comunicación serio e incómodo. Fue especialmente importante el papel que jugó el pasado verano cuando el pedófilo español Daniel Galván fue puesto en libertad tras ser indultado por Mohamed VI. Además de detener a su director, la Policía confiscó todos los ordenadores de la redacción, aunque la página web sigue funcionando.

Alguno de sus columnistas llega incluso a pedir explicaciones al Monarca por la detención de Anouzla, otra víctima más de un sistema que habla de una libertad de prensa que sobre el terreno no se ve.



**27.520**  
exemplars  
de l'ARA venuts  
de mitjana  
al setembre

**20.446**  
subscriptors  
entre el diari en  
paper i el digital

**1.761.529**  
d'usuaris  
únics a la web  
en només un  
mes

**ÈXIT**  
L'ARA millora totes les dades  
d'audiència i de vendes en un  
mes en què aconsegueix un  
rècord històric d'usuaris únics  
a la seva web. FRANCESC MELCIÓN

# El setembre del 2013, el millor mes de l'ARA

El diari assoleix unes dades d'audiència i de vendes que el consoliden com un dels mitjans més potents en català

L'ARA continua el seu ascens com a mitjà de referència en català. Les dades obtingudes al setembre posen de manifest que, lluny de tocar sostre, el rotatiu confirma el lideratge digital i augmenta les vendes en paper.

ARA

**BARCELONA.** El diari ARA ha assolit aquest mes de setembre unes dades històriques pel que fa al trànsit registrat a la seva web. La pàgina Ara.cat ha tingut, en només un mes, 1.761.529 usuaris únics –segons dades proveïdes per l'auditora Nielsen–, una xifra que supera l'anterior rècord del diari, que era d'1.483.006 usuaris únics registrats l'octubre del 2012. Les dades d'aquest setembre són, per tant, un salt qualitatiu que torna a refermar el lideratge que l'Ara.cat té des que va néixer, el 28 de novembre del 2010, ja que aquest rècord està molt per sobre del que ha obtingut mai cap diari digital en català.

Tot i això, les bones dades aconseguïdes per l'ARA el mes passat no es queden aquí, ja que la creixent confiança de la ciutadania que obté el mitjà es veu reflectida també en el nom-

bre actual de subscriptors i en les xifres de vendes del rotatiu. El nombre de persones que confien quotidianament en l'ARA a través d'una subscripció ja frega les 20.500, cosa que suposa continuar la tendència ascendent que té el diari d'ençà que es va començar a editar.

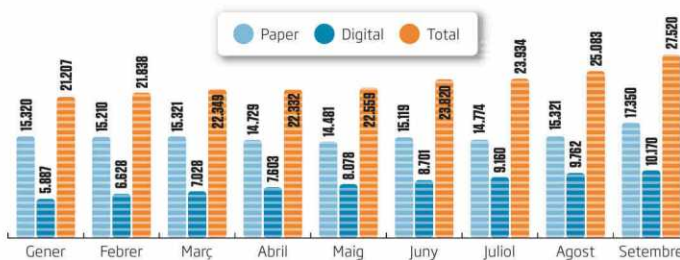
Les vendes del rotatiu tampoc no han parat de créixer. Al setembre van arribar als 27.520 exemplars distribuïts entre la versió digital i la impresa, segons les dades estimades de l'ARA, a l'espera que les confirmi l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD). D'aquests 27.520 exemplars venuts, 17.350 provenen de la distribució en paper i 10.170 de l'àmbit digital.

**Èxit creixent a les xarxes**

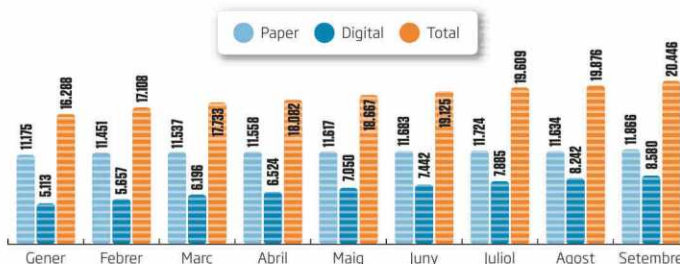
Les dades d'èxit comercial de l'ARA es veuen confirmades, a més, per l'interès que desperta la informació del diari a les xarxes socials. Continuant una tendència ascendent, el nombre d'internautes que segueixen el diari ARA a les xarxes socials ha crescut també aquest setembre de manera notable i ja se situa en gairebé 89.343 seguidors al Facebook i en més 139.780 followers al



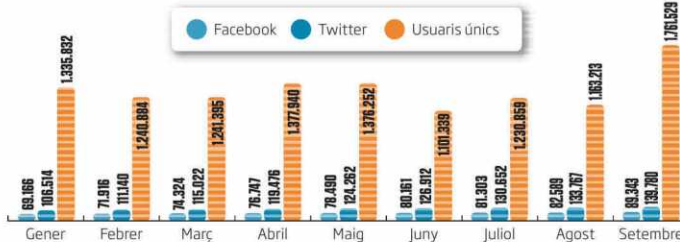
### Evolució de la distribució de l'ARA el 2013



### Evolució de la subscripció de pagament de l'ARA el 2013



### L'ARA a internet el 2013



Font: Elaboració pròpia / Gràfic: X. Laborda



**Referent**  
Un 25% del trànsit que té l'ARA.cat llegeix contingut Premium

compte principal de Twitter, on el rotatiu disposa, a més, d'altres perfils per a cadascuna de les seccions.

El diari ARA té també un nombre creixent d'usuaris registrats a la seva web que cada dia poden llegir gratuïtament un contingut de pagament només pel fet d'inscriure's. Aquesta xifra ha augmentat substancialment aquest setembre. Ara, ja arriba als 156.691 usuaris, 8.800 més que el mes anterior.

El pes d'internet en l'èxit de l'ARA també el corrobora l'èxit que té la seva edició en PDF, que es pot descarregar a través de la web amb ordinadors i tauletes (d'Android i iPad). Al setembre, el nombre de diaris en PDF descarregats ha estat de prop de 240.000 unitats. Aquesta dada supera de molt la del mes anterior, que era de 164.000.

Tot i això, el salt que fa l'ARA no és només quantitatiu. El mitjà ha observat com, l'últim mes, dels 6.315.074 pàgines vistes, 1.534.432 han estat Premium. És a dir, l'ARA ha tingut gairebé un 25% de les seves visites en continguts de pagament, cosa que confirma que l'ARA és un referent informatiu en català a la xarxa.

**240.000**  
diaris descarregats  
en format PDF  
al mes de setembre

**156.691**  
usuaris registrats  
a la pàgina  
web de l'ARA



# El sector de la radio se rebela contra las emisoras ilegales

## El Govern ha abierto 214 expedientes contra los que se saltan la ley

V. F.

BARCELONA- La radio en Cataluña está indignada ante la aparición reiterada de emisoras que ocupan las ondas sin ningún tipo de licencia. Este hecho ha provocado que la Generalitat haya iniciado entre enero y septiembre un total de 214 procedimientos sancionadores y de inspección y control contra emisoras, tanto de radio como de televisión. Es algo más del doble de las actuaciones que en este mismo terreno se llevaron a cabo entre 2009 y 2011.

Fuentes del sector, consultadas por LA RAZÓN, mostraron ayer su preocupación ante una situación delicada, en el que «muchos están aprovechando algunos agujeros de la legislación para instalarse de una manera pirata en el dial catalán». En este sentido, la Dirección General de Medios de Comunicación trabaja actualmente en intentar modificar la Ley del Audiovisual, de manera que puedan agolizarse los procesos, además de aumentar las medidas disuasivas que se prevén.

En la actualidad, la Administración puede imponer multas de hasta 800.000 euros o incluso



Archivo

**Las emisoras que actúan de una manera legal piden que se aplique con más rigor la legislación**

obligar al cierre de las emisoras que actúan ilegalmente en Cataluña, pero muchas de ellas han visto que si se mueven un poco, si cambian su situación en el dial, la Generalitat debe volver a empezar todo el proceso administrativo.

Se cree que en Cataluña hay más de 200 radios que actúan de manera clandestina y sin dar cuentas a nadie de sus emisiones. En los últimos nueve meses, la

**EN LA CAPITAL CATALANA**  
**Se calcula que en Barcelona hay 30 emisoras que ocupan ilegalmente el dial**

Dirección General de Medios de Comunicaciones realizó 214 actuaciones contra estas emisoras. Muchas de ellas son de carácter religioso y su objetivo es recaudar dinero, mientras que otras están relacionadas con entidades del tercer sector. En estos años, no han faltado las emisiones ilegales dirigidas por paquistaníes o ecuatorianos, a los que se han sumado recientemente los rusos. Desde el

sector se calcula que hay entre 30 ó 40 radios que actúan fuera de la ley en Barcelona, en algunos casos relacionadas con entidades vecinales del barrio y con unas infraestructuras muy limitadas.

Buena parte de las antenas que emplean estas emisoras se hayan instaladas en la calle Marià Lavèrnia, en el barcelonés barrio del Carmel, un hecho que es visible actualmente. Desde el sector se recuerda que «esas antenas no cumplen la ley en su ubicación hasta el punto de que son peligrosas para la salud porque no cumplen con el perímetro entre ellas y el edificio».

**Sin contrato y en negro**

Lo que resulta imposible es determinar cuánto pueden beneficiarse las emisoras piratas en Cataluña. Desde el sector se recuerdan que «la mayoría de sus empleados carecen de un contrato laboral y todo lo que facturan lo hacen en negro. Con su ocupación ilegal del dial, los legales perdemos calidad en la señal, en el audio de nuestras emisiones. Por eso queremos que se aplique la ley con más rigor y no tener una competencia al margen de la ley».

Con autorización judicial, el pasado mes de judicial se precintó Intereconomía Radio. Al mes siguiente volvieron a retomar las emisiones que concluyeron esta semana. A ello se le suma el cese voluntario de la actividad de emisoras como Radio María en Barcelona, Radio Pimiento y América FM, entre otras. Pero todavía quedan muchas a las que no se ha perseguido.

**LA Balsa  
DE LA MEDUSA****MANUEL HIDALGO***Publicidad*

Sin publicidad no hay prensa escrita. Ni medios de comunicación, sea cual sea su naturaleza. La publicidad es la gasolina financiera que alimenta el motor, la maquinaria de los medios. La venta de ejemplares en el quiosco no es la principal fuente de financiación de los medios escritos. Es la publicidad que hay en sus páginas. Eso lo sabe mucha gente, claro, pero no lo sabe todo el mundo. La actual debacle de la prensa escrita tiene varias causas, pero una importantísima es la caída de la publicidad como consecuencia de la crisis económica que afecta a las empresas.

No sé si han observado que, en los últimos meses, los anuncios se han desplazado del papel a las pantallas de la prensa digital. Su audiencia es superior y, de momento, los precios para el anunciante son más baratos. Aunque no estoy seguro de esto último.

Pero cualquiera ha podido fijarse que, cada día más, la presencia de la publicidad en los medios digitales, además de masiva, es agresiva e insolente. Lo primero que aparece al pinchar un diario digital es un anuncio a pantalla entera. En teoría, se puede eliminar haciendo un *click* en una crucecita. Pero, y ya empezamos, esa orden no siempre es efectiva al instante.

Por arriba, por los lados, por todas partes, las páginas de los diarios digitales están invadidas por anuncios fijos,

---

«La presencia de la  
publicidad digital,  
además de masiva,  
es agresiva e insolente»

---

incluso por vídeos publicitarios con sus correspondientes musiquillas. Cuesta esquivarlos o suprimirlos. Cualquier mínimo deslíz en el cursor, queriendo entrar en una noticia, activa la publicidad adjunta, que, como digo, no siempre se retira cuando así lo ordenas.

Al entrar en una noticia, vuelve a aparecer a pantalla completa otro anuncio. Y, a veces, otro, y otro, según sigas peregrinando por informaciones relacionadas.

Creo que éste es ya un fenómeno que va a requerir reflexión e incluso, muy pronto –como sucede con la publicidad televisiva–, regulación. Si el futuro de la prensa escrita, en su totalidad o en buena parte, está en su versión o variable digital, algo habrá que hacer para que el lector de estos productos no se sienta incómodo sorteando anuncios, superando vallas. ¿Es prematuro decirlo? No sé. Intuyo que el abuso de la presencia publicitaria en los diarios digitales puede enfadar al usuario y obstaculizar la viabilidad de ese modelo de negocio de prensa.



## EL OYENTE

*El silencio  
de los medios*

LUIS OZ

¿Por qué son tan raros los suplementos o programas de comunicación en los medios de comunicación? Víctor de la Serna luchó durante años para publicar uno en *El País*, pero sólo consiguió hacerlo cuando se vino a EL MUNDO. Duró unos años y hoy repasa la colección con nostalgia.

La unidad de vigilancia de gazapos de Isaías Lafuente en la Ser o el espacio de los sábados de Manuel Campo Vidal en *En días como hoy*, los sábados en Radio 1, son excepciones que confirman la regla en la radio española.

Durante años el único programa fijo sobre medios (otra cosa es si hablamos de tecnologías o redes) en las cadenas internacionales de 24 horas noticias fue *International Correspondent*, de la CNN.

Desapareció de la rejilla tras el nacimiento de Al Jazira en inglés, en noviembre de 2006, la cadena británica-catarí, me temo que por vergüenza torera, pues en calidad no podía hacer sombra a *Listening Post*, el programa semanal de Richard Gisbert.

En medios olvidados, como Radio Exterior de España, se hacen esfuerzos meritorios, como *Amigos de la Onda Corta*, que pasan desapercibidos, como casi todo lo que hace la cadena estatal española para la mayoría.

Dirigido y presentado por Antonio Buitrago, esta semana incluyó -junto con los espacios habituales de noticias- un amplio reportaje sobre la presentación en el Ateneo de Madrid del primer diccionario de la radio española. Hay glosarios que podemos encontrar en textos clásicos como el de Aníbal Arias, pero este es el primer diccionario.

«Llevábamos más de 15 años tratando de cubrir ese vacío», explica Jorge Álvarez, su autor y presidente de la Academia de la Radio española. «El diccionario recoge el lenguaje de la radio, de su tecnología y jerga». La intención del autor es ir ampliándolo.

A falta de espacios propios, son de agradecer sorpresas como el homenaje de Carlos Alsina, el jueves, en *La Brújula* de Onda Cero a Manuel Chaves Nogales, a quien presentó como «quizás el mejor periodista español de la primera mitad del siglo XX».

Tiene muchos competidores para ese título, pero el documental biográfico de Luis Felipe Torrente y Daniel Suberviola, *El hombre que estaba allí*, merece ser conocido. «Creo que me enamoré de Chaves Nogales la primera vez que hablé con su hija Pilar», explica Torrente. «El primer libro suyo que cayó en mis manos fue *El maestro Juan Martínez...*, la vida de un gitano flamenco».



## “En el cas d’Asunta, s’ha imposat la caixa a l’ètica”

La presidenta de la Federació d’Associacions de Periodistes d’Espanya (FAPE), Elsa González, va dir ahir que en el cas d’Asunta, la nena trobada morta prop de Santiago, “s’ha imposat la caixa i, quan la caixa s’imposa a l’ètica i al rigor, es comercialitza amb la informació”.

En declaracions a Efe al final d’una assemblea de la FAPE, ha recordat el Codi Deontològic de la Federació, que afirma que “el periodista ha de respectar el dret de les persones a la seva intimitat i a la seva imatge, tenint present que només la defensa de l’interès públic justifica les intromissions o indagacions sobre la vida privada d’una persona sense el

seu consentiment”. El document també afirma que “el tractament informatiu en els assumptes en què intervinguin elements de dolor o aflicció en les persones afectades, el periodista ha d’evitar la intromissió gratuïta i les especulacions innecessàries sobre els seus sentiments i circumstàncies”.

“Comprenc que és un moment molt difícil per als periodistes i que es veuen arrossegats a actuar d’acord amb la marxa que els imposen les seves empreses”, va dir González. Tot i això, va recordar que “no podem recórrer a pràctiques il·lícites que condemnen l’honor d’una persona”.



## Serrat rep el premi LiberPress de la Diputació de Girona

El cantautor Joan Manuel Serrat i els veïns del barri compostel·là d'Angrois són alguns dels guardonats amb els premis LiberPress, que analitzen el paper dels mitjans de comunicació en la societat i que organitza la Diputació de Girona. Serrat ha estat escollit pel seu compromís soci-

al i la seva lluita per la democràcia. Els veïns d'Angrois han estat guardonats pel seu comportament en l'accident de l'AVE del passat 24 de juliol. Altres premiats són el dibuixant Forges, el cineasta txec Jiri Menzel, el literat Joan Guasp, el còmic italià Leo Bassi i Eduard Punset.





**José María Frigola** consejero delegado de Havas Media Group Iberia

# “Los anunciantes han crecido un 20% en televisión en el primer trimestre”

Alba Brualla MADRID.

José María Frigola, consejero delegado de Havas Media Group Iberia, asegura que nos encontramos en un punto de inflexión clave para que se produzca la recuperación del consumo. Según el directivo, en este preciso momento, el optimismo y la comunicación, jugarán un papel clave en el éxito futuro de las empresas que sepan aprovechar esta oportunidad.

## ¿En qué situación se encuentra el sector de la publicidad?

En este momento se produce un hecho que no se había dado en los últimos cuatro o cinco años y es que el PIB del tercer trimestre será positivo. Esto es tremendamente importante para el sector, que siempre ha sobre-reaccionado a la evolución de la economía. Realmente nosotros vivimos del crecimiento del consumo y éste está ligado estrechamente a la economía.

## Entonces, ¿cree que va a producirse un aumento del consumo?

Hemos pasado una época muy complicada y ahora parece ser que puede haber brotes verdes, pero estos no salen si no los riegas. Esto depende de nosotros, de los grandes empresarios y de las pymes.

## ¿Qué pueden hacer para impulsar el consumo?

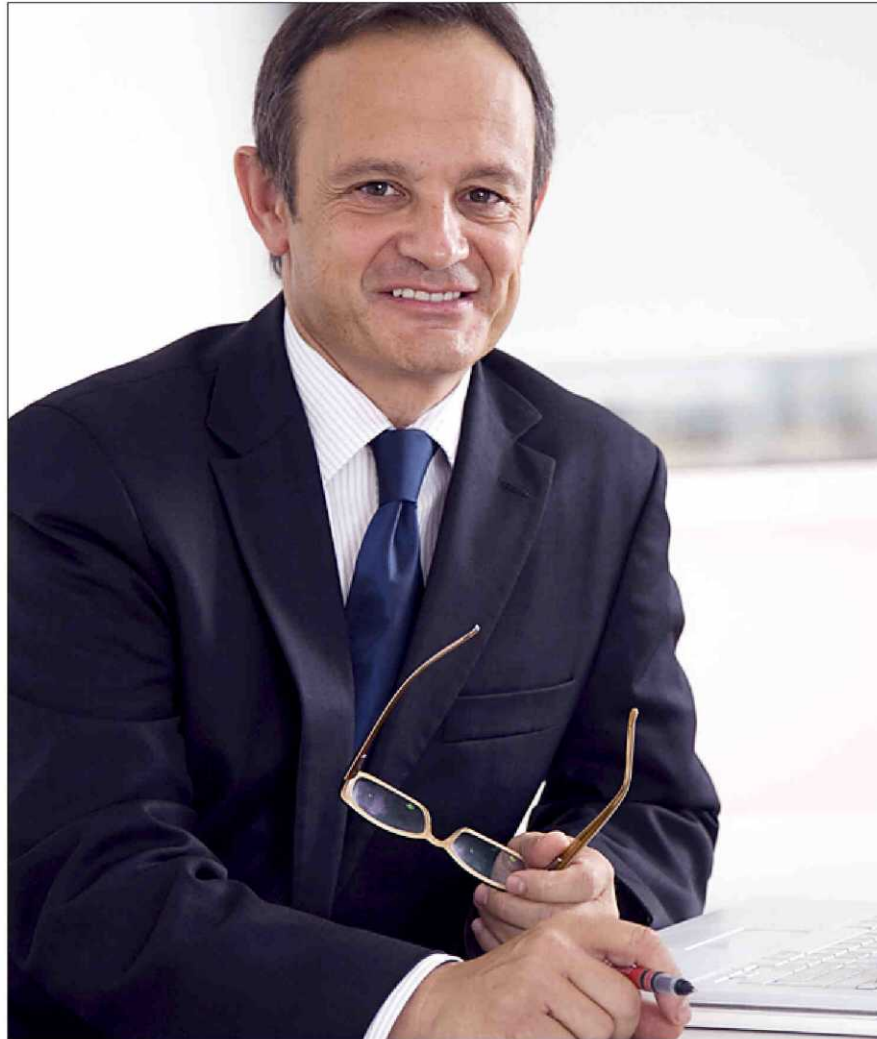
El consumo ahora no está, pero va a venir, y la intensidad con la que llegue dependerá de lo que hagamos. Tenemos que lanzar un mensaje de optimismo que tiene que ser fundamentado y profesional, debe basarse en la premisa de que la comunicación acelera el proceso de mejora del consumo y es algo fundamental que las empresas tienen que entender.

## ¿Cómo ha afectado la crisis a los precios de la publicidad?

Hasta ahora las empresas se han visto beneficiadas de unos precios muy bajos, que han llegado a los niveles de los años 90. Aún así, la inestabilidad económica y la caída de las ventas ha provocado que las empresas recorten su inversión en comunicación y sólo se fijen en el corto plazo, lo que puede afectar seriamente a la imagen y al prestigio de las marcas.

## ¿Quién lo ha hecho mejor durante estos años, las grandes o las pequeñas empresas?

Este error lo han cometido sobre



EL ECONOMISTA

todo las grandes marcas. Las pequeñas lo están haciendo muy bien, de hecho en la televisión, durante el primer trimestre, ha habido un incremento del 20 por ciento del número de marcas que se anuncian en ese medio. Por lo tanto, no hay una disminución de marcas, sino una disminución de la inversión de las marcas relevantes. Esto no solamente provoca una caída de las ventas de las grandes empresas, sino que también trae consigo una erosión de consumo futuro, porque el consumidor se acostumbra a un determinado hábito de consumo *low cost*.

## ¿Hacia dónde cree que se dirige el futuro de la publicidad?

Cada sector será diferente y cada

empresa tendrá su situación, pero en general nos dirigimos hacia una comunicación inteligente. El conocimiento y la personalización del comportamiento de los consumidores en su interacción con las marcas, ese es el futuro al que vamos, y es ahí donde estamos invirtiendo las compañías.

## ¿Las agencias de medios necesitan transformarse para adaptarse al nuevo sistema de comunicación?

El consumidor está muy por delante de lo que están haciendo las marcas y sobre todo, de lo que están haciendo las agencias de medios, que tendrán que convertirse en agencias estratégicas de comunicación. Además, muchas veces son las propias empresas, principalmente las

multinacionales, las que están por delante de las agencias, y lo que hacen es crear sus propios equipos con los mejores profesionales. En este sentido, el talento y la creatividad cada vez van a jugar un rol más importante en la relación de las marcas con los usuarios.

## ¿Considera que las agencias están preparadas para dar este cambio tan rápido?

No estamos preparados, pero lo vamos a tener que estar, porque se va a tratar de un proceso de selección natural. En este país, la crisis ha provocado que el nivel de profesionalización en la comunicación estratégica sea bastante pobre. La prueba es que el nivel de inversión en España en digital está en el orden

## Futuro del sector:

“Las agencias de medios tendrán que transformarse en los próximos años para sobrevivir”

## Apuesta digital:

“Hemos invertido mucho en el área digital, pero no estamos teniendo el retorno esperado”

## Nuevos clientes:

“Cada año hemos captado entre 80 y 100 millones de euros en nuevos negocios”

del 20 por ciento, pero si lo comparas con otros países, pues estamos muy por debajo. Esta situación augura que las agencias van a sufrir las mismas consecuencias que la televisión y los periódicos, algunas van a empezar a desaparecer.

## ¿Cómo de preparada se encuentra Havas Media para asumir esta transición?

Nosotros lo vemos desde otro punto de vista y este año hemos invertido mucho en digital. No estamos teniendo todo el retorno que esperábamos en esta área, por que todavía los medios tradicionales ocupan el 80 por ciento de la cuota de inversión. Sin embargo, es posible que sin esta inversión hubiéramos perdido más clientes.

## ¿Cómo ha evolucionado la cartera de clientes en los últimos años?

Nosotros tenemos un *share* de mercado del 25 por ciento. De todas formas, la captación de nuevos clientes siempre ha sido para nosotros una obsesión en este sector. Con un mercado que ha bajado un promedio de entre el 10 y el 15 por ciento en los últimos cuatro años, no conseguir nuevos clientes es penoso. Nosotros hemos aguantado muy bien la crisis en este sentido y cada año hemos captado aproximadamente entre 80 y 100 millones de euros de nuevos negocios.



# Pistoletazo de salida al superregulador

**PUESTA EN MARCHA/** Hoy empieza a funcionar la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el nuevo regulador que se encargará de controlar la Energía y las Telecomunicaciones, entre otros sectores, y de velar por la Competencia.

Mercedes Serraller, Madrid

Tras una accidentada gestación, hoy echa a andar la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), el macrorregulador que reemplaza a la Comisión Nacional de Energía (CNE), a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), a la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), y a la Comisión del Sector Postal (CNSP), y que asume también el papel de la Comisión de Regulación Económica Aeroportuaria, del Comité Regulador Ferroviario y del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.

El pasado viernes, el Consejo culminó el nombramiento de los directores por parte de los consejeros del organismo, una vez que Beatriz de Guindos dimitiera la semana anterior como directora de Competencia tras el revuelo generado por su nombramiento, agravado al conocerse que la iba a sustituir Micaela Arias, hija del ministro de Agricultura. Y aprobó el reglamento de régimen interior que regula su actividad.

Precisamente horas más tarde, Luis de Guindos firmó la Orden Ministerial que inaugura el organismo, según publicó el BOE el sábado. Los reguladores preexistentes todavía no han cesado su actividad, sino que lo irán haciendo a lo largo de la semana, como si se tratara del relevo de un coche en marcha.

La elaboración del anteproyecto de ley tuvo que sortear las críticas de la Comisión Europea, de los propios reguladores y de los expertos por la falta de independencia del organismo y los problemas que ocasionaba la fusión de las funciones de supervisión y regulación.

Una vez enmendado el texto en el Congreso y de haber pactado con PNV y CiU, el proyecto vivió su particular cuenta atrás en el verano, ya que la ley obligaba a que culminara antes del 6 de octubre. El 5 de septiembre, el Congreso aprobó el nombramiento, a propuesta del Gobierno, de los diez consejeros de la CNMC, que preside José María Marín Quemada.

El superregulador "intensificará las reformas estructurales" que ha acometido el Gobierno, aseguró Marín Quemada en la Cámara Baja. El nuevo presidente se comprometió a comparecer nuevamente en las Cortes "cuanto

## Los consejeros de la CNMC



María Fernández y José María Marín, vicepresidenta y presidente.

## De la empresa y del Gobierno

José María Marín Quemada, presidente de la CNMC, es catedrático de Economía Aplicada. Trabajó en Iberia y Cepsa, entidad esta última que dejó hace nueve años, como subrayó en el Congreso. En 2000 fue nombrado consejero del Banco de España, cargo que acaba de dejar. María Fernández Pérez, vicepresidenta, es licenciada en Económicas y administradora civil del Estado. Era directora de la Secretaría Técnica de la Comisión Delegada para Asuntos Económicos, 'número dos' de Álvaro Nadal. Ante las críticas de los diputados, dijo que ha trabajado para cuatro Gobiernos desde 2003.



Diego Rodríguez.

## Experto en 'telecos'

Doctor en Económicas y profesor titular de Economía Aplicada II en la Complutense, Diego Rodríguez ha realizado trabajos sobre regulación y competencia en las telecomunicaciones.

antes" para explicar el Plan Estratégico de Actuación que pretende elaborar con los objetivos del nuevo ente y destacó que intentará que no se retrasen las resoluciones que están en marcha y se inicien pronto las nuevas.



María Ortiz.

## Técnico Comercial del Estado

Licenciada en Derecho, pertenece al Cuerpo Superior de Técnicos Comerciales del Estado. María Ortiz fue subdirectora de Estudios tanto del Tribunal de Defensa de la Competencia como de Economía.

El organismo está compuesto por cuatro direcciones sectoriales, divididas a su vez en subdirecciones y el ajuste de su estructura permitirá un ahorro de alrededor de 30 millones anuales, la mayoría en la eliminación de 40 consejeros



Idoia Zenarruza.

## A propuesta del PNV

Nombrada a propuesta del PNV, Idoia Zanarruza es licenciada en Derecho por la Universidad de Deusto. Fue parlamentaria en el Parlamento Vasco, vicelehendakari y consejera de Hacienda. Era consejera de la CNE.



Clotilde de la Higuera.

## La redactora de la ley

Abogada del Estado, Clotilde de la Higuera era hasta ahora abogada del Estado-jefe en el Ministerio de Economía y Competitividad, la redactora de la ley de la CNMC y de su Estatuto.

con un presupuesto de 52,7 millones. Pero no en edificios, ya que de momento se radicará en Alcalá 47 de Madrid, sede de la CNE, utilizará las dependencias de la CNC en Barquillo, y mantendrá la oficina de la CMT en Barcelona. Nace



Benigno Valdés.

## Independencia de 'lobbies'

Benigno Valdés ha sido director general de IMDEA Ciencias Sociales. Catedrático de Teoría y Política Económica en Icade y director general de la Fundación SEPI, defendió en el Congreso su independencia de los 'lobbies'.



Josep María Guinart.

## A instancias de CiU

Nombrado a petición de CiU, Josep María Guinart es licenciado en Derecho, en Empresariales por Esade y en Historia, ha sido alcalde de L'Escal, vicepresidente de la Diputación de Girona y diputado nacional.

Los nuevos directores surgen de la promoción interna y desde el organismo destacan su perfil internacional. La excepción es Fernando Hernández Jiménez-Casquet, direc-



Fernando Torremocha.

## Desde Competencia

Doctor en Derecho, Fernando Torremocha fue magistrado del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco, vocal del Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), y su vicepresidente.



Eduardo García Matilla.

## Ligado a RTVE

Licenciado en Imagen, perteneció durante veintinueve años a las empresas del Ente Público RTVE, en la que fue director de Radio 3. Eduardo García Matilla también fue presidente de Corporación Multimedia.

tor de Energía -un sector en pie de guerra por la reforma eléctrica y el déficit de tarifa- hasta ahora asesor en la Secretaría de Estado de la Energía del Ministerio.



## ¿El fin del cuarto poder?



A FONDO

CASIMIRO  
GARCÍA-ABADILLO

**Richard Brooks** (Filadelfia, 1912-California, 1992) había sido periodista radiofónico antes de hacer cine. Sólo hizo una película, como guionista y director, enteramente dedicada al mundo del periodismo: *El cuarto poder* (*Deadline USA*, era su título original), que protagonizó **Humphrey Bogart**.

Si alguna vez me dedicara a impartir clases de periodismo (cosa que no descarto, dado como está nuestro negocio), obligaría, sí, obligaría, a mis alumnos a ver dos películas: *El cuarto poder* y *Primera Plana* (magnífica comedia dirigida por **Billy Wilder** en 1974). A medida que pasa el tiempo aprecio más el valor de estas dos obras maestras del cine.

### La reconversión que estamos viviendo nos obliga a cambiar nuestro modo de trabajar

### Lo que va a hacer que el público pague por leernos es que demos la mejor información

Pero, dejemos las peripecias del *Chicago Examiner* para otro día y vayamos por un momento al Nueva York de la década de los 50, cuando se editaba *The Day*, el periódico dirigido por **Ed Hutcheson** (Humphrey Bogart).

Los propietarios del rotativo, herederos de su creador, deciden venderlo a la competencia (el *Standard*). Sus 500 empleados se enteran de ello por un teletipo y saben que quedarán en paro en unos días (¿les suena esto de algo?).

Hutcheson no se da por vencido y decide ejercer hasta el último minuto, sacando a la luz el escándalo de un capo mafioso -**Rienzi**- que trata de amedrentarle recurriendo a todos los medios para evitar la publicación de artículos que denuncian sus crímenes; entre ellos, el asesinato de una joven.

Al final, no sabemos si *The Day* llega a cerrarse o se salva, pero la última toma de la película nos muestra al capo **Rienzi** despotricando contra **Hutcheson** al teléfono y a éste situando el auricular sobre la rotativa: nada podrá callar a la prensa libre.

Todos los valores del periodismo están recogidos en apenas hora y media de trepidante acción. El título en español me parece incluso mejor que el original: *El cuarto poder*. Esta expresión para referirse a la prensa se le atribuye al político liberal conservador británico **Edmund Burke** (1729-1797), un acérrimo enemigo de la Revolución Francesa.

La prensa ha sido muy poderosa durante siglos, no por la fortaleza financiera de sus magnates, sino por su capacidad para generar opinión, por haberse constituido en uno de los pilares del sistema democrático.

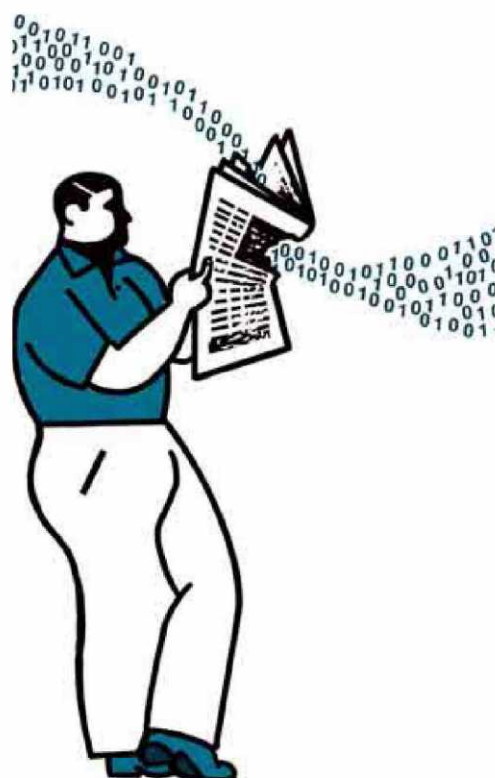
Sin embargo, ahora estamos en un momento crítico. La mayoría de los grupos de prensa atraviesan por una situación casi insostenible: han caído la difusión y la publicidad y todo el mundo da por hecho que el papel ha pasado a la historia (aunque seguirá existiendo todavía mucho tiempo y tal vez su reconversión dé lugar a un producto nuevo, de circulación más restringida, pero igualmente influyente).

Cuando uno ve salir, como ha ocurrido en las últimas semanas en EL MUNDO, a buenos, expertos y bien formados periodistas, con los que se han compartido más de 20 años de duro trabajo, te planteas: ¿lo estamos haciendo bien?

Sin duda, vamos a otro modelo de negocio. Internet ha supuesto una revolución tan grande o incluso mayor que la propia imprenta. Cada vez la gente utiliza más los *websites* como medio de información. Entre otras cosas, porque es fácil de acceder a ellas y, además, es gratis.

Lo que ha ocurrido en los últimos 10 años es que los medios se han multiplicado y las audiencias se han diseminado. Además, se ha generado un efecto de exceso de información, que hace que los lectores crean estar informados por el simple hecho de haber leído un titular o haber escuchado una noticia en la radio o en la televisión durante 30 segundos.

Desde Unidad Editorial (empresa editora de EL MUNDO, *Expansión*, *Marca*, *Telva*, etcétera) vamos a hacer una apuesta arriesgada que tal vez sea la única salida para el mantenimiento y desarrollo de un grupo que ha defendido y practicado durante su azarosa historia los principios



ARNAL

esenciales del buen periodismo: informar con rigor y con independencia.

Hemos hecho todo lo que se podía hacer por el lado de los costes (no se puede prescindir de más periodistas, a no ser que queramos degradar los medios hasta el punto de que no merezca la pena que nadie pague por leernos) y vamos a intentar generar nuevos ingresos, centrando nuestros esfuerzos en la red. La experiencia de *Orbyt* ha demostrado que hay un público, todavía minoritario, que está dispuesto a pagar un precio razonable por informarse.

La nueva forma de comunicarnos con el público va a requerir un cambio radical en nuestro modo de trabajar. Seguiremos dando exclusivas (la noticia, por definición, es lo nuevo), pero la diferencia cualitativa con otros medios (dado que nada impide, como

se ha visto, que los scoop se copien de manera inmediata en otras webs) va a residir en la manera en la que demos la información.

Nadie puede copiar la calidad. Así que eso nos va a exigir dar mucho mejor que nadie noticias que tal vez todo el mundo tiene. Tendremos que hacer menos cosas, pero mejor.

Lo que parece claro es que el lector, el público, también es más selectivo y exigente y, por tanto, reclama especialización. Y, sobre todo, solvencia.

Las herramientas que nos ofrece la tecnología nos permiten ofrecer a los lectores gráficos, vídeos, todo tipo de apoyos y opiniones, sin límite.

La web ya no será el medio en el que me entero antes a través de una *flash* a modo de agencia.

Sólo sobrevivirán los medios que apuesten

por la calidad y la originalidad en la presentación de sus contenidos. Por supuesto, la opinión será la base sobre la que debe consolidarse un bloque de lectores que se identifique con nuestra visión del mundo.

Ése es ahora nuestro reto. No sólo sobrevivir, sino adaptarnos a los tiempos nuevos. Tiempos en los que tal vez ya no exista un cuarto poder como lo conocíamos. En los que tendremos que acostumbrarnos a ser más humildes y a poner a los ciudadanos en el centro de nuestras prioridades. No sabemos si *The Day* cerró, pero hizo lo correcto. Nosotros no tenemos otra opción.



Siga a Casimiro García-Abadillo en Twitter: [garcia\\_abadillo](https://twitter.com/garcia_abadillo)  
[casimiro.g.abadillo@elmundo.es](mailto:casimiro.g.abadillo@elmundo.es)



# Mas dio 485.000 euros en 2012 al grupo editor de «Catalonia Calling»

Ya se han vendido casi 4.000 ejemplares del libro secesionista para otras tantas personalidades

Rodrigo Pinedo

MADRID- El pasado día 1 arrancó la segunda fase de la iniciativa «El mon ho ha de saber» («El mundo debe saber»), que pretende mandar 10.000 libros sobre la situación catalana –desde el punto de vista independentista– a otras tantas personalidades del mundo entero, como publicó LA RAZÓN. Durante el mes de septiembre se elaboró la lista de personas influyentes, que incluye a gente tan dispar como Barack Obama, Angela Merkel, Oprah Winfrey, George Clooney, Bono (el de U2) o el Papa Francisco, y ahora quien lo desee puede «donar» 15 euros para enviar el libro «Catalonia Calling» a alguna de ellas. Eso sí, sólo los rostros conocidos pueden elegir a quién destinar su ejemplar, ya que el resto de los mortales están sujetos a un sistema de reparto aleatorio.

Hasta ayer por la noche se habían vendido casi 4.000 libros, entre los que se encuentran los dirigidos al director de este periódico, Francisco Marhuenda, al Príncipe Felipe y al ciclista Alberto Contador. El secretario general de

la ONU, Ban Ki-moon, y el actor Sean Connery también tienen ya una copia con su nombre, ya que ha sido escogidos por la presidenta de Asamblea Nacional Catalana (ANC), Carme Forcadell, y la de Òmnium Cultural, Muriel Casals, respectivamente.

Tras esta iniciativa se encuentra «Sàpiens», una revista de historia centrada, principalmente, en temas de Cataluña. En el número de octubre, por ejemplo, se puede leer el reportaje «La construcción de un país moderno», dedicado a «la obra de la mancomunidad de Cataluña», que consideran «la primera institución de gobierno propia de Cataluña después de 1714»; así como otro titulado «Cuando se perdió el norte», en el que se recuerda «el sitio de Castellciutat, la fortaleza clave para dominar los Pirineos». Según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), entre diciembre de 2011 y diciembre de 2012 su tirada media fue de 24.229 ejemplares, aunque su distribución se quedó en 15.908 ejemplares. En ese mismo periodo, la Generalitat de Cataluña le dio una subvención

de 23.996,18 euros para su edición en papel y otra de 12.264,85 euros para su página web.

A esta ayuda, hay que sumar las que recibe Sàpiens Publications, la sociedad cooperativa catalana limitada (SCCL) detrás de la revista homónima. Sólo en 2012, percibió 14.400 euros del Departamento de Empresa por ser una cooperativa, 53.000 del de Presidencia para digitalizar sus archivos, y otros 84.616,09 euros de este mismo departamento para sus otras publicaciones. Así, la revista de cocina «Cuina», de la que se distribuyeron una media de 12.017 ejemplares entre junio de 2011 y junio de 2012, recibió 21.705,5 euros para su edición impresa y 13.833,19 euros para su web. La publicación de viajes «Descobrir Catalunya», cuyo lema es «Tu país como nunca lo has visto» y tuvo una distribución media de 12.289 ejemplares entre abril de 2011 y marzo de 2012, se hizo con una subvención de 21.660,06 euros para su edición en papel y con otra de 10.399,87 euros para su web. Por último, la revista oficial del espacio infantil «Club Super 3» de TV3, denominada «Supers», recibió 17.017,47 euros.

De esta forma, la Generalitat dio 188.277,12 euros a Sàpiens en 2012, más del doble que en 2011,



Muriel Casals enviarà el llibre a Sean Connery



cuando le dio 80.640,07 euros. Es decir, desde que CiU se hizo con las riendas de Cataluña ha dado 268.917,19 euros a la editorial impulsora de «Catalonia Calling».

Esta cantidad se disparó al ha-

blar del grupo Cultura 03, que reúne a Sàpiens, a la editorial Ara, a la productora Batabat, a la empresa de servicios de gestión Nova 2003 y al editor de prensa Contrapunt, y nació con «el convenci-

**268.917**  
euros  
otorgó la Generalitat de Cataluña a la editorial Sàpiens entre 2011 y 2012



### Carme Forcadell enviarà el llibre de Ki-moon, Secretari General de les Nacions Unides

**La presidenta de Òmnium, Muriel Casals, y la de la ANC, Carme Forcadell, ya han mandado una copia del libro, que ha sido impulsado por el grupo que edita la revista «Súpers» de TV3**

miento de que es imprescindible, para el futuro de la cultura catalana y del país, una industria cultural sólida, independiente y con una clara vocación de servicio a la sociedad de la que surge y en la que desarrolla su actividad». En 2012, la Generalitat aprobó destinar 148.325,62 euros a Ara Llibres; 99.252 euros a Batabat para realizar varios espacios –en pagos aplazados–; 27.000 a Nova 2003; y otros 22.620,56 a Contrapunt. En total, el Govern de Artur Mas otorgó 485.475 euros al grupo Cultura 03 el año pasado. Suma y sigue.



# 8tv arrenca la nova temporada amb màxims anuals d'audiència

La cadena del Grup Godó tanca el setembre amb una quota de pantalla del 3,7% a Catalunya i del 4,1% de dilluns a divendres

BARCELONA Redacció

D'acord amb les dades mensuals del panel d'audiència Kantar Media per al setembre, 8tv obté aquest mes una quota de pantalla del 3,7% a Catalunya, el millor registre de la cadena en els últims 10 mesos, i supera així en tres dècimes el resultat de l'any anterior.

8tv iguala a més el seu rècord anual de consum en els àmbits provincials de Barcelona i Lleida, així com a Barcelona capital, on consolida una quota diària de pantalla superior al 4%. Els avenços més importants es produeixen en coincidència amb les franges d'emissió dels programes de factura pròpia: amb més de vuit hores diàries de televisió en directe, *Migdia*, *Arucitys* y *8 al dia* aconsegueixen al setembre notables registres d'audiència després de reajustar les franges d'emissió.

Així, el magazine d'actualitat



Josep Cuní, Ruth Jiménez i Alfons Arús

*Migdia*, conduït per Ruth Jiménez, que ara s'emeta de 12 a 14 hores de dilluns a divendres, firma al setembre el millor mes des de l'estrena, amb quotes de fins al 4,6% i prop de 220.000 espectadors acumulats en una sola edició.

A la sobretaula, Alfons Arús i el seu equip aborden la dotzena temporada a 8tv i es consoliden com l'alternativa de televisió als grans informatius entre el públic jove: amb emissió ara de 14 a 17 hores, *Arucitys* tanca el

setembre amb quotes de pantalla entre l'anomenat *target comercial* superiors a l'11%.

Per la seva banda, el magazine d'actualitat i informació de Josep Cuní, *8 al dia*, continua avançant en el rànquing de les 25 emissions més vistes del dia amb quotes de pantalla superiors al 9% i es reafirma com la segona opció de televisió preferida pels catalans partir de les 20 hores i especialment en coincidir amb l'emissió de l'informatiu de 21 a 21.30 h. La capacitat

de *8 al dia* com a referent informatiu i de seguiment de l'actualitat va quedar especialment palès amb l'especial emès l'11 de setembre amb motiu de la Diada, en el qual més d'1,5 milions d'espectadors o, el que és el mateix, gairebé un de cada quatre catalans va ser audiència en algun moment de l'emissió.

Els registres de 8tv són especialment notables dins de l'actual context regressiu que expe-

**La privada catalana se situa com la tercera autonòmica més vista, després de TV3 i Canal Sur**

rimenten les cadenes generalistes nacionals públiques i del qual tampoc no se n'escapa TV3, líder el mes passat a Catalunya malgrat haver perdut gairebé un punt respecte al mes de setembre del 2012.

En aquest sentit, 8tv continua consolidant-se dins del rànquing de les cadenes autonòmiques com la tercera cadena més vista a tot Espanya, tant públiques com privades, tan sols per darrere de TV3 i de Canal Sur.●



&gt; GABRIEL BARRASA

# El hombre que lanzó Hispasat

## Lideró el proyecto del primer satélite de telecomunicaciones español en 1992

**SERGIO PICCIONE**

Apasionado de la música clásica y, en particular, de los grandes compositores como Bruckner, Mahler o Beethoven, era también un erudito en Historia e Historia del Arte. Sin embargo, su nombre no será recordado por estos conocimientos, sino por su actividad como ingeniero de telecomunicaciones, que le llevó a diversos puestos en Radiotelevisión Española (RTVE), en Hispasat y, posteriormente, en Telefónica.

Gabriel Barrasa nació en Madrid, el 25 de enero de 1950. Cursó estudios universitarios en la Escuela Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones de Madrid, dentro del recinto de la Universidad Complutense. Y, al concluirlos, fue contratado por RTVE. En 1975 se casó con Guadalupe Ramos, Lupe, su novia desde los 17 años. El matrimonio tuvo cuatro hijas: Verónica, Irene, Clara y Sara que, por separado, han heredado alguna de las aficiones de su padre.

Su carrera profesional en RTVE se desarrolló con rapidez hasta ser nombrado director de Ingeniería. Pero la falta de entendimiento con el director general del ente, José María Calviño, nombrado a finales de 1982, animó a Barrasa a montar en 1984, junto con un grupo de compañeros y amigos, una empresa de consultoría técnica,

Telín, que desarrolló todo el sistema de transmisiones para los JJOO de Barcelona en 1992, incluida la Torre de Colserola.

Barrasa volvió en 1986 a RTVE con la llegada de Pilar Miró a la dirección de la misma y, como director técnico, se convirtió en su mano derecha. Fue asesor del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y se le encargó poner en marcha Retevisión, la red nacional que debía transportar la señal de radio y tele-

visión a todo el territorio. Este último fue un destino efímero, pues apenas la parte técnica estuvo puesta a punto se le reclamó para que liderara el proyecto Hispasat, el primer satélite de telecomunicaciones español que se lanzaría desde Kourou (Guayana Francesa), en 1992.

Resuelta la fase técnica con el lanzamiento de un segundo satélite en 1993, y asegurada la mejor explotación posible de la empresa, su puesto se convirtió en una golosina para los políticos. En 1998, Fernando López Amor fue nombrado presidente, iniciando con Gabriel Barrasa, como director general, una cohabitación que concluyó un año después con la salida de este último.

Su última singladura se produjo unos meses después, cuando fue reclutado por Telefónica para asumir la presidencia de TSA (Telefónica Servicios Audiovisuales). Al frente de esta división, aparte de poner en



EL MUNDO

marcha las televisiones regionales de Asturias y Aragón, se convirtió en el único competidor de Sogecable y Mediapro en la producción audiovisual en España, aunque con poco apoyo por parte de la propia empresa cuya actividad en este terreno estaba partida en otras dos divisiones más.

Gabriel Barrasa, nació en Madrid el 25 de enero de 1950 y murió en la misma ciudad el 2 de octubre de 2013.



## Cultura

José María  
MARCO



### Voluntad de moderación

La obra de Manuel Chaves Nogales es la propia de un periodista, movido ante todo por captar la realidad tal como se vive en el momento y por la urgencia de contarla. Las ideologías y las abstracciones le repelen en la medida en que le impiden comprender lo que tiene ante ojos y contarlo tal como él lo ve. Se comprende así, por razones casi de ética profesional, su aversión a los totalitarismos de los años treinta, y su poco aprecio de la propaganda con la que esos mismos totalitarismos intentaban seducir a una opinión pública desconcertada. Como, por otro lado, escribía con elegancia, precisión y cortesía, Chaves Nogales se convirtió, y sigue siendo, un maestro de sensatez y sentido común. Su lector natural no está deseoso de ver corroborados sus propios puntos de vista. Es más bien aquella persona que, teniendo claro algunos grandes principios, sabe que la realidad no se prevé fácilmente y que puede cambiar las perspectivas por las que intentamos comprenderla.

En eso consiste, sin duda, el éxito que sus escritos están teniendo en estos años. Ya no nos interesan mucho los grandes esquemas interpretativos, y el lector agradece el esfuerzo por contar la realidad con honradez. Así es como se han ido sucediendo las ediciones de sus trabajos sobre el totalitarismo nazi, el soviético, la ocupación de Francia por el Ejército alemán y el conjunto de la República. En todos los casos, lo que interesa de Chaves Nogales hoy en día es su independencia de espíritu y su capacidad para no dejarse enredar en las trampas ideológicas. Claro que, por otro lado, Chaves Nogales no se podía desprender de su propia perspectiva ni de sus lealtades políticas. Sus simpatías le llevaron a Azaña, que para él significaba una posición de centro izquierda templado. Lo mismo creyó mucha gente en algunos momentos de la historia de la Segunda República, y hay quien sigue convencido que es así.

Las páginas de Chaves Nogales que ahora se publican bajo el título «¿Qué pasa en Cataluña?» nos remiten, en parte, a la posición de Azaña ante ese asunto que resultó determinante en la historia de la República. Como es de esperar, el gran periodista no se plegó a los fervores ni a los eslóganes, y se esforzó por comprender y transmitir la complejidad de la situación catalana y sus consecuencias en el resto de España. Al mismo tiempo, argumenta la perspectiva y la acción azañista mediante el elogio del buen sentido, la industriosisidad, el natural conservador del pueblo catalán y, en consecuencia, del catalanismo. Pronto se vio que muchas de aquellas hermosas ideas, tan equilibradas y de apariencia tan juiciosa y ecuánime, no respondían del todo a la realidad. Había y hay, en el nacionalismo, un fondo conservador y prudente, pero el nacionalismo, de por sí, no lo continúa. Al revés, casi siempre lo contradice y lo violenta. Es una de las perspectivas, particularmente reveladora, desde la que pueden leer estos textos.

El lector  
agradece el  
esfuerzo de  
contar la  
realidad con  
honradez





Dibujos / Acuerdo de inversión

# TVE y la Rai hacen volar al murciélago 'Bat Pat'

## Las dos cadenas públicas se unen a Imira para producir esta serie de animación

**E. M. / Madrid**

El murciélago ya tiene las dos alas para volar. Y son dos alas poderosas, nada menos que articuladas por dos televisiones públicas: TVE y la Rai. España e Italia levantan el vuelo de *Bat Pat*. Su alianza con la empresa española Imira Entertainment, productora y distribuidora de series de animación y ficción, hace posible que comience la producción de esta serie. La financiación de es-

te proyecto la completa el fondo de inversión especializado en entretenimiento y contenido digital con sede en Luxemburgo, GD Entertainment Fund. Cuatro patas para hacer realidad un proyecto, algo necesario dada la coyuntura económica.

*Bat Pat* sigue las espeluznantes y cómicas aventuras del murciélago hablador Bat Pat y los hermanos Silver: Martin, Leo y Rebecca. Ellos se dedican a revelar misterios y cruzar

camino encontrando criaturas sobrenaturales que acechan, merodean, gritan y aparecen en la oscura noche, en cada esquina de Fogville, la pequeña localidad donde viven.

«Uno de los puntos claves de *Bat Pat* es la riqueza de sus personajes y la estrategia transmedia de origen. Estamos seguros que se convertirá en un personaje carismático que acompañará a los fans en todos sus dispositivos. Estamos se-

guros que convertiremos a *Bat Pat* en un nuevo clásico», reflexiona Yago Fandiño, director de contenidos infantiles de RTVE / Clan TV.

«*Bat Pat* es una fantástica producción de la que estamos encantados de formar parte, junto con nuestro socio estratégico GD Entertainment Fund y televisiones como RTVE y Rai. La serie es fresca y original y garantiza el entretenimiento a las jóvenes audiencias de todo

el mundo», explica Sergi Reitg, CEO de Imira Entertainment.

Pero la alianza entre Imira Entertainment y RTVE no sólo se queda en esta nueva serie de animación. En su condición tanto de proveedor de entretenimiento para niños como de coproductor de productos animados, Imira refuerza su relación con TVE a través de un acuerdo para distribuir contenido del catálogo infantil de la cadena pública española en el mercado internacional. La primera parada de este acuerdo es el Mipcom que arranca hoy en Cannes.

Imira es la creadora de *Lucky Fred*, la serie de animación más vendida en la historia de España (a 165 países y doblada a 26 idiomas).

**ENTREVISTA / ENTRETENIMIENTO**

# Jorge Javier Vázquez es el 'convidat' del periodista Albert Om

**SANT JOAN DESPÍ •** El periodista catalán Albert Om comparte un fin de semana con el presentador televisivo Jorge Javier Vázquez. El periodista ha podido comprobar como es la vida de Vázquez en Madrid y también ha recordado sus orígenes y su familia de Badalona. Como un niño de barrio que estudio filología hispánica ha terminado siendo el presentador más polémico de la tele. Esta es la intencionalidad con la que Om visita Jorge Javier Vázquez.

Según el propio Om, "será uno de los capítulos que más sorprenderán. Buscábamos el retrato de un chico de barrio. El vivió en Sant Roc, en Badalona, hasta los 25 años que fue cuando se fue a trabajar a Madrid". En boca del periodista de TV3, "es una historia impactante que muestra el reflejo de dos Catalunyas diferentes a la vez que muy cercanas"

El capítulo en el que Albert Om visita al presentador Jorge Javier Vázquez se emite esta noche a las 22.25 horas.



TVC

**Jorge Javier Vázquez**

El capítulo de hoy es el cuarto de la tercera temporada que Albert Om disfruta en TV3. Antes que el episodio de hoy se han emitido las estancias de Om con Andy Trias, el obispo Xavier Novell y con el futbolista del Barça, Andrés Iniesta.

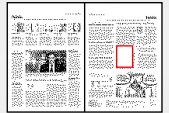


## Ofensiva de producciones españolas en el Mipcom de Cannes

J. H.

MADRID- Desde hoy y hasta el jueves Cannes se convierte en la capital mundial de la industria audiovisual con la celebración del Mipcom, la principal feria del sector en la que 4.500 compradores se dan cita para intercambiar formatos de un mercado en el que España aumentó sus exportaciones de 2012 un 13,2% respecto al año anterior, según estimaciones de la Confederación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (Fapae). En la edición de este año se rendirá homenaje a Argentina y a la «época dorada» que atraviesa la televisión, a la que se han sumado grandes nombres del cine—como Steven Spielberg, Ridley Scott o, el recién condecorado con el Emmy al Mejor Actor, Michael Douglas—, que han contribuido a elevar la calidad y los niveles de audiencia.

Por su parte, nuestro país aporta 22 empresas expositoras y cerca de 130 participantes, entre los que destacan grupos como Atresmedia, Mediaset, RTVE, Globomedia o Ganga Producciones. Entre todos, se presentarán importantes ficciones nacionales como «El tiempo entre costuras», «Lolita Cabaret», «Gran Hotel», «Isabel», «Pulseras rojas», «Gran reserva» —que tomará el nombre de «Vintage»—, y «Dreamland», entre otras. También se incluirán algunos concursos y largometrajes como «Saber y ganar» y «Grupo 7».



## Crece la publicidad en televisión

¿Es un buen momento de volverse a anunciar y dar a conocer su producto? Si no lo hace ahora, luego será tarde. Es el consejo que da José M<sup>a</sup> Frigola, consejero de Havas Media Group Iberia, una de las más importantes agencias de medios. A pesar de que todavía las empresas no están muy animadas, la economía se encuentra en un punto de inflexión en el que los agentes económicos se tienen que movilizar para animar a los consumidores a volver a comprar. Frigola asegura que durante el primer trimestre el número de marcas que se anuncian en televisión ha aumentado un 20 por ciento. La publicidad empieza a crecer porque las empresas comprenden que está cambiando el ciclo y ha llegado el momento de volver a publicitar sus marcas.



## El Grup Imagina, proveïdor de continguts de la CE

► El Grup Imagina (Mediapro) ha estat seleccionat com a adjudicatari del concurs per al subministrament de serveis i continguts audiovisuals de les campanyes de la Direcció General de Sanitat i Consum de la Comissió Europea. L'oferta de la companyia catalana ha obtingut la puntuació més alta de totes les propostes presentades per a aquest contracte marc a Brussel·les, que ascendeix a 5,4 milions d'euros per als propers quatre anys. / Redacció