



# RECULL DE PREMSA

20/03/2015



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/03/15	REPSOL RENUEVA SU APOYO AL COL·LEGI DE PERIODISTES / DIARI DE TARRAGONA	4	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/03/15	L'ARA TORNA A CRÉIXER ELS DISSABTES AMB UN NOU SUPLEMENT SOBRE BARCELONA / ARA	6	1
20/03/15	ENTREVISTA A ALEJANDRO ECHEVARRÍA, PRESIDENTE DE MEDIASET ESPAÑA: "HEMOS DIALOGADO CON EL GOBIERNO Y ESPERAMOS QUE NO SE CIERREN CANALES" / EL ECONOMISTA	7	1
20/03/15	ONDA CERO REMODELA SU MAÑANA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	8	1
20/03/15	ENTREVISTA A ALEJANDRO ECHEVARRÍA, PRESIDENTE DE MEDIASET ESPAÑA: «NUESTRA MISIÓN NO ES CAMBIAR GOBIERNOS, SINO ENTRETENER» / ABC (EDICION NACIONAL)	9	2
20/03/15	ELS AJUNTAMENTS PETITS TAMBE VOLEN SORTIR ALS MITJANS / ARA (COMARQUES GIRONINES)	11	1
20/03/15	'LA VANGUARDIA' PREMIA LA PUBLICITAT MÉS CREATIVA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	12	2
20/03/15	MULTA A MEDIASET PER POSAR 'SÁLVAME DELUXE' EN HORARI PROTEGIT / ARA	14	1
20/03/15	LES TELES LOCALS REIVINDIQUEN LA SEVA OFERTA MULTIMÈDIA / EL PUNT AVUI	15	1
20/03/15	YAHOO SE RETIRA DE CHINA Y ELIMINA 350 PUESTOS DE TRABAJO / CINCO DIAS	16	1
20/03/15	TV-3 INSTA ELS CONVIDATS A ANAR-HI JA MAQUILLATS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	17	1
19/03/15	EL CCGAX TAMBÉ APROVÀ LA MOCIÓ DEL COL·LECTIU DE PERIODISTES DE LA GARROTXA / LA COMARCA D' OLOT	18	1
20/03/15	CONVOCATÒRIA DE PROJECTES. Mercat Audiovisual de Catalunya (MAC) / EL PUNT AVUI	19	1
20/03/15	MULTA DE 167.001 EUROS A MEDIASET PER 'SÁLVAME DELUXE' / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	20	1
20/03/15	ATRESMEDIA SUFRE LA DESINVERSIÓN DE IMAGINA / EXPANSION	21	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Imagen de la rueda de prensa que se llevó a cabo ayer en la sede de la ciudad de Tarragona del Col·legi de Periodistes. FOTO:DT

**SOCIEDAD** ■ ESTÁ VIGENTE DESDE EL AÑO 2013

## Repsol renueva su apoyo al Col·legi de Periodistes

■ La presidenta de la Demarcación de Tarragona del Col·legi de Periodistes, Sara Sans, y el coordinador de Comunicació de Repsol en Tarragona, Josep Bertran, oficializaron ayer el compromiso de colaboración iniciado en 2013.

El acuerdo establece el patrocinio por parte de Repsol de la séptima edición del ciclo de conferencias *Experiència de Pe-*

*riodista*, celebrado entre el 23 de febrero y el 16 de marzo, con la participación de los periodistas Sergi Vicente, Cristina Puig, Xavier Aldekoa y Toni Clapés.

La colaboración permitirá la celebración de la sesión formativa *Eines per a periodistes. Vocabulari industrial i taller de sinergologia*. La jornada será el jueves 16 de abril, en el Centre Tarraconense el Seminari.



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





# L'ARA torna a créixer els dissabtes amb un nou suplement sobre Barcelona

El nou 'Ara BCN' completa l'oferta formada pel 'Criatures', el 'Dossier Planeta' i l' 'Ara Llegim'

ARA  
BARCELONA

A partir de demà l'ARA amplia la seva oferta dels dissabtes. El diari incorpora un nou suplement, l'*Ara BCN*, que cada setmana es dedicarà a analitzar en profunditat els temes que afecten més directament la ciutat de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Es tracta d'un dossier de vuit pàgines que se sumará als tres suplementes que ja es distribuïen fins ara els dissabtes – el *Criatures*, el *Dossier Planeta* i l'*Ara Llegim* – i que, alhora, permetrà ampliar el catàleg de publicacions territorials de l'ARA, al costat del suplement de les comarques gironines – que acompanya el diari cada divendres –, el d'Andorra i les edicions del País Valencià i les Illes Balears.

El nou *Ara BCN* pretén abordar els debats més vius que hi ha actualment a la ciutat i el seu entorn, com la gestió del turisme, les desigualtats socials o les grans transformacions urbanístiques. Per fer-ho, cada setmana se centrarà en un tema concret, que en el primer número serà la seguretat. Així, el suplement de demà oferirà diversos reportatges que es fixaran en el lloc que ocupa Barcelona entre les principals ciutats del món en matèria de seguretat ciutadana, assenyalarà els àmbits en què més s'ha progressat en els últims anys i aquells en què, per contra, encara cal incidir i explicarà com treballen els agents dels Mossos d'Esquadra encarregats de lluitar contra els furtis, un dels principals focus de preocupació a la ciutat en aquest camp.

El suplement tindrà també diverses seccions fixes, entre les quals una en què la periodista Cristina Puig farà un retrat d'una plaça de la ciutat, de la gent que la trepitja i de l'ambient que s'hi respira. Per començar, anirà fins al barri de les Corts per descobrir la plaça de la Concòrdia. També tindrà presència setmanal a les pàgines de l'*Ara BCN* l'escriptor Xavier Theros, que es dedicarà a buscar els rastres del passat de la ciutat que encara són visibles avui en dia.

El nou dossier reservarà també un espai setmanal a la cultura, l'oci i les propostes de lleure, i donarà veu als veïns i entitats de la ciutat a



L'ARA estrena demà el nou suplement setmanal *Ara BCN*, que es dedicarà a analitzar en profunditat els grans debats que afecten la ciutat de Barcelona i la seva àrea metropolitana. Aquesta nova publicació completarà l'oferta del diari per als dissabtes, que inclou tres suplementes més: el *Dossier Planeta*, el *Criatures* i l'*Ara Llegim*.

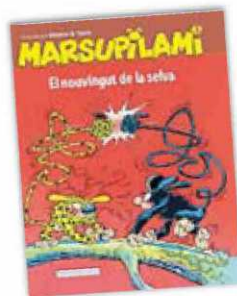
través d'entrevistes que permetran recollir nous punts de vista sobre la realitat de la capital catalana. Els lectors també podran dir-hi la seva mitjançant les enquestes que setmanalment es publicaran a l'Ara.cat i amb una secció que recollirà, cada dissabte, un aspecte positiu i un de negatiu sobre Barcelona a criteri de les persones que hi viuen.

### Dissabtes 'glocals'

Però al costat d'aquesta mirada concreta sobre Barcelona, l'ARA seguirà publicant els dissabtes el *Dossier Planeta*, que obre el focus per analitzar els grans temes que afecten el món en el seu conjunt i que són claus per entendre les grans tendències de fons a nivell internacional. Per reforçar aquesta vocació *glocal* –alhora global i local– dels dissabtes, aquest suple-

### El cap de setmana, un llibre del Marsupilami

Demà i diumenge l'ARA ofereix als seus lectors el llibre *El nouvingut de la selva*, el tercer volum de les aventures de Marsupilami, que es podrà aconseguir per 13,30 euros juntament amb un exemplar del diari. El personatge, caracteritzat per la seva llarga cua, va ser creat pel dibuixant belga André Franquin el 1952 i va aparèixer inicialment als àlbums d'*Espirú i Fantàstic*, fins que se'n va emancipar durant els anys 80, de la mà de l'il·lustrador Batem.



ment va prendre una nova orientació fa dues setmanes i es va convertir en monogràfic, de manera que ara cada número se centra en un únic tema i l'estudia a fons. Demà, el *Dossier Planeta* se centrarà en el filantropisme: les grans fortunes mundials que dediquen part dels seus recursos a la cooperació i a millorar les condicions de vida de la població més desafavorida.

Com sempre, l'ARA dels dissabtes seguirà acompanyat del *Criatures* –el suplement orientat a pares, mestres i educadors– i inclourà l'*Ara Llegim*, amb crítiques literàries, entrevistes a autors i totes les novetats del món editorial. Pel que fa als diumenges, es manté l'oferta actual, amb el *Rar*, l'*Ara Diumenge* i l'*Emprenem*, mentre que els divendres es continuarà publicant el suplement cultural *Play*. —



**Alejandro Echevarría** Presidente de Mediaset España

# “Hemos dialogado con el Gobierno y esperamos que no se cierren canales”

África Semprún MADRID.

Telecinco cumple un cuarto de siglo en España y su presidente, Alejandro Echevarría, hace un balance más que positivo de su evolución. “Estamos en una posición de liderazgo de audiencia y de rentabilidad. Somos la televisión más importante de España y la más rentable de Europa”, asegura el presidente de Mediaset. La cadena llega así a 2015 con una posición de dominio clara en el sector junto a Atresmedia. El grupo concentra el 31,9 por ciento de la audiencia y el 44,2 por ciento de la cuota de un mercado publicitario que está en recuperación. Pese a la buena marcha de la publicidad, Echevarría identifica dos retos: el cierre de ocho canales más —en 2014 se clausuraron nueve canales— y la “presión” de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC).

## ¿Cómo va a evolucionar la inversión publicitaria en 2015?

Enero cerró con más de un 12 por ciento de crecimiento. Febrero ha ido un poco peor, pero marzo también va muy bien. Creo que vamos a tener un año bastante bueno porque el consumo interno está creciendo. Según los analistas, la publicidad en España puede crecer un 10 por ciento. Aunque yo creo que es un poco optimista, lo cierto es que hay movimiento.

## ¿La mejora de la publicidad se está traduciendo en alzas de precios?

Sí, también. Pero hay que tener en cuenta todo lo que ha caído el mercado. Para recuperar lo que hemos perdido hacen falta muchísimos años y no vamos a volver nunca los niveles de inversión publicitaria que teníamos en hace ocho años.

## Mediaset cumple 25 años con varios hitos a sus espaldas como entrar y liderar en Internet, la compra de Cuatro, la venta de Canal+. ¿Cuál es el futuro del grupo?

Nuestro plan estratégico está centrado fundamentalmente en España y en Internet. Queremos profundizar en todo lo referente a la televisión gratuita y comercial a través de nuestros seis canales, la telefonía móvil, el iPad, Internet. Estamos trabajando para potenciar los contenidos en todos los canales y plataformas y un soporte clave es Internet. Es fundamental.

## ¿Cuál es el futuro de Mediaset Internacional?



FERNANDO VILLAR

**Contra la CNMC:** “Competencia es una trituradora de sectores. Hay una continua y excesiva presión sobre la tele”

**Ingresos de RTVE:** “Están haciendo patrocinios que no responden a lo que deberían ser, pero lo toleramos”

El futuro de Mediaset Internacional es estudiar oportunidades en Latinoamérica para hacer operaciones con el objetivo de vender nuestros contenidos allí. Estamos analizando todas las posibilidades, sobre todo la venta de series y películas a las plataformas de pago, y mercados pero todavía no hemos tomado ninguna decisión.

**En 2014, otros de los hitos ha sido la ejecución de la sentencia del Supremo que supuso el cierre de nueve canales. Ahora está pendiente una nueva sentencia que amenaza otros ocho canales. ¿Qué espera que pase con los ocho canales?**

Este tema nos preocupa muchísimo porque representa una falta de seguridad jurídica importante. Fue una sorpresa tremenda la sentencia del Supremo porque, además, nosotros no somos los culpables sino el Gobierno anterior. Fue un per-

juicio económico y por eso los operadores hemos demandado al Estado. El problema de los otros ocho canales que puedan desaparecer es mucho más grave todavía porque eliminaría el 15 por ciento. Lo anterior fue importante pero esto es muy grave. Y además es un contrasentido porque resulta que estamos mudando los canales por el diviendo digital y además se pretende crear cinco nuevos canales más. Es un contrasentido que se ponga en marcha un plan para hacer nuevos canales cuando hay el peligro de que desaparezcan ocho. En ese sentido, como es tan incoherente, nosotros confiamos, como sector y Mediaset España, en que al final el tema se arregle. Nosotros hemos ofrecido al Gobierno formulas para arreglar el problema y hemos dialogado con el ministerio de Industria y con la vicepresidencia del Gobierno para intentar conseguir que

no cierren y en algún momento determinado se podrá solventar el problema. Esperamos que el Supremo no llegue a cerrar ningún canal porque es un perjuicio. Es un mal que hay que evitar y solucionar.

## Otro frente abierto de Mediaset es la CNMC. Desde septiembre os ha abierto cinco expedientes sancionadores, os ha puesto multas por 392.000 euros y os han hecho una recomendación para cambiar Sálvame. ¿Qué pasa con la CNMC?

La CNMC está haciendo lo mismo con todos los sectores de la economía española. Realmente devora, es una trituradora de sectores. Cualquier sector que toca pone multas por doquier. Me parece un exceso tremendo que un sector tan regulado como el nuestro sea objeto de una continua presión sobre el mismo, me parece una exageración.

## ¿Qué vais a hacer con Sálvame?

Se ha adaptado el contenido en dos tramos ajustándolos a los horarios de protección y esta propuesta se la hemos presentado a la CNMC.

## Otro frente es la posible vuelta de la publicidad a RTVE...

En esos momentos eso está parado y no hay ningún interés por parte de nadie de ponerlo en marcha porque realmente ahí no está la causa de los problemas económicos de RTVE. El problema son los gastos astronómicos que la hacen inviable. Tienen tres veces más plantilla que Atresmedia y Mediaset juntos y eso hace una estructura inviable e imposible de financiar. Están haciendo una serie de patrocinios que algunos no responden a lo que tienen que ser los patrocinios por ley pero hay una cierta tolerancia. RTVE ha hecho la cuenta y no les interesa volver a la publicidad.

## ¿Cuántos problemas les ha traído con el Gobierno Pablo Iglesias?

Pablo Iglesias no nos ha traído ningún problema con el Gobierno. El Ejecutivo no nos ha presionado ni hablado sobre lo que hacemos con Pablo Iglesias. Además, no lo hubiéramos aceptado nunca. A los gobiernos no les gustan muchas cosas que hacemos, pero nosotros trabajamos para nuestros accionistas y clientes, que son los televidentes. ser propietario de TV no lleva consigo en el ADN tener muchos amigos en la política y el los Gobiernos. Yo llevo toda mi vida en medios (50 años) y tienes amistades, y amigos es imposible.



## RADIO CAMBIO EN LOS MICRÓFONOS

# ONDA CERO REMODELA SU MAÑANA

La emisora asume la marcha de Carlos Herrera y se prepara para anunciar su nuevo matinal, con Carlos Alsina y Juan Ramón Lucas al frente

**EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID**  
Dial sintonizado y volumen subido. Señales horarias. Onda Cero trae noticias: el relevo de Carlos Herrera. Carlos Alsina y Juan Ramón Lucas se encargarán de la franja matutina de la emisora del grupo Atresmedia a partir de Semana Santa. El rumor -a voces- por fin está escrito en los guiones y puede leerse en antena con solemnidad. El pasado miércoles, Lucas y Alsina posaban para las fotografías promocionales en la sede de Atresmedia. Onda Cero oficializará su reorganización de manera inminente.

Según distintas fuentes consultadas por EL MUNDO, en la emisora se prevé que el próximo viernes 27 de marzo se emita la última edición de *Herrera en la Onda*. La fecha programada para el estreno de Lucas y Alsina en la mañana es el lu-

nes 6 de abril, tal y como querían los locutores, aunque para cerrar los últimos detalles ese primer programa podría retrasarse una semana, hasta el día 13. Así, Alsina conducirá la próxima semana su última *brújula*, que hasta final de temporada queda en manos de su mano derecha, María Hernández.

Alsina estará en antena desde las 06.00 hasta las 10.00 horas; Lucas liderará el mismo programa a continuación y hasta las 12.30 horas. El primer tramo estará centrado en la información y el análisis; el segundo, en el entretenimiento, sin perder la vinculación con la actualidad. Ser, con Pepa Bueno y Gemma Nierga; y Cope, con Ángel Expósito y Javi Nieves, también han apostado por partir sus programas matinales.

Herrera ha manifestado a su entorno la intención de permanecer

una temporada en EEUU. En el sector se prevé que el periodista andaluz recale en septiembre en Cope, con la que ha intensificado sus negociaciones en los últimos meses. Todas las fuentes consultadas estiman que cobraría al menos seis millones de euros por temporada, pero de poco sirven esos cálculos mientras no se rubrique un contrato con la Cope.

Desde el pasado verano, tras otra intentona de la emisora de la Conferencia Episcopal de fichar a Herrera, Onda Cero ha pedido al locutor en repetidas ocasiones que avise con tiempo si toma la decisión de dejar la emisora. Ya en marzo y aún a falta de confirmación por parte de Herrera, Onda Cero ha decidido mover ficha y adelantarse a sus competidores. Política de hechos consumados: al presentar ya su nuevo programa de mañana, todavía sin nombre, Onda Cero evita un enfrentamiento en el dial con Herrera, que tiene contrato hasta verano y podría permanecer unos meses en modo *mute*.

**LA PRÓXIMA SEMANA,  
ALSINA DEJARÁ EL  
ESPACIO NOCTURNO  
'LA BRÚJULA' Y SE  
ACABARÁ 'HERRERA  
EN LA ONDA'**

**EL RELEVO SE HA  
ACELERADO ESTE  
MES Y SE CONSUMARÁ  
DESPUÉS DE SEMANA  
SANTA. HERRERA DICE  
QUE VIAJARÁ A EEUU**

Alsina prepara su nuevo proyecto desde primeros de mes. Según fuentes de este diario, el locutor cuenta con algunos de sus colaboradores habituales, como Rubén Amón, David Gistau y Manuel Jabois. Desde el círculo del periodista madrileño aseguran que asumirá el difícil reto de sustituir a Herrera con colaboradores jóvenes y libres de alineación política evidente. Juegan a favor de Alsina su larga trayectoria en Onda Cero y el buen rédito de *La brújula*, certificado una vez más en el EGM de diciembre: ganó un 18% de audiencia con respecto al año anterior.

Es más, en el contrato de Alsina, que estuvo a punto de fichar por Punto Radio en 2008 y que renovó con Onda Cero hace dos años, figura una cláusula que posibilitaba un *derecho de tanteo* sobre la mañana. Si se abría un hueco en esa franja y Alsina quería conducirla, no se buscarían otros candidatos. Todo parecía indicar que ocurriría en septiembre, pero el paso al frente de Onda Cero ha acelerado el reemplazo.

La apuesta de esta emisora se completa con el fichaje de Juan Ramón Lucas. Este periodista condujo el matinal de RNE entre 2007 y 2012, hasta que Leopoldo González-Echenique y Manuel Ventero, entonces presidente de la corporación RTVE y director de la radio pública, respectivamente, decidieron que el locutor abandonara *En días como hoy*. La larga experiencia de Lucas en diferentes cadenas de televisión y radio también abarca una etapa en Onda Cero.

Aquí acaba el avance; después de Semana Santa, empiezan los nuevos programas.

**CARLOS ALSINA**

Aunque Carlos Alsina acredita una larga trayectoria en Onda Cero, en la emisora se piensa en futuro cuando suena su nombre. La confianza había llevado a la cadena a incluir una cláusula en su contrato que le permitiera optar a *la mañana* si quedaba libre.

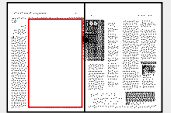
**JUAN RAMÓN LUCAS**

Hay pocos canales y contadas emisoras en las que no haya trabajado Juan Ramón Lucas. Por supuesto, conoce Onda Cero. No obstante, su etapa más popular en el dial transcurrió entre 2007 y 2012, cuando conducía el matinal de la radio pública RNE.

**CARLOS HERRERA**

Un referente en la radio, Carlos Herrera ha formado parte de Onda Cero desde los primeros *dosmiles*. Sus conversaciones con la directiva de Cope son bien conocidas en el sector, pero hasta verano el locutor permanece vinculado contractualmente a Onda Cero.





## «Nuestra misión no es cambiar gobiernos, sino entretener»

### Entrevista

### Alejandro Echevarría Presidente de Mediaset España

► El responsable del grupo repasa los 25 años que acaba de cumplir Telecinco y analiza la situación del sector televisivo

FEDERICO MARÍN BELLÓN  
MADRID

**E**l día de san Isidro de 1996, Alejandro Echevarría asumió la presidencia de Telecinco. La relación con los medios le venía de familia, casi todos empresarios, «que somos gente bastante normal, salvo algunos», apostilla. En 1980 fue nombrado consejero delegado del Grupo Correo (actual Vocento) y en la actualidad es consejero de «El Diario Vasco», «El Diario Montañés» y «El Correo». El negocio del papel se le quedó pequeño y se metió «en todo tipo de charcos»: la agencia Colpisa, internet, radio, televisión... Al borde de los 73 años, conserva la mejor motivación posible: «Me lo paso de cine».

Dentro de Mediaset, Echevarría acepta que a su edad le corresponde el papel de asesorar, no ejecutar. «Aquí el que hace la televisión es Paolo Vasile. El mérito lo tienen él y su equipo fantástico», insiste. Con el italiano forma una pareja «estable y compenetrada». «Lo conozco mejor que su mujer», bromea. «Es el mejor gestor de televisión de España». La pasión por el trabajo también es mutua, con jornadas de doce o catorce horas y sin ver a la familia salvo en los fines de semana. «Si no, no se puede crear un grupo así», explica.

¿Visto en retrospectiva, fue un acierto que la prensa entrara en la televisión? «No, no lo fue. Se pagó la moda de los grupos multimedia. Quien no era multimedia no era nada. El problema es que cada medio tiene su idiosincrasia. La televisión exige conocimientos y rapi-

dez de toma de decisiones». Por eso mismo, Alejandro Echevarría no considera una casualidad que en España existan sólo dos grandes grupos. «Cuando se protesta y se habla de duopolio, con permiso de mis colegas, no tienen razón. Todos han optado a la televisión. Ahora se van a dar cinco canales más y entrará algún otro grupo. Bienvenidos sean. Tenemos que ser buenos para subsistir a pesar de la altísima competencia». El presidente insiste en que esta concentración es común en toda Europa. Es un mercado muy complicado. «Esta casa y Antena 3 perdieron muchísimo dinero en sus inicios, pero parece que eso no se recuerda».

En sus días de presidente de Uteca, asociación que agrupa a las privadas, Echevarría consiguió que el Gobierno retirara la publicidad de TVE. El Ejecutivo reniega ahora de aquel movimiento, sin atreverse a rectificarlo. «No tenemos miedo a la competencia y menos en publicidad», responde, «TVE tendría que renunciar al canon que pagamos las privadas y las operadoras de telecomunicaciones, montar un departamento de publicidad... Ellos mismos han hecho las cuentas y no les salen». Y como casi siempre que hablan las privadas, su defensa de la televisión pública es transparente: «Queremos que exis-

**Telebasura**

«Los éxitos nunca son caros. En España se hace una gran televisión y hay que salir a Europa para comprobarlo»

**Multimedia**

«No fue un acierto que la prensa se metiera a hacer televisión, se pagó la moda de los grupos multimedia»

**Duopolio**

«Esta casa y Atresmedia perdieron muchísimo dinero en sus inicios, pero parece que eso no se recuerda»

**«Cadena italiana»**

«Trabajamos con total libertad y hay autonomía. Hay italianos en la directiva, pero el 99% de la plantilla es española»

JAIME GARCÍA

tan. Pueden dar cosas que no ofrecemos nosotros porque no son rentables. Pero no pretendo arrinconarla para que tenga el 2% de audiencia. Además, añade, «TVE es muy importante para la cohesión territorial, que no se debe perder».

**Guerras con el Gobierno**

Curtido en mil batallas, Echevarría tiene claro lo que puede esperar del poder: «Mi experiencia con los gobiernos es larguísima y todos son parecidos... Empiezan con relaciones cordiales y de repente les entra el afán legislativo. En su última etapa, intentan corregir los errores». El trasfondo es la TDT, que en estos momentos «está en el aire». «Si pones en marcha cinco canales nuevos, ¿por qué no hacen nada para evitar que el Supremo pueda cerrar ahora otros ocho?». Echevarría mide su discurso. Evita las melodías que puedan sonar amenazantes y niega que sufran represalias, pero lamenta la falta de diálogo.

**Cronología de 25 años de Mediaset**

**1** Arranque de las emisiones (1990) El 3 de marzo sale al aire Telecinco.

**2** Paolo Vasile se convierte en CEO (1999) y convierte a Telecinco en la cadena más rentable en 2000.

**3** Telecinco, líder de audiencia (2004) La privada arrebata la hegemonía a TVE.

**4** Telecinco sale a Bolsa (2004) Seis meses más tarde entra en el Ibex 35.

**5** Estudios Picasso se convierte en Telecinco Cinema (2007), productora, entre otras, de «Ágora» y «Ocho apellidos vascos».

**6** Nace FDF (2008) y Boing (2010), canales de series e infantil, respectivamente.

**7** Comienzan sus emisiones Divinity (2011) y Energy (2012), los canales femenino y masculino del grupo.

**8** Telecinco compra el 100% de Cuatro y el 22% de Digital+ (2010) y nace Mediaset España.

**9** El Supremo cierra nueve canales, entre ellos dos de Mediaset (2014), La Siete y La Nueve.

**10** Mediaset vende a Telefónica su parte en Canal+ (2014) por 295 millones de euros.

«Mi experiencia me dice que es lo único que vale, no la confrontación. Nueve canales fueron un problema importante de asimilar. Otros ocho sería dar en la yema», diagnostica.

A diferencia de los políticos, Echevarría es capaz de pronunciar primero los términos más viscosos, como la palabra telebasura, que según él no es más que una «cantinela». ¿Algunos éxitos han salido demasiado caros? «Nunca lo son. La respuesta la tiene el televidente. En España se hace una gran televisión y hay que salir a Europa para comprobarlo. El rey del mando es el espectador y trabajamos para satisfacerle». ¿Sin ningún límite? «Claro que hay límites y una legislación y una CNMC que vigila, pero en este país se ha ampliado la libertad gracias a los medios desde la Transición. Hay gente que critica la televisión y no la ve. Es una moda, pero funcionamos 24 horas y damos de todo. Es el ocio más importante». Cuando se le señala la tenacidad de la CNMC a la hora de castigarles, responde que Competencia hace «una carrera impresionante para multar a todos los sectores y empresas de España». Más ternura le producen los planes de adelantar el «prime time»: «La respuesta se la está dando el público a TVE. España es así y no puedes cambiar las costumbres».

El mayor motivo de orgullo de Echevarría es el liderazgo de los informativos: «Procuro verlos todos los días. Me encantan». Pese a este éxito, insiste en que el objetivo de sus cadenas no debe ser político, ni siquiera en Cuatro, rival de La Sexta. «Queremos que el ciudadano elija con libertad, no hacemos una televisión "politizada", aunque reporte más audiencia. Nuestra misión en la sociedad no está en cambiar gobiernos o ministros, sino dar entretenimiento».

**«Semifinalista europea»**

En tiempos, Telecinco presumía de ser la cadena más rentable de Europa. Cagado lo peor de la crisis, solo siguen por delante la ITV británica, la alemana ProSieben y Mediaset Italia. «El mercado de la publicidad crece desde el segundo semestre del año pasado a un ritmo de dos dígitos. 2015 sigue así y las previsiones son optimistas», afirma. ¿Le molesta que hablen de cadena italiana? «Como español, solo puedo decir que me han tratado fabulosamente. Los accionistas italianos han dejado trabajar con total libertad. En el equipo directivo también los hay, pero el 99% de la plantilla es española».



## COMUNICACIÓ

# Els ajuntaments petits també volen sortir als mitjans

## Una guia ofereix consells per difondre la informació

GERARD BAGUÉ  
GIRONA

Els comunicòlegs Marc Sureda, cap de premsa de Llagostera i de Riudellots de la Selva i soci fundador de Canal Ajuntament, i Lourdes Torres, periodista de l'oficina del portaveu dels Mossos d'Esquadra de Girona, acaben de presentar el *Manual de comunicació per a ajuntaments petits (i no tan petits)*. La guia serà distribuïda a la majoria dels ajuntaments del país (la Diputació de Girona n'ha fet una edició per als gironins) i ja preparen una edició ampliada en castellà per a la resta de l'Estat.

El manual aporta idees, exemples i bones pràctiques que poden ajudar a millorar la difusió de les informacions d'interès generades pels municipis. El treball és fruit de l'experiència personal dels autors en el camp de la comunicació institucional i d'un treball de camp en què s'han enquestat 16 periodistes en actiu de diversos mitjans de comunicació (premsa escrita, ràdio, televisió, agències i digitals) i d'on han sortit idees per a aquest manu-

al de comunicació. Sureda adverteix que no pretenen "establir càtedra ni fer una tesi doctoral, sinó oferir eines, consells, estratègies que ajudin a connectar els ajuntaments petits amb els mitjans de comunicació".

### Copiar i enganxar

Entre les coses que Sureda adverteix que cal evitar hi ha l'enviament de les notes de premsa en PDF, perquè dificulten la seva manipulació. En aquest punt, admet que des dels mitjans cada cop es treballa menys la informació, s'executa el copiar i enganxar i es troba a faltar el contrast de les notícies. "Des del punt de vista de l'emissor, és perfecte, perquè sovint ens publiquen íntegrament la nota de premsa, ara, entenc que això va en detriment del bon periodisme". El que queda clar, per a Sureda, és que pots vendre informació interessada, però cal que sigui veraç. "El que no pots fer és anar venent motos, perquè al final ningú no te les comprarà".

En el pròleg de la guia, Joan Giraut, que és alcalde de Platja d'Aro i president de la Diputació de Girona, destaca que "els mecanismes

**Interessos**  
Els consistoris poden vendre informació interessada, però cal que sigui veraç

**Enquestes**  
Els autors han entrevistat periodistes en actiu per detectar què els interessa



Joan Giraut, Lourdes Torres i Marc Sureda durant la presentació del llibre a la Diputació de Girona. MARTÍ ARTALEJO

que fan possible la comunicació entre un ajuntament i un mitjà de comunicació són una gran incògnita per a molts alcaldes, regidors i funcionaris d'ajuntaments petits (i no tan petits)".

### Creativitat i inspiració

Lourdes Torres diu que el manual "pretén motivar la creativitat i la inspiració dels ajuntaments com a valuosa font d'informació i estimular la relació dels ajuntaments amb els mitjans". El *Manual de comunicació per a ajuntaments petits (i no tan petits)* estarà a disposició dels ajuntaments i del públic en general

en format PDF a les xarxes socials de la Diputació de Girona i properament s'obrirà una llista de reproducció al canal Youtube de la #ddgi amb consells pràctics.

El Canal Ajuntament ([www.canalajuntament.cat](http://www.canalajuntament.cat)), que gestiona el periodista Marc Sureda, ja té uns 40 municipis associats. En la seva plana web ofereixen diferents serveis als municipis, com la difusió de les notes informatives als mitjans de l'àrea d'influència i també la redacció de notes de premsa i apunts diversos a partir de la informació en brut que els serveixen els regidors i tècnics. —



**TERCER PREMI**  
Anunciant RCD Espanyol Agència Sra. Rushmore



**PREMI D'ACCIÓ SOCIAL**  
Anunciant Fundació Pasqual Maragall Agència 1000friends



**PREMI DE PUBLICITAT DIGITAL**  
Anunciant Tissot Agència Desenvolupament Intern



**PRIMER PREMI**  
Anunciant Solvia-Banc Sabadell Agència SCPF



## ‘La Vanguardia’ premia la publicitat més creativa

Una campanya de Solvia-Banc Sabadell guanya la 26a edició

BARCELONA Redacció

Un elegant i original gràfic protagonitza la campanya de la immobiliària Solvia-Banc Sabadell a càrrec de l'agència SCPF, que va rebre ahir el primer Premi de Publicitat Gràfica 2015 de *La Vanguardia* a la creativitat. Els guardons, els Rombos de Publicitat, que assoleixen la seva edició 26, són una bona mostra del talent creatiu que les agències i els anunciant dediquen a la premsa.

El segon classificat va ser la firma d'alimentació Can Duran, amb un anunci sobre la botifarra catalana emmarcada en un paisatge que simbolitza Montserrat dissenyat per l'agència Clarà Patris. El tercer premi el va guanyar el RCD Espanyol amb la seva campanya "Meravellosa minoria", de l'agència Sra. Rushmore, plasmada amb un dibuix d'un decidit periquito que obre els barrots d'una gàbia.

Els premis de publicitat de

*La Vanguardia*, lliurats al restaurant 7 Portes, van dedicar el seu apartat digital a la campanya de la firma rellotgera Tissot, que mostrava el temps que faltava per a l'inici del Campionat Mundial de bàsquet FIBA Espanya 2014.

El premi d'acció social de publicitat de *La Vanguardia* va ser per a la Fundació Pasqual Maragall per un impactant anunci que fa patent el primer dels símptomes de l'alzheimer –un oblit–, que va ser desenvolupat per l'agència 1000friends amb un format de passatemps adequat al format de la premsa escrita.

Els premis Rombo de publicitat, atorgats per un jurat compost pels publicitaris Ignasi Clarà (Clarà Patris), Isahac Oliver (Rosàs) i Xavier Garcia (Igriga), han recaigut en la present edició en anunciant que s'estrenaven en la distinció, a excepció de Solvia-Banc Sabadell.

Les firmes i les agències publicitàries premiades van rebre

una litografia original de l'artista Jordi Canó titulada *Lorem Ipsum i llargues hores*, en la qual l'autor representa "l'activitat de vestir una idea i de donar forma a l'intangible", de la mateixa forma que es fa quan es crea un anunci publicitari.

El director general comercial del Grup Godó, Pere Guardiola, que va presidir el lliurament dels guardons, va expressar la seva admiració als guardonats perquè, sense necessitat de recórrer a elevats pressupostos, han fet "els millors anuncis, els més imaginatius, amb produccions modestes".

Guardiola va observar que encara que la crisi publicitària ha incrementat comportaments sotmesos a la pressió de les vendes a curt termini, existeixen estratègies més avantatjoses com "la de marca a llarg termini, aquella que construeix valors, diferenciació i simpatia".

Per això, Guardiola va instar els responsables de màrqueting de les companyies a promoure

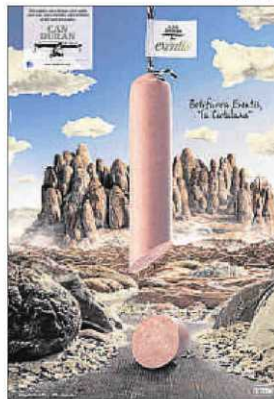


**PREMIATS**

D'esquerra a dreta, drets: Òscar Ferrer (La Vanguardia), Pere Guardiola (Grup Godó), Eva Nebot (Fundació Pasqual Maragall) i David Cerqueda (Grup Godó).  
 Asseguts: David García Gasull (Can Duran), Raquel Moyano (Tissot), Margarita Álvarez (Solvía-Banc Sabadell) i Rafael Entrena (RCD Espanyol)



MARC ARIAS



**SEGON PREMI**

Anunciant Can Duran Agència Clarà Patris

“una audàcia més gran i imaginació” a l'hora d'abordar les campanyes publicitàries.

“Potser –va reflexionar Guardiola– el destí ha fet que guanyés el premi a l'acció social la Fundació Pasqual Maragall, perquè no perdem la memòria de les regles de joc amb què una marca es fa reconeguda, valorada i diferent de les altres”. El director general comercial del Grup Godó va apuntar que si “l'alzheimer comença amb un oblit, la vulgaritat per a una marca comença el dia que abandona la bona creativitat”. Guardiola va animar anunciants i creatius a no perdre “la imaginació i l'audàcia a l'hora de comunicar”.



Jorge Javier Vázquez presenta *Sálvame Deluxe*. MEDIASET

## Multa a Mediaset per posar 'Sálvame Deluxe' en horari protegit

L'Audiència Nacional va confirmar dimecres al vespre la multa de 167.001 euros que el ministeri d'Indústria havia imposat a Mediaset per una redifusió del programa *Sálvame Deluxe* al desaparegut canal La Siete un dissabte a la tarda, en horari protegit i indicant que l'espai no estava recomanat per a menors de 12 anys, quan en realitat el seu contingut anava orientat al públic major d'edat. La sentència, dictada per la secció vuitena de la sala contenciosa administrativa de l'Audiència, ja no es pot recórrer.

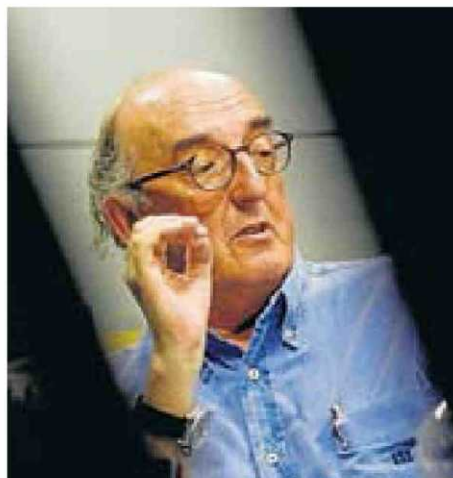
Segons el tribunal, Mediaset va vulnerar la llei general de la comunicació audiovisual al perquè, fins i tot després d'eliminar "alguns continguts" de l'emissió original a Telecinco, el programa incloïa "escenes i comentaris de relacions sexuals, espectacles pornogràfics i exhibició d'articles de sexe", a més de tractar "temes d'esoterisme i paraciència" que els magistrats consideren "susceptibles de perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors" i que, per tant, no es poden emetre durant l'horari de protecció infantil.

Des que va començar la temporada, el grup Mediaset ja ha sigut multat o expedientat nou vegades. —

## Mediapro fa 97 milions d'euros de caixa amb les accions d'Atresmedia

Imagina, del grup Mediapro, ha col·locat part de les seves accions al mercat borsari, amb la qual cosa ha ingressat 97,4 milions d'euros. L'operació fa que la companyia passi de tenir el 7,9% al 4,7% del gegant audiovisual. Les accions s'han venut a 13,30 euros per títol, fet que implica aplicar un descompte del 4,3% respecte al preu de 13,90 euros amb què va tancar dimecres la seva cotització. El comprador és CitiGroup, que al seu torn vendrà les accions als seus clients.

Amb tot, les accions tenen una opció de recompra per part d'Imagina. Segons ha pogut saber l'ARA, la intenció de l'empresa comandada per Jaume Roures passa per recuperar-les quan minvin les necessitats de tresoreria. De fet, el fet de caure sota el 5% de pes hauria de comportar la pèrdua de les dues cadires que ara per ara té Imagine al consell d'administració. Però està previst que les mantingui, en virtut també de l'acord signat quan Mediapro va acceptar vendre La Sexta a Atresmedia a canvi d'accions del grup resultant l'any 2011. Imagine va augmentar la seva participació fins al 10,2% gràcies a executar avançadament una opció prevista al contracte de fusió i que estava vinculada a resultats d'audiència. —



Jaume Roures és el cap visible d'Imagine. ARA



# Les teles locals reivindiquen la seva oferta multimèdia

■ Les dues principals associacions de canals privats s'uniran en una sola entitat per tenir "una sola veu"

**Redacció**  
BARCELONA

Els directors de BTV, Sergi Vicente; Esplugues Televisió, Frederic Cano; Televisió de Girona, Àlex Martí; Lleida TV, Joan Cal, i TAC12 Tarragona, Xavier Abelló, van participar ahir en una nova sessió del Fòrum de la Comunicació sota el títol *La TV local: el valor de la proximitat*, organitzada pel Consell Audiovisual de Catalunya (CAC). Les televisions locals van reivindicar la seva vigència apostant per la informació de proximitat i la tecnologia multiplataforma, que els ha permès adaptar-se a la nova realitat posant en el centre de gravetat la informació, i no el canal de distribució. El president del CAC, Roger Loppacher, va remarcar que el seu element fonamental és la proximitat, i va ressaltar que ja no són "estrictament" televisions locals, ja que tenen una oferta multiplataforma.

Del pla inicial de la TDT que havia planificat 96 televisions locals, actualment només n'emeten 52: 11 de públiques i 41 de pri-

vades. Els directors de les televisions locals també van remarcar l'impacte que ha tingut la crisi econòmica, ja que va començar només dos anys després que s'aprovés el pla de la TDT, sense temps per consolidar-se, i ha tingut conseqüències en els ingressos, la facturació i les plantilles dels mitjans.

## La frase

“Són un dels béns més preuats i distintius del nostre sistema de comunicació”

**Roger Loppacher**  
PRESIDENT DEL CONSELL  
AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC)

En el marc de la trobada, també es va anunciar que les dues principals associacions de televisions locals privades, l'Associació Catalana de TDT Local i l'Associació de Mitjans de Proximitat s'uniran en una sola entitat. El procés es concretarà abans de l'estiu. L'objectiu és tenir "una sola veu" com a interlocutor amb l'administració. ■



# Yahoo se retira de China y elimina 350 puestos de trabajo

M. J. Madrid

Yahoo continúa con sus recortes y cierres. El gigante estadounidense de internet anunció ayer que cierra el centro de investigación que mantenía en Pekín, la única presencia física que tenía en China tras vender sus operaciones en el país a Alibaba en 2005. La medida forma parte del proceso de consolidación que la multinacional, con 12.500 trabajadores globalmente, está llevando a cabo a nivel mundial como parte de su proceso de reducción de personal y oficinas en todo el

mundo, y que persigue reducir unos 500 millones de dólares (464 millones de euros)

La compañía explicó que el cierre supondrá la eliminación de 350 puestos de trabajo, en su mayoría ingenieros y científicos. Yahoo, que ya ha salido de otros mercados como Corea del Sur y ha llevado a cabo recortes en Canadá, India, Vietnam, Malasia, Indonesia y Oriente Medio, no dio detalles sobre el calendario del proceso, pero el diario hongkonés *South China Morning Post* avanzó que los primeros despidos se llevarán a cabo a finales de este mes, in-

formó Efe. La oficina en Pekín, uno de los tres centros globales de I+D de Yahoo, se abrió en 2009 con el objetivo de buscar estrategias de expansión internacional de la compañía e investigar mejoras en búsqueda de datos, publicidad en internet y computación en nube, entre otros aspectos. La retirada de China de Yahoo no es una sorpresa. La empresa ya dejó de ofrecer su servicio de correo electrónico en China en 2013 y su versión china del buscador (Yahoo.cn) redirige desde hace tiempo a la versión de Singapur de este servicio.



**NOVA NORMA**

# TV-3 insta els convidats a anar-hi ja maquillats

|| EL PERIÓDICO  
BARCELONA

Televisió de Catalunya ha iniciat un pla de racionalització del servei de maquillatge, perruqueria i vestuari per adequar-lo a les «disponibilitats de personal», segons consta en una nota de distribució interna. Així, especifica que els tertulians, col·laboradors externs i convidats –«especialment en el cas de les dones», precisa– haurien d'anar a la tele «maquillats, pentinats i vestits», seguint les normes que estableixin les direccions dels espais. Això sí, també afegeix que a les instal·lacions de Sant Joan Despí a aquestes persones se'ls farà «el retoc adequat» per sortir en pantalla.

Segons aquesta comunicació, en queden exclosos els convidats «que siguin protagonistes» d'una secció, com és el cas, per exemple, dels personatges entrevistats a *Els matins*, i els presentadors i els col·laboradors de la casa, que continuaran rebent el mateix servei de maquillatge, perruqueria i vestuari que fins ara. La nota també suggereix als programes que poden dirigir-se al departament d'*Imatge Personal* per assessorar-se sobre les indicacions a seguir.

Durant els mesos de gener i febrer, l'equip de maquilladors i perruquers de TV-3 ha tingut sis baixes temporals, d'un total de 30 professionals, que cobreixen tres torns de treball els set dies de la setmana. Aquesta circumstància s'afegeix a les retallades que la tele autonòmica ha patit els últims anys a causa de la crisi. El comunicat indica, no obstant, que la situació s'anirà «regularitzant» a mesura que el personal es reincorpori als seus llocs de treball. ≡



## El CCGax també aprovà la moció del Col·lectiu de periodistes de la Garrotxa

En la sessió plenària duta a terme el dijous 12 de març, el Consell Comarcal de la Garrotxa va aprovar la moció sobre la reforma horària presentada pel Col·lectiu de periodistes de la Garrotxa. És la mateixa moció que, setmanes enrere, va aprovar l'Ajuntament d'Olot i va en el sentit d'establir criteris de puntualitat i de racionalització d'horaris, en activitats de l'Administració, per tal de poder conciliar la vida social i familiar.



## Convocatòria de projectes

Xarxa, TV3, Catalunya Ràdio i Granollers Audiovisual van presentar ahir el *pitching* del Mercat Audiovisual de Catalunya (MAC), una convocatòria oberta a tot el sector audiovisual català per produir projectes televisius i radiofònics que siguin d'interès tant per a les antenes nacionals, que representen TV3 i Catalunya Ràdio, com per a les locals, que són les televisions

de proximitat i les emissores municipals. El jurat anunciarà abans de cloure el certamen els cinc treballs seleccionats per a televisió i tres per a ràdio. Els projectes seleccionats hauran d'executar-se abans d'acabar el 2015 i s'haurien d'emetre en els pròxims dos anys. Entre totes les candidatures el jurat escollirà deu finalistes en l'apartat de televisió i cinc en el de ràdio.



## Multa de 167.001 euros a Mediaset per 'Sálvame deluxe'

L'Audiència Nacional ha confirmat la multa de 167.001 euros que Indústria va imposar a Mediaset per una redifusió a La Siete del programa *Sálvame deluxe* un dissabte a la tarda, en horari no protegit, amb la qualificació de no recomanada per a menors de 12 anys quan el seu contingut era per a més grans de 18. Així ho ha acordat la secció vuitena de la sala contenciosa administrativa d'aquest tribunal en una sentència que ha anul·lat a més la multa de 50.000 euros amb què la secretaria d'Estat de Telecomunicacions i Societat de la Informació (Setsi) havia sancionat el grup per l'emissió d'aquest programa un dia abans a Telecinco. / Efe



### Atresmedia sufre la desinversión de Imagina

Atresmedia ocupó ayer todo el día los últimos puestos del Índice General. Sus títulos llegaron a ceder un 4,39%, aunque cerraron con una caída del 1,58%, hasta los 13,68 euros. Reaccionó así a la venta del 3,2% de su capital que realizó el miércoles Imagina, a 13,35 euros por título.