



30/06/2015

# RECU LL DE PREMSA



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**accesso**  
INTELLIGENCE TO SHINE

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

22



# PRENSA



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
30/06/15	SENSE MODEL DE NEGOCI / El Punt avui	5	1
30/06/15	CARLOS HERRERA, PERIODISTA: «COPE Y YO VAMOS A POR EL LIDERAZGO» / Abc	6	2
30/06/15	EL DIRECTOR DE EL MUNDO NOMBRA A SU NUEVO EQUIPO / El Mundo (Ed. Catalunya)	8	1
30/06/15	EL NACIMIENTO DE UNA TELEVISIÓN / La Razón	9	1
30/06/15	CARL ICAHN VENDE NETFLIX Y SE QUEDA CON APPLE / Expansión	10	1
30/06/15	RTVE PREVÉ REDUCIR EL DÉFICIT A LA MITAD AL DEDUCIRSE EL IVA / El Economista	11	1
30/06/15	DISCOVERY ADQUIREIX ELS DRETS PER A EUROPA DELS JOCS OLÍMPICS DES DEL 2018 AL 2024 / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	12	1
30/06/15	ATRESMEDIA Y MAPFRE PONEN EN MARCHA UNA CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN SOBRE LA FP / El Economista - Fundaciones	13	1
30/06/15	UNA NUEVA REVOLUCIÓN EN LA INDUSTRIA MUSICAL / El País	14	1
30/06/15	L'INFORME BIENNIAL DE LA COMUNICACIÓ DETECTA UN RESPIR DE LA CRISI EN EL SECTOR / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	15	1
30/06/15	MEDIOS PRIVADOS Y LIBERTAD por VÍCTOR DE LA SERNA / El Mundo	16	1
30/06/15	CADENA 100 Y LOLA HIERRO, PREMIO MANOS UNIDAS 2015 / El Economista -Fundaciones	17	1
30/06/15	EN SUSTITUCIÓN DE DAVID FERNÁNDEZ EL PERIODISTA ANTONIO BAÑOS OPTARÁ A SER EL CANDIDATO DE LA CUP / Abc (Ed. Cataluña)	18	1
30/06/15	EL COI CEDE LA EMISIÓN DE LOS JUEGOS A EUROSPORT POR 1.300 MILLONES / El País	19	1
30/06/15	ANA MENDOZA, PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO CULTURAL / El País	20	1
30/06/15	HABEMUS NUEVO JEFE EN LOS MEDIOS DE LA IGLESIA / El Economista	21	1

# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





L'Informe de la Comunicació 2013/2014 destaca la falta de correlació entre el consum digital i el seu profit econòmic

# Sense model de negoci

G. Busquets  
BARCELONA

El sector de la comunicació s'encamina cap a la "dècada de la perplexitat" en el sentit que es detecta una falta de correlació en els "models de consum que han canviat" i que no tenen "models de negoci" capaços de respondre-hi i treure'n profit. És a dir, "consultem diaris digitals, baixem pel·lícules d'internet però no paguem per aquests continguts i les indústries vinculades a aquests productes informatius i culturals no saben com afrontar-ho", assenyalava Carme Ferré, una de les editores del vuitè Informe de la Comunicació a Catalunya, presentat ahir. L'informe, un projecte biennal de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB),

analitza el context dels esdeveniments dels dos últims anys en el sector de la comunicació al país.

## Respir en la crisi

En línies generals, l'informe conclou que entre el 2013 i el 2014 hi ha un retrocés de la crisi; un "respir", en paraules de l'auto-

**Creixement exponencial de la navegació per internet a través del mòbil, que ha desbancat el PC**

ra del balanç de l'informe, Carme Ferré. Entre els elements que condueixen a aquesta conclusió, hi ha el fre a la "mortalitat" de mitjans locals que va caracteritzar els anys 2011 i 2012. En aquest sentit i en positiu es destaca el naixement de nous mitjans, com ara l'emissora Barcelona FM i El Punt Avui TV. La comunicació digital és on s'ha notat més l'expansió: la premsa i la publicitat nativa digital, la televisió per internet i les descàrregues de ràdio. Hi ha contribuït l'espectacular augment, de més d'un 300%, de la navegació d'internet a través de tauletes i mòbils, que ha desbancat les connexions fixes.

Quant a la llengua, es percep una "tendència a l'alça" de la difusió i audiència dels mitjans en català, especialment a la ràdio i a la xarxa. Amb tot,



Baixa el consum de televisió i augmenta la navegació a través del mòbil ■ L. SERRAT / O. DURAN

l'estudi conclou que hi ha un estancament del català com a llengua de consum. "El català perd" en la majoria de sectors, "en la premsa, en l'accés a continguts digitals, en el cinema i en la televisió", exceptuant el radiofònic, on es manté una proporció de consum bastant equilibrada entre el català (44%) i el castellà (46%). Com sempre, el volum superior d'oferta en castellà és una de les causes fonamentals del predomini del consum en

aquest idioma. En premsa, un 48% consumeix informació en castellà i un 35%, en català. La diferència és abismal en la televisió: un 48% consumeix habitualment en català i més d'un 80%, en castellà.

En el balanç de "llums i ombres de la comunicació", l'informe destaca a la baixa el fet que el Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) ha vist retallat el pressupost en un milió d'euros el 2013. La Corporació Catalana de Mitjans

Audiovisuals (CCMA), que tanca el 2014 pràcticament sense dèficit, ha perdut audiència en aquests dos últims anys i és l'únic grup de televisió que ho fa. A banda, la Xarxa Audiovisual Local —que es va fusionar amb COMRàdio— ha retallat un 25% del pressupost que tenia en ser creada (20 milions totals el 2012 per a les antigues institucions refoses, a 16 milions el 2014). A més, s'ha passat de 212 a 184 treballadors. ■



# Carlos Herrera

## «COPE y yo vamos a por el liderazgo»

► El periodista, que estrenará programa el 1 de septiembre, asegura en un acto repleto de personalidades que no hará una «radio de trincheras ni sectaria»

FEDERICO MARÍN BELLÓN  
MADRID

Carlos Herrera se dio ayer un baño de personalidades -de la política, la empresa y los medios de comunicación- en un desahucio organizado por el Foro de la nueva Comunicación, en el Hotel Ritz de Madrid. El periodista, que acaba de firmar por tres años con COPE, fue presentado por su presidente, Fernando Giménez Barriocanal, como los equipos de fútbol hacen con sus grandes fichajes. El máximo responsable de COPE anunció con orgullo al «número uno de la radio en España», que estrenará el 1 de septiembre «Herrera en COPE», que podrá escucharse de lunes a viernes, de seis de la mañana a doce del mediodía. «Es una persona extraordinaria, que iba para médico y, de hecho, se licenció en Medicina, pero no quiso encerrarse en un quirófano», y hace una radio que «informa y divierte con rigor y humor», definió.

Herrera tomó la palabra y dijo que «difícilmente» se podía «encontrar sobre la faz de la Tierra a alguien más agradecido» esa mañana. Luego completó un discurso cargado de humor y trufado de anécdotas, entre las que deslizó sus mensajes más relevantes, y recordó la importancia de tener a su lado a sus compañeros de ABC y COPE. Sobre su fichaje, el almeriense explicó que cuando el 27 de marzo se despidió de sus oyentes, pidió disculpas por no saber cuál sería su futuro. «No tenía tomada una decisión al cien por cien, ni siquiera al 50 o al 30 por ciento. Yo era, como dicen Les Luthiers, como el príncipe Vasili, así conocido por su carácter dubitativo», se justificó.

### Perplejo ante los rumores

Ahora, llega a COPE con el empeño de «liderar la radio española», que tiene «más de 25 millones de oyentes, los cuenta como los cuenta el EGM, que siempre se los cuenta al mismo». Herrera también bromeó sobre los detalles de su contrato, después de leer «con perplejidad» en algunos medios digitales que había exigido «empezar a las ocho de la mañana y desde la cama y cobrar lo que medio equipo de la NBA».

“

**Nuevos políticos**  
«Nos vamos a divertir, porque España se predispone a ser un parque temático del disparate»

**Separatismo**  
«Donde otros son más blandos que las heces de pavo, yo defenderé una España plural, pero unida en lo fundamental»

**Grecia**  
«Los griegos comprueban ahora lo que significa elegir a un puñado de iluminados y charlatanes populistas»

**Pluralismo**  
«En COPE caben todas las voces, salvo las de los que nos quieren destruir y matar»

**Por la serenidad**  
«Estamos al servicio de la sociedad y el periodismo, de la estabilidad y la conciliación, al servicio de España»

**Giménez Barriocanal:**  
«Herrera es una persona extraordinaria, que hace una radio que informa y divierte con rigor y humor»



En el turno de preguntas, explicaría que no había cambiado de emisora por dinero, ya que «su contrato es prácticamente calzado» al que tenía en Onda Cero. «Yo no cobro un dinero fijo elevado, pase lo que pase, sino que cobro en función de los resultados», detalló. «Tengo un sueldo base muy agradable, con el que no me moriré de hambre, pero yo solo gano dinero si mi empresa gana dinero». Herrera también precisó que su sueldo no proviene de los anunciantes: «No lo paga la Iglesia ni los que marcan la X en la declaración de la Renta», insistió.

### «Nos vamos a divertir»

El periodista dedicó asimismo unas palabras de recuerdo a dos Luises que considera sus grandes maestros, «Luis Arribas Castro, ya desaparecido, y Luis del Olmo», de quien destacó su generosidad y magisterio. También anunció que contará «lo que pasa» y que no se inventará lo que ocurre, por respeto a los oyentes. «Pero si les adelanto que nos vamos a divertir», anticipó, «porque España se predispone a ser un parque temático del disparate». Por si no tenían suficientes incongruencias entre los políticos, ahora «unos pocos han difundido la idea de que la transición es una basura de la historia». «La Constitución ha permitido hacer de España un lugar del primer mundo», rebatió, y no el «paisaje caqueño» que pretenden escribir unos pocos desde sus ideologías.

Por asociación evidente de ideas, Carlos Herrera habló también de la si-

tuación en una Europa que «se debate entre expulsar a uno de sus socios por golfo» o seguir financiando su fiesta. «Los griegos comprueban ahora lo que significa elegir a un puñado de iluminados, charlatanes populistas y supuestos redentores de los humildes», añadió. Y de las tierras helenas regresó a nuestro país, en vuelo directo, para hablar de las tensiones separatistas y de su postura en este frente. «Donde otros son más blandos que las heces de pavo, yo seguiré defendiendo una España plural, pero unida en lo fundamental».

Carlos Herrera pasó entonces a defender el ideario de COPE, donde trabajan «amparados en el humanismo cristiano». «No hacemos radio de trincheras ni nos esforzamos en el encabronamiento social». Tampoco escondió que tiene ideología, «como todos los periodistas». «La mía es liberal, pero lo importante no es tanto disfrazarse como no caer en el sectarismo. En COPE caben todas las voces, salvo las de los que nos quieren destruir y matar», dijo. «Para terminar, yo no vengo al refugio, vengo a por todas, a por todos los oyentes, a por todos los anunciantes, porque COPE y yo vamos a por el liderazgo. Vamos a por el 10 y luego ustedes decidirán. Estamos al servicio de la sociedad y el periodismo, la serenidad, la estabilidad y la conciliación, al servicio de España». Dicho lo cual, hizo un brindis torero con sus papeles a la audiencia reunida en el Ritz, antes de responder todavía a un buen puñado de preguntas.



FOTOS JOSÉ RAMÓN LADRA



### Gran foro de la comunicación

1. Carlos Herrera, durante su discurso en el Hotel Ritz
2. Pedro Morenés, ministro de Defensa, con Ángel Gabilondo, exministro y portavoz socialista en la Asamblea de Madrid
3. Esperanza Aguirre y monseñor Juan del Río Martín

4. Jaime de Marichalar, pensativo
5. Catalina Luca de Tena, presidenta-editora de ABC, y Luis Enríquez, consejero delegado de Vocento
6. Herrera saluda a Fernando Giménez Barriocanal, presidente de COPE, que presentó al periodista y también pronunció un breve discurso



Agustín Pery (Información). CARLOS GARCÍA POZO



Iñaki Gil (Suplementos y Fin de Semana). A. D. L.



Pedro G. Cuartango (Opinión). ALBERTO DI LOLLÍ

**REMODELACIÓN CAMBIOS EN EL DIARIO DE UNIDAD EDITORIAL**

# EL DIRECTOR DE EL MUNDO NOMBRA A SU NUEVO EQUIPO

David Jiménez designa a Agustín Pery, Iñaki Gil y Pedro G. Cuartango directores adjuntos del periódico, a Virginia Pérez Alonso adjunta al director y a Javier Gómez subdirector

**E. F. MADRID**

David Jiménez, director de EL MUNDO, configura el *staff* de este diario con la mirada puesta en el futuro del periodismo. En esta nueva etapa, la cabecera redobla su compromiso digital sin descuidar las señas de identidad intrínsecas a su trayectoria: las exclusivas fruto de la investigación, los reportajes en profundidad y las firmas más destacadas de la prensa española que diferencian a EL MUNDO de sus competidores en el quiosco.

En consonancia con estas claves, el periódico de Unidad Editorial anuncia el nombramiento de tres directores adjuntos. Agustín Pery se hará cargo del área de Información; Iñaki Gil, de Suplementos y Fin de semana; y Pedro G. Cuartango, de Opinión. Como adjunta al director a cargo del área Digital se incorpora Virginia Pérez Alonso, hasta ahora vicedirectora del Grupo 20 Minutos. La reestructuración se completa con la designación de Javier Gómez como subdirector del periódico y responsable del dominical que EL MUNDO prevé lanzar después de verano.

Pery (Cádiz, 1971) ha desarrollado toda su carrera profesional en este periódico, al que se incorporó como becario en 1993. Fue redactor jefe de Fin de semana y más adelante subdirector de los suplementos



Virginia Pérez Alonso (Digital). E. M.

*Magazine* y *Crónica*. En 2007, pasó a dirigir EL MUNDO/*El Día de Baleares*, con un equipo que logró destapar importantes casos de corrupción en las islas. En febrero de 2014, Pery volvió a la redacción de este periódico en Madrid para asumir el cargo de director adjunto de Fin de semana. Desde hace cuatro meses, ha ejercido de vicedirector de ELMUNDO.es.

Gil (Vitoria, 1958) forma parte de este periódico desde su fundación. Primer redactor jefe de Fin de semana de la cabecera, dirigió la edición de EL MUNDO en País Vasco y ha ocupado la plaza de corresponsal en Francia. También ha sido subdirector del suplemento *La Esfera de los libros*. Posterior-



Javier Gómez, subdirector. A. D. L.

mente, ha sido director adjunto de Información y vicedirector de Suplementos.

Cuartango (Miranda de Ebro, 1955) ha trabajado en *Cinco Días*, en el semanario *El Globo* y en *Diario 16*, en el que fue redactor jefe de Economía. Además de uno de sus fundadores, Cuartango ha sido subdirector de *El Sol*, hasta su incorporación en 1992 EL MUNDO, en el que hasta ayer tenía el cargo de adjunto al director. Además, ha sido profesor en el máster de Economía de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Virginia Pérez Alonso (Barcelona, 1972) ha liderado desde 2012 la transformación digital

del Grupo 20 Minutos en el área editorial, llevando a cabo una integración de redacciones que es una referencia en el sector. Anteriormente, estuvo al frente de la edición *on line* como directora adjunta entre 2008 y 2012, años en los que *20minutos.es* creció hasta convertirse en uno de los tres diarios digitales en castellano más leídos del mundo.

Esta profesional ha trabajado en medios de comunicación como *La Voz de Galicia*, EFE, Radiovoz y *Cinco Días*. Pérez Alonso consiguió el Premio iRedes en el año 2012 por comprender «la transformación cultural que se requiere en las redacciones». Preside desde 2014 la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información.

Javier Gómez (Madrid, 1978) entró a formar parte de EL MUNDO en 2001, pero desde 2002 trabajó como corresponsal en Francia para Europa Press y *La Razón*. En 2006 y durante cuatro años emprendió una carrera televisiva como presentador en Canal+ Francia, labor que desde 2007 compaginó con su trabajo para el suplemento de EL MUNDO *Crónica*. Gómez, que ha trabajado para el italiano *Corriere della Sera* y el gallo *Le Progrès*, fichó en 2010 por La Sexta, como presentador de Deportes. Actualmente, colabora en las mañanas de la emisora Onda Cero.



# El nacimiento de una televisión

## Mañana comienzan las emisiones de Mega, el nuevo canal de Atresmedia

G. Granda

MADRID- No todos los días podemos asistir al nacimiento de un nuevo canal de televisión de la TDT después de haber visto la desaparición de varios tras el último apagón y por ello estamos de enhorabuena. Hoy, pasada la medianoche, seremos testigos de la aparición de Mega, la nueva apuesta de Atresmedia por el equilibrio de géneros y la variedad en la frecuencia que hasta ahora ocupaba GoIT. El grupo de San Sebastián de los Reyes añade así un nuevo miembro a su familia de canales formado por Antena 3, la Sexta, Neox y Nova, con una que contará en su parrilla con series de éxito internacional, formatos de actualidad e investigación, grandes eventos documentales y programas factuales, acontecimientos deportivos de primer nivel y los mejores títulos cinematográficos.

### Un canal masculino

José Antonio Antón, director de Programación y canales temáticos de Atresmedia, nos explica que el leitmotiv de Mega contempla «una oferta nueva al grupo en una época en la que los espectadores tienen múltiples opciones de entretenimiento. Será algo potente y nuevo dirigido, sobre todo, a un público masculino mayor de 25 años que incluye todo tipo de contenidos en una combinación que no se había visto hasta ahora». La primera idea que desechamos gracias a Antón es que no se trata de la extinta Nitro, sino de «un enfoque



El nuevo canal contará con series extranjeras, documentales, cine y el mejor deporte

de programación distinto con un peso específico en los eventos documentales, el cine y la librería de series». Así en el caso de los filmes, Mega tendrá «un reducto de lunes a viernes de tarde donde encontraremos un producto reciente. El mismo jueves arrancará Megacine en «prime time», con un gran título, «Caza humana», protagonizada por Robert de Niro y John Travolta. Y también la versión moderna de «Starsky y Hutch». Otro de los pilares de la nueva parrilla serán los deportes, que, como adelanta José Antonio

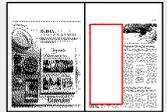
### PREDOMINIO DE LA ACTUALIDAD

Para el grupo Atresmedia es inherente a su ADN el trato de la actualidad y la información, y por ello también ambos aspectos tendrán un lugar destacado en la programación del nuevo canal. Así, Mega contará con dos grandes espacios de producción propia: «Equipo de investigación» y «Policías en acción». El primero, que presenta Gloria Sierra, cuenta con una larga trayec-

toria en la parrilla y abordará desde distintos puntos de vista en cada entrega una realidad social diferente en un formato que ha enganchado a la audiencia con temas como la trata de mujeres o el tráfico de drogas. El segundo muestra a un equipo de televisión que sigue los pasos de las patrullas nocturnas de los agentes de la Ley de las principales ciudades.

Antón, «contará con la Selección española de fútbol sub-19 en el europeo de Grecia, que se ha clasificado, y podremos ver a partir del 7 de julio en Mega tres partidos de la fase de grupos contra Alemania, Rusia y Holanda». Además, «al margen, Atresmedia posee los derechos de la Champions League para tres temporadas y los ha adquirido con muchas opciones, con resúmenes de la jornada, e incorporaremos también la Fórmula 1 con un espacio exclusivo con el gran equipo comandado por Lobato», que comenzará el 3 con el GP de Gran Bretaña en el circuito de Silverstone con los entrenamientos libres.

Antón quiere asimismo destacar la apuesta que el nuevo canal hará eso con los «eventos documentales», ya que son superproducciones como «Cosmos», que emitiremos en otoño, y lo acompañaremos con la narración de la primera cara de Mega, nuestro maestro Carlos Sobera, en la línea de coger un producto y darle nuestro toque, y «Un mundo en guerra», una recreación ficcionada sobre el periodo de las dos contiendas mundiales». La librería de series del canal estará formada por los últimos éxitos del género como «Justified», «Sons of Liberty», «Bonnie and Clyde», «Nikita», «Infierno sobre ruedas» y «Justicia extrema». Y habrá espacio para uno de los formatos que más éxito han tenido los últimos años, el del «factual» (realidad ficcionada), que, según José Antonio Antón, «pretende recuperar el espíritu de Xplora y algunos de sus programas que tenían legiones de seguidores como «Empeños a lo bestia», con 13 temporadas y que sigue grabando, «Cazatesoros», «Restauradores», «Buscadores de fantasmas», «Locos por los coches», «El precio de la historia: Louisiana» y «La casa de empeños»».



# Carl Icahn vende Netflix y se queda con Apple

**OPERACIONES/** El inversor sale de la TV online con plusvalías de 2.000 millones y controla casi el 1% del gigante tecnológico.

Stephen Foley / Matthew Garrahan. Financial Times

Para Carl Icahn, conseguir el mismo porcentaje de rentabilidad de su participación en Apple en los próximos tres años del que ha logrado en Netflix en los últimos tres, sólo sería posible si Apple tuviera un valor de 9 billones de dólares en 2018.

Eso sería todo un esfuerzo, incluso si todo el mundo comprara un Apple Watch.

Sin embargo, Icahn consolidó el pasado miércoles su posición como uno de los defensores más entusiastas de Apple, cuando reveló que había vendido el resto de sus acciones en Netflix con 2.000 millones de dólares de plusvalías. "He vendido mis últimas acciones de Netflix", anunció el veterano inversor en Twitter, utilizando el tipo de bolsa del mercado bursátil para el grupo de vídeo en *streaming*. "Creo que Apple representa la misma oportunidad que vimos en Netflix hace años".

Icahn compró casi el 10% de las acciones de Netflix en 2012 cuando su precio estaba en 58 dólares y los inversores perdieron la confianza en la perspectiva del crecimiento de la empresa. Cobró casi la mitad de la participación un año después a un precio de 341 dólares por acción y desde entonces ha estado vendiendo intermitentemente.

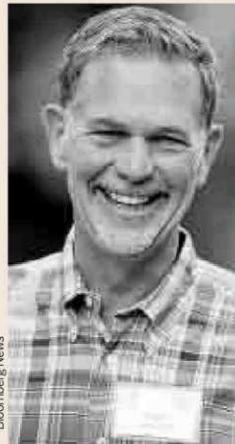
El martes las acciones se vendieron a 684 dólares, casi 12 veces el precio por el que Icahn originalmente las compró.

Por otra parte, los *hedge fund* de Icahn tienen 6.800 millones de dólares vinculados a acciones de Apple, algo menos de un 1% del valor de la compañía, 754.000 millones de dólares. El precio de Apple se ha duplicado desde que compró la participación inicial en agosto de 2013, y ha sido uno de los principales apoyos de la compañía en Twitter y en las entrevistas televisivas.

**Los hedge fund controlados por Icahn tienen 6.800 millones de dólares en acciones de Apple**



El inversor estadounidense Carl Icahn.



Red Hasting, consejero delegado de Netflix.



Tim Cook, consejero delegado de Apple.

**El inversor ha vendido sus últimos títulos de Netflix 12 veces más caro de lo que los compró**

Apple es el tipo de compañía que sólo aparece en muy contadas ocasiones, afirmó el mes pasado, y que tiene una valoración demasiado baja.

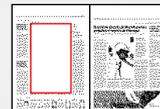
La parte tecnológica de Icahn está supervisada por su hijo, Brett, y también incluye eBay y Nuance Communications.

La extraordinaria subida de precios de Netflix ha sido alimentada por el cambio de la industria televisiva de la mera transmisión a la emisión bajo demanda. Las audiencias eligen ver la programación de Netflix en vez de los tradicionales canales por cable, que han sufrido el impacto del declive de las puntuaciones y la publicidad.

La mayor parte de suscriptores de Netflix están en EEUU, pero la empresa ha llevado a cabo un agresivo plan de crecimiento, lanzando su servicio de vídeo en *streaming* en los mercados de Latinoamérica y Europa. Alcanzó el record de suscriptores en el primer trimestre con 4,9 millones, ampliando su base global a los 60 millones.

"Netflix está ganando la batalla diaria por el tiempo de consumo y audiencia", afirmó en una nota reciente Rich Greenfield, analista de BTIG Research. Ha establecido un precio orientativo de 950 dólares por acción. "Creemos que Netflix podría alcanzar los 140 millones de suscriptores mundiales en el año 2020", afirmó.

El reciente aumento en las acciones de Netflix ha impulsado su valor por encima de algunos de los medios más importantes de EEUU. La compañía tiene ahora una capitalización bursátil de 41.690 millones de dólares -mucho más que Viacom (26.700 millones de dólares), que posee unos estudios cinematográficos y una cartera de canales por cable, y que CBS (28.200 millones de dólares), la red de difusión líder en EEUU-.



José Antonio Sánchez, presidente de RTVE. EE

## RTVE prevé reducir el déficit a la mitad al deducirse el IVA

El año pasado el impuesto sobre el valor añadido soportado por la Corporación pública fue de 91,7 millones de euros

Javier Romera MADRID.

RTVE prevé reducir prácticamente a la mitad el déficit este ejercicio gracias a la deducción del IVA. Según han explicado fuentes de la Corporación a *elEconomista*, la modificación a principios de año de la Ley de IVA permite a la televisión pública, igual que a las autonómicas, deducirse este impuesto. “En 2014 el IVA soportado por RTVE ha sido de 91,7 millones de euros, de manera que el impacto favorable sobre los costes de 2015 va a ser muy significativo”, aseguran estas fuentes.

Para la Corporación, se trata de una forma de financiación que, debido al actual techo de gasto de RTVE y a pesar de la incertidumbre de los ingresos de las aportaciones de los operadores de televisión y telecomunicaciones, palía, en parte, la insuficiencia de ingresos del modelo de financiación aprobado en 2009”. RTVE calcula que este año podrá deducirse en torno a unos 70 millones de euros, tras haber cerra-

La televisión pública reclama una mayor financiación para poder competir con las privadas

do el último ejercicio con un déficit de 134 millones. El objetivo, no obstante, es que a partir del año que viene la deducción pueda superar los 85 millones anuales.

El presupuesto de RTVE para este ejercicio 2015 es de 948,7 millones. Es una cifra que, según su presidente, José Antonio Sánchez, no es suficiente para mantener una televisión de calidad.

Tras dar cuenta de los resultados de audiencia, el pasado 23 de junio, durante una comparencia en la Comisión Mixta Congreso-Senado de control parlamentario, Sánchez alertó ya en este setnido sobre la necesidad de “recursos, medios y finan-

ciación adecuada” para poder competir con el resto de cadenas y “si se quiere tener una televisión de calidad”.

### Financiación insuficiente

Según dijo, en los últimos días mantuvo un encuentro con los presidentes de las principales televisiones europeas y ha recordado que la BBC tiene un presupuesto de más de 4.000 millones al año, la ZDF y la FOX alemanas superan los 12.000 millones y la RAI, los 3.000 millones. “Nosotros, con 948 millones, difícilmente podemos competir”, apostilló. El presidente de RTVE no entró sin embargo a valorar la posible vuelta de la publicidad -algo que la Corporación ha planteado ya a Hacienda- y contestó que el Gobierno actual ha hecho un “notable esfuerzo” con la inyección de 130 millones de la Sepi. Sánchez recordó no obstante a los socialistas que fue el anterior Gobierno el que decidió dejar de ingresar 600 millones al renunciar a la publicidad.



# Discovery adquireix els drets per a Europa dels Jocs Olímpics des del 2018 al 2024

*El grup televisiu oferirà les Olimpíades a 50 països i en 20 idiomes diferents*

F. PUIG Barcelona

El COI va concedir ahir per 1.300 milions d'euros a Discovery Communications, la companyia propietària d'Eurosport, els drets per a televisió i tota mena de plataformes digitals dels Jocs Olímpics que se celebraran des del 2018 fins al 2024 per a tot Europa (excepte Rússia).

L'acord cobreix els XXIII Jocs Olímpics d'hivern a Pyeongchang el 2018, els Jocs de la XXXII olimpíada a Tòquio el 2020 i els Jocs Olímpics del 2022 i 2024, les ciutats amfitriones dels quals encara no han estat triades. D'altra banda, a França i el Regne Unit únicament cobreix la retransmissió dels Jocs del 2022 i 2024, perquè els drets en aquests països ja havien estat concedits.

Segons el Comitè Olímpic Internacional (COI), l'acord marca "el començament d'una col·laboració a llarg termini" entre l'organització de les Olimpíades i l'empresa. El pacte, que afecta una audiència potencial de més de 700 milions de

En el cas d'Espanya, Discovery Communications disposa de dues opcions per complir aquest compromís d'emissió en obert: revendre els drets a una altra cadena per a l'emissió en obert (TVE ha retransmès fins ara totes les edicions) o reconvertir durant uns dies el seu canal en obert Discovery Max en una cadena esportiva. A Espanya, Eurosport s'emet a nivell nacional només a Movistar TV i a nivell autonòmic a Euskaltel, Telecable i R de Galícia.

El president del COI, Thomas Bach, va explicar que els beneficis generats per l'acord "seran redistribuïts pel COI a tot el moviment olímpic per donar suport al desenvolupament de l'esport a tot el món". A més, Discovery i Eurosport també es van comprometre a establir una associació amb el COI per desenvolupar el nou Canal Olímpic a tot Europa.

Per la seva banda, el president i director executiu de Discovery Communications, David Zaslav, va quali-



ORESTIS PANAGIOUTOU / EFE

## Imatge de la cerimònia d'obertura de Londres 2012

persones a tot Europa, inclou la garantia d'"oferir una àmplia cobertura de televisió en obert a tots els territoris", encara que els drets permeten també la difusió a través de serveis de pagament, mòbil i a través d'internet.

Discovery ha adquirit els drets exclusius per a tots els idiomes a cinquanta països i territoris a tot el continent europeu. En compliment dels requisits del COI i dels mercats locals, Discovery s'ha compromès a retransmetre en obert un mínim de 200 hores dels Jocs Olímpics d'estiu i 100 hores dels d'hivern. Discovery concedirà sublicències per a una part dels drets a molts mercats a Europa.

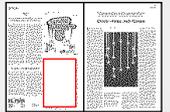
ficar l'acord d'"històric" i va incidir que per als aficionats a l'esport és "una oportunitat interessant" perquè suposarà "ampliar de manera significativa el contingut que s'ofereix a totes les plataformes per assegurar que la flama olímpica brilla durant tot l'any".

JB Perrette, president de Discovery Networks International, va assenyalar que, després d'aconseguir el control d'Eurosport fa un any, l'acord amb el COI és "un pas endavant increïble" per a la seva companyia. També va subratllar la "inigualable capacitat tècnica d'Eurosport per oferir les Olimpíades a 50 països en 20 idiomes diferents" a través de múltiples plataformes. ●



## Atresmedia y Mapfre ponen en marcha una campaña de divulgación sobre la FP

La fundaciones de Atresmedia y Mapfre han puesto en marcha el proyecto *Descubre la FP*, una iniciativa que pretende dar a conocer e impulsar la Formación Profesional (FP) en España. "Conscientes de la amplia oferta formativa que presentan los estudios de FP, así como su potencial para contribuir a mejorar el empleo juvenil, ambas fundaciones desarrollarán conjuntamente campañas divulgativas en televisión, radio y soportes multimedia, así como estudios y diversas acciones a pie de calle que permitan potenciar esta formación específica", según señalan en un comunicado. Tras el acuerdo alcanzado entre las dos entidades y suscrito por el vicepresidente de Atresmedia, Maurizio Carlotti, y el director gerente de Fundación Mapfre, Teófilo Domínguez Anaya, Fundación Mapfre se convierte en socio estratégico de la Fundación Atresmedia. Con esta alianza para dos años, ambas entidades, comprometidas con el futuro de los jóvenes, trabajarán para fomentar la Formación Profesional y mostrar que ésta es una interesante y atractiva opción. A su vez, se dará visibilidad a aquellas empresas que impulsen la FP, dando a conocer la modalidad Dual.



## EL AGENTO

# Una nueva revolución en la industria musical

Rosario G. Gómez

**E**nflaquecida por las descargas *online* y apaleada por la piratería, la industria discográfica tiene la vista puesta en el poderoso actor que hoy salta a escena: Apple Music. El imperio de la manzana se lanza a la conquista del mercado de la música en *streaming* un mes después de que el legendario productor estadounidense Jimmy Iovine presentara la plataforma que funcionará como una radiofórmula global y estará permanentemente sonando al alcance de usuarios de un centenar de países. Eso sí, pagando.

Durante los tres primeros meses, Apple quiere dar a conocer su servicio y lo ofrecerá gratis para quienes se apuntan. El coloso de San Francisco pensó que si en esta fase de prueba no cobraba a sus futuros clientes, tampoco debía pagar a los autores e intérpretes de la música que sonará en su nueva ventana. Y así habría sido si la cantante Taylor Swift no hubiera alzado la voz. La amenaza iba en serio: si los músicos no cobraban retiraría *1898*, su último álbum, del servicio. Los promotores de Apple Music observaron de cerca el envite. Comprendieron que captar abonados a costa del trabajo de los artistas no era una estrategia que generara mucha simpatía. De modo que no les quedó

más remedio que dar marcha atrás: "Apple pagará a los artistas por el *streaming* incluso durante el periodo de prueba gratuito para los consumidores", aseguró la tecnológica. La estrella del pop no bromea cuando se trata de la defensa de los derechos de propiedad intelectual. El año pasado Swift ya retiró un disco de Spotify por discrepancias sobre el modelo de negocio de la compañía sueca. De alguna manera, ha tomado la bandera que hace tres décadas enarboló la banda *heavy metal* Metallica en su batalla contra Napster.

La industria discográfica ve en Apple Music y Spotify (con sus flamantes 15 millones de suscriptores en todo el mundo) un salvavidas al que agarrarse tras la tempestad causada por la piratería. En el sector se observa cómo el *streaming* crece (41 millones de personas están enganchadas a la música *online*) mientras se estancan las descargas legales y el CD se ve abocado casi a la extinción. Pero Apple aspira a llevar su revolución más lejos: quiere ganar para su causa a los 800 millones de fieles de iTunes, la tienda digital con la que dio un vuelco al consumo tradicional ofreciendo canciones a un dólar la pieza.

Desde el punto de vista del creador, la cuestión es cuántos pinchazos son necesarios en las plataformas digitales para vivir de la música. El periodista de *The New York Times* Ben Sisario repasaba hace un par de años el impacto de los servicios digitales en la nómina de artistas independientes. La violonchelista californiana Zoe Keating era un ejemplo paradigmático. Después de que sus canciones sonaran 1,5 millones de veces en Pandora ganó 1.652 dólares (1.480 euros) y las 131.000 reproducciones en Spotify le supusieron 547 dólares (490 euros). Lo que demuestra que no es oro todo lo que reluce en el mundo del *streaming*.



## L'informe biennal de la comunicació detecta un respir de la crisi en el sector

**FRANCESC PUIG**  
Barcelona

L'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) va presentar ahir l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2013-2014*, en què es detecta que hi ha una mínima recuperació de la crisi. L'estudi, un projecte biennal que va néixer l'any 2000 i compta amb el suport de la Generalitat de Catalunya i el patrocini de Gas Natural Fenosa, es pot consultar en un nou web (<http://incom.uab.cat/informe>),

on també es recullen els vuit treballs anteriors. L'objectiu de l'obra, on han participat 23 autors de sis universitats públiques i privades i de l'àmbit professional, és analitzar els esdeveniments dels dos últims anys en el sector de la comunicació per confeccionar un treball acadèmic que pugui servir alhora per prendre decisions en el sector per part dels responsables polítics, socials i culturals.

L'informe considera que en aquest bienni s'ha produït un cert respir de la crisi. La inversió publicitària ha viscut una certa revi-

fada el 2014 que es reflecteix en la inversió en mitjans. La televisió és el sector més sensible a la recuperació, sobretot en les privades. En el sector públic, s'estabilitzen les aportacions de les administracions i s'hi dona una recuperació tímida dels ingressos publicitaris. Les entrades econòmiques totals per inversió publicitària a Catalunya han passat de 74,5 a 79 milions d'euros entre el 2013 i el 2014.

Pel que fa a la ràdio s'ha frenat la caiguda de facturació per publicitat i es considera que la crisi ha tocat fons. L'audiència global s'ha

reduït lleugerament tant a la ràdio musical com a la informativa: puja el lideratge de RAC1, mentre que el Grup Flaix i *Los 40 principales* lluiten pel de la ràdio musical. La indústria de la premsa continua sent el sector més afectat per la crisi que continua buscant la manera de redreçar la situació. La publicitat a les versions en línia tampoc avança com s'esperava.

Pel que fa als principals grups de comunicació, el bienni 2013-2014 mostra signes de recuperació, sense saber si es tracta d'una revitalització sostinguda. A Catalunya, durant aquest dos anys els grups de comunicació privats amb més penetració, Mediaset i Atresmedia, han reforçat un duopoli que el 2013 controlava prop del 90% de la facturació publicitària.

En el capítol de l'informe dedi-

cat a l'entorn tecnològic es remarca que gràcies als terminals mòbils s'ha arribat a la connexió gairebé universal: al final del 2014 el 99,8% dels catalans de 14 anys endavant disposaven de connexió telefònica i més del 85% de la població afirmava que es connectava diàriament a la xarxa. Del 2013 al 2014 va augmentar del 27% al 55% el nombre de persones que es connectaven per mitjà del telèfon mòbil. Es tracta d'un accés a internet generalitzat, però continua la fractura digital de la gent gran.

Una de les conclusions principals de l'informe és que els mitjans de comunicació tradicionals encara no han sabut trobar com adaptar-se a les noves tecnologies, produint un desconcert de forma generalitzada a tot arreu, no només a Catalunya i Espanya. ●



## HOJEANDO/ZAPEANDO

VÍCTOR DE LA SERNA

### *Medios privados y libertad*

Circula por internet un vídeo que merecería ser todavía mejor conocido de lo que ya lo es, con unas declaraciones que **Pablo Iglesias** hizo en Galicia hace año y medio, ratificadas por cierto en ocasiones posteriores, como en una entrevista con **Ana Pastor**: «La existencia de medios de comunicación privados ataca la libertad de expresión». Explicaba también el líder de Podemos que «la comunicación es un derecho, y eso no se puede mercantilizar», y que «la libertad de expresión no puede ser propiedad de los millonarios» que, según él, son los que son propietarios de esos medios.

En otras circunstancias se podría dejar a beneficio de inventario, como una *boutade* intrascendente pronunciada por un ignorante, esa salida de pata de banco. Pero Iglesias es uno de los principales candidatos a presidir dentro de unos meses el Gobierno de la cuarta potencia de la Unión Europea, y sus opiniones no deberían tomarse a la ligera. En este caso es patente su intención de traspasar todos los medios al control del Estado o de «organizaciones ciudadanas» muy vagamente definidas, y así, en plena UE, de acabar con la libertad de empresa informativa.

Sería interesante que los destacados, y a veces muy experimentados, profesionales del periodismo que han expresado su apoyo a Podemos opinasen sobre esta parte de su programa, que va mucho más allá todavía de lo que han llegado a instaurar los políticos bolivarianos a los que varios dirigentes del partido español llevan años asesorando: cada día es más difícil la vida para los medios privados en Venezuela, Ecuador o Bolivia, pero aún no han sido puestos fuera de la ley.

La postura de Iglesias, canónicamente marxista-leninista, no hace sino reiterar su rechazo de las bases de la democracia parlamentaria liberal imperante en la UE, que permite a la iniciativa social –no confundir con millonarios como **Murdoch** o **Berlusconi**, propietarios tan sólo de algunos de los medios en competencia– desarrollarse libremente en todos los campos. En la multiplicidad y pluralidad de voces, no el control de todas ellas por el omnipotente Estado –que es el modelo de las fallidas democracias populares–, reside la garantía de servir el doble derecho de los ciudadanos a la libertad de expresión y a la información.

En estos días en que les llega su San Martín a los artífices del gigantesco latrocinio público andaluz habrá que recordar a Iglesias que la labor investigadora de los medios privados –iniciada por **Sebastián Torres**, de EL MUNDO, en diciembre de 2010– ha sido decisiva para sacar a la luz ése y los demás fraudes políticos. Sí, los de la *casta*.

Claro que, pensándolo bien, a lo mejor eso es lo que no le hace mucha gracia a Iglesias... Podría barruntarse.

@vdelaserna



## Cadena 100 y Lola Hierro, premio Manos Unidas 2015

Cadena 100 y la periodista Lola Hierro son dos de los ganadores de los Premios Manos Unidas. La cadena radiofónica ha recibido el reconocimiento por su contribución a los proyectos de la organización a través de la iniciativa *La Noche de Cadena 100*, que logró recaudar fondos suficientes para impulsar la construcción de un colegio. Por su parte, Hierro ha sido premiada por su trabajo en la sección *Planeta Futuro* en *El País* y, en particular, por el reportaje *El hambre escondida*.



## EN SUSTITUCIÓN DE DAVID FERNÁNDEZ

# El periodista Antonio Baños optará a ser el candidato de la CUP

### ABC BARCELONA

El periodista Antonio Baños se perfila como el cabeza de lista de la CUP en las próximas elecciones catalanas del 27S en sustitución de David Fernández, ya que, como independiente que es, suscita los mayores consensos entre los sectores que cohabitan dentro de esta formación anticapitalista.

Antonio Baños (Barcelona, 1967)

es periodista con una larga trayectoria en diversos medios de comunicación y es, además, un miembro destacado de la plataforma Súmate integrada por castellanoparlantes favorables a la independencia de Cataluña.

La designación de Baños como cabeza de lista y candidato de la CUP a la presidencia de la Generalitat ya hace varios meses que es propugna-

da por varios sectores de la CUP pero, sin embargo, aún debe ser aprobada tras superar el entramado de asambleas que componen la estructura organizativa de esta formación independentista y antisistema.

### Consejo político

Baños, en concreto, deberá ser propuesto formalmente por una o más asambleas locales, y a partir de aquel momento, su nombre debe ser seleccionado por el consejo político y por el secretariado, además de ser ratificado en última instancia por la asamblea nacional de la CUP.



## El COI cede la emisión de los Juegos a Eurosport por 1.300 millones

EFE, Madrid

El COI vendió ayer por un total de 1.300 millones de euros a Discovery Communications, la compañía propietaria de Eurosport, los derechos para televisión y todo tipo de plataformas digitales de los Juegos Olímpicos de PyeongChang 2018 (invierno), Tokio 2020 (verano) y los aún no adjudicados de los años 2022 y 2024.

El acuerdo cubre las emisiones gratuitas, la televisión de pago, las transmisiones en línea y las imágenes para móviles, con una audiencia potencial de 700 millones de personas, según informó el COI en un comunicado. El presidente del organismo, el alemán Thomas Bach, aseguró el contrato garantiza "una cobertura televisiva extensiva y gratuita de los Juegos Olímpicos en todos los territorios", con un mínimo de 200 horas de emisión libre en los Juegos de Verano y 100 en los Juegos de Invierno. La cadena podrá revender parte de los derechos en algunos mercados. Discovery y Eurosport colaborarán asimismo en el lanzamiento del nuevo Canal Olímpico, que pretende dar cobertura a todos los deportes también fuera de la quincena de los Juegos.

El español Juan Antonio Samaranch, miembro de la Ejecutiva del COI y delegado para los derechos europeos de televisión, dijo que están "encantados con un acuerdo que supondrá una cobertura fantástica de los Juegos Olímpicos y de los valores olímpicos para la mayor audiencia europea, en todas las plataformas".

Rusia es el único territorio europeo excluido del acuerdo, mientras que en Francia y Gran Bretaña solo incluye las ediciones de 2022 y 2024, porque ambos países ya habían comprado los derechos de 2018 y 2020.



# Ana Mendoza, Premio Nacional de Periodismo Cultural

EL PAÍS, Madrid

Por su trayectoria dedicada a la información cultural en la agencia Efe, donde realiza "una labor callada que sirve de base para la gran difusión de la cultura, especialmente en el ámbito de la literatura", Ana Mendoza fue galardonada ayer con el Premio Nacional de Periodismo Cultural de 2015. Dotado con 20.000 euros, el Ministerio de Cultura reconoce con este galardón la labor de profesionales del periodismo que, bien con sus obras, bien a través de su participación en la creación artística o literaria, fomentan las actividades culturales contribuyendo al enriquecimiento del patrimonio español.

"Es un premio a la constancia, un reconocimiento para todos los periodistas de agencia, para lo difícil e ingrato que es muchas veces, porque el público no nos conoce y carecemos de la ventana al exterior que sí tienen el resto de medios. Pasas inadvertido y tu firma y voz son desconocidas", dijo Mendoza.

El fallo del jurado, presidido por la directora general de Política e Industrias Culturales y del Libro, Teresa Lizarranzu, subraya la "larga trayectoria" de Mendoza y destaca las más de 900 entrevistas que ha realizado a grandes autores. El jurado también destacó su actividad periodística sobre las reales academias, así como "en otras instituciones que defienden el español en el mundo".

Ana Mendoza Bejarano (Sevilla, 1952) lleva 17 años haciendo información cultural en Efe, agencia a la que se incorporó recién licenciada en Ciencias de la Información. Ha dirigido la sección de Cultura y se ocupa de las noticias sobre literatura, la Real Academia y la Real Academia de Historia, entre otras materias.



## Opinión

**Javier  
Huerta**

Director de Ecoteuve

# Habemus nuevo jefe en los medios de la Iglesia

Carlos Herrera es el fichaje más galáctico de la COPE y el que más dinero se va a llevar de los anunciantes, aunque él diga que su salario solo es "agradable". Sin embargo, a lo más alto de los medios eclesiásticos llegó ayer otro profesional que ha sido designado por el Papa Francisco para controlar toda la comunicación del Vaticano, integrando el Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, la Sala de Prensa, el Servicio de Internet, la Radio Vaticana, el Centro Televisivo Vaticano (CTV), L'Osservatore Romano, y el Twitter del papa @pontifex.

El Vasile que Francisco ha elegido para controlar su imperio mediático es un italiano nacido en Rio de Janeiro hace 53 años, experto en cine. Dario Edoardo Viganò es el director del CTV y, por tanto, el *nuevo gran fichaje de la COPE*, uno de los medios españoles asociados a ese organismo, además de 13TV, varias cadenas autonómicas y locales, y suplementos de prensa como Fe y Razón o Alfa y Omega. Tras la creación de este dicasterio dentro de la Curia Romana está la evidente preocupación del Papa por los medios en general y por las redes sociales en particular. Aunque sí intuyo hordas de políticos españoles, y sus equipos, preocupados por su 'timeline', revisando su pasado en Twitter tras el asunto de los tuits de Zapata, no creo que sea el caso de los medios de la Iglesia, donde no imagino disparates de ese calibre. Pero como todo es mejorable, alguien habrá pensado que no conviene que a algún obispo se le escape en algún *ciberpúlpito* una frase tan sincera como que "los griegos son unos caraduras", acuñada ayer por Herrera, eso sí, a título particular y sin representar a su jefe supremo.



ONLINE



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE

## Periodisme i Mitjans de comunicació

<b>Fecha</b>	<b>Titular/Medio</b>	<b>Pág.</b>	<b>Docs.</b>
30/06/15	Jordi Juan torna a 'La Vanguardia' de director de l'edició digital / Economia Digital	25	1

# Periodisme i Mitjans de comunicació



## Jordi Juan torna a 'La Vanguardia' de director de l'edició digital

**Martes, 30 de junio de 2015**

Les edicions digitals dels grans diaris de paper no acaben de funcionar. En ocasions treballen d'esquena a l'edició digital, lluny de redaccions integrades que han sabut escometre el salt de les noves tecnologies i estan pendents dels nous hàbits dels lectors. A La Vanguardia, que dirigeix Màrius Carol, en són conscients. I per intentar pal·liar aquesta situació, l'editor Javier Godó ha fitxat un periodista de la casa, Jordi Juan, que torna, després de passar per Spanair, i després de ser director adjunt de La Vanguardia amb José Antich com a director, per fer-se càrrec de l'edició digital. . Reordenar la plantilla Començarà dilluns que ve, 6 de juliol. Jordi Juan (L'Hospitalet, 1963) és un periodista ben connectat amb Carlos Godó, el fill de l'editor Javier Godó, cridat a dirigir les regnes de l'empresa periodística. Carlos Godó es caracteritza, segons fonts del sector, pel seu desig de modernitzar el rotatiu, i d'accentuar la part empresarial, buscant més rendibilitat, . Jordi Juan torna, per tant, a La Vanguardia, encara que en el sector ha sorprès aquest fitxatge, després de ser nomenat, recentment, com a conseller d'estratègia d'elsingular.cat. Tenia encomanat orientar el creixement periodístic i l'expansió comercial del diari digital. Fins ara, i després de dirigir l'àrea de comunicació de la malmesa Spanair, era el responsable de l'agència de comunicació Vitamine! El periodista serà a la planta tres de l'edifici de La Vanguardia. La redacció del diari en paper està a les plantes sis i set. Ascendirà a aquestes plantes en breu?