



03/07/2015

RECU LL DE PREMSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

35



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
03/07/15	POLÍTICAMENTE IMPOSIBLE, POLÍTICAMENTE INEVITABLE por Salud Muñoz / Diari de Tarragona	6	1
03/07/15	CARLES PRATS / Se7accents	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
03/07/15	EL MUNDO RECORTA DISTANCIA A 'EL PAÍS' Y CASI DOBLA A 'ABC' / El Mundo (Ed. Catalunya)	9	1
03/07/15	BASTÉ SEGUEIX LÍDER PERÒ TERRIBAS FA RÈCORD HISTÒRIC / Ara	10	1
03/07/15	RAC1: LA MILLOR TEMPORADA / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	11	1
03/07/15	JACOBO ZABLUDOVSKY, EL ROSTRO DEL PERIODISMO EN LA TELEVISIÓN MEXICANA / El País	12	1
03/07/15	ONDA CERO SUPERA LOS DOS MILLONES Y MEDIO DE SEGUIDORES / La Razón	13	1
03/07/15	'EL MATÍ DE CATALUNYA RÀDIO' TANCA EL CURS AMB RÈCORD / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	14	1
03/07/15	'LA VANGUARDIA' ES REFERMA COM A LÍDER A CATALUNYA I TERCER DIARI D'ESPANYA / La Vanguardia.cat - Viure a Bcn	15	1
03/07/15	GUATEQUE! / Se7accents	16	1
03/07/15	LA VEUDEL PRI JACOBO ZABLUDOVSKY (1928-2015) PERIODISTA MEXICÀ / La Vanguardia.cat	17	1
03/07/15	CIFUENTES PONE EN MARCHA EL CAMBIO DE LA LEY DE TELEMADRID / Abc	18	1
03/07/15	PRINCE TAMBIÉN RETIRA SU MÚSICA DE LOS SERVICIOS DE «STREAMING» / Abc	19	1
03/07/15	Oswaldo Muñoz: «ABC NOS MOTIVÓ PARA ABRIR "ELVENEZOLANO.TV" EN TERRITORIO ESPAÑOL» / Abc	20	1
03/07/15	'CARRUSEL' LE GANA EL PARTIDO A TIEMPO DE JUEGO' / El País	21	1
03/07/15	EL PUNT AVUI, TERCER DIARI / El Punt avui	22	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
03/07/15	El Ramon Barnils de periodisme, un premi contra la immediatesa / Ara	23	1
03/07/15	L'AUDIÈNCIA EN MÒBIL I TAULETA DEL WEB DE 'LA VANGUARDIA' SUPERA EL PC / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	24	1
03/07/15	PERIODISMO DE BUFANDA / Abc (Ed. Cataluña)	25	1
03/07/15	LA CADENA BRITÁNICA BBC DESPEDIRÁ A 1.000 EMPLEADOS / El País	26	1
03/07/15	LA LIGA CALCULA 600 MILLONES DE LA TV INTERNACIONAL / Expansión -Directivos en verano	27	1
03/07/15	EL PAÍS, DIARIO GENERALISTA LÍDER CON 1,5 MILLONES DE LECTORES / El País	28	1
03/07/15	GRUPO COPE, EL ÚNICO QUE CRECE EN TODAS SUS CADENAS, SEGÚN EL EGM / Abc	29	1
03/07/15	LA PERIODISTA YOLANDA FLORES RECIBE EL PREMIO ALFONSO SÁNCHEZ DE COMUNICACIÓN / La Mañana	30	1
03/07/15	'MUNDO DEPORTIVO', EN PRIMERA POSICIÓ / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	31	1
03/07/15	8TV TANCA LA EMPORADA AMB GRANS REGISTRES / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	32	1
03/07/15	LA BBC RETALLARÀ 1.000 LLOCS DE TREBALL PER LA PÈRDUA D'INGRESSOS / Ara	33	1
03/07/15	UNIVISION ESTUDIA SU SALIDA A BOLSA ESTE AÑO / El País	34	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





Salud Muñoz
Periodista



Opinar es gratis

Políticamente imposible, políticamente inevitable

V oya compartir un dato pasmoso de una encuesta de marketing. El 34% de la población mundial defiende que las mujeres deben centrarse en ser buenas madres y esposas, afirmación que en el caso de Rusia alcanza el 73% y en Alemania, el 31%. Pero más asombroso todavía es que España se desmarca de esta postura, con un 83% en contra de este tipo de afirmaciones, ocupando el segundo lugar del ranking mundial.

Como de momento aquí seguimos, pienso un rato en nuestra capital de provincia, a ver en qué detalles se percibe esta tendencia de país a reconocer otras capacidades en las mujeres que las de procrear y ser el descanso del guerrero.

No tenemos alcaldesa. No tenemos presidenta de la Cámara de Comercio, ni del Port de Tarragona, ni de la Confederación Empresarial. Tampoco tenemos subdelegada del Gobierno español ni Delegada del Gobierno autonómico. Ni mucho menos Teniente Coronela jefa de la Comandancia de la Guardia Civil en Tarragona y, por supuesto, no tenemos Obispa.



Teresa Pallarès es directora general de la AEQT. FOTO: DT

aquí, y la decana en Barcelona, enfocan la tarea con más persuasión que disuasión, que me da que es una virtud que la otra mitad de la población considera extravagante.

Qué más, qué más...

Directora general de la Asociación Empresarial Química de Tarragona (AEQT). No es la presidenta, pero va más allá del entorno familiar. Y, según la hemeroteca, fue elegida porque podría enfocar el desarrollo y consolidación del clúster químico (léase conglomerado) desde una perspectiva «más orientada a la interacción con el sector, el entorno y el ámbito del clúster». O sea, dialogar, escuchar, aprender, impulsar, esforzarse... En definitiva: valores. Y modernidad. Siempre a favor del cambio.

Y no se me ocurren más. Pero no capitulemos. El reajuste es posible, según las encuestas. Y aquí, en nuestra pequeña capital de provincia, no hay que despreciar los escasos pero significativos relevos en las llamadas fuerzas vivas, aquellas que la Real Academia define como los grupos sociales impulsores de la actividad y la prosperidad, entiendo que desde una perspectiva de utilidad e interés común.

Para los rusos más reticentes, concluyo con una cita de Rigoberta Menchú, a ver si cambian de opinión, que dice: «Una mujer (...) no sólo sabe proyectar la vida de una familia y la de una sociedad, sino también el futuro de un milenio».

Bueno, no empezamos bien. A ver si las encuestas engañan... No desisto, porque algo he oído... Parafraseando a Elvira Lindo, «se dice y se repite que el cambio que a punto está de producirse tiene nombre de mujer. Manuela, Mónica, Ada».

Pues nada, sigo. Busco un poco más. ¿Qué tenemos? Presidenta de la Real Sociedad Arqueológica Tarraconense, una entidad con mucha solera y las cosas claras. Pinta bien. Descubro que ha hecho unas jornadas de puertas abiertas para dar a conocer la sociedad. Parece un cambio concreto y una manera de enfocar la gestión con aperturismo y transparencia.

Presidenta del Col·legi de Periodistes de la demarcación de Tarragona. Progresamos adecuadamente. Les parecerá que no, pero es una profesión importantísima. Por eso la presidenta anda recomponiendo la autoestima entre la colegiación, a base de incentivar la motivación, invocar el ahora insólito espíritu crítico entre sus operarios/as y hacer de la sede un hogar para los/las desacreditados/as obreros/as del periodismo. Ella como delegada



Carles Prats

Periodista. Excorresponsal a París i Brussel·les. Actualment, i des de fa sis anys, conductor del 'TN Migdia' de TV3. A més, és membre actiu del Col·legi de Periodistes

JUDIT GÓMEZ
LLEIDA

●1. TV3 ha estat sempre el teu canal de referència?

Crec que sí. Penso que ho podem dir així. Sempre he estat molt curiós, m'agrada veure la televisió d'aquí o d'allà, i normalment et fixes en el mitjà de referència, i TV3 n'és un. També hi vaig realitzar les meves pràctiques acadèmiques, jo mateix les vaig demanar allí perquè sempre havia tingut un gran interès en la informació internacional i TV3 és molt activa en això. La seva imatge i sensibilització em van captivar.

●2. Durant el temps que portes com a presentador, ha canviat el periodisme?

Els canvis no sé si han estat en aquestes temporades, però és cert que el periodisme, com altres indústries, ha canviat. Internet és un dels culpables que ha fet canviar-lo a marxes forçades. Avui no em puc

imaginar un programa sense consultar Twitter o alguna de les xarxes socials. Evidentment, estan havent-hi canvis amb noves eines, amb pros i contres. El que s'ha de fer és saber tractar les xarxes, perquè de vegades pot derivar en coses que no se centren en la informació, sinó que en treuen profit.

●3. Ha afectat la crisi?

És evident. Des del 2009 ha afectat tots els mitjans públics i privats. Tots han sofert retallades i acomiadaments massius de personal. Ara tenim menys mans per fer la informació, hem hagut de replantejar-nos les rutines diàries i tot això perjudica el ciutadà quant a qualitat informativa.

●4. TV3 ha estat criticada per parlar massa del procés sobiranista.

Penso que és bo que tota la societat contrasti i critiqui la informació i els mitjans. Consumeixen críticament. A partir d'aquí, hem d'anar

a contrastar les xifres del CAC. També fa uns anys la gent criticava que parlàvem molt de la crisi. La crítica és inherent en el periodisme.

●5. Arribarà el dia en què el TN proclamarà que som independents?

No ho sé. Sí que és veritat que durant aquests darrers anys hem viscut titulars inesperats... Ja ho sabrem.

●6. Viurem un



canvi el 27-5?

Nosaltres ens hem de limitar a explicar allò que ha passat, no podem fer de futuròlegs. És evident que no seran iguals a cap altra elecció, hi ha qui la planteja com un plebiscit, com a referèndum, com a noves formes de sensibilització... Però seran els ciutadans els que votin i triïn amb quines claus votar. Nosaltres ho explicarem clara i honestament, perquè els ciutadans estiguin satisfets dels seus mitjans públics.

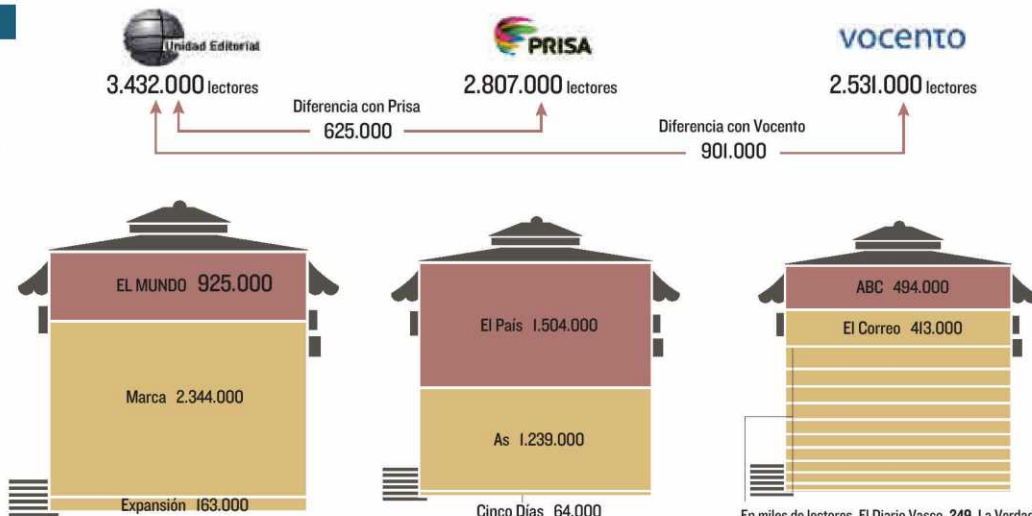
PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





AUDIENCIA DE LOS DIARIOS

● PERIÓDICOS GENERALISTAS



En miles de lectores. El Diario Vasco, 249. La Verdad, 194. Ideal de Andalucía, 189. El Norte de Castilla, 186. El Diario Montañés, 163. Sur, 150. El Comercio, 148. Hoy Diario de Extremadura, 127. Las Provincias, 124. Diario La Rioja, 81. La Voz de Cádiz, 13.

FUENTE: EGM. Segunda oleada de 2015.

EL MUNDO

EGM SEGUNDA OLEADA DEL AÑO

EL MUNDO RECORTA DISTANCIA A 'EL PAÍS' Y CASI DOBLA A 'ABC'

El diario de Unidad Editorial consolida su segunda posición en la prensa generalista española gracias a 925.000 lectores

E. M. MADRID
Los lectores confían en EL MUNDO y éste en el periodismo. El diario de Unidad Editorial se mantiene como referente de la prensa española al consolidar su segunda posición entre las cabeceras generalistas. Según la segunda oleada anual del Estudio General de Medios (EGM), que ayer se dio a conocer, este diario se acerca a *El País* y prácticamente dobla en audiencia a *ABC*.
EL MUNDO no ha hecho sino potenciarse en los últimos meses. Su oferta está respaldada por 925.000 lectores, tal y como muestra el segundo dato acumulado de 2015.
Con respecto al año pasado, este diario ha recortado la distancia con

El País, que tiene 1.504.000 lectores. La diferencia entre los dos diarios ha descendido con claridad. Si hace un año era de 653.000 lectores, en la actualidad se ha quedado en 579.000. Es decir, EL MUNDO le ha recortado 74.000 lectores al diario editado por Prisa.
EL MUNDO mantiene además un amplio margen con el tercer diario en audiencia, el catalán *La Vanguardia*. La cabecera del grupo Godó cuenta con 683.000 lectores diarios. Le sigue en audiencia el periódico *La Voz de Galicia*, que tiene 586.000 fieles y permanece en la cuarta plaza de los generalistas. La quinta posición es para *El Periódico*, de Zeta, que marca el dato de 501.000 lectores.

En la sexta plaza y por debajo de estas tres cabeceras, enfocadas al ámbito regional, se encuentra el diario *ABC*, con 494.000 lectores. EL MUNDO le saca un margen a *ABC* de 431.000 lectores diarios; es decir, este periódico de Unidad Editorial prácticamente dobla en audiencia al generalista de Vocento.
La Razón se sitúa a una distancia aún más pronunciada. El periódico del grupo Planeta consigue 242.000 lectores. Por consiguiente, EL MUNDO atesora claramente más lectores que la suma de *ABC* y *La Razón* juntos: 925.000 frente a 736.000.
En un año, este diario ha mejorado sus datos de audiencia en un total de seis comunidades autóno-

mas: Asturias, Cataluña, Extremadura, Navarra, País Vasco y La Rioja. En Extremadura, por ejemplo, esta cabecera ha crecido en audiencia en un 20%.
En el desglose se observa además que EL MUNDO se impone a *ABC* en todas las regiones, con la única excepción de Andalucía.
La posición de referencia de EL MUNDO se complementa con las cifras alcanzadas por las otras dos publicaciones diarias de Unidad Editorial: *Marca* y *Expansión*. El deportivo continúa como líder indiscutible de la prensa escrita española, gracias a un total de 2.344.000 fieles diarios, dato que supone aglutinar el 50% de la cuota de mercado a la que opta. Su

más inmediato seguidor es *As*, del grupo Prisa, que se queda en 1.239.000 lectores. La distancia entre ambos es de 1.105.000. La ventaja a favor de *Marca* se dispara cuando las comparaciones se establecen con la prensa deportiva catalana. *Mundo Deportivo* consigue 553.000 lectores; *Sport*, 469.000.
Expansión, mientras tanto, permanece a la cabeza de la prensa económica española, con 163.000 lectores (un 55% de la cuota de mercado). El diario sepia de Unidad Editorial ha aumentado su ventaja con respecto a sus competidores: *El Economista* (72.000 lectores) y *Cinco Días* (64.000) no alcanzarían a *Expansión* ni sumando sus respectivas audiencias.

UNIDAD EDITORIAL, LÍDER DE LOS GRUPOS DE PRENSA

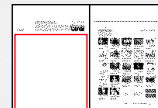
FORTALEZA. Unidad Editorial es el grupo líder de la prensa diaria española. Sus diarios alcanzan un total de 3.432.000 lectores, cifra que resulta de la suma de los 925.000 de EL MUNDO, los 2.344.000 de *Marca* y los 163.000 de *Expansión*.
Las demás editoras se encuentran a gran distancia. Unidad Editorial saca 625.000 lectores a Prisa (que tiene 2.807.000 y es segunda) y 901.000 a Vocento (con 2.531.000 y tercera). Todo ello a pesar de que este último grupo

cuenta con más de una docena de cabeceras diarias, entre las que se cuenta *ABC*.
Los 3.432.000 lectores de Unidad Editorial corresponden a sus publicaciones diarias, pero el dato se dispara hasta 4.503.000 si se contemplan también sus revistas, referentes en sus respectivos sectores. Esa suma total no computaría ni los 333.000 lectores de *Yo Dona*, ni los 57.000 de *Fuera de Serie*, ya que se distribuyen junto a EL MUNDO. *Marca Motor*, líder en su sector, llega a una audiencia de 458.000 lectores. La femenina *Telva* alcanza el dato de 385.000 lectores. La oferta especializada de Unidad Editorial se completa con *La Aventura de la Historia*, que cuenta con 178.000 lectores, y *Actualidad Económica*, que tiene 50.000. **E. M.**

SER, RNE Y RADIO MARCA CRECEN EN AUDIENCIA

ONDAS. Radio Marca, la única emisora temática deportiva de España, crece en oyentes. La cadena de Unidad Editorial llega a una audiencia de 538.000 fieles, según los datos del EGM. Con respecto al mismo periodo del año anterior, Radio Marca sube un 1%, pero, si la emisora compara sus datos con la primera oleada de este año, se observa un crecimiento de un 26%.
Entre los radios generalistas, éste es el

primer EGM en el que la mañana de Onda Cero no tiene al frente a Carlos Herrera, así como la última del histórico espacio *Milenio 3*, conducido por Iker Jiménez durante 13 años en la Ser. La radio de Prisa mantiene su primera posición, con 4.766.000 oyentes (sube un 4% en un año), mientras que Onda Cero sigue segunda con 2.548.000 (ha perdido un 6% en el mismo periodo). Cope, que a partir de septiembre contará con Herrera en su *magazine* matinal, es la tercera radio en el ranking de las generalistas y ha bajado en un año en un 5%: convence a 1.854.000 oyentes. RNE, por su parte, ha mejorado sus registros en un 8%, hasta 1.308.000. **E. M.**



Jordi Basté i Mònica Terribas presenten els dos programes de ràdio més escoltats a Catalunya. RAC1 / CATALUNYA RÀDIO

Basté segueix líder però Terribas fa rècord històric

'El suplement' perd el domini dels matins de diumenge

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

El món a RAC1 repeteix com el programa de ràdio més escoltat a Catalunya. Les dades de l'EGM fetes públiques ahir, corresponents a la segona onada d'aquest 2015, atorguen 554.000 oients al programa que presenta (i seguirà conduint, després que ahir anunciés la seva renovació per un any més) Jordi Basté, que d'aquesta manera completa la quarta temporada consecutiva liderant. Amb tot, l'avantatge sobre el seu principal rival, *El matí de Catalunya Ràdio*, s'ha reduït a només 41.000 persones, la distància més curta des del novembre del 2013, quan la diferència entre tots dos programes va ser de 31.000 oients. En aquella onada, Mònica Terribas, que s'acabava de posar al capdavant del magazín matinal de la ràdio pública, havia arribat als 509.000 seguidors, la millor dada de la història del programa. Ara, però, Terribas ha batut aquest rècord en arribar fins als 513.000 oients. *L'Hoypor hoy* de la Cadena SER conserva el tercer lloc entre els magazins matinals, amb 253.000 seguidors.

RAC1 també s'imposa com a emissora, gràcies als seus 768.000 oients, una xifra pràcticament calcada a la de fa un any. L'emissora privada, que en les dues onades anteriors havia assolit els seus dos millors registres històrics (824.000 seguidors al novembre i 786.000 a l'abril), tanca així la millor temporada en els seus 15 anys de vida, amb una mitjana de 793.000 oients, la millor dada obtinguda mai per una

ràdio a Catalunya. Pel que fa a l'emissora pública, guanya 36.000 oients en relació al juliol de l'any passat i se situa en 614.000. Això li permet completar, per primera vegada en la seva història, una temporada completa havent superat els 600.000 seguidors en cadascuna de les tres onades de l'EGM.

Domini quasi absolut

Tot i que Catalunya Ràdio retalla la distància, RAC1 eixampla el seu domini sobre el rellotge horari i lidera cada vegada més franges. Entre setmana, l'emissora del Grup Godó s'imposa, de manera ininterrompuda, de 4.00 de la matinada fins a la mitjanit, i la pública només aconsegueix liderar d'1.00 a 2.00 de la matinada, gràcies a *La nit dels ignorants* (que té 31.000 oients), i compta el primer lloc de 15.00 a 16.00. A la nit, la SER també aconsegueix fer-se un lloc gràcies a *Hora 25*, que empata amb el *Tu diràs* de 23.00 a 24.00 i domina l'hora següent.

Pel que fa als caps de setmana, que durant les últimes temporades s'havien convertit en el principal bastió de la pública, també han passat a mans de RAC1, que és l'emissora més escoltada tant els dissabtes com els diumenges. L'exemple més clar d'aquest canvi de tendència és que *El suplement* ha deixat de ser el programa més escoltat el setè dia de la setmana, en benefici del *Via lliure*. Després de l'empat de l'última onada, corresponent a l'abril, Xavi Bundo tanca el seu primer any al capdavant del programa superant Sílvia Còppulo, que tot i així abandonarà *El suplement* mantenint encara el primer lloc els dissabtes.

Emissores RAC1 lidera amb 768.000 oients, pels 614.000 de la ràdio pública

SER L'emissora del grup Prisa és tercera, i 'Hoy por hoy' també

Renovació Basté anuncia que seguirà presentant 'El món a RAC1' un any més

EVOLUCIÓ DELS PROGRAMES

AUDIÈNCIA DELS PROGRAMES DE RAC1	JULIOL 2015	JULIOL 2014
El món a RAC1 (6.00-12.00)	554.000 ↑	542.000
La competència (12.00-13.00)	191.000 ↓	196.000
La segona hora (13.00-14.00)	161.000 ↑	141.000
14/15 + 100 metres (14.00-14.30)	69.000 ↑	68.000
Tot és possible (14.30-16.00)	86.000 ↑	85.000
Versió RAC1 (16.00-19.00)	210.000 ↓	217.000
Primer toc (19.00-21.00)	130.000 ↑	140.000
La nit a RAC1 (21.00-23.00)	102.000 ↑	83.000
Tu diràs (23.00-1.00)	116.000 ↑	102.000
La primera pedra (dissabtes, 6.00-10.00)	243.000 ↑	199.000
La primera pedra (diumenges, 6.00-10.00)	142.000 ↑	116.000
Via lliure (dissabtes, 10.00-14.00)	227.000 ↓	233.000
Via lliure (diumenges, 10.00-14.00)	195.000 ↑	175.000
Superdiumenge (diumenges, 16.00-23.00)	165.000 ↓	185.000

AUDIÈNCIA DELS PROGRAMES DE CATALUNYA RÀDIO	JULIOL 2015	JULIOL 2014
El matí de Catalunya Ràdio (6.00-13.00)	513.000 ↑	473.000
Els optimistes (13.00-14.00)	56.000 ↓	61.000
Catalunya migdia (14.00-15.00)	50.000 ↓	63.000
L'oracle (15.00-16.00)	59.000 ↑	49.000
La tribu de Catalunya Ràdio (16.00-19.00)	81.000 ↓	87.000
Catalunya vespre (19.00-22.00) ¹	120.000 ↑	80.000
Les mil i una nits (22.00-23.00)	38.000 ↑	28.000
El club de la mitjanit (23.00-1.00)	63.000 ↓	77.000
El suplement (dissabtes, 8.00-13.00)	254.000 ↓	385.000
El suplement (diumenges, 8.00-13.00)	177.000 ↓	299.000
Tot gira (dissabtes, 17.00-24.00)	205.000 ↓	255.000
Tot gira (diumenges, 16.00-23.00)	109.000 ↓	123.000

1. LA TEMPORADA PASSADA S'ACABAVA A LES 21.00

FONT: EGM

L'EGM, al detall

'Sorpasso' històric a la ràdio musical

Flaixbac supera Los 40

Ràdio Flaixbac s'ha convertit en la primera emissora en català que aconsegueix encapçalar el rànquing de ràdios musicals més escoltades a Catalunya. L'emissora del Grup Flaix té, segons l'EGM, 316.000 oients, la qual cosa li permet superar, per 2.000 persones, Los 40 Principales, dominadora històrica d'aquesta classificació. La ràdio de Prisa, a més, veu amenaçada aquesta segona plaça per Flaix FM, que ocupa el tercer lloc del rànquing amb 308.000 seguidors. Cadena Dial, també de Prisa, ocupa la quarta posició amb 291.000 oients, i Europa FM és cinquena amb 247.000. Al sisè lloc hi ha RAC105, que en té 235.000. Totes aquestes ràdios, a més de Cadena Cien (amb 232.000 oients), superen la quarta emissora generalista més escoltada, Onda Cero, que té 169.000 seguidors.

La SER mana a Espanya

La Cadena SER segueix intractable a Espanya: ha guanyat 200.000 oients respecte al juliol de l'any passat i se situa en 4.766.000 seguidors, gairebé el doble de la segona, Onda Cero, que cau fins als 2.548.000. Completa el podi la Cope, que baixa fins a 1.854.000 oients, i a continuació Radio Nacional millora els resultats i aconsegueix 1.304.000 seguidors.

L'ARA té 127.000 lectors

L'ARA té 127.000 lectors i tanca el seu millor curs amb 133.000 seguidors de mitjana, 17.000 més que la temporada anterior. El diari català més llegit és *La Vanguardia*, amb 638.000 lectors, seguit d'*El Periódico* (501.000) i *El Punt Avui* (133.000). En un any, l'ARA ha retallat de 16.000 a 6.000 lectors la distància fins al tercer lloc.



PEDRO MADUENO / ARXIU

Òscar Andreu, Òscar Dalmau, Jordi Basté, Toni Clapés i Elisenda Camps, puntals d'una ràdio líder

RAC1: La millor temporada

Mai una emissora a Catalunya ha tingut 793.000 oients de mitjana en un curs

BARCELONA Redacció

RAC1 va tornar a marcar nous rècords en la segona onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM), que la consolida com la ràdio líder de Catalunya, amb xifres d'oients mai abans registrades, com els 793.000 de mitjana asso-

'EL MÓN A RAC1'

Amb 592.000 oients, eixampla en 109.000 la distància mitjana amb el segon programa

lits en una mateixa temporada. RAC1 és líder cada dia durant 20 hores seguides, de les quatre de la matinada a les dotze de la nit.

El món a RAC1, amb Jordi Basté, no només és el programa més

escollat de la ràdio catalana, sinó que marca el seu millor registre en una segona onada de l'EGM i té la franja horària més escoltada, de 8 a 9 del matí, amb 303.000 oients. En un nou rècord, l'espai matinal assoleix els 592.000 oients i eixampla en 109.000 de mitjana de la temporada la distància amb el segon.

Els programes esportius de RAC1 també augmenten diferències i reafirmen el seu lideratge. El *Primer toc*, amb Raül Llimós, té 130.000 oients, i el *Tu diràs*, amb Dani Senabre, arriba als 116.000 seguidors.

L'humor d'Òscar Andreu i Òscar Dalmau a *La competència*, amb 191.000 oients, pràcticament triplica les xifres del segon programa més escoltat en la seva franja horària i continua imbatible. I *La segona hora*, amb

Quim Morales, ja en té 161.000. En horari de tarda, el *Versió RAC1*, amb Toni Clapés, bat un rècord rere l'altre i, amb 210.000 oients, manté un lideratge que va assolir fa ja 18 anys.

Els informatius de RAC1 també són líders a Catalunya. Al migdia, el 14/15 té 69.000 oients i *La nit a*

ÈXIT EN RADIOFÓRMULA
RAC105, amb 240.000 seguidors, és al capdavant com a ràdio musical per a adults

RAC1, amb Xavi Freixes, registra el seu propi rècord amb 102.000 oients.

Al migdia, el *Tot és possible*, amb Elisenda Camps, puja fins

als 86.000 oients i és el programa més escoltat de la seva franja.

Els caps de setmana, RAC1 també és la ràdio líder. Els dissabtes, amb 660.000 oients, i els diumenges, amb 441.000. El *Via lliure*, amb Xavi Bundó, lidera els diumenges amb 195.000 oients, i els dissabtes en registra 227.000.

La primera pedra, amb Jordi Margarit, té 243.000 oients dissabte i 142.000 diumenge. El *Superdiumenge*, amb Xavi Puig i Jaume Mullor, amb 165.000 oients, és líder d'informació esportiva del cap de setmana.

L'emissora musical RAC105 tanca la temporada com la ràdio musical per a adults líder a Catalunya, amb 240.000 oients i una quota del 9,3% que la fa líder en català. El *Fricandó matiner* de Vador Lladó acaba el curs amb 135.000 oients.●

Líder a Catalunya

Abril-maig del 2015

Audiència acumulada en dies feiners, en milers d'oients



Preferida de l'audiència

Abril-maig del 2015

'Share' en percentatge



La lluita matinal

Audiència per hores en milers d'oients

■ RAC1 ■ Catalunya Ràdio



Audiència a internet

Audiència diària per internet, en milers d'oients i percentatge sobre l'audiència total de cada mitja





Jacobo Zabłudovsky, en mayo de 2013. / PEP COMPANYS

Jacobo Zabłudovsky, el rostro del periodismo en la televisión mexicana

El presentador estrella de las noticias de Televisa fue testigo de hitos históricos del siglo XX

JUAN DIEGO QUESADA
El periodista Jacobo Zabłudovsky murió este jueves en la Ciudad de México a los 87 años. Durante 27 fue presentador del informativo con más audiencia de Televisa, *24 horas*, donde entrevistó a personajes fundamentales de la historia reciente de América. Los mexicanos lo escucharon retransmitir en vivo, a bordo de un coche que recorría una ciudad desolada, el terremoto de 1985 o contando en última hora el asesinato de Luis Donaldo Colosio en 1994. “¿Ahorita en el hospital, junto a ti, no hay ningún médico que pueda informarnos?”, guiaba al desorientado reportero que había sido testigo del crimen.

Zabłudovsky aparecía de traje y corbata, sobre un fondo en el que había serigrafado un mapamundi. Llevaba unas gafas enor-

mes y redondas. Estas apariciones en televisión lo hicieron enormemente popular. La gente sencillamente lo conocía como Jacobo.

Una figura polémica

Su figura no ha estado exenta de polémica. Cercano al poder, muchos lo consideraban la voz del Partido Revolucionario Institucional (PRI), el partido que estuvo en el Gobierno durante 70 años y tras un lapso de 12 regresó a la presidencia en 2012. La televisión, el gran medio de comunicación en México, se entendía como el principal instrumento para manejar la opinión pública. Y su rostro era Zabłudovsky.

La suya ha sido una vida dedicada al oficio. Siendo adolescente entró como corrector de erratas

en el periódico *El Nacional*. Tras abandonar la televisión —estuvo al aire entre 1970 y 1997— encontró refugio en la radio. Si un conductor la encendía la radio en medio de un atasco del DF, de repente aparecía su voz: “Este debate es muy interesante. Como yo escribí en un artículo hace 60 años...”.

Antes de ser icono de la televisión fue un niño humilde. Hijo de un judío polaco que se había empapado de la revolución mexicana a través de los libros, su familia emigró a América sobre 1925. Jacobo nació en la colonia Doctores, un barrio popular donde todavía se compraba la leche en los establos. Le llamaban El Güero. Los Zabłudovsky se mudaron al centro histórico de la Ciudad de México, donde vendían retazos de telas. Un vecino que trabajaba en un periódico se lo llevaba los

fines de semana a la redacción para que le echara una mano. Allí le picó el aguijón del periodismo.

El entusiasmo le llevó a sortear la burocracia mexicana. En la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas hizo un examen y pagó unas tasas para recibir su permiso de locución. Era el 3 de enero de 1945. Trabajó en revistas, periódicos que escribía a mano y programas de radio como *La hora exacta*, cuando no todo el mundo tenía reloj. Hasta que llegó a los platós en los años cincuenta. “Cuando la televisión comenzó yo ya estaba”, bromeaba. El noticiero *24 horas* lo catapultó a la sala de estar de todos los mexicanos.

Zabłudovsky no tenía el tono grandilocuente de los locutores de la época. Su estilo era más directo y conciso. Era más de preguntar que de soltar circunlo-

quios. Fue testigo de la entrada en La Habana del Che y Fidel Castro en 1959 y entrevistó a personajes fundamentales del siglo XX como Dalí, Frida Kahlo, Maradona o Cantinflas. De este último fue buen amigo, como también de Gabriel García Márquez.

Las verdades oficiales

Pero Zabłudovsky trabajaba para Televisa. El presidente de la compañía, Emilio Azcárraga, se había autoproclamado “soldado del presidente”. “El noticiero no solo se apegaba a la verdad oficial: era la verdad oficial. Lamentablemente, esa condición sesgó su tratamiento de hechos clave del pasado inmediato: la matanza de Tlatelolco, el golpe a *Excélsior* y las turbias elecciones federales de 1988”, escribe en *Letras Libres* el historiador Enrique Krauze.

El noticiero vivió una época de desprestigio. En la campaña electoral de 1988, el candidato de la derecha, Manuel Clouthier, encabezó una protesta frente a las instalaciones de la emisora para reclamar más minutos en televisión. De otra manera era casi invisible. El candidato lanzó billetes en los que se leía: “No veas más *24 horas*”. El informativo, tras las críticas, dio más espacio a Clouthier y al aspirante de la izquierda, Cuauhtémoc Cárdenas. Este último estuvo muy cerca de sacar al PRI del poder por vez primera.

El periodista abandonó la pantalla en 2000. Por el camino dejó momentos memorables, como su encuentro con Salvador Dalí. Como si nada, Zabłudovsky le preguntó si estaba loco o si la diferencia entre uno de sus cuadros y los de otro pintor cualquiera eran 100.000 dólares. El locutor apenas podía aguantar la risa por los desvaríos del español. El artista acabó la entrevista muy irritado. Eso sí, Zabłudovsky siempre se dirigió a él como “maestro”.

Sus última etapa fue una vuelta a los orígenes de la profesión. Trabajó una buena relación con Andrés Manuel López Obrador, un arriete anti-PRI. Había algo de retorno a las raíces del oficio, como cuando le preguntó al reportero que había presenciado el disparo a Colosio si la señora del candidato estaba a la mano. Solo quería hacerle una pregunta. Saber más. Esa es la esencia del periodismo: no saber nada y preguntarle a alguien que lo sabe todo.



C. G.-Madrid

Una programación equilibrada en la que se fusionan con acierto – salvaguardando de cada programa su propio carácter– la información, el análisis de la actualidad y el entretenimiento. Ésa es la filosofía de Onda Cero, que, según el informe de la segunda oleada del Estudio General de Medios 2015 (EGM), sigue contando con el respaldo de los oyentes al sumar 2.548.000 seguidores, convirtiéndose así en la segunda cadena generalista más escuchada en España. Mientras, Europa FM experimenta un nuevo crecimiento y se coloca en la tercera posición en el ranking de las emisoras musicales, con 1.995.000 seguidores. De esta manera, se confirma el éxito de las distintas ofertas radiofónicas de Atresmedia Radio. Onda Cero supera a la Cope en 700.000 oyentes y en más de 1.200.000 a Radio Nacional de España. Por programas, «Más de uno», el nuevo programamatinal que dirigen y presentan Carlos Alsiná y Juan Ramón Lucas, en apenas tres meses logra

«MÁS DE UNO» se convierte, en apenas tres meses, en el segundo programa matinal

1.931.000 oyentes y conserva la segunda posición, duplicando las cifras de Cope y RNE. «Julia en la Onda», con Julia Otero, mantiene la misma audiencia que en la oleada anterior. En este EGM registra 548.000 oyentes. También es el segundo programa más escuchado en su horario de emisión, pese a tener una hora menos de duración que los de la competencia.

Éxito el fin de semana

«La brújula», con María Hernández, se afianza con 495.000 oyentes, al tiempo que «Noticias Mediodía» tiene una importante subida hasta alcanzar los 325.000. El programa deportivo «Al primer toque» incrementa su audiencia en 20.000 personas, por lo que se sitúa en 241.000. El fin de semana es otro de los pilares de Onda Cero. Isabel Gemio con su personalísimo «Te doy mi palabra» consigue un millón de oyentes y

Onda Cero supera los dos millones y medio de seguidores

La cadena se consolida como la segunda emisora más escuchada de España y sobrepasa a la Cope



«MÁS DE UNO»
Consigue 1.931.000 seguidores



«JULIA EN LA ONDA»
Otero suma 548.000 fieles



«TE DOY MI PALABRA»
Se coloca con un millón de adeptos



«LA BRÚJULA»
Logra 495.000 personas



«LA MAÑANA»
Se queda con casi un millón de seguidores



«LA LINTERNA»
Obtiene 600.000 oyentes



«LA TARDE»
Con Ramón García tiene 279.000 admiradores



«FIN DE SEMANA»
Consigue 375.000 adeptos



«HOY POR HOY»
Le respaldan 3.146.000 oyentes



«HORA 25»
Barceló obtiene 1.299.000 fieles



«LA VENTANA»
Congrega más de un millón de personas



«AVIVIR QUE SON...»
Alcanza 2.176.000 oyentes



«LAS MAÑANAS...»
obtiene 879.000 seguidores



«LASTARDES DE...»
consigue 361.000 oyentes



«LEVANTATE...»
El programa de Europa FM tiene 1.127.000 deales

Radio Estadio, con Javier Ares y Javier Ruiz Taboada, en la tarde noche de los sábados y los domingos suma unos 700.000 oyentes.

Europa FM crece en 72.000 hasta llegar a los 1.995.000. Así, es la tercera emisora musical más oída en nuestro país. «Levántate y Cárdenas» se encuentra en uno de sus grandes patrimonios, con 1.127.000 seguidores. Melodía FM tiene uno de sus puntos fuertes en el «morning show», «Lo mejor que te puede pasar», de Nuria Roca, que acumula 190.000 oyentes. En esta segunda oleada del EGM, «La mañana», con Ángel Expósito y Javi Nieves, se acerca al millón de individuos. Juan Pedro Colmenero y «La linterna» se afianza como uno de los informativos nocturnos más seguidos con una audiencia que roza los 600.000 oyentes. «La tarde», que presenta Ramón García, obtiene 279.000 seguidores. «Fin de semana», de Cristina López Schichting, aglutina 375.000 en sus dos ediciones de sábado y domingo. César Lumberas celebra los 31 años en antena de «Agropopular» con 460.000 seguidores.

EUROPA FM
La cadena musical de Atresmedia Radio se afianza con 1.995.000 oyentes

Por otra parte, la cadena SER es líder con 4.766.000 oyentes. Más de tres millones de personas escuchan «Hoy por Hoy», con Pepa Bueno y Gemma Nierga, que se coloca en el primer lugar de su franja horaria. «La Ventana», de Carlos Francino, está por encima del millón de oyentes. Por la noche, Angels Barceló y su «Hora 25» consiguen 1.299.000. El veterano «A vivir que son dos días», con Javier del Pino, alcanza los 2.176.000 en su emisión del sábado. RNE sube su audiencia hasta los 1.308.000. Alfredo Menéndez y «Las mañanas de RNE» consigue 879.000 fieles y sube 48.000 con respecto a la oleada de hace un año. «Esto me suena. Las tardes de Ciudadano García» sube hasta las 361.000. La audiencia de la radio crece un 2 por ciento con respecto a la oleada anterior hasta alcanzar la cifra de 25.184.000 oyentes de lunes a viernes. Mientras, la radio generalista consigue más de doce millones de fieles.



SEGONA ONADA ANUAL DE L'ESTUDI GENERAL DE MITJANS

'El matí de Catalunya Ràdio' tanca el curs amb rècord

► La cadena SER consolida el seu liderat a Espanya, i RAC-1, a Catalunya

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

Es records d'audiència que ha aconseguit Catalunya Ràdio, en el seu conjunt, i el seu magazín matinal, en particular, són les dades més destacades del segon informe de l'any que ha fet públic l'Estudi General de Mitjans (EGM), un estudi que també ressalta la consolidació de la Cadena SER com a líder absolut en el global d'Espanya, i de RAC-1, en l'àmbit català.

Segons assenyalava l'EGM, *El matí de Catalunya Ràdio*, que dirigeix i presenta Mònica Terribas, ha tancat la temporada amb la xifra rècord de 513.000 seguidors, uns 40.000 més que fa un any. Amb aquesta dada, el vaixell insígnia de l'emissora autonòmica s'acosta al líder dels matins a Catalunya, *El món a RAC-1*, que tanca amb 554.000 oients. Per emissores, RAC-1 es manté com la més sintonitzada, però destaca en gran manera l'èxit de Catalunya Ràdio: per primera vegada en els seus ja 32 anys d'història, l'emissora de la Generalitat ha tancat tota una temporada amb una mitjana d'audiència per sobre dels 600.000 oients.

DISSABTES I DIUMENGES // Els caps de setmana, es manté com una de les ofertes preferides *El suplement*, de Catalunya Ràdio. El programa que fins ara dirigeix i presenta Silvia Còppulo -actualment negocia amb la direcció de l'emissora un possible canvi de franja per a la temporada que ve- reuneix una mitjana de 254.000 seguidors, els dissabtes, i 177.000, els diumenges, dia en què en aquesta onada ha arrasat

l'espai *Carrusel deportivo* (SER), que ha reunit 221.000 persones de mitjana. En canvi, els dissabtes es va quedar, amb 182.000 seguidors, al darrere del *Tot gira*, de Catalunya Ràdio.

En el conjunt d'Espanya, la SER no només es manté com a líder destacat, sinó que a més incrementa aquest avantatge respecte al seu principal rival a les ones, Onda Cero, emissora que, a més, en un any ha perdut 166.000 oients.

Per programes, tampoc hi ha novetats *Hoy por hoy* (SER) manté i incrementa el seu aclaparador regnat amb una mitjana de 3.146.000 persones (de les quals curiosament només 253.000 el sintonitzen des de Catalunya). A destacar que el matinal d'Onda Cero ha tingut un canvi en aquest trimestre: *Herrera en la Onda*, amb Carlos Herrera al capdavant, va ser substituït a l'abril per

Per primera vegada en la seva història, Catalunya Ràdio supera durant tota la temporada els 600.000 oients

L'AUDIÈNCIA DE LA RÀDIO

DADES EN MILERS DE LA SEGONA ONADA DEL 2015. ENTRE PARENTESIS, LA SEGONA ONADA DEL 2014

A ESPANYA



A CATALUNYA



ELS PROGRAMES MÉS ESCOLTATS

↑ GUANYA OIENTS RESPECTE AL 2014 ↓ EN PERD

	PROGRAMA	OIENTS	CADENA
MATÍ			
	'Hoy por hoy'	3.146 (2.865) ↑	SER
	'Más de uno'	1.931 (2.095) ↓	ONDA CERO
	'La mañana'	976 (1.015) ↓	COPE
TARDA			
	'La ventana'	1.005 (868) ↑	SER
	'Julia en la Onda'	548 (545) ↑	ONDA CERO
	'Esto me suena'	361	RNE
NIT			
	'El larguero'	947 (1.131) ↓	SER
	'El partido de las 12'	551 (512) ↑	COPE
	'Al primer toque'	241 (284) ↓	ONDA CERO

ELS PROGRAMES MÉS ESCOLTATS

↑ GUANYA OIENTS RESPECTE AL 2014 ↓ EN PERD

	PROGRAMA	OIENTS	CADENA
MATÍ			
	'El món a RAC-1'	554 (542) ↑	RAC-1
	'El matí de...'	513 (473) ↑	CATALUNYA RÀDIO
	'Hoy por hoy'	260 (246) ↑	SER
TARDA			
	'Versió RAC-1'	210 (217) ↓	RAC-1
	'La ventana'	94 (78) ↑	SER
	'La tribu'	81 (87) ↓	CATALUNYA RÀDIO
NIT			
	'Tu diràs'	116 (102) ↑	RAC-1
	'El larguero'	70 (62) ↑	SER
	'El club de la mitjanit'	63 (77) ↓	CATALUNYA RÀDIO

Más de uno, amb el duo format per Carlos Alsina i Juan Ramón Lucas. A pesar del canvi, Onda Cero es manté com el segon més sentit de la ràdio espanyola, però amb 163.000 seguidors menys de mitjana.

També destaca a les tardes el bon resultat de *La ventana* (SER), magazín dirigit i presentat per Carles Francino que lidera amb comoditat les tardes a Espanya (amb més d'un milió d'oients) i ja se situa com el segon més seguit a Catalunya.

Per un altre costat, l'EGM assenyalava que l'audiència total de la ràdio a Espanya ha sigut de 25.184.000 oients, dels quals 15.389.000 sintonitzen habitualment emissores temàtiques musicals -amb Los 40 Principales i els seus 3.178.000 seguidors de líder-, i 12.042.000, ràdios generalistes. A Catalunya, la proporció és similar: poc més de dos milions d'oients per a les ràdios generalistes i 4.161.000 per a fórmules musicals i informatives, opció que aquí ja lidera Flaixbac (316.000). ≡

Font: EGM

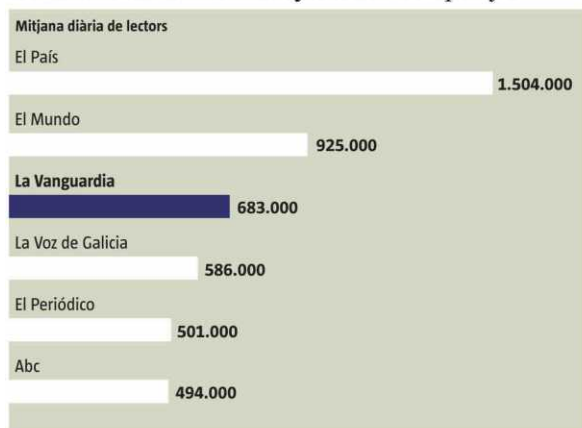
EL PERIÒDICO



‘La Vanguardia’ es referma com a líder a Catalunya i tercer diari d’Espanya

El rotatiu del Grup Godó aconsegueix 683.000 lectors i amplia el seu avantatge al mercat català

Destaca com a diari de referència a Espanya



‘La Vanguardia’, al capdavant a Catalunya



501.000 lectors sumant totes les capçaleres del Grup Zeta i perd un 11%, que representa 65.000 lectors menys.

En l'àmbit concret de Catalunya, *La Vanguardia* continua com a número u indiscutible, amb 663.000 lectors de mitjana diària, segons les dades de l'EGM. La seva distància a Catalunya respecte al seu competidor directe, *El Periódico* (amb 445.000 lectors), també s'amplia i ja és de 218.000 lectors. Si s'analitza en comparació amb el mateix quadrimestre del 2014, aquest avantatge ha crescut, ja que ha passat dels 153.000 de fa un any als 218.000 actuals.

De les principals capçaleres de premsa generalista a Catalunya

FONT: EGM / Onada actual 2015

LA VANGUARDIA

BARCELONA Redacció

La confiança que mereix un mitjà de comunicació es posa a prova en contextos com l'actual, en un moment de convulsió política, econòmica, social i, per descomptat, informativa. I, una vegada més, els mitjans del Grup Godó han superat aquest repte. La segona onada de l'any de l'Estudi General de Mitjans (EGM) atorga a *La Vanguardia* 683.000 lectors diaris, xifra que consolida la seva posició com a tercer diari d'Espanya –només després d'*El País* i *El Mundo*– i líder indiscutible a Catalunya.

Mundo Deportivo i RAC1 també han superat la prova amb nota i han renovat el seu lideratge en cadascun dels seus àmbits d'influència. La capçalera d'esports del Grup Godó amplia la distància amb el seu competidor, *Sport*, respecte a l'anterior EGM. El rànquing de diaris esportius a Es-



Dues de les principals notícies d'aquests últims mesos



panya l'encapçala *Marca*, seguit d'*As*, i el tercer és *Mundo Deportivo*. RAC1 tanca la millor temporada de la seva història refermant-se en el primer lloc a Catalunya amb 768.000 oients.

L'últim EGM consolida *La*

Vanguardia en el tercer lloc entre els principals diaris espanyols. En tot Espanya, els seus 683.000 lectors situen la capçalera del Grup Godó darrere d'*El País* (1.504.000) i *El Mundo* (925.000). La seva quota del mer-

cat és del 12,8%, la qual cosa suposa un augment en relació amb les dades de l'EGM en la mateixa onada de l'any anterior (12%). En el conjunt d'Espanya, l'avantatge respecte a *El Periódico* s'amplia: la diferència entre les audiències dels dos principals rotatius catalans és de 182.000 a favor de *La Vanguardia*.

Tots els diaris de Madrid perden lectors en l'últim quadrimestre. Els percentatges de caiguda d'audiència en relació amb la mateixa onada del 2014 són d'entre un 1% i un 11%. En el cas d'*El País* aquesta davallada és de 181.000 lectors. El mateix percentatge perd *La Razón*, amb 29.000 lectors menys. *El Mundo* es deixa en un any 107.000 lectors, mentre *Abc* en resta 23.000. El quart diari d'Espanya, *La Voz de Galicia*, registra 586.000 lectors, 8.000 menys respecte a la mateixa onada del 2014, és a dir, fa un any. En tot Espanya *El Periódico* té

LIDERATGE CATALÀ

La capçalera incrementa la distància amb ‘El Periódico’, que ja és de 218.000 lectors

AUDIÈNCIES GLOBALES

Els mitjans del Grup Godó arriben a 3,7 milions de persones cada dia

que analitza l'EGM, la majoria experimenten descensos, tant respecte a l'onada anterior com a la de fa un any: *El Periódico* (amb una caiguda del 9%); *El Punt Avui* (133.000 lectors i un descens del 7%) i *Ara* (116.000, un 9% menys). *El País* (130.000) experimenta una lleugera pujada del 2% respecte a l'anterior onada de l'EGM.

Dels suplementes de cap de setmana, *Magazine de La Vanguardia* és el més llegit a Catalunya.●



l'accent

Gerard Martínez Minguell



director

Guateque!

Res millor que acabar la primera etapa del setmanari *7accents* amb un *guateque*, el que representa una festa o una disbauxa on tothom hi és benvingut. D'una banda, els que ens han donat suport des de l'11 de setembre, dia (i diada) en què vam posar en marxa el diari digital. De l'altra, els que ni tan sols no ens coneixen però que aprofitaran l'oportunitat de fer-ho a partir d'aquest divendres.

D'aquesta manera, el 3 de juliol a partir de les 22.30 hores la terrassa del Restaurant Lola obrirà les seves portes per donar la benvinguda a tots els amics, coneguts i saludats de **7accents**. Perquè tenim molt a

celebrar, des de l'arribada de l'estiu fins a la publicació de l'últim número del setmanari en paper abans de les vacances d'estiu. No només això, i és que més de 200 subscriptors anuals i una mitjana de 500 números venuts a la setmana són xifres prou significatives per al nostre primer any de vida. Tampoc no volem deixar passar l'oportunitat de commemorar que la portada del número 2 de *7accents* fos elegida la segona millor de l'any per l'Associació Catalana de Premsa Comarcal. I un llarg etcètera que engloba també el diari digital, la productora audiovisual, l'agència de comunicació... No tot ho hem fet

bé, evidentment, ja que ens ha mancat donar-nos a conèixer més i millor al llarg del territori, demostrar un major pes periodístic en alguns dels temes tractats o millorar el funcionament del sistema de distribució del setmanari, entre moltes d'altres deficiències, però tots aquests assumptes no esdevenen motiu de celebració, sinó de reflexió. Així, doncs, requerim aquests dos mesos d'aturada tècnica amb l'objectiu de repensar el setmanari, reforçar el digital (que no s'atura), consolidar la productora, potenciar l'agència i crear nous productes, com una aplicació mòbil que veurà la llum durant el

mes de setembre. Vam començar gràcies a vosaltres, amb una campanya de micromecenatge a través de la qual vam aconseguir fins a 15.000 € i que ens va convertir en un dels cinc mitjans de comunicació que més diners han recaptat a Catalunya amb aquest sistema. Avui som nosaltres els que donem part dels diners que recollim amb l'últim número a una bona causa, el Banc dels Aliments de Lleida. Per cert, el 3 juliol és el meu aniversari. En faig 35. I a qui hi vulgui veure un ardit poc subtil per part meua amb l'objectiu d'organitzar-me una festa d'aniversari, només li puc dir una cosa: que porti un regal!



La veu del PRI

JACOBO ZABLUDOVSKY (1928-2015)
Periodista mexicana

Va ser un dels periodistes més poderosos de l'Amèrica Llatina. I no per la seva credibilitat com a informador, encara que li sobrava ofici, sinó pel seu paper com a emissor d'oficiós del règim autoritari del Partit Revolucionari Institucional (PRI), que va governar Mèxic durant set dècades fins a l'any 2000.

Jacobo Zabłudovsky, a qui els seus detractors van batejar com la veu del PRI, va morir a la Ciutat de Mèxic ahir a la matinada a causa d'un vessament cerebral. Tenia 87 anys i es va mantenir actiu fins al final, després d'una carrera plena de gestes, com la d'haver entrevistat el dictador cubà Fulgencio Batista i després entrar a l'Havana al costat de Fidel Castro el 1959. O la de narrar, a punt de caure-li les llàgrimes, amb el telèfon del seu automòbil, la devastació al centre de la Ciutat de Mèxic pel terratrèmol del 1985. El seu reportatge, ininterromput durant hores, el va reivindicar com el periodista de raça que era i li va valer el premi Rei d'Espanya.

Descendent de jueus emigrats des de Polònia, va estudiar Dret però no va exercir mai d'advocat. Amb només 14 anys va començar a treballar de corrector al diari *El Nacional* i es va veure atrapat per l'olor de la tinta. Després va descobrir la seva veritable passió, la ràdio, on es va enlairar com a locutor i que va ser el seu últim refugi. No obstant això, el mitjà que el va projectar a la fama va ser la televisió: el 1950 va assumir la producció i direcció del primer programa de notícies a Mèxic per a Televisa, l'empresa que seria casa seva durant gairebé tres dècades i el propietari de la qual, Emilio Azcárraga, es definia obertament com a "soldat del PRI".

L'informatiu nocturn *24 Horas*, que Zabłudovsky va presentar des del 1970 fins al 1997, va ser correcte de transmissió del poder, paradigma de manipulació informativa i model de tergiversació de la realitat durant els anys més foscos del règim de partit gairebé únic que l'escriptor Mario Vargas Llosa va definir, com a "dictablanda". A tall

d'exemple, el temps que Jacobo –com era conegut popularment– va dedicar als candidats presidencials en les eleccions del 1988: per a la campanya de l'oficialista Carlos Salinas, 141 minuts; per a la de l'opositor Cuauhtémoc Cárdenas, 9 minuts.

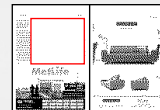
La seva parcialitat li va impedir també internacionalitzar-se i treballar a Univisión, la principal cadena en espanyol dels Estats Units, quan ja havia estat nomenat cap d'informatius. Quan es va saber la seva designació, gairebé tots els periodistes de l'empresa van dimidir i el conflicte va obligar els propietaris a retirar la candidatura de Zabłudovsky.

Tot i això, el seu talent com a entrevistador era incontestable. Les converses que va mantenir per ràdio i televisió amb personatges de la cultura i la política com Frida Kahlo, Cantinflas, Salvador Dalí, Pau Casals, el Che Guevara o Salvador Allende són peces imprescindibles de l'ofici periodístic i il·lustren la història del segle XX a l'Amèrica Llatina.

ELISABET SABARTÉS



MARIO GUZMAN / EFE



Cifuentes pone en marcha el cambio de la ley de Telemadrid

► Podemos y PSOE se oponen a una reforma exprés y piden nombrar ya el nuevo Consejo

ITZIAR REYERO
MADRID

La lucha por el control de Telemadrid es el primer gran frente político abierto en la nueva legislatura en la Asamblea regional. PP y Ciudadanos quieren reformar «cuanto antes» la ley para que todos los miembros del Consejo, no sólo su director general, sean designados por mayoría cualificada de la Cámara, lo que evitaría que el bloque de izquierdas tenga mayoría en este órgano, en virtud del reparto previsto en la actual ley de 2013.

Tanto Cristina Cifuentes como Ignacio Aguado confieren la máxima prioridad a este asunto, que fue incluido en su acuerdo de investidura con el compromiso de su «despolitización» del ente. La idea es que la reforma legal sea debatida en la Cámara este mes de julio, habilitado por la Mesa. El Go-

bierno regional ya ha encargado a la Abogacía General de la Comunidad un informe sobre los trámites legales que se deben seguir.

Sin embargo, PSOE y Podemos, que ahora ostentarían la mayoría en el Consejo del ente público, piden que se nombre ya a los nuevos consejeros y que la revisión de la ley, a la que están dispuestos, sea por procedimiento pausado, y no exprés. Ayer mismo, Podemos registró una propuesta para crear una Comisión de estudio de la reforma integral de la Radio Televisión de Madrid, lo que obligará al PP y C's a posicionarse. «Si es cierto que quieren buscar un amplio consenso, deben aceptar una lectura pausada para acordar una revisión profunda de Telemadrid», sostiene Jacinto Morano, diputado de Podemos. Desde este grupo reclaman que la designación de los nuevos consejeros se vote «de manera inmediata», tal y como establece el artículo 230 del reglamento de la Cámara.

Tampoco el PSOE está dispuesto a

dejarse quitar la mayoría de la radio-televisión pública madrileña tan fácilmente. «No hay que correr tanto», apuntaron desde el grupo socialista.

La abstención de C's

La presidenta de la Comunidad, Cristina Cifuentes, reconoció que existe «voluntad explícita» del PP y C's en reformar la ley «cuanto antes». Es más, aseguró que no están dispuestos a renovar ahora el Consejo porque sería transitorio y debería volver a cambiarse con la nueva ley. «No tiene mucho sentido modifi-

car urgentemente un Consejo para volver a cambiarlo a continuación», dijo. Aunque asumió que tendría «difícil encaje» que la reforma sea pactada sólo por PP y C's, sin un «consenso amplio» de la Cámara.

Si no se reforma la ley, Ciudadanos se abstendrá en la designación de consejeros. «No vamos a entrar en un Consejo politizado. No designaremos a nadie», asegura Aguado, que urge a «profesionalizar» el ente público.



C. CIFUENTES

Prince también retira su música de los servicios de «streaming»

► El autor sólo mantendrá «Purple rain» en Tidal, la plataforma de Jay Z

ABC
MADRID

Sigue la convulsión en el mundo de la música descargada por «streaming». El rockero estadounidense Prince ha abierto un nuevo capítulo en sus tensas relaciones con internet al retirar su música de las plataformas de descarga por «streaming» más famosas, como Spotify, Deezer o Pandora, salvo en Tidal, el servicio creado por el rapero Jay Z. Tampoco se incorporará a Apple Music en su lanzamiento del próximo otoño.

En un mensaje publicado en Spotify, el líder de esta industria, se dice que el cantante «ha solicitado la retirada de su producción en todos los servicios de 'streaming'». «Hemos respondido a esta petición y la esperanza es ser capaces de retirar su música tan pronto como sea posible», añade Spotify.

Así, la estrella sólo seguirá en Tidal, cuyo cerebro es el rapero Jay Z, en donde ya únicamente será posible escuchar el legendario «Purple Rain». Esta plataforma cuenta con el apoyo de artistas como Madonna, Rihanna, Beyoncé y Alicia Keys, entre otros.

En su estrategia, Tidal no solo disputa la batalla directa a Spotify (plataforma que ha sido explícitamente rechazada por artistas como Taylor Swift), sino que añade competencia indirecta con otros servicios como YouTube por los vídeos, las redes sociales en cuestión de cercanía con los artistas y a Shazam en el reconocimiento de canciones que suenan en radio o televisión.

Tidal intentó, con éxito desigual, ampliar su audiencia con un conteni-



Prince

ABC

do selectivo. Se ha publicado una gran parte del «concierto por la paz», organizada por Prince en mayo pasado en Baltimore (este de Estados Unidos) justo después de los graves incidentes que siguieron a la muerte de un joven afroamericano después de su detención por la policía en circunstancias poco claras.

El negocio musical vive un panorama cambiante tras el reciente anuncio de que Google se sumará con un servicio gratuito, poco después de la decisión de Apple Music de comenzar en otoño su competencia directa al mercado en el que manda Spotify. Google utilizará su servicio Play Music para atraer a nuevos suscriptores y convertirse en un contrincante importante. El caballo de batalla parece claro: fidelizar a partir de «lo gratis».

Spotify, en el centro del sector, con sus 75 millones de usuarios activos (y 20 de ellos de pago), ha consolidado su modelo en un mundo en el que las ventas de contenidos digitales han superado ya a las ventas físicas.



«ABC nos motivó para abrir “ElVenezolano.tv” en territorio español»

ENTREVISTA

Oswaldo Muñoz
Presidente de El Venezolano

SUSANA GAVIÑA
MADRID

Oswaldo Muñoz preside desde hace más de dos décadas el grupo de comunicación El Venezolano, cuya andadura comenzó con un programa de radio y hoy se ha diversificado en un semanario que llega ya a varios países -Estados Unidos, República Dominicana, Costa Rica y Panamá- y una emisora de televisión online y otra por cable, que echaron a andar el año pasado en

Miami. A ellas se suma ahora una franquicia en nuestro país, donde la comunidad venezolana asciende a 250.000 personas, «si no contamos los que vienen con nacionalidad española», señala Muñoz en una entrevista con ABC. —¿Por qué decidió abrir un canal en España? (www.elvenezolanotv.es) —ABC fue la motivación para abrir un canal de televisión online aquí. Vimos con qué vehemencia, interés y constancia se preocupaba por la situación venezolana. ABC se ha convertido en

un motor para el retorno de la democracia a Venezuela al denunciar muchas de las situaciones irregulares que se producen allí, como la investigación sobre Cabello y sus vínculos narcos. Hacer una labor como la de ABC también es responsabilidad nuestra. Nos hemos trasladado aquí para establecer una verdadera simbiosis española-venezolana.

—¿Cuál es el capital de inversión y su origen?

—Es nuestro, a través de una sociedad con Íñigo Núñez, de Dagonpress. El capital oscila entre los 500.000 y los 750.000 euros, que es el presupuesto que hemos estimado para un año.

—¿Quién va a dirigir el canal aquí?

—Noé Pernía. Él fue el primer periodista que entrevistó a Chávez. También es profesor en la Complutense.

—El Venezolano comenzó en 1992, cuando Chávez todavía no había subido al poder. ¿Cómo ha evolucionado

la línea editorial del grupo?

—Nosotros nos hemos desarrollado bajo cinco mandatos de distintos presidentes. Durante ellos siempre tuvimos una línea editorial de oposición contra el gobierno. La gente piensa que somos en esencia antichavistas, y no es así. Siempre hemos estado en la oposición.

—La apertura del canal coincide con la fijación de elecciones el 6 de diciembre en Venezuela...

—Creo que vamos en desventaja porque no hay independencia de poderes, pero tenemos los votos para combatir la trampa. Con esa fuerza de ser la mayoría,

acudimos a las elecciones convencidos de que las vamos a ganar. Si tenemos los votos no podemos desaprovechar la oportunidad y cometer el error histórico que cometimos en 2005, cuando dejamos de participar en las elecciones parlamentarias de aquel año.



OSWALDO MUÑOZ



Audiencias de la radio

■ CADENAS GENERALISTAS

		2ª ola de 2015	Diferencia con la ola anterior, en %	Diferencia con la misma ola del año anterior, en %
SER		4.766.000	2,4 ▲	4,4 ▲
Onda Cero		2.548.000	-2,4 ▼	-6,1 ▼
Cope		1.854.000	5,5 ▲	-5,0 ▼
Radio 1		1.308.000	5,1 ▲	7,8 ▲

■ PROGRAMAS DEPORTIVOS MÁS ESCUCHADOS LOS SÁBADOS

Carrusel	SER		1.763.000	23,8 ▲	12,2 ▲
Tiempo de juego	Cope		960.000	-23,1 ▼	-19,8 ▼
El larguero	SER		793.000	12,2 ▲	-36,0 ▼

■ PROGRAMAS DEPORTIVOS MÁS ESCUCHADOS LOS DOMINGOS

Carrusel	SER		1.820.000	11,8 ▲	3,5 ▲
El larguero	SER		1.198.000	8,8 ▲	21,6 ▲
Tiempo de juego	Cope		1.107.000	-19,5 ▼	7,3 ▲

Fuente: EGM.

EL PAÍS

‘Carrusel’ le gana el partido a ‘Tiempo de juego’

La SER supera a la Cope en la batalla deportiva del fin de semana

EL PAÍS, Madrid
La cadena SER cierra la temporada como líder de la radio con 4.766.000 oyentes diarios, un 2,4% más que en la oleada de primavera del Estudio General de Medios (EGM). Todas las grandes cadenas experimentan subidas, a excepción de Onda Cero, que acusa la salida —el pasado mes de abril— de Carlos Herrera, su principal activo en términos de audiencia, que en septiembre estará en la antena de la Cope. *Más de uno*, el nuevo espacio de Onda Cero que conducen Carlos Alsina y Juan Ramón Lucas, obtiene 1.931.000 oyentes (un 6,8% menos del público que seguía a Herrera) y se aleja más aún de *Hoy por hoy*, que al mando de Pepa Bueno y Gemma Nierga, refuerza su hegemonía en las mañanas con 3.146.000 seguidores.

Uno de los principales campos de batalla radiofónica a lo largo de esta temporada ha sido el deporte. El duelo entre *Carrusel* y *Tiempo de juego* se ha decantado a favor del veterano

formato de la SER, pese a que durante el fin de semana suma menos horas en antena que su rival. Este enfrentamiento en las ondas concluye con una victoria de Jesús Gallego en la edición del domingo que, con 1.820.000 oyentes, se convierte en el cuarto programa más escuchado de la radio española, solo por detrás de *Hoy por hoy*, *A vivir que son dos días* y *Más de uno*. Ese mismo día *Tiempo de juego*, al mando de Paco González y Manolo Lama, registra 1.107.000 seguidores y ocupa el puesto decimocuarto.

Lucha de cadenas

El EGM constata en el estudio publicado ayer el rumbo en la jornada deportiva de los sábados, que se traduce en una mejora de la audiencia del *Carrusel* (1.763.000) y en un empeoramiento de los datos obtenidos por su principal competidor (960.000).

La lucha entre ambas cadenas, que se ha visto acrecentada

en los últimos años tras la incorporación de los principales locutores deportivos de la SER a la Cope, se refleja también en los días laborables. *El larguero* suma de media 947.000 oyentes mientras que *El partido de las 12* se queda en 551.000, pese al gran avance de esta oleada. Muy lejos se sitúa *Al primer toque* (Onda Cero), que suma 261.000 hinchas.

Entre las grandes cadenas generalistas, la caída de Onda Cero (-2,4%) se compensa con el crecimiento registrado por la pública Radio 1 y por la Cope, gestionada por la Conferencia Episcopal, que se anotan subidas por encima del 5% cada una de ellas. Tomando el grupo de las cuatro principales emisoras del dial, la SER copa el 40% del total de la audiencia. En el terreno de las radiofórmulas musicales también goza de un claro dominio con marcas como 40 Principales, que se mantiene líder del sector con más de tres millones de seguidores, Dial, Radiolé y M-80.



El Punt Avui, tercer diari

Amb 133.000 lectors segons les xifres de l'Estudi General de Mitjans (EGM)

Redacció
BARCELONA

El Punt Avui és el tercer diari d'informació general del país. Així ho avalen les xifres de la segona onada de l'any de l'Estudi General de Mitjans (EGM), que atorguen a El Punt Avui una audiència de 133.000 lectors. En un context de descens generalitzat de lectors de premsa, El Punt Avui continua essent el tercer més llegit a Catalunya després de *La Vanguardia* (663.000 lectors) seguit de *El Periódico* (445.000 lectors).

Lectors de diaris a Catalunya

FONT: EGM-BARÒMETRE

LA VANGUARDIA	663.000
el Periódico	445.000
EL PUNT AVUI+	133.000
EL PAÍS	130.000
ara	116.000
SEGRE	100.000
Diari de Tarragona Diari	92.000
EL MUNDO	44.000
Diari de Girona	36.000

A les comarques gironines, El Punt Avui és líder amb 64.000 lectors. L'EGM, que es basa en un seguit d'enquestes, atorga a El Punt Avui a les comarques de Barcelona una au-

diència de 62.000 lectors, un 12,7% més que fa un any. A la resta del país, El Punt Avui té 5.000 lectors a la demarcació de Tarragona i 2.000 a les comarques de ponent.

En quant a la ràdio, RAC1 és la més escoltada amb 768.000 oients diaris de dilluns a divendres. En segona posició se situa Catalunya Ràdio amb 614.000 oients. A molta distància hi ha la Cadena Ser, amb 397.000 oients, Onda Cero (191.000), la Cadena Cope (174.000) i RNE (109.000). Pel que fa als programes matinals, *El món a RAC1* també segueix sent líder, amb 554.000 seguidors mentre *El matí de Catalunya Ràdio* n'obté 513.000. Flaixbac fa història i supera a Los 40 Principales. La ràdio del Grup Flaix lidera el rànquing de ràdios musicals al país amb 316.000 oients, pels 314.000 de la ràdio de Prisa ■



elradar



El guardó, que es publicarà a l'ARA, es va presentar dimecres al vespre. ARA

El Ramon Barnils de periodisme, un premi contra la immediatesa

À.G.
BARCELONA

El Grup de Periodistes Ramon Barnils reconeixerà al novembre el millor reportatge de periodisme d'investigació amb el premi Ramon Barnils, un guardó que pretén estimular aquesta pràctica entre els professionals de l'ofici i els estudiants. El premi, dotat amb 1.200 euros i la publicació del reportatge a l'ARA, manté oberta l'entrega de textos fins al 30 de setembre. El certamen també atorgarà un accèssit al millor text elaborat per estudiants de periodisme.

En la presentació del premi dimecres a Sant Cugat, la periodista Mònica Terribas va reivindicar la figura de Ramon Barnils i la seva actitud davant la vida. "Si en Ramon fos aquí ens estaria col·locant una alerta permanent en la nostra actitud periodística", va dir Ter-

ribas. La presentadora d'*El matí de Catalunya Ràdio* va lamentar la immediatesa associada als mitjans de comunicació perquè "no deixa temps per pensar ni valorar la informació", tot i que també va afirmar que la crisi als mitjans de comunicació ha servit per trencar amb les formes tradicionals del sector. A més, Terribas va admetre que "moltes vegades falta una part d'autocrítica fonamental" i va recordar la mirada crítica constant de Barnils, que "molestava a tothom en el bon sentit".

Per això, Terribas va fer una crida als joves periodistes "que tenen temps per investigar" a participar en el premi, que vol dotar de recursos i visibilitat els guardonats. Així mateix, hi ha la intenció d'augmentar la publicació de reportatges que tracten temes poc presents als mitjans. D'aquesta manera, el Grup Barnils recupera un guardó que impulsava la revista *El Temps* i que es va deixar de donar el 2008. ■



L'audiència en mòbil i tauleta del web de 'La Vanguardia' supera el PC

REDACCIÓ
Barcelona

La tendència creixent de l'accés a internet a través dels *smartphones* i tauletes ha modificat l'hàbit de consum dels usuaris que consulten diaris digitals. El cas del web de *La Vanguardia* n'és un clar exemple ja que l'audiència que accedeix mitjançant el tradicional PC és ja minoritària (48%) respecte als qui opten pels *gadgets* de mobilitat (52%), segons les dades censals del mes

de juny passat. En tan sols un any, el consum d'informació a través del mòbil s'ha incrementat un 42%. Una de les raons que expliquen aquesta tendència es troba en la prescripció de les notícies que els usuaris realitzen des de les xarxes socials, especialment Facebook i Twitter. Per aquest motiu, l'audiència que reben els mitjans digitals des d'aquestes fonts de trànsit cada vegada és més rellevant.

D'altra banda, el web generalista del Grup Godó va obtenir

aquest mes de juny una audiència d'11,8 milions d'usuaris únics, un 10% més que el mateix mes de l'any anterior, i consolida un notable creixement de visites durant aquest primer semestre del 2015.

Aquests òptims resultats estan directament relacionats amb el llançament, la primavera passada, de nous canals temàtics (Big Vang, Sèries, Motor, Fórmula 1, Moto GP, Flípaló i VangData). De tots ells, el que ha tingut una acceptació més gran en nombre



Portada del canal Flípaló

de visites ha estat Flípaló, un canal dedicat al fenomen mundial dels fans que aquest mes de juny ha aconseguit el milió d'usuaris únics. També es pot destacar que continua augmentant l'interès per la informació hiperlocal a través dels canals específics que el web de *La Vanguardia* té tant a Catalunya com a la resta d'Espanya.

La bona progressió de l'audiència digital de *La Vanguardia* es reflecteix també en els resultats de l'última onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM), que es va publicar ahir, i que situen el portal generalista del Grup Godó com a líder a Catalunya, amb un creixement del 21% respecte al sondeig anterior, i un 13% sobre el mateix període del 2014.●



Periodismo de bufanda

«**CUERO Y TINTA**»★★

Dirección: José Luis Sánchez Maldonado. Intérpretes: Alfredo Relaño, Santiago Segurola

ANTONIO WEINRICHTER

Este documental plantea, en forma de debate a varias bandas, el estado de salud de la prensa deportiva en España, y no tanto por lo que se refiere a sus libros de cuentas (aunque también de eso se habla algo) sino en relación a la ética periodística: la pregunta que se repite, y no deja mucho margen de respuesta, es hasta qué punto puede un periódico o programa especializado de TV ser independiente respecto al club que le patrocina o que le permite lanzar ofertas de camisetas, tazas y otros mementos del susodicho club. Para quienes nos preguntamos alucinados cómo se puede llenar a diario de contenido el «As», «Marca» o el «Punto Pelo-



ta» o lo que hacía el J. M. García, resulta que de repente aquí se nos despliega un poco de la trastienda de todo este pequeño gran mundo que desconocíamos hasta ahora... Y, bueno, no hay tema malo, solo documentales que no se distancian lo suficiente de un tema para quienes no pertenezcan a su (enorme) círculo endogámico. De todos modos, me pareció mejor que tener que ver un partido. ¡Aquí por lo menos los locutores deportivos no gritan!





La cadena británica BBC despedirá a 1.000 empleados

PABLO GUIMÓN, **Londres**

La BBC ha anunciado que despedirá a 1.000 empleados —cerca de un 5% de su plantilla— dentro de un plan de reestructuración en que está inmersa la cadena pública de radio y televisión, para responder a un cambio en los hábitos de sus consumidores. El director general de la corporación, Tony Hall, aseguró ayer a los trabajadores que los recortes persiguen aliviar el déficit en las cuentas de la cadena: los ingresos por la tasa mediante la que se finan-

cia caerán el ejercicio que viene en 150 millones de libras (210 millones de euros), debido a un traslado al consumo *online* más rápido del esperado.

La BBC se financia principalmente, desde hace 70 años, por una cuota anual (ahora está en 145,5 libras) que pagan los hogares que ven televisión en directo. El ejercicio pasado, la cadena recaudó 5.240 millones de euros mediante la tasa. Pero el número de hogares que declaran no ver televisión en directo —y, por tan-

to, no pagan la tasa— ha crecido inesperadamente.

El 69% de los adultos británicos ve la televisión en directo, pero el porcentaje baja al 50% en los jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años, según el organismo regulador de las telecomunicaciones Ofcom. Su consumo de televisión lo realizan mediante sistemas a la carta, que les permiten ver los programas cuando quieren. Ese cambio de hábitos ha llevado a la cadena, esta misma semana, a convertir

el canal juvenil BBC Three en un producto exclusivamente *online*.

“A medida que más y más gente utiliza móviles y consume nuestro producto *online*, el porcentaje de hogares con televisiones cae más rápido de lo esperado”, ha declarado la cadena en un comunicado. “Y eso quiere decir que no siempre pagan la cuota”.

Los despidos se producirán sobre todo, según ha anunciado Hall, en niveles directivos y en áreas como *marketing* y comunicación. La BBC, referencia cuando se habla de televisiones públicas, supone aún hoy un tercio del total del consumo televisivo de Reino Unido. Pero el cambio de hábitos de consumo y un sistema de financiación que muchos consideran obsoleto la abocan a un cambio de modelo.



La Liga calcula 600 millones de la TV internacional

Expansión. Madrid

El presidente de La Liga, Javier Tebas, aseguró ayer en los Cursos de Verano de la Universidad Complutense que el organismo que dirige recaudará “600 millones de euros al vender los derechos de forma internacional y en países pequeños. La estrategia que hemos llevado a cabo desde La Liga ha sido correcta porque nos permite salir al mercado con 38 clubes, a través de un operador internacional como Mediapro, y ser más competitivos”, dijo Tebas, que justificó así el hecho de que La Liga haya confiado la venta de sus derechos internacionales a la empresa de Jaume Roures en lugar de a Telefónica, que ofrecía un fijo su-



Javier Tebas, presidente de la LFP.

perior (450 millones por 400 de Mediapro).

Tebas destacó además como clave para el fútbol español “aumentar los ingresos para luchar con la Premier League y evitar perder el talento. Para ello, hay que mejorar el modelo de explotación”. El presidente de la LFP comentó que algunas de las ofertas internacionales que ha recibido La Liga ya han llegado desde China, Alemania o Albania pero que “los derechos audiovisuales no se van a ofrecer solo a una mano, porque en cada país se tomarán decisiones estratégicas diferentes”.



EL PAÍS, diario generalista líder con 1,5 millones de lectores

EL PAÍS, Madrid

El diario EL PAÍS se mantiene líder de la prensa generalista con 1.504.000 lectores diarios y es la única cabecera de pago que supera el millón, según las cifras de la segunda oleada de 2015 del Estudios General de Medios, difundidas ayer. Por debajo de la simbólica barrera se asienta *El Mundo* (925.000), que pierde un 3,6% sobre los datos de la anterior oleada.

EL PAÍS es el diario nacional de pago más leído en todas las comunidades, a excepción de Castilla y León y Baleares. En Madrid cuenta con más de 486.000 lectores, en Andalucía

Audiencias de prensa generalista

2ª ola de 2015 y diferencia con la ola anterior, en %



Fuente: EGM.

EL PAÍS

alcanza 183.6000 y en Cataluña y Baleares supera los 150.000

Todas las cabeceras de ámbito nacional ceden audiencia. El rotativo catalán *La Vanguardia*, ocupa la tercera posición (683.000) y a la cuarta accede *La Voz de Galicia*, que se consolida como el periódico regional de más éxito (586.000) gracias a una subida del 1,7%, y supera a *El Periódico* (501.000), que se deja el 8%. El resto de los diarios generalistas tienen menos de medio millón de lectores. *Abc* obtiene 494.000 y *La*

Razón se queda con 242.000.

Los deportivos evolucionan también a la baja. Mientras *Marca* retrocede el 2,3% (suma 2.344.000 seguidores), *As* cede el 1,3% (1.239.000). El más leído de los económicos, que también experimentan caídas, es *Expansión* (163.000), seguido de *El Economista* (72.000) y *Cinco Días* (64.000).

En el ámbito de los suplementos de fin de semana, sigue a la cabeza *XL Semanal* (2.162.000), seguido de *El País Semanal* (1.360.000).



Radio

Grupo COPE, el único que crece en todas sus cadenas, según el EGM

S. T. MADRID

Según los datos correspondientes a la segunda oleada del Estudio General de Medios de 2015, COPE es el único grupo de la radio española en el que todas sus cadenas consiguen incrementar la audiencia. Se consolida como el segundo grupo de radio y sus programas reúnen cada mañana a casi cinco millones de oyentes. COPE crece por encima de la media e incrementa su audiencia en 100.000 oyentes hasta llegar a 1.854.000 personas. Cadena 100 sigue creciendo y alcanza 1.800.000 oyentes, mientras que Rock FM y MegaStar baten su récord histórico.

«La Mañana», con Ángel Expósito y Javi Nieves, es la opción elegida por casi un millón, un reto para Carlos Herrera, que tomará el relevo el 1 de septiembre con «Herrera en COPE». «Tiempo de Juego», con Paco González, Pepe Domingo Castaño y Manolo Lama, consolida su audiencia y es elegido cada fin de semana por más de un millón de oyentes. La información deportiva continúa de lunes a viernes en la medianoche con Joseba Larrañaga y José Luis Corrochano en «El Partido de las 12», que logra un dato histórico y llega a 551.000 personas. Suma 146.000 seguidores con un incremento del 36%.

«La Linterna», con Juan Pablo Colmenarejo, se afianza con casi 600.000 oyentes y «La Tarde» de Ramón García mantiene la confianza de 279.000 personas. A partir del 1 de septiembre, Ángel Expósito pilotará el programa. «Fin de Semana», con Cristina López Schlichting, tiene a 375.000 fieles los sábados y domingos, y César Lumbreras celebra los 31 años en «Agropopular» con 460.000.



La periodista Yolanda Flores recibe el Premio Alfonso Sánchez de Comunicación

La periodista madrileña Yolanda Flores pidió ayer “ayuda” para el gremio del cine “que no es sólo entretenimiento, es cultura”, al recoger en la sede de la Academia de Cine el Premio de Comunicación Alfonso Sánchez 2015.

La directora y presentadora del espacio de RNE *De película* y conductora del programa de la 2 *Versión europea* recibió el galardón de manos del nuevo presidente de la Academia, Antonio Resines.

“Es un honor inmenso y un riesgo porque hay que seguir manteniendo el legado de Alfonso Sánchez, uno de los grandes críticos que ha dado este país”, señaló la periodista, que lleva 17 años dedicada a la información cinematográfica en RNE. Flores habló de su oficio –“esta profesión es muy dura, es difícil, y en ocasiones es complicado mantener intacta la ilusión”– y recordó que tampoco los trabajadores del sector del cine lo tienen fácil.



‘Mundo Deportivo’, en primera posició

BARCELONA Redacció

Mundo Deportivo es consolida a Catalunya com el diari més llegit de la premsa esportiva, reafirmant-se en una indiscutable primera posició. La capçalera d’esports del Grup Godó arriba als 327.000 lectors de mitjana diària, mentre que darrere seu queden *Sport* (244.000), *Marca* (171.000) i *As* (98.000), segons les dades de la segona onada de l’Estudi General de Mitjans (EGM).

Mundo Deportivo també amplia l’avantatge respecte al seu competidor directe. Així, aquest diari va davant de l’*Sport* en 83.000 lectors diaris. Aquesta distància s’ha vist augmentada en relació amb la primera onada d’aquest any de l’EGM: aleshores, l’avantatge amb el *Mundo Deportivo* era de 78.000.

Al mercat de la premsa esportiva del conjunt d’Espanya, la capçalera del Grup Godó ocupa la tercera posició, amb 553.000 lectors. Al davant té *Marca* (2.344.000) i *As* (1.239.000). *Sport* es queda en quart lloc, amb 469.000 lectors.●



8tv tanca la emporada amb grans registres

BARCELONA Redacció

8tv, la televisió explotada conjuntament per Grup Godó i Mediaset, tanca la temporada 2014-2015 (període comprès entre setembre del 2014 i juny del 2015) amb els millors registres de la seva història, amb un 3,63% de *share*, i amb un increment notable respecte a la temporada anterior.

Aquests resultats es deuen principalment als dos vaixells insígnia de la cadena, *8 al dia* i *Arucitys*, programes presentats i dirigits per Josep Cuní i Alfons Arús. L'espai actualitat informativa *8 al dia* ha assolit aquesta temporada registres mensuals de fins al 9% (per exemple, a l'octubre), amb creixements espectaculars respecte a anys anteriors. *Arucitys*, el magazine líder del migdia, que en aquesta tretzena temporada en antena ha allargat la seva durada 30 minuts més, ha aconseguit millorar les seves dades històriques.

La cadena prepara nous projectes per a la pròxima temporada, amb més producció pròpia i nous continguts.●



La BBC retallarà 1.000 llocs de treball per la pèrdua d'ingressos

La BBC va anunciar ahir que retallarà més d'un miler de llocs de treball com a mesura per fer front al descens de 150 milions de lliures (uns 210 milions d'euros) en la previsió d'ingressos a través del cànon que han d'abonar les llars del Regne Unit que tenen televisor. "Aquesta reducció d'in-

gressos es deu al fet que cada vegada més persones utilitzen mòbils, tauletes i serveis en línia, mentre que el nombre de llars que tenen televisors està caient; també demostra que cal modernitzar la llicència per cobrir els serveis digitals", indica la cadena en un comunicat.





Univision estudia su salida a Bolsa este año

P. X. SANDOVAL, **Los Ángeles**
El conglomerado de medios en español Univision dio ayer el primer paso para salir a Bolsa de aquí a final de año con una comunicación al regulador de EE UU (SEC). Se trata del grupo líder en español en Estados Unidos, con unos ingresos en 2014 de 2.900 millones de dólares, 2.615 millones de euros. El beneficio neto fue de 9,1 millones de euros.

Sus cadenas de televisión incluyen Univision Network, UniMás, Univision Deportes y Galavisión, además de 60 cadenas locales por todo EE UU y 67 emisoras de radio. Este primer anuncio no incluye el precio ni la cantidad de acciones que saldrán al mercado. Una estimación de la agencia Reuters valoraba la empresa en 20.000 millones de dólares. Desde su fundación, Univision ha sido la cadena más importante para un público cada vez más grande que entiende español en Estados Unidos. El país tiene más 50 millones de personas que se definen como latinos.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

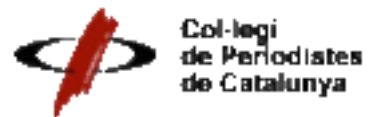
acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
03/07/15	Asesinado en México el periodista Filadelfo Sánchez Sarmiento / Periodistas en Español	38	1
03/07/15	El País: De fitxar Ali Lmrabet a silenciar-ne la vaga de fam / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	39	1

Periodisme i Mitjans de comunicació



Asesinado en México el periodista Filadelfo Sánchez Sarmiento

Viernes, 3 de julio de 2015

El periodista mexicano Filadelfo Sánchez Sarmiento ha sido asesinado este 2 de julio de 2015 en Miahuatlán de Porfirio Díaz, un municipio en el estado sureño de Oaxaca, informa el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ, por sus siglas en inglés), que ha publicado un comunicado de condena. Filadelfo Sánchez Sarmiento Sánchez fue asesinado alrededor de las 9:30 de la mañana fuera de las oficinas de la radio La Favorita 103.3 FM La Voz de la Sierra Sur, donde conducía un programa informativo, además de colaborar con diarios locales. Sánchez había recibido llamadas amenazantes, según fuentes de su entorno profesional. Las autoridades mexicanas deben investigar este asesinato de forma exhaustiva, establecer un motivo - incluyendo cualquier posible vínculo con el periodismo-, y enjuiciar a los responsables, afirma Carlos Lauría , coordinador senior del programa de las Américas del CPJ. Este crimen no debe terminar como tantas decenas de asesinatos de periodistas no resueltos en México, que tiene uno de los peores índices de impunidad en el mundo. La violencia vinculada al narcotráfico ha convertido a México en uno de los países más peligrosos para la prensa en el mundo, según una investigación del CPJ. En mayo, el cuerpo del periodista de radio de Veracruz Armando Saldaña Morales fue hallado en el estado vecino de Oaxaca, según la procuraduría general de la república. Más de 50 periodistas han sido asesinados o desaparecidos desde 2007, según la investigación del CPJ. El país figura séptimo en el Índice de Impunidad del CPJ de 2014 , que destaca los países donde los periodistas son asesinados y los responsables quedan libres. ¿Te interesan nuestros contenidos? Apoya el periodismo independiente con Dropcoin

El País: De fitxar Alí Lmrabet a silenciar-ne la vaga de fam

Viernes, 3 de julio de 2015

Alí Lmrabet és el periodista més famós de Marroc i ara mateix no es troba dirigint cap mitjà, sinó en una vaga de fam des del 24 de juny. El motiu: Denunciar que l'Estat marroquí li denega la renovació del seu document d'identitat i del seu passaport, un tràmit imprescindible per tal de recuperar la seva llicència de periodista que va perdre l'any 2005, quan va ser condemnat a 10 anys d'inhabilitació professional. Aquella sentència expira precisament ara i el govern pretén estendre sense cap tipus de justificació legal fins i tot a costa de convertir-lo en un sense papers al seu propi país, en l'expressió del mateix periodista. No és la primera condemna ni el primer entrebanc que pateix Lmrabet. La seva tasca insubornable en favor d'un periodisme rigorós i molest i en defensa de les llibertats d'expressió i informació l'han portat a la presó en diverses ocasions. L'any 2003 va veure com els setmanaris *Demain Magazine* i *Duman* (en francès i àrab respectivament) que dirigia van ser clausurats per un acudit sobre el casament del Rei. Ell mateix va acabar empresonat. Aquesta persecució el va convertir en tot un referent internacional del periodisme més crític i molts grans mitjans darreu del món van fer ressò de la seva lluita. Entre 2003 i 2005 *El País* li va publicar vuit articles, inclosos diversos des de la presó de Salé, on va complir una condemna que finalment va quedar reduïda a poc més d'un any de presó. Lmrabet va ser alliberat en beneficiar-se d'un indult reial aconseguit després d'una vaga de fam de 47 dies, però també en bona mesura gràcies a la pressió que suposaven els seus articles a mitjans com *El País*. El 2005, el Govern marroquí optava per una nova estratègia menys espectacular i indignant que l'empresonament, però més efectiva: la inhabilitació. Aquesta vegada l'excusa va ser considerar els sahrauis de Tindouf com a refugiats i no com a segrestats pel Front Polisario, tal com els anomena la propaganda oficial. Aquest cop l'estratègia va funcionar. *El País* va deixar de publicar articles de Lmrabet. El diari ni tan sols ha fet ressò de l'actual vaga de fam del periodista. L'última referència al periodista marroquí a *El País* data del 4 de maig, on s'informa de la concessió del Premi José Couso amb un perfil assèptic.