



11/12/2015

# Recull de Premsa



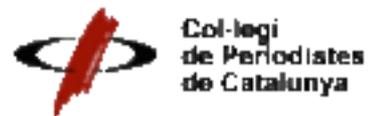
Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

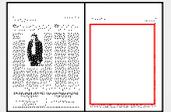
**accesso**  
INTELLIGENCE TO SHINE

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
11/12/15	EN TV, SÓLO IMPORTA SI LLUEVE / El Mundo	4	1
11/12/15	PREMIOS ABC DE PERIODISMO / Abc	5	2
11/12/15	PREMIOS ABC DE PERIODISMO. EL PERIODISMO, SALVOCONDUCTO A LA LIBERTAD, POR FELIPE VI / Abc	7	1
11/12/15	PREMIOS ABC DE PERIODISMO. EL REY DEFIENDE «EL PERIODISMO LIBRE COMO / Abc	8	2
11/12/15	EL BARCA QUIERE INGRESAR 1.000 MILLONES EN 2021 POR MARKETING Y TV / Expansión	10	1
11/12/15	SECUOYA NEGOCIA COMPRAR DOS CANALES Y COMPETIR CON MEDIASET Y ATRESMEDIA / El Economista	11	1
11/12/15	PREMIS DE TURISME AMB GUST DE CINEMA / Diari de Girona	12	1
11/12/15	La CCMA organitza un encontre entre els caps de llista per Lleida al Congrés dels Diputats / Se7accents	13	1
11/12/15	LOS LÍDERES CAMBIAN EL MITIN POR EL PLATÓ EN BUSCA DE AUDIENCIAS MASIVAS / El País	14	1
11/12/15	NETFLIX SUPERA HBO I ES POSTULA COM LA FAVORITA DELS GLOBUS D'OR / Ara	15	1
11/12/15	SUSPICÀCIES AL DEBAT DE TVE / Ara	16	1
11/12/15	ELS DEBATS I LA GENT / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	17	1
11/12/15	CREADA LA COMISSIÓ QUE HA DE DISSENYAR LA NOVA RADIOTELEVISIÓ VALENCIANA / La Vanguardia.cat - Viure a Bcn	18	1
11/12/15	LA DESIGUAL ADAPTACIÓ A LA TRANSFORMACIÓ DIGITAL / Expansión (Cataluña)	19	2
11/12/15	FALLECE JOSEP GUAL, HIJO PREDILECTO DE TORREDEMBARRA / Diari de Tarragona	21	1
11/12/15	EL JEFE DE LA TELEVISIÓN DE COSPEDAL GASTÓ 133.000 EUROS CON LA VISA OFICIAL / El País	22	1
11/12/15	ATRESERIES EL NOU CANAL D'ATRESMEDIA, PER NADAL / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	23	1
11/12/15	ANDREU MANRESA, NOU DIRECTOR GENERAL D'IB3 / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	24	1

# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Un cámara de televisión graba imágenes de un glaciar islandés para ilustrar el deshielo provocado por causa del calentamiento global. REUTERS

## INFORME CUMBRE DEL CLIMA

# EN TV, SÓLO IMPORTA SI LLUEVE

Un estudio europeo de cadenas como TVE pone en evidencia cómo, salvo para calamidades y 'el tiempo', ignoran la información medioambiental

**MÓNICA BERNABÉ ROMA**  
«Como continúen bajando las temperaturas, ¡no sé dónde vamos a llegar!», exclama un hombre mirando a cámara, enfundado en una bufanda y con cara de frío. En verano es lo contrario. En los informativos de televisión abundan las imágenes de bañistas refrescándose en la playa o incluso de algunos atrevidos sumergiéndose en una fuente. En ambos casos, se trata de noticias tan sumamente sesudas como que en verano hace mucho calor, y en invierno, mucho frío.

Una asociación italiana, Pentapolis Onlus, ha promovido un estudio para analizar la presencia de noticias sobre medio ambiente en los informativos de televisión. Ha examinado cadenas de cuatro países: España (La 1 de TVE), Gran

Bretaña (BBC 1), Francia (France 2), y evidentemente Italia. En este último país ha hecho seguimiento de siete canales nacionales: Rai1, Rai2, Rai3, Rete 4, Canale 5, Italia 1 y La 7.

El resultado en todas las cadenas es el mismo: que las noticias sobre medio ambiente importan un bledo. Apenas aparecen en los informativos y, si lo hacen, es básicamente para hablar del tiempo o de

**SÓLO EL 6,2% DE LAS NOTICIAS ERA SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y LA MITAD DE ELLAS HACÍAN REFERENCIA AL MAL TIEMPO**

calamidades: inundaciones, huracanes, incendios forestales... En los últimos días tal vez no sea así. La Cumbre del Clima ha disparado las noticias sobre este tema. Pero no se engañen: en cuanto acabe la conferencia internacional en París, las aguas volverán a su cauce. Los datos recogidos en el estudio así lo avalan.

En España se analizaron 6.710 noticias emitidas por los telediarios de TVE durante los siete primeros meses del año. Sólo 421 se dedicaron a medio ambiente. O sea, el 6,2% del total. De éstas, el 53,2% hacía referencia a accidentes o calamidades causados por el mal tiempo. Un 27,6% hablaba de meteorología, y eso que en el estudio no se contabilizó el espacio específico destinado al tiempo, que siempre se emite tras los telediarios. En cambio, sólo el 10,9% de las noticias informaba sobre buenas prácticas medioambientales, un 5% hablaba de naturaleza, y un escaso 3,3% denunciaba degradación ambiental o actitudes incívicas.

«Hablar del tiempo o de calamidades no requiere un gran esfuerzo. Se trata de plantar la cámara en un sitio y tomar unas cuantas declaraciones», afirma Stefano Mosti, presidente del Observatorio de Pavia, que justifica así que las cadenas de televisión no vayan más allá informativamente. El Observatorio de Pavia es un instituto independiente de investigación sobre los medios de comunicación en Italia que se ha encargado de analizar las noticias sobre medio ambiente en los informativos italianos, cuyos

resultados son similares a los españoles.

«Se trata de una información insulsa, o que recurre a la emoción o la compasión», sigue relatando Mosti. «¿Cuántas veces han visto en televisión a alguien lamentándose porque se le ha inundado la casa? En cambio, enfatiza el experto, apenas se suelen explicar las causas.

«No se hace investigación, ni análisis, ni reflexión», se queja Mosti. Y una sociedad que no reflexiona es fácilmente manipulable. «Habría que recurrir a especialistas, pero difícilmente un especialista medioambiental aparece en televisión», destaca.

Eso mismo pone en evidencia el informe impulsado por Pentapolis Onlus. Las voces en las noticias sobre medio ambiente —si es que hay voces— suelen ser de gente de la calle, con imágenes estereotipadas de buenos y malos. Los culpables son siempre las empresas multinacionales, y las víctimas, la gente.

La información sobre calamidades y meteorología acostumbra a repetirse machaconamente en los diferentes informativos durante todo un día. En cambio, y en eso también coinciden los canales analizados en los diferentes países, las noticias sobre buenas prácticas medioambien-

tales o naturaleza son residuales. Se emiten una vez, en un informativo concreto, y ya se eliminan de la parrilla. Uno de los noticiarios que más atención les presta, aunque no figura en el estudio por formar parte de la segunda cadena de TVE, es La 2 Noticias, que esta semana ha visto

## CUALQUIER TEMA ANTES QUE EL MEDIO AMBIENTE

Éste es el segundo informe que impulsa la asociación Pentapolis Onlus con el objetivo de monitorear el flujo de información medioambiental en los medios europeos. En el primer informe, realizado en 2014, analizó la presencia de noticias de esta temática en la prensa escrita. Este año, sin embargo, optó por hacer un seguimiento de las cadenas de televisión al considerar que tienen un alcance e impacto mayor. Los dos informes muestran un panorama desolador. Los informativos televisivos prefieren hablar de cualquier otro tema, antes que hacerlo sobre medio ambiente: política, economía, guerra y terrorismo, deporte, sociedad e incluso curiosidades y 'corazón'.

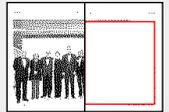
retrasado su horario de emisión a la una de la mañana.

¿Cómo cambiar esta tendencia? El presidente del Observatorio de Pavia opina que formar periodistas especializados en medio ambiente sería un primer paso. Al menos para sacar las noticias sobre esta temática del triste décimo lugar que ahora ocupan en los informativos.



## Premios ABC de Periodismo





ERNESTO AGUDO

## Los Reyes, en los Cavia

### Casta (a mucha honra) y emergente



JAIME GONZÁLEZ

Dado que ABC nace cada día desde que Eduardo VII fue coronado en Delhi Emperador de la India (1 de enero de 1903), somos casta –por ser de una clase especial– y emergente a la vez. No es poca cosa, ahora que la pugna entre lo viejo y lo nuevo está de rabiosa actualidad. Este periódico –no por vanidad, sino para rentabilizar su experiencia– se ofrece gratuitamente a engazar el pasado y el futuro, que es lo que venimos haciendo desde hace casi 113 años. Lo que son las cosas: el día que nacimos se publicaba en París la primera versión completa en una lengua occidental de «Las mil y una noches». Nosotros llevamos 36.506. Y casi todas en vela. La de ayer fue especial: cada año, las luces de la Biblioteca de ABC se encienden para que no se apague el pensamiento. Es un antídoto para que las sombras no hagan cima en las cabezas y brote la decadencia, porque eso sería como no amanecer mañana. Hay que vestirse de etiqueta, pero merece la pena.

Ver encendida la Biblioteca de ABC en la cena de los Cavia te provoca una hermosa sensación de libertad, un estimulante cosquilleo a la altura del fajín del esmoquin. Te sientes casta y emergente, aunque no sabría determinar la proporción (digamos que mitad y mitad), porque a los brindis levantamos la copa por los viejos tiempos y por los tiempos nuevos, pero siempre por España y por el Rey, que es lo moderno y lo que garantiza la continuidad de lo que somos como periódico y como pueblo, porque ABC es el mayor y más preciso retratista de una época en continuo movimiento. Cuando don Guillermo –ahora lo hace Catalina– nos paraba en seco para brindar a los postres, siempre pensaba –no me pregunten por qué– en las razones que han hecho posible el milagro de que ABC siga naciendo cada día desde que Eduardo VII fue coronado en Delhi Emperador de la India. Y presumo de casta –a mucha honra– y de emergente, sin perder un segundo en levantar muros entre el pasado y el futuro, porque la grapa que llevamos en el lomo –aunque pinche a veces– es la divisa que nos ha permitido cosernos las páginas de España en la piel. Y enseñarlas como prueba de que Heráclito, por muy sabio que fuera, no conocía la Biblioteca de ABC (estaba en obras en el año 500 antes de Cristo) ni pudo asistir nunca a la cena de los Cavia. De haberlo hecho no se hubiera atrevido a decir aquello de «todo fluye, nada permanece». ABC permanece –precisamente– porque fluye. Y Heráclito siempre pecó de emergente. **[CULTURA]**

Los Reyes, a su llegada anoche a la Casa de ABC, acompañados, de izquierda a derecha, por Santiago Bergareche, presidente de Vocento; Catalina Luca de Tena, presidenta-editora de ABC; Miguel Henríque Otero, premio Luca de Tena; Carlos Herrera, premio Mariano de Cavia; Rafael del Pino, presidente de Ferrovial, empresa patrocinadora de los galardones de ABC; Javier Barcaíztegui, premio Mingote, y Darío Villanueva, director de la RAE



FUNDADO EN 1903 POR DON TORCUATO LUCA DE TENA

# EL PERIODISMO, SALVOCONDUCTO A LA LIBERTAD

POR FELIPE VI

Reproducimos en su integridad las palabras pronunciadas anoche por Su Majestad el Rey durante la entrega de los Premios Internacionales de Periodismo de ABC, una noche de «los Cavia» que de nuevo fue honrada con la presencia de Don Felipe y Doña Letizia

**F**ALTAN apenas veinte días para que finalice 2015, un año intenso que deja para nuestra historia hechos trascendentes, conocidos y seguidos, en buena medida, a través de los medios de comunicación. Por eso, tanto a la Reina como a mí nos alegra tener nuevamente la oportunidad de estar cerca de los que cumplís con esa fundamental función de informar y formar opinión.

Y volver a esta Casa de ABC para ello y para entregar los Premios Mariano de Cavia, Luca de Tena y Mingote es siempre un placer. Porque al compartir esta «noche de los Cavia» nos sumamos no solo al reconocimiento de los méritos demostrados por los galardonados -tarea amable, sin duda-; sino también al ejercicio de reflexión serena sobre la labor y el servicio que la prensa desempeña en esta sociedad nuestra. Labor de prescripción, de síntesis, de análisis, de orientación..., de alimentar el interés y el criterio sobre lo que nos ocurre, de hacernos más libres y conscientes en nuestra convivencia democrática.

Sin duda, la memoria de esos tres nombres y la trayectoria de este diario son una gran referencia del periodismo en español. Una trayectoria fiel a sus principios y que busca con estos premios reconocer y estimular cada año lo mejor del periodismo actual, y no sólo español. Gracias por ello y gracias también al apoyo generoso que, para impulsar estos premios tan prestigiosos, ofrece Ferrovial.

La información constituye un factor esencial de progreso y vertebración. Eso es una constante. Además, el periodismo libre, riguroso y de calidad es antídoto contra el uso demagógico o perverso de la información, así como contra el abuso del poder o de quien pretenda sojuzgar derechos y libertades. Por tanto, conocer la actualidad despierta inquietudes, alienta opiniones, amplía perspectivas..., conecta a las personas. Nos abre al saber y al intercambio de ideas. Nos facilita ser mejores y más plenos, porque el ser humano no evoluciona aislado.

Y si siempre hemos evolucionado en comunidad, conviviendo, entonces el futuro pasa necesariamente -aún más en nuestros días- por la suma de fuerzas, por la unión de talento, por la conjunción de sensibilidades, por la confrontación de puntos de vista y la búsqueda de puntos de encuentro. Esa solidaridad y esa vocación integradora no nos son en absoluto ajenas a los españoles. Forman parte de nuestro carácter y son artífices de nuestros mejores logros.

Los tiempos -y las circunstancias que los acompañan- ponen a prueba a las personas, a las organizaciones y a las instituciones, pero a cambio fortalecen a quienes se esfuerzan por superar los desafíos que conllevan. Nuestro país está



Don Felipe, durante su discurso

JAIME GARCÍA

experimentando durante estos años una transformación en muchos órdenes, y la prensa no se ha quedado al margen, sino que ha sabido situarse en primera línea. Los periódicos españoles han afrontado una reconversión empresarial y tecnológica formidable para adaptar sus estructuras de negocio y de trabajo a la realidad económica y digital actual.

Esa transformación será la que garantice la necesaria viabilidad e independencia de las redacciones, de la mano de profesionales cualificados y en sintonía con la sociedad y sus demandas. Esta misma Casa, la de ABC, ha sido ejemplo de innovación a lo largo de sus 112 años. Fue el primer periódico que publicó una imagen en color y una fotografía aérea; el primero que estrenó web, hace ya veinte años, y el que hace apenas dos meses ha lanzado un nuevo concepto de diario en línea, con versiones diferentes para ordenador y móvil...

Otro guiño al futuro es la misma celebración, esta noche, de la 95ª edición de unos premios internacionales que incluyen en su nómina a las principales figuras del periodismo en español de los siglos XX y XXI. El jurado, presidido por nuestro querido director de la Real Academia Española, Darío Villanueva, ha resuelto elegir este año a tres personalidades y trayectorias sobresalientes y comprometidas con los retos intelectuales contemporáneos.

Carlos Herrera es el periodista de todos. El de la distendida cotidianidad a pie de calle. Un comunicador valiente, espontáneo y optimista, con bastantes más «fósforos» que complejos; buen conocedor y valedor de España, admirador y divulgador de su diversidad cultural y social, participe y practicante de sus tradiciones y aficiones.

De estas amplias perspectivas vitales bebe «Muros de ayer y de hoy», el artículo por el que se le concede el Premio Mariano de Cavia, publicado en ABC el 7 de noviembre de 2014. En él alerta oportunamente sobre las consecuencias de levantar fronteras artificiales sobre espacios naturales de libertad, de convivencia y de desarrollo colectivo. Veinticinco años después de su caída, el Muro de Berlín constituye una lección histórica reciente y contundente, cuyo simple estudio debería espantar cualquier tentación de reeditarlo.

Europa nos brinda la magnífica oportunidad de formar parte de la mayor unión histórica de Estados democráticos, libres, modernos, solidarios, competitivos, fiables, influyentes... Una superestructura política, económica, social, también cultural, que, hoy, además, se erige como la mejor garantía frente a quienes pretenden destruir nuestra civilización e imponer el miedo donde gobierna la racionalidad. El terrorismo no es una amenaza: es una realidad que debemos vencer. Desde la unidad, desde la firmeza, la fraternidad, la responsabilidad y la Ley. España lo sabe bien.

Somos Europa al tiempo que nos unen también estrechos lazos históricos, culturales y emocionales con Iberoamérica. Por eso, vivimos con especial cercanía la actualidad de países hermanos como Venezuela. Allí espera poder regresar pronto Miguel Henríque Otero, Premio Luca de Tena 2014, presidente-editor del diario «El Nacional». Su biografía es la de un matemático que ha hecho de su vocación periodística un salvoconducto hacia la libertad, la democracia y la justicia -los tres pilares que sostienen un Estado de Derecho-, así como la autoestima de las personas, la paz social y el bienestar de un pueblo.

**C**on este reconocimiento ABC reafirma su compromiso con la querida nación venezolana. Los nuevos entornos digitales, que con habilidad emplea Miguel Henríque, son la metáfora real de un mundo global, abierto, libre e interconectado, en el que resulta todavía más anacrónico poner límites al pensamiento y a su expresión.

Efectivamente, la libertad de información y de opinión, ejercida desde el respeto y la responsabilidad, no admite condiciones ni acotaciones. La tolerancia y la convivencia de sensibilidades es lo que encarna Javier Barcáiztegui, «Barca», Premio Mingote 2014. Sus viñetas en la revista «Trofeo» aúnan el arte y la afición cinégetica practicada en sintonía con los ciclos de la Naturaleza. Gusto, fino humor, tradición y ocio, compactados en un dibujante que definió su trazo al lado del maestro que da nombre al galardón que esta noche recoge.

Mi enhorabuena y la de la Reina a los tres premiados, y nuestro agradecimiento a ABC por estimular el mejor periodismo que pone de manifiesto, una vez más, el talento, la imaginación, la vocación, la dedicación y la entrega. Una vocación, una dedicación y una entrega que definen mi compromiso permanente como Rey con el presente y futuro de España, con el de todos los españoles.

Muchas gracias, y felices fiestas.



## Premios Mariano de Cavia, Luca de Tena y Mingote

# El Rey defiende «el periodismo libre como

► Don Felipe y Doña Letizia presidieron anoche la Cena de los Cavia

ALMUDENA MARTÍNEZ-FORNÉS  
MADRID

«El periodismo libre, riguroso y de calidad es antídoto contra el uso demagógico o perverso de la información, así como contra el abuso del poder o de quien pretenda sojuzgar derechos y libertades». «Efectivamente, la libertad de información y de opinión, ejercida desde el respeto y la responsabilidad, no admite condiciones ni acotaciones». Así lo afirmó anoche el Rey en la Casa de ABC, donde presidió junto con la Reina la tradicional Cena de los Cavia, en la que se entregan los premios con más solera -95 años ya- y prestigio del periodismo en español, que patrocina Ferrovial.

Y es que la cena se convirtió también en un homenaje a la libertad de prensa como contrapeso a los abusos de cualquier poder. Uno de los galardonados, el Premio Luca de Tena, era el editor del diario «El Nacional», de Caracas, Miguel Henrique Otero, la última voz de la prensa libre en la Venezuela chavista que ahora empieza a derrumbarse. Además, entre los invitados estaba Leopoldo López Gil, padre del opositor venezolano que sigue encarcelado en Caracas por pensar diferente. A él, a todos los demás presos políticos (Antonio Ledezma, Daniel Ceballos, Manuel Rosales...) y a los valientes estudiantes que perdieron la vida, Otero les dedicó su premio.

### Salvoconducto a la libertad

«Vivimos con especial cercanía la actualidad de países hermanos como Venezuela», afirmó el Rey, quien describió al editor venezolano como «un matemático que ha hecho de su vocación periodística un salvoconducto hacia la libertad, la democracia y la justicia -los tres pilares que sostienen un Estado de Derecho-, así como la autoestima de las personas, la paz social y el bienestar de un pueblo».

Nada más recibir el premio, Otero afirmó que «los demócratas venezolanos tenemos una deuda moral con el diario ABC», y recordó que «en el tiempo de exilio al que hemos sido condenados decenas y decenas de profesionales de la comunicación, ABC se ha constituido en una referencia. Diré más -agregó-, en una estructura de comunicación que ha asumido la causa democrática venezolana como una significativa batalla».



«Saber que ABC seguirá siendo una de las más potentes voces editoriales de Europa es para nosotros un aliento, una corriente de energía que nos estimula a seguir adelante», añadió.

Don Felipe también entregó el Premio Mariano de Cavia, a Carlos Herrera, «el periodista de todos -dijo-. El de la distendida cotidianidad a pie de calle. Un comunicador valiente, espontáneo y optimista, con bastantes más "fósforos" que complejos».

Cuando Herrera recogió el galardón auguró que España, «la tierra en la que hemos nacido y crecido, será en el futuro mucho mejor de lo que es hoy y fue ayer», «independientemente de la densidad de cenizas por metro cuadrado que acompañan nuestro tránsito», apostilló. Y ofreció varias razo-

nes; entre ellas, «la calidad de las nuevas generaciones (mejor de lo que sospechan muchos) y la indudable inquietud creativa de su ciudadanía». Según Herrera, «los inexplicables muros que nos han separado históricamente de la modernidad van cayendo uno a uno, hasta el punto de que se nos está poniendo una cara de vanguardia europea que echa "p" atrás». En ese sentido, Señor, como en otros, lo estáis bordando», dijo a Don Felipe.

Asimismo, el Rey entregó el Premio Mingote, a Javier Barcáiztegui («Barca»). «Sus viñetas en la revista "Trofeo" -dijo- aúnan el arte y la afición cinegética practicada en sintonía con los ciclos de la Naturaleza. Gusto, fino humor, tradición y ocio, compactados en un dibujante».

En sus palabras de agradecimiento, Barcáiztegui recordó a Antonio Mingote, que «no era cazador, pero sí un apasionado defensor de la naturaleza y singularmente de los árboles», y subrayó sobre sí mismo: «Como a todo cazador que se precie, me apasiona el campo y me interesa enormemente su entorno, muchas veces desde la perspectiva del humor y la sátira». Además, reconoció que «casi todas las situaciones grotescas que crea mi imaginación son fruto de mis propias experiencias».

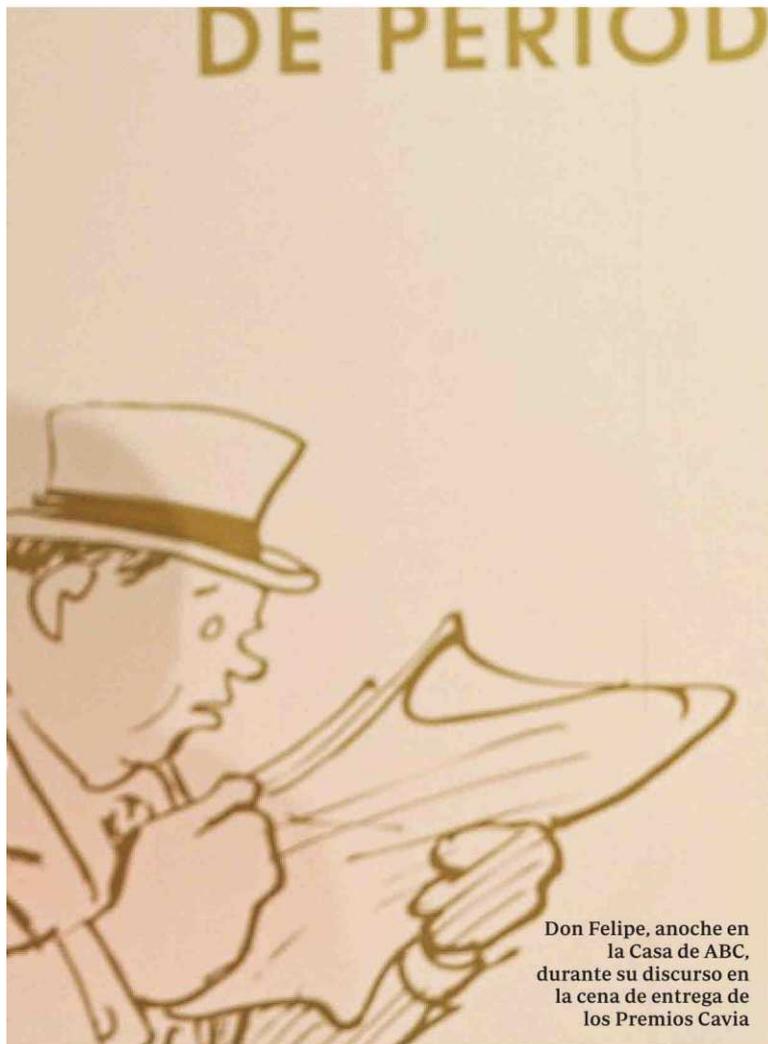
### Donde siempre hemos estado

Como es habitual en los Cavia, la presidenta-editora de ABC, Catalina Luca de Tena, pronunció unas palabras, en las que reiteró ante los Reyes «la permanencia de los valores que nuestro periódico viene defendiendo desde su fundación, hace ya más de un siglo». «ABC sigue donde estaba, con sus pá-

**M. H. Otero**  
«Los demócratas venezolanos tenemos una deuda moral con ABC»



# antídoto contra el abuso del poder»



Don Felipe, anoche en la Casa de ABC, durante su discurso en la cena de entrega de los Premios Cavia

ÓSCAR DEL POZO

ginas abiertas de par en par a cualquier tiempo nuevo, pero con su lomo grapado a unos principios que han pretendido ser su mejor contribución a España. Sin ningún tipo de servidumbre, ni tampoco otra atadura que la de nuestros lectores. Así que, Majestades, aquí nos tienen, donde siempre hemos estado», afirmó.

A su llegada, los Reyes fueron recibidos a pie de coche por Catalina Luca de Tena; el presidente de Vocento, Santiago Bergareche, y el director de ABC, Bieito Rubido. Después, en el interior del edificio, les aguardaban el presidente de honor de Vocento, Santiago de Ybarra; el consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez; el presidente de Ferrovial, Rafael del Pino; el presidente del jurado, Darío Villanueva, y los tres premiados.

Entre las autoridades, estaban presentes el presidente del Tribunal Constitucional, Francisco Pérez de los Co-

bos; la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, y los ministros de Educación, Cultura y Deporte, Íñigo Méndez de Vigo, y de Agricultura, Isabel García Tejerina. El resto de los invitados, procedentes del mundo de la cultura, la política, la empresa y el periodismo, esperaban en el salón del patio andaluz de la Casa de ABC.

Don Felipe clausuró con sus palabras la entrega de los premios y, una vez finalizada la cena, Catalina Luca de Tena cerró el acto de la misma forma que solía hacerlo su padre, don Guillermo, con el tradicional brindis: «¡Por el Rey!».

## MAÑANA, AMPLIO DESPLIEGUE

ABC ofrecerá mañana, en estas mismas páginas, una completa cobertura de la Cena de los Cavia

## Premio Mariano de Cavia CARLOS HERRERA

### Periodista comprometido

Carlos Herrera nació en Cuevas de Almanzora (Almería) en 1956. Su infancia y juventud transcurrió en Mataró (Barcelona), donde comenzó su actividad periodística. Se formó en Radio Miramar, donde coincidió con Encarna Sánchez, y accedió al circuito de las grandes cadenas nacionales. Tras dos años en Canal Sur Radio, pasó a realizar «Buenos Días» (1999) en Radio Nacional. En la temporada 2001-2002 comenzó su andadura en Onda Cero, con el



programa «Herrera y punto», que en septiembre de 2002 pasaría a llamarse «Herrera en la onda» y que ha abandonado este año. En la actualidad es el locutor estrella de la Cope, con «Herrera en Cope». Además, tiene una columna en ABC y colabora con XL Semanal. Su paso por televisión ha sido también destacado, tanto en TVE como en Canal Sur. Herrera ha escrito, además, varios libros, la mayoría recopilaciones de sus colaboraciones en prensa.

## Premio Luca de Tena MIGUEL HENRIQUE OTERO

### Voz de la prensa libre

Presidente-editor de «El Nacional», Miguel Enrique Otero Castillo se ha distinguido por defender la libertad de expresión e información en América Latina en las peores condiciones de represión, censura y hostilidad. Nacido el 3 de marzo de 1947, es matemático, graduado en la Universidad Central de Venezuela, y Máster en Economía por el Churchill College de Cambridge. Desde 2003 es vicepresidente de la Comisión para la libertad de



expresión de la Sociedad Interamericana de Prensa. Creador de la red más importante de periodismo ciudadano (@reporteya), es pionero en el uso de las nuevas tecnologías en Venezuela. Desde que fuera fundado en 1943 por su padre, el escritor y periodista Miguel Otero Silva, «El Nacional» es el medio de comunicación que simboliza la libertad de expresión en Venezuela, sufriendo un acoso implacable por parte del régimen chavista.

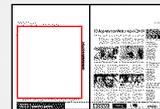
## Premio Mingote JAVIER BARCÁIZTEGUI, «BARCA»

### Amante de la naturaleza

Javier Barcáiztegui, conde de Llobregat y marqués de Tabalosos, es un dibujante muy conocido por los aficionados a la actividad cinegética. Pero su labor como ilustrador arrancó en «Sábado Gráfico», donde, durante la Transición, ilustraba la sección «Escenas Parlamentarias». En la década de 1980 colaboró en Blanco y Negro y en Los Domingos de ABC con José Luis Martín Descalzo. Fue también colaborador de «Época», la revista



fundada por Jaime Campmany. Su colaboración con la revista «Trofeo» se remonta a la década de 1990, y siempre ha destacado por su sentido del humor en la ilustración de la vida campestre y cinegética. Ha iluminado libros de Alfonso Urquijo, Mariano Aguayo, Paco León y el marqués de Laula. Pero su principal fama le viene de sus ilustraciones a las columnas de Alfonso Ussía, y en especial las de su personaje, el marqués de Sotoancho.



# El Barça quiere ingresar 1.000 millones en 2021 por márketing y TV

**ENTREVISTA** “El éxito económico no se puede basar en que el equipo gane o pierda”, afirma Josep Maria Bartomeu.

A. Zanón/J. Orihuel. Barcelona

El Barça obtuvo el triplete en la pasada temporada. Este año aspira a todo, pero las finanzas del club no pueden depender siempre de que entre la pelota. Esta es la filosofía que persigue el FC Barcelona con su plan estratégico a seis años (2015-2021), cuyo objetivo material es, al final, situarse en una cifra de negocio de mil millones anuales.

“Hasta ahora la fortuna deportiva implicaba el éxito en lo social y en lo económico, lo que alimentaba de nuevo la parte futbolística; esta ecuación debe evolucionar: el éxito económico no se puede basar en que el equipo gane o pierda”, afirma en una entrevista a EXPANSIÓN el presidente del club azulgrana, Josep Maria Bartomeu, quien subraya: “Evidentemente, queremos seguir ganando títulos”.

Márketing y derechos televisivos deben ser la base que lleve al Barça a cumplir la promesa electoral de los mil millones. Los ingresos por patrocinios, que en la temporada 2014/15 supusieron 225 millones (el 37% de los 608 millones del volumen de negocio total), deberían representar en torno al 50%. Los procedentes de acuerdos televisivos, con una ponderación actual del 26,8%, se situarán en torno al 30%, mientras que la parte del estadio, que ahora representan el 24,5%, se reduciría hasta el 20%.

Bartomeu es consejero delegado de Adelte –una firma de pasarelas para aviones y barcos, que cerrará 2015 con una contratación de cien millones– y por ello considera que el Barça, como una empresa, debe tener un plan estratégico. “Seremos los primeros”, subraya. Esta hoja de ruta tiene siete pilares:

## 1. Espai Barça

Es la gran apuesta, con una inversión de 600 millones de eu-



El presidente del Barça, Josep Maria Bartomeu, quiere impulsar los ingresos por patrocinios y derechos televisivos para alcanzar los mil millones en 2021.

## A grandes rasgos, los patrocinios supondrán el 50%, un 30% los derechos de televisión y un 20% las entradas

ros para remodelar el campo (420 millones), construir un nuevo Palau (80 millones) y acometer nuevas instalaciones, oficinas y aparcamientos (100 millones). Está previsto que las obras comiencen en 2017 y Bartomeu considera que el club habrá cumplido entonces su compromiso de rebajar la deuda hasta 200 millones, frente a los 328 actuales. El Barça debe encontrar un patrocinador para el campo. “Será para quince años y probablemente obtendremos más de 200 millones, que es la cifra mínima que queremos”.

## 2. Patrocinios regionales

El club ha abierto una oficina en Hong Kong y prevé esta-

blecerse en mercados clave, como América, para conseguir nuevos contratos de patrocinio. “Tenemos que ser más globales y llegar a más gente”, comenta Josep Maria Bartomeu. El Barça pretende impulsar así los patrocinios regionales, una vía por la que el club y una marca se asocian para un país, como sucede por ejemplo con Panasonic en Japón. Actualmente, el club negocia con Qatar Airways y se sentará con Nike para elevar sustancialmente lo que percibe por el patrocinio de la camiseta y de la equipación, respectivamente. El objetivo es aproximarse al nivel de gigantes en márketing como el Chelsea y el Manchester United, con ingresos mucho más suculentos.

## 3. Barça digital

Más allá de los socios y las peñas, el objetivo es fidelizar a los 200 millones de seguidores que tiene el club en las redes

## Bartomeu confía en que la firma que dé el nombre del futuro estadio pagará más de 200 millones de euros

sociales y rentabilizar este apego emocional por el Barça.

## 4. Deporte femenino

Potenciar la presencia profesionalizada de la mujer en disciplinas en las que ahora no está presente. Por ejemplo: balonmano, fútbol sala y rugby.

## 5. Masía 360 grados

El Barça invierte en su cantera 16 millones anuales, un 2,5% del presupuesto, y la considera la piedra angular de su éxito deportivo. El club quiere mantener esta proporción en el futuro. Además, se hará un seguimiento de la vida profesional de los jugadores, tanto los que se queden en el Barça como los que vayan a otros equi-

pos. Al acabar su etapa deportiva se les brindará una oportunidad para seguir ligados al club, como educadores, fisioterapeutas, maestros...

## 6. Barça Universitat

El futuro Espai Barça tendrá dos edificios para impartir grados o másteres en ámbitos como medicina deportiva, derecho deportivo, título de entrenador... La entidad prevé acuerdos con centros como Harvard y universidades latinoamericanas.

## 7. Fundación FCB

La fundación tiene un presupuesto de 12 millones, que subirá a 30 millones. Se busca la colaboración de las empresas en una *ganar-ganar*: las firmas vinculan su acción social con el club, y el Barça puede dar a conocerse en más países. Un ejemplo: Shell aporta tres millones para la fundación en un programa infantil en Irak.



# Secuoya negocia comprar dos canales y competir con Mediaset y Atresmedia

La compañía sumaría tres televisiones tras la licencia de TDT que le adjudicó Industria

El grupo contó con el secretario de Estado de Comunicación de Aznar entre sus consejeros

Eva Díaz / Javier Romera MADRID.

El Grupo Secuoya ha presentado una oferta a Unidad Editorial para adquirir sus dos licencias de TDT por unos 50 millones de euros. La compañía audiovisual granadina persigue así, tras la adjudicación de un nuevo canal por parte del Ministerio de Industria el pasado mes de octubre, hacerse con tres televisiones a nivel nacional para competir en el mercado con los dos grandes grupos: Mediaset y Atresmedia.

La empresa, presidida por Raúl Berdonés, pone miras altas, según fuentes cercanas a la operación, y busca romper el duopolio televisivo y publicitario marcado por las dos cadenas.

Sin embargo, la operación de compra dependería del visto bueno del Ministerio de Industria. El Gobierno de José María Aznar adjudicó en noviembre de 2000 dos canales de TDT a Veo Televisión, compañía propiedad de Unidad Editorial. La empresa, que cesó oficialmente sus emisiones en el año 2012, mantiene por el momento arrendadas sus dos licencias a Discovery Networks y a 13 TV. La decisión de venta jugaría en contra de otras compañías que han licitado para conseguir una licencia del Ejecutivo y que se quedaron fuera del reparto, como ocurrió a Prisa, Vocento o El Corte Inglés e incluso de las empresas que consiguieron una adjudicación a base de cumplir los requisitos esgrimidos en los pliegos de condiciones. Así, sería el Consejo de Ministros quien tendría que aprobar, a propuesta de Industria, la operación de compra. Hay que tener en cuenta que Secuoya es un grupo afín al PP, por lo que si éste gana las elecciones el visto bueno parece probable. Miguel Ángel Rodríguez, secretario de Estado de Comunicación con Aznar, fue consejero de la compañía hasta septiembre de 2014.

## Unedisa busca salidas

Unidad Editorial busca rentabilizar la licencia que, por el momento, mantiene arrendada a 13TV, pero que ésta abandonará aproximadamente en el mes de marzo, tras haber conseguido un nuevo canal de TDT propio en el último reparto del Gobierno de Rajoy.

Desde la compañía editora de *El Mundo* reconocen que tienen sobre la mesa la propuesta de compra de Secuoya, aunque aún no dan nada por firme. Unedisa está estudiando qué hacer con el canal tras la sali-



Raúl Berdonés, presidente del grupo Secuoya. ELECONOMISTA

## Las cuentas de Secuoya

En millones de euros



Fuente: Informa.



elEconomista

da de 13TV, mientras que mantendrá por ahora su segundo canal arrendado a Discovery Networks. "No hay nada cerrado todavía, no tenemos prisa", confirman desde Unidad Editorial.

La gestión se está llevando a cabo desde RCS MediaGroup, matriz italiana de Unedisa. Por su parte, el Grupo Secuoya prefiere no hacer comentarios. La cuantía de la operación, entre 40 millones y 50 millones, supondría un respiro en las cuentas de Unidad Editorial, que cerró 2014 con unas pérdidas de 31 millones de euros.

El grupo Secuoya obtuvo en el último ejercicio unos ingresos consolidados de 42,6 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 11 por ciento respecto a 2013 y un 61 por ciento más que en 2012. El crecimiento de la compañía ha sido, de hecho, espectacular en los últimos ejercicios.

En 2014 su resultado de explotación pasó de 1,6 a 2,3 millones de euros y el beneficio neto casi se multiplicó por cuatro, hasta 1,49 millones de euros. La empresa asegura en las últimas cuentas anuales que su objetivo de cara a los próximos

ejercicios pasa por seguir haciendo compras en los mercados internacionales, sobre todo "teniendo en cuenta que Latinoamérica y la comunidad hispana de Estados Unidos ofrecen una de las mayores perspectivas de crecimiento a nivel global" y buscar acuerdos de *joint venture* o asociación con productores locales implantados, que permitan compartir formatos y costes de gestión y distribución, generando oportunidades.

La empresa admitía ya, en este mismo sentido, en su último informe de gestión que pretendía llevar

a cabo "la adquisición o integración selectiva de negocios complementarios o que refuercen la posición estratégica del grupo".

Y es aquí precisamente donde se enmarca la adquisición de los canales de Unidad Editorial. La compañía cuenta con el fuerte respaldo financiero de la gestora de fondos N+1, que tiene el 51 por ciento de la empresa.

El grupo dio un impulso a su negocio el pasado marzo, después de que su empresa CBM se adjudicara la gestión de la cadena autonómica murciana. La externalización del ente público de esta región había sido paralizada por Hacienda, tras ser impugnado el proceso por otros aspirantes, pero once meses después de presentarse al concurso Secuoya logró luz verde.

## Nuevo canal en marcha

La compañía se plantea, según las mismas fuentes, comprar los dos canales pero respetar el contrato de alquiler que Discovery Networks mantiene con uno de ellos. La segunda licencia, sin embargo, también podría ofrecerse a Discovery bajo la intención de proyectar un canal dedicado al público femenino. De este modo Secuoya rentabilizaría ambas licencias mientras pone en marcha su nueva televisión, bautizada D10, centrada en contenidos para toda la familia.



# Premis de turisme amb gust de cinema

Josep Colomer, l'Associació de Càmpings i Jaume Subirós, guardonats en una gala que homenatja el setè art

## PREMIS G!

VILABLAREIX | DdC

■ L'empresari hotelier Josep Colomer i Trias, l'Associació de Càmpings de Girona, l'expert en turisme Raimon Martínez Fraile, el cuiner Jaume Subirós i la família Mercader van ser guardonats ahir al vespre amb els premis G! honorífics, mentre que els periodistes espanyols Arantxa Neyra i Óscar Checa, i el videobloguer italià Emiliano Bechi Gabrielli són els guanyadors del concurs de comunicació dels premis. El projecte d'estudi «El pasturisme» és el treball guanyador en la categoria de recerca i investigació Yvette Barba.

Els premis G! de turisme de les comarques de Girona, organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava de la Diputació de Girona, van arribar a la desena edició reunint més de tres-centes persones, entre autoritats, guardonats i representants del sector turístic gironí. La gala d'entrega que es va celebrar al Mas Marroch, a Vilablareix, aquest any es va convertir en un homenatge al món del cinema.

L'acte va ser presidit pel president de la Diputació de Girona i del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, Pere Vila; el conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, i l'alcalde de Vilablareix, David Mascort, i va ser conduït pels actors Rafael Faixedas i Carles Xuriguera i va comptar amb el suport de l'Ajuntament de Vilablareix i la Caixa.

Els premis G! de les comarques gironines són uns guardons de turisme que el Patronat de Turisme va crear el 2005 amb l'objectiu de reconèixer i premiar la trajectòria i la bona gestió empresarial dels professionals turístics gironins. Alhora, amb els premis de comunicació, també es vol estimular la difusió a l'exterior dels recursos i atractius turístics de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, i promoure, amb el premi de recerca, el coneixement científic d'aquesta activitat aplicada a les comarques de Girona.



1 LA GALA DELS PREMIS G! es va celebrar ahir al vespre al Mas Marroch, a Vilablareix. 2 Guardonats i públic durant l'entrega dels premis de turisme de les comarques i el Pirineu de Girona. 3 L'acte va ser presentat pels ex-Teatre de Guerrilla Rafael Faixedas i Carles Xuriguera.



## Josep Colomer i Trias

X PREMI G! JOSEP PUJOL I AULÍ A LA TASCA PROFESSIONAL

Professional del sector de l'hostalatge, en reconeixement de la seva vàlua i trajectòria professional en turisme, al capdavant de l'Hotel Trias de Palamós i de la seva vinculació amb la Cambra de Comerç de Palamós.

## Associació de Càmpings de Girona

«X PREMI G! XIQUET SABATER I EL PROJECTE EMPRESARIAL

En reconeixement de la tasca de promoció del territori i de posicionament de la Costa Brava i el Pirineu com a destinació de qualitat en els principals mercats emissors.

## Raimon Martínez Fraile

IV PREMI G! ESPECIAL JORDI COMAS I MATAMALA

A títol pòstum, en reconeixement de la seva tasca personal i professional, per haver acumulat valors com són ara la vocació de servei, la cultura de l'esforç, la dedicació al sector turístic i, també, l'estíma a la Costa Brava.

## Jaume Subirós i la família Mercader

I PREMI G! ESPECIAL JULI SOLER I LOBO

Del Motel Empordà de Figueres, en reconeixement de la seva tasca personal i professional, perquè acumulen valors com són ara la vocació de servei, la cultura de l'esforç, la dedicació i la innovació en la gastronomia del territori

## Arantxa Neyra

X PREMI G! DE COMUNICACIÓ DE LES COMARQUES GIRONINES, EN LA CATEGORIA DE MITJANS ESCRITS

Dotat amb 6.000 euros, a la periodista espanyola Arantxa Neyra pel reportatge «Cataluña. Cadaqués: Más que una cala bonita»,

publicat a la revista *IN Magazine*, i pel monogràfic sobre Catalunya de la revista *Condé Nast Traveler*, en reconeixement de la qualitat dels textos i dels continguts gràfics, i de la gran audiència assolida, que contribueix a la projecció de la Costa Brava.

## Óscar Checa

X PREMI G! DE COMUNICACIÓ DE LES COMARQUES GIRONINES, EN LA CATEGORIA DE MITJANS AUDIOVISUALS

Dotat amb 6.000 euros, a Óscar Checa per la sèrie de quatre càpsules emeses en el programa radiofònic «Escapadas», de Radio 5 de RNE, que contribueixen a difondre i projectar els valors naturals, enogastronòmics i culturals de la Costa Brava.

## Emiliano Bechi Gabrielli

IV PREMI G! DE COMUNICACIÓ DE LES COMARQUES GIRONINES, EN LA CATEGORIA DE MITJANS DIGITALS

Dotat amb 4.000 euros, al videobloguer italià Emiliano Bechi Gabrielli pel vídeo digital «In Pyrenees. The door to the Costa Brava», en reconeixement de la qualitat, la sensibilitat i la projecció, per a una audiència global, dels atractius paisatgístics, culturals, enogastronòmics i identitaris de la destinació Pirineu de Girona.

## Neus Monllor Rico

VI PREMI G! DE RECERCA YVETTE BARBAZA

Al millor treball de recerca, dotat amb 6.000 euros, a la proposta de projecte titulat «El pasturisme: un producte turístic nou per a les comarques gironines? Anàlisi de recursos i propostes de futur», de Neus Monllor Rico; una investigació que presenta la possibilitat de desenvolupar un nou producte turístic vinculat a la pastura i el turisme, el pasturisme, a les comarques gironines, motivat per la creixent tendència a oferir al turista experiències úniques, sensorials i memorables.



## 9-12 La relació entre Catalunya i Espanya protagonitza el debat

La CCMA organitza un encontre entre els caps de llista per Lleida al Congrés dels Diputats

ACN  
BARCELONA  
www.7accents.cat

La relació entre Catalunya i Espanya ha marcat bona part del debat electoral de TV3 i Catalunya Ràdio amb els caps de llista al Congrés per Lleida en les eleccions del 20-D. Mentre els candidats de Democràcia i Llibertat i ERC volen anar a Madrid per donar compliment al mandat independentista sorgit de les eleccions del 27-S, UDC advoca per recuperar el pacte fiscal, En Comú Podem per la celebració d'un referèndum pactat a Catalunya i el PSC per reformar la Constitució des d'una òptica federal amb l'objectiu de solucionar l'encaix de Catalunya a l'Estat. El candidat de Ciutadans (C's) també s'ha mostrat partidari de la via reformista i del consens per resoldre el problema territorial i el del PP ha situat la formació com a únic garant de la unitat d'Espanya. L'inici de la desconexió i l'encaix de Catalunya a Espanya han estat els principals punts de desencontre en el debat de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) que han protagonitzat els caps de llista al Congrés per Lleida de les formacions que van obtenir representació en les eleccions de 2011, a més de Ciutadans. Així, Democràcia i Llibertat ha estat representada per Toni Postius; el PSC, per Mònica Lafuente; el PP, per José Ignacio Llorens; UDC, per Miquel Pad-



Foto de família dels set candidats i la conductora del debat.  
Foto: CCMA

lla; ERC-CATSI, per Xavier Eritja; En Comú Podem, per Jaume Moya, i Ciutadans, per Óscar Uceda. Toni Postius i Xavier Eritja han deixat clar que Democràcia i Llibertat i ERC, respectivament, aniran a Madrid després del 20-D a donar compliment al mandat sorgit de les eleccions del 27-S per iniciar la desconexió d'Espanya i han reconegut que per fer-ho cal treballar també a les institucions espanyoles, de la mateixa manera que a la UE. Postius ha afirmat que en els darrers quatre anys de majoria absoluta "el PP ha anat contra Catalunya i ha ofegat l'autogove-

vern català amb l'espòli fiscal i trepitjant la llengua fins que la gent ha dit prou". Eritja ha recordat la "manca de voluntat de diàleg" del Govern espanyol després de les negatives al pacte fiscal o a la celebració d'una consulta pactada. El candidat d'UDC, Miquel Padilla, ha remarcat que la "desconexió és inviable" i s'ha mostrat partidari de recuperar la proposta d'un concert econòmic similar al del País Basc, sumat al blindatge de les competències de Catalunya, sobretot en llengua, cultura, ensenyament i dret civil. Per la seva banda, el candidat d'En Comú Podem, Jaume

Moya, ha defensat la celebració d'una consulta pactada perquè els catalans puguin decidir quina volen que sigui la relació entre Catalunya i Espanya. Per Moya, "encara no s'ha passat la pantalla del referèndum" -afirmació contradita per Postius i Eritja-, ja que "el 90% de la ciutadania dóna suport al dret a decidir", ha dit el candidat. La cap de llista del PSC al Congrés per Lleida, Mònica Lafuente, ha defensat la "tercera via" com l'única capaça de solucionar l'encaix de Catalunya a Espanya i, per això, ha exposat que la formació aposta per una reforma de la Constitució en sentit fede-

ral, que inclogui un nou model de finançament per a Catalunya, el principi d'ordinaltat, a més del blindatge de competències com ara l'educació i la llengua. Lafuente ha responsabilitzat els governs de PP i CDC de la situació actual en la relació entre Catalunya i Espanya i ha plantejat un referèndum en què sigui el conjunt del poble espanyol qui decideixi l'encaix entre ambdós. El cap de llista de Ciutadans, Óscar Uceda, ha assegurat que el procés independentista "està mort" i l'ha qualificat de "cortina de fum" per tapar la gestió de CiU i ha qüestionat a ERC i Democràcia i Llibertat que concorrin al 20-D "si ja han trencat amb Espanya". Uceda també s'ha mostrat partidari d'una via reformista per resoldre l'encaix de Catalunya a Espanya a partir del diàleg, del màxim consens i respectant la legalitat vigent, segons ha remarcat.

José Ignacio Llorens ha manifestat que "no es pot sobreposar el resultat d'unes eleccions al respecte a la llei" i ha qualificat de "gran mentida" el procés independentista, el qual "només ha servit per salvar el soldat Mas davant de la manca de la responsabilitat en la gestió del Govern de la Generalitat". Pel que fa a la reforma de la Constitució que alguns defensen, ha afirmat que "no pot servir per trencar la unitat d'Espanya" i ha deixat clar que el PP "serà l'únic garant de la defensa de la unitat i del respecte a la sobirania nacional".





# Los líderes cambian el mitin por el plató en busca de audiencias masivas

FERNANDO GAREA, Madrid  
La campaña electoral se ha trasladado a los platós televisivos, especialmente de programas de entretenimiento, y ha abandonado en gran medida los tradicionales mítines. O, al

menos, la atención ha dejado de centrarse en esos actos de exaltación y la estrategia electoral de los principales partidos se ha diseñado pensando en la televisión, según admiten responsables de las candidaturas. Se busca una

audiencia masiva a la que no se llega por otros medios y que se amplifica luego en redes sociales. Nunca antes en España una campaña había estado tan vinculada a la televisión y, sobre todo, a espacios de espectáculo.

**20-D** Mariano Rajoy abandonará hoy a media mañana la reunión del Consejo de Ministros para ir a Telecinco a grabar el programa *¡Qué tiempo tan feliz!* de María Teresa Campos, que se emitirá el sábado por la tarde. Todos los demás líderes han pasado en las últimas semanas por ese espacio, que hasta ahora era ajeno a la política. La campaña electoral del 20-D se ha trasladado a los platós, especialmente de programas de entretenimiento. Los responsables de los partidos explican que esta situación tiene que ver con múltiples factores que van desde el desarrollo de la legislatura, la proliferación de nuevos líderes, la presencia de candidatos nacidos en platós televisivos, el interés por apuntarse a una nueva forma de política y el propio funcionamiento de los medios audiovisuales.

Oscar López, miembro destacado del equipo de campaña socialista, asegura que el ascenso de nuevos partidos como Ciudadanos o Podemos tiene que ver con la crisis, pero también con la televisión. Hasta el punto de que ambos factores han hecho crecer el interés por programas políticos en la televisión y, por tanto, de acercamiento a la política. Y esto se traduce en un alto porcentaje de participación para las elecciones generales, según prevén las encuestas.

Dos de los principales candidatos, Albert Rivera y, especialmente, Pablo Iglesias han crecido en la televisión y han participado durante toda la legislatura en programas de tertulia política. Los partidos tradiciones han intentado adaptarse a esa situación y han incrementado sus intervenciones en medios, aunque con dudas iniciales. Por ejemplo, Pedro Sánchez rompió moldes al utilizar hace un año su intervención en *Sálvame* de Telecinco para superar el dato de bajo nivel de conocimiento. Y Antonio Carmona llegó a la candidatura socialista al Ayuntamiento de Madrid aupado por su omnipresencia en televisión.

El PP, durante el primer tramo de la legislatura, se negaba a participar en estos programas, según explican responsables de televisiones. Eran los tiempos del plasma y en los que el presidente del Gobierno huía de los periodistas por el garaje en el Senado. En verano, Mariano Rajoy dio un giro: pidió a sus dirigentes que salieran a explicar su gestión y situó al frente del partido a nuevos dirigentes más habituados a la televisión. Por ejemplo, Andrea Levy y Pablo Casado pasaron a ser miembros de esas tertulias catódicas. Los políticos actuaron como contertulios en



Sánchez, ayer, en el plató en el que se hace el programa de Ana Rosa Quintana, en una foto de la productora.

## La mayoría sigue la política por televisión

La televisión es el medio preferido por los españoles para seguir la campaña, según un estudio de Kantar, líder mundial en estudios de mercado, investigación y análisis. El 53,8% asegura que la sigue a través de este medio. La siguiente vía de acceso son los medios digitales e Internet para el 21,9% de los consultados. Menos de la mitad de ese porcentaje dice seguirlo por redes sociales. Ese resultado da idea de la brecha digital y

programas políticos y luego dieron el salto hacia espacios de entretenimiento.

Fuentes del equipo del PP explican que antes del verano se trazó una estrategia basada en la idea de humanizar al candidato, tras una legislatura de distancia de los ciudadanos. Se diseñaron vídeos, se multiplicaron las ocasiones para dar paseos por las calles antes y después de cada acto... Y ahora les ha venido perfecta la oleada de peticiones para programas de entretenimiento para la campaña. El propio Rajoy, tras acudir al programa de Bertin Osborne en La 1 y a *La Sexta No-*

che, estará el sábado en el de Teresa Campos en Telecinco. Sánchez suma a estos programas *El Hormiguero* de Antena 3. Y todos han pasado por el programa de Ana Rosa en Telecinco y algunos por el de Calleja en Cuatro. El socialista presume de haber ido a todas las televisiones autonómicas y hoy participará en *Las Mañanas de Cuatro* de Javier Ruiz.

Estos datos avalan la estrategia de los partidos para volcarse en la televisión por encima de otros medios, en busca de penetración en el electorado. Uno de los responsables de la campaña del PSOE explica que la presencia de Pedro Sánchez en el programa de Bertin Osborne o en el de Teresa Campos les permite llegar a un público al que no alcanzan por otros medios. En ese sector del electorado, formado sobre todo por personas de más edad, disputan un número notable de votos al PP que determina el resultado final.

che, estará el sábado en el de Teresa Campos en Telecinco. Sánchez suma a estos programas *El Hormiguero* de Antena 3. Y todos han pasado por el programa de Ana Rosa en Telecinco y algunos por el de Calleja en Cuatro. El socialista presume de haber ido a todas las televisiones autonómicas y hoy participará en *Las Mañanas de Cuatro* de Javier Ruiz.

Rajoy y Sánchez han rechazado acudir a *El Objetivo* de Ana Pastor, en La Sexta, como únicas renunciaciones que se conocen. Según los datos del PSOE, el líder socialista ha ido a 11 programas de televisión desde el día 21 de noviem-

bre. Rivera e Iglesias debatieron en un bar en *Salvados*. Todos fueron también a programas deportivos de la radio como *El Larguero* de la cadena SER, como continuidad del espectáculo audiovisual. Aparte quedan los debates, incluido el de EL PAÍS por Internet.

## Supeditado a la pantalla

Las elecciones se han planteado como una batalla casi generacional entre lo que se considera nuevo y lo que se considera viejo. En esa pugna, los expertos en comunicación hablan de nueva política, de política espectáculo y hasta de campañas pop para explicar ese esfuerzo por parecer próximos. Los mítines se mantienen, pero de forma más limitada y con agendas supeditadas a la televisión. Y, en todo caso, la campaña del 20-D quedará como la más vinculada al espectáculo televisivo de la historia democrática.

Un responsable de campaña de uno de los grandes partidos explica también que han tenido que adaptarse al funcionamiento de los medios. Por ejemplo, asegura que en las televisiones los programas los hacen diferentes productoras y que no basta con acudir a una cadena, sino que hay que atender y acudir a los de cada una de las productoras. También se ha registrado una evolución de los formatos a los que se han tenido que subir los políticos.



## elradar



La segona temporada de *Fargo* acumula tres nominacions. FX

## Netflix supera HBO i es postula com la favorita dels Globus d'Or

NÚRIA JUANICO  
BARCELONA

La preferida de la pròxima edició dels Globus d'Or no és una sèrie, sinó una plataforma de vídeos en streaming. Ahir es van fer públiques les nominacions als premis que concedeix l'Associació de Premsa Estrangera de Hollywood, i Netflix es va erigir en la productora favorita amb vuit candidatures. La HBO, que havia dominat tradicionalment els premis, va quedar per darrere amb set nominacions, una més que la cadena Starz. Amazon, en canvi, només ha pogut esgarrapar cinc candidatures.

Si bé Netflix és la plataforma que ha aconseguit aplegar més nominacions, no hi ha una única sèrie que n'acumuli més que les altres. De fet, fins a sis ficcions empaten amb tres candidatures: *Fargo*, *Transparent*, *Mr. Robot*, *Wolf hall*, *American crime* i *Outlander*. *Fargo* competeix pel Globus d'Or a millor minisèrie, un títol que ja va aconseguir l'any passat, al costat d'*American crime*, *Flesh & bone*, *Wolf hall* i *American horror story: hotel*. La ficció de Noah Hawley, de la qual dil·luns s'emetrà l'últim episodi de la segona temporada, també ha rebut la nominació a millor actriu de minisèrie per a Kirsten Dunst. La intèrpret es veurà les cares amb Sarah Hay (*Flesh & bone*), Felicity Huffman (*American crime*), Queen Latifah (*Bessie*) i Lady Gaga (*American horror story: hotel*), que en la seva primera incursió com a actriu de televisió ha aconseguit aquesta nominació. *Fargo* també competirà pel Globus d'Or a millor actor de minisèrie per a Patrick Wilson, que s'enfrontarà a Oscar Isaac (*Show me a hero*), David Oyelowo (*Nightingale*), Idris Elba (*Luther*) i Mark Rylance (*Wolf hall*).

Quatre novetats han aconseguit escalar fins al cim de les tres nominacions. Dues d'aquestes són *Mr. Robot* i *Outlander*, que aspiren al Globus d'Or a millor sèrie dramàtica al costat de *Narcos* i *Joc de trons*. *Mr. Robot* també coincideix amb *Narcos* en la candidatura de millor actor de sèrie dramàtica. La primera ficció hi és present a través de l'intèrpret Rami Malek, mentre que la segona sèrie és candidata per la interpretació de Wagner Moura. En aquesta categoria repeteix Jon Hamm, que

encarna el protagonista de *Mad men*. Els actors Bob Odenkirk (*Better call Saul*) i Liev Schreiber (*Ray Donovan*) completen la llista de nominats en aquesta categoria. Pel que fa al premi a millors actrius de drama, les candidates són Caitriona Balfe (*Outlander*), Viola Davis (*How to get away with murder*), Eva Green (*Penny dreadful*), Robin Wright (*House of cards*) i Taraji P. Henson (*Empire*).

*Transparent* és l'única sèrie amb tres nominacions que ocupa les categories de comèdia. La ficció de Jill Soloway haurà de defensar la seva segona temporada per endur-se el Globus d'Or a millor comèdia, al qual també opten *Mozart in the jungle*, *Orange is the new black*, *Casual*, *Silicon Valley* i *Veep*. El protagonista de *Transparent*, Jeffrey Tambor, lluitarà pel premi a millor actor de comèdia amb Aziz Ansari (*Master of none*), Gael

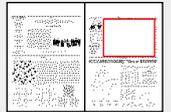
García Bernal (*Mozart in the jungle*), Rob Lowe (*The grinder*) i Patrick Stewart (*Blunt talk*). Finalment, les novetats del 2015

també s'han fet un lloc en la categoria de millor actriu de comèdia. Rachel Bloom (*Crazy ex-girlfriend*), Jamie Lee Curtis (*Scream queens*) i Lilly Tomlin (*Grace and Frankie*) són les tres intèrprets de noves ficcions que ocupen aquesta categoria. Les actrius s'enfrontaran a Julia Louis-Dreyfus, que ha estat nominada quatre vegades pel seu paper a *Veep*, i Gina Rodriguez, que l'any passat va guanyar el premi per *Jane the virgin*. La cerimònia d'entrega dels Globus d'Or es farà el 10 de gener.

**Cinema**  
Consulteu totes les nominacions cinematogràfiques als Globus d'Or a la pàgina 36 de la secció de Cultura



*American crime* és candidata a tres Globus d'Or. ABC



**críticatv**

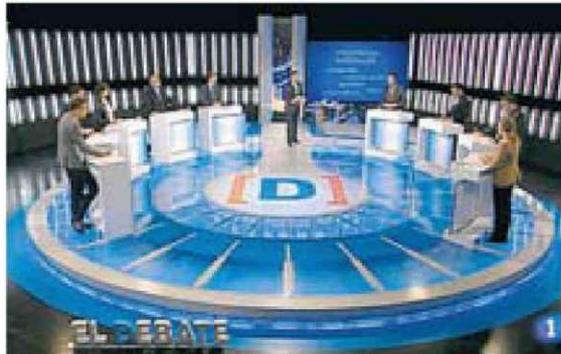
MÓNICA PLANAS - PERIODISTA

## Suspícies al debat de TVE

**D**imecres a la nit un problema tècnic a TVE es va convertir en focus de sospites i desconfiances durant el debat electoral. Un debat a nou, per cert, on alguns dels líders dels principals partits en disputa per la presidència van optar per enviar-hi representants alternatius. Quan Antonio Hernando, del PSOE, intervenia per parlar de Bàrcenas, una fallada en el senyal televisiu va anul·lar la veu del polític. Els retrets al PP per la seva corrupció interna van quedar parcialment ocults, enmig d'un missatge que va resultar incomprensible. La cadena pública ja s'ha disculpat i ha explicat l'origen d'aquest inoportú (i sospitos) sotrac tècnic. De fet, TVE ha explicat que disposa d'una versió amb so de l'instant, perquè l'error no era del micròfon sinó de l'enviament del senyal televisiu des dels estudis de Villaviciosa de Odón a Torresspaña.

Segurament tot plegat és fruit de la mala sort. Però el problema és fins a quin punt TVE ja no té cap mena de crèdit per als ciutadans. Qualsevol problema és interpretat com una suspicàcia i les errades són percebudes com clars intents de ma-

nipulació. La tele pública a Espanya ha acabat organitzant un debat que no ha tingut el prestigi ni la repercussió del d'Antena 3 i La Sexta. Els mateixos líders, que s'arrosseguen per qualsevol programa que els reclami, ni tan sols hi han anat. Delegant la tasca en els seus segons també han fet que fos de segona categoria. A



més, la Junta Electoral Central va fixar l'horari d'emissió del debat. Entre uns i altres s'estan carregant la salut democràtica del país. S'han intercanviat els principis més elementals de la relació entre mitjans de comunicació i poder. Els mitjans haurien de ser els que exerceixen un mecanisme de control de la democràcia.

En canvi, Espanya és l'únic país europeu on el poder (la Junta Electoral Central) exerceix un abús dels mitjans públics portant-los a situacions ridícules: blocs electorals en comptes de criteris periodístics, compensacions d'emissió de la propaganda i hora d'emissió dels espais d'informació política.

És un peix que es mossega la cua. Si bé tots els mitjans intenten fer servei públic, és cert que els únics a qui podem exigir responsabilitats són els que paguem entre tots. I, paradoxalment, són els que acaben més maltractats i amb interferències i abusos de poder. Per aquest motiu, la societat en desconfia encara que sigui per un petit detall. Perquè per tradició és un país que no ha assimilat quines són les diferències entre informació política i propaganda.

### Descrèdit

**Les errades de la televisió pública espanyola són vistes com una manipulació**



**A**l poder no li agrada debatre, però als candidats no els queda més remei que haver-se d'enfrontar amb els seus desiguals, que aquí rau l'atractiu de la qüestió. Des que al 1960 a Chicago, un **Kennedy** tranquil, que s'havia preparat molt bé la intervenció, va guanyar aquell **Nixon** cansat, mal afaitat i un punt espès, i va caggar el resultat electoral per 100.000 vots de res però suficients, a cada contesa electoral diem que els debats modifiquen poc la intenció de vot ja presa per la majoria d'electors, però sovint aquest poc acaba sent molt decisiu. És per això que els candidats hi van, se'ls preparen i intenten guanyar-los. Debats televisius i radiofònics on l'espectacle juga un paper fon-

## Al contraatac

**Silvia Còppulo**

### Els debats i la gent



mental, i debats a la premsa escrita, com el que EL PERIÓDICO ha organitzat aquesta setmana al CCCB amb un valor que l'enriqueix: els lectors podien preguntar als seus *representants*. En altres ocasions, el diari també organitza trobades de lectors que entrevisten directament els mandataris. És magnífic que hi hagi aquestes oportunitats, però alhora en ple 2015 continua sent extraordinari i no ho hauria de ser. En l'època en que tothom té accés a fer sentir la seva veu, crear estats d'opinió i comunitats vives a través de les xarxes, continua no sent gens senzill que els polítics acceptin escoltar les preguntes que amb to crític els fan els que anomenem «la gent». Gent que pot ser imprecisa en el plantejament, pot no disposar de les grans dades

macroeconòmiques, ni saber col·locar una metàfora rebuscada per no dir les coses pel seu nom, però que sap del que parla perquè li toca de ple la seva vida.

#### Paradoxes

En els últims temps visc una paradoxa. Als anys 80, cada dia de cada dia a la ràdio situàvem els mandataris sota la lupa i el qüestionament de la població, que directament a través del telèfon s'hi adreçava lliurement. Tinc ben present per exemple el *Fil Directe* que feiem a Catalunya Ràdio. Era feina dels equips mirar d'ordenar una mica les intervencions per escoltar bones preguntes que acostessin la realitat dels oients a la torre d'ivori dels mandataris.

Fent-ho cada dia, aquest exercici esdevenia *ordinari* en aquells primers anys de reinstauració de la democràcia.

Poc temps després, amb la plàcida que atorga enfonsar-se en els seients del poder, es va prescindir de la gent. Els polítics sortien poc dels seus despatxos i *concedien* entrevistes només a periodistes ben triats. Han hagut de passar molts anys, una crisi econòmica salvatge, que ha comportat també una nova implicació de la ciutadania en la política, i una revolució tecnològica inimaginable llavors, perquè representants i representats es tornin a veure les cares, s'hagin d'escoltar una mica i es parlin de tu a tu. Animem aquestes iniciatives. Reclamem-les. Són *extraordinàries*. =

 MITJANS

## Creada la comissió que ha de dissenyar la nova Radiotelevisió Valenciana

**SALVADOR ENGUIX**  
València

La maquinària institucional per dissenyar la que ha de ser la nova Radiotelevisió Valenciana es va posar en marxa ahir. Es tracta de la comissió parlamentària de les Corts Valencianes, la mateixa

que ha de guiar els treballs dels grups polítics i dels experts per configurar el nou ens públic. La comissió la presideix un diputat de Podem, Marc Pallarés, i l'objectiu és que, abans que acabi el 2016, els valencians tinguin una nova RTVV.

“L'objectiu d'aquesta comissió

és aconseguir que cap valencià no torni a sentir vergonya per una radiotelevisió pública”, va anunciar ahir Pallarés.

A partir de dilluns vinent, la comissió començarà a treballar, i es pretén crear un nou servei públic que no pateixi la terrible manipulació política a què va ser sotmès

Canal 9, especialment durant els anys del PP. “El fet que es tanqués RTVV permet començar de zero i definir un nou model plural, democràtic, en qui tota la ciutadania es vegi reflectida”, segons aquest diputat.

La comissió parlamentària haurà d'escollir i buscar el consens entre les diverses propostes que s'han realitzat per a la nova Radiotelevisió Valenciana. Des d'aquelles que pretenen crear un ens a tall de continuïtat de l'anterior que va ser tancat pel PP fa dos anys, fins a d'altres de més in-

novadores que busquen iniciar un nou projecte adaptat al nou paradigma digital.

Es persegueix també el consens de tots els grups polítics en les Corts: PSPV-PSOE, PP, Ciutadans, Compromís i Podem. De tots, el més crític amb la futura nova RTVV que es pretén dissenyar ha estat Ciutadans.

La creació de la nova Radiotelevisió Valenciana és una de les grans promeses electorals i de les apostes estratègiques més importants del president valencià, el socialista Ximo Puig. ●



**Análisis**

La **desigual**  
adaptación a la  
transformación  
digital P5



**TECNOLOGIA/** LOS CAMBIOS PROVOCADOS POR EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN NO SE ESTAN EXPERIMENTANDO DE MANERA UNIFORME EN LOS DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS.

# La desigual adaptación a la transformación digital

ANÁLISIS

por Eric Galián

La transformación digital de las organizaciones no se está dando de manera homogénea, sino que cada sector económico está llevando a cabo este cambio de manera distinta. Sectores como el de los medios de comunicación, las cadenas de televisión o las empresas hoteleras han tenido que forzar la marcha para adaptarse rápidamente a los cambios que se han producido en sus propios modelos de negocio. En el caso del sector hotelero: hasta hace pocos años la intermediación de las reservas estaba en manos de unos pocos touroperadores. Hoy en día, cerca del 70% del total se producen a través de la plataforma digital Booking.com, según señaló ayer Genís Roca, socio fundador de la consultora tecnológica Roca-Salvatella, durante la presentación del informe *Transformación digital del negocio*, elaborado por la Asociación Española de Directivos (AED) y la Associació Catalana d'Empreses Consultores (Acce).



Genís Roca, fundador de RocaSalvatella.

“Muchas industrias están sufriendo por el cambio tecnológico”, remarcó Roca. Aún así, el consultor alertó a sectores como el bancario o el asegurador para que se adapten de manera progresiva al mundo digital antes de que éste aterrice de manera definitiva en esos negocios.

Otros sectores, como por ejemplo el de las gasolineras, todavía están lejos de iniciar este proceso de cambio.

“Uno de los problemas de España es que la mayoría de las empresas son pymes y las herramientas digitales requieren de grandes estructuras”, indicó Roca. Por ello, el consultor reivindicó la gestión empresarial como garantía para determinar las implicaciones y efectos de los cambios digitales en los procesos productivos. Según Roca, este elemento será la última etapa de la digitalización de las compañías, que previamente han pasado por una fase de adopción de tecnología y por otra etapa, que ha durado los últimos cinco años, donde se ha primado la comunicación y el marketing.

Aún así, en muchas ocasiones el camino para adoptar la digitalización no es siempre evidente. Hay que tener en cuenta que el 73% de los directivos consultados en el informe de AED están de acuerdo en seguir una estrategia digital, pero sólo el 14% de ellos tiene claro la hoja de ruta a seguir. Por ello, Roca aconseja la colaboración entre compañías y la creación de redes de contactos.



**OBITUARIO** ■ EL FUNERAL SERÁ MAÑANA A LAS 11H

## Fallece Josep Gual, hijo predilecto de Torredembarra

■ Josep Gual Gallofré, hijo predilecto de Torredembarra desde el año 2010, exconcejal y exjuez de paz, murió ayer a los 89 años. Nacido en la Torre el 5 de enero de 1926, dedicó muchos años de su vida a la historia local, a la docencia como maestro industrial, a la lengua catalana, a la literatura y a la colaboración con li-

bro, revistas y otros medios de comunicación. Fue director de los 50 primeros números de la revista cultural La Sínia y en 2002 recibió el Reconeixement del Premi de Periodisme Mañé i Flaquer, que organiza el Patronat Municipal de Cultura. El funeral será mañana a las 11 horas en la iglesia de Sant Pere Apòstol.



## El jefe de la televisión de Cospedal gastó 133.000 euros con la visa oficial

FERNANDO J. PÉREZ, **Madrid**  
Ignacio Villa, director de Radio Televisión Castilla-La Mancha durante la presidencia de la popular Dolores Cospedal, gastó un total de 133.818 euros en cuatro años con las dos visas oro que le entregó el ente público para gastos de representación, y que no pudieron ser fiscalizadas por la oposición durante su mandato. La mayoría de los cargos efectuados por Villa entre agosto de 2011 y julio de 2015, un 92% del total, corresponden a establecimientos de hostelería, muchos de ellos hoteles y restaurantes de lujo.

Villa defiende que se trata de "gastos totalmente justificados y contenidos". Según el extracto de los movimientos de las tarjetas, al que ha tenido acceso EL PAÍS, sacó 2.570 euros en efectivo en 33 retiradas de cajeros automáticos. Los gastos, con una media de 2.852 euros mensuales, abarcan todos los meses del año. Además, Villa gastó 32.954 euros en fines de semana.



## ATRESERIES

# El nou canal d'Atresmedia, per Nadal

Atreseries, el nou canal d'Atresmedia, que aquest grup audiovisual dedicarà majoritàriament a programar sèries de ficció, arribarà per Nadal, en concret, el 22 de desembre, segons ha anunciat l'empresa del Grupo Planeta. El que encara no s'ha especificat és amb quina programació començarà el seu camí. ≡



## **Andreu Manresa, nou director general d'IB3**

**Set mesos després de les eleccions autonòmiques, el Govern de les Balears ha materialitzat el relleu a IB3. Després de modificar la llei de ràdio i televisió pública, el Parlament va nomenar dimecres al periodista Andreu Manresa com a màxim responsable. El nou director va assegurar que a partir d'ara els càrrecs ocupats en l'ens públic seran "professionals, no polítics, ni de quotes de poder o d'amistats." / David Gilabert**