



RECULL DE PREMSA

04/07/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

47



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/14	EL COL·LEGI DE PERIODISTES RECLAMA MITJANS DE COMUNICACIÓ PÚBLICS I PRIVATS FORTS / REGIO 7	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/14	RÉCORD HISTÓRICO DE AUDIENCIA DEL GRUPO COPE SEGÚN EL EGM / ABC (EDICION NACIONAL)	9	1
04/07/14	Rafael Martínez Simancas (19612014). Enseñaba la verdadera inteligencia / ABC (EDICION CATALUÑA)	10	1
04/07/14	RAC1 TANCA TEMPORADA AMB RÈCORD HISTÒRIC / ARA	11	1
04/07/14	RAC1 BAT UN ALTRE RÈCORD / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	12	1
04/07/14	LA SER, LÍDER, PERÒ MENYS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	13	1
04/07/14	LA RAZÓN, ÚNICO PERIÓDICO NACIONAL QUE LOGRA UN ASCENSO DE LECTORES EN 2014 / LA RAZON	14	1
04/07/14	'LA VANGUARDIA' AMPLIA EL LIDERATGE CATALÀ IESREFERMA COM ATERCER DIARI D'ESPANYA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	15	1
04/07/14	EL MUNDO DOBLA EN LECTORES A 'ABC' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
04/07/14	ONDA CERO TERMINA LA TEMPORADA CON SUBIDA DE AUDIENCIA / LA RAZON	17	1
04/07/14	LA CADENA SER MANTIENE EL LIDERAZGO DE TODOS SUS PROGRAMAS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	18	1
04/07/14	PERIODISTA TOTAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	19	1
04/07/14	PERIODISTA, UN OFICIO EN REVISIÓN EL MUNDO DEBATE SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR Y LOS RETOS INMEDIATOS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	20	1
04/07/14	EL PUNT AVUI: 151.000 LECTOR / EL PUNT AVUI	21	1
04/07/14	¿PODEMOS SER PERIODISTAS?, POR JUAN CRUZ / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	22	1
04/07/14	JUICIO SUMARIO DE TV3 A SOCIEDAD CIVIL CATALANA / LA RAZON	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/14	EL PAÍS ES SEGUIDO POR 1.685.000 LECTORES CADA DÍA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	24	1
04/07/14	SEGRE, NÚMERO 1 AMB 96.000 LECTORS / SEGRE	25	1
04/07/14	JOSÉ RAMÓN DÍEZ DEFENSA QUE TVE TINGUI PUBLICITAT / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	26	1
04/07/14	DEBATE RÍGIDO CON 99 INVITADOS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	27	1
04/07/14	HEROI DEL 'SÓTANO OCTAVO' RAFAEL MARTÍNEZ SIMANCAS (1961-2014) PERIODISTA I ESCRIPTOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	28	1
04/07/14	ESTUDIA UNA QUEJA ANTE EL CAC Y EL SÍNDIC SOCIEDAD CIVIL DENUNCIA LOS GRAVES INSULTOS SUFRIDOS EN TV3 / ABC (EDICION CATALUÑA)	29	1
04/07/14	LAVANGUARDIA.COM, EL WEB MÉS VISITAT A CATALUNYA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	30	1
04/07/14	TRAIEU LES GRAPES DE LA TELE! / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	31	1
04/07/14	CATALUNYA RÀDIO I EL 33 APOSTEN PER DONAR VISIBILITAT A LES DONES / EL PUNT AVUI	32	1
03/07/14	ALUMNES DE L'INSTITUT LA GARROTXA GUANYEN EL PRIMER PREMI DEL CONSELL AUDIOVISUAL DE CATALUNYA / LA COMARCA D' OLOT	33	1
04/07/14	EL OBJETIVO DEL NUEVO DIRECTOR DE TVE ES RECUPERAR AUDIENCIA / EL ECONOMISTA	34	1
04/07/14	EL GRUPO PRISA APUESTA POR LA INNOVACIÓN Y LANZA UN PROGRAMA DE APOYO PARA 'START-UPS' / CINCO DIAS	35	1
04/07/14	EL PERIODISTA MANU CARREÑO Y LA CADENA SER SE DIVORCIAN / ABC (EDICION NACIONAL)	36	1
04/07/14	8TV CONTINUA GUANYANT AUDIÈNCIA AL JUNY / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	37	1
04/07/14	UNIDAD EDITORIAL, GRUPO LÍDER / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	38	1
04/07/14	ONDA CERO, ÚNICA RADIO QUE CRECE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	39	1
04/07/14	HISTÒRIES DE LA RÀDIO / EL PUNT AVUI	40	1
04/07/14	PABLO IGLESIAS PROPONE REGULAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN / DIARI DE TARRAGONA	41	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/14	DÍEZ: «TVE ESTÀ SUBJECTA A DECISIONS POLÍTIQUES» / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	42	1
04/07/14	45.000 FIRMES PER UNS MITJANS PÚBLICS / EL PUNT AVUI	43	1
04/07/14	EL PERIODISTA ÁNGEL EXPÓSITO PRESENTARÀ EL PROGRAMA MATINAL DE LA CADENA COPE / ARA	44	1
04/07/14	UN 'PRIME TIME' MÁS RACIONAL / CINCO DIAS	45	1
04/07/14	FRÀGIL ACORD ENTRE MEDIASET I TELEFÓNICA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	46	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



El Col·legi de Periodistes reclama mitjans de comunicació públics i privats forts

► El vicedegà de l'entitat va comparèixer ahir davant la comissió d'Afers Institucionals del Parlament de Catalunya

REDACCIÓ | MANRESA

■ El vicedegà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Marc Vidal, va comparèixer ahir davant la comissió d'Afers Institucionals del Parlament de Catalunya en relació amb la tramitació del Projecte de llei pel qual es modifiquen diverses lleis en matèria audiovisual i de publicitat institucional per afavorir la transparència i la sostenibilitat del sector de la comunicació, i la Proposició de llei de modificació de la Llei 2/2012, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual.

Vidal va remarcar que «ara és més important que mai enfortir el periodisme –la independència dels professionals i, per tant, les condicions que tenen per dur a terme la seva feina– com a garantia d'una democràcia de qualitat». El vicedegà va recordar el rebuig del Col·legi de Periodistes al sistema de blocs electorals, que «són una anomalia europea», i va destacar la tasca feta per la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació, una iniciativa inèdita i impulsada, entre d'altres, pel Col·legi de Periodistes que aplega govern, organitzacions professionals, universitats, sindicats, patronals i altres sectors implicats en el sector de la comunicació amb l'objectiu de sumar esforços davant la crisi.

El Col·legi de Periodistes considera positiu que s'hagi constituït aquesta

ponència i que se l'hagi convidat a participar-hi, ja que es tracta de modificacions «fonamentals per a l'espai de comunicació català».

El Col·legi també veu de bon ull que la voluntat expressada pel projecte que presenta el Govern sigui la de reforçar els mitjans de comunicació públics impulsant-ne la plena desgovernamentalització i garantir la plena autonomia de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per assegurar la seva independència, neutralitat i objectivitat. El Col·legi va defensar que l'elecció dels membres del consell de govern de la CCMA i del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) sigui per mecanismes que garanteixin la pluralitat i la independència política més que no pas una designació per simple majoria.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Récord histórico de audiencia del Grupo COPE según el EGM

► Más de cinco millones de oyentes escuchan cada día sus emisoras, como corroboran los datos de la segunda oleada del Estudio General de Medios

ABC
MADRID

El Grupo COPE ha conseguido los mejores resultados de su historia, según los datos correspondientes a la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM). Más de cinco millones de oyentes, un total de 5.037.000, sintonizan cada día alguna de sus emisoras, lo que supone un incremento de 761.000 respecto a la misma oleada de 2013. La cadena COPE, por otro lado, es la única generalista que aumenta de audiencia en el último año, con el respaldo diario de casi dos millones de personas.

«La Linterna», con Juan Pablo Colmenarejo, se destaca como el único informativo nocturno de la radio que incrementa su audiencia en España. Se mantiene además como el segundo informativo con más seguidores y aumenta la distancia con su inmediato perseguidor. Lo escuchan a diario 723.000 personas, lo que supone una subida del 45% respecto a 2013.

El programa «La Mañana» mantiene la confianza de más de un millón de personas que lo sintonizan cada día, mientras que «La Tarde», con Ramón García, alcanza los 377.000 oyentes, con un aumento del 38% frente al dato de 2013. El incremento de «Mediodía COPE», con Ángel Expósito, es del 27%; lo escuchan a diario 133.000 oyentes.

Entre los programas deportivos, «El Partido de las 12», con Joseba Larrañaga, José Luis Corrochano, Manolo Lama y Paco González, continúa la línea ascendente y consigue una audiencia diaria de 512.000 personas, después de un crecimiento del 22% respecto al último dato del EGM. Los fines de semana, «Tiempo de Juego», con Paco González, Pepe Domingo Castaño y Manolo Lama, lo escuchan 1.115.000 personas y también crece de forma significativa respecto a la misma ola del año anterior.

Dentro de la programación religiosa, «La Linterna de la Iglesia», presentada por José Luis Restán, es escuchada



RELEVO

Ángel Expósito conducirá «La Mañana»

«La Mañana» de la cadena COPE ya tiene nuevo presentador. La cadena radiofónica ha elegido al periodista Ángel Expósito para dirigir y presentar el espacio de lunes a viernes, de 6.00 a 10.00 horas, a partir de la próxima temporada. El sustituto de Ernesto Sáenz de Buruaga dirigía el informativo «Mediodía» en la misma emisora, y ha ampliado ahora su contrato, por lo que permanecerá ligado a Radio Popular durante las tres próximas temporadas.

Con 50 años, Expósito tiene amplia experiencia en radio, prensa escrita y televisión. Ha sido director de ABC, de la agencia Europa Press, y de los informativos en La 10 TV. También ha colaborado en TVE, Telecinco, Antena 3, Telemadrid, Canal Nou y 13TV. En radio, presentó el informativo «Mediodía» en ABC Punto Radio, fue el responsable de los resúmenes de prensa en COPE y ha colaborado en los programas «La Brújula» y «Herrera en la Onda», en Onda Cero.



ISABEL B. PERMUY



Éxito colectivo

Juan Pablo Colmenarejo dirige el único informativo nocturno que sube. Paco González en los deportes y José Luis Restán en los espacios religiosos también mejoran

da por 286.000 personas, con un incremento del 13%. «El Espejo», por su parte, obtiene el respaldo de 126.000 oyentes diarios.

Los sábados y domingos, «Fin de Semana», que presenta Cristina López Schlichting, mantiene la fidelidad de 511.000 oyentes. «Agropopular», con César Lumberas, ha crecido de forma

espectacular con respecto a la misma ola de 2013. Tiene 612.000 seguidores cada sábado y duplica el número de oyentes, con una subida del 106%.

Cadenas musicales

La mejora en este apartado ha sido espectacular esta temporada. Cadena 100, Rock FM y MegaStar son las únicas emisoras musicales que crecen. Los programas despertador de las tres radiofórmulas aumentan, frente a la caída del resto.

Cadena 100 bate su récord después de ganar 135.000 oyentes y ya es la emisora musical de 1.932.000 personas. El programa matinal «¡Buenos días, Javi y Mar!» es seguido por 1.164.000 personas. Rock FM, fenómeno radiofónico de la última década en España, ha crecido en más de 200.000 oyentes, un incremento del 29%, hasta llegar a 908.000 personas. Por último, MegaStar FM ha conseguido en solo nueve meses superar los 246.000 oyentes.

Grupo

El conjunto de emisoras se consolida como el segundo de España, con una subida de 761.000 oyentes

Cadena

La COPE es la única radio generalista que mejora su audiencia este curso, con casi dos millones diarios



Rafael Martínez Simancas (1961-2014)

Enseñaba la verdadera inteligencia

► Fue el último director de «¡Qué!», diario que dinamizó y cambió con inteligencia cuando ya había poco que hacer

Conocí a Rafael Martínez Simancas en la redacción de la cadena COPE, en 1990. Los dos veníamos de la radio pública, habíamos pasado por Radiocadena Española y Radio Nacional de España. Tuvimos en aquellas radios arrancadas espectaculares y terminamos con inmejorables fracasos de los que, sin conocernos todavía, decidimos salir con la cabeza bien alta. Caímos en el equipo de Javier González Ferrari, que dirigía el programa «Un día en España», uno de los mejores informativos-tertulia de la historia de la radio. Veníamos, pues, de sitios destacados, y aterrizamos en una redacción más joven aún que nosotros y donde la mayoría estaba empezando. Enseguida nos dimos cuenta de que hacía falta una buena cura de humildad y empezar de cero. Y eso hicimos. Y fuimos felices, o muy felices así, lo cual no deja de ser extraordinario en un mundo en el que el trabajo era y es un bien escaso y, cuando se tiene, una maldición. Aquel tiempo fue fácil porque Rafa me enseñó lo que es la verdadera inteligencia, la que consiste en reírse de verdad cuando el mundo muestra su cara de mentira. Así hasta que el linfoma ganó la batalla después de tres años de lucha ejemplar. «Nada de una terrible enfermedad, Félix, un cáncer; al enemigo hay que llamarlo por su nombre porque corro el riesgo de no reconocerlo y de no poder luchar».

Pero estábamos en la COPE, en la COPE de Onega, Rico, Antonio Jiménez, Luis del Olmo, J.J. Barriga, J.J. Iriarte, Alfonso Nasarre, Alberto M. Arias, Encarna... Palabras mayores, oigan. En una mesa rectangular enorme nos sentaron. Y allí, en aquella destartada mesa de redacción comenzó una gran amistad que se sustentó siempre en la forma de llamarnos: él era mi «brother», yo el suyo. Frente a una vieja máquina de escribir Olivetti, a la que le faltaban las teclas «a», «p» y «t», hicimos los guiones más surrealistas que uno pudiera imaginar. Las noticias más incompletas e ilegibles de la radio española. Cuando se las llevábamos a Ferrari decía que así no se podía



Rafael Martínez Simancas nació en Rute, Córdoba, el 6 de agosto de 1961 y ha muerto en Madrid el 3 de julio de 2014. Fue un periodista que sentía devoción por la radio en la que trabajó en Radio Cadena Española, Radio Nacional, SER, COPE, Onda Cero y Punto Radio. Además fue director del diario «¡Qué!» y colaborador de ABC.

que yo ahora escribo sobre él. Ya ve, amigo lector, la vida es así de aspera.

Tengo la seguridad de que se ha ido sabiendo que la muerte no es el final. Desde ahí Rafa tiene más futuro que pasado, y a esa manera de verlo me agarro con urgencia, vehemencia y verdadera necesidad. ¡Qué pobre memoria es aquella que sólo funciona hacia atrás! dice Lewis Carroll. Simpatizante del Atlético y del Estudiantes, quizá su afición a estos dos clubes explique la intensidad con que quiso a sus amigos, a los que defendió del infundio y el comentario de los canallas aunque estos tuvieran alguna razón. Escribió novelas, ensayos y hasta una biografía de Julio Anguita, al que admiraba por su coherencia. El último libro, «Sótano Octavo» (Ediciones B) lo empezó nada más conocer que tenía un linfoma. Escribió conocedor de su enfermedad, y ahí están escritas con fino humor y sinceridad páginas que ayudarán a otros enfermos en su lucha contra su mal. Ahí queda para aquellos que busquen el mejor remedio contra el cáncer: palabras que hacen reír, amor escrito en palabras a sabiendas de que con la enfermedad y sin ella la vida termina siempre en la muerte. Tengo la edad que tenía Rafa, y por lo tanto queda atrás ese tiempo en el que eran siempre otros los que se morían. Sí, el tiempo además de escaso es cruel. Ya no son otros, de un tiempo a esta parte son los míos.

En estos últimos días, cada vez que le mandaba un *whatsapp* leía la frase que había colocado para explicar su estado: «Lo que no se da se pierde». Era de Vicente Ferrer. Hermosa advertencia a sus amigos que me anima a escribir lo que siento: que Rafa está vivo. Y así será en el recuerdo de su madre, doña María Victoria; Lidón, su mujer; Víctor y Lidón, sus pequeños hijos; Julián y Concha, sus hermanos. A ellos les digo que para los que creemos firmemente que la muerte no es el final, Rafa seguirá vivo en nuestras memorias. Y nosotros en la suya. ¿O no, «Brother»?

FÉLIX MADERO

trabajar, que pidiéramos una máquina nueva. «Ya la pedimos, pero no llega», decía Rafa. Y entonces Javier sonreía mirándonos por encima de sus gafas mientras pensaba que era un verdadero milagro que pudiéramos escribir noticias con ese trasto.

Volvimos a coincidir en Onda Cero, «La radio de Julia», donde como guionista dejó su impronta, su gran imaginación, cultura y formidable sentido del humor. Y luego en Punto Radio, en «Protagonistas», en «De Costa a Costa». Un río de nombres, entradas y salidas al mismo sitio donde tejimos la historia de una amistad. Fue el último director del diario «¡Qué!» de Voce, un periódico que dinamizó y cambió con verdadera inteligencia cuando ya había poco que hacer. Nos quisimos. Nos sentimos bien

estando juntos, comiendo en Salvador, restaurante castizo en el que era la criatura mimada por el gran Pepe Blázquez, fallecido hace unas semanas y al que Rafa puso en ABC una letra en el mismo sitio en el

El cáncer
«Al enemigo hay que llamarlo por su nombre porque corro el riesgo de no reconocerlo»

Su bonhomía
Simpatizante del Atlético y del Estudiantes, quizá su afición a estos dos clubes explique la intensidad con que quiso a sus amigos



RAC1 tanca temporada amb rècord històric

Catalunya Ràdio també puja i escurça distàncies

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

RAC1 encara no ha trobat el seu sostre: l'emissora del Grupo Godó rep el seu millor EGM-Baròmetre històric, que li atorga 769.000 oients diaris, 3.000 més que en l'anterior onada. Catalunya Ràdio, per la seva banda, millora resultats en 47.000 nous seguidors i ja en suma 578.000. La suma de les dues emissores -1.347.000 oients- certifica el domini inapel·lable de la ràdio en català. La SER és tercera, amb 387.000 oients, seguida d'Onda Cero (178.000), Cadena Cope (142.000), Radio Marca (115.000), RNE-1 (101.000) i ONA FM (27.000).

Per programes, Jordi Basté encadena la tercera temporada consecutiva fent que el seu *El món a RAC1* sigui el més escoltat a Catalunya, amb 542.000 oients: una xifra pràcticament idèntica a la de les dues onades anteriors i que millora en 47.000 seguidors la marca de fa un any. Mònica Terribas creix encara amb més intensitat respecte a fa un any: suma 69.000 oients respecte a l'últim registre deixat per Manel Fuentes i s'enfila fins als 473.000 seguidors, la tercera millor marca en la història del programa. Mentrestant, Pepa Bueno i Gemma Nierga tanquen temporada de l'*Hoy por hoy* a la cadena SER amb 246.000 seguidors diaris.

En tot cas, RAC1 lidera de les sis del matí a les nou del vespre. I la ma-

joria de programes de l'emissora milloren el registre respecte del final de temporada anterior. Una de les poques excepcions és *La competència*, tot i que la caiguda és mínima, només 1.000 oients (fins als 196.000) per a un dels espais que són vaixell insígnia de l'emissora. Entre els creixements, destaca el cas del *Versió RAC1* de Toni Clapés que puja dels 202.000 als 217.000. I, els caps de setmana, destaca l'augment de *Via lliure* els dissabtes, que passa de 183.000 a 233.000 oients.

A Catalunya Ràdio, pugen *La tribu*, *El club de mitjanit* i l'edició dels dissabtes del *Tot gira*, a banda dels informatius tant del migdia com del vespre. També millora Silvia Còppulo amb *El suplement*, especialment els diumenges, en què puja dels 231.000 als 299.000 seguidors. Però a l'emissora baixen, en canvi, *Els optimistes*, *L'oracle* i *El Café de la República*. El programa sobre sexualitat presentat per Maria de la Pau Janer *Les mil i una nits* marca 28.000 oients, un registre inferior al que, un any enrere, aconseguia en aquella franja la segona hora d'*El Café de la República*.

En l'àmbit espanyol, la SER revaleta una onada més el seu lideratge, amb 4.566.000 oients, a una distància considerable d'Onda Cero, segona en el rànquing amb 2.714.000 seguidors. La COPE és tercera -en perd 21.000 per quedar-se en 1.951.000-, seguida de RNE i els seus 1.213.000 oients (104.000 menys que a l'abril).



Matinals
Basté tanca el tercer any com a líder i Terribas millora resultats

Llengua
El català domina a la ràdio gràcies a RAC1 i Catalunya Ràdio

Espanya
La SER lidera amb 4,5 milions d'oients; Onda Cero en té 2,7 milions



Jordi Basté segueix com a líder dels matins amb *El món a RAC1* i encadena tres anys com el més escoltat. FRANCESC MELCÓN

EVOLUCIÓ DELS PROGRAMES

AUDIÈNCIA DELS PROGRAMES DE RAC1

	JULIOL 2014	JULIOL 2013
El món a RAC1 (6.00-12.00)	542.000	495.000
La competència (12.00-13.00)	196.000	197.000
La segona hora (13.00-14.00)	141.000	140.000
14/15 + 100 metres (14.00-14.30)	68.000	49.000
Tot és possible (14.30-16.00)	85.000	80.000
Versió RAC1 (16.00-19.00)	217.000	202.000
Primer toc (19.00-21.00)	140.000	121.000
La nit a RAC1 (21.00-23.00)	83.000	66.000
Tu diràs (23.00-01.00)	102.000	123.000
La primera pedra (dissabtes, 6.00-10.00)	199.000	209.000
La primera pedra (diumenges, 6.00-10.00)	116.000	165.000
Via lliure (dissabtes, 10.00-14.00)	233.000	183.000
Via lliure (diumenges, 10.00-14.00)	175.000	156.000
Superdiumenge (diumenges, 16.00-23.00)	185.000	175.000

AUDIÈNCIA DELS PROGRAMES DE CATALUNYA RÀDIO

	JULIOL 2014	JULIOL 2013
El matí de Catalunya Ràdio (06.00-13.00)	473.000	404.000
Els optimistes (13.00-14.00) ¹	61.000	79.000
Catalunya migdia (14.00-15.00)	63.000	61.000
L'oracle (15.00-16.00)	49.000	58.000
La tribu de Catalunya Ràdio (16.00-19.00)	87.000	84.000
Catalunya vespre + esports (19.00-21.00)	80.000	75.000
El Café de la República (21.00-22.00) ²	45.000	66.000
Les mil i una nits (22.00-23.00)	28.000	(No s'emetia)
El club de la mitjanit (23.00-01.00)	77.000	74.000
El suplement (dissabtes, 08.00-13.00)	385.000	331.000
El suplement (diumenges, 08.00-13.00)	299.000	231.000
Tot gira (dissabtes, 18.00-24.00)	255.000	143.000
Tot gira (diumenges, 18.00-23.00)	123.000	140.000

FONT: EGM - BARÒMETRE CATALUNYA

1. LA TEMPORADA PASSADA ES FEIA DE 12.00 A 13.00. 2. HA PERDUT UNA HORA RESPECTE A L'ANY PASSAT

Prensa, ràdio, televisió

Antena 3 segueix com a televisió més vista

L'ARA supera el seu rècord

L'ARA ha assolit la seva màxima xifra d'audiència, amb 135.000 lectors diaris, un 26,2% més que en l'última onada, quan ja va igualar el seu rècord, amb 107.000 lectors. *La Vanguardia* lidera el rànquing amb 690.000 lectors, tot i que amb tendència negativa. També cau *El Periódico* (en 33.000 exemplars, fins als 566.000). *El Punt Avui* és tercer amb 151.000 lectors.

Antena 3 manté distàncies

El canal d'Atresmedia segueix sent el més vist segons l'enquesta i suma 1.579.000 espectadors diaris. Supera així TV3, que es queda en 1.473.000. Antena 3 va ser coronada com a televisió més seguida a Catalunya el juliol de l'any passat i ha mantingut des d'aleshores la posició. Telecinco és tercera al rànquing (1.352.000 espectadors) i La 1 quarta (1.078.000).

Flaix, a tocar de Los 40

Los 40 Principales segueixen liderant la ràdio musical a Catalunya, amb 309.000 seguidors, però tenen el grup Flaix ben a prop, tant amb Ràdio Flaixbac (273.000) com amb Flaix FM (266.000). Si es miren les tres onades de l'any acumuladament, la distància entre Los 40 i Flaix FM és de només 38.000 oients: l'esclatxa més curta entre totes dues emissores musicals.

'Sàpiens', revista líder

La revista històrica *Sàpiens* es manté en primera posició en el rànquing de publicacions temàtiques en català, amb 139.000 lectors per número. Segueixen *Descobrir Catalunya* (63.000), *Time Out Barcelona* (57.000), *Cuina* (51.000), *Cavall Fort* (46.000) i *Vértex* (44.000). En castellà, la més llegida és *Pronto*, amb 582.000 lectors.



MARC ARIAS

Les veus de RAC1 Jordi Basté, Toni Clapés, Òscar Dalmau i Òscar Andreu

RAC1 bat un altre rècord

L'emissora revalida el lideratge gràcies a un total de 769.000 oients

BARCELONA Redacció

RAC1 continua imparable. L'emissora del Grup Godó, amb una audiència mitjana de 769.000 oients diaris, va tornar a batre un rècord. Les excel·lents dades de l'última onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM) si-

'EL MÓN A RAC1', LÍDER
El programa de Jordi Basté, amb 542.000 oients, és el més seguit de Catalunya

tuen RAC1 com l'emissora més escoltada de la història de la ràdio a Catalunya i la consoliden en un lideratge de més de cinc anys consecutius.

RAC1 registra una quota de mercat del 38,2%, a 17 punts de

distància del seu competidor immediat. En termes quantitius, la distància amb Catalunya Ràdio també ha augmentat: dels 191.000 oients actuals als 142.000 de fa un any. *El món a RAC1* continua sent el programa de ràdio més escoltat a Catalunya, i congrega 542.000 oients. Jordi Basté, director del programa, va assegurar ahir: "S'acaba la temporada i trenquem el sostre de la ràdio. Tenir 769.000 oients cada dia és un rècord. Els ciutadans de Catalunya, independentment de les seves conviccions, escullen RAC1".

L'emissora del Grup Godó també lidera el migdia. *La competència* és el programa més escoltat de la seva franja, amb 196.000 oients. Els directors i presentadors, Òscar Andreu i Òscar Dalmau, assenyalen que "un dels moments de més comunió amb

l'audiència ha estat el de la renovació, amb el hashtag #dretarenovar. La gent va decidir que havíem de continuar un altre any i la direcció va picar".

La segona hora, amb Quim Morales i el seu equip, ha registrat 141.000 oients. D'altra banda, el programa que comanda Toni Cla-

RAC105, ELS PRIMERS
El 'Fricandó matiner' encapçala els programes musicals despertador en català

pés, *Versió RAC1*, lidera la franja amb 217.000 oients amb uns registres imbatibles en les últimes 15 temporades. Els informatius de RAC1 es mantenen com els més escoltats: 68.000 persones segueixen cada dia 14/15 i 100 me-

tres. *La nit a RAC1*, amb Xavi Freixes, obté 83.000 oients, i Elisenda Camps i el seu *Tot és possible*, 85.000. Quant als esportius, *Primer toc*, de Raül Llimós, té 146.000 oients; *Tu diràs*, 102.000, i *Superdiumenge*, 185.000. El cap de setmana, *Via lliure*, amb Marta Cailà, assoleix els 233.000 oients, mentre que *La primera pedra*, de Jordi Margarit, n'obté 199.000.

Per Eduard Pujol, director de RAC1, aquest és "l'èxit d'un projecte que l'any que ve farà 15 anys. Un projecte que des del primer dia es basa en ràdio, ràdio i ràdio".

RAC105 tanca la temporada amb una audiència acumulada de 233.000 oients i lidera la ràdio de música adulta. *Fricandó matiner*, de Vador Lladó, continua al capdavant dels programes despertador en català. ●

Líder a Catalunya

Abril-maig del 2014
Audiència acumulada en dies feiners, en milers d'oients



FONT: EGM

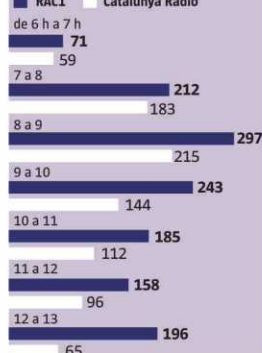
Preferida de l'audiència

Abril-maig del 2014
'Share' en percentatge



La lluita matinal

Audiència per hores en milers d'oients
■ RAC1 ■ Catalunya Ràdio



El duel català

Audiència mitjana de la temporada
■ RAC1 ■ Catalunya Ràdio



LA VANGUARDIA



SEGONA ONADA ANUAL DE L'ESTUDI GENERAL DE MITJANS

La SER, líder, però menys

► L'emissora de Prisa cau a Espanya, i pugen RAC-1 i Catalunya Ràdio

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

La pèrdua d'oients de la Cadena SER, en el conjunt d'Espanya, i el creixement de RAC-1 i Catalunya Ràdio, a la comunitat catalana, són dos dels aspectes més destacats que es poden extreure de la segona onada anual de l'Estudi General de Mitjans (EGM), un informe en què s'assenyala la bona salut de la ràdio: més de 25 milions de persones sintonitzen una emissora a Espanya.

L'EGM també evidencia el retrocés del que segueix sent el programa més seguit de la ràdio espanyola: l'informatiu matinal de la SER *Hoy por hoy*, que firma una audiència mitjana de 2.865.000 oients, quan fa un any va tancar la segona onada del 2013 amb 3.132.000 seguidors. Tot i aquesta caiguda, l'espai que presenten Pepa Bueno i Gemma Nierga (substituída aquestes últimes setmanes per Macarena Berlín), es manté molt per davant de la resta de la competència. En canvi, a Catalunya, els líders ho són en aquesta onada encara més: tant l'emissora privada RAC-1 com la pública Catalunya Ràdio experimenten pràcticament el mateix creixement respecte a les dades de fa un any. Com a programa de referència es manté *El món a RAC-1*, encara que destaca en gran manera l'espectacular creixement de *El matí de Catalunya Ràdio*: l'informatiu que dirigeix i presenta Mònica Terribas puja gairebé 70.000 oients respecte a l'onada del 2013.

De l'emissora de la Generalitat també destaquen els caps de setmana, on el magazín *El suplement* de Silvia Còppulo és líder absolut a Catalunya, amb una mitjana de 385.000 oients (els dissabtes) i 299.000 (els diumenges).

ESPORTIUS // Si *Hoy por hoy* es pot considerar com el triomf amarg de la SER, els seus espais esportius li han donat l'alegria més dolça: en el global d'Espanya, *El larguero* consolida el seu lideratge diari, igual que els caps de setmana amb *Carrusel deportivo*. El programa de Manu Carreño i José Antonio Ponseti lidera amb comoditat els dissabtes amb 1.572.000 oients (*Tiempo de juego*, de la COPE, es queda en 1.197.000), i els diumenges, amb 1.759.000 (1.032.000, a la COPE).

En l'apartat de ràdios musicals es manté com la més sintonitzada la cadena 40 Principales, tant en el conjunt d'Espanya (3.203.000 oients) com a Catalunya (315.000 seguidors). Darrere de l'emissora del grup Prisa, les preferències difereixen: a Catalunya se situen les catalanes Flaix (292.000) i Flaixbac (267.000), mentre que en el global de l'Estat apareixen Cadena Dial (2.254.000) i Europa FM (2.147.000 oients). ■

L'AUDIÈNCIA DE LA RÀDIO

DADES EN MILERS DE LA SEGONA ONADA DEL 2014. ENTRE PARÈNTESIS, LA SEGONA ONADA DEL 2013

A ESPANYA



A CATALUNYA



ELS PROGRAMES MÉS ESCOLTATS

↑ GUANYA OIENTS RESPECTE AL 2013 ↓ EN PERD

MATÍ

PROGRAMA	OIENTS	CADENA
P. Bueno G. Nierga M. Berlín 'Hoy por hoy'	2.865 (3.132)	↓ SER
Carlos Herrera 'Herrera en la Onda'	2.095 (2.106)	↓ ONDA CERO
Ernesto S. de Buruaga 'La mañana'	1.015 (1.011)	↑ COPE

TARDA

PROGRAMA	OIENTS	CADENA
Carles Francino 'La ventana'	868 (880)	↓ SER
Julia Otero 'Julia en la Onda'	545 (626)	↓ ONDA CERO
Ramón García 'La tarde'	377 (274)	↑ COPE

NIT

PROGRAMA	OIENTS	CADENA
J. Ramón de la Morena 'El larguero'	1.131 (1.100)	↑ SER
Larrañaga/ Corrochano 'El partido de las 12'	512 (420)	↑ COPE
Héctor Fernández 'Al primer toque'	284 (339)	↓ ONDA CERO

Font: EGM

ELS PROGRAMES MÉS ESCOLTATS

↑ GUANYA OIENTS RESPECTE AL 2013 ↓ EN PERD

MATÍ

PROGRAMA	OIENTS	CADENA
Jordi Basté 'El món a RAC-1'	542 (495)	↑ RAC-1
Mònica Terribas 'El matí de...'	473 (404)	↑ CATALUNYA RÀDIO
P. Bueno G. Nierga M. Berlín 'Hoy por hoy'	246 (239)	↑ SER

TARDA

PROGRAMA	OIENTS	CADENA
Toni Clapés 'Versió RAC-1'	217 (202)	↑ RAC-1
Xavi Rosillo 'La tribu'	87 (84)	↑ CATALUNYA RÀDIO
Carles Francino 'La ventana'	78 (81)	↓ SER

NIT

PROGRAMA	OIENTS	CADENA
Dani Senabre 'Tu diràs'	102 (123)	↓ RAC-1
Pere Escobar 'El club de la mitjanit'	77 (74)	↑ CATALUNYA RÀDIO
J. Ramón de la Morena 'El larguero'	62 (76)	↓ SER

EL PERIÓDICO

primers canvis per a la temporada que ve

Manu Carreño deixa el 'Carrusel...' de la Cadena SER

Davant el dilema de triar entre la ràdio o la televisió, Manu Carreño ho ha tingut clar: es queda a la petita pantalla. Així, el conegut periodista deixarà de simular i deixarà de fer el do de la ubiqüitat ha quedat clara en aquest Mundial de futbol, i tant Mediaset com la SER no estaven disposades a més malabarismes. Fonts properes a la ràdio de Prisa apunten al seu company Jesús Gallego com el seu substitut a *Carrusel deportivo*.



Manu Carreño.



Ángel Expósito.

Ángel Expósito, al magazín matinal de la COPE

Tres setmanes després d'anunciar que no seguirà a *La mañana* de la COPE per raons personals, l'emissora de la Conferència Episcopal ja té un substitut per a Ernesto Sáenz de Buruaga: el periodista Ángel Expósito, que és un home de la casa, ja que fins ara dirigia l'informatiu *Mediodía*. Madrileny de 49 anys, Expósito –que ha firmat contracte amb la COPE durant tres temporades– ha estat director d'Europa Press i del diari *Abc* i col·laborador en tertúlies i debats de TVE, Tele 5, A-3, Telemadrid, Canal Nou i 13TV, així com en els programes de ràdio *La brújula* –també de la COPE– i a *Herrera en la Onda*, d'Onda Cero.



LA RAZÓN, único periódico nacional que logra un ascenso de lectores en 2014

Los datos del EGM arrojan una cifra positiva para este diario, que gana 3.000 lectores en los últimos doce meses respecto al mismo periodo de 2013 y se refuerza en Madrid

Cecilia García - Madrid

En un escenario muy poco halagüeño para la Prensa escrita, donde la caída de lectores de diarios de información general sigue marcando pronunciados descensos —con respecto a la segunda oleada de año anterior la diferencia negativa es del 9,6 por ciento y 1.098.000 lectores—, según los datos del Estudio General de Medios (EGM), correspondiente a octubre 2013-mayo 2014, LA RAZÓN es el único diario de información general de ámbito nacional que crece un 1,1 por ciento en número de lectores y gana en los últimos doce meses 3.000 frente a caídas del resto de cabeceras.

Pérdidas generalizadas

Así, «Abc» tiene un pronunciado descenso del 10,4 por ciento y sufre una sangría de 60.000 lectores cayendo en todos los grupos de edad excepto en los mayores de 65 años y con fuertes descensos en la audiencia de clase media. «El Mundo» experimenta una caída del 10,3 y desciende 118.000 lectores y «El País» registra un saldo negativo del 9 por ciento y 166.000 seguidores menos. Con respecto al año anterior, la evolución de los diarios gratuitos también es especialmente crítica con una bajada del 21,1 por ciento, un dato que además se concentra prácticamente en sólo un título. Los diarios deportivos tampoco corren mejor suerte y también arrojan un balance deficitario con un 8,2 por

Evolución del mercado

Variación de lectores



ciento menos en un año. Las cabeceras económicas mantienen una posición de frágil estabilidad con un 0,8 por ciento al tiempo que los suplementos dominicales registran un importante retroceso cifrado en el 8,5 por ciento y pierden 497.000 lectores en un año. En cuanto a la audiencia de los principales diarios regionales, hay un descenso generalizado menos en «El Punt Avui» y «La voz de Galicia».

El perfil de los lectores de LA

RAZÓN, por sexos, es en su mayoría masculino, con un 58,9 por ciento de la audiencia frente al 41,1 por ciento de féminas, con un incremento relativo de audiencia de 9 décimas. Por franjas de edad, se concentra la audiencia en las horquillas de entre los 25 y 34 años, los 35 y 44 años y los 45 y 54 años. En todas ellas se aglutina prácticamente el 50 por ciento de nuestros lectores. También las cifras entre los mayores de 65 años son muy

representativas. En la medición por clases sociales, el diario destaca en una franja de la población muy estimada por los anunciantes: la clase alta y media alta donde acumula un 44,2 por ciento. En concreto, en la clase media alta la subida en un año es de casi dos puntos. En la clase media el porcentaje es del 38,3 por ciento y en resto del 18 por ciento. En estos dos, también hay una subida de 2,5 puntos. Nuestro perfil de lector es superior al de «Abc» en

Perfil del lector de LA RAZÓN



mujeres, mayores de 35 años y en clases medias.

Por autonomías, LA RAZÓN tiene una notable concentración de lectores en Madrid, así como en Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León, Cataluña y Comunidad Valenciana. Con respecto al diario centenar, nuestro perfil de lectores superior en las comunidades autónomas de Madrid, Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, Murcia y Comunidad Valenciana.

La audiencia en internet ha crecido con respecto a 2013 en un 9,1 por ciento, con dos millones doscientos mil nuevos visitantes. larazon.es presenta un incremento del 28 por ciento, muy por encima de la media y de todas las páginas web digitales de las cabeceras nacionales. La audiencia es mayoritariamente masculina, un 65,5 por ciento mientras las mujeres tienen un porcentaje del 34,5. Entre nuestra audiencia destaca que el 35,2 por ciento de nuestros lectores digitales tienen estudios universitarios. Con respecto a las franjas de edad los porcentajes más altos se encuentran en los lectores de entre 25 y 34 años (un 18,1 por ciento), 35 y 44 años, un 23,5 por ciento y 45 y 54, un 19,8. En total, un 61,4 por ciento. Por clases sociales, larazon.es es mayoritariamente seguida en clase alta, media alta y media media, donde se concentran la mayoría de nuestros lectores, un 86,4 por ciento.

LAS CIFRAS

3.000 lectores

nuevos se incorporan a la audiencia de LA RAZÓN frente al mismo periodo de 2013, que arroja un crecimiento del 1,1%

50% de la audiencia

se concentra en los lectores que están entre los 25 y 54 años, una de las franjas de edad más apreciadas por los anunciantes

44,2% de los lectores

de LA RAZÓN pertenece a la clase alta y media-alta, la más estimada por su valor adquisitivo. En clase media, es un 38,3%



L'evolució dels mitjans de comunicació

'La Vanguardia' amplia el lideratge català i es referma com a tercer diari d'Espanya

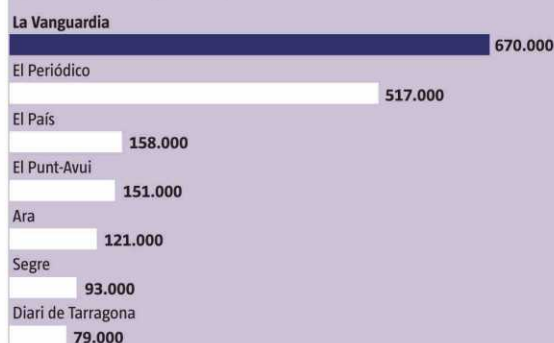
El rotatiu del Grup Godó augmenta en 20.000 lectors el seu avantatge a Catalunya

BARCELONA Redacció

La confiança que mereix un mitjà de comunicació es posa a prova en contextos com l'actual, en ple procés de replantejament dels esquemes polítics, econòmics, socials i, sens dubte, informatius tradicionals. I, una vegada més, els mitjans del Grup Godó han superat aquest repte. Aquesta vegada, l'examinador era l'Estudi General de Mitjans (EGM), que mesura l'audiència de les empreses informatives. El cas és que *La Vanguardia*, *La Vanguardia.com*, *RAC1* i *Mundo Deportivo* han superat la prova amb nota, i han renovat el seu lideratge en cadascun dels seus àmbits d'influència. En un moment en què 8TV també recull

'La Vanguardia', al capdavant a Catalunya

Lectors a Catalunya. Segona onada d'EGM del 2014



FONT: EGM / Segona onada del 2014

LA VANGUARDIA



Apostes. La cobertura de les eleccions europees o la de la crisi d'Ucraïna han merescut grans esforços informatius

dels set grans mitjans escrits d'Espanya que ha consolidat la seva audiència respecte a l'onada anterior, difosa el mes d'abril. *La Vanguardia* repeteix pràcticament el resultat de l'indicador anterior (690.000 lectors a Espanya, enfront dels 692.000 de l'onada del mes d'abril). Aquesta dada li permet refermar-se com a tercer rotatiu d'Espanya, després d'*El País* i *El Mundo*, que perden un 5% i un 4% de la seva audiència, respectivament, i davant de *La Voz de Galicia* -que cau un 1%, però es consolida com el

quart gran diari d'Espanya- i *El Periódico*, que perd un 6% de lectors. Darrere se situa l'*ABC*, amb una minva del 4%. Tot això evidencia la pèrdua d'influència de la premsa madrilenya en el conjunt d'Espanya.

A Catalunya, les últimes dades de l'Estudi General de Mitjans revelen que *La Vanguardia* ha incrementat en 20.000 lectors de mitjana diària el seu avantatge respecte al seu competidor immediat, *El Periódico* (670.000, enfront de 517.000). Amb aquest balanç, *La Vanguardia* aconsegueix a Catalunya una quota de lectors del 38%, enfront del 29,4% d'*El Periódico*. A molta distància figuren *El País* (9%), *El Punt Avui* (8,6%) i l'*Ara* (6,9%).

Quant als suplementos dominicals, el *Magazine* eleva la quota de lectors pràcticament fins a la meitat dels consumidors de premsa de Catalunya. Amb una quota del 44,2%, se situa a força de distància d'*El Dominical* (29,1%), *El País Semanal* (19,4%) i *XL Semanal* (6,3%).

FORTALESA

'La Vanguardia' és l'únic gran diari que no perd audiència respecte a l'abril

LA DIFERÈNCIA

El rotatiu del Grup Godó té 153.000 lectors més que el seu competidor directe

el premi en forma d'augment d'audiència per la seva diversificada oferta televisiva.

Els resultats de *La Vanguardia* avalen les apostes informatives recents de la capçalera del Grup Godó, amb desplegaments com la cobertura de la crisi entre Ucraïna i Rússia, les eleccions europees en els seus múltiples fronts o l'entrevista en exclusiva al papa Francesc, amb gran repercussió internacional.

Segons l'EGM, el diari és l'únic

Destaca com a diari de referència a Espanya



FONT: EGM / Segona onada del 2014

El 'Magazine' és el suplement més llegit a Catalunya

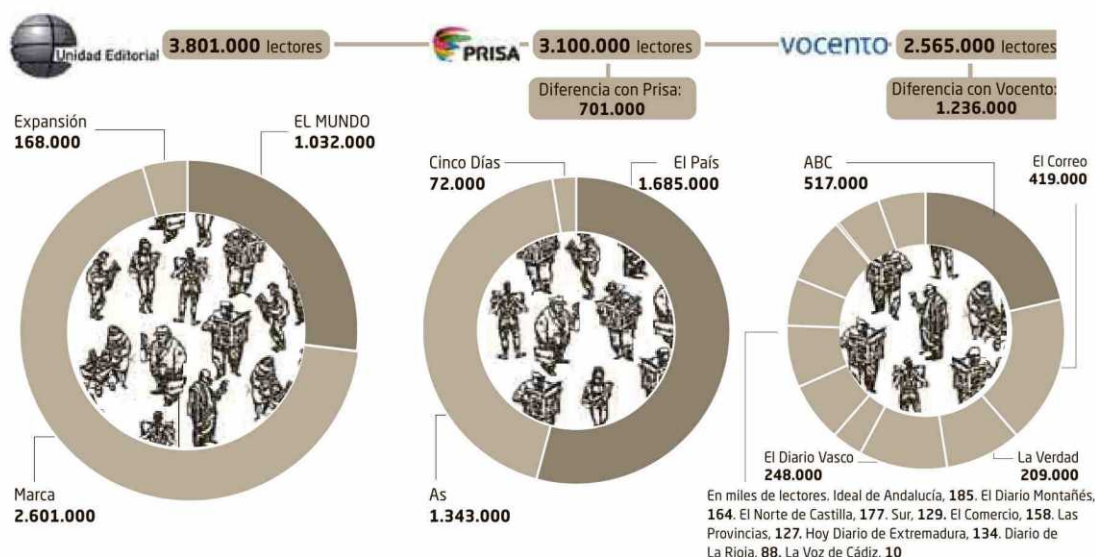


LA VANGUARDIA



Audiencia de los diarios

PERIÓDICOS GENERALISTAS



FUENTE: EGM. Segunda oleada de 2014.

EL MUNDO

ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS

El periódico de Unidad Editorial cuenta con 1.032.000 seguidores frente a los 517.000 lectores del diario de Vocento, consolidando su segunda posición como medio de información general en España

EL MUNDO dobla en lectores a 'ABC'

E. M. / Madrid
EL MUNDO celebra sus 25 años siendo un referente en la prensa española. El periódico de Unidad Editorial muestra una solidez y una influencia en la sociedad española nada frecuente, consolidando su posición como segundo diario preferido por los lectores, de manera clara. Para ello aplica la única receta posible: periodismo.

Este diario cuenta con 1.032.000 lectores, según los datos de la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM). Los lectores respaldan la oferta editorial de EL MUNDO, siendo uno de los diarios nacionales que se mantienen por encima del millón de lectores, una barrera inalcanzable para sus inmediatos perseguidores.

Esa regularidad le permite, además, reducir la distancia que lo separa de la primera posición. Res-

pecto a la primera oleada del EGM de 2014, EL MUNDO recorta a *El País* 40.000 lectores. El diario de Prisa cuenta con 1.685.000 fieles.

Periodismo de investigación, exclusivas y una apuesta por conjugar los valores tradicionales del oficio con los nuevos dispositivos móviles son la receta para mantener el respaldo de los lectores en un entorno adverso para los medios. Cabe destacar que el total de lectores de diarios de información general ha descendido un 3,3% respecto al mes de abril (primera oleada del EGM).

La fortaleza de EL MUNDO como marca queda patente en la ventaja que obtiene frente al tercer diario más leído, que es *La Vanguardia* con 690.000 fieles. El periódico catalán está a 342.000 personas. Por detrás se sitúan *La Voz de Galicia* (594.000) y *El Periódico* (566.000). Todos ellos a una distan-

cia más que importante.

Hay que descender hasta la sexta plaza del ranking de diarios de información más leídos para encontrar a *ABC*, que se ve superado por varios periódicos más enfocados al ámbito regional. Se sitúa en 517.000 lectores, uno de sus peores registros en la última década. EL MUNDO, con 1.032.000 lectores, cuenta con el doble de seguidores que el buque insignia de Vocento.

De hecho, EL MUNDO cuenta con más lectores que la suma de *ABC* y *La Razón*: 1.032.000 frente a 788.000. El periódico de Planeta, según los datos del EGM, tiene 271.000.

El periódico de Unidad Editorial, según las cifras desglosadas del EGM, se impone en todas la comunidades autónomas al buque insignia de Vocento, salvo en Andalucía. Y en esta región, EL MUNDO llega

a alcanzar una cuota del 14%.

El buen comportamiento del periódico de Unidad Editorial queda de manifiesto en que ha mejorado sus datos en cinco comunidades autónomas respecto a las cifras de abril. Especialmente destacable es

EL MUNDO reduce la distancia con 'El País' en 40.000 lectores desde abril

el crecimiento experimentado en La Rioja (50%), Extremadura (15,4%) y Castilla y León (3,5%).

La posición de influencia y referencia que ostenta EL MUNDO se ve complementada por la fortaleza

de las otras dos publicaciones diarias de Unidad Editorial. *Marca* continúa siendo el líder a nivel nacional de la prensa escrita, con 2.601.000 lectores, aglutinando más del 50% de la cuota de mercado y superando la audiencia de sus tres siguientes competidores en el ranking. Las cifras del deportivo sobrepasan ampliamente las de *As*, que se queda con 1.343.000, y se disparan cuando se comparan con las de la prensa catalana. En concreto, el periódico de Unidad Editorial supera en 1.998.000 lectores a *Mundo Deportivo* (603.000) y en 2.047.000 a *Sport* (554.000). Por su parte, *Expansión* continúa a la cabeza del sector de la prensa económica, con 168.000 lectores. Su audiencia suma más que la de sus dos principales competidores juntos: *El Economista* (78.000) y *Cinco Días* (72.000).



C. G.-Madrid

La audiencia respalda la propuesta informativa y de entretenimiento de Onda Cero, con una audiencia de 2.714.000 oyentes, en un panorama radiofónico en el que, con respecto a la primera oleada de 2014, el medio ha perdido 68.000 oyentes, según los la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM), con una ligera variación negativa del 0,5 por ciento. Su cadena hermana, Europa FM, alcanza la cifra de 2.147.000 seguidores. Así, la audiencia de ambas cadenas ha crecido en 233.00 oyentes, por lo que Atresmedia Radio se consolida como el según grupo radiofónico en España con casi 5.100.000 seguidores.

Motor de crecimiento

En esta nueva oleada del EGM, Onda Cero es la única gran cadena de radio que crece, incorporando 111.000 oyentes, un 4,2 por ciento más, ampliando así su distancia de la Cope hasta los 753.000 y superando a RNE en un 1.500.000. El programa «Herrera en la Onda», con Carlos Herrera, sigue siendo uno de los principales patrimonios de la emisora y uno de sus significativos motores de crecimiento. Es el único magacín de la mañana que incrementa su número de seguidores, al sumar 73.000 oyentes más, por lo que cierra la temporada con 2.094.000. «Herrera en la Onda» duplica ya la audiencia de los programas matinales de Cope y RNE. Julia Otero y su «Julia en la Onda» es el programa de la tarde de todas las cadenas que experimenta más crecimiento. Incorpora 67.000 nuevos oyentes en esta oleada hasta llegar a un total de 545.000, el tercer mejor dato de la historia del programa que le posiciona como el segundo más escuchado de la tarde. «La Brújula» de Carlos Alsina sigue acumulando excelentes resultados al incrementar su audiencia en 31.000 seguidores y cierra temporada con 561.000. En el fin de semana hay que subrayar la nueva subida de «Te doy mi palabra», de Isabel Gemio, que, en su edición de sábado suma 820.000 oyentes mientras que el domingo llega hasta los 964.000.

La cadena musical Europa FM ganó 124.000 oyentes en la oleada anterior y en ésta incorpora 122.000. Estos datos le pro-

Onda Cero termina la temporada con subida de audiencia

La cadena alcanza los 2.714.000 oyentes y se consagra como segundo grupo radiofónico



«**HERRERA EN LA ONDA**»
Suma 73.000 oyentes



«**LA BRÚJULA**»
Con Alsina, logra 561.000 seguidores



«**JULIA EN LA ONDA**»
Llega hasta los 545.000 personas



«**TE DOY MI PALABRA**»
Obtiene 964.000 oyentes



«**LA MAÑANA**»
Se queda con 1.015.000 seguidores



«**LA LINTERNA**»
Alcanza los 723.000 oyentes



«**LA TARDE**»
Con Ramón García tiene 377.000 seguidores



«**FIN DE SEMANA**»
Consigue 511.000 oyentes



«**HOY POR HOY**»
Le respalda 2.865.000 personas



«**HORA 25**»
Angels Barceló logra 1.286.000 individuos



«**LA VENTANA**»
Tiene un total de 868.000 oyentes



«**AVIVIR QUE SON...**»
Obtiene un total de 1.967.000



«**LAS MAÑANAS...**»
obtiene 831.000 seguidores



«**LASTARDES DE...**»
logra un total de 249.000 oyentes



«**LEVÁNTATE...**»
El programade EuropaFM supera el millón de oyentes

curan en términos absolutos 2.147.000 oyentes, un 6 por ciento más, siendo la cadena musical que más crece en lo que va de año: 246.000. Estas cifras le permiten ganar por octava vez consecutiva a Cadena 100. Su «morning show» «Levántate y Cárdenas», logra otro nuevo récord de audiencia con 1.142.000 oyentes, 24.000 seguidores más.

La cadena SER finaliza la temporada como la más oída, con 4.566.000 seguidores. «Hoy por hoy», presentado por Pepa Bueno y Gemma Nierga, logra 2.865.000 oyentes. En la tarde, Carlos Francino cierra su segunda temporada al frente de «La Ventana» con un total de 868.000 oyentes. Por su parte, «Hora 25», con Angels Barceló, mejora los resultados con respecto al anterior EGM y logra 1.286.000. Los fines de semana, «A vivir que son dos días», que conduce Javier del Pino, tiene 1.967.000 oyentes.

Según los datos correspondientes a la segunda oleada, los programas de la Cope se mantienen con algunos incrementos. El programa «La mañana»-que en la próxima temporada será presentado por Ángel Expósito- lo sintonizan más de un millón de personas cada día. «La Linterna», de Juan Pablo Colmenajero, es el único informativo nocturno que incrementa su audiencia. Así, sube un 45 por ciento con respecto al año anterior y alcanza los 723.000 oyentes. «La tarde», con Ramón García, alcanza los 377.000 seguidores. «Fin de semana», que presenta Cristina López Schillichting los sábados y los domingos, mantiene la fidelidad de los oyentes con 511.000. Por su parte, «Agropopular», de César Lumberras, tiene 612.000 seguidores.

Radio Nacional se queda en 1.213.000 oyentes, un 8,9 por ciento con respecto a la oleada anterior. El matinal «Las mañanas de RNE», con Alfredo Menéndez, obtiene 831.000 seguidores. «Esto me suena. Las tardes de Ciudadano García», logra 249.000 oyentes y «No es un día cualquiera», con Pepa Fernández, promedia en fin de semana 653.000 oyentes.

EUROPA FM
La cadena musical de Atresmedia Radio suma 2.147.000 oyentes



La cadena SER mantiene el liderazgo de todos sus programas

Onda Cero es la única de las grandes cadenas de radio que crece

EL PAÍS, Madrid

La cadena SER ha cerrado el curso 2013-2014 como líder de la radio española. Con sus 4.566.000 oyentes diarios de media son ya casi 21 años consecutivos en los que se alza como la emisora más escuchada del dial en España. Además, todos sus programas que se sintonizan en la antena de la SER son los que concitan mayor audiencia en su franja horaria.

Alrededor de 25 millones de personas sintonizan cada día una emisora de radio, tanto en los formatos generalistas como en los musicales. Según los datos del Estudio General de Medios, difundido ayer, la segunda oleada de 2014 refleja un descenso de las grandes cadenas. La SER baja un 2,6%, la Cope pierde un 1,1% (se sitúa por debajo de los dos millones) y Radio Nacional de España (RNE) cae casi un 8% para cerrar la temporada con 1.213.000.

Onda Cero es la única excepción entre los principales operadores. Consigue 2.714.000 oyentes al subir un 4,3%. Uno de los avances más significativos se lo apunta el programa de tarde que presenta Julia Otero, que con una hora menos que *La ventana*, gana un 14% y se coloca con 545.000 seguidores. Acorta así distancias con el magacín que dirige y presenta Carles Francino en la SER.

El programa más escuchado de todo el día sigue siendo *Hoy por hoy*, actualmente presentado por Pepa Bueno (la parte informativa) y Macarena Berlín (que

Audiencia de radios

2ª ola de 2014

POR CADENAS

			Diferencia con ola anterior, %
GENERALISTAS	SER	4.566.000	-2,6
	Onda Cero	2.714.000	+4,3
	Cope	1.951.000	-1,1
	RNE-1	1.213.000	-7,9
	EsRadio	328.000	-5,2
TEMÁTICAS	C40	3.203.000	-10,5
	Dial	2.254.000	-1,2
	Europa FM	2.147.000	+6,0
	Cadena 100	1.932.000	+9,3
	Kiss FM	943.000	+1,7
	Rock FM	908.000	-1,2
	Máxima FM	834.000	+8,3

POR PROGRAMAS

			Diferencia con la ola anterior, %
MAÑANA	Hoy por hoy	SER	2.865.000 -9,3
	Herrera en la onda	Onda Cero	2.094.000 +3,6
	La mañana	COPE	1.015.000 -3,7
	Las mañanas de RNE	RNE1	831.000 -16,7
TARDE	La ventana	SER	868.000 -16,2
	Julia en la onda	Onda Cero	545.000 +14,0
	La tarde	COPE	377.000 +18,2
	Esto me suena	RNE1	249.000 +11,2
NOCHE	Hora 25	SER	1.286.000 +1,0
	La linterna	COPE	723.000 +23,6
	La brújula	Onda Cero	561.000 +5,8
	24 Horas	RNE1	344.000 +11,0
DEPORTES	El larguero	SER	1.131.000 +13,1
	El partido de las 12	COPE	512.000 +7,6
	Al primer toque	Onda Cero	284.000 -13,7

Fuente: Estudio General de Medios (EGM).

EL PAÍS

ha tomado provisionalmente el relevo de Gemma Nierga en el bloque dedicado al entretenimiento). Cada día lo sintonizan 2.865.000 personas, lo que representa un 9,3% menos en la olea-

da anterior. En la mañana, el tramo más competido de la radio, el de Carlos Herrera (*Herrera en la onda*), se acerca un poco más con sus 2.094.000 oyentes. En su despedida de la Cope, Ernesto

Sáenz de Buruaga concluye la temporada de *La Mañana* por encima del millón de seguidores. Son los que en septiembre heredarán Ángel Expósito, que deja el noticiero de mediodía para to-

mar las riendas del espacio despertador de la emisora propiedad de la Conferencia Episcopal. De todos los matinales, la caída más importante se la apunta RNE, que respecto al anterior estudio se deja el 16,7%. A su paso por la radio pública, Alfredo Menéndez acaba el curso con 831.000 seguidores.

Los principales programas de la SER —el magacín de tarde *La ventana*, el informativo nocturno *Hora 25* y el deportivo *El larguero*— mantienen su primacía. Onda Cero mejora sus posiciones en la tarde y la Cope gana terreno en la noche.

En los deportes del fin de semana, *Carrusel deportivo* gana la lucha que durante los últimos

Julia Otero avanza en la tarde y aumenta un 14% su audiencia

‘Carrusel deportivo’ le gana la batalla el fin de semana a ‘Tiempo de juego’

años ha mantenido con *Tiempo de juego*, el programa de la Cope al que se incorporaron los antiguos responsables de *Carrusel*. Manu Carreño se despide de la SER con una clara victoria sobre su rival. Los sábados es sintonizado por 1.572.000 aficionados (frente a 1.197.000 de *Tiempo de juego*) y los domingos por 1.759.000 (ante 1.032.000). La distancia es más significativa si se tiene en cuenta que el deportivo de la Cope tiene dos horas más de duración.

En el ámbito musical, 40 Principales encabeza la clasificación con 3.203.000 oyentes, por delante de Cadena Dial y Europa FM.



RAFAEL MARTÍNEZ SIMANCAS

Periodista total

Columnista y escritor, hizo radio en las grandes emisoras y participó en programas de televisión

PEDRO BLASCO

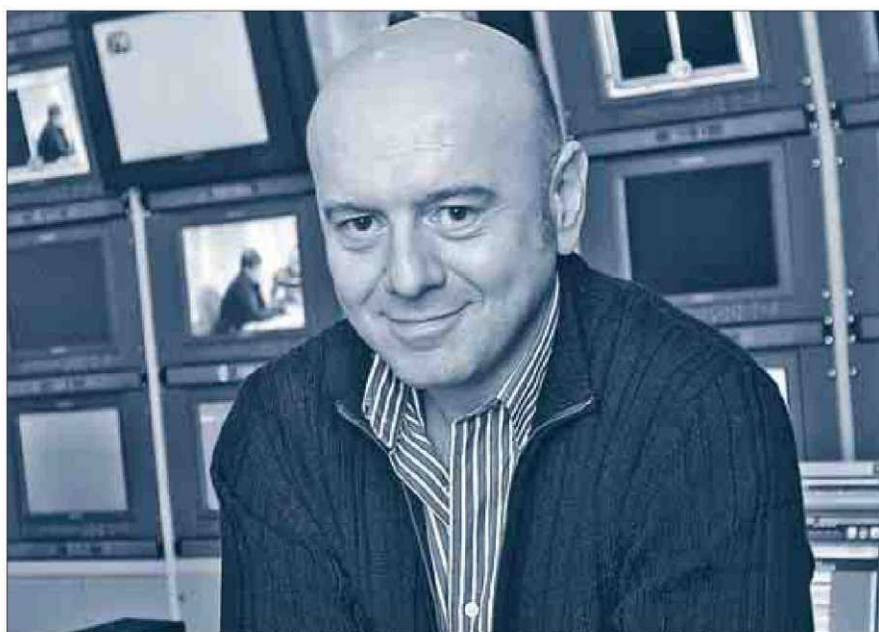
Escribir de un compañero es difícil, hacerlo de un buen compañero lo es más porque el obituario dicen las teorías es para contar, analizar y valorar y hay peligro de que las teclas se contaminen del cariño, respeto y admiración que teníamos por el trabajo de Rafael Martínez Simancas. Rafa era periodista. Sabía donde andaba la noticia y buscarla, pero donde él se movía mejor era en el análisis, en explicar que significaban las cosas y lo que suponían para los ciudadanos.

Y lo sabía hacer desde cualquier tribuna mediática. Hay periodistas de radio que patinan cuando se dedican a la prensa escrita y hay buenos informadores de periódico que se estrellan cuando quieren hacer radio o televisión. Martínez Simancas se movía bien, brillaba en la radio, pero también lo hizo en la televisión, y lo bordaba en lo escrito, donde su ironía era como un dardo. Y estuvo también en el otro lado, en un gabinete de Prensa, con Luis Blázquez, consejero de Economía en la Comunidad que presidió Ruiz-Gallardón, donde era fiel

a su empresa, pero ayudaba al periodista y sobre todo decía la verdad. Salió limpio y con amigos de aquella experiencia y hablando bien de compañeros y periodistas.

Trabajó en la Cadena Ser, Cope y Onda Cero, así como en *Protagonistas* de Luis del Olmo en los inicios de Punto Radio. También despertaba a los oyentes en Onda Madrid no hace muchos años donde información, opinión y, sobre todo buen humor, paseaban a primeras horas de la mañana. Utilizaba el buen humor, porque consideraba que el ciudadano también tenía derecho a reír un poco ante tanta dificultad que le imponía el calendario.

Fue columnista de EL MUNDO donde los lectores gozaron de sus escritos durante muchos años. Rafa podía hacer de todo. Un todoterreno. Era capaz de escribir una opinión rápida y brillante, pero también reportajejar una Fiesta la Constitución con negritas divertidas o reflexiones serias y contar una historia interesante donde quizá no la había. Y todo deprisa, deprisa, como se exige en un periódico. Fue director de "Qué" y columnista en varios medios hasta sus últimos días. Murió con las botas puestas y ha escrito hasta hace pocos días cuando el cuerpo, herido, muy herido, le impidió seguir luchando. Ha peleado su enfermedad



QUIQUE FIDALGO

hasta el límite y no arrojó nunca la toalla creyendo que podría escapar de su mala suerte.

Lo contaba todo también en sus libros: *Doce balas de cañón* narró historias de la Guerra de África en la que intervino uno de sus abuelos. Rafa viajó hasta tres veces a Annual, con ese catedrático de historia de esa guerra que es Benito Gallardo, para conocer la tierra en la que las tropas de Abd-el-Krim mataron a cerca de diez mil españoles a cuchillo.

Además de otros libros contó su enfermedad en *Sótano Octavo* donde narraba su pelea de la que esperaba salir victorioso contra el cáncer. «Todos los días son de batalla», decía. Y pedía que no se llamara larga enfermedad a algo que es un cáncer. Era crítico. Si lo hacía se cargaba de razones y era por seguir la corriente o ir contra ella. Lo hacía porque se lo dictaba su independencia que le hacía ser respetado por todos, algo difícil en unos tiempos en los que si un informa-

dor no se alía con unos o con otros parece que no está bien visto por muchos.

Nunca perdía el humor y en su contestador del móvil podías encontrar una imitación suya de un japonés o el último en el que decía: «No te puedo contestar ahora, pero si dejas quien eres lo haré dentro de una hora, un día, un mes...».

Rafael Martínez Simancas, periodista, nació en Rute (Córdoba) en 1961 y falleció en Madrid el 3 de julio de 2014.



Prensa / Curso de verano por sus 25 años

Periodista, un oficio en revisión

EL MUNDO debate sobre la situación actual del sector y los retos inmediatos

LORENA ÁLVAREZ

MACARENA P. LANZAS / El Escorial
 El cambio de piel, la transición desde el papel hacia lo digital, el poder de las imágenes y la influencia de las redes sociales en el periodismo fueron los temas más significativos que se abordaron en la cuarta jornada del seminario *EL MUNDO: 25 años de historia*, de los cursos de verano de la Universidad Complutense.

«Vivimos en un mundo de gurús en el que existe demasiado ruido», avisó Fernando Mas, subdirector de ELMUNDO.es, en referencia a la generación de contenidos creados sin rigor. Según explicó, internet es «el bar de la esquina», un mundo accesible para todos, donde todas las personas tienen la oportunidad de opinar. Además, el profesional ve en Twitter una herramienta idónea para aportar titulares: «Se puede dar información con 140 caracteres».

Mas aseguró que la Red ha ganado la batalla al papel y que el periódico, en su inicio, no supo adaptarse a los cambios y se dedicó a difun-

dir sus contenidos gratuitamente. «Los periodistas estamos vendiendo informaciones de forma poco atractiva o vieja», señaló Fernando Baeta, director de ELMUNDO.es.

Ambos destacaron el cambio de perfil del ciudadano que ha pasado de llevar un periódico bajo el brazo a abrir en su navegador un abanico de medios digitales. «La gente no lee lo que nosotros queremos, si no lo que ellos quieren leer», aseguró Mas.

Los responsables de poner el broche final a la mañana fueron los distintos profesionales que se ocupan de la parte gráfica y fotográfica de EL MUNDO. «La viñeta es una manifestación de la libertad de expresión de EL MUNDO», afirmó Pedro García Cuatango, adjunto al director. Los editorialistas gráficos José María Gallego, Julio Rey, Ricardo Martín y Rodrigo Sánchez, director de arte, aportaron su visión.

«Nosotros hemos tenido influencia cero del periódico. Dependemos únicamente de nuestra honestidad», contó Gallego.



Aurelio Martín, Juan Carlos Laviana, Víctor de la Serna, Rafael Moyano y Mar Cabra, ayer en el curso. / ROBERTO CÁRDENAS

«Nos preguntamos cómo vamos a seguir haciendo periodismo»

El día culminó con *EL MUNDO del siglo XXI*. «Las estructuras tradicionales del periodismo independiente están en entredicho. La presión sobre la rentabilidad podría hacer enfermar al sector», opinó

el periodista Víctor de la Serna.

Mar Cabra, miembro del Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ), expuso este modelo de medio de comunicación, que ya suma más de 70 variantes en Estados Unidos. «Cada vez se verán mas profesiones dentro del periodismo», afirmó. Como la figura de los informáticos, por ejemplo, en el caso del periodismo de datos.

Por su parte, Rafael Moyano, vicedirector de EL MUNDO, relató su llegada al periódico cuando «las máquinas de escribir se sustituían por computadoras». «Siento que

hemos llegado a un momento crucial, de inflexión. Nos preguntamos si vamos a seguir haciendo periodismo y cómo lo vamos a hacer».

Juan Carlos Laviana, director adjunto y responsable de Orbyt, recalzó que «EL MUNDO siempre ha sido un diario de futuro, con ansia de vanguardia».

Por último, Aurelio Martín, vicepresidente de la Fape y director del Máster de Periodismo Digital de la Universidad de Alcalá de Henares, realizó un llamamiento a una visión más crítica por parte de los ciudadanos.



Lectors de diaris a Catalunya

Dades del 2n EGM 2014



FONT: EGM-BARÒMETRE

La segona onada de l'EGM Baròmetre atorga al diari un 3,4% més d'audiència

El Punt Avui: 151.000 lectors

Redacció
BARCELONA

El Punt Avui, amb 151.000 lectors, guanya un 3,4% més d'audiència respecte de fa un any, segons les xifres de la segona onada del 2014 de l'Estudi General de Mitjans (EGM) Baròmetre de la Comunicació. Així, El Punt Avui continua com el quart diari d'informació generalista més llegit del país, després de *La Vanguardia* (670.000), *El Periódico* (517.000) i *El País* (158.000). Darrere El Punt Avui, s'hi situen *Ara* (121.000) i els diaris comarcals *Segre* (112.000),

de Lleida, i *Diari de Tarragona* (79.000). L'estudi de l'EGM Baròmetre es basa en una mostra d'enquestes i el treball de camp es va realitzar del 2 d'abril al 17 de juny, excepte els dies en què va coincidir amb Setmana Santa.

Per demarcacions, l'EGM-Baròmetre reflecteix el lideratge d'El Punt Avui a les comarques gironines, amb 83.000 lectors. En segon lloc, a la demarcació gironina, hi ha *La Vanguardia* (55.000), seguit de *Diari de Girona* (44.000), *El Periódico* (36.000), *Ara* (19.000) i *El País* (12.000). A la demarcació de Barcelona,

l'EGM Baròmetre atorga a El Punt Avui 55.000 lectors, un 10% més respecte a la primera onada d'aquest any. Quant a les comarques tarragonines, el diari obté 8.000 lectors, i a la demarcació de Lleida en computa 5.000.

El suplement *Presència*, que es distribueix els diumenges, obté 86.000 lectors. Quant a les audiències digitals que quantifica OJD Interactiva, el web d'El Punt Avui va tenir al mes de maig 973.295 visitants únics, una dada que representa un increment d'un 14,4% i més de cinc milions de pàgines vistes. ■

Excel·lent moment de la ràdio en català

L'EGM-Baròmetre, que històricament ha servit per avaluar les emissores de ràdio, certifica en aquest cas l'excel·lent moment de la ràdio en català. En aquest sentit, i segons les xifres de la segona onada, RAC1 és líder amb 769.000 oients, seguida de Catalunya Ràdio, amb 578.000. Així, hi ha més d'1,3 milions d'oients de ràdio generalista en català.

El món a RAC1 continua sent el programa de ràdio més escoltat a Catalunya. Cada dia l'escolten 542.000 oients. És el segon millor registre de la història del programa de Jordi Basté. Per la seva banda, *El matí de Catalunya Ràdio*, amb Mònica Terribas, registra 473.000, fet que suposa un augment de 63.000 oients, més que en l'onada anterior.

L'enquesta constata que a Catalunya hi ha quatre milions d'oients; d'aquests, 1,9 milions escolten ràdio generalista i 2,2 milions, radiofòrmules musicals. Destaquen les xifres que obtenen Ràdio Flaixbac (273.000) i Flaix FM (266.000), segona i tercera en el rànquing, que lidera Los 40 (309.000). RAC 105 és sisena, amb 224.000 oients.



¿Podemos ser periodistas?

Hay un malentendido con respecto al periodismo parecido a aquel que tanta gracia le hizo a Mark Twain con respecto a la noticia prematura de su propia muerte. El periodismo no está en crisis, está en crisis la industria que lo hace posible. Periodismo es, aún, lo que dijo Eugenio Scalfari, el fundador de *La Repubblica* de Roma, en una frase ante estudiantes españoles en la Escuela de EL PAÍS: "Periodista es gente que le dice a la gente lo que le pasa a la gente".

Y eso, decirle a la gente lo que pasa, se puede hacer en papel, en tableta o en escafandra; la crisis de la industria va por un lado; nos afecta, claro, pero el sendero actual reclama volver al antiguo camino que marcaba el maestro italiano, quien, por cierto, veinte años más tarde, hace nada, dijo esto otro: "El periodismo es un oficio cruel". Pero esa, como la crisis de la industria, es otra historia.

Aunque caigan tormentas el periodismo es el oficio que fue y será lo que nos empeñemos en que sea. Habrá quienes se empeñen en empujarse, en convertirlo en tabla para *retuitear* sus egos, y habrá también quienes se ocupen de lo que le pasa a la calle para traerlo al papel o al millón de soportes que ahora están disponibles. Para hacer periodismo se necesita nobleza, como decía otro maestro, Kapuscinski; las malas personas, explicaba el polaco, no deben ser periodistas, porque "los cínicos no sirven para este oficio".

Y lo que estamos haciendo es lo contrario de lo que nos aconsejaron esos dos expertos. Los gritos de las tertulias y de las columnas se aderezan con descalificaciones insustanciadas sobre la conducta de las personas, las empresas o los personajes, con el objetivo tan solo de alcanzar audiencia en el momento y de obtenerla luego, masivamente, en el *retuiteo*. La pedantería de los autosuficientes campa co-



JUAN CRUZ

Quando mandan los índices de audiencia y el espectáculo, el verdadero reto es contar lo que sucede

mo un instrumento de cultura falsa en muchas apariciones *periodísticas*; para ganar audiencia en las teles se anuncian "novedades extraordinarias" que suelen sumergirse en el olvido de lo conocido, y la agresividad se ha alimentado como una fórmula sin la cual parece que a la sal del periodismo le falta pimienta. El sosiego se ha hecho cada vez más una especie única que la gente no reclama porque nos hemos acostumbrado a la alharaca. El espectáculo manda.

El precipitado de todo ello no es solo el descrédito del periodismo, que afecta a todo el oficio, porque esta es la sociedad que inventó la expresión "todos son iguales" no solo para los políticos, sino la creciente imposibilidad de proponer supuestos de sentido común para que el periodista se sienta servidor del lector, del televidente o del que escucha la radio, y no servidor de

su propia ideología, de sus convicciones o de su rabia personal contra este, aquel o todos aquellos que no comulgan con su manera de entender la vida.

En una situación así, ¿podemos seguir siendo periodistas? Por supuesto, eso es lo que somos, no sabemos hacer otra cosa, y es muy digno lo que hacemos: imaginense, decirle a la gente lo que le pasa a la gente, y hacerlo además desde la nobleza de escuchar a los otros para decir lo que dicen y no lo que a nosotros nos dé la gana.

Hacerlo sin mezclar nuestras apreciaciones (de lo que vemos) con el cinismo que todos llevamos dentro. Siendo tan nobles como para explicar que no podemos hablar de una compañía eléctrica porque esta nos invitó a Brasil a ver un partido de fútbol, o para explicar, por ejemplo, por qué aceptamos esa invitación, aquel cuadro, esta botella

de ron, o las amables invitaciones a ser uno de los que se sientan en el mismo lado de la mesa de los que invitan.

Es un momento delicado para el oficio, cuando lo que se grita es más que lo que se dice, y eso distorsiona el mensaje. Y donde el lugar común, la banalidad, llena la boca de los comunicantes (periodistas, políticos, políticos que parecen periodistas, periodistas que parecen políticos) de frases hechas que la gente aplaude aunque el vacío las llene.

Sucede ahora, en el periodismo, pero también en la expresión pública de la política, que se construyen grandes prestigios igual que se los ganaba aquel jardinero despidado de la película *Bienvenido, Mr. Chance*; el servidor afectado que solo conocía de plantas y de televisión se vio en la calle, tras la muerte del dueño del jardín que atendía, y se hizo una fortuna, política también, diciendo tópicos sobre el cuidado de las plantas que podían aplicarse a la gestión de los recursos públicos. De esa manera, regar las plantas convenía para que no se secaran, y eso constituía una metáfora imbatible en el lenguaje político del momento, o era conveniente resguardarse cuando caía un chaparrón. Esa recomendación podía salvar al presidente de los Estados Unidos de cometer errores garrafales, y eso hizo que el jardinero ignorante se convirtiera en su principal asesor. Ahora escuchamos frases así en las bocas de los periodistas disfrazados y de los políticos disfrazados y escuchamos cómo levantan de sus asientos a los que se sienten conmovidos por tremendas majaderías.

Esa es la crisis que vivimos; hablamos de la otra porque existe y es grave; pero ya va siendo hora también de que dejemos de mirarnos al espejo sin sentir que el lector, el oyente, el televidente no nos quita ojo hasta que se canse del todo de prestarnos su ojo.



Le acusaron de «quinta columna»

Juicio sumario de TV3 a Sociedad Civil Catalana

No es la primera vez que TV3 emite un dictamen sumarial contra alguna organización no adicta al soberanismo. El pasado martes le tocó el turno a Sociedad Civil Catalana (SCC), que tiene la osadía de estar en contra del referéndum independentista. Los contertulios ya no sólo le quitaron el derecho a utilizar el nombre, sino que fueron definidos como «quintacolumnistas» (colaboracionistas del ejército invasor...), instigadores de una «bola de nieve tóxica» e incluso un piadoso resabiado dijo que sólo le despertaban «misericordia». La moderadora no terció para buscar otro punto de vista... Nada. SCC va a recurrir ante el Consejo Audiovisual de Cataluña, baldío intento de encontrar protección en un organismo que sólo tiene ojos para los «quintacolumnistas».





EL PAÍS es seguido por 1.685.000 lectores cada día

El periódico es el más leído entre los diarios de información general

EL PAÍS, Madrid

EL PAÍS mantiene un sólido liderazgo entre los rotativos generalistas de pago con 1.685.000 lectores diarios, una hegemonía que reafirman los datos de la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM). No obstante, el informe hecho público ayer pone de relieve una caída generalizada de las principales cabecezas españolas, incluida EL PAÍS, que pierde el 4,8% de su público respecto a la oleada del EGM publicada en abril (85.000 lectores menos). Por comunidades, EL PAÍS es el diario nacional de pago más leído en todas ellas menos en Castilla y León.

En términos generales, los

diarios de información general reducen su audiencia en un 3,3%, los deportivos retroceden el 3,2% y los económicos, el 2%. En su conjunto, los diarios españoles tienen 11,8 millones de lectores, una cifra que representa una bajada del 11% respecto a hace un año.

El Mundo cierra la oleada con 1.032.000 seguidores (-4,2%, es decir, 45.000 lectores menos) y se mantiene por delante de *La Vanguardia* (690.000), *El Periódico* (566.000), *Abc* (517.000) y *La Razón* (271.000). Entre los más leídos se ha hecho un hueco un diario regional, *La Voz de Galicia*, que con sus 594.000 fieles se instala por delante de varios medios nacionales.

Lectores de diarios

2ª ola de 2014. De lunes a domingo.

		Diferencia con la ola anterior, %
EL PAÍS	1.685.000	-4,8
EL MUNDO	1.032.000	-4,2
LA VANGUARDIA	690.000	-0,3
el Periódico	566.000	-5,5
ABC	517.000	-3,5
LA RAZÓN	271.000	0,0

SUPLEMENTOS

		Diferencia con la ola anterior, %
XL Semanal	2.271.000	-3,6
Mujer de Hoy	1.509.000	-1,6
El País Semanal	1.464.000	-0,5
La Vanguardia Magazine	856.000	+0,4
Yo Dona	396.000	-7,3
Dominical	393.000	-9,7
S Moda	331.000	+15,3
Mujer Hoy Corazón	314.000	+10,6

Fuente: Estudio General de Medios (EGM).

EL PAÍS

En el campo deportivo, el más leído es *Marca*, aunque en esta oleada pierde el 3,6% de su público. El EGM le atribuye una

audiencia de 2.601.000 personas y certifica que *As*, con 1.343.000 seguidores está un poco más cerca de su gran rival, ya

que el deportivo editado por PRISA prácticamente se mantiene sin cambios. *Expansión* continúa líder de los económicos (168.000 lectores), por delante de *El Economista* (78.000) y *Cinco Días* (72.000).

Los gratuitos también acusan el desapego de los españoles hacia los diarios de papel. *20 Minutos*, la única gran marca que ha logrado sobrevivir, registra 1.083.000 (1,7% menos).

Los suplementos de fin de semana se ven igualmente afectados. En términos generales caen el 3,6%. *XL Semanal*, que se distribuye con una docena de medios del grupo Vocento (editor de *Abc*), obtiene 2.271.000 lectores (pierde en este periodo justamente el porcentaje de la media), mientras que *El País Semanal*, que cae apenas un 0,5%, es seguido por 1.464.000 (junto a *Dominical*, con el que se comercializa la publicidad, acumula 1.857.000). *Fuera de serie*, el nuevo suplemento de *El Mundo*, experimenta un descenso del 41,6% (lo leen 213.000 personas) mientras que *S Moda*, la revista que se distribuye los sábados con EL PAÍS, crece un 15,3%, y llega hasta 331.000 lectores.



COMUNICACIÓ AUDIÈNCIES

SEGRE, número 1 amb 96.000 lectors

El diari és líder absolut a la província i triplica els lectors del seu immediat competidor
Se situa en la posició 5 del rànquing català, davant del 'Diari de Tarragona'

LLEIDA | El diari SEGRE manté la seua posició com a líder indiscutible a les comarques de Lleida amb 96.000 lectors diaris. Així ho ha tornat a posar de manifest l'Estudi General de Mitjans (EGM), que ahir va fer públiques les dades referents a la segona onada d'aquest any, que inclou el període entre l'octubre del 2013 i el maig del 2014. Aquests 96.000 seguidors (93.000 a Catalunya i 3.000 a la resta de l'Estat) suposen més del triple dels que compta el seu segon competidor, *La Vanguardia*, que té 28.000 lectors a la província (el diari del grup Godó és líder a Catalunya amb 670.000 lectors diaris). Quant al rànquing autonòmic, SEGRE se situa en la cinquena posició dels diaris generalistes editats a Catalunya, darrere de *La Vanguardia*, *El Periódico*, *El Punt Avui* i *Ara* i davant del *Diari de Tarragona*, que té 79.000 lectors diaris. Així mateix, SEGRE ocupa la posició número 40 del rànquing estatal (comptant els diaris d'informació general, els esportius i els gratuïts).

Per la seua part, Lleida Tele-



Imatge d'arxiu de la redacció de SEGRE.

LLEIDA TELEVISIÓ

El canal del Grup SEGRE suma 97.000 espectadors d'audiència acumulada en els últims 30 dies

visió, canal del Grup SEGRE, suma 97.000 espectadors d'audiència acumulada en els últims 30 dies. TV3 i Antena 3 comparteixen lideratge a la província,

amb 114.000 espectadors cada una, seguides de Tele 5, amb 63.000.

Quant a les revistes, *Sàpiens* és la més llegida a Ponent, amb 10.000 lectors, en la categoria de publicacions temàtiques en català, seguida de *Vèrtex*. En castellà, *Pronto* lidera el rànquing, amb 41.000 lectors, seguida de *Muy Interesante* i *Hola*, que empaten amb 21.000 lectors, i *National Geographic*, amb 19.000.

Prisa Radio, primer grup radiofònic a les comarques lleidatanes

■ Prisa Radio es consolida a les comarques lleidatanes com el primer grup radiofònic fins a sumar 74.000 oients. Ràdio Lleida és la tercera emissora en el rànquing de ràdios generalistes, després de Catalunya Ràdio (54.000) i RAC1 (41.000), però incrementa un 8% la seua audiència respecte a l'anterior onada. En la ràdio musical, 40 Principals és la primera fórmula amb 22.000 oients diaris i Cadena Dial la segona, amb 18.000. Per la seua part, Màxima creix un 29%, arribant als 9.000 seguidors. En el conjunt de Catalunya, la SER supera els 400.000 oients i a Espanya segueix líder de les ones amb 4.566.000.



MITJANS

José Ramón Díez defensa que TVE tingui publicitat

El nou director de la cadena denuncia que en suprimir la publicitat van caure els ingressos i es va debilitar el mitjà

SALVADOR ENGUIX

El nou director de TVE, José Ramón Díez, va denunciar ahir que quan el Govern va decidir eliminar la publicitat de la cadena "va debilitar brutalment" el mitjà, ja que va suposar "una reducció dels ingressos i de la possibilitat de fer la programació que té l'obligació de fer". Ramón Díez ho va dir ahir durant la seva intervenció en el curs *RTVE: la televisión pública en la ERA del big data*, que se celebra com a part dels Cursos Avançats d'Estiu 2014 de la Universitat Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), a Santander. En aquesta intervenció va matisar que la seva denúncia no era un judici "a una actitud política", però va subratllar que "la televisió és un negoci molt car".

El nou director de TVE, conscient de la greu situació de la cadena en audiència, prestigi i finançament, va assenyalar que "ha de competir per arribar al nombre d'espectadors més gran possible, la qual cosa no significa competir contra altres cadenes". "No



JUAN MANUEL SERRANO / UIMP

José Ramón Díez, ahir a la seu de la UIMP

és la nostra guerra", va afegir mentre assegurava que les cadenes privades "tenen dret absolut de fer amb la seva programació, amb els seus diners i amb els seus diners el que considerin oportú". Però, malgrat això, va anunciar que TVE ha "d'intentar recuperar quotes d'audiència que ens permetin tornar a ser a prop de les tele-

visions privades". Finalment, José Ramón Díez va demanar un vot de confiança perquè "nosaltres estem entrenant-nos per intentar ser millors, i ser millors significa arribar a més persones, a una audiència més gran; però abans que res el que volem és fer bé la nostra feina a la nostra televisió com a professionals".●



Debate rígido con 99 invitados

Los candidatos cierran un encuentro de 90 minutos el lunes moderado por una mujer

LUIS ÁNGEL SANZ / Madrid

Los equipos de los candidatos a liderar el PSOE acordaron ayer un formato de debate rígido, en principio sin espacio para réplicas o interrupciones, que se celebrará el próximo lunes a las 13.00 horas en la sede federal del partido, en la calle Ferraz de Madrid. Serán en total 90 minutos, con sólo dos intervenciones iniciales de cada candidato de cinco minutos, y un turno de preguntas posterior en el que podrán intervenir 99 invitados. A cada pregunta contestarán los tres candidatos. Una especie de *Tengo una pregunta para usted* triple y en la sede del PSOE.

El debate podrá ser televisado por todas las cadenas y páginas web que lo deseen. ELMUNDO.es lo ofrecerá en directo. También estudian emitirlo Cuatro, La Sexta y el Canal 24 Horas de TVE.

El formato definitivo está a falta de cerrarse, ya que los equipos se reunirán de nuevo el domingo a las 17.00 horas. Los candidatos quieren que el periodista que dirija el debate sea una mujer de reconocido perfil profesional. Por eso acordaron ofrecérselo a la presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), Carmen del Riego, y a la presidenta de la Asociación de Periodistas Parlamentarios (APP), Anabel Díez.

Durante los 30 minutos iniciales, los candidatos responderán a dos preguntas: *¿por qué se presenta para ser secretario general del PSOE?* y *¿qué papel cree que debe desempeñar el PSOE y qué debe aportar a la situación actual?* Según acordaron los equipos de los candidatos, estas intervenciones serán de unos cinco minutos para cada candidato y para cada pregunta, 30 minutos en total. El orden lo establece el número de avales recogidos por cada uno: primero Pedro Sánchez, segundo Eduardo Madina y tercero, José Antonio Pérez Tapias.

Tras estas intervenciones iniciales se dará paso al público. Cada candidato puede invitar a 33 personas, que cubrirán todo el espectro sociológico español, según fuentes de las candidaturas, de tal manera que entre los asistentes estarán representados todos los colectivos y minorías presentes en la sociedad española.

El público podrá hacer preguntas de forma breve y concisa, siempre para los tres. Los tiempos

de respuesta serán menos rígidos que las intervenciones iniciales, pero también se pedirá brevedad a los aspirantes (en la reunión que se celebró ayer en Ferraz se habló de un máximo de tres minutos por respuesta), para que pregunte el mayor número de gente posible. Además, los equipos podrán intro-

ducir preguntas que les lleguen en directo desde las redes sociales.

El candidato de Izquierda Socialista, José Antonio Pérez Tapias, dijo que afrontará el debate del próximo lunes con la intención de defender la «reconstrucción» del partido para que sea «reconocido» por la izquierda.

En rueda de prensa, Pérez Tapias aseguró desde Santa Cruz de Tenerife, donde ayer hacía campaña, que «los tres candidatos debemos pretender un debate ágil donde plasmemos nuestras propuestas y donde también quedarán reflejadas nuestras diferencias, pues eso expresa cierta pluralidad dentro

del Partido Socialista», informa Europa Press.

Los equipos de los candidatos favoritos, Pedro Sánchez y Eduardo Madina, dan mucha importancia al debate y lo prepararán a fondo. El poco conocimiento de los candidatos en gran parte de la militancia –sobre todo de Sánchez– puede hacer que este encuentro, que se podrá seguir también desde la página web del PSOE, sea decisivo para decantar el voto de miles de afiliados, según entienden tanto unos como otros.



ERNESTO AGUDO / ABC

Heroi del 'Sótano octavo'

RAFAEL MARTÍNEZ SIMANCAS (1961-2014)

Periodista i escriptor

Rafael Martínez Simancas acabava de complir 50 anys, era pare de dos fills i gaudia d'una carrera d'èxit com a escriptor i periodista quan li van diagnosticar que tenia un limfoma. La leucèmia li va canviar la vida de manera definitiva el novembre del 2011. Fins aquell moment, el periodista, nascut en la cordovesa localitat de Rute, havia destacat en nombroses feines i era columnista reconegut de diversos mitjans i agències. Va centrar la seva vida en l'escriptura de *Sótano octavo*, una obra destinada a narrar totes les fases del seu procés mèdic, les seves experiències i trobades amb els seus companys d'habitatge, el tracte amb els seus cuidadors en la sanitat pública, les relacions amb la seva dona, els seus fills i els seus amics. Un llibre escrit amb realisme, però també amb sentit de l'humor, pensat per "animar altres malalts a trobar una sortida a les pors que creixen com a ombres fantasmagòriques a la cova del càncer".

Ahora, va continuar amb els escrits i les columnes. I amb les seves entrades en el blog *La gñe de Rafaé*, on se'n poden trobar dues de firmades el 25 de juny, una de dedicada a la derrota de la selecció espanyola al Mundial. En els últims temps, Martínez Simancas, que havia estat director del diari *Qué!*, escrivia a les capçaleres del Grup Vocento a través de l'Agencia Colpisa. Abans va ser director de l'informatiu i la tertúlia *De costa a costa* a Punto

Radio. Curiós, satíric, i de vegades canalla, com ell es definia, havia fet de la seva particular visió del món un ofici. Als primers passos a l'extinta Radiocadena Española van seguir els treballs a la SER, COPE i Onda Cero, on va fer *La Guinda* amb Carlos Herrera, a més de ser director creatiu de la cadena, i va participar a *Protagonistas*, de Luis del Olmo.

També el periodisme escrit va ser testimoni de les seves aventures. Com a articulista es va iniciar a *El Boletín de la tarde*, el 1993. Després escriuria per a *Diario 16* i per a l'edició de Madrid del diari *El Mundo*, on va firmar una columna i realitzava entrevistes per a la contraportada.

Autor de *Sótano octavo* però també de dos llibres més, *Doce balas de cañón* i *El amor patético*, l'assaig d'humor *Estoy en el candilabro y otros nardos en la palabra*, i, com era d'esperar en un cordovès, d'una biografia de Julio Anguita. Va rebre l'Antena de Oro, de la Federación Española de Profesionales de Radio y Televisión, i el premi Mesonero Romanos de l'Ajuntament de Madrid.

En una entrevista a l'agència Europa Press, Martínez Simancas assenyalava que per a un malalt de càncer "cada dia és un regal; vull deixar aquest món una miqueta millor, que sigui més agradable i deixar un bon record als qui m'estimen". Com va dir una senyora d'avanzada edat en sortir d'una consulta: "*Que os pongáis buenos tós*".

ADOLFO S. RUIZ



ESTUDIA UNA QUEJA ANTE EL CAC Y EL SÍNDIC

Sociedad Civil denuncia los graves insultos sufridos en TV3

ABC BARCELONA

Sociedad Civil Catalana (SCC) considera inadmisibile el trato proporcionado por TV3 en su programa «Els Matins» del pasado 1 de julio en el que «se menospreció e insultó gravemente a nuestra asociación y a sus miembros», según denuncia esta plataforma contraria a la independencia en un comunicado.

«Durante varios minutos todos los tertulianos de ese programa se dedicaron a criticar de forma destructiva a nuestra entidad sin que nadie les diera réplica y sin que la presentadora del programa los interrumpiera o intentara moderar sus afirmaciones», lamenta la plataforma. Añade que «SCC fue descrita como una “quintacolumna” (colaboradores internos de un ejército enemigo), que se dedica a

crear «una bola de nieve tóxica» y se acusó a sus miembros de ser antidemocráticos. Por este motivo, desde la asociación se están estudiando las acciones que se consideren oportunas en su defensa, entre las que se encuentran presentar una queja ante el Consejo de lo Audiovisual de Cataluña (CAC) y otra ante el Síndic de Greuges. Además, SCC exige una rectificación inmediata al presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Brauli Duart, entidad de la que depende TV3 y está controlada por la Generalitat de Cataluña.

Esta plataforma, presidida por Josep Ramon Bosch, se refiere a una tertulia emitida por TV3 en la que los cinco participantes eran Joan B. Culla, Marta Alós, Joan Majó, Marta Sel-



Josep Ramon Bosch

INÉS BAUCELLS

va y Antonio Baños. Ninguno de ellos salió en defensa de SCC. Alós, ex diputada de CDC, fue la que llamó «quintacolumnistas» a los miembros de esta plataforma.



LaVanguardia.com, el web més visitat a Catalunya

Barcelona Redacció

El web de *La Vanguardia* ha ampliat el seu lideratge com a diari digital més visitat a Catalunya i ha tornat a batre el seu rècord d'audiència. LaVanguardia.com es va acostar el juny als 12 milions d'usuaris únics (11.878.000), segons el mesurador AT Internet, i va superar així en un milió i mig l'últim rècord del mes d'abril passat. Aquestes dades suposen un augment del 60% d'audiència respecte al mateix mes de l'any anterior.

A la resta de mesuradors, LaVanguardia.com es referma com

el diari preferit per informar-se pels usuaris a Catalunya. D'una banda, les dades de ComScore, mesurador que pondera l'audiència real (només procedent d'Espanya) amb la que fan panelistes, atorga al web de *La Vanguardia* 1.367.000 usuaris únics a Catalunya, per davant d'El País Sites, El Mundo.es Sites, El Periódico, ABC.es Sites i 20 Minutos Sites. A Espanya, el web del Grup Godó ocupa la cinquena posició, amb 4,3 milions d'usuaris únics mensuals en un rànquing que lidera El Mundo.es Sites.

L'última onada de l'enquesta de l'Estudi General de Mitjans

(EGM) també reforça LaVanguardia.com com el web líder a Catalunya.

L'aposta pel seguiment en directe dels esdeveniments informatius, la creació de canals temàtics i locals, la interacció amb els lectors dins del web i mitjançant les xarxes socials i l'oferta de continguts propis multimèdia que situa *La Vanguardia* com el segon web d'Espanya en audiència exclusiva de vídeos, són algunes de les claus que expliquen l'èxit de LaVanguardia.com. Sense oblidar que la presència digital a les plataformes mòbils ja suposa el 40% de l'audiència.●

El web de
'La Vanguardia',
número u a Catalunya

Maig del 2014.

Usuaris únics mensuals

La Vanguardia

1.367.000

El País Sites

1.243.000

El Mundo Sites

1.167.000

El Periódico

861.000

Abc Sites

813.000

20 Minutos Sites

763.000

FONT: Panel ComScore. Trànsit de PC

LV



CRÍTICA DE TV



Alfred Rexach

Traieu les grapes de la tele!

El meu col·lega i veí de columna Fernando de Felipe se m'avançava ahir en la denúncia dels excessos perpetrats pel PP al seu "cortijo orwel·lià" de TVE. No tinc res a lamentar sobre això, ben al contrari: que dos comentaristes coincidim, només confirma un diagnòstic comú que mostra les serioses malalties que afligeixen la que continua sent la televisió pública de què es nodreixen la majoria de ciutadans d'aquest país, incloent aquí Catalunya, on TV3 exerceix el paper de tele pública nacional, sense que, per cert, estigui en condicions de presumir d'independència i neutralitat. Ahir mateix, el *Telenotícies migdia* dedicava d'amagatots menys d'un minut a informar del demolidor informe de l'Agència Tributària sobre els negocis d'Oriol Pujol, mentre que TVE oferia àmplies informacions del

cas. Esclar que això últim els catalans ho hem d'atribuir a la secular contumàcia dels espanyols per fotre'ns la vida.

La cadena estatal TVE ha estat sempre objecte dels incestuosos desitjos dels partits governants i això val avui per al PP, com abans va valer també per al Govern del PSOE. Recordeu la interlocutòria de fe, crucifixió i crema de la directora Pilar Miró, quan, en la segona meitat dels anys vuitanta del segle passat, va pretendre dirigir amb independència l'ens de Radiotelevisió Espanyola? Avui el PP, amb la seva aclaparadora majoria absoluta, té també RTVE lligada amb grillons i puny de ferro. El resultat és una programació massa vegades lamentable i, sobretot, la pèrdua de credibilitat dels seus informatius. La caiguda dels índexs d'audiència (quota de pantalla del 9,5% al juny) és incontestable i és

que la ciutadania està cada vegada més farta que li prenguin el pèl i d'estar pagant amb els seus impostos una televisió que, a més, continua cruspint-se ajuts públics amb una voracitat de balena, sense deixar d'acumular deutes.

De la manipulació infligida als informatius de TVE en dona compte també el Consell d'Informatius (format per treballadors d'aquella casa, farts de ser utilitzats de manera malintencionada), indignats, ells també, que la televisió pública per a la qual treballen estigui sotmesa a un intolerable clima de manipulació política pel partit del Govern. I d'això també n'és molt conscient el Consell d'Europa quan afirma que "és necessari protegir les televisions públiques de les ingerències partidistes"

Polítics: ¡Traieu les vostres incestuoses grapes de les nostres televisions!



Catalunya Ràdio i el 33 aposten per donar visibilitat a les dones

■ Estrenaran diversos programes orientats a fomentar la igualtat

Redacció
BARCELONA

La consellera de Benestar Social i Família, Neus Munté, i el president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, han signat un conveni de col·laboració per reforçar la perspectiva de gènere i les aportacions de les dones als mitjans públics catalans, així com reduir l'androcentrisme i el sexisme i eradicar la violència masclista. Munté va destacar que "la perspectiva de gènere en els mitjans públics facilita la incorporació del potencial, la força i el talent de les dones en la construcció d'un país millor".

El president de la CCMA, Brauli Duart, va ressaltar "el compromís dels mitjans de la CCMA a l'hora de reflectir la igualtat entre homes i dones i evitar els estereotips". En aquest sentit, Duart va recalcar que tant a TV3 com a Catalunya Ràdio s'ha fet una aposta perquè siguin dones les que se situïn al capdavant dels "grans programes in-



Barril presentarà 'El cafè de les dones sàvies' ■ ARXIU

formatius i de debat" de la graella diària.

Amb l'objectiu de donar encara més visibilitat a les dones, Catalunya Ràdio estrenarà el dilluns 14 de juliol el programa estival d'entrevistes *El cafè de les dones sàvies*, amb Joan Barril. Són 35 entrevistes a dones en què es tractaran diferents aspectes de la vida.

Dins la programació de tardor, el canal 33 estrenarà *Som dones. Una mirada femenina sobre el món*, una sèrie setmanal de tretze capítols sobre el món, sobre temes que afecten tothom, però només explicats per dones, tant anònimes com conegudes pel gran públic. ■



Alumnes de l'Institut la Garrotxa guanyen el primer premi del Consell Audiovisual de Catalunya

Els alumnes de quart d'ESO de l'Institut la Garrotxa, d'Olot, han rebut de mans de la consellera d'Ensenyament, Irene Rigau, el primer premi d'*El CAC a l'Escola*, del Consell Audiovisual de Catalunya pel seu treball audiovisual *Be Brave*. Aquest audiovisual narra l'esforç per afrontar les pors, les vivències i les emocions a partir de diferents situacions que plantegen els joves en el vídeo. El treball es realitzà durant el primer trimestre, dins les diferents activitats que es preparen per al concert de Nadal que té lloc a l'institut. El jurat ha valorat «el bon tractament del llenguatge audiovisual i l'acurada composició dels plans així com la creativitat en la posada en escena». Els alumnes van recollir molt contents el premi en la seva categoria, en un acte efectuat 18 de juny passat a Barcelona. Es pot veure el seu treball a l'enllaç: <https://vimeo.com/84752597>.





El objetivo del nuevo director de TVE es recuperar audiencia

José Ramón Díez:
“Una televisión pública
está sujeta a lo que
los políticos decidan”

S. M. / Agencias MADRID.

El nuevo director de TVE, José Ramón Díez, aseguró ayer que su principal objetivo a corto plazo es “intentar recuperar cuotas de audiencia que nos permitan volver a estar cerca de las televisiones privadas”. De hecho, no harán una guerra contra las cadenas privadas pero sí que intentarán recuperar los espectadores que tenían hace años a través de un buen trabajo, aunque “una televisión pública está sujeta a lo que los políticos decidan”, afirmó Díez en los Cursos Avanzados de Verano de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) de Santander.

Por otro lado, la eliminación de la publicidad de TVE en enero de 2010, “debilitó a la cadena”, indicó. La televisión pública no atraviesa su mejor momento económico, ya que hasta mayo acumu-

la unas pérdidas de 67 millones de euros, aunque se espera que se dispare a más de 100 millones a lo largo de este año, por lo juego de Sochi. Por ello, el ente público ha decidido realizar una serie de ajustes, entre los que se encuentran una bajada salarial o el cierre de Teledeporte.

El director de informativos de TVE, Julio Somoano, afirmó que “seguirá trabajando para los informativos de TVE”, por lo que la petición de dimisión formulada por parte del consejo de informativos ha quedado en nada. Asimismo, también señaló que “está trabajando en un modelo para evaluar, según los criterios publicitarios, los retornos de rentabilidad social que aporta la programación de los canales”. De hecho, a lo largo de este año una serie de programas, como *El pueblo más divertido*, *Mira quién baila*, *+Gente*, *Generación Rock* o *Uno de los nuestros* han provocado una fuerte caída de la audiencia, por lo que no sería de extrañar que cada uno de los canales de TVE se esté planteando una reestructuración de su programación en un futuro próximo.



El Grupo PRISA apuesta por la innovación y lanza un programa de apoyo para 'start-ups'

CINCO DIAS *Madrid*

El Grupo PRISA ha puesto en marcha PRISA INN, una unidad de análisis, inversión y aceleración de negocios digitales y *start-ups*. A través de esa iniciativa, la compañía prestará su *know-how* y estructura para impulsar el talento, las ideas y los proyectos empresariales tecnológicos. Para dar respuesta a las necesidades detectadas entre los emprendedores y las *start-ups*, PRISA INN ofertará dos programas en los que se podrá participar en función de la madurez de los proyec-

tos. El primero, el Programa Trampolín, al que se podrán presentar candidatos con proyectos innovadores que ya estén en marcha, para los que PRISA aportará apoyo publicitario en sus medios a cambio de formar parte del accionariado de las *start-ups* elegidas (*media for equity*).

Por otro lado, en el Programa LAB los profesionales de las distintas unidades de PRISA prestarán apoyo integral a los proyectos previamente seleccionados para recibir asesoramiento legal, financiero, de marketing, formación, plan de medios y



Instalaciones del Grupo PRISA.
P. MONGE

mentoring en un espacio de *coworking* habilitado para estas *start-ups*. Según el Grupo PRISA, impulsar el talento y estimular la innovación son dos componentes críticos en el esfuerzo de transformación que viven las grandes compañías, "lo que hace imprescindible el desarrollo de este tipo de laboratorios de innovación como apuesta de futuro". La iniciativa de PRISA se diferencia por el potencial que puede aportar a estos nuevos proyectos su audiencia global, su prestigio y la influencia de sus medios en España y toda Iberoamérica.



Cambios en radio

El periodista Manu Carreño y la cadena SER se divorcian

Manu Carreño, director y narrador de «Carrusel Deportivo», dejará la cadena SER la próxima temporada para centrarse en su carrera en televisión en Mediaset. Con él también dejaría la dirección del espacio su compañero José Antonio Ponseti. El sustituto de ambos al frente del programa deportivo radiofónico será Jesús Gallego, compañero de Manu Carreño en la emisora del grupo Prisa y en Mediaset.

Fuentes del grupo apuntaron que la no renovación del contrato de Carreño se debe a los compromisos contraídos por el periodista con Mediaset, donde además de presentar diariamente «Los Manolos» en Cuatro es el encargado de narrar los principales partidos que ofrece el grupo de Paolo Vasile en Telecinco o Cuatro. Ade-

más, también está al frente de la cobertura del Mundial en Mediaset, pone voz a diversas promociones del grupo e incluso es copropietario de Supersport, productora centrada en la elaboración de información deportiva.

De este modo, Manu Carreño pondrá fin a tres años al frente de «Carrusel deportivo», donde entró para sustituir a Javier Hoyos. Este último estuvo un año al frente del programa después de la polémica marcha de Paco González a «Tiempo de Juego» (COPE), espacio que sigue creciendo frente a la caída de oyentes de «Carrusel Deportivo», líder.



MANU CARREÑO



8tv continua guanyant audiència al juny

BARCELONA Redacció

8tv, la cadena de televisió del Grup Godó, ha tancat el juny amb una quota de pantalla del 3,7%, el segon millor registre mensual del 2014, segons les dades proporcionades per Kantar Media. Aquesta xifra suposa un increment notable en la mitjana d'espectadors respecte al mateix mes del 2013. A més a més, situa 8tv com la tercera cadena de televisió que més va créixer el mes de juny a Catalunya, no més superada per Telecinco i Cuatro –beneficiades totes dues per l'emissió dels partits del Mundial del Brasil–.

El canal ha consolidat el seu creixement a les quatre províncies de Catalunya i ha assolit el seu millor registre anual a la de Girona amb una quota rècord del 4,8%. També cal destacar els resultats dels dies feiners, ja que el 4,5% de *share* a Catalunya és el millor en tota la història de la cadena.

En la consolidació de l'augment de l'audiència de la cadena del Grup Godó ha tingut un paper fonamental el fet que tots els programes, sense excepció, hagin crescut. *Migdia*, dirigit i presentat diàriament per Ruth Jiménez, ha tancat el mes de juny amb una audiència del 3,4%.

Arucitys, el magazine d'actualitat presentat per Alfons Arús, es referma com l'opció

FAVORITS DE L'AUDIÈNCIA

'Arucitys' i '8 al dia' es consoliden com les opcions preferides

d'entreteniment preferida del migdia pels espectadors catalans i obté un excel·lent 5,7%, mig punt superior al registre del juny de l'any passat.

Quant a *8 al dia*, amb Josep Cuní, es consolida com la primera opció informativa per a centenars de milers de catalans i aconsegueix una destacada quota del 7,2%. A més a més, aconsegueix el lideratge en franges concretes gràcies a les tertúlies, debats i especials informatius.

Així mateix, l'aposta de la cadena per reforçar els caps de setmana amb l'emissió de *Grans relats* i l'estrena de les produccions més recents de *Miss Marple* ha donat bons resultats, amb quotes de pantalla que dupliquen l'audiència de la cadena aquells dies.

També ha augmentat la interacció dels espectadors amb la cadena, a través de les xarxes socials de Facebook i Twitter. I l'aplicació de la cadena 8tv ja ha estat descarregada en 60.000 dispositius mòbils.●



Unidad Editorial, grupo líder

E. M. / Madrid

La información en España está ligada a Unidad Editorial. Este grupo de comunicación es la opción preferida por los lectores a la hora de informarse, sea cual sea el ámbito de la noticia. Cuenta con una comunidad de 3.801.000 de fieles, una cifra inalcanzable para el resto.

El resto de grupos editoriales españoles se sitúan a una gran distancia. Aventura en 701.000 lectores a Prisa, su más inmediato perseguidor. Esa distancia se dispara si Unidad Edito-

rial se compara con Vocento, en la tercera posición. Pese a que cuenta con más de una docena de diarios entre los que se encuentra ABC, se queda en 2.565.000 lectores, a 1.236.000 de Unidad Editorial.

Los 3,8 millones de lectores de Unidad Editorial sólo corresponden a la suma de seguidores de sus cabeceras diarias. La cifra se dispara hasta los 5.003.000 si se tienen en cuenta las revistas, todas ellas referentes en sus sectores. Este total no incluye las cifras de

Yo Dona (396.000) y *Fuera de Serie* (213.000), que no computan en este apartado por distribuirse junto a EL MUNDO.

La revista femenina *Telva* cosecha un seguimiento de 446.000 lectores. *Marca Motor*, por su parte, es la publicación con una mayor audiencia de su sector, con 508.000 fieles. La oferta especializada de Unidad Editorial se completa con *La Aventura de la Historia* (182.000 lectores) y el mensual *Actualidad Económica* (66.000).



Onda Cero, única radio que crece

E. M. / Madrid

El EGM es el día de la radio. Las emisoras conocen sus datos de audiencia. Ayer no sólo se supo quién gana o pierde, sino quién se va o llega. Manu Carreño abandona la Ser y la conducción de *Carrusel deportivo*, tras decantarse por su trabajo televisivo en Mediaset. Por su parte, la Cope hizo oficial que Ángel Expósito será el sustituto de Ernesto Sáenz de Bu-ruaga en las mañanas.

En lo que respecta a los datos del EGM, la segun-

da oleada certifica que Onda Cero es la única radio que gana oyentes respecto al mes de abril. La emisora del grupo Atres-media crece un 4,3% y se sitúa en 2.714.000 oyentes.

El resto de radios pierde seguidores, destacando el caso de RNE que se deja un 8% de sus fieles. La radio pública no termina de despegar. Su dato es de 1.213.000.

Por encima de RNE está la Cope. Que si bien cae un 1,1% se puede decir

que se mantiene estable con 1.951.000. Además, si éste se compara con hace un año, la emisora propiedad de la Conferencia Episcopal experimenta un crecimiento del 10%.

La Ser continúa líder de las ondas con 4.566.000 oyentes, con un retroceso del 2,6% en comparación con los datos de abril.

En lo que respecta a Radio Marca, la única emisora temática deportiva en España, es escuchada de lunes a viernes por 534.000 oyentes.



L'APUNT
Històries
de la ràdio
Jaume Vidal

Com a professional, m'agrada la premsa escrita, però com a consumidor m'apassiona la ràdio. És directa i amiga. La història contemporània de la ràdio en català passa en la meua memòria pel "Bon dia, Catalunya" de Salvador Escamilla en el programa *Radioscope* –entre els meus desitjos incomplets hi ha el de no haver aconseguit mai la mascota del programa–; l'estranya

sensació d'escoltar una ràdio íntegrament en català amb Ràdio 4 i la normalitat que va produir la creació de Catalunya Ràdio. Batalletes. Però la realitat d'ara és que el Basté i la Terribas sumen 1,3 milions d'oients cada matí. I Flaixbac i Flaix FM, com a radiofórmules musicals, se situen en segon i tercer lloc. Dinamisme encoratjador de la nostra ràdio.





POLÍTICA

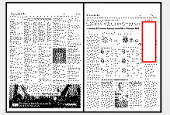
Pablo Iglesias propone regular los medios de comunicación

■ El eurodiputado y líder de Podemos, Pablo Iglesias, es partidario de establecer mecanismos de control público para regular a los medios de comunicación, o por lo menos a «una parte», y garantizar así «la libertad de prensa, sin condicionantes de las empresas privadas o la voluntad de partidos políticos».

Así se desprende del libro 'Conversación con Pablo Iglesias', en el que el periodista Jacobo Rivero plasma una conversación con el líder de Podemos tras las elecciones europeas del 25 de mayo, en las que la formación dio la sorpresa al obtener cinco escaños en el Parlamento europeo.

«¿Por qué no va a existir una regulación que garantice la libertad de prensa en el mejor sentido del término, sin condicionantes de empresas privadas o de la voluntad de partidos políticos? La sociedad civil tiene que verse reflejada con independencia y veracidad en los medios de comunicación?», asegura en el texto.

Según Iglesias, dicha regulación no significa que todos los medios deban estar bajo el control del Gobierno, sino que se garantice mediante la regulación del sector de la comunicación la independencia y la veracidad de los medios. —EUROPA PRESS



NOU DIRECTOR

Díez: «TVE està subjecta a decisions polítiques»

|| AGÈNCIES
SANTANDER

El nou director de TVE, José Ramón Díez, va assegurar ahir que la difícil situació econòmica que viu RTVE es deu al fet que «una televisió pública està subjecta al que els polítics decideixin» i «quan el Govern va decidir suprimir la publicitat de TVE, va debilitar brutalment la cadena i el servei públic». En la seva intervenció a la UIMP de Santander, Díez va assegurar que el seu objectiu és «intentar recuperar quotes d'audiència que ens permetin tornar a estar a prop de les privades.

Julio Somoano, director d'Informatius de TVE, que també va participar en la trobada, es va referir a la recent petició del Consell d'Informatius de RTVE demanant el seu relleu: va descartar la seva marxa i va reafirmar la seva voluntat de seguir lluitant pel lideratge dels Telediaris. «Tots els professionals de TVE cometem errors, jo el primer, i els següents els responsables del Consell d'Informatius», va dir. ≡



45.000 firmes per uns mitjans públics

T. Rodríguez
VALÈNCIA

La iniciativa legislativa popular (ILP) per una ràdio i una televisió públiques i en valencià ha aconseguit recollir 45.000 signatures en només dos mesos. Els promotors valoren molt la resposta que ha donat la ciutadania valenciana i assenyalen que evidencia la voluntat de la ciutada-

nia de participar per "posar en marxa uns mitjans de comunicació públics, capaços d'exportar la imatge dels valencians a l'exterior, font d'informació i d'entreteniment de qualitat, i que potenciïn l'ús del valencià com a llengua pròpia".

L'objectiu és arribar a les 50.000 signatures per dur la iniciativa ciutadana a les Corts Valencianes. ■



■ El periodista Ángel Expósito presentará el programa matinal de la cadena Cope

El periodista Ángel Expósito dirigirà i presentarà el programa *La mañana de la cadena Cope* els dies feiners, tal com va informar ahir la mateixa emissora. S'hi incorporarà la temporada que ve per ocupar el lloc d'Ernesto Sáenz de Buruaga, que ja ha anunciat que abandonava l'emissora. Expósito dirigeix actualment l'informatiu del migdia de la Cope i ara amplia el contracte per als pròxims tres anys.



LA CITY

Un 'prime time' más racional

La televisión es un elemento clave para mejorar la conciliación de la vida personal, laboral y familiar. Así lo defiende la secretaria de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, Susana Camarero, quien afirmó ayer que hablará "con quien haga falta" –sobre todo, con los responsables de las emisoras de TV públicas y privadas– para adelantar el *prime time* y, de esta forma, obtener horarios más racionales. Aunque admita que no se trata de una meta fácil de conseguir, Camarero aboga por "un debate constructivo" sobre este tema. La secretaria de Estado, que participó en el VIII Congreso Nacional para Racionalizar los Horarios Españoles, cree que la conciliación favorece a toda la sociedad, pero sobre todo a las mujeres, y especialmente las madres, porque son ellas las que dedican "más tiempo a las tareas del hogar".



Fràgil acord entre Mediaset i Telefónica

► Mediaset va comunicar ahir a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV) que no existeix “de moment” un acord “definitiu i íntegre” amb Telefónica per a la venda de la seva participació del 22% de Canal+. I recorda que el termini que té Mediaset per exercitar els seus drets d’adquisició preferent o acompanyament amb el contracte de compravenda subscrit entre Prisa i Telefónica per a la transmissió a favor d’aquesta darrera del 56 per cent del capital social de Canal+ venç avui, 4 de juliol. / Redacció



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/14	El Col·legi de Periodistes reclama mitjans de comunicació públics i privats forts / Regio7	50	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/14	La CCMA i el CAC han de ser una qüestió de país i no de confrontació partidista / Sindicat de Periodistes de Catalunya	52	3



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

El Col·legi de Periodistes reclama mitjans de comunicació públics i privats forts

Viernes, 4 de julio de 2014

El vicedegà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Marc Vidal, va comparèixer ahir davant la comissió d'Afers Institucionals del Parlament de Catalunya en relació amb la tramitació del Projecte de llei pel qual es modifiquen diverses lleis en matèria audiovisual i de publicitat institucional per afavorir la transparència i la sostenibilitat del sector de la comunicació, i la Proposició de llei de modificació de la Llei 2/2012, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual. Vidal va remarcar que "ara és més important que mai enfortir el periodisme -la independència dels professionals i, per tant, les condicions que tenen per dur a terme la seva feina- com a garantia d'una democràcia de qualitat". El vicedegà va recordar el rebuig del Col·legi de Periodistes al sistema de blocs electorals, que "són una anomalia europea", i va destacar la tasca feta per la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació, una iniciativa inèdita i impulsada, entre d'altres, pel Col·legi de Periodistes que aplega govern, organitzacions professionals, universitats, sindicats, patronals i altres sectors implicats en el sector de la comunicació amb l'objectiu de sumar esforços davant la crisi. El Col·legi de Periodistes considera positiu que s'hagi constituït aquesta ponència i que se l'hagi convidat a participar-hi, ja que es tracta de modificacions "fonamentals per a l'espai de comunicació català". El Col·legi també veu de bon ull que la voluntat expressada pel projecte que presenta el Govern sigui la de reforçar els mitjans de comunicació públics impulsant-ne la plena desgovernamentalització i garantir la plena autonomia de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per assegurar la seva independència, neutralitat i objectivitat. El Col·legi va defensar que l'elecció dels membres del consell de govern de la CCMA i del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) sigui per mecanismes que garanteixin la pluralitat i la independència política més que no pas una designació per simple majoria.



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

La CCMA i el CAC han de ser una qüestió de país i no de confrontació partidista

Viernes, 4 de julio de 2014

Compareixença del president del Sindicat de Periodistes de Catalunya / Sindicat de Professionals de la Comunicació (SPC), Ramon Espuny, a la Comissió d'Afers Institucionals del Parlament de Catalunya. Desgovernamentalitzar és tornar al consens de 2007 Gràcies per haver convidat el sindicat a aquesta compareixença. Agraïm també la invitació als representants laborals i professionals dels treballadors de la CCMA. Expressem igualment la nostra satisfacció per la forma de ponència conjunta, ja que el CAC i la CCMA han de ser temes de país i de consens. Voldriem fer una prèvia abans de les propostes sobre punts específics. Ahir es va dir en algun moment que es dedicava molt temps al tema de la governança del CAC i de la Corporació. Però hi ha dos motius perquè nosaltres li donguem preferència : primer, perquè els mateixos projectes, el del Govern i el d'ICV-EUiA, comencen per aquí, i coincideixen en la necessitat de desgovernamentalitzar aquests organismes. És una ironia, però, que l'àmbit des d'on ara es proposa la desgovernamentalització sigui el mateix que fa dos anys va trencar el consens del 2007, aconseguit després de set anys, des del mandat del debat de l'Audiovisual de 1999. Segon, perquè com a sindicat professional hem de dir que aquesta qüestió no és innocua : els efectes de la regovernamentalització han estat a la CCMA d'un primer ERO que trencava el model de les empreses de la Corporació, i que afectava directament els continguts i era una escabexina a les redaccions de TV3 i CR. I d'altra banda, ha suposat el retorn al verticalisme en la cadena de comandament, des del President del Consell fins als caps de secció d'Informatius. Això no vol dir que no haguem patit els efectes de la partitocràcia, fruit de la vulneració de l'esperit i la lletra de la llei del 2007, i que hem estat els primers a criticar. I que es manifestava per exemple en una mena de lottitzazione en que, en efectes cremallera, es repartien entre partits els càrrecs de President, director general, directors de TV3 i CR, directors dels respectius serveis informatius, etc. Però estar decebuts d'això, d'haver passat de la monarquia absoluta a la república partitocràtica, no vol dir que ara, per mirar d'aconseguir una governança ideal, o el sublim, ens quedem com estem. Segons el projecte de llei del Govern, aquest vol la plena desgovernamentalització dels mitjans de comunicació públics, reforçar la plena autonomia de la CCMA respecte del poder executiu, per garantir la seva independència, neutralitat i objectivitat, tot impulsant un procés de desgovernamentalització que ha de fer possible que els mitjans de la Corporació mantinguin el seu perfil de garants del pluralisme polític i social. També vol, però preservar el caràcter executiu de la presidència del CAC i de la CCMA, per tal d'agilitar el funcionament de les dues institucions (...) tot concentrant en aquest òrgan la gestió ordinària de la respectiva institució, i mantenint alhora les funcions dels òrgans col·legiats en aquells supòsits en què la seva intervenció és preceptiva. Pel que fa a la proposició de llei d'ICV-EUiA, diu que el seu objectiu és tornar a introduir en els òrgans de govern dels mitjans audiovisuals públics la necessitat

daconseguir majories qualificades en la presa de grans decisions (elecció, òrgans de govern, contracte programa, pressupostos...) i el pluralisme com a garantia dun sistema audiovisual català de qualitat i reflex de la societat. També manifesta que per garantir el pluralisme i la independència cal que tant a la CCMA com al CAC hi estiguin presents totes les sensibilitats existents a la nostra societat, i que es garanteixi que els organismes rectors dels mm.pp. estiguin integrats per experts i gestors que responguin a un perfil professional amb un règim rigorós dincompatibilitats. Tot per retornar al consens majoritari que en aquesta matèria havia existit anteriorment a Catalunya. LSPC creu que la desgovernamentalització que sembla ser un objectiu comú no s'assoleix eliminant de l'article 3.2 que la Corporació resta formalment adscrita a l'Administració de la Generalitat per mitjà del departament competent en matèria audiovisual. Perquè no és per aquesta adscripció formal per on es garanteix o s'impedeix la independència de la CCMA de l'Executiu. La independència de la Corporació l'ha de garantir, sense ser condició suficient però sí necessària, un compromís de tots els grups polítics per fer-ne un tema de país, i per tant per buscar el màxim consens en base als criteris dindependència, neutralitat i objectivitat, que passen per mecanismes de designació dels òrgans rectors i de presa de decisions que es basin en la capacitat professional i en les majories qualificades, i no exclusivament en la majoria de govern o daquest i els grups que li donin suport. Aquesta ha estat la posició tradicional de l'ISPC, dels col·lectius professionals i sindicals, del món acadèmic de la comunicació i del dret constitucional. I tothom sap com aquesta orientació, que es va començar a obrir pas el 1999, amb el Ple monogràfic sobre l'Audiovisual, i que no es va concretar fins el 2007, amb la Llei de la CCMA, es va estroncar el 2012 amb la contrareforma votada per CiU i el PP, paral·lela a la involució de la Llei de RTVE, que també era hereva del pensament majoritari dels col·lectius implicats i de la doctrina de democratització dels mitjans públics sorgida a Catalunya des de finals del segle passat. Pel que fa a la dedicació dels membres del Consell de Govern de la CCMA i del CAC, retirar-los la dedicació exclusiva de forma genèrica, reservant aquesta només pel president i per qui designi la majoria del Consell, només pot portar a un reforçament del presidencialisme en aquest organisme, que es consolida amb lajudicació de la condició dalt càrrec de relleu institucional especial, i que està viciat d'origen pel fet de poder ser elegit per majoria absoluta en cas de no aconseguir els 2/3 del ple del Parlament. A més, comportaria que hi hagués dos tipus de consellers, de dues velocitats, i sobriria la porta a compatibilitats amb interessos privats del mateix sector. Per tot això, des de l'ISPC proposarem esmenes als dos textos que vagin en el sentit descrit més amunt, sense fer qüestió daspectes anecdòtics, com el nombre concret de membres tant del CAC com del Consell de Govern de la CCMA. Ja que el nostre criteri és que ha de primar sobretot el que es preveu en les lleis i es vulnera en la pràctica, quan es proposen candidats que responen per sobre de tot a lafinitat ideològica amb cada grup parlamentari. Per això pot ser positiu que, a més de retornar a les majories qualificades de 2/3, que forcen al consens a l'hora de lelecció de membres dels organismes rectors, les propostes de candidats requereixin almenys de lacord de tres grups parlamentaris, i que en el cas dels consellers siguin avaluats pel CAC, això sí, de manera que aquest pugui triar entre diferents candidats, i no haver de donar el vist-i-plau a tots els proposats pel fet de ser el mateix nombre de càrrecs a cobrir. Igualment pot ser positiu, en el cas del CAC, lexamen públic o hearing

dels candidats davant el Parlament. Pel que fa al Consell Assessor de la CCMA, hauria de retornar a ser expressió genuïna de la pluralitat social, i òrgan amb representació directa dels treballadors, i hauria de gaudir d'interdependència orgànica i en el seu funcionament, per canalitzar realment l'opinió social sobre els continguts de la Corporació, i no un mer àpèndix dirigit des del Consell de Govern. En relació a les modificacions proposades a la Llei del CAC, seriem contraris a les referides a l'allargament a 15 anys de les llicències per prestar serveis audiovisuals (en la presentació de motius només s'argumenta que es vol adequar a la normativa espanyola), i també a la previsió de la pròrroga automàtica. És a dir, seriem favorables al manteniment del redactat actual. Per últim, i en relació a la Llei de Comunicació Audiovisual, hauria de recollir com a mínim el previst per als mitjans comunitaris o del tercer sector (n