

LA INFORMACIÓ ES FA. I SI NO LA FAS, TE LA FAN.

BREU INFORME SOBRE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA L'ANY 2018.



*La información en pocas manos es un instrumento en estas manos.
La información no es, pues, una industria independiente,
sino que está ligada a los intereses del sistema económico,
político y social sostenido por sus poseedores.*

Manuel Vázquez Montabán,
Informe sobre la Información. Editorial Fontanella, 1963

*Si no esteu previnguts davant dels mitjans de comunicació,
us faran estimar l'opressor i odiar l'oprimit.*

Malcom X

BREU INFORME SOBRE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA

1. INTRODUCCIÓ	5
2. PENETRACIÓ DELS MITJANS	7
2.1. ÍNDEX DE PENETRACIÓ A ESPANYA I A CATALUNYA	7
2.2. LA INFORMACIÓ POLÍTICA SEGONS EL TIPUS DE MITJÀ	9
3. CANALS I AUDIÈNCIES DE TELEVISIÓ	11
3.1. LA DISTRIBUCIÓ DELS CANALS	11
3.2. LES AUDIÈNCIES	12
3.3. ELS PROGRAMES MÉS VISTOS	13
3.4. ELS INFORMATIUS PREFERITS PER PARTITS	13
3.5. LES TELES DE PAGAMENT	14
3.6. LA CAIGUDA DE TV3	14
3.7. LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL	15
4. EMISSORES, FREQUÈNCIES I AUDIÈNCIES DE RÀDIO	16
4.1. DISTRIBUCIÓ DE FREQUÈNCIES I EMISSORES	16
4.2. LES AUDIÈNCIES	16
4.3. RÀDIOS I TELEVISIONS COMUNITÀRIES	19
5. DIFUSIÓ I LECTORS DE DIARIS I PUBLICACIONS EN PAPER	20
5.1. DAVALLADA CONSTANT DE LA PREMSA DIÀRIA	20
5.2. DIFUSIÓ DELS PRINCIPALS DIARIS A CATALUNYA	22
5.3. DIFUSIÓ MITJANA DE LES PUBLICACIONS EN CATALÀ	23
5.4. ALTRES PUBLICACIONS D'ÀMBIT ESPANYOL	24
5.5. ALTRES PUBLICACIONS D'ÀMBIT CATALÀ	25
6. ELS MITJANS DIGITALS	26
6.1. EL CONSUM D'INTERNET A CATALUNYA	26
6.2. DIGITALS SORGITS DEL DIARI EL MUNDO	27
6.3. DIGITALS SORGITS DEL DIARI PÚBLICO	28
6.4. ALTRES DIGITALS D'ÀMBIT ESPANYOL	29

6.5. PUBLICACIONS DIGITALS DE CATALUNYA	30
6.6. LES AUDIÈNCIES	32
6.7. LA RÀDIO A INTERNET	34
7. LA INFORMACIÓ A LES XARXES	35
7.1. DE LA PÀGINA IMPRESA A LA JUNGLA DIGITAL	35
7.2. CAPITALISME 3.0	36
8. LES AGÈNCIES DE PREMSA	37
9. LA PROPIETAT DELS MITJANS	38
9.1. PROPIETARIS DELS GRANS GRUPS MEDIÀTICS	38
9.2. LA PROPIETAT D'ALTRES GRUPS MEDIÀTICS	42
9.3. SOCIETATS CATALANES QUE GESTIONEN RÀDIOS MUSICALS	46

**EIX DEL DRET DE LA INFORMACIÓ I LA COMUNICACIÓ
DE BARCELONA EN COMÚ. JUNY DEL 2018.**

1. INTRODUCCIÓ

Aquest informe sobre la informació a Catalunya, que conté les dades més rellevants de l'any 2018 sobre les audiències, característiques i relacions de propietat dels diferents tipus de mitjans, mostra que el dret a la informació està greument amenaçat no únicament a Catalunya, sinó al conjunt d'Espanya i a tot el món. És el tercer informe –i el més complet– d'aquestes característiques elaborat per l'Eix del Dret a la Informació i la Comunicació de Barcelona en Comú (BComú) i no té cap altre pretensió que ajudar els lectors a conèixer la situació de la comunicació al país, a analitzar críticament la informació dels mitjans i a prendre decisions més conscients de com seleccionar-los i utilitzar-los, en un context de canvi accelerat i de crisi de l'ecosistema tradicional, en plena revolució tecnològica, i de davallada creixent dels índex de confiança de la ciutadania amb el conjunt dels mitjans.⁽¹⁾

Efectivament, a Espanya els diaris han perdut en deu anys més del 55% dels lectors, més del 30% dels ingressos publicitaris i més del 66% de la xifra neta de negoci, de manera que es pot dir que viuen amb respiració assistida. A mitjans d'aquest mateix any, el principal diari de Catalunya, *La Vanguardia*, venia al quiosc 22.345 exemplars i *El País*, el de més lectors d'Espanya, no arribava als 88.000. Segons l'Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), les vendes dels sis grans diaris espanyols no passaven de 294.000 exemplars, 45.000 menys que un any abans. I en aquest mateix període, els grans mitjans han acomiadat més de 12.000 periodistes, pràcticament la meitat de les plantilles, en un esforç per sobreviure que han pagat els treballadors i que ha comportat la descapitalització d'unes redaccions que treballen en condicions cada cop més precàries.

L'informe demostra que els grans grups financers i industrials han estès el seu domini sobre els grans mitjans de comunicació privats i han fet de la informació una mercaderia més, sotmesa a les regles del mercat. Les massives compres a crèdit fetes pels hòldings de comunicació, en una cursa desenfrenada per aconseguir quotes de mercat, han convertit els creditors en amos dels mitjans. Les accions de Prisa, per exemple, se les reparteixen fons voltors i una dotzena de bancs. I tots els mitjans viuen de la publicitat de les grans empreses, majoritàriament en mans de les entitats financeres i els fons d'inversió. Paral·lelament, les administracions central i autonòmiques en mans de la dreta han retallat als mitjans públics els recursos necessaris per exercir la funció de servei a la societat, en benefici dels grups privats, han fet un repartiment sectari dels permisos d'emissió i han mantingut el control de les ràdios i les televisions públiques, convertides en corretges de transmissió dels governs.

Una de les característiques que té conseqüències més negatives per a la llibertat d'expressió és la progressiva concentració de l'oferta informativa. Segons un informe del Media Pluralism Monitor, a dos de cada tres Estats europeus el 80% de la propietat dels mitjans està en mans de quatre grups o menys. A Espanya, RTVE, Mediaset, Atresmedia i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) tenen el 94% de la quota del mercat audiovisual i controlen el 78% de l'audiència. I en ràdio, la *SER*, la *COPE*, Uniprex (*Onda Cero*) i Radiocat (*RAC1*) decideixen el que escolta el 80% de l'audiència total espanyola i dominen el 97% del mercat. Les dades de l'informe revelen que la informació està en molt poques mans i que cada cop és més notable –i més perillós per a la llibertat– el creuament de la propietat dels mitjans.

Tot plegat, en plena eclosió d'Internet i de les grans empreses tecnològiques i de transformació del vell capitalisme industrial en el capitalisme 3.0. A Catalunya, la penetració d'Internet ha passat en els últims sis anys del 42,5% al 78%. El 48% dels catalans consumeixen informació a les xarxes: el 65% accedeix a la premsa digital i el 58% a Facebook (en el cas dels joves entre 18 i 24 anys el percentatge és del 75%), unes xifres que s'acosten cada cop més als estàndards de mercats més madurs com el d'Estats Units, en què el 45% de les persones s'informen preferentment per la plataforma de Mark Zuckerberg. Això provoca un desplaçament de les audiències i dels beneficis dels mitjans tradicionals cap a les plataformes digitals, l'encongiment del periodisme, la substitució dels criteris de veracitat pels de viralitat i la generalització de pràctiques incompatibles amb el respecte al dret de tothom a una informació sense enganys.

(1) Segons un estudi del Pew Research Center, del maig d'aquest any, l'índex de confiança dels espanyols en la premsa no supera el 31%, només per sobre d'Itàlia, contra el 67% dels Països Baixos i el 64% d'Alemanya i Suècia. I l'Índex de Confianza Social, elaborat l'any passat per Esade, la Universitat Ramon Llull i La Caixa, revela que la confiança dels espanyols en el mitjans no arriba a 99 en una escala de 0 a 200. És la primera vegada que baixa de 100.

El cas és que la crisi del sistema tradicional d'informació, la dependència de la banca i dels governs i la concentració dels mitjans i dels recursos tecnològics porta a l'exclusió de la ciutadania dels circuits informatius, a la unilateralitat de les informacions, a la marginació de les veus crítiques amb el poder, a la confusió d'informació, espectacle i entreteniment i a la uniformització i l'empobriment culturals.

Les amenaces a la llibertat d'informació són greus a tot el món, fins al punt que el Comitè de Ministres del Consell d'Europa, en un document del mes de març d'aquest any ⁽¹⁾, s'ha vist obligat a denunciar-les i a exigir a les autoritats de cada país, entre altres mesures, una regulació estricta de la propietat dels mitjans que garanteixi la transparència i la rendició de comptes, que eviti situacions d'oligopoli i creuament entre els mitjans privats, que asseguri la independència dels mitjans públics, que reconegui efectivament els mitjans comunitaris i que promogui l'alfabetització mediàtica i digital per permetre que la ciutadania participi plenament en l'ecosistema multimèdia.

Fixar regles clares que aturin el procés de pèrdua de la llibertat d'expressió i fer efectiu el dret de la ciutadania a una informació plural i veraç és una tasca urgent de les forces compromeses en la defensa de la democràcia. Aquest informe pretén contribuir modestament a fer-ho possible. I és una invitació a totes les persones i els col·lectius que se senten marginats del marc de la comunicació actual dominat pels grups oligàrquics a emprendre iniciatives que els permetin passar de ser receptors passius a emissors d'informació. El dret a la informació no pertany als governs ni a la banca i als grans grups industrials i financers. Ni tan sols als mitjans ni als periodistes. Pertany a la ciutadania.

(1) https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13

2. PENETRACIÓ DELS MITJANS

2.1. ÍNDEX DE PENETRACIÓ A ESPANYA I A CATALUNYA

La televisió és el mitjà de comunicació més seguit al conjunt d'Espanya i a Catalunya, per sobre d'Internet, la ràdio i la premsa, per aquest ordre, segons l'Estudio General de Medios (EGM).

Els índex de penetració mostren la davallada constant de la premsa, l'estabilitat de la ràdio, la lenta caiguda de la televisió i l'ascens imparable d'Internet.

PENETRACIÓ DELS MITJANS A ESPANYA (EN %)

	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Diaris	36,3	41,1	38,0	28,5	26,5	24,3	24,2
Ràdio	52,9	55,5	56,9	60,1	60,0	59,3	59,0
TV	89,2	88,9	87,9	88,3	87,8	85,2	85,3
Internet	5,6	19,7	38,4	66,7	71,9	75,7	76,0

Font: EGM, abril del 2018. Totes les dades indiquen el percentatge d'usuaris al dia. La dada dels diaris inclou els lectors en paper i edicions digitals.

PENETRACIÓ DELS MITJANS A ESPANYA PER GRUPS D'EDAT (EN %)

	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 i +
Diaris	3,9	4,3	11,0	19,4	21,4	17,4	22,6
Ràdio	6,0	5,4	14,1	21,5	20,6	15,0	17,3
TV	6,3	5,1	12,3	18,1	18,6	15,5	24,1
Internet	8,5	6,9	16,5	22,7	20,6	14,1	10,8

Font: EGM, abril del 2018. Les dades indiquen els percentatges de lectors, oients, espectadors i usuaris per dia.

CONSUM DE RÀDIO, TELEVISIÓ I INTERNET PER COMUNITATS AUTÒNOMES (MITJANA DE MINUTS SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓ)

	Catalunya	Andalusia	València	Galícia	Madrid	Euskadi
Ràdio	104	99	98	102	105	108
Televisió	197	233	217	205	195	236
Internet	128	126	117	106	136	82

Font: Marco General de los Medios en España 2018 (EGM).

A Catalunya, s'accentuen lleugerament les tendències generals observades al conjunt d'Espanya, tot i que tant els percentatges

dels lectors de premsa com els dels usuaris d'Internet són superiors: el 27% i el 78,9, respectivament.

PENETRACIÓ DELS MITJANS AUDIOVISUALS A CATALUNYA (EN %)

	Total	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 i +
TV	81,0	75,6	75,4	71,3	77,4	81,8	87,3	88,5
Ràdio	58,8	51,8	55,1	59,0	65,2	64,0	63,5	48,6
Internet	78,9	93,2	93,6	93,3	92,0	85,1	78,2	45,8

Font: Butlletí d'Informació sobre l'Audiovisual a Catalunya (BIAC), gener del 2018. Les dades, de l'EGM, indiquen percentatges d'audiència en relació amb la població. Les d'Internet fan referència a la connexió, indistintament de l'ús que se'n faci.

Segons el Butlletí d'Informació sobre l'Audiovisual a Catalunya (BIAC), el 55% de les persones residents a Catalunya consumeixen continguts audiovisuals per Internet, principalment sèries, cine i informació (el 44%). El 79% s'informa per la televisió tradicional davant del 48,3% que ho fa

via Internet i xarxes socials. D'aquest percentatge, el 65% accedeix a la premsa digital i el 58%, a Facebook. El 37,2% consumeix habitualment continguts audiovisuals per les xarxes, però entre els joves de 18 a 34 anys el percentatge puja fins el 60%.

PRINCIPALS OPCIONS DE LA GENT QUE S'INFORMA PER INTERNET A CATALUNYA (%)

	18-24 anys	25-34 anys	35-49 anys	50-64 anys	65 anys i +
Twitter	44,6	24,8	27,4	17,9	9,1
Facebook	75,7	65,5	55,8	45,5	42,4
Premsa digital	51,4	53,8	72,1	68,8	81,8

Font: Estudi Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. Gener del 2018.

2.2. LA INFORMACIÓ POLÍTICA SEGONS EL TIPUS DE MITJÀ

La televisió és el mitjà més utilitzat per la població catalana per informar-se habitualment de temes polítics, seguit d'Internet, la premsa, la ràdio i els amics i familiars. En relació amb l'any passat, la

televisió baixa 5,3 punts i la premsa 6,3, mentre que pugen la ràdio (3 punts), l'entorn personal (5,3) i sobretot les xarxes socials (12,1).

MITJANS PREFERITS PER LA CIUTADANIA PER INFORMAR-SE DE TEMES POLÍTICS (EN %)

	2017	2018
Televisió	79,1	74,6
Ràdio	31,9	34,9
Premsa	42,7	36,4
Internet	40,7	52,8
Familiars	18,3	23,6

Font: Baròmetre del Centre d'Estudis i Opinió. Maig del 2018.

La televisió és el mitjà preferit per la dreta, el PSC i JxS, i Internet ho és per la CUP. Els afins als comuns utilitzen tots els mitjans de manera més equilibrada i els simpatitzants de la CUP són els que recorren més a amics i familiars.

La polarització de la societat catalana i les tensions dels últims mesos, sobretot a partir

de l'1 d'octubre del 2017, han modificat algunes de les tendències que s'anaven consolidant en anys anteriors. Destaquen en aquest sentit els augments de les audiències dels informatius de *TV3* i *La Sexta*, en televisió, i de *Catalunya Ràdio*, en ràdio, com també les variacions en premsa que registra el Centre d'Estudis i Opinió (CEO), que en alguns casos semblen exagerades.

CANALS DE TELEVISIÓ PREFERITS PER INFORMAR-SE (EN %)

Canals	2017	2018
TV3	39,4	45,1
TVE-1	13,3	10,5
Sexta	8,3	10,5
Tele 5	11,5	9,9
A-3	9,9	8,1
3/24	3,8	5,5
Cuatro	5,4	3,7
8tv	2,3	1,0

Font: Baròmetre del Centre d'Estudis i Opinió. Maig del 2018.

EMISSORES DE RÀDIO PREFERIDES PER INFORMAR-SE (EN %)

	2017	2018
RAC1	33,3	34,5
Catalunya Ràdio	23,6	28,8
SER	12,1	12,5
Onda Cero	4,6	2,8
RNE	4,0	3,8
COPE	4,0	2,1
Catalunya Informació	3,1	3,8
RAC105	2,9	1,9

Font: Baròmetre del Centre d'Estudis i Opinió. Maig del 2018.

DIARIS PREFERITS PER INFORMAR-SE DE TEMES POLÍTICS (EN %)

	2017	2018
La Vanguardia (català)	7,3	17,9
La Vanguardia (castellà)	3,3	13,8
El Periódico (castellà)	11,2	12,9
El País	6,7	8,6
El Periódico (català)	12,2	5,9
El Punt Avui	4,2	5,7
Diari de Tarragona	2,5	3,3
Diari Segre	4,1	1,7
El Mundo	1,7	1,1
20 Minutos	2,3	1,0
ABC	0,6	0,5
Diari de Girona	1,2	0,3
Altres	6,5	5,1

Font: Baròmetre del Centre d'Estudis i Opinió. Maig del 2018.

El mateix CEO considera que el 80,8% dels residents a Catalunya utilitzen habitualment les webs dels mitjans. El 52,8% freqüenta les de partits, organitzacions ciutadanes i moviments cívics, blogs o Facebook, Twitter i Instagram. Les

pàgines més consultades generalment són les de *La Vanguardia* (19,6%), *Ara* (16,3%), *Vilaweb* (15,6%) i *El Periódico* (10%), però el 28% no té cap pàgina habitual.

3. CANALS I AUDIÈNCIES DE TELEVISIÓ

3.1. LA DISTRIBUCIÓ DELS CANALS

Segons el Consell de l'Audiovisual (CAC), a Catalunya es reben 90 canals de TDT (en obert), el 74% d'ells privats, i a les Illes se'n reben entre 41 i 44, segons les zones. D'aquests canals, 33 són d'àmbit estatal (set públics i 26 privats), vuit d'àmbit català (cinc públics i tres privats) i 50 locals o comarcals (11 públics i 39 privats). Els canals públics els gestionen la corporació Radio Televisión Española RTVE (set), la Corporació

Catalana de Mitjans Audiovisuais (CCMA) (cinc), els ajuntaments de Barcelona, L'Hospitalet i Badalona (tres) i els consorcis teledigitals (vuit, sis d'ells a la província de Barcelona). Els 38 canals privats tenen una distribució irregular pel territori, però es troben sobretot a la demarcació de Barcelona, que en té 18. Les de Lleida, Girona i Tarragona només en tenen vuit, set i sis, respectivament, tots ells d'una audiència limitada.

ELS 90 CANALS DE TELEVISIÓ QUE ES REBEN A CATALUNYA

- **7 públics per a tot Espanya:**
 - RTVE: *LA 1, La 1 HD, LA 2, 24 H, Clan, TDP i TDP HD.*
- **25 privats per a tot Espanya:**
 - Atresmedia: *Antena 3, Antena 3 HD, La Sexta, La Sexta HD, Neox, Nova i Mega, A3S.*
 - Mediaset: *Tele-5, Tele-5 HD, Cuatro, Cuatro HD, FDF, Divinity, Energy, Boing i Be Mad.*
 - Vocento: *Disney Channel i Paramount Channel.*
 - Cope: *13TV.*
 - Unidad Editorial: *Discovery Max.*
 - Real Madrid: *Real Madrid.*
 - Grupo Secuoya: *Ten.*
 - Radio Blanca: *Dkiss.*
 - Mediapro: *Gol i Bein Sports.*
- **5 públics per a tot Catalunya:**
 - CCMA: *TV3, TV3 HD, 3/24, Super 3/33 i Esport 3.*
- **11 públics de proximitat a les comarques catalanes:** *Betevé (Barcelona), TV de l'Hospitalet (L'Hospitalet de Llobregat), Teleb (Badalona), M1TV (Maresme), Canal Terrassa Vallès (Terrassa), Vallès Visió (Vallès Oriental), Penedès TV (El Penedès), Canal Blau (El Garraf), TAC-12 (Camp de Tarragona), Vallès Oriental (Vallès Oriental) i Canal 10 (Alt Empordà).*
- **3 privats d'àmbit català:**
 - Grup Godó: *8tv, RAC105 i Barça TV* (el prestador és el club, però el canal pertany a Godó).
- **39 privats a les comarques catalanes:**
 - Hermes (*El Punt Avui*): canals a Vic, Barcelona, Blanes, Granollers, Lleida, Sabadell i Tarragona.
 - Prensa Leridana (*Lleida Televisió*): Canals a Balaguer, Vielha, Lleida i Lleida comarques (Tot TV).
 - Mola (*Mola TV*): Canals a Sabadell, comarques de Tarragona i El Garraf, els dos últims arrendats a CAT 4.
 - Canal Taronja: *Canal Taronja Bages.*
 - Taelus: *Canal Taronja (Anoia).*
 - DC-9 Comunicació: *TV Costa Brava.*
 - Dracvisió: *Banyoles TV.*
 - Tortosa Televisió: *Canal T.E.*
 - Gibson Time: *25 TV (Barcelona).*
 - Iniciatives de Televisió: *Canal Reus TV.*
 - Ebre Televisió: *Ebre TV.*
 - Mitjans Audiovisuais d'Osona: *El 9 TV.*
 - ETV: *ETV Llobregat Televisió.*
 - Masquefa Televisió: *Masquefa Televisió.*
 - Olot Televisió: *Olot Televisió.*
 - Cadena Pirenaica: *Pirineus TV.*
 - Productora Emissions de Ràdio: *Canal Taronja Osona.*
 - Public 20: *TV-29 (Sabadell).*
 - Televisió Comtal: *TV Comtal (La Seu d'Urgell).*
 - Televisió de Girona: *TV de Girona.*
 - Televisió de Roses: *Empordà TV.*
 - Televisió del Berguedà: *TV del Berguedà.*
 - Televisió del Ripollès: *TV del Ripollès.*
 - Televisió Sant Cugat: *TVSC Vallès 1.*
 - Televisió Teveon Ebre: *Canal 21 Ebre.*
 - Ute Wai Entertainment: *Maresme TV.*
 - Canal Taronja: *Canal Taronja Bages.*

Dels canals públics de proximitat el que té un abast més ampli és *Betevé*, gestionat per la societat mercantil Informació i Comunicació de Barcelona (ICB) i per un consell d'administració elegit per majoria de dos terços pel plenari municipal de Barcelona. El director –actualment Sergi Vicente, ex-corresponsal de TV3 a Pequín– és nomenat per concurs públic pel mateix consell, també per una majoria de dos terços. ICB tenia fins ara nou treballadors en plantilla i més de 200 externalitzats que depenien majoritàriament de la productora BCN Audiovisual, propietat de

Lavinia, però l'Ajuntament de Barcelona, d'acord amb les demandes del personal, avalades per una sentència judicial, ha acordat aquest mateix any que 173 professionals s'incorporin a ICB i que la companyia assumeixi la gestió directa de la producció de continguts. L'Ajuntament destina a la televisió pública més de 17 milions d'euros l'any. ICB té un acord de col·laboració amb la Coordinadora Barcelona Comunicació, que agrupa les televisions de districte, deu en total, que tenen una vintena de treballadors.

L'any 2016 es va constituir la societat mercantil Xarxa Audiovisual Local (XAL) per gestionar la Xarxa de Comunicació Local (La Xarxa), una estructura supramunicipal de suport als mitjans locals, creada per la Diputació de Barcelona.

A principis del 2017 hi havia adherides a la XAL 51 televisions (37 de TDT i 14 d'IP) i 138 emissores de ràdio. La Xarxa, que emet pel dial 159 de Movistar+, ofereix continguts informatius, esportius i culturals d'àmbit local i presta als adherits serveis d'assessorament. El conseller delegat és Francesc Pena, principal responsable del tancament de *COM Ràdio*, emissora de la Diputació els anys que va estar governada pel PSC.

Les quatre principals empreses que gestionen canals de televisió donen feina a 11.597 persones –RTVE, 6.300; CCMA, 2.322; Atresmedia, 1.800, i Mediaset, 1.275– i tenen una despesa global en nòmines de 789 milions d'euros: RTVE, 386; CCMA, 167; Atresmedia, 131, i Mediaset, 105.

3.2. LES AUDIÈNCIES

Els grups privats espanyols Mediaset i Atresmedia concentren pràcticament la meitat de l'audiència a Catalunya: el 25,3% i el 23,4%, respectivament.

La CCMA (15,5%) i el Grupo Godó (2,9), que apleguen els canals que emeten en llengua catalana, sumen gairebé el 18%.

QUOTA DE PANTALLA DE LES CADENES DE TELEVISIÓ A CATALUNYA (EN%)

	2000	Gener 2016	Agost 2016	Gener 2017	Agost 2017	Gener 2018
Tele 5	21,0	10,6	10,2	11,3	10,1	8,0
Antena 3	20,7	11,3	9,8	10,3	9,2	8,9
TV3	21,2	12,3	9,4	11,3	10,1	13,1
La 1	18,7	7,2	7,8	7,3	7,3	8,0
Cuatro	2,1	6,3	6,8	6,5	5,4	5,3
La Sexta	-	6,6	5,9	6,5	5,6	6,8
8tv	-	3,6	2,5	3,3	2,0	2,0
La 2	6,5	2,0	2,3	2,0		
13TV	-	-	-	1,7		
RAC105	-	-	-	0,2		
3/24	-	-	-	1,5		

Font: CAC. El mes d'octubre del 2017, en ple conflicte institucional entre la Generalitat i el Govern central, l'audiència de TV3 va arribar al 17,5% i la de La Sexta, al 9,1%.

L'any 2000 hi havia dos canals de cobertura i llengua catalanes (TV3 i 33), per cinc canals espanyols (*La 1*, *La 2*, *Antena 3 TV*, *Telecinco* i *Canal+*). Actualment, després de la migració digital cap a la TDT, hi ha vuit canals d'emissió catalana per 32 d'abast espanyol. La suma de les audiències de tots els canals mostra que la digitalització ha reduït visiblement l'audiència de les televisions catalanes: l'any 2000, la quota de

TV3 i el 33 sumava 26,1%, mentre que el 2017 el percentatge total de les televisions en català era del 22,6%. Una cosa ben diferent ha succeït en les televisions espanyoles a Catalunya: el 2000, l'audiència acumulada de les cinc cadenes era del 69,0%. El 2016, els 32 canals fruit de les llicències successives atorgades pel Govern central sumaven el 67,4% de l'audiència.

CONSUM EN MINUTS DE TV PER PERSONA I DIA A ESPANYA (SHARE EN %)

Antena 3	16,5	Etb 2	0,9
La 1	12,4	Telemadrid	0,6
La Sexta	7,2	Etb 1	0,3
TV3	3,1	8tv	0,3
Canal Sur	3,0	3/24	0,2
La 2	2,1	Esport 3	0,1
TVG	0,9	Super 3/33	0,1

Font: EGM, abril del 2018. Les dades indiquen l'audiència de dilluns a diumenge. No inclou totes les televisions: només les controlades per l'EGM, i de les autonòmiques, només les que tenen una quota de pantalla més àmplia.

3.3. ELS PROGRAMES MÉS VISTOS

Els programes més vistos l'any passat van ser els partits de futbol, amb audiències del voltant del milió de persones i quotes de pantalla d'entre el 35% i el 40%, segons el CAC i Kantar Media. El programa estrella de TV3, *Polònia*, va tenir audiències de 600.000 persones, amb un pic a l'octubre de 923.000. Però el programa amb

més audiència de l'any va ser la retransmissió del ple del Parlament del 10 d'octubre, que van veure 1.482.000 espectadors. El mateix més, els *Telenotícies* de TV3, que en general veuen entre 600.000 i 700.000 persones, va superar molts dies el milió.

3.4. ELS INFORMATIUS PREFERITS PER PARTITS

Els *Telenotícies* de TV3 són els programes preferits pels catalans per informar-se, segons el CEO. El 43,4% de les persones que veuen la televisió s'informen habitualment per TV3: ho fan el 76% dels simpatitzants de JxS, el 69,8% dels de la CUP, el 22,5% dels del PSC, el 22,1% dels comuns, el 10,6% dels del PPC i el 7,8% dels de C's. Els percentatges d'audiència dels informatius de les altres grans cadenes són molt semblants: l'11,5%, *Tele 5*; el 10,7%, *La Sexta*; el 9,5%, *Antena 3*, i el 9,3%, *La 1*. La resta dels canals no arriben al 5%: el 3/24, el 4,1%; *8tv*, el 3,2%, i *Cuatro*, el 2,7%.

El 29,7% dels simpatitzants dels comuns s'informen preferentment per *La Sexta* i el 29,0% dels del PSC ho fan sobretot per *Tele 5*. Més del 80% dels simpatitzants de JxS i la CUP ho fan per TV3 i el 3/24. És significatiu el fet que els simpatitzants dels comuns vegin habitualment els informatius de les principals cadenes i els de JxS i la CUP es limitin a TV3 i al 3/24. Les dades del CEO, de mitjans del 2017, no desagreguen ERC de CDC.

3.5. LES TELES DE PAGAMENT

La televisió de pagament té una audiència cada cop més alta. L'any passat va facturar un total de 2.133,95 milions d'euros, segons la Comissió Nacional del Mercat de la Competència (CNMC) i va ampliar fins a 6,5 milions la base d'abonats, mig milió més que el 2016. És significatiu el fet que la indústria de la tele de pagament ja factura més que les cadenes en obert, que es

van quedar en 1.913 milions d'euros. L'evolució dels ingressos per facturació de les televisions de pagament és la següent: 2014, 1.380 milions; 2015, 1.577; 2016, 1.735, i 2017, 2.133,95. Per companyies, la que va ingressar més va ser Movistar (1.687 milions), seguida d'Atresmedia (838) i Mediaset (811).

3.6. LA CAIGUDA DE TV3

La cadena pública catalana, que l'any 2000 tenia una quota de pantalla superior al 21%, superava per molt poc el 10% set anys després, tres punts menys que a principis d'aquest any. La davallada és clara, tot i els signes de recuperació dels últims mesos gràcies al procés. Una de les causes de la caiguda és la retallada pressupostària: la CCMA ha passat de gestionar 457,6 milions d'euros el 2010 a 302,4 milions el 2017, una reducció del 34% dels recursos disponibles. Els dos últims anys, la corporació ha rebut una aportació ordinària de la Generalitat de 225 milions, insuficient per posar fre al dèficit que arrossega, de més de 90 milions. El *Llibre blanc* del CAC, de gener del 2017, proposava incrementar l'aportació pública en 137 milions d'euros fins l'any 2021 anys per equiparar la despesa amb la dels països europeus. I el contracte programa que havien de firmar el govern i la CCMA el juny passat, d'acord amb una resolució del Parlament, anava en aquesta línia.

Una altra causa és la caiguda de la publicitat. Del 2010 al 2015 els ingressos per aquest concepte van passar de 100,2 milions a 65,7 (el 33%). L'any passat, la corporació només va ingressar 58 del 70 milions previstos i això vol dir que, assumint que es repeteixin els resultats, aquest any tornarà a ingressar 12 milions menys. En conjunt, doncs, 40 milions menys dels que figuraven en el pressupost del 2017 si al dèficit i la publicitat s'hi suma la quantitat reclamada pel Ministeri d'Hisenda pel conflicte de l'IVA.

A finals del 2017, Hisenda va reclamar a la CCMA 147 milions d'euros de l'IVA de les subvencions rebudes els anys 2015, 2016 i 2017. A aquestes quantitats s'hi havien d'afegir els 20,4 milions previstos per al 2018. La reclamació es basava en la modificació de la llei de l'IVA, de novembre del 2017, que estableix el criteri que les televisions públiques que tenen una activitat comercial – totes les que en tenen, no només TV3 – no es poden considerar ens públics singulars. L'abril d'aquest any, el Tribunal Econòmic Administratiu Central, davant del qual la CCMA havia presentat recurs contra la decisió d'Hisenda relativa al

període 2012-2014, ha donat la raó a la CCMA, que s'estalviarà el 59,7 milions que el ministeri li reclamava, però la sentència no prefigura necessàriament resolucions exculpatòries pel que fa a les subvencions del període 2015-2017, pendents de sentència.

Alguns partits i les productores externes consideren que també ha influït en la caiguda de TV3 la falta de renovació d'un model basat en el projecte de 1983: en efecte, la plantilla –més de 1.900 treballadors, que tenen una mitjana d'edat de 48 anys: només dos no passen dels 30– s'ha reduït el 15,7% pels acomiadaments i jubilacions anticipades, però representa ara el 54% del pressupost. No obstant, aquest és un argument que sovint es fa servir per justificar l'enconyiment dels mitjans públics. De fet, TV3 va néixer el 1983, efectivament, i el model s'ha anat adaptant, i es regeix pel mandat marc audiovisual del 2006, la llei Audiovisual del 2005 i la llei de la CCMA del 2007, modificada el 2012, però no en els aspectes que afecten el model.

La crisi va obligar la direcció de la cadena a anunciar l'any passat un "pla de contenció" de 39 milions i una notable retallada de la producció externa, que els últims anys ja havia disminuït el 58%: de 149 milions el 2010 a 62 el 2017. Un detall no menor: la compra de drets esportius ha passat des del 2000 de 49 a 19 milions d'euros, el 60,1% menys. Del 2005 al 2016 la cadena va adjudicar a un grup de productores externes afines contractes per valor de 260,7 milions, el 43% de la despesa total pels programes externalitzats. Algunes productores, que coprodueixen amb la CCMA molts dels programes de més audiència, estan en mans d'ex-directius i treballadors de la corporació: Mediapro (Jaume Roures i Tatxo Benet), Triacom (Oriol Carbó, ex-gerent), Minoria Absoluta (Paco Escribano, ex-director, i Toni Soler, responsable de *Polònia*), Royal Box (Antoni Bassas, presentador, corresponsal i director de programes), Diagonal Televisió (Joan Bas, ex-cap de realització), Nova Veranda (Eugeni Sallent, ex-director de TV3), Dies Tontos (Albert Om, *El convidat*), Sargantana Voladora (Miquel Calzada,

Afers exteriors), etc. Alguns dels presentadors estrella coprodueixen continguts, com és el cas de Ramon Pellicer (amb la productora Sticaki).

Tot plegat fa inexcusable l'exigència del comitè d'empresa, que urgeix resoldre el problema de la governança i la viabilitat de la cadena i l'aprovació d'un pla que les garanteixi, sense retallades salarials i empitjorament de les condicions laborals dels professionals. Actualment ja està aprovada una aportació extraordinària de 24 milions per fer front al problema de l'IVA per part del Govern –intervingut encara pel 155–, que posa en qüestió l'anunci de fortes retallades en la producció de programes i en l'adquisició de drets de retransmissions esportives. Més enllà d'això, els projectes de reduir el pes de la

plantilla, repensar l'oferta de canals i replantejar el model actual, com reclamen insistentment les productores privades, dependrà de la nova direcció de la corporació i de la reforma de la llei de la CCMA, que retorni l'organisme al sistema de majories qualificades i a proposta de més de tres grups parlamentaris per elegir els consellers i el president del Consell. Amb caràcter immediat, cal renovar els actuals components d'aquest organisme, que tenen el mandat caducat des de final de març, i amb els criteris acordats per a la nova llei i que van votar tots els grups parlamentaris en la ponència conjunta que no va poder culminar la feina a l'anterior legislatura. I també és indispensable aprovar un contracte programa a quatre anys vista que doti d'estabilitat financera els mitjans de la CCMA.

3.7. LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

Catalunya és la segona comunitat de l'Estat espanyol en nombre d'empreses dedicades a l'audiovisual, amb un total de 1.762 (dades de l'any 2016), xifra que representa el 19,7% respecte d'Espanya, segons el Directorio Central de Empresas (Dirce) de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), que registra 1.541 societats dedicades a activitats cinematogràfiques, vídeo i programes de televisió, enregistrament de so i edició musical, i 59 dedicades a programació i emissió de ràdio i televisió.

El sector audiovisual català factura uns 1.500 milions d'euros i dona feina a gairebé 8.000 treballadors. Tot i la seva força relativa, depèn en gran mesura de la CCMA, de manera que les retallades dels diners que la corporació destina a produccions associades

i col·laboracions ha posat en alerta el clúster audiovisual. El gener d'aquest any, Productors Audiovisuals Federats (PROA) ha exigint a l'Administració un pla que inclou, entre altres, les mesures següents: revisió del nou criteri de l'IVA que aplica Hisenda, moratòria de les retallades a la CCMA (que "no pot deixar de complir el mandat de ser motor de l'audiovisual català"), aportació extraordinària del Govern, nomenament d'un consell de la corporació "amb poder i autoritat" i un pla estratègic d'actuació que "redefineixi el model" de l'ens públic. La proposta topa amb la representació sindical dels treballadors de TV3, que defensen la producció pròpia i reclamen que quan calgui recórrer a la contractació de programes, la selecció sigui rigorosa, transparent i no discriminatòria.

4. EMISSORES, FREQUÈNCIES I AUDIÈNCIES DE RÀDIO

4.1. DISTRIBUCIÓ DE FREQUÈNCIES I EMISSORES

A Catalunya s'escolten 787 freqüències de ràdio en FM, de les quals el 74% són públiques. Les llars catalanes reben més de 30 emissores de FM (10 d'àmbit català i 20 d'estatals), a més de les locals, segons el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Del conjunt de les freqüències, 153 són d'àmbit estatal (77 públiques i 76 privades), 331 d'àmbit català (236 públiques i 95 privades) i 299 locals o comarcals (272 públiques i 27 privades). Les vuit emissores públiques principals estan en mans de la corporació RTVE en l'àmbit territorial espanyol i de la CCMA en l'àmbit català. Tanmateix, és notable la presència de la ràdio pública de proximitat. El *Llibre Blanc de l'Audiovisual* constata que l'any passat hi havia 127 emissores de ràdio que emetien sense llicència. La distribució d'emissores i freqüències és la següent:

- **5 públiques estatals, de RTVE, amb 77 freqüències:** *RNE, Radio Clásica, Radio 3, Ràdio 4 i Radio 5.*
- **4 públiques d'àmbit català, de la CCMA, amb 244 freqüències:** *Catalunya Ràdio, Catalunya Música, Icat i Catalunya Informació.*
- **272 públiques locals:** estan molt repartides per tot el territori, especialment a les comarques barcelonines (133). En tenen

gairebé totes les poblacions del Barcelonès, el Baix Llobregat, els dos Vallès i el Maresme. La de Barcelona és *Betevé*. Algunes tenen una activitat irregular.

- **15 privades estatals** (agrupades per empreses):
 - Prisa: *Cadena SER, Los 40, Ona, Dial, M 80, Radiolé i Máxima* (el grup té 48 freqüències).
 - COPE: *Cadena 100 Rock.*
 - Atresmedia: *Onda Cero, Europa FM i Melodía FM.*
 - Radio Blanca: *Kiss FM.*
 - Unidad Editorial: *Radio Marca.*
- **8 privades catalanes** (agrupades per empreses):
 - Godó: *RAC1 i RAC105* (el grup té 30 freqüències).
 - TeleTaxi: *Radio Tele-Taxi i Radio RM.*
 - Prisa: *SER Catalana.*
 - Grup Flaix: *Flaix FM i R.Flaixbac.*
 - Estel: *Ràdio Estel.*
- **18 privades locals:** *Marina, Olot, Ripoll, Vic, Aran, Imagina, Amb-2, Hits, Gum, Joy, El 9 Nou, El 3 de vuit, Pròxima, UA-1, Hit 103, Montserrat, Adventista i Capital* (d'11 grups i set empreses).

4.2. LES AUDIÈNCIES

El 60% de la població catalana escolta la ràdio de manera habitual. Per àmbits temàtics la més escoltada és la musical, especialment *Ràdio Flaixbac*, que té 297.000 oients, i *Los 40 Principales*, que en té 254.000, seguides de *RAC105, Flaix FM, Dial i Rock FM*. La ràdio generalista té una audiència del voltant del 30%, i la temàtica, del 40,6%. Només dues emissores, *RAC1 i Catalunya Ràdio*, superen el mig milió d'oients. La del Grupo Godó té una trajectòria extraordinàriament ascendent, ha guanyat en un any 113.000 seguidors i dobla amb escreix

en nombre als de la *Cadena SER*, la primera amb diferència de l'àmbit espanyol. En deu anys, *RAC1* ha passat de 328.000 a 971.000 oients de dilluns a divendres; *Catalunya Ràdio*, de 516.000 a 698.000, i la *SER*, de 465.000 a 391.000. A Catalunya s'escolten 112 minuts de ràdio per persona i dia. Els programes matinals de les ràdios generalistes són els que tenen més seguidors.

AUDIÈNCIA DE LES EMISSORES GENERALISTES A CATALUNYA (EN MILERS)

	De dilluns a diumenge	De dilluns a divendres	Dissabte i diumenge
RAC1	849	962	600
Catalunya Ràdio	670	698	569
Cadena SER	368	391	310
COPE	199	214	161
Catalunya Informació	124	124	124
Onda Cero	119	123	109
RNE	111	119	91
Ràdio 4	7	9	2

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Les dades, del mes de gener d'aquest any, reflecteixen l'audiència acumulada diària. La relació inclou Catalunya Informació, tot i ser una emissora informativa, no generalista.

Si exceptuem les musicals, les emissores temàtiques tenen audiències relativament petites. En una relació de més a menys, les més escoltades de dilluns a diumenge són les següents (dades en milers): *Flaixbac*, 297; *Los 40*, 254; *Europa FM*, 229; *Flaix*, 215; *Cadena 100*, 193; *Cadena Dial*, 184; *RAC105*, 183; *Rock FM*,

130; *Radio Tele-Taxi*, 115; *M80*, 83; *Kiss FM*, 79; *Màxima*, 74; *Melodía FM*, 51; *RNE Radio 3*, 49; *Radio Marca*, 36; *Radiolé*, 33; *Catalunya Música*, 32; *Radio 5 TN*, 18; *Icat*, 13; *Ràdio Estel*, 10. La resta de les emissores no arriben als 10.000 oients.

AUDIÈNCIES PER FRANGES HORÀRIES DE LES RÀDIOS GENERALISTES (EN MILERS)

	RAC1	CatRàdio	SER	COPE	Onda Cero	RNE
Audiència acumulada	961 (814)	698 (575)	391 (346)	214 (180)	123 (158)	119 (124)
De 6 a 12	729 (614)	468 (419)	232 (209)	152 (119)	74 (100)	63 (77)
De 12 a 16	394 (326)	222 (159)	85 (74)	54 (23)	29 (47)	24 (23)
De 16 a 20	355 (300)	183 (104)	87 (87)	41 (30)	24 (56)	22 (19)
De 20 a 06	237 (222)	171 (139)	172 (134)	87 (71)	39 (26)	48 (46)

Font: CAC. Les xifres, del mes de gener d'aquest any, reflecteixen els oients de dilluns a divendres ordenats per audiència acumulada. Entre parèntesis, les dades d'octubre del 2017.

Segons l'EGM, els programes de ràdio de més audiència a Catalunya de dilluns a divendres són *El món a RAC1*, de Jordi Basté, i *El matí de*

Catalunya Ràdio, de Mònica Terribas, i els caps de setmana, *Via Lliure* (dissabtes), de RAC1 i *El Suplement* (diumenges) de *Catalunya Ràdio*.

PROGRAMES DE MÉS AUDIÈNCIA DE LA RÀDIO CATALANA (EN MILERS)

Programa	Emissora	Abril 2017	Abril 2018
<i>El Món a RAC1</i>	RAC1	660	721
<i>El Matí de Catalunya Ràdio</i>	Catalunya Ràdio	495	574
<i>Via Lliure</i> (dissabtes)	RAC1	421	526
<i>El Suplement</i> (dissabtes)	Catalunya Ràdio	370	344
<i>Via Lliure</i> (diumenges)	RAC1	297	329
<i>Versió RAC1</i>	RAC1	241	299
<i>Superdiumenge</i>	RAC1	167	260
<i>El Suplement</i> (diumenges)	Catalunya Ràdio	311	257
<i>La Competència</i>	RAC1	204	246
<i>Islàndia</i>	RAC1	139	159
<i>Catalunya migdia</i>	Catalunya Ràdio	111	140
<i>Estat de gràcia</i>	Catalunya Ràdio	119	106
<i>Catalunya vespre</i>	Catalunya Ràdio	62	55

Font: EGM, abril del 2018. La franja horària de més audiència d'*El Món a RAC1* és la de 8 a 9 hores, amb 370.000 oients.

Al conjunt d'Espanya l'emissora líder de la ràdio generalista és la *Cadena SER*, seguida de la *COPE* i *Onda Cero*, i entre les temàtiques, les més escoltades són *Los 40* i *Dial*. El lideratge de la *SER* encara és indiscutible, tot i l'augment de la *COPE*. Però *Hoy por hoy*, el programa de Pepa Bueno, ha perdut en un any 127.000 oients i veu com s'hi acostava el de Carlos Herrera

de l'emissora episcopal: el primer tenia el març d'aquest any 2.871.000 seguidors i el segon en tenia 2.174.000 (42.000 més que un any enrere). *Más de uno*, de Carlos Alsina a *Onda Cero*, té 1.116.000 seguidors i l'edició dels diumenges d'*A vivir que son dos días*, de Javier del Pino, a la *SER*, 1.770.000.

AUDIÈNCIA DE LA RÀDIO GENERALISTA A TOT ESPANYA (EN MILERS)

	Oients	Share
SER	4.113	32,1
COPE	2.676	21,6
Onda Cero	1.801	12,5
RNE	1.420	9,9

Font: EGM, abril del 2018. S'indica el nombre d'oients de dilluns a diumenge per persona i dia.

4.3. RÀDIOS I TELEVISIONS COMUNITÀRIES

A mitjans d'aquest any hi havia a tot Espanya, sobretot a les grans ciutats, 200 ràdios comunitàries, que emetien –i ho continuen fent– en condicions precàries i majoritàriament sense llicència. Segons la Red de Medios Comunitarios (RMC), unes 5.000 persones produeixen continguts a través d'aquestes emissores, només del 22% de les quals tenen alguna persona contractada. La RMC reclama que el Govern espanyol compleixi el mandat del Congrés del Diputats de mitjans del 2017 en el sentit que respecti la Llei General de Comunicació Audiovisual, que proclama que “totes les persones tenen el dret que la comunicació audiovisual es presti a través d'una pluralitat de mitjans, tant públics i comercials com comunitaris”. La xarxa estatal d'emissores continua exigint la fi del “bloqueig normatiu que pateixen” les ràdios sense llicència i el Comitè de Drets Humans de les Nacions Unides ha denunciat a principis d'aquest any que Espanya vulnera la seva pròpia legislació i el Pacte Internacional de Drets Civils i Polítics de l'ONU que va subscriure el 1977 ⁽¹⁾.

Les dues principals organitzacions de defensa de les emissores comunitàries són la Unión de Radios Libres i Comunitarias de Madrid (URCM) i la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB), que, amb el suport de l'Ajuntament, es disposa a posar en marxa *Ràdio Fabra*, amb vuit hores de transmissió oberta a tots els grups interessats en presentar continguts radiofònics, especialment les ràdios autogestionades que han aconseguit persistir: *Ràdio Pica*, *Ràdio Bronka*, *Contrabanda FM*, *Ràdio Línia IV* i altres emissores locals o de barri, com *Ràdio Gràcia*, *Boca Ràdio*, *Sants 3 Ràdio*, *Ona de Sants-Montjuïc*, *Ràdio Trinijove* i *Ràdio La Mina*.

(1) El Govern espanyol ha incomplert sistemàticament la llei sobre el tercer sector. El 2007, la Llei de Mesures d'Impuls a la Societat de la Informació va establir que l'Executiu havia de planificar freqüències per a les teles i les ràdios de proximitat. No ho va fer. Tampoc ho va fer el març del 2011, en què vencia el mandat d'un any que fixava la Llei General de Comunicació Audiovisual del 2010. El 2014, l'Executiu va aprovar el Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Terrestre sense incloure les llicències. I a mitjans del 2017, el Congrés va aprovar una proposició de llei en què el tornava a instar a planificar-les. Com si sentís ploure. L'excusa governamental: els canvis de la normativa europea de programació de l'espectre radioelèctric per a teles, ràdios i telefonia mòbil. Però això no va ser obstacle per adjudicar de manera arbitrària sis llicències de cobertura estatal a operadors privats comercials.

A Catalunya, Madrid i altres comunitats hi ha desenes de col·lectius que produeixen vídeos i continguts televisius, molts d'ells sense llicència i en condicions igualment precàries, víctimes dels incompliments governamentals i en alguns casos de greus sancions econòmiques per ocupació il·legal de l'espai radioelèctric. A Barcelona, una dotzena d'aquests col·lectius es proposen crear un canal de televisió (en línia o de TDT) “que sigui una eina de comunicació de base, transversal i de lògica comunitària i alhora un nou model televisiu que garanteixi la llibertat d'expressió i el dret a la informació de la ciutadania”.

Es tracta d'una iniciativa continuadora de la campanya de denúncia *COM és possible?* (2002-04) i del moviment *Okupem les ones* (2003), que el 2004 va donar pas a l'Assemblea per la Comunicació Social i el 2005 al naixement del projecte *LaTele.cat*, que el 2016 es va haver de reinventar amb el nom de *La Mosca TV*. Pretén aplegar també bona part de les experiències hereves de la Central del Curt i del col·lectiu Vídeo-Nou que es va acabar transformant en el Servei de Vídeo Comunitari, amb projectes com els d'*El Teb* (1992), *SICOM* (1995), *Teleduca* (1996), *Neokinok* (1998), *Indymedia Barcelona* (2001), *Fora de Quadre* (2002), *Ubú TV* (2003), *Quepo* (2007), *ComSoc* (2008), *El Parlante* (2009), *La Trinxera* (2009), *Metromuster* (2010) i *Càmeres i Acció* (2012), entre d'altres. La majoria dels col·lectius impulsors d'aquestes iniciatives i altres plataformes com *PasoaPaso*, *El Mirador* i *DSP-La Virreina*, estan darrere del projecte de televisió comunitària de Barcelona, obert a trobar sinergies amb *Betevé* i les deu televisions de districte que produeixen continguts per la cadena pública local.

És indispensable que les administracions reconeixin i donin suport a aquests i altres projectes de característiques semblants, en línia amb les recomanacions incloses en un document del 7 de març d'aquest any del Comitè de Ministres del Consell d'Europa, que exigeix a les autoritats de cada país el reconeixement dels mitjans comunitaris per “proporcionar als diferents grups de la societat, incloses les minories culturals, lingüístiques, ètniques, religioses, sexuals o de qualsevol altre tipus, l'oportunitat de rebre i impartir informació, expressar-se i intercanviar idees”.

5. DIFUSIÓ I LECTORS DE DIARIS I PUBLICACIONS EN PAPER

La davallada de la premsa escrita és constant en benefici d'altres mitjans i formats: l'OJD i les associacions d'editors calculen que els diaris impresos han perdut més del 55% dels lectors en l'última dècada. Les vendes al quiosc s'han anat reduint. Els sis grans diaris que s'editen a Espanya (*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *La Vanguardia* i *El Periódico*) venien en conjunt el gener d'aquest any 290.136 exemplars, 45.000 menys que el mateix mes del 2017, segons l'OJD. I en difusió, és a dir, en vendes i subscripcions, els exemplars venuts sumaven 558.914, uns 67.000 menys que un any abans. De fet, totes les capçaleres fan l'aposta de les edicions digitals en perjudici de les edicions en paper.

Però el canvi de rumb no atura la crisi, sobretot perquè els diaris impresos ingressen en publicitat el 30% menys que fa deu anys. L'augment de la publicitat a les edicions digitals dels diaris (els dos últims anys superior al 20%) no compensa les pèrdues, perquè les administracions, la banca i les empreses de l'Íbex paguen cada cop menys pels anuncis i mesuren amb lupa el retorn de les inversions, de manera que la publicitat *online* no aporta –ni aportarà previsiblement en el futur– prou recursos per mantenir l'estructura periodística dels grans mitjans. El cas és que els ingressos conjunts de les divisions digitals i de paper dels grans grups periodístics s'han reduït extraordinàriament: per exemple, la xifra neta de negoci d'*El País* ha passat en una dècada de 411 a 159 milions d'euros (-61%) i la d'*El Mundo*, de 275 a 86 milions (-69%). Si mirem els mercats més madurs, com els dels Estats Units i del Regne

Unit, veiem que els anunciants reparteixen la part principal del pastís entre les xarxes socials: Google va ingressar l'any 2016 un 21% més i Facebook gairebé el 60%, mentre que el diari *The Guardian*, que ha consolidat una audiència de més de 155 milions d'usuaris mensuals, va tenir uns ingressos de 2,3 milions d'euros menys i unes pèrdues globals de 80 milions.

Des d'una perspectiva de mercat, cap sector normal podria aguantar aquesta davallada. Si les entitats financeres i unes quantes grans empreses sostenen uns mitjans i uns grups amb respiració assistida és perquè consideren que les informacions i opinions dels grans diaris influeixen decisivament en l'opinió pública. És cert que sovint determinen l'orientació informativa de ràdios i televisions –és a dir, la seva influència real no depèn només de les audiències auditades–, però la ciutadania se'ls comença a girar d'esquena i a fer el contrari del que prediquen, com demostren els resultats, clarament desfavorables a la premsa del règim del 78, de les batalles internes de Podemos –entre Pablo Iglesias e Íñigo Errejón– i del PSOE –entre Pedro Sánchez i Susana Díaz i els barons–. Si aquesta tendència s'accentua, ¿quin sentit té continuar abocant diners en un pou sense fons? Això explica en part que alguns dels bancs i fons d'inversió propietaris de grans companyies hagin decidit reduir les seves inversions o exigir una gestió més coherent amb el model de negoci capitalista. La caiguda de Juan Luis Cebrían al capdavant de Prisa respon a aquest canvi de rumb.

5.1. DAVALLADA CONSTANT DE LA PREMSA DIÀRIA

La premsa generalista va a la baixa. *El País* tenia una difusió de 450.000 exemplars el 2005 i el gener d'aquest any no arribava als 165.000, i *La Vanguardia*, el diari més seguit a Catalunya, que el 2005 superava els 202.000 exemplars, voreja els 100.000. En dos anys, entre el 2016 i el 2018, el diari de Prisa ha perdut 282.000 lectors i el del Grupo Godó, 23.000. *El País* ha perdut la cota dels 100.000 exemplars de venda al quiosc i *La Vanguardia* no arriba als 23.000, una xifra ridícula per a un diari de referència, tot i que en el cas del rotatiu del Grupo Godó s'ha de considerar que manté un nombre notable de subscriptors. Tots dos diaris van perdre entre el 19% i el 20% en vendes al quiosc entre el novembre del 2016 i el mateix mes del 2017. De l'abril del 2016 a l'abril del 2017, els sis grans diaris de pagament

ja havien perdut 89.083 exemplars en difusió; en vendes a quiosc n'havien perdut 54.226 i en subscripcions havien passat de 155.747 a 148.960, un descens de 6.787. L'últim any, *La Vanguardia* ha perdut un 10,5% en difusió, un 19,4% en vendes i un 2,5% en subscripcions, i *El Periódico*, un 16% en difusió, un 17,4% en vendes i un 1,8% en subscripcions. L'augment de lectors de *La Vanguardia* i l'*Ara*, els últims mesos, a costa sobretot d'*El Periódico*, com també les variacions a l'alça d'*El Mundo* i l'*ABC*, responen possiblement a les circumstàncies excepcionals del procés de Catalunya. L'únic diari gratuït, *20 Minutos*, tenia el gener d'aquest any 687.000 lectors, només superat pel diari de Prisa i *El Mundo*, entre els generalistes.

VENDES I DIFUSIÓ DELS PRINCIPALS DIARIS AL CONJUNT D'ESPANYA

	Vendes 2017	Vendes 2018	Difusió 2017	Difusió 2018
El País	96.660	87.024	180.253	164.845
La Vanguardia	26.234	22.345	109.536	100.003
El Mundo	62.445	58.179	99.089	92.532
ABC	56.725	52.577	81.823	75.375
El Periódico	38.642	34.540	75.552	64.854
La Razón	43.724	38.423	71.522	63.661

Font: OJD. Les dades corresponen als mesos de març. Les dels dos diaris que s'editen a Catalunya inclouen les edicions en català i en castellà.

LECTORS DELS PRINCIPALS DIARIS (EN MILERS)

	Lectors 2016	Lectors 2017	Lectors 2018
El País	1.410	1.141	1.128
El Mundo	852	716	736
La Vanguardia	634	581	611
La Voz de Galicia	589	565	552
ABC	485	432	437
El Periódico	490	471	416
El Correo	411	382	369
La Razón	240	235	235

Font: EM. Les dades corresponen al mes de març. Es dels dos diaris que s'editen a Catalunya inclouen els exemplars en català i en castellà.

La crisi afecta el conjunt de la premsa espanyola, no només els diaris generalistes, però no en el mateix grau. Els diaris econòmics i, sobretot, els setmanaris d'informació general tenen una difusió molt baixa i els diaris esportius i moltes altres publicacions trampegen la situació: *Marca* té més

d'1,8 milions de lectors i *As* en compta gairebé un milió, i setmanaris com *Pronto* i *Hola* estan per sobre dels dos milions i *Lecturas* i *Diez Minutos* superen el milió. Els esportius catalans *El Mundo Deportivo* i *Sport* voregen els 400.000, una xifra de lectors equiparable a la d'*El Jueves*.

LECTORS D'ALTRES PUBLICACIONS EN PAPER A ESPANYA (EN MILERS)

	Setmanaris	Diaris esportius	Periòdics econòmics
Pronto	2.536		
Marca		1.843	
Expansión			140
Hola	2.021		
As		926	
El Economista			57
Lecturas	1.149		
El Mundo Deportivo		410	
Cinco Días			37
Diez Minutos	1.007		
Sport		395	
Semana	588		

Font: EGM. Dades d'abril del 2018.

5.2. DIFUSIÓ DELS PRINCIPALS DIARIS A CATALUNYA

Durant l'any 2017, les vendes ordinàries –és a dir, la suma de les vendes al quiosc i de les subscripcions individuals– de la premsa en paper a Catalunya van caure el 7,5%, dos punts menys que a la resta de l'Estat. El descens de les vendes ordinàries dels quatre diaris que s'editen a Madrid –*El País*, *El Mundo*, *ABC* i *La Razón*– va ser molt

superior a Catalunya que al conjunt de l'Estat: a Espanya els percentatges van del 10% al 13% i a Catalunya, del 14% i el 19%.

És significatiu l'augment del diari *Ara*, en un percentatge equivalent a la caiguda d'*El Periódico*, atribuïble sobretot a l'edició catalana.

DIFUSIÓ (QUIOSC MÉS SUBSCRIPCIONS INDIVIDUALS) DELS DIARIS A CATALUNYA

La Vanguardia	84.740 (- 7,1%)	El País	10.986 (-19,2%)
El Periódico	45.258 (-11,5%)	El Mundo	3.969 (-13,2%)
El Punt Avui	19.134 (- 1,2%)	La Razón	3.264 (-14,0%)
Ara	13.472 (+10,9%)	ABC	1.806 (-18,9%)

Font: OJD. Les dades són del gener del 2018.

LECTORS DELS PRINCIPALS DIARIS A CATALUNYA (EN MILERS)

	Gener 2015	Gener 2017	Gener 2018
La Vanguardia	654	558	561
El Periódico	485	428	355
Ara	118	82	123
El Punt Avui	151	114	101
El País	148	84	94
Segre	102	79	87
Diari de Tarragona	76	95	66
El Mundo	46	29	35

Font: EGM, OJD i Anuari Estadístic de la Ciutat de Barcelona.

Els altres diaris provincials, comarcals i locals editats a Catalunya també han experimentat retrocessos els últims dotze mesos: *El Diari*

de Terrassa, el 6,8%; *La Mañana*, el 6,7%; *el Diari de Girona*, el 5,9%; i *Regió 7*, el 5,5%.

5.3. DIFUSIÓ MITJANA DE LES PUBLICACIONS EN CATALÀ

No obstant això, i malgrat la crisi estructural de la premsa i la tendència a la digitalització, a Catalunya es compten per centenars les publicacions setmanals o bisetmanals i altres publicacions periòdiques, preferentment en català, especialment a les demarcacions de Barcelona i Girona. Entre els diaris destaca el lideratge de *La Vanguardia*, que supera en difusió els 45.000 exemplars, segons l'OJD. Un diari gratuït, *Mes Tarragona, Reus, Costa Daurada*, en distribueix 24.535. I *Time Out Barcelona*, setmanari temàtic gratuït, 51.883.

• Diaris:

- *La Vanguardia*: 45.139.
- *El Periódico*: 28.174.
- *El Punt Avui*: 21.693.
- *Ara*: 13.120.
- *Regió 7*: 5.289.
- *Diari de Girona*: 5.040.
- *Segre*: 4.677.

• Publicacions setmanals i bisetmanals:

- *El 9 Nou Osona-Ripollès*: 8.281.
- *Setmanari de l'Alt Empordà*: 4.003.

- *El 9 Nou Vallès Oriental*: 3.856.
- *El 3 de Vuit*: 2.424.
- *La Veu de l'Anoia*: 2.249.
- *La Comarca d'Olot*: 2.015.
- *L'Eco de Sitges*: 1.496.
- *Hora Nova*: 1.435.

• Setmanaris gratuïts (dades de distribució):

- *Capgròs*: 30.001.
- *El Tot Mataró i Maresme*: 30.000.
- *La Fura*: 25.270.
- *Notícies TGN*: 24.980.
- *Més Osona*: 24.388.
- *Tot Sant Cugat*: 20.039.
- *Reclam Osona-El Ripollès*: 20.000.
- *El Cargol*: 17.179.
- *Diari Més Ebre*: 14.990.
- *Som Granollers*: 12.032.
- *Som Mollet*: 11.991.
- *L'Enllaç dels Anoiencs*: 10.997.
- *L'Independent de Gràcia*: 8.507.
- *Cerdanyola al Dia*: 6.041.
- *Revista de Ripolllet*: 6.240.
- *Tot Cerdanyola*: 5.720.
- *Mollet a mà*: 5.198.

5.4. ALTRES PUBLICACIONS D'ÀMBIT ESPANYOL

Tant al conjunt d'Espanya com a Catalunya es publiquen en paper nombroses revistes progressistes de diferent periodicitat, de pensament polític, econòmic i cultural, la majoria d'elles nascudes els anys 70 i 80 del segle passat. Entre les d'àmbit espanyol destaquen *El viejo topo*, *Alternativas económicas*, *Ajoblanco*, *Sin permiso* i *Mientras tanto*.

- **El viejo topo:** revista mensual, de caràcter cultural i polític, d'inspiració marxista, de l'editorial del mateix nom, que es publica en castellà des de 1976 (amb una breu interrupció l'any 1983). Els responsables de l'edició són Miquel Riera i Víctor Ríos.
- **Alternativas económicas:** revista mensual d'economia, nascuda el 2013, propietat d'una cooperativa de desenes de socis, dirigida per Andreu Missé, ex-cap d'Economia d'*El País*. Es ven als quioscos i per subscripció. Té un acord de col·laboració amb la publicació francesa del mateix nom i, com la francesa, defensa una política econòmica alternativa a la de Brussel·les. L'estiu del 2016 va editar un llibre, *La gran estafa de las preferentes*, del mateix Missé, que és un text imprescindible per conèixer els abusos i la impunitat de la banca a Espanya. La meitat dels seus ingressos procedeixen dels subscriptors. El 70% del capital està en mans dels seus set socis treballadors.
- **Ajoblanco:** publicació mensual contracultural i d'inspiració llibertària, fundada i dirigida per José Ribas, que va tenir dues etapes, entre 1974 i 1980 i entre 1987 i 1999. El juny del 2017 va iniciar la tercera etapa amb un número de 132 pàgines i l'anunci que es publicarà cada quatre mesos. El segon número s'ha publicat el febrer d'aquest any.
- **Sin permiso:** revista semestral de política internacional, nascuda l'any 2006, que aplega col·laboradors d'un ampli ventall de l'esquerra. L'editor i director és Antoni Domènech. Al consell editorial hi ha personalitats d'una dotzena de països. Es distribueix per subscripció. Té una edició electrònica setmanal (<http://www.sinpermiso.info>).
- **Mientras tanto:** revista bianual en castellà de política i cultura, d'esquerres, fundada el

1979 per Manuel Sacristán i Giulia Adinolfi, que donen nom a la fundació editora. Té una edició digital de periodicitat mensual i subscripció gratuïta (<http://mientrastanto.org/revista-mientras-tanto>). Entre els membres del consell de redacció hi ha Joan Ramon Capella, Víctor Ríos, Xavier Domènech, Quim Sempere i Albert Recio.

D'altra banda, hi ha publicacions digitals amb edicions periòdiques en paper, com ara *El Salto*, *Tinta Libre* i *La Marea* –n'hi ha referències a l'apartat corresponent d'aquest informe– i dues revistes d'humor en paper, *El Jueves* i *Mongolia*, molt crítiques amb el poder, que també tenen edicions digitals:

- **El Jueves:** creada per José Ilario l'any 1977, en plena Transició, és la revista setmanal satírica més antiga d'Espanya: l'any 2013 va publicar el número 1899 i va superar els 1898 números de *La Codorniz*. Editada per Edicions El Jueves, propietat del Grup RBA, i dirigida per Guille Martínez-Vela, té 68 pàgines i més de 400.000 lectors.
- **Mongolia:** la publica Editorial Mong des del 2012 sota la responsabilitat de Darío Adante, Edu Galán, Fernando Rapa i Pere Rusiñol. Segons els seus creadors, els referents de la publicació són *La Codorniz*, *Hermano Lobo*, *El Papis*, *Barcelona*, *The Clinic* i l'humor de Monty Python. Si bé el contingut de la revista és humorístic, inclou la secció *Reality news*, en què s'inclouen reportatges de periodisme d'investigació i denúncia de caràcter polític i social. D'aquesta secció, coordinada per Rusiñol, va sortir el llibre *Papel mojado* (2013), sobre la crisi de la premsa a Espanya.

Altres publicacions periòdiques en paper publicades a Espanya:

- **Ayer** (trimestral).
- **El Ciervo** (bimestral).
- **Claves de la razón práctica** (bimestral).
- **Ecología política** (semestral).
- **El ecologista** (trimestral).
- **Historia social** (quatrimestral).
- **Cambio 16** (mensual).
- **El Socialista** (setmanal).
- **Iniciativa Socialista** (trimestral).

5.5. ALTRES PUBLICACIONS D'ÀMBIT CATALÀ

A Catalunya es mantenen al quiosc des de fa anys dues revistes de divulgació històrica, un setmanari d'informació política i una publicació quinzenal escrits en català, i els mesos d'abril i maig d'aquest any s'hi han afegit dues noves capçaleres en paper, *La Jornada* i *La República*.

- **Sàpiens:** revista mensual de divulgació històrica nascuda el 2002 i dirigida per Clàudia Pujol, que pertany a una cooperativa del mateix nom que forma part del Grup Cultura (Ara Llibres, Sàpiens Publicacions, Batabat, Contrapunt i Nova 2003). El Consell Assessor està format per Agustí Alcoberro, Francesc Cabana, Àngel Casals, Jordi Casassas, Joan B. Culla, Josep Fontana, Valentí Gual, Emili Junyent, Andreu Mayayo, Borja de Riquer, José Enrique Ruiz-Domènec, Jaume Sobrequés i Josep Maria Solé Sabaté.
- **L'Avenç:** revista mensual fundada l'any 1977 especialitzada en temes d'història i cultura. Entre 2006 i 2012, el 50% de l'empresa editora, del mateix nom, va pertànyer al Grup RBA. Des de 2013 pertany a Núria Iceta i Josep M. Muñoz, que n'és el director. També edita la revista *Els marges* des de 2004. Aquest any publicarà el número 450. El Consell Editorial està format per Dolors Comas, Antón Costas, Joan B. Culla, Enric Juliana, Joaquim Nadal i Borja de Riquer.
- **El Triangle:** setmanari en català d'informació política fundat, editat i dirigit per Jaume Reixach des de 1990, caracteritzat per les denúncies en solitari de la corrupció de l'etapa pujolista a Catalunya. Té una edició digital diària en català i castellà (<http://www.eltriangle.eu>).
- **Directa:** publicació quinzenal d'anàlisi i pensament de l'esquerra catalana independentista nascuda el 2006, que a principis d'aquest any ja havia publicat 445 números. Té 2.300 subscriptors i 250 socis, que hi aporten el 85% del pressupost. Té una edició digital (www.directa.cat). És un projecte assembleari, autogestionat i descentralitzat i una "eina de transformació social". L'any 2016, coincidint amb el desè aniversari, es va convertir en una cooperativa de consum. Per ser soci cal estar subscrit i fer una aportació econòmica al capital social de 100 euros. Intercanvia continguts amb *l'Ariet*, *El Setembre*, *La Fissura*, *L'Aguit*, *Soberania Alimentaria*, *El Salto*, *La Marea*, *Pikara Magazine*, *Arainfo*, *Argia* i *Ahòtsa*. El responsable de l'edició és el periodista Jesús Rodríguez.
- **La Jornada:** "mitjà sorgit des dels moviments de base popular" amb vocació de "donar veu a les esquerres transformadores" partidàries del dret a l'autodeterminació, editat per una cooperativa de periodistes sota a direcció de Laia Altarriba, el primer número imprès del diari va veure la llum el 5 de maig d'aquest any i es proposa arribar al quiosc de manera regular entre el novembre i el desembre. De moment, es publica els caps de setmana i entre setmana es pot llegir a la web. El gener disposava de 100.000 euros de capital social i d'uns 150 socis, que hi havien aportat 500 euros, però aspira arribar als 10.000 subscriptors per ser viable econòmicament. Són membres del Consell Editorial, entre altres, Vidal Aragonés, Àngels Martínez Castells, Josep Maria Terricabras, Josep Maria Busqueta i Jordi Cuixart.
- **La República:** el número zero d'aquest setmanari es va vendre al quiosc el 28 d'abril d'aquest any. Inclou una entrevista amb Carles Puigdemont i articles dels presidents de l'Assemblea Nacional Catalana i Òmnium Cultural. El nou mitjà, dirigit per Carles Ribera, està editat per la societat laboral Maig 2011, impulsora també de *L'Esportiu* i *L'Econòmic*, es distribueix els diumenges de forma conjunta amb *El Punt Avui*, d'on procedeixen la quinzena de periodistes que formen la plantilla. Ribera havia sigut vici-director del diari del Grup Hermes i cap de gabinet de Santi Vila. El director adjunt, Pere Bosch, va ser diputat al Parlament per ERC.

Altres publicacions de paper en català:

- **Serra d'Or:** revista mensual editada per l'Abadia de Montserrat des de l'any 1959, dirigida per Josep Massot.
- **El Temps:** setmanari d'informació general fundat l'any 1984 i dirigit per Manuel Lillo.
- **La Maleta de Portbou:** revista bimestral d'humanitats i economia, editada per Galaxia Gutenberg i dirigida per Josep Ramoneda. Té una edició digital.
- **Nous Horitzons:** revista fundada pel PSUC l'any 1960. Actualment és trimestral i està vinculada a IC-V. El Consell de Redacció el formen Dolors Comas, Marc Rius, Marc Andreu, Ricard Gomà, Bet Font, Jaume Bosch, Gemma Lienes, Sandra Cruz, Ghassan Saliba, Jordi Vaquer i Marc Parés, que n'és el director.
- **El Carrer:** revista bimestral de la Federació de Veïns i Veïnes de Barcelona nascuda l'any 1991 i dirigida per Andrés Naya i Ana Menéndez.

6. ELS MITJANS DIGITALS

6.1. EL CONSUM D'INTERNET A CATALUNYA

El 55,0% dels catalans consumeixen continguts audiovisuals per Internet, principalment sèries, cinema i informació. Les principals aplicacions que fan servir són les plataformes de vídeo i la televisió a la carta o en directe. La població més jove i amb més estudis en fa un consum més elevat.

El 18,6% accedeix a Internet mentre mira la televisió tradicional (TDT) o escolta la ràdio.

D'aquest percentatge, el 80,6% es connecta a les xarxes socials i el 49,3 fa servir la missatgeria instantània. El 79,8% s'informa mitjançant la televisió tradicional, davant el 48,3% que ho fa via Internet i xarxes socials. D'aquest percentatge, el 65% accedeix a la premsa digital i el 58,0%, a Facebook (entre els joves, el 75%), segons dades de l'Estudi Òmnibus de la Generalitat, publicades al Butlletí d'Informació Audiovisual de Catalunya (BIAC, gener del 2018).

CONSUM PER CONTINGUTS (EN %)

	%		%
Sèries	51,5	Esports	21,2
Cinema	46,1	Documentals	13,2
Informació	44,4	Tutorials	9,4
Entreteniment	36,5	Altres	3,5
Música	26,5		

Font: BIAC, gener del 2018.

CONSUM GENERAL PER EDATS (EN %)

	%		%
18 a 24	83,7	50 a 64	46,9
25 a 34	82,7	65 i +	17,7
35 a 49	65,7		

Font: BIAC, gener del 2018.

PRINCIPALS OPCIONS DELS QUE S'INFORMEN PER INTERNET (PER EDATS, EN %)

	Twitter	Facebook	Premsa
18 a 24	44,6	75,7	51,4
25 a 34	44,8	65,5	53,8
35 a 49	27,4	55,8	72,1
50 a 64	17,9	45,5	68,8
65 i +	9,1	42,4	81,8

Font: BIAC, gener del 2018.

Només un 21% dels teleespectadors o oients de ràdio utilitzen Internet per comentar, interactuar o completar la informació sobre els programes. Les principals aplicacions que s'utilitzen són les xarxes socials i la missatgeria instantània. Encara

és força reduït l'ús de les aplicacions pròpies dels programes amb els quals l'audiència interactua. Com més jove és el públic, més elevat és l'ús d'Internet quan es mira la televisió o s'escolta la ràdio.

6.2. DIGITALS SORGITS DEL DIARI *EL MUNDO*

El creixement dels mitjans digitals és notable.

A Espanya, se n'han fundat centenars els últims anys, sobretot per periodistes expulsats dels grans mitjans. La font principal han estat professionals d'*El Mundo* i de *Público*. De periodistes i col·laboradors d'*El Mundo* han sorgit nombroses publicacions l'orientació política que va del centre-dreta neoliberal a l'extrema dreta i al periodisme de claveguera.

- ***El confidencial***: diari d'informació general, d'orientació conservadora, fundat el 2001 per Jesús Cacho, que va ser acomiadat de anys després. Editat per Titania Compañía Editorial, té més de 30 redactors i un consell dirigit per José Antonio Zarzalejos, ex-director de l'ABC. També en formen part, entre altres, la sociòloga Belén Barreiro, l'historiador Juan Pablo Fusi, el filòsof i diputat del PSC Manuel Cruz, l'economista Nemesio Fernández Cuesta i el director del diari, Ignacio Cardero.
- ***El Español***: fundat i dirigit per Pedro J. Ramírez, el 2015, després que fos acomiadat d'*El Mundo*. L'empresa editora, Nohacefaltapapel SA, fundada per una filla de Ramírez, té un capital social de 17 milions d'euros. La plantilla és de més de 30 professionals. Té un acord amb *Crónica Global*: cada mitjà és soci minoritari de l'altre, intercanvien informació i el tràfic de les dues capçaleres s'agrega als sistemes de mesura d'usuaris.
- ***Vozpópuli***: fundat el 2011 per Jesús Cacho, un cop acomiadat d'*El Confidencial*. Editat per Vozpópuli Digital SL i dirigit per Miguel Alba, el diari, generalista i "liberal", té una plantilla de 25 treballadors.
- ***El independiente***: diari generalista "liberal" fundat per Casimiro García-Abadillo, ex-director d'*El Mundo*, i Victoria Prego, el juny de 2016. El 51% de les accions de l'empresa editora, El Independiente SL, pertanyen als periodistes, una quarentena, i als promotors. Se centra en la informació política i econòmica.
- ***El imparcial***: diari "liberal i independent" fundat l'any 2008 per Luis María Ansón, que és president de l'Editorial Imparcial de Occidente SA. El director, Joaquín Vila, té a les seves ordres una plantilla d'uns 20 periodistes.
- ***República***: fundat el 2010 per Pablo Sebastián, que és l'editor d'aquest diari "de centre reformista" dirigit per Pilar Gassent. Té una redacció petita i una nòmina gran de col·laboradors, entre ells José Oneto, Manuel Martín Ferran, Josep Borrell, Ramón Tamames, Jaime Peñafiel, Luis Racionero e Inocencio Arias.
- ***Estrella Digital***: fundat per Pablo Sebastián el 1998, tanca el 2012 a causa de la baixa audiència. Actualment, la capçalera, recuperada per Reporter MIC SL, la dirigeix Joaquín Vidal, ex-periodista d'*Interviú*, que compta amb una plantilla de 12 persones.
- ***Libertad digital***: fundat l'any 2000 per Federico Jiménez Losantos, té una vintena de redactors i un centenar de col·laboradors, entre ells Gabriel Albiac, Amando de Miguel, Pío Mora i César Vidal. El director és Raúl Vilas. L'any 2004, el PP hi va injectar 400.000 euros en diner negre, segons confessió de Luis Bárcenas que la sentència del cas Gürtel ha considerat verídica.
- ***Periodista digital***: diari de Periodista Digital SL fundat el 2004 per Alfonso Rojo, periodista i tertulià paradigma del periodisme de claveguera, que dirigeix una plantilla d'una dotzena de persones.
- ***OK Diario***: diari generalista fundat el 2015 per Eduardo Inda, tertulià de *La Sexta* i ex-director d'*El Mundo* a les Balears i del diari *Marca*. Té una plantilla de 40 persones, 30 d'elles periodistes. Periodisme de claveguera amb connexions amb la màfia policial.

6.3. DIGITALS SORGITS DEL DIARI PÚBLICO

De les cendres del diari en paper *Público*, tancat el 2012 per Display Connectors (propietat de Jaume Roures, Tatxo Benet i Toni Cases), han sorgit quatre digitals més, tots ells d'esquerres:

- **Eldiario.es:** diari generalista d'orientació clarament progressista centrat en la política i l'economia fundat el 2012 i dirigit per Ignacio Escolar. Més del 70% del capital de l'empresa, Diario de Prensa Digital SL, presidida per José Sanclemente, està en mans de la redacció, formada per 80 persones, de les quals 56 són periodistes. Això sense comptar les set del portal de televisió *Vertele* i les 54 de les redaccions associades que hi ha a la majoria d'autonomies, que són fundacions o empreses independents en bona part de les quals *Eldiario.es* participa com accionista. Fins el mes de gener d'aquest any, la redacció associada a Catalunya era *Catalunya Plural*, que ara té una personalitat més diferenciada. *Eldiario.es* edita una revista monogràfica trimestral en paper, *Cuadernos*, que es reparteix entre els socis, 31.500 a principis del 2018 (9.100 més que un any abans). El 2017 va tenir uns ingressos de 4.787.702 euros i uns beneficis després d'impostos de 295.748. Col·labora amb altres mitjans, com *Time Out*, *Yorokubu*, *Kiosco.net*, *Alternativas Económicas*, *Mongolia*, *EsGlobal*, *Hoja de Router*, *CampoBase*, *Canino*, *Gràffica*, *Pikara*, *Carne Cruda*, *Kinótico* i *La Cafetera*. A diferència d'altres publicacions digitals, no compra tràfic a Facebook, no produeix notícies al ritme marcat per les recerques de Google ni compra audiència sumant al servidor webs alienes. Segons Comscore, se situa entre els 10 diaris d'informació general més llegits a Espanya i segons Myword és el sisè (inclosos els de paper) i el primer entre els digitals nadius, amb més de 10 milions d'usuaris únics. La subdirectora és Neus Tomàs, ex-directora adjunta d'*El Periódico*.
- **Catalunya plural:** és un diari editat des del 2013 per la Fundació Periodisme Plural, presidida per Josep Carles Rius, que ha promogut cinc publicacions més: *El Diari de l'Educació* (2014), coordinat per Víctor Saura, director de la fundació; *El Diari del Treball* (2015), coordinat per Tomeu Ferrer; *El Diari de la Sanitat* (2016), coordinat per Carla Benito; *El Diario de la Educación* (2016), i la revista *XQ* (2017). La fundació, primera entitat sense ànim de lucre de Catalunya en l'àmbit periodístic, la van posar en marxa més de 60 professionals (Margarita Riviere, José Martí Gómez, Juanjo Caballero, Ignacio Escolar i Andreu Missé, entre altres) disposats a fer un periodisme independent i crític "per sobre de

les trinxeres". L'entitat edita una col·lecció de llibres "de periodisme i drets humans", els tres primers sobre el dret a l'habitatge, la venda ambulants i la violència masclista.

- **Público:** diari generalista propietat de Display Connectors, companyia de Toni Cases, soci de Jaume Roures i Tatxo Benet en l'empresa editora del diari en paper del mateix nom, tancat l'any 2012. Dirigit per Ana Pardo de Vega, té 35 redactors i desenes de col·laboradors, entre ells Pablo Iglesias, Juan Carlos Monedero, Alberto Garzón, Esther Vivas, Luis García Montero, Vicenç Navarro, Juan Torres i El Gran Wyoming. Té més d'un milió de seguidors a Facebook i a Twitter, i un canal d'*streaming*, *Público TV*, que emet informatiu i els programes *En Clave Tuerka*, presentat per Monedero; *Otra vuelta de Tuerka*, presentat per Iglesias; *La Tuerka Distrito Federal*, amb Tania Sánchez i Noelia Vera, i *La Tuerka News*, amb Facu Díaz, Héctor Juanatey i Miguel Maldonado. Acull els continguts digitals de les revistes *CTXT* i *Panenka*, aquesta última de temàtica esportiva; una plataforma de debat, *Espacio Público*, en què participen persones d'orientacions polítiques diverses, i els continguts de Gamereactor, una xarxa de notícies sobre videojocs. És un dels digitals europeus amb un percentatge més gran d'audiència procedent de Facebook. Té una edició en català, *Públic*, que coordina Marià de Delàs.
- **La marea:** diari editat per la cooperativa Más Público, formada per treballadors i lectors de *Público*, el 2012, quan Roures va tancar l'edició en paper. Edita una revista mensual en paper que té més de 3.000 subscriptors i distribueix al quiosc 6.000 exemplars. Magda Bandera dirigeix una redacció de mitja dotzena de periodistes i desenes de col·laboradors d'orientació progressista, entre ells Gervasio Sánchez, Cristina Fallaràs, Jose Ovejero, Gerardo Tecé, Edu Garzón e Isaac Rosa. Només accepta publicitat d'empreses que no contradiguin els principis editorials de la cooperativa. L'any 2017 va tenir uns ingressos de 239.149 euros (el 56% procedents de subscripcions) i unes pèrdues de 39.000.
- **Infolibre:** diari de pagament fundat el 2013 per l'últim director de l'edició de *Público* en paper, Jesús Maraña, i part del seu equip. El director és Manuel Rico. El capital l'aporten els fundadors, els socis –més de 9.000–, el digital francès *Mediapart*, l'editorial Edhasa i la Sociedad de Amigos, a la qual pertanyen, entre altres, Luis García Montero, Emilio Lledó, Fernando León de Aranoa, El Gran Wyoming, Almudena Grandes, Joaquín

Sabina, Pedro Almodóvar i Baltasar Garzón. L'empresa, Ediciones Prensa Libre SL, que dirigeix Maraña, edita en paper la revista mensual *Tinta libre*, que es ven per subscripció –4.000 socis– i als quioscos (2.500 exemplars). Només accepta publicitat amb tarifes públiques. L'any 2016 va tenir uns ingressos de 982.861 euros i unes pèrdues de 131.157.

El pressupost de l'any passat previa unes pèrdues de 46.400 euros.

De *Público* han sorgit també publicacions digitals especialitzades, com la web de notícies científiques *Materia*, fundada el 2012 i formada per un equip de sis periodistes dirigits per Patricia Fernández de Lis.

6.4. ALTRES DIGITALS D'ÀMBIT ESPANYOL

Altres diaris digitals d'informació i anàlisi política o econòmica de diferents orientacions i penetració:

- **El Salto:** diari generalista gratuït, propietat d'una cooperativa i dirigit per un col·lectiu assembleari, fundat el 2017 a partir de la convergència del periòdic anticapitalista *Diagonal* (un quinzenal en paper nascut el 2005 de la mà d'activistes de la comunicació que tenia 5.000 subscriptors) amb prop d'una vintena de mitjans, com *Pikara Magazine*, *El Salmón contracorriente*, *Revista Soberanía Alimentaria*, *Visual 404*, *Wiriko*, *Hemisferio Zero*. Publica una revista mensual en paper d'entre 64 i 88 pàgines que té una edició general i sis territorials. Incorpora continguts de les edicions regionals d'Andalusia, Aragó (*AralInfo*), Galícia (*O Salto*), La Rioja, Navarra (*Hordago*, *Pamplonauta*) i País Valencià. En poblacions d'algunes regions s'hi sumen mitjans locals que produeixen informació pròpia de les localitats (*Andalucía Diversa*, *Maldita Cultura*, *El Entendedor*, *Paradigma Media*, *La Trama Comunicación*, *Onda Color*, *Tábano Linense*, *Galiza Ano Cero*, *Galiza Contrainfo*, *Luzes*, *Praza Pública*, *Sacacorchos* i *Bostezo*). La cooperativa té un projecte audiovisual, *El Salto Ràdio*, que preparen periodistes i activistas procedents de ràdios lliures i comunitàries.
- **CTXT:** una publicació, curosament editada, d'anàlisi i pensament fundat el 2015 per 14 periodistes progressistes procedents d'*El País*, *La Repubblica* i altres mitjans, i dirigit per Miguel Mora, que té com objectiu "aportar context polític i econòmic a les notícies més rellevants". El president d'honor és Noam Chomsky i entre els promotors hi ha Roberto Saviano, Soledad Gallego-Díaz, Ignacio Sánchez-Cuenca, Miquel Barceló, José Luis Cuerda, Éric Fassin i Kostas Vaxevanis. Es finança sobretot pels subscriptors, més de 5.000, que aporten el 53% dels ingressos, i pel capital (280.000 euros) proporcionat per més de cent socis. El desembre del 2017 tenia els comptes equilibrats: 380.000 euros d'ingressos i despeses. Té un acord de cessió de tràfic amb *Público*. Els professionals que hi escriuen han de complir un codi ètic molt estricte.
- Només accepta patrocinadors i anunciants no comercials que no contradiguin la seva línia editorial. El responsable de Catalunya és el periodista Guillem Martínez. Publica com a suplement una revista mensual en paper, *El Doblado*, dirigida per Vanesa Jiménez, Mónica Andrade i Miguel Mora, que s'envia gratuïtament a casa dels subscriptors.
- **El Plural:** diari fundat i dirigit pel periodista Enric Sopena, que n'és el propietari. D'orientació socialista. Té molts col·laboradors compartits amb un altre digital de la mateixa orientació, *Diario progresista*.
- **Cuarto poder:** va començar l'any 2011 com un diari de blogs editat per periodistes progressistes i l'any passat, sota la direcció de Francisco Frechoso, es va transformar en una publicació generalista. L'empresa editora, Medios de Redacción, té una quarantena de socis. La directora és Ana Isabel Cordobés. Entre els col·laboradors figuren Luis Goytiso, Dacid Torres, Miguel Sánchez Ostiz i Santiago Alba Rico.
- **Esdiario:** diari nascut el 2015 d'*El Semanal digital*, fundat, editat i dirigit per Antonio Martín Beaumont, periodista i escriptor vinculat al PP. Té 20 redactors.
- **Iniciativa Debate:** publicació digital d'esquerres fundada per Paco Bello, cofundador d'Iniciativa legislativa Ciudadana. Té més de 1.200 subscriptors.
- **Diario 16 Digital:** fundat l'estiu de 2016 per Manuel Domínguez Morero (Multimedia Ediciones Globales SL) i dirigit inicialment per Cristina Fallarás, que va plegar el febrer de 2017 en protesta per les "condicions inacceptables" en què tant ella com els 15 redactors havien de fer la feina.
- **Diariocrítico:** diari digital del Grupo DC, editat per Constantino Mediavilla (Ociocrítico SL) i dirigit per Pedro M. Beleña i Fernando Jáuregui, amb mitja dotzena de redactors.
- **La Gaceta:** digital diari fundat el 2013 quan va tancar el periòdic en paper del mateix nom

creat el 1989 per José Antonio Martínez Soler. Vinculat al grup propietari d'Intereconomía. El director és Kiko Méndez-Monasterio.

- **El Asombrario:** revista cultural fundada per Manuel Cuéllar l'any 2012 que té un acord amb el diari *Público*.
- **5W:** revista digital de crònica internacional, premi Ciutat de Barcelona 2017, dirigida per Agus Morales i editada per una societat limitada en mans de nou periodistes i foto-periodistes que viuen a diferents llocs del món i escriuen "cròniques de llarga distància". Els ingressos depenen de les subscripcions i de la venda de la publicació, que s'edita en paper un cop l'any.

Altres digitals o webs progressistes d'informació política o cultural, de diferents característiques, periodicitat i models, i penetració menor:

- **Rebelión:** <http://rebellion.org/>
- **Viento Sur:** <http://www.vientosur.info/>
- **Attac:** <http://www.attac.es/>
- **Insurgente:** <http://www.insurgente.org/>
- **La haine:** <http://lahaine.org/>
- **Eco Republicano:** <http://www.ecorepublicano.es/>
- **Aporrea:** <http://www.aporrea.org/>

- **Andaluces Diario:** <http://www.andalucesdiario.es/>
- **Diario del aire:** <http://www.diariodelaire.com/>
- **Nodo 50:** <http://info.nodo50.org/>
- **Kaos en la Red:** <http://www.kaosenlared.net/>
- **Red Voltaire:** <http://www.voltairenet.org/>
- **Periodismo Humano:** <http://periodismohumano.com/>
- **Yo me tiro al monte:** <http://www.yometiroalmonite.es/>
- **El Ventano:** <http://elventano.es/>
- **Ajintem:** <http://portal.ajintem.com/>
- **La Mancha obrera:** <http://lamanchaobrera.es/>
- **Economía ciudadana:** <http://economia-ciudadana.blogspot.com/>
- **Crónica Popular:** <http://www.cronicapopular.es/>
- **Econonuestra:** <http://econonuestra.org/>
- **Weblog:** <http://www.weblogssl.com/medios/>
- **Nueva Tribuna:** <http://www.nuevatribuna.es/>
- **Canarias Semanal:** <http://canarias-semanal.org/>
- **El Boletín:** <https://www.elboletin.com/>
- **El Obrero:** <https://elobrero.es/>
- **Diario Progresista:** <https://www.diarioprogresista.es/>
- **El comunista:** <https://elcomunista.net/>
- **Politikon:** <https://politikon.es/>
- **La izquierda diario:** www.izquierdadiario.es/
- **Mundo Obrero:** www.mundoobrero.es/

6.5. PUBLICACIONS DIGITALS DE CATALUNYA

A Catalunya tenen la seua nombroses publicacions digitals, la majoria d'elles en català. Destaquen els diaris independentistes *Nació Digital*, *Vilaweb* i *El Nacional*, el periòdic d'investigació *Crític* i la capçalera en castellà *Crónica Global*, associada a *El Español*. L'independentisme alimenta cinc digitals d'audiència relativament alta, especialment l'any 2017, gràcies sobretot al *procés*, i situacions financeres diverses que pugnen per un espai reduït, a vegades de manera poc amable. El més recent, *El Nacional*, fundat per José Antich, va fer l'any 2016, amb l'ajut de David Madí, intents de fusió que van resultar infructuosos. El més solvent periodísticament dels cinc mitjans és *Nació Digital*.

- **Vilaweb:** fundat el 1995 pel periodista Vicent Partal, que n'és el director. És el degà dels digitals catalans. Editat per Partal, Maresma i Associats, SL, té una plantilla de 14 treballadors i nombroses edicions locals a Catalunya i a la resta de països de parla catalana, com també una en anglès (*Vilaweb-New from Catalonia*). És el digital que més subvencions ha rebut de la Generalitat les dues últimes dècades. És un mitjà independentista molt marcat per la personalitat de Partal, que ha abraçat sense complexos la causa de Carles Puigdemont i Quim Torra.

- **Nació Digital:** fundat el 1995, poc després de *Vilaweb*, per Miquel Macià, periodista i empresari de Vic, a partir d'una xarxa de digitals locals. Empresa: Serveis de Comunicació Global Aquitània, SL, que controla el mateix Macià, que aquest any ha substituït Karma Peiró a la direcció. El fan 25 redactors i hi col·laboren 23 corresponsals a les diferents comarques catalanes, amb seus físiques a Barcelona, Vic, Sabadell, Terrassa, Granollers, Reus i Tarragona. Té set edicions temàtiques: *Adolescents*, *Cupatges*, *Ecodiari*, *NacióCastells*, *NacióMotor* i *NacióMuntanya*, i un mitjà adscrit, el magazine cultural *Catorze*, "plataforma de creació", dirigit per Eva Piquer. Es considera proper a ERC. La incorporació, el setembre del 2016, de tot l'equip de Política del diari *Ara* li dona una orientació més plural dins de l'independentisme i reforça la seua condició de digital independentista de referència, que pugna amb *Vilaweb* i el diari *Ara* per les primeres places dels mitjans de comunicació en català més llegits en línia.
- **El Món:** fundat el 2006 com a *El Singular Digital*, de la mà de l'Editora Singular Digital 2GR, SL, controlada per l'empresari convergent de Sant Cugat del Vallès Ramon Grau Soldevila, editor del gratuït *Tot Sant*

Cugat i president de l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC). El setembre de 2015 va canviar de nom. Té una dotzena de treballadors. El director és Salvador Cot, procedent de *Nació Digital*, vinculat a l'antiga CDC, tot i que darrerament intenta obrir-se a altres espais de l'esquerra independentista.

- **Directe:** fundat el 2007 per persones vinculades a ERC. Empresa: Catmedia Global, SL, controlada per l'exdiputat republicà al Congrés (2004-2008) Joan Puig. Té set treballadors. Els anys 2008 i 2009, el director va ser Oriol Junqueras.
- **El Nacional:** fundat el setembre de 2015 per José Antich, ex-director de La Vanguardia acomiadat pel Grupo Godó després d'una etapa de connivència amb el procés independentista. Empresa: Grup Les Notícies de Catalunya, propietat del mateix Antich, ben relacionat amb CiU i ara amb JxC. Té uns 50 treballadors. Edita un diari cultural, *La Llança*, i un altre de premsa rosa, *En Blau*. Publica edicions en castellà i en anglès, aquesta última amb la traducció d'algunes informacions i textos d'opinió. Entre els seus col·laboradors destaquen Jordi Graupera, Bernat Dedéu i Agustí Colomines. Proporcionalment és el digital més subvencionat pel Govern de la Generalitat en l'etapa anterior a l'aplicació de l'article 155 de la Constitució.
- **Crític:** mitjà en català especialitzat en periodisme d'investigació. Publica un reportatge setmanal i textos diaris d'anàlisi, opinió i entrevistes als quals s'accedeix per subscripció (52 euros l'any). El gener d'aquest any tenia 1.540 subscriptors, que hi aportaven el 40% dels ingressos. Editat, sota la responsabilitat de Roger Palà i Sergi Picazo, per una cooperativa de 64 socis que hi han aportat un mínim de mil euros. Té vuit periodistes en plantilla i desenes de col·laboradors de l'àmbit de l'esquerra. La cooperativa edita la revista monogràfica en paper *Feminisme(s)*, premi Montserrat Roig, dirigida per Laia Soldevila i Laura Aznar, que té mes de 140 pàgines. Tenia previst estrenar web abans d'acabar l'any. El 2017 va tenir uns ingressos de 190.159 euros i uns guanys de 8.675.
- **Crònica global:** diari en castellà format per 17 redactors, fundat i dirigit des de 2013 per Xavier Salvador, procedent d'*El Periódico*. Els directors adjunts són Joaquín Romero i Manuel Manchón. L'empresa editora, Crónica Global Media, SL, presidida per Gonzalo Baratech i constituïda el juny del 2015 amb un capital social de 17.005 euros, és hereva de la que editava el digital del mateix nom, fundat dos anys abans per Francesc Moreno, ex-vicepresident de La Seda de Barcelona. El diari, de centre-dreta i molt bel·ligerant amb l'independentisme, té entre els seus col·laboradors Francesc de Carreras, Isabel Coixet, Ramón de España i Manuel Trallero. Té un acord amb *El Español* de Pedro J. Ramírez: cada mitjà és soci minoritari de l'altre, intercanvien informació i, a diferència d'altres mitjans digitals, el tràfic de les dues capçaleres s'agrega als sistemes de mesura d'usuaris, cosa que permet el digital anunciar-se com un dels més llegits de Catalunya. El desembre del 2016 tenia 1,5 milions d'usuaris certificats per l'OJD.
- **Metrópoli Abierta:** publicació en castellà propietat de la promotora immobiliària Negobusiness, fundada el 2017 i dirigida per Lluís Regàs, que compta amb sis redactors i se centra en la informació municipal de Barcelona, amb una orientació clarament contrària a Ada Colau.
- **Treball:** publicació hereva del diari del PSUC, fundat l'any 1936 que es va publicar clandestinament durant la dictadura franquista, recuperada l'any 2001 per Iniciativa per Catalunya (ICV). Des del 2013, simultàniament a l'aparició del número 213 de l'edició en paper, disposa d'un web propi amb el domini revistatreball.cat. Hi col·laboren persones vinculades a ICV i a l'esquerra transformadora. Els directors són Júlia Brossa i Sergio de Maya.
- **E-notícies:** diari fundat el 2000 per Eloi Martín (editor) i Xavier Rius (director, ex-redactor de *La Vanguardia* i *El Mundo*). Té cinc redactors. L'empresa editora és EDR Interactiva SL. Molt crític amb els gestors del *procés* i amb la CCMA.
- **El catalán:** diari en castellà fundat l'estiu del 2017 per periodista Sergio Fidalgo per "representar la Catalunya que creu en el projecte espanyol". Hi col·laboren un grup de periodistes i polítics de Sociedad Civil Catalana, PP, C's i PSC, entre ells Miriam Tey, Alberto Fernández Díez, Carina Mejías i Joan Ferran.
- **Dolça Catalunya:** publicació ultra contrària a l'independentisme, nascuda el 2013, que es plantejava tancar "un cop complida la missió de liquidar el *procés*".
- **Núvol:** diari digital de cultura nascut el 2012, editat i dirigit per Bernat Puigtobella, que té deu redactors. Compta amb la col·laboració del col·lectiu d'humor gràfic El Web Negre, així com la de la revista *L'Avenç*. Edita obres literàries inèdites en català, els anomenats *e-singles*.

- A més a més des digitals assenyalats, n'hi ha alguns, pocs per fortuna, que no fan informació, sinó que recullen rumors, coses que es troben per Internet sense contrastar, vídeos o textos virals, xafarderies, curiositats i alguna informació de servei públic com el temps, successos amb un to predominantment morbós i un cert rerefons xenòfob. És el model

de negoci dels portals anomenats virals, que es basa en els pescaclics. És el cas de *Catalunya Diari*, el primer digital d'aquestes característiques, que forma part de *El Món*, de manera que en el recompte de visites aquestes computen en el global d'aquest diari digital. Segons l'OJD, tenia l'abril d'aquest any 1.733.000 usuaris únics.

6.6. LES AUDIÈNCIES

Les audiències difereixen segons qui en fa el mesurament. Les més acurades són les de l'EGM i les de l'OJD Interactiva, però no tots els mitjans hi estan inclosos i hi ha dades no coincidents entre les de l'EGM i l'OJD i les de Comscore, que les empreses de l'Ibex i moltes administracions utilitzen com a referència. L'EGM i Comscore tenen previst fusionar les seves dades.

Un problema que s'afegeix a la disparitat de criteris de les empreses audidores: la compra de tràfic de robots per augmentar artificialment les audiències, una pràctica molt estesa entre els tabloides britànics i que a Espanya comença a produir-se: els casos més escandalosos, però

no els únics, són el d'*OK Diario* (del periodista Eduardo Inda), que va augmentar la penetració un 900% en només quatre mesos (entre l'octubre del 2015 i el gener del 2016), i el de *Periodista digital* (que dirigeix Alfonso Rojo), que, segons Comscore, va passar entre el juny i el juliol de 2016 de 2,8 milions d'usuaris únics a 275.000.

La Federació Internacional d'Anunciant considerava que entre el 10% i el 30% dels anuncis *on line* no els veuen humans, sinó robots. Algunes publicacions tenen acords de col·laboració que els permeten sumar les audiències. Un cas notable és el dels diaris *El Español* i *Crónica Global*.

USUARIS ÚNICS DELS PORTALS AMB MÉS AUDIÈNCIA A TOT ESPANYA (EN MILERS)

	Abril 2016	Abril 2017	Abril 2018
El País	4.817	5.228	5.963
Marca	4.968	4.519	4.638
As	2.414	2.268	2.439
La Vanguardia	1.444	1.548	2.364
Antena 3	2.390	2.062	2.009
RTVE	1.769	1.730	1.953
20 Minutos	1.565	1.586	1.751
La Sexta	1.733	1.448	1.415
El Periódico	1.012	1.014	1.402
Mundo Deportivo	1.231	1.152	1.370
La Razón	986	904	1.253
Sport	1.344	1.066	1.111
La Voz de Galicia	967	770	908
El Jueves	527	637	846
Expansión	–	–	816

El Economista	713	779	807
Onda Cero	478	439	495
Cinco Días	–	–	388

Font: EGM. Inclou els portals dels mitjans en paper i de les televisions. No inclou els mitjans no controlats per l'associació que promou l'EGM. No hi ha, per exemple, els portals de Mediaset ni el digital del diari El Mundo.

USUARIS ÚNICS DE MITJANS DIGITALS EN CATALÀ (EN MILERS)

	Octubre 2017	Abril 2018
El Nacional	2.967	4.538
Nació Digital	3.675	2.892
Vilaweb	3.538	2.214
El Món	2.088	1.291
Directe	1.517	763
E-Notícies	339	356
Crític	153	80

Font: OJD interactiva. Només inclou els digitals controlats per l'empresa de mesuratge.

USUARIS ÚNICS DE MITJANS DIGITALS EN CASTELLÀ (EN MILERS)

	Abril 2018	Abril 2018
El Español	32.053	Infolibre 989
Diario	14.543	Diario Crítico 977
Público	12.447	Metrópolis Abierta 878

Font: OJD interactiva. Només inclou els digitals controlats per l'empresa de mesuratge.

USUARIS ÚNICS DE WEBS DE DIARIS I MITJANS AUDIOVISUALS (EN MILERS)

	Abril 2018		Abril 2018
Ara	2.424	Regió 7	345
RAC1	1.272	Time Out	282
El Punt Avui	750	Betevé	176
Diari de Tarragona	738	Segre	164
Diari de Girona	633	El 9 Nou	101
El Periódico (cat.)	419	Sàpiens	100

Font: OJD interactiva. Només inclou els digitals controlats per l'empresa de mesuratge.

6.7. LA RÀDIO A INTERNET

L'any 2018 la ràdio espanyola ha superat per primer cop els dos milions d'oients per Internet, prop de mig milió per *podcast* i 1,6 milions en emissions lineals (*streaming*), segons l'EGM del mes d'abril. Aquestes dades indiquen els continguts en format àudio i no inclouen les pàgines vistes ni els usuaris únics

de les emissores. Les ràdios generalistes i les temàtiques es reparteixen gairebé a parts iguals –un milió cadascuna d'elles– el nombre d'oients. Els principals dispositius de consum són l'ordinador (94%) i el mòbil (92%), i el contingut preferit pels usuaris és la música, seguida de la informació.

OIENTS PER INTERNET DE LES CADENES PRINCIPALS DE RADIO (EN MILERS)

SER	354	Onda Cero	127
COPE	207	Cadena Dial	96
Cadena 100	124	Rock FM	87
Los 40	196	RNE	87
RAC1	163	esRadio	77

Font: EGM, abril del 2018.

7. LA INFORMACIÓ A LES XARXES

7.1. DE LA PÀGINA IMPRESA A LA JUNGLA DIGITAL

La premsa digital no té límits de pàgines, els continguts poden ser infinits, però es publiquen de manera indiscriminada: al costat d'una exclusiva que ha costat mesos de trobar hi pot haver una notícia irrelevant copiada en un minut d'un teletip. Pels grans mitjans, el que compta és la pàgina vista: la dictadura del clic. El valor de la publicitat el determina el volum de tràfic: com més tràfic, més publicitat i, per tant, més ingressos. El que val no és què preocupa l'audiència (cosa que amb la tecnologia actual es pot saber), sinó el nombre de clics. I els guanys dels clics no se'ls emporten els mitjans tradicionals, sinó les xarxes: mentre els grups de comunicació, tot i l'augment dels clics, perden diners, les plataformes digitals els guanyen a cabassos: Google va ingressar el 2017 en publicitat un 30% més que el 2016 i Facebook⁽¹⁾, més del 60%, mentre que *The Guardian*, que té una audiència de 155 milions d'usuaris mensuals, va ingressar 2,3 milions menys i va tenir unes pèrdues globals de 80 milions.

Els periodistes són presoners de les rutines que els marquen les empreses, que consideren que la mesura del valor de la feina periodística no és la veritat ni la qualitat, sinó la viralitat. Per la seva dependència del poder, molts dels grans mitjans consideren poc serioses les notícies que no fan referència a la política i a l'economia, i menystenen informacions que, tractades seriosament, contribuirien a millorar la vida dels ciutadans, com les relatives a la salut, el medi ambient, la cultura, etcètera. Els mitjans ignoren una part de la realitat. I alhora dediquen notables esforços a informacions irrelevants amb l'esperança que esdevinguin tendència. I cada cop hi ha menys diferència entre notícies, entreteniments i bàners i altres reclams publicitaris.

Això passa en un espai saturat en què la distribució no depèn del periodista ni del mitjà, sinó de les xarxes. Una notícia falsa o mal documentada, un text copiat, una informació no contrastada, una mentida poden reproduir-se *ad nauseam* a Google i a les plataformes digitals. Cada minut, els lectors envien a les xarxes més de 300.000 tuïts, més de 15 milions d'SMS, gairebé 2,5 milions de *gigabites* d'informació a Facebook i més de 300.000 hores de vídeos a

Youtube. El món del periodisme s'ha encongit. Se l'han menjat les xarxes. Hem passat de l'època dels fets a l'època de les dades. La recerca i comprovació dels fets era cosa dels periodistes, l'anàlisi de les dades és cosa dels algoritmes de Google i de les empreses tecnològiques.

Vivim una transició vertiginosa de la pàgina impresa a la jungla digital. La pàgina impresa anunciava veritats que els lectors consideraven irrefutables, si més no fins que eren matisades o corregides per altres pàgines impreses. A la jungla digital es barregen els fets i els rumors, les veritats i les mentides, la violència i la generositat, els millors sentiments i els pitjors, la gent informada i la desinformada. Les víctimes d'aquesta batalla desigual són la veracitat de les informacions i la credibilitat dels informadors. Els ciutadans desconfien d'allò que els mitjans presenten com a fets veritables, sobretot si són incòmodes o no encaixen amb les seves percepcions de la realitat. La veritat és allò que les persones perceben com a veritable. Els rumors i les informacions falses es llegeixen tan o més que els fets verificats, perquè subverteixen la realitat i connecten amb les emocions que necessitem compartir.

Avui, els lectors més fidels dels periodistes són els motors de recerca, i els caps de les redaccions dels mitjans, els algoritmes que busquen optimitzar la publicació de continguts a les xarxes. Filtres bombolla com els que utilitzen Google i Facebook estan dissenyats per reforçar visions coincidents entre els usuaris. És significatiu que una mateixa recerca feta a Google per persones diferents doni resultats també diferents, segons el que revelen els historials de les recerques anteriors d'aquestes persones.

Els algoritmes no fan que prevalguin les visions compensatòries d'un fet, sinó les convalidants (o autovalidants). Estan dissenyats per mostrar el que cadascun dels usuaris i les persones del seu entorn volen veure. Segons el *Digital News Report*, el 56% dels internautes prefereixen les notícies que els recomana un algoritme (segons les informacions consumides prèviament) que les que els subministren els periodistes. Gràcies a les cookies i als agregadors intel·ligents (*Menéame, Pulse, Get Pocket, Flipboard...*), els algoritmes coneixen quines pàgines visitem, quins articles ens interessin i, d'acord amb els nostres hàbits, ens recomanen els continguts que ens convé llegir. I gràcies als filtres d'algoritmes secrets, les empreses propietàries

(1) L'any 2017 Facebook va facturar 32.750 milions d'euros (12.000 més que el 2016) i va tenir uns beneficis de 12.800 milions (el 56% més que un any abans), amb una audiència de 1.400 milions d'usuaris actius diaris i un valor de mercat de 537.000 milions.

de les xarxes socials, convingudes que l'audiència no es regeix pel criteri de veracitat, sinó de satisfacció, tenen una gran capacitat per

determinar què ens convé i què no ens convé llegir. I això inclou els rumors, les mentides i les notícies falses.

7.2. CAPITALISME 3.0

Les *fake news* no són cosa d'ara ni són cosa només de les xarxes. Els mitjans tradicionals han inventat o falsejat notícies sempre que ha convingut els seus propietaris o les elits dels seus països⁽¹⁾. Tampoc són cosa dels bots russos. És cert que hi ha *bots russos* (i plataformes com *Russia Today*, que fa la competència a la *BBC* britànica i a la *CNN* nord-americana, fins fa poc hegemòniques en la informació mundial), però Rússia actua com actuen els EUA des de fa dècades. La diferència rau en l'eclosió de les xarxes, que fan d'efecte multiplicador de les informacions.

El coneixement de les dades de milions i milions de persones dona a les plataformes digitals un poder formidable. Les dades tenen un valor extraordinari per a les grans empreses, els grans partits i els serveis secrets dels Estats, que se'n serveixen per mirar de canviar la conducta de consumidors i votants en favor dels clients que en paguen els serveis. Fins fa pocs anys, calia subornar un grup de militars o finançar una vaga de camioners o de grups violents que sembressin el caos per promoure un cop d'Estat. Ara no cal. N'hi ha prou amb Facebook. I empreses com Cambridge Analytica fan la resta⁽²⁾.

(1) Exemple de notícia falsa. Setembre 2015. El *Daily Mail* informava que David Cameron havia participat en una orgia d'una societat secreta en què havia comès "un acte obscè amb el cap d'un porc mort". La font: un parlamentari anònim que havia vist la foto. La notícia la van reproduir tots els mitjans i es va repetir en milions de tuits i publicacions de Facebook. Després de 24 hores, la periodista autora de la informació, Isabel Oakeshott, va confessar a la *BBC* que no en tenia proves. "Vam publicar la informació de la font –va dir–, però no dèiem que fos certa. Tot depèn de si la gent se la creu o no".

Un altre exemple. Una investigació de BuzzFeed sobre la campanya electoral dels Estats Units ha demostrat que el 20% i el 38% de les informacions publicades, respectivament, a les principals webs demòcrates i republicanes eren falses. Moltes d'elles es van difondre massivament per les xarxes, especialment per Facebook, que és la primera font de notícies per 44% dels nord-americans, segons el Pew Research Center. Algunes notícies falses virals van contribuir a la victòria de Trump, per exemple: "El papa Frances dona suport a Trum", "Els Clinton s'han gastat 200 milions de dòlars en la compra d'una casa a les Maldives" i "La Fundació Clinton va comprar il·legalment armes per valor de 137 milions de dòlars".

Però no cal anar al Regne Unit ni als Estats Units per trobar exemples d'informacions falses, moltes vegades desmentides (fins i tot pels jutges), que corren per les xarxes. És el cas de les mentides reiterades d'*OK Diario* i *El Mundo* sobre el finançament de Podemos.

(2) El 2016, durant la campanya electoral dels EUA que va permetre Donald Trump arribar a la Presidència, la consultora política britànica Cambridge Analytica, contractada per l'aleshores candidat per més de 6 milions de dòlars, va utilitzar dades de Facebook per enviar informació segmentada, d'acord amb els perfils seleccionats, a 85 milions de nord-americans:

Assistim a la mutació del capitalisme, perceptible en els canvis al rànquing mundial per capitalització borsària. De Wall Street hem passat a Silicon Valley: on hi havia empreses petroleres i automobilístiques avui hi ha plataformes tecnològiques que basen el seu poder en l'extracció i acumulació massiva de dades personals (el *big data*) i la possessió d'infraestructures que canalitzen les nostres relacions socials, polítiques i econòmiques. Google i Facebook venen les dades; Apple i Microsoft, les aplicacions informàtiques (el *software*) i els components (el *hardware*), i Amazon controla el comerç electrònic⁽³⁾.

Estem davant d'una concentració de poder immensa i extraordinàriament perillosa que fa imprescindible un canvi de propietat i d'estatus legal de les dades –de mercaderia a bé comú– i la creació d'infraestructures públiques sotmeses al control ciutadà. A curt termini, és indispensable subvertir l'ús acrític de les tecnologies digitals i començar a configurar el bastiment tecnològic del comú, amb comunitats d'aprenentatge, campanyes d'alfabetització mediàtica i digital, centres socials i *hacklabs* (o laboratoris de *hackers*) i programari lliure. Només així s'evitarà que el vell somni d'una xarxa oberta amb un teixit d'informació descentralitzada i enriquida per multitud d'enllaços igualment oberts mori a les portes de les muralles de Facebook i les *big-tech*.

per exemple, els electors racistes rebien missatges xenòfobs; els misògins, masculistes, i els electors de perfil anti-Trump, notícies falses sobre els Clinton per animar-los a abstenir-se. Aquest any, després de l'escàndol, Cambridge Analytica s'ha canviat de nom: ara es diu Emerdat Limited. Al Regne Unit, els promotors del *Brexit* van fer mil milions d'anuncis digitals dirigits a grups específics de votants durant deu setmanes. I l'extrema dreta alemanya i la Lliga italiana, que han aconseguit uns grans resultats a les eleccions d'aquest any, han utilitzar a fons la publicitat amagada i el *microtargeting* de Facebook. No en va Matteo Salvini, cap de la Lliga no es va estar la nit electoral de proclamar: "Gràcies a Déu per Facebook".

(3) El portal nord-americà *The Verge* va filtrar el maig d'aquest any el vídeo *Selfish Ledger*, fet per Google el 2016, que mostra com s'imaginen el futur les companyies de Silicon Valley: una extracció completa de les dades de les persones per poder-ho saber tot dels seus desitjos, gustos, objectius i necessitats presents i futures per oferir-los productes exclusius capaços de satisfer-les. Segons Google, el vídeo no és més que un experiment, però s'hi explica, entre altres coses, que aquest "gran llibre d'instruccions" del comportament humà permetrà que les dades de cada usuari sobrevisquin "més enllà dels límits biològics personals, de manera semblant a como es propaga el codi genètic".

8. LES AGÈNCIES DE PREMSA

Els mitjans catalans reben informacions de tres agències de premsa, una de pròpia, l'Agència Catalana de Notícies (ACN), i dues d'àmbit estatal amb delegacions a Catalunya i serveis en català (EFE i Europa Press), que serveixen informació en els diferents formats (de fet, són multimèdia: text, àudio, foto i vídeo) als clients que paguen pels seus serveis.

- **EFE:** fundada el 1939, és la quarta del món. És una societat anònima de la qual l'Estat és el principal accionista i està en mans de la Societat Estatal de Participacions Industrials (SEPI). Té 60 delegacions internacionals i 3.000 periodistes, que treballen a 120 països per a 3.000 clients. Té delegacions a les comunitats autònomes. La delegació de Catalunya, que compta amb 60 treballadors, la dirigeix Leandro Amor. Té un servei en català des de fa 20 anys. Té un estatut de redacció, sense representació a Barcelona.
- **Europa Press:** fundada el 1957 per la família Luca de Tena (diari ABC) i un grup d'intel·lectuals. L'agència sempre ha estat en

mans privades i vinculada a l'Opus Dei. Publica unes 3.000 informacions diàries i té un miler de clients i 400 empleats. Va ser la primera en tenir un servei en català. La delegació catalana, dirigida per Anna Cristeto, té una cinquantena de treballadors.

- **ACN:** fundada el 1999 per diputacions, consells comarcals i ajuntaments vinculats a CDC que van fer-ne director Carles Puigdemunt (1999-2002). Actualment és propietat d'Intracatalònia SA, societat de capital públic de la Generalitat (el 70%) i la CCMA (el 30%). Té delegacions al País Valencià, Madrid, Brussel·les i Londres. Víctima de les retallades (de 600.000 euros el 2013), ha passat de 61 empleats a una cinquantena. Té uns 300 abonats. No té cap estatus d'independència respecte del Govern i no compta amb estatut de redacció. El president, nomenat directament pel mateix Govern, és Jordi Vilajoana (ex-secretari de Comunicació i ex-director general de la CCRTV), i el director és Marc Colomer.

9. LA PROPIETAT DELS MITJANS

Els grans mitjans privats estan en mans de la banca, fons d'inversió i grans empreses, i els públics, de les administracions que els controlen. El Grupo Prisa –*El País*, *SER*, *Cinco días*–, el hòlding periodístic de referència a Espanya, té com accionistes des d'actors de la City i fons voltors com Amber Capital fins entitats financeres com HSBC, CaixaBank i Banco Santander. Vocento, el grup que edita *ABC*, l'ha presidit fins el 2015 Rodrigo Echenique, vicepresident del banc i marmessor d'Emilio Botín. Javier de Godó, patriarca del Grupo Godó –*La Vanguardia*, *RAC1*, *8tv*– ha sigut vicepresident de La Caixa. Unidad Editorial –*El Mundo*, *Expansión*, *Marca*– es propietat del grup italià RCS, que està en mans dels bancs italians Mediobanca i Intesa Sanpaolo. La família Lara, fins fa poc accionista de referència i vicepresident del Banc Sabadell, controla *Atresmedia* –*La Sexta*, *Antena 3*– i *La Razón* i té accions d'*El Periódico*.

Abans del 2010, la banca tenia una gran influència sobre els mitjans gràcies als crèdits i la publicitat, però des d'aleshores n'ha assumit el control directe. Les grans inversions originàries de la bombolla periodística en una època de grans beneficis van deixar els grups amb deutes inassumibles i crèdits impagats –el Grupo Prisa va arribar a tenir l'any 2008 un deute de 5.100 milions d'euros–, de manera que les entitats financeres es van convertir en accionistes de gairebé tots els grups: en el cas de Prisa, Santander, CaixaBank i HSBC van acceptar el 2012 canviar part del deute per accions i es van quedar el 25% de la companyia.

Els tentacles de la banca arriben a tots els grans mitjans, inclosos els que no tenen representants de les entitats financeres als consells

d'administració. Tots viuen de la publicitat de les grans empreses –El Corte Inglés, Telefónica, Repsol, Gas Natural, Abertis, Agbar...–, en què els bancs són accionistes de referència.

Amb estructures empresarials i models de negoci obsolets, i en mans de la banca i de les empreses de l'Ibex, els grans grups viuen una crisi paral·lela a la del règim del 78. Per exemple, Prisa, tot i vendre's una part substancial del seus actius –*Cuatro*, *Sogecable*, etc.– i haver-se desfet pràcticament de la meitat de la plantilla, acumulava a finals del 2017 un deute de 1.421 milions d'euros que ha hagut de reduir a principis d'aquest any amb una ampliació de capital.

Les perspectives són dolentes. Els ingressos per venda d'exemplars han caigut els últims cinc anys entre el 33% (Vocento) i el 45% (Prisa i Unidad Editorial). Entre 2010 i 2017 els ingressos per publicitat ho han fet prop del 40%, i si ens fixem només en els diaris, els ingressos han caigut un 67% des del començament de la crisi.

La desprotecció dels professionals, amenaçats pels ERO, creix cada dia. Més d'12.000 periodistes, sobretot els més veterans, han estat acomiadats des de 2008, i la majoria dels grans mitjans, a instàncies dels bancs i dels grups que els controlen, tenen en cartera més reduccions de personal i de salaris.

La situació és greu a tot el món, però a Espanya especialment, fins el punt que ja el 2015 l'International Press Institute, la Federació Europea de Periodistes i el Comitè per a la Protecció dels Periodistes es van veure obligats a denunciar-la.

9.1. PROPIETARIS DELS GRANS GRUPS MEDIÀTICS

• Grupo Prisa

En premsa, Prisa es propietat d'*El País*, *As*, *Cinco Días*, *El Huffington Post* i *Meristation* (revista de videojocs), a més del 15% de *Le Monde*. En ràdio, *Cadena SER*, *Los 40*, *M80 Radio*, *Cadena Dial*, *Máxima FM*, *Radiolé* i *Ona FM*, a més de les emissores portugueses *Radio Comercial*, *Radio Cidade*, *M80 Portugal*, *Smooth FM* i *Vodafone FM* i participa en emissores de Mèxic (*Televisa Radio*), EUA (*Caracol Miami* i *W Radio Los Angeles*), Colòmbia (*Caracol Radio*), Costa Rica, Panamà, Argentina (*Radio Continental*) i Chile (*Iberoamericana Radio Chile*, que controla el 50% de la programació nacional), i franquícies a Guatemala, Honduras, Ecuador, Paraguai i República Dominicana. En televisió,

té el 13% de Mediaset (*Telecinco*, *Cuatro*), la cadena de canals portuguesos *Televisão Independente* (*TVI*, *TVI 24*, *TVI Internacional*, *TVI Ficção*, *TVI África* i *TVI Reality*, així com la productora *Plural Entertainment Portugal*). En publicitat controla *Prisa Brand Solutions*. El grup també és propietari de Santillana, la divisió editorial present a 20 països d'Amèrica que inclou Santillana Educació, Moderna, Santillana França i *Alfaguara Infantil y Juvenil*, a més dels sistemes d'ensenyament digitals *Sistema Uno* i *Santillana Compartir*. Juntament amb els diaris *Clarín* i *La Nación*, controla el 90% del paper per a diaris i revistes de l'Argentina. El grup té una participació del 17% a Mediaset.

L'any 2008, Prisa devia 5.100 milions d'euros i tenia 400 empreses. El primer trimestre del 2017, encara en devia 1.486, tot i les desinversions i les successives ampliacions de capital, i havia perdut el 54% del seu valor borsari, que no arribava a 190 milions. L'exercici del 2017 el va tancar amb un resultat negatiu de 102,9 milions, 35 més que l'any anterior, i un endeutament de 1.421,6 milions.

El febrer d'aquest any va fer una ampliació de capital de 563 milions que va consolidar Amber Capital, un fons voltor nord-americà radicat a la Illes Caiman, com a principal accionista, amb el 26,3% de les accions (en tenia el 18%), un percentatge molt superior al dels altres accionistes, que no arriben al 10%: la família Polanco, a través de la sicav Rucandio i altres societats i el suport del Banco Santander; el mateix banc dels Botín; International Media Group, de la família reial de Qatar, accionista d'Iberdrola, El Corte Inglés i IAG; Telefónica; HSBC Holdings, la filial suïssa del qual va ser acusada el 2014 per la fiscalia de Brussel·les de frau fiscal, de blanqueig i de constituir una organització criminal; Herradura Occidente, de l'empresari mexicà del petroli i el transport Roberto Alcántara, i CaixaBank.

També tenen accions fons de capital risc com Liberty, de Nicolas Berggruen, amb seu al paradís fiscal de les Illes Verges Britàniques; el nord-americà Silver Point Capital LP, especialitzat en inversions a empreses en situació de risc, i l'israelià Ada Capital Partners, propietat de Zev Marynberg, que controla el fons voltor immobiliari Neinor Homes i que financia les activitats de l'ultradreta israeliana i que en dues ampliacions successives ha adquirit aquest any, primer, el 5,79% de les accions i després un 1,57%. Altres entitats bancàries amb interessos a Prisa, a través de diverses societats, són el Deutsche Bank, la Société Générale, la Unió de Bancs Suïssos, el nordamericà Morgan-Stanley i l'andorrà Andbank.

Amb l'ampliació, el capital social de Prisa ha quedar fixat en 524.686.851 euros, representat per 558.177.502 accions de 0.94 euros de valor nominal.

El hòlding té un centenar d'accionistes, una atomització que ha permès a Juan Luis Cebrián mantenir el control de la gestió fins la primavera del 2018, en què un sector cada vegada més ampli de l'accionariat, capitanejat per Amber Capital i el Santander, l'ha obligat a deixar el càrrec i l'ha convertit en president d'honor, una figura decorativa. Cebrián, que cobrava un sou anual d'1,8 milions d'euros, s'ha endut una compensació extraordinària de gairebé 7 milions i un bonus de 2 milions més, un premi escandalós per 40 anys de

mandat en què les accions de Prisa, en fallida tècnica, han perdut el 99,9% del seu valor i un preu desmesurat que la majoria ha hagut de pagar per no perdre més diners i trencar la dinàmica d'anteriors operacions de salvament del grup, que tenien lògiques alienes a la dinàmica capitalista tradicional: la de Liberty (2010) responia a raons especulatives; les del conglomerat de Roberto Alcántara (2014) i el fons de Qatar (2015), a raons d'Estat, i les de Telefónica (2008 i anys posteriors), a pressions del Govern espanyol.

Ara el hòlding, capitanejat per Manuel Polanco, president no executiu, i Manuel Mirat, president d'*El País*, Santillana i Prisa Radio, haurà de destinar a reducció del deute 450 milions dels 563 aconseguits amb l'ampliació de capital i fer noves desinversions, entre elles les vendes de Media Capital (la productora que controla els canals de TVI i les ràdios portugueses) a la multinacional Altice, que ha d'aportar al hòlding 331 milions més, i del paquet accionarial de *Le Monde*.

La caiguda de Cebrián i el nomenament –el primer trimestre d'aquest any– d'Augusto Delkader com a coordinador editorial del grup feien preveure canvis significatius en l'orientació d'alguns mitjans de Prisa, especialment de la cadena *SER*, dirigida ara per Daniel Gavela, un periodista bandejat pel mateix Cebrián. Però la destitució –a principis de juny, coincidint pràcticament amb el canvi a la presidència del Govern– d'Antonio Caño com a director d'*El País* i el nomenament de Soledad Gallego-Díaz, una professional molt respectada, per substituir-lo confirma clarament la voluntat dels nous rectors del hòlding de recuperar una part de la quota de mercat perduda amb el canvi de perfil polític del principal diari espanyol: en els quatre anys de gestió de Caño, *El País* havia perdut el 32% de difusió i el 36% de vendes. Cebrián se'n fa creus. Ha perdut l'imperi, alguns dels professionals que ell mateix va despatxar o marginar es fan amb les regnes dels dos principals mitjans del grup i, a més, ha vist com la seva filla era acomiadada com a responsable de les radiofòrmules i el seu fill es quedava temporalment sense feina a causa de l'eliminació de Prisa TV. *Sic transit gloria mundi*.

- **Atresmedia / Grupo Planeta**

Atresmedia es disputa amb Mediaset el domini de la televisió privada a Espanya. L'accionista principal és el Grupo Planeta (té el 41,7%, més de 83 milions d'euros). També tenen accions Berstelmann (el 18,6%) i Mediapro (el 4,2%), entre altres companyies. Planeta és el setè grup editorial del món, un gegant global que factura 3.000 milions d'euros i reuneix un centenar d'empreses de set àrees

de negoci diferents, de les quals destaquen les 30 editorials que fan de Planeta el primer grup editorial a Espanya i a l'Amèrica Llatina i el segon a França. Té més de 170 marques i segells editorials, un catàleg de 15.000 autors i publica 6.000 novetats l'any. Entre les editorials destaquen Planeta, Crítica, Espasa, Seix Barral, Edicions 62, Tusquets, Ariel, Proa, Empúries, Pòrtic, Labutxaca, Paidós, Temas de Hoy, Martínez Roca, Minotauro, Columna, Destino i Editis, aquesta última francesa. A més, el grup actua en les àrees de col·leccionables, venda directa (Casa del Libro), formació, escoles de negoci i ensenyament a distància (Deusto Formación, Desto Salud, Atresmedia Formación, EAE Business School, Universidad Internacional de Valencia, UNIBA, Online Business School, les franceses Eslsca i EDC i les marroquines Ostelea i Eslsca). Les empreses del grup sumen prop 9.000 empleats.

En el món de la comunicació Planeta es accionista de referència del diari *La Razón* i té, per mitjà d'una sicav, el 5,7% de l'empresa editora d'*El Periódico*. A través d'Atresmedia, aglutina els canals de TV *Antena 3*, *La Sexta*, *Neox*, *Nova*, *Mega* i *Atreseries*, i les emissores de ràdio *Onda Cero*, *Europa FM* i *Melodía FM*. També té productores de cine i televisió, portals de TV i cine *online* i empreses de publicitat multimèdia. A través de Prisma Publicaciones edita revistes com ara *Objetivo Bienestar*, *Lonely Planet*, *Traveller*, *Historia y Vida* i *Interiores*. Juntament amb Mediaset, Atresmedia, que té 2.000 treballadors, acapara gairebé el 60% de l'audiència televisiva a Espanya i el 90% de la inversió publicitària.

El grup és propietat de la família Lara. José Manuel Lara, que va morir el 2015, era vicepresident del Banc Sabadell i havia sigut membre dels consells del BBVA i de la Fira de Barcelona. Per mitjà de la financera Inversiones Hemisferio, la família controla altres empreses, com Plasmia Biotech, Ylirio 2012 i Treva Investment. Al consell d'*Antena 3* hi ha Marco Drago, conseller del fons DeA Capital; Maurizio Carlotto, procedent de Fininvest, i Mauricio Casals, *el conseqüidor*, que va fer d'intermediari entre el PP i Luis Bárcenas i va ser acusat de coaccionar Cristina Cifuentes en l'*operació Lezo*. El febrer d'aquest any, Carlos Fernández, fins aleshores vicepresident executiu, ha substituït José Manuel Lara com a conseller delegat de Planeta. El president és José Creuheras, membre del Comitè Executiu de la Càmera de España i del Consell Consultiu de Foment del Treball.

L'any 2015 Planeta Corporación va facturar 2.363 milions d'euros i va tenir uns beneficis de 15,6 milions. El 2016, va declarar uns ingressos de 2.507 milions, uns guanys de

23,6 i, segons Arcemedia, una facturació per publicitat de mil milions, més que cap altre grup de comunicació. El deute bancari pujava aleshores a 1.359 milions i aquest any n'havia de tornar 678, però ha arribat a un acord de refinançament amb els bancs (Santander, BBVA, CaixaBank, Bankia i Sabadell) per allargar el termini fins el 2021. L'elevat deute del hòlding, de gairebé cent vegades més que el benefici net, s'explica per la unificació en un sol crèdit sindicat de mil milions del deute històric que la companyia va pactar amb el bancs l'any 2010, per un préstec de 270 milions per a Atresmedia (any 2015), pel refinançament del deute d'Editis⁽¹⁾ per valor de 465 milions (2015) i per un nou finançament sindicat de Planeta Agostini (2013).

Inversiones Hemisferio, la patrimonial de la família Lara, tenia a finals de l'any passat un deute de 700 milions d'euros i un "desequilibri financer" de 50 milions, a causa de la ruïnosa compra, feta l'any 2008, juntament amb Isak Antic (Mango), Joaquin Folch (Pinturas Titán) i Héctor Colonques (Porcelanosa), del 12,45% de les accions del Banc Sabadell, valorades en 1.295 milions. Davant la necessitat de reduir el deute, els amos de Planeta han optat per vendre l'edifici de la Diagonal de Barcelona (que el hòlding va comprar el 2001 a l'antiga Banca Catalana) al Banc Sabadell, que Hemisferio valora en 150 milions: Planeta continuarà a la seu de Diagonal, però haurà de pagar un lloguer al banc. El grup no considerava oportuna la venda de les accions del Sabadell –que quan les van comprar valien sis euros i avui en valen 1,59–, valorades en 260 milions, ni la participació a Editis, que el consell d'administració valorava el 2016 en 150 milions.

- **Mediaset España**

Té els canals de TV *Telecinco*, *Cuatro*, *Factoría de Ficción*, *Boing*, *Divinity*, *Energy*, *Telecinco HD*, *Cuatro HD* i *Be Mad TV*. El grup Mediaset també és propietari de l'agència de notícies Atlas, de la companyia gestora de publicitat Publiespaña i la productora audiovisual Telecinco Cinema, i té accions a Canal+, Endemol, Alba Adriática, les productores Salta i Produccions Mandarina, el Grupo Editorial Telecinco, Sogecable Media, Compañía Independiente de Noticias de Televisión, Caribe Visión i la xarxa de televisions locals UNE. Fora d'Espanya té CincoMAS, que distribueix continguts audiovisuals a 16 països d'Amèrica; Mitele,

(1) La compra de la companyia francesa Editis el 2008 és un exemple de com s'han fet les coses en el sector durant els anys de vaques grasses. L'operació va costar al grup mil milions d'euros, però en efectiu només en va pagar 50. La resta els va abonar amb crèdits bancaris de BNP Paribas, Calyon i Natixis, als quals es van sumar La Caixa, Banc Sabadell, Caja Madrid i Banco Popular.

que conté l'oferta de les produccions del grup per Internet, i Mtmad, canal de vídeos, tabé per les xarxes. L'any passat es va despendre del 30% de les accions de l'empresa del Grupo Godó propietària de la cadena catalana de televisió 8tv.

La majoria de les accions, el 50,2%, pertanyen a la matriu italiana Mediaset SpA, controlada pel grup Fininvest, propietat de Silvio Berlusconi. L'altra part del capital social està en mans d'inversors borsaris (*free-float* o capital flotant: l'empresa cotitza en borsa i forma part de l'Ibex-35), entre els quals hi ha o hi ha hagut els últims anys bancs, empreses financeres i fons d'inversió com BNP Paribas, Invesco LTD, Lazard Asset Management, FTIF-FR, Franklin Templaton, Management Limited, FMR i Promotora de Informaciones SA. El president és Alejandro Echevarría, conseller d'Endesa, de Consulnor (serveis financers) i de la Compañía Vinícola del Norte de España. Un altre conseller, Borja Prado, també és conseller d'Endesa i de Mediobanca, i una consellera, Helena Revoredo, és accionista del Banco Popular. A consell també hi ha l'exministra Cristina Garmendia. El conseller delegat és Paolo Vasile. Mediaset i les societats que en depenen van ingressar l'any passat 996 milions d'euros i van tenir unes despeses de 991.

- **Grup Mediapro**

Empresa de serveis de comunicació fundada (el 1994) i presidida per Jaume Roures que opera en una vintena de països (d'Amèrica Llatina, EUA i els països àrabs), té més de 5.500 empleats, més de 30 seus a tot el món i tres branques de negoci: gestió de drets audiovisuals, serveis audiovisuals i producció de continguts. Els principals ingressos del grup procedeixen de la gestió de drets esportius. Mediapro produeix i distribueix continguts televisius i de cinema, i gestiona drets esportius i serveis de postproducció. En televisió, el juliol de 2015 va cessar d'emetre mitjançant el canal llogat a Atresmedia amb la marca comercial *GoIT*, a l'agost va llançar *Bein Sports*, un consorci amb el grup qatarià Al Jazeera, que emet partits de futbol en directe de les principals competicions internacionals (Premier, Champions i Liga BBVA), ja sigui en el canal televisiu o per mitjà de la seva pròpia oferta en línia, *Bein Sports Connect*. També ofereix el canal a través d'operadors com ara Movistar+, Vodafone One i Orange TV, així com plataformes de continguts com, per exemple, YouTube, Xbox, TotalChannel i Gol Stadium.

A finals de l'any passat, Roures i els seus socis, Tatxo Benet i Gerard Romy, eren propietaris de Madiacapital, principal accionista del grup (el 35% de les accions); la multinacional britànica WPP Group en

tenia el 23%; Televisa, el 19%, i la societat de capital risc Torreal, de Juan Abelló, el 23%, però el febrer d'aquest any el fons d'inversió xinès Orient Hontai Capital ha comprat per 1.015 milions d'euros les accions de Toreal, les de Televisa i les de Romy, propietari de Mediavideo, amb el 12%⁽¹⁾. Tot i quedar-se amb el 53% de les accions, el fons xinès ha cedit a Roures i Benet el control de la companyia, valorada en 1.900 milions amb una facturació anual els últims anys superior als 1.500 milions. L'operació ha facilitat l'entrada del grup en el mercat xinès de la mà d'un soci solvent: el fons d'inversió de l'operadora de valors Orient Securities, que a finals del 2017 tenia un valor de 10.800 milions, amb inversions en companyies tecnològiques, d'assistència sanitària i videojocs com Shanda, Diandin Interactive, AppLovin i China Mobile Games and Entertainment.

Els tentacles de Roures i Benet s'estenen a altres àmbits i sovint en direccions oposades. El 2007, en ple idil·li amb el PSOE de José Luis Rodríguez Zapatero, promotor de Mediapro a Madrid, van fundar el diari en paper *Público* i el van tancar cinc anys després en una polèmica operació que els va permetre mantenir el control de la capçalera i del periòdic digital del mateix nom, pròxim a Podemos, mentre invertien en el restaurant del cuiner català Fermí Puig. Benet, de clares simpaties independentistes, és soci de Javier Tebas, president de la Liga de Fútbol Profesional, a la societat Spanish International Marketing.

Benet i Roures són socis de l'emir de Qatar, amo del PSG, al canal *Bein Sports*. Roures ha produït documentals favorables al procés independentista català, ha convertit la seu barcelonina del grup (exempta d'impostos gràcies a un pacte amb l'ex-alcalde Xavier Trias) en plató televisiu al servei del Govern de Carles Puigdemont, ha propiciat contactes entre Pablo Iglesias i Oriol Junqueras, i després de l'1 d'octubre del 2017 (data del referèndum català) ha aconseguit, a través de diverses empreses, contractes amb institucions controlades pel PP: l'adjudicació de la retransmissió en *streaming* de les compareixences del president i dels portaveus del Govern central (per 5.008.000 euros) i les connexions directes de *TVE* i *RNE* (per 1,5 milions), que s'afegeixen a la gestió dels canals interns del Congrés i del Senat.

(1) La sortida de Romy, company de viatge de tota la vida de Roures i Benet, cervell econòmic del grup i soci de Roures en una vintena de societats, té relació amb la investigació que s'instrueix als Estats Units sobre el cas *Fifagate* i que l'afecta les denúncies de suborns per part d'una trama corrupta dels capos del futbol mundial en benefici de Qatar. Roures exculpa el seu amic i atribueix tota la responsabilitat de l'afer a l'empresa participada Media World, dos responsables de la qual (Roger Huguet i Fabio Tordiu) col·laboren amb la justícia.

9.2. LA PROPIETAT D'ALTRES GRUPS MEDIÀTICS

- **Grupo Vocento**

En premsa diària el grup té *ABC*, *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El Diario Montañés* (Cantàbria), *La Verdad* (Múrcia), *Ideal* (Andalusia), *Diario Sur* (Andalusia), *La Rioja* (La Rioja), *El Norte de Castilla* (Castella i Lleó), *El Comercio* (Astúries), *Las Provincias* (País Valencià), *Diario Hoy* (Extremadura) i *La Voz de Cádiz* (Cadis). En agències de premsa, Colpisa. En revistes, *Inversión & Finanzas* i els suplementes *XL Semanal*, *Mujer Hoy*, *Corazón TVE* i *Cógigo Único*. En ràdio, Vocento té un acord de col·laboració amb la *COPE* fins el punt que comparteixen informacions, col·laboradors i portals web. En TV compta amb Pantalla Digital, que controla el 55% de la Sociedad Gestora de Televisión Net TV; té acords d'associació amb Disney Channel, i participa en televisions locals d'Aragó, Astúries, La Rioja i el País Basc i en la xarxa de televisions locals del Grup COPE (Popular TV). A més, el grup és propietari de Veralia TV, productora i distribuïdora de continguts audiovisuals i de cinema; Moka, companyia de comunicació i màrqueting; la plataforma digital Shows on Demand; l'empresa d'entreteniment Music has no límits, i 14 portals digitals: Pisos.com, Autocasión, Infoempleo, Avanzar en tu cartera, Oferplan, Local Digital Kit, Guapabox, Ticketing, idecita, Bookfit, Eslang, Kiosco y Más, Media Digital Ventures i Gellit.

El Grupo Vocento (resultat de la fusió, l'any 2002, dels grups Correo i Prensa Española) és propietat de l'oligarquia basca: en són accionistes, a més del Bank of America, empreses financeres i industrials com Energay de Inversiones, Ouchena, Gruss Global Investors, Mezouna, Valjarafe i Casgo, que pertanyen a famílies de Neguri com les Ybarra, Urrutia, Bergareche i Aguirre i a l'antiga propietària d'ABC, Luca de Tena. El president del consell és Santiago Bergareche, ex-director general del BBVA i copresident de Cepsa, i entre els consellers destaquen Rodrigo Echenique (conseller i accionista del Banco Santander), Carlos Delclaux (ex-directiu del BBVA), Gonzalo Urquijo (president d'Arcelor i d'UNESID i conseller de Fetiberia) i Fernando de Yarza (procedent de Telefónica). El conseller delegat és Luis Enríquez.

L'any passat, el grup va declarar uns ingressos d'explotació de 423,9 milions d'euros, el 5,5% menys que el 2016; unes pèrdues de 4,8 milions, amb una reducció del 92% amb relació a l'any anterior, i un deute de 56,2 milions, 10,3 milions menys que a finals del 2016.

- **Grupo Godó de Comunicació**

Propietari o accionista de referència de 17

empreses, editora dels diaris *La Vanguardia* i *El Mundo Deportivo* i accionista principal dels canals de ràdio *RAC1* i *RAC105* i dels canals de televisió *8tv* i *RAC105 TV*. Des del 2003 gestiona *Barça TV* en virtut d'una concessió. També té el 18,3% de Prisa Radio, filial del hòlding dirigit per Cebrián, i comparteix amb el Grup Boomerang la propietat de la productora audiovisual Veranda TV. Edita les revistes *Psychologies*, *Historia y Vida*, *Playboy*, *Lonely Planet*, *TVmanía*, *Interiores*, *Cocinas y Baños* i *Salud y Vida*.

El president, Javier Godó, compte de Godó, ha sigut vicepresident de La Caixa i conseller de CaixaBank. Durant els anys de la crisi, La Caixa ha concedit al Grupo Godó crèdits, pòlisses i avals per valor de 50 milions d'euros, sobretot perquè fes front al finançament de *8tv*. El 2016 el grup va liquidar un préstec sindicat de 44 milions, gestionat per CaixaBank, que el 2010 havia rebut de la banca. A principis d'aquest any el hòlding tenia una plantilla de 1.023 treballadors, 220 d'ells a *La Vanguardia*. Godó presideix un consell d'administració en què hi ha els seus fills Carlos i Ana i Juan Pablo Tornos, que fa funcions de secretari. A principis d'aquest any, els Godó n'han assumit tota la responsabilitat i Luis Conde, Enrique Lacalle, Bartolomé Masoliver i Josep Caminal, que fins aleshores n'havien format part, han estat desplaçats del nucli de la gestió a l'*advisory board*, un consell sense funcions executives.

En els seus 16 anys d'existència, la televisió dels Godó, gestionada per l'empresa Emissions Digitals de Catalunya, ha generat pèrdues agregades de 38,5 milions d'euros. Entre el 2010 i el 2016 les pèrdues van ser de 33,6 milions i l'empresa va haver de fer una ampliació de capital de 950.000 euros.

El múltiplex del grup tenia llogat a la CCMA el canal que havia deixat lliure *Bom TV*, pel qual la corporació feia passar, des del 2014, les emissions d'alta definició de *TV3 (TV3 HD)* i pagava als Godó 2,16 milions anuals. El fet que la CCMA, obligada a retallar despeses, ha decidit no renovar el contracte, que vencia aquest any, ha complicat encara més la situació del grup. L'any passat, Mediaset, escamada per la situació de la cadena, s'havia després del 30% de les accions, que tenia des del 2015. La deserció d'Alfons Arús, que feia el programa estrella de la cadena (*Arucitys*) i la substitució de Josep Cuní pel director de *8tv*, Ramon Rovira, fan preveure una baixada d'audiència –a finals de l'any 2017 no superava el 2%– i de publicitat, en benefici sobretot de Mediaset i Atresmedia, que, segons Comunicació 21, tenen fins a 4,4 vegades més

recursos per competir per un 1% d'audiència que la cadena catalana.

Els resultats de 8tv són un llast per un grup que obté beneficis –l'any 2016 va declarar 4,7 milions d'euros, 5,6 milions menys que el 2015– gràcies sobretot a RAC1. El mateix any, *La Vanguardia*, tot i reduir 4,4 milions en despeses de personal i rebre gairebé tres milions d'euros en publicitat institucional i subvencions de l'Administració, va perdre 905.019 euros, a diferència d'*El Mundo Deportivo*, que en va guanyar 423.951. En el moment de tancar aquest informe el grup encara no havia presentat al Registre Mercantil els resultats de l'any passat.

- **Grupo Zeta**

Companyia editora dels diaris *El Periódico de Catalunya*, *Sport*, *El Periódico de Aragón*, *El Periódico de Extremadura*, *Mediterráneo*, *Crónica de Badajoz*, *Diario Córdoba* i *Diario La Grada*, i de les revistes *Primera línea*, *Viajar*, *Woman*, *Autohebd Sport*, *Cuore*, *Digital Camera*, *Código Nuevo*, *Rumore*, *Motor*, *Port*, *Cartoon Network*, *Disney Channel*, *Neox Kidz*, *New Súper Juegos* i *Stilo*. També té un portal d'informació, *RedAragón*, i la productora de vídeos Zeta Media Lab.

A mitjans de 2017, el grup, en la sisena renegociació amb la banca des del 2005, va tancar un acord amb CaixaBank, Banco Popular, Banc Sabadell, BBVA i sis entitats més per refinançar un deute de 99 milions d'euros i va aconseguir una ampliació del termini de pagament, gràcies a una amortització parcial a compte dels 39 milions aconseguits amb la venda –a Penguin Random House– d'Ediciones B, la joia de la corona, que té els segells editorials Bruguera, Vergara, B de Bolsillo, B de Books i B de Blok, amb filials als EUA i a sis països de l'Amèrica Llatina. Dos anys abans, el grup, propietat de la família Asensio, havia aconseguit renegociar amb el *pool* bancari un deute de 120 milions i el 2009, complint les exigències de La Caixa, havia acomiadat 442 persones. Tot i les reduccions de personal i les successives retallades salarials, a principis d'aquest any, el grup, seguint les recomanacions de Deloitte, ha tancat les revistes *Interviú* i *Tiempo*, que des del 2013 havien perdut set milions d'euros; ha acomiadat 135 treballadors d'*El Periódico* i les empreses auxiliars, reduint el 40% la plantilla del diari, formada fins aleshores per 383 persones, i ha deixat al carrer un terç dels professionals del diari *Sport*.

Les pressions de la banca i diferents actors polítics sobre el propietari del grup, Antonio Asensio, i el director d'*El Periódico*, Enric Hernández, els han dut a una reorientació de la línia editorial per distanciar-se del *procés*. A

aquesta reorientació responen l'acomiadament del dibuixant Ferreres i els fitxatges de José Antonio Zarzalejos i Jordi Sevilla.

El consell d'administració del grup el formen Asensio, Francisco Matosas, Pedro Fontana, Serafín Roldán, Conrado Carnal, Andrés Tejero i Agustí Cordón, que és el conseller delegat. Cordón, un home de CaixaBank, ex-director de la Fira de Barcelona, ex-vicepresident del Mobile World Capital i ex-directiu de multinacionals del consum, ha d'afrontar "potencials operacions corporatives", és a dir, la venda o fusió total o parcial del hòlding. A l'hora de tancar aquest informe, el candidat amb més possibilitats era el grup Vocento.

Entre el 2006 i el 2009 el grup va perdre 87 milions d'euros, entre el 2010 i el 2011 en va guanyar 11 i entre el 2012 i el 2014 en va perdre 19,3. L'any 2016, els ingressos consolidats del grup, que el 2014 havien arribat a 433 milions, van caure de 188 a 173 i el benefici net va passar de 12,4 a 5,8, tot i ingressar 736.000 euros en subvencions de l'Administració. El patrimoni net era de 26 milions i els actius, de 196. En el moment de tancar aquest informe el grup encara no havia presentat al Registre Mercantil els resultats de l'any passat.

La sicav de la família Asensio té un patrimoni de 100 milions d'euros, amb inversions a Orange, Repsol, Telefónica, Nestlé, Novartis, Pfizer i els fons d'inversió Black Rock, JP Morgan i Pimco.

- **Unidad Editorial**

Editora dels diaris *El Mundo*, *Marca* i *Expansión* i les revistes *Telva*, *Yo dona*, *Actualidad económica*, *Diario médico*, *Correo farmacéutico*, *Fuera de serie*, *La luna de metrópoli* i *Marca motor*, i propietària de *Radio Marca*, l'editorial La Esfera de los Libros, la distribuïdora Logintegral, l'agència d'organització d'actes Last Lap i el quiosc digital multisuport Orbyt. Gestiona també una escola privada de Periodisme.

La companyia, fruit de l'absorció del Grupo Recoletos per part d'Unedisa (diari *El Mundo*) l'any 2007, és propietat del grup italià RCS (Rizzoli Corriere della Sera), que està en mans dels bancs Mediobanca i Intesa Sanpaolo i del magnat italià Urbano Roberto Cairo, propietari del Torino FC, que l'any 2016 es va fer amb el 60% de les accions que fins aleshores estaven en mans de la família Agnelli. El president és Antonio Fernández Galiano. L'any passat va tenir uns ingressos consolidats de 300,5 milions d'euros, el 5,6% menys que el 2016 a causa de la caiguda de l'11,2% en publicitat, i un resultat brut d'explotació (ebitda) de 32 milions, el 9,5% més que l'any anterior. RCS va declarar uns guanys de 71,1 milions.

- **Hermes Comunicacions**

Hòlding editor d'*El Punt Avui*, que té edicions a les capitals de les quatre demarcacions provincials catalanes, a Reus i a Vic. El president és Joaquim Vidal Perpinyà, propietari de *TV Girona* i de la cadena de supermercats Valvi, actualment lligada a la cadena SPAR. Vidal és militant del PDeCat. Va ser alcalde de Sant Gregori (1983-1995) i senador per Girona (1996-2000). A més d'*El Punt Avui*, el grup edita *L'Esportiu*, els setmanaris *Presència*, *L'Econòmic* i *Cultura*, les revistes *Catalonia Today*⁽¹⁾ i *Barçakids*, i el portal digital *El Punt Habitage*. També és propietari del canal *El Punt Avui TV*. En el cinquè ERO des del 2009, el febrer d'aquest any, l'empresa, per fer front al descens de les vendes i dels ingressos publicitaris, ha tancat la seu de Barcelona, ha acomiadat 20 persones i ha pactar amb el comitè d'empresa 45 acomiadaments més –gairebé el 40% de la plantilla– i una retallada de sous. La proximitat de l'empresa editora; del conseller delegat, Joan Vall Clara, i del director del diari, Xevi Xirgo, i dels seus principals col·laboradors amb l'antiga Convergència han fet d'Hermes un dels principals beneficiaris de les subvencions del Govern, que des de l'any 2003 hi ha destinat gairebé 25 milions d'euros a través de les diferents empreses del grup: Hermes Comunicacions, Comitè Premsa BCN, Comercialitzadora i Editora, Control de Serveis per a Mitjans de Comunicació, Taller d'Iniciatives Editorials, Maig 2011, Ben Plantada Edicions, Premsa Vallès Occidental i Corporació Catalana de Comunicació.

- **Edició de Premsa Periòdica Ara SL**

Editora del diari *Ara*. El president i principal accionista (el 40%) és Ferran Rodés, ex alt càrrec dels bancs Manufacturers Hannover Trust i Banesto, fill de Leopoldo Rodés, ex-vicepresident del Banco Urquijo i membre dels consells d'administració de La Caixa i Prisa. Els Rodés, a través de Mediaplanning, han controlat bona part del pastís publicitari que arriba als mitjans de comunicació. També en són accionistes la família Carulla (cosa que explica que l'*Ara* no vagi publicar l'any 2016

la notícia que Lluís Carulla va haver de pagar una multa de 9,4 milions per frau fiscal) i el periodista Antoni Bassas. El mateix Bassas i els també periodistes Albert Om i Toni Soler són membres del Consell Assessor.

El conseller delegat és Salvador García Ruiz, que ha tingut responsabilitats a Goldman Sachs i Caixa Manresa. Al consell editorial hi ha Víctor Font, director general de l'empresa d'inversions Delta Partners. L'empresa ha perdut gairebé 12 milions d'euros des de la seva fundació, l'any 2010. La directora és Esther Vera, ex-cap del gabinet de l'exconseller de la Generalitat Andreu Mas-Colell, que fa dos anys, quan va morir Carles Capdevila, es va convertir en la primera dona que dirigeix un diari a Barcelona, si s'exceptua el cas singular de María Luz Morales, que va dirigir *La Vanguardia* de juliol de 1936 a principis del 1937.

- **Grupo COPE**

Societat bàsicament radiofònica que té en la Conferència Episcopal el principal accionista (el 51%) i que gestiona la programació i la publicitat de les emissores de Vocento (*ABC Punto Radio* i, a Catalunya, *Onda Ramblas*). Té participació a les cadenes televisió *Trece*, *Popular TV* de Madrid, *Rioja Visión* i *TV Popular del Mediterráneo*. Entre els socis hi ha Vicente Boluda, el primer armador espanyol i ex-president del Real Madrid, l'Agrupación Mutua Aseguradora i l'ONCE. El conseller delegat és Fernando Giménez Barriocanal, gerent de la Conferència Episcopal i membre de la secta catòlica Camino Neocatecumenal, anomenada *Els kikos* pel nom del seu fundador, el pintor Kiko Argüello.

- **Radio Blanca**

Propietat de Blas Herrero, un ric empresari asturià ben connectat amb el PSOE. Gestiona *DKiss* i, a Catalunya, té dues llicències d'FM, les radiofòrmules *Kiss Medía* i *Club de Ràdio Terrassa* i en TDT local participa en Publi 20, que té la llicència de la zona de Sabadell. Herrero va haver de pagar 330.000 euros de multa a Hisenda l'any passat. En dos anys d'existència *DKiss* ha perdut 10,5 milions. L'abril d'aquest any tenia una quota de pantalla del 0,7%.

- **Secuoya**

Empresa de Granada propietat de Cardomana (el 55%) i Sonsorchip (el 32%), presidida per Raúl Berdonés, que gestiona el canal de televisió *TEN*, que el 2015 li va ser atorgat pel Govern tot i que tenia un deute amb Hisenda de 2,29 milions d'euros. També gestiona la televisió autonòmica de Múrcia. Miguel Ángel Rodríguez, secretari d'Estat de Comunicació amb Aznar, va ser conseller de empresa fins el 2014. L'abril d'aquest any,

(1) El setmanari en anglès *Catalonia Today*, destinat a estrangers residents a Catalunya, el van fundar l'any 2003 Carles Puigdemont, Ramon Grau i Francesc Fornells amb un capital de 3.006 euros. Un any després hi va entrar el grup Hermes amb Vall Clara al capdavant, i el 2005, Josep-Ramon Sanromà, que amb Puigdemont a la Presidència de la Generalitat va ser president en funcions de l'Institut Català de Finances després de passar, entre el 2006 i el 2011, pel Deutsche Bank i altres entitats financeres. Quan Puigdemont va deixar el setmanari i la redacció d'*El Punt* per accedir a l'alcaldia de Girona (2011), la seva dona, Marcela Topor, va continuar com a directora del setmanari i *El Punt Avui TV* la va contractar com entrevistadora. Actualment treballa a la Xarxa Audiovisual Local amb un home del PDeCAT, el conseller delegat, Francesc Pena, i el mateix Fornells. Segons *El Confidencial*, *Catalonia Today* ha rebut en aquests anys 438.380 euros en subvencions de diferents conselleries de la Generalitat.

Berdonés ha aconseguit del fons nord-americà Global Banker Capital 100 milions d'euros per finançar la segona fase del centre de producció La Ciudad de la Tele, a Madrid, i per expandir-se per Amèrica Llatina, on té negocis consolidats, especialment a Xile, Colòmbia i Perú. Precisament a Xile, ha tancat per deu milions un contracte amb *Canal 13*, una de les

principals cadenes xilenes, per encarregar-se de la producció. El grup va estrenar la cadena *TEN* l'any 2015 amb una inversió de 22 milions d'euros, ampliada el 2016 amb 11 milions més. A final de l'any passat sumava unes pèrdues de 12 milions i tenia un 0,3% de quota de pantalla.

9.3. SOCIETATS CATALANES QUE GESTIONEN RÀDIOS MUSICALS

- **Grup Flaix**
Fundat i dirigit per Miquel Calzada, Mikimoto, i Carles Cuní. Calzada, un home de CiU, va cedir a mitjans del 2015 la seva part a Cuní, que és l'administrador únic de les cinc societats que gestionen *Flaix FM* i *Ràdio Flaix*. Aquesta última és l'emissora musical líder a Catalunya, amb 23 freqüències, només per darrere del Grupo Godó, que en gestiona 39.
- **Grup TeleTaxi**
Propietat del locutor Justo Molinero, el grup el formen dues emissores musicals, *Radio Tele-Taxi* i *Radio RM*.
- **Ràdio Estel**
Propietat de la Fundació Missatge Humà i Cristià, vinculada al Bisbat de Barcelona. L'emissora, que disposa de 12 freqüències, combina la música amb informació.

