

Breu informe sobre la informació a Catalunya

**Eix del Dret a la Informació i la
Comunicació de Barcelona en Comú**

Índex

1. Penetració dels mitjans	4
1.1. Índex de penetració a Catalunya	4
1.2. La informació política segons els tipus de mitjans	4
2. La televisió	4
2.1. La distribució dels canals	4
2.1.1. La TV d'àmbit espanyol	4
2.1.2. La TV d'àmbit català	4
2.1.3. La TV local o comarcal	4
2.2. Les audiències l'any 2016	5
2.3. Els programes més vistos	5
2.4. Els informatius preferits a Catalunya pels partits parlamentaris	6
2.5. La caiguda de TV-3	6
3. La radio	7
3.1. La distribució de freqüències i emissores	7
3.2. Les audiències	7
3.3. Les preferències dels comuns	8
4. La premsa	8
4.1. La devallada constant de la premsa diària	8
4.2. Difusió i lectors dels diaris	9
4.3. Publicacions periòdiques	9
4.4. Publicacions temàtiques	10
4.4. Els diaris que llegeixen els comuns	10
5. Internet	11
5.1. El consum per internet	11
5.2. Els digitals d'àmbit espanyol	11
5.3. Les audiències	14
5.4. Els digitals independentistes	14
5.5. Altres digitals d'àmbit català	15
5.6. La informació a les xarxes	16
6. Les agències	17
7. La propietat dels mitjans	18
7.1. Mitjans i propietaris dels quatre grans grups mediàtics	19
7.2. Altres grups de comunicació	21
8. Els ajuts de les administracions	21
8.1. La publicitat institucional	21
8.2. Les subvencions pel català i les subscripcions	22

1. Penetració dels mitjans

1.1. Índex de penetració a Catalunya

La TV és el mitjà preferit per la ciutadania a Catalunya per sobre de la ràdio, la premsa i internet:

- » Minuts de consum dels mitjans per persona i dia (dades de l'any 2015, segons Kantar Media i l'EGM Catalunya):
 - TV, 227.
 - Ràdio, 101.
 - Internet, 160.
- » Penetració l'any 2016 (en % sobre el total de la població catalana, segons l'EGM Catalunya):
 - TV: 84,0.
 - Ràdio: 58,7.
 - Internet: 77,3.
 - Premsa (diaris): 27,7.

1.2. La informació política segons els tipus de mitjans

La tele és el mitjà més utilitzat per la població catalana per informar-se de temes polítics, segons el Baròmetre del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat (dades de l'estiu de 2016). El 80,3% de les persones que s'interessen per la política s'informen per la tele. Però no de manera exclusiva: el 46% també ho fan per la premsa, el 42,2% per internet, el 33,8% per la ràdio i el 26,4% per amics i familiars. El Baròmetre segmenta les dades entre els simpatitzants de les forces representades al Parlament de Catalunya (xifres en %):

	TV	PREMSA	RÀDIO	INTERNET	AMICS/FAMÍLIA
JxS	81,8	52,8	45,0	46,4	29,7
C's	90,6	50,6	35,3	38,8	28,2
PSC	90,2	38,6	26,8	24,2	23,5
CSQP	78,3	51,8	27,7	54,2	31,7
PPC	88,7	20,8	26,4	17,0	9,4
CUP	57,3	50,7	38,7	72,0	37,3

El gràfic mostra que la TV és el mitjà preferit per la dreta, el PSC i JxS, i internet ho és per la CUP. Els simpatitzants de

CSQP utilitzen tots els mitjans de manera més equilibrada. I els de CSQP i la CUP, els que recorren més a amics i familiars.

2. La televisió

2.1. La distribució dels canals

A Catalunya es reben 83 canals, el 74% privats, i a les llars se'n reben entre 41 i 44, segons les zones. D'aquests canals, 32 són d'àmbit estatal (7 públics i 25 privats), 8 d'àmbit català (5 públics i 3 privats) i 43 locals o comarcals (11 públics i 32 privats), segons dades del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

2.1.1. La TV d'àmbit espanyol

- » Els 7 canals de RTVE: *La 1, La 1 HD, La 2, 24H, Clan, tdp* i *tdp HD*.
- » Els 25 canals privats estan en mans dels grups següents:
 - Atresmedia: *A-3, A-3 HD, La Sexta, La Sexta HD, Neox, Nova, Mega* i *A3S*.
 - Mediaset: *Telecinco, Telecinco HD, Cuatro, Cuatro HD, Divinity, Energy, Factoría de Ficción, Boing* i *Be mad*.
 - NET Televisión: *Disney Channel* i *Paramount Channel*.
 - VEO Televisión: *Dmax* i *Gol*.
 - 13 TV: *13 TV*.
 - Real Madrid: *Real Madrid TV*.
 - Grupo Secuoya: *TEN*.
 - Radio Blanca: *Dkiss*.

2.1.2. La TV d'àmbit català

- » Els 5 canals públics són els de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA): *TV-3, TV-3 HD, 3/24, Esport 3* i *33*.
- » Els tres privats: *8-TV* i *RAC-105*, del Grup Godó, i *Barça TV* (el prestador del servei és el FC Barcelona, però pertany també al Grup Godó).

2.1.3. La TV local o comarcal (9 canals a Barcelona i un a Tarragona i Girona)

- » Els 11 canals públics són: *BTV* (Ajuntament de Barcelona), *TV de l'Hospitalet* (Ajuntament de L'Hospitalet), *Teleb* (Ajuntament de

Badalona), *M1TV* (ConSORCI digital Mataró-Maresme), *Canal Terrassa Vallès* (ConSORCI de la televisió digital local pública de Terrassa-Vallès Oest), *Vallès Visió* (ConSORCI teledigital Mollet), *Penedès TV* (Ajuntament de Vilafranca), *Canal Blau* (ConSORCI teledigital d'El Garraf), *TAC-12* (ConSORCI per a la gestió de la televisió digital terrestre del Camp de Tarragona), *Vallès Oriental* (ConSORCI per a la gestió de la televisió digital local pública de la demarcació de Granollers) i *Canal 10* (ConSORCI de la TDT de l'Alt Empordà).

- » Els 32 canals privats tenen una distribució irregular pel territori, però es troben sobretot a les demarcacions de Barcelona i Lleida. Tenen una audiència limitada. Els que en tenen més estan en mans d'aquests grups:
- Hermes: *El Punt Avui TV* (té quatre canals: per al Barcelonès, per a les comarques de Lleida, per a La Selva i per al Vallès Oriental).
 - Segre: *Lleida Televisió* (tres canals, un per al Segrià, un altre per a la Vall d'Aran i un tercer per a les comarques lleidetanès) i *Tot TV* (cobreix totes les comarques de Lleida).
 - Taelus: *Canal Taronja* (té tres canals: per a l'Anoia, per al Bages i per a Osona).
 - Mola: *Mola TV* (tres canals: per al Vallès, les comarques de Tarragona i les zones d'El Garraf i els dos Penedès).
 - PROSA: *El 9 TV* (Osona).
 - Cadena Pirenaica: *Pirineus TV* (l'Alt Pirineu).
 - L'Ebre: *Ebre TV* (zona de Tortosa).
 - Corisa Media Grup: *TV Ripollès*.
 - CB Global Media: *TV Costa Brava*.
 - ETV: *ETV Llobregat Televisió* (el Baix Llobregat).

- » Els altres canals privats locals o comarcals són: *Empordà Televisió*, *Canal Reus TV*, *Canal 21 Ebre*, *TV El Vendrell / El 3 de 8 TV*, *Olot Televisió*, *Banyoles Televisió*, *s/d* (Masquefa), *TVSC Vallès 1* (Vallès Occidental), *Televisió del Berguedà*, *25 TV* (Barcelonès), *Televisió del Ripollès*, *Televisió de Girona* i *TV 20* (Sabadell).

2.2. Les audiències l'any 2016

Els grups privats espanyols Mediaset i Atresmedia concentren més de la meitat de l'audiència a Catalunya: el 27,3% i el 23,9%, respectivament. La CCMA i el grup Godó, que apleguen els canals que emeten en llengua catalana, sumen gairebé el 19% de l'audiència.

La quota de pantalla (percentatge de persones que miren un canal del total de persones que miren la TV) a Catalunya, exclosos els canals temàtics i de pagament, és la següent, segons el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC):

	SHARE GENER	SHARE AGOST	SHARE GENER-DESEMBRE 2016
<i>Tele 5</i>	10,6	10,2	11,3
<i>Antena 3</i>	11,3	9,8	10,3
<i>TV-3</i>	12,3	9,4	11,3
<i>La 1</i>	7,2	7,8	7,3
<i>Cuatro</i>	6,3	6,8	6,5
<i>La Sexta</i>	6,6	5,9	6,5
<i>8-TV</i>	3,6	2,5	3,3
<i>La 2</i>	2,0	2,3	2,0
<i>13 TV</i>	1,7	1,6	1,7
<i>3/24</i>	2,1	1,4	1,5
<i>24-H</i>	0,6	0,7	0,7

2.3. Els programes més vistos

Els programes més vistos són, amb diferència, els partits de futbol (audiències mitjanes superiors al milió de persones i quotes de pantalla sovint superiors al 40%). Fora dels esportius, els programes més vistos entre el maig i el desembre de 2016 han sigut els següents (amb nombre d'espectadors), segons Kantar Media:

- » Maig: *TN Vespre* (TV-3): 594.000.
- » Juny: *El foraster* (TV-3): 677.000.
E-16 Els resultats (TV-3): 610.000.
- » Juliol: *El foraster* (TV-3): 609.000.
TN Migdia (TV-3): 488.000

- » Agost: *APM?* (TV-3): 465.000.
TN Migdia (TV-3): 444.000.
- » Setembre: *30 Minuts / Una altra escola* (TV-3): 611.000.
- » Octubre: *TN Vespre* (TV-3): 700.000.
- » Novembre: *Merlí* (TV-3): 578.000.
- » Desembre: *Campanades Fi d'Any* (TV-3): 701.000.

Programes com *Polònia* i *Merlí*, de TV-3, han tingut audiències de 600.000 espectadors.

2.4. Els informatius preferits a Catalunya pels partits parlamentaris

Els *Telenotícies* de TV-3 són els programes preferits pels catalans per informar-se, segons el CEO (a mitjans de 2016). El 43,4% de les persones que veuen la tele s'informen habitualment per TV-3: 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 de CSQEP, 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%, *A-3*, i el 9,3%, *La-1*. La resta dels canals no arriben al 5%: el *3/24*, el 4,1%; *8-TV*, el 3,2%; *Cuatro*, el 2,7%, i *Intereconomia*, el 0,6%.

El 29,7% dels votants de CSQEP 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 TV-3 i el *3/24*. És significatiu el fet que els simpatitzants de CSQEP vegin habitualment els informatius de les principals cadenes i els de JxS i la CUP es limitin a TV-3 i al *3/24*. El CEO no desagrega ERC de CDC.

2.5. La caiguda de TV-3

Una referència a TV-3. La cadena pública ha perdut el lideratge i arrossega caigudes progressives de quota de pantalla: des de l'any 2010 ha perdut gairebé 10 punts (del 21,2% al 11,3%). Una de les causes de la devallada és la retallada pressupostària: de 450,4 milions d'euros

el 2010 a 307 milions l'últim any). Una altra causa és la caiguda de la publicitat, que del 2010 al 2015 ha passat de 100,2 milions a 65,7 (el 34%). Segons alguns professionals del mitjà, també han influït en la crisi la deriva pro-JxS i l'excessiva dependència del procés independentista (els informatius estan en mans de professionals vinculats a ERC i el conjunt de la programació depèn dels responsables del consell, elegits a proposta de CiU), que han provocat la deserció d'espectadors no identificats amb el Procés. I finalment li ha passat factura la falta de renovació d'un model basat en el projecte de 1983: en efecte, la plantilla -2.419 treballadores que tenen una mitjana d'edat de 48 anys: només dos no passen dels 30- s'ha reduït el 15,7% pels acomiadaments i prejubilacions, però es menja el 53% del pressupost.

La producció externa ha disminuït el 46%. Un detall no menor: la compra de drets esportius ha passat aquests últims 16 anys de 49 a 19 milions d'euros, el 60,1% menys. Del 2005 al 2016 la cadena ha adjudicat a un grup de productores externes afins contractes per valor de 260,7 milions, el 43% de la despesa total pels programes externalitzats. Aquestes productores estan en mans d'exdirectius i treballadors de la CCMA: Mediapro (Jaume Roures), Triacom (Oriol Carbó, exgerent), Minoria Absoluta (Paco Escribano, exdirector, i Toni Soler, responsable de *Polònia*), Royal Box (Antoni Bassas, presentador, corresponsal i director de programes), Diagonal Televisió (Joan Bas, excap de realització), Nova Veranda (Eugeni Sallent, exdirector general), 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 l'aprovació d'un contracte programa que garanteixi, entre altres mesures, que quan calgui recórrer a la contractació de programes la selecció sigui rigorosa, transparent i no discriminatòria.

3. La radio

3.1. La distribució de freqüències i emissores

A Catalunya s'escolten 778 freqüències de ràdio en FM, 580 públiques (el 74%) i 198 privades. Les llars catalanes reben més de 30 emissores de FM (10 d'àmbit català i 20 d'estatals), a més de les locals.

La distribució de freqüències és la següent:

- » Ràdio estatal: 148 (72 públiques i 76 privades).
- » Ràdio d'àmbit català: 331 (236 públiques i 95 privades).
- » Ràdio local: 299 (272 públiques i 27 privades).

La distribució per emissores públiques:

- » 5 estatals, de CRTVE: *RNE, Radio Clásica, Radio 3, Radio 4 i Radio 5.*
- » 3 catalanes, de la CCMA: *Catalunya Ràdio, Catalunya Música i Catalunya Informació.*
- » 272 locals, molt repartides per tot el territori, especialment a les comarques barcelonines: a més a més de Barcelona (*Barcelona FM*), en tenen pràcticament totes les poblacions del Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Occidental, Vallès Oriental i el Maresme.

La distribució per emissores privades (entre parèntesi, el grup propietari):

- » 15 estatals:
 - *SER, Los 40, Ona, Dial, M80, Radio Olé i Màxima (Prisa).*
 - *COPE, Cadena 100 i Rock (COPE).*
 - *Onda Cero, Europa FM i Melodía FM (Planeta).*
 - *Kiss FM (Radio Blanca).*
 - *Radio Marca (Unidad Editorial).*
- » 8 catalanes:
 - *RAC-1 i RAC-105 (Godó).*
 - *Radio TeleTaxi i Radio RM (Tele Taxi).*
 - *SER Catalunya (Prisa).*
 - *Flaix FM i Ràdio Flaixbac (Flaix).*
 - *Ràdio Estel (Estel).*
- » 18 locals: *Mola, Gum, Ràdio Marina, Ràdio Olot, Ràdio Ripoll, Ràdio Vic, Ràdio Aran, Radio Imagina, L'Ebre, etc.,* que estan en

mans d'11 grups i 7 empreses. El Grup Godó té 30 freqüències (de RAC-1 i RAC-105), repartides per tot el territori, i el Grupo PRISA, 48 (Cadena SER).

3.2. Les audiències

El 60% de la població catalana escolta la ràdio. La més escoltada és la musical. La ràdio generalista té una audiència del 29,6%, i la temàtica, del 39,6%.

» El rànquing d'audiència de les emissores més escoltades a Catalunya segons l'Estudio General de Medios (EGM) és el següent (dades dels mesos d'agost i de desembre de 2016 en nombre d'oients):

- *RAC-1: 685.000 – 715.000.*
- *Catalunya Ràdio: 509.000 – 492.000.*
- *Flaixbac: 355.000 – 322.000.*
- *SER: 337.000 – 395.000.*
- *Los 40: 284.000 – 268.000.*
- *RAC-105: 243.000 – 193.000.*
- *Europa FM: 225.000 – 216.000.*
- *Dial: 216.000 – 208.000.*
- *Cadena 100: 215.000.*
- *COPE: 175.000 – 165.000.*
- *Rock FM: 172.000 – 188.000.*
- *Tele Taxi: 154.000.*
- *Catalunya Informació: 112.000.*
- *Onda Cero: 108.000 – 118.000.*
- *RNE: 102.000 – 110.000.*

» Audiències per franges horàries de les principals emissores generalistes:

De 6 a 12	De 16 a 20
RAC-1: 564.000 Catalunya Ràdio: 390.000 SER: 211.000 COPE: 116.000 RNE: 72.000 Onda Cero: 55.000	RAC-1: 242.000 Catalunya Ràdio: 91.000 SER: 83.000 Onda Cero: 33.000 RNE: 21.000 COPE: 21.000

3.3. Les preferències dels comuns

Les dades del Baròmetre del CEO sobre els informatius de ràdio que escolten els simpatitzants de CSQEP (el CEO només dóna dades dels partits representats al Parlament de Catalunya) permeten acostar-se a les preferències del conjunt dels comuns: més de la meitat s'informen per *RAC-1* (el 29%) i la *SER* (el 29%), i un 14,5% per *Catalunya Ràdio*. Les xifres dels informatius de les altres emissores són insignificants.

4. La premsa

La devallada de la premsa escrita és constant en benefici d'altres mitjans i formats: l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) i les associacions d'editors calculen que els diaris impresos han perdut el 55% dels lectors en l'última dècada. Les vendes al quiosc s'han anat reduïnt: per exemple, *La Vanguardia*, el primer diari de Catalunya, no passa de 35.000 exemplars. 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 de la premsa, 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 (l'any 2016 voreja el 20%) no compensa les pèrdues perquè les administracions, la banca i les empreses de l'Ibex paguen cada cop menys pels anuncis i mesuren amb lupa el retorn de les inversions, de manera que la publicitat *on-line* no aporta –ni aportarà previsiblement en el futur– prou recursos per mantenir l'estructura periodística dels grans mitjans. Si mirem els mercats més madurs, com els dels Estats Unit 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.

No obstant això, les xifres de difusió auditades no reflecteixen la influència real dels mitjans: exemplars impresos no equival a exemplars venuts (molts, com en el cas de *La Vanguardia*, es regalen). Però les informacions i opinions dels diaris condicionen, i sovint determinen, l'orientació informativa de ràdios i televisions.

4.1. La devallada constant de la premsa diària

» La pèrdua de penetració de la premsa: a tot Espanya, *El País* tenia una difusió de 450.000 exemplars el 2005 i a l'agost del 2016 no passava dels 173.000; el 2006, *La Vanguardia* superava els 202.000 exemplars i a l'estiu del 2016 amb prou feines arribava als 100.000. La comparació de la difusió a tot Espanya els anys 2008 i 2015, segons l'OJD és reveladora:

- *El País*: de 431.000 a 221.000 (-48,7%).
- *El Mundo*: de 323 a 129.000 (-60,1%).
- *Abc*: de 251.000 a 108.000 (-56,9%).
- *La Vanguardia*: de 202.000 a 126.000 (-37,6%).
- *La Razón*: de 154.000 a 80.000 (-48,1%).

» La tendència al decreixement s'accentua, com mostren les pèrdues dels grans mitjans entre els mesos d'estiu del 2016 i 2015, segons l'OJD (en exemplars diaris a tot Espanya):

- *El País*: 173.000 (-18,6%).
- *El Mundo*: 104.000 (-15%).
- *La Vanguardia*: 100.000 (-8,6%).
- *Abc*: 84.000 (-17%).
- *El Periódico*: 76.000 (-10%).
- *La Razón*: 60.000 (-9%).

» Percentatge d'exemplars dels grans diaris venuts al quiosc a tot Espanya comparats amb el total de la difusió certificada per l'OJD el 2015 (és molt notable el cas de *La Vanguardia*):

- *El País*: 62,0% (137.000 de 221.000).
- *El Mundo*: 69,0% (89.000 de 129.000).
- *La Vanguardia*: 27,8% (35.000 de 126.000).

- *Abc*: 70,4% (76.000 de 108.000).
- *El Periódico*: 55,7% (49.000 de 88.000).
- *La Razón*: 66,3% (53.000 de 80.000).

4.2. Difusió i lectors dels diaris

» Promig diari de difusió de la premsa a Catalunya durant l'any 2015, segons l'OJD, en nombre d'exemplars (no hi ha dades de *La Razón*):

- *La Vanguardia*: 129.073.
- *El Periódico*: 87.706.
- *El País*: 20.959.
- *El Punt-Avui*: 23.305.
- *Ara*: 14.184.
- *Segre*: 9.395.
- *Diari de Tarragona*: 8.922.
- *El Mundo*: 7.196.
- *Regió 7*: 5.686.
- *Diari de* : 5.523.
- *Abc*: 3.160.
- *Diari de Terrassa*: 2.779.
- *La Mañana*: 2.093.

» Nombre de lectors a Catalunya de la premsa generalista el maig de 2016, segons l'EGM (és significatiu que només *La Vanguardia* i *El Periódico* superin en lectors d'*El Mundo Deportivo*, que en té 296.000, i *Sport*, que en té 264.000):

- *La Vanguardia*: 622.000.
- *El Periódico*: 448.000.
- *20 Minutos* (gratuït): 181.000.
- *El Punt-Avui*: 130.000.
- *El País*: 118.000 (inclosos els lectors de les Balears).
- *Ara*: 104.000.
- *Diari de Tarragona*: 89.000.
- *Segre*: 86.000.
- *Diari MES* (gratuït de les zones de Tarragona i l'Ebre): 42.000.
- *Regió 7*: 37.000.
- *Diari de Girona*: 33.000.
- *El Mundo*: 25.000.
- *La Razón*: 12.000.
- *Abc*: 9.000.

4.3. Publicacions periòdiques

Tot i la crisi estructural de la premsa i la tendència a la digitalització, es mantenen revistes setmanals i altres publicacions periòdiques (en català i en castellà) de política, pensament, història i cultura, la majoria d'elles nascudes els anys 70 i 80 del segle passat. A Catalunya també es continuen editant nombroses publicacions comarcals.

» Revistes d'informació política, economia, pensament, cultura i història d'àmbit espanyol:

- *Tiempo*: setmanari del Grupo Zeta fundat el 1982 i dirigit per Jesús Rivasés. Hi col·laboren Alfonso Guerra, Fernando Savater, José Antonio Marina, Ignacio Vidal-Folch i Isabel Coixet, entre altres. Té una tirada de 44.000 exemplars, segons l'OJD (setembre de 2016).
- *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.
- *El Viejo Topo*: revista cultural i política d'inspiració marxista, de l'editorial del mateix nom, que es publica des de 1976 (amb una breu interrupció l'any 1983).
- *Alternativas económicas*: revista mensual d'economia propietat d'una cooperativa de desenes de socis, dirigida per Andreu Missé, excap 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 alternativa a la de Brussel·les. L'estiu del 2016 ha publicat 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.

» Revistes catalanes d'informació política, economia, pensament, cultura i història:

- *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).

- *L'Avenç*: revista mensual en català 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.
- *El Triangle*: setmanari en català d'informació política fundat (1990), editat i dirigit per Jaume Reixach, caracteritzat per les denúncies en solitari de la corrupció de l'etapa pujolista a Catalunya. Té una edició digital diària en català i castellà.

- » Altres publicacions periòdiques espanyoles de política, ecologia, cultura, pensament i història, de difusió més reduïda:
 - *Ayer* (trimestral): revistaayer@ahistcon.org
 - *El Ciervo* (bimestral): redaccion@elciervo.es
 - *Claves de la razón práctica* (bimestral): bgonzalez@prisarevistas.com
 - *Ecología política* (semestral): secretariado@ecologiapolitica.info
 - *El ecologista* (trimestral): comunicacion@ecologistasenaccion.org
 - *Historia social* (cuatrimestral): fish@valencia.uned.es

- » Nombre de lectors de publicacions periòdiques comarcals, segons l'EGM Baròmetre de Catalunya, a finals de 2014:
 - *El 9 Nou*: 85.000.
 - *Diari de Vilanova*: 33.000.
 - *El 3 de Vuit*: 23.000.
 - *La Veu de l'Ebre*: 22.000.
 - *Setmanari de l'Alt Empordà*: 14.000.
 - *La comarca d'Olot*: 11.000.

- » Nombre de lectors de suplementos dels diaris, segons l'EGM, el maig de 2016:
 - *Magazine (La Vanguardia)*: 220.000.
 - *Dominical (El Periódico)*: 138.000.
 - *El País semanal (El País)*: 79.000.
 - *Presència (El Punt-Avui)*: 35.000.

4.4. Publicacions temàtiques

- » Nombre de lectors de publicacions temàtiques en català, segons l'EGM (finals de 2014):
 - *Sàpiens*: 135.000.
 - *Time Out*: 57.000.
 - *El temps*: 33.000.
 - *L'Avenç*: 23.000.
 - *Serra d'Or*: 21.000.
- » Nombre de lectors de publicacions setmanals en castellà a tot Espanya, segons l'EGM (finals de 2014):
 - *Pronto*: 561.000.
 - *Hola*: 382.000.
 - *Muy interesante*: 379.000.
 - *Lecturas*: 346.000.
 - *Cuore*: 158.000.
 - *El Jueves*: 131.000.
 - *Semana*: 116.000.
- » No coneixem dades segmentades d'altres publicacions temàtiques, com les econòmiques, però algunes tenen una influència notable en els àmbits respectius (s'indica com a referència el nombre d'usuaris únic als portals web l'agost de 2016, segons Comscore). Entre les econòmiques, a més d'*Alternativas económicas*, destaquen:
 - *El Economista*: diari fundat per Carlos Salas (procedent d'*El Mundo*) el 2006. El 25% del capital pertany a la plantilla, formada per 130 persones. El director és Amador G. Ayora. Té 5.195.000 usuaris únics.
 - *Expansión*: diari que pertany a Unidad Editorial (*El Mundo*), fundat el 1985 i dirigit per Ana I. Pereda. Té 4.851.000 usuaris únics.
 - *Cinco días*: diari econòmic del grup Prisa (*El País*), fundat el 1978 i dirigit per Ricardo de Querol. Té 2.163.000 usuaris únics.

4.4. Els diaris que llegeixen els comuns

Les dades del Baròmetre del CEO (estiu de 2016) relatives als diaris que llegeixen

els simpatitzants de CSQEP ens permeten acostar-nos a les preferències del conjunt dels comuns (el CEO es refereix només als partits o coalicions representats al Parlament de Catalunya): el 30,3% llegeixen *El Periódico* (el 17,1% en castellà i el 13,2% en català); el 26,4%, *El País*, i el 24%, *La Vanguardia* (el 14,7% en castellà i el 9,3% en català). De la resta dels mitjans, només superen el 3% el gratuït *20 Minutos* (3,9%) i el *Diari de Tarragona* (3,1%). *L'Ara* i *El Punt-Avui* no arriben al 1% (0,8%).

5. Internet

5.1. El consum per internet

El 71,4% de la població catalana té, com a mínim, un ordinador a casa. Entre els que no tenen cap mena d'aparell informàtic són majoria els més grans de 65 anys (49,5%). Gairebé tots els internautes (91,6%) es connecten a internet cada dia una mitjana de 2 hores i 40 minuts.

- » Evolució de les audiències d'internet a Espanya i a Catalunya (percentatge d'usuaris sobre el conjunt de la població):
 - L'any 2000: el 12,6% a Espanya i el 18,6% a Catalunya.
 - L'any 2010: el 53,0% a Espanya i el 59%,4% a Catalunya.
 - L'any 2016: el 77,4 a Espanya i el 79,7% a Catalunya.

Gairebé un de cada dos residents a Catalunya (46,7%) consumeix continguts audiovisuals per internet. 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. Entre els internautes, el 76,6% accedeix habitualment a continguts audiovisuals. Aquesta xifra és superior al 90% entre les franges d'edat més joves. Els gèneres més consumits són informació (50,2%), música (42%), humor i entreteniment (33,9%) i ficció (32,6), segons dades de juliol del 2016. Es dona força diferència en els hàbits de consum de

continguts entre homes i dones, especialment en l'àmbit dels esports (44,0% per 8,9%).

Només un 20,8% 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.

5.2. Els digitals d'àmbit espanyol

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*.

- » D'experiodistes i excol·laboradors d'*El Mundo* han sorgit, entre altres:
 - *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, experiodista 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.
 - *El confidencial*: diari conservador fundat el 2001 per Jesús Cacho, que va ser acomiadat deu anys després. Editat per Titania Compañía Editorial SL i dirigit per Nacho Cardero. Té més de 30 redactors. El director del Consell Editorial és José Antonio Zarzalejos, exdirector d'*Abc*.
 - *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.
- *Infolatam*: fundat per Consuelo Álvarez de Toledo el 2006, se centra en la informació d'Amèrica Llatina.
 - *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 Gasset. 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.
 - *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 2014 va tenir beneficis per primera vegada i el 2015 va declarar una xifra de negoci d'1,9 milions d'euros.
 - *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 d'una vintena de professionals.
 - *OK Diario*: diari generalista fundat el 2015 per Eduardo Inda, tertulià de *La Sexta* i exdirector d'*El Mundo* a les Balears i del diari *Marca*. Té una plantilla de 40 persones, 30 d'elles periodistes. Periodisme de claveguera.
 - *El independiente*: diari generalista "liberal" fundat per Casimiro García-Abadillo, exdirector 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 quarantena, i als promotors. Se centra en la informació política i econòmica.
- » De les cendres del diari en paper *Público*, tancat el 2012 per Display Connectors (propietat de Jaume Roures, Taho Benet i Ton Cases), han sorgit quatre digitals més, tots ells d'esquerres:
- *Público*: diari digital generalista de Display Connectors, referent de l'esquerra transformadora. Dirigit per Ana Pardo de Vega, té 35 redactors i decenes de col·laboradors, entre ells Pablo Iglesias, Juan Carlos Monedero i Alberto Garzón. Té més d'un milió de seguidors a Facebook i 700.000 a Twitter, i un canal d'*streaming*, *Público TV*, que emet *La Tuerka*. Acull els continguts digitals de les revistes *CTXT* i *Panenka*, aquesta última de temàtica esportiva.
 - *La marea*: diari editat per la cooperativa Mas 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 3.324 subscriptors. Magda Bandera dirigeix una redacció de mitja dotzena de periodistes i desenes de col·laboradors.
 - *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, 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, edita en paper la revista mensual *Tinta libre*.
 - *El diario*: diari generalista 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 Jose Sancllemente, està en mans de la redacció, formada per prop de 50 persones. Té redaccions associades a la majoria de autonomies. La redacció associada a Catalunya és *Catalunya Plural*, dirigida per Josep

Carles Rius. Edita una revista monogràfica trimestral en paper, *Cuadernos*, que es reparteix entre els socis, més de 10.000.

- » 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.
- » Altres digitals d'informació i anàlisi política o econòmica de diferents orientacions i penetració significativa:
 - *El confidencial digital*: fundat el 2001, és l'únic diari digital que només publica notícies pròpies. Editat per El Confidencial Digital SL. Javier Fumero dirigeix una trentena de periodistes.
 - *Crònica global*: diari de 17 redactors, fundat i dirigit des de 2013 per Xavier Salvador, procedent d'*El Periódico*, d'orientació centrista i unionista. Té un acord amb *El Español*: 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.
 - *CTXT*: revista d'anàlisi i pensament fundada el 2015 per 14 periodistes progressistes procedents d'*El País*, *El Mundo* i altres mitjans, i dirigida per Miguel Mora. El president d'honor és Noam Chomsky. Es financia sobretot per subscripcions (6 euros mensuals) i pel capital (190.000 euros) aportat pels 55 socis. Té un acord de cessió de tràfic amb *Público*.
 - *El Plural*: diari fundat i dirigit pel periodista Enric Sopena, que n'és el propietari. Socialista. Té molts col·laboradors compartits amb un altre digital socialista, *Diario progresista*.
 - *Diagonal*: periòdic quinzenal nascut el 2005 i dirigit per un col·lectiu assembleari ("activistes de la comunicació") com a "eina de transformació". El mantenen els subscriptors. Des de finals del 2016 construeix, juntament amb 20 mitjans més, un "mitjà descentralitzat i horitzontal finançat per la gent".
- *Cuarto poder*: diari digital de blogs editat per periodistes progressistes des de 2011. L'agost de 2016 tenia 37 socis. Publica cinc o sis històries diàries. El dirigeix Francisco Frechoso.
- *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.
- *Bez*: digital gratuït generalista "líquid i en construcció", fundat el 2015, que publica sis històries al dia. Formen la redacció 25 persones, sota la direcció de Braulio Calleja i Juan M. Zafra.
- *Diario 16 Digital*: fundat l'estiu de 2016 per Manuel Domínguez Morero (Multimedia Ediciones Globales SL) i dirigit per Cristina Fallarás, que ha legat el febrer de 2017 en protesta per les "condicions innacceptables" 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.
- » Altres digitals o webs progressistes d'informació política o cultural, de diferents característiques i models i penetració menor:
 - *Rebelión*: <http://rebelion.org/>
 - *Sin Permiso*: <http://www.sinpermiso.info/>
 - *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://lamanchaobrero.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/>

5.3. Les audiències

Les audiències difereixen segons qui en fa la medició. 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 inèdit: 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 són el d'*OK Diario* (Eduardo Inda), que va augmentar la penetració un 900% en només quatre mesos (octubre de 2015-gener de 2016), i el de *Periodista digital* (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'Anunciantes considera que entre el 10% i el 30% dels anuncis *on line* no els veuen humans, sinó robots.

» Relació de visitants únics per mitjans

controlats per l'EGM el maig de 2016 a tot Espanya:

- *El País*: 4.817.000.
- *Antena 3*: 2.390.000.
- *RTVE*: 1.769.000.
- *La Sexta*: 1.733.000.
- *Abc*: 1.611.000.
- *20 Minutos*: 1.565.000.
- *La Vanguardia*: 1.444.000.
- *El Periódico*: 1.012.000.
- *La Razón*: 986.000.
- *Onda Cero*: 478.000.

- » Relació de visitants únics i nombre de visites (entre parèntesi) dels mitjans controlats per l'OJD, l'agost de 2016, a tot Espanya:
- *El Economista*: 10.659.602 (19.451.487).
 - *Público*: 10.172.541 (19.483.893).
 - *El Español*: 7.719.373 (15.330.039).
 - *El Diario*: 6.114.521 (14.282.791).
 - *Infolibre*: 808.818 (1.963.327).

5.4. Els digitals independentistes

L'independentisme alimenta cinc digitals d'audiència moderada i irregular i situacions financeres precàries que pugnen per un espai relativament reduït, sovint de manera poc amable. El més recent, *El Nacional*, fundat per José Antich, ha fet darrerament, amb l'ajut de David Madí, intents de fusió que fins ara han resultat infructuosos. El més solvent empresarialment i periodísticament dels cinc mitjans és *Nació Digital*. La feblesa empresarial de tots ells i les peculiaritats del procés auguren canvis a curt termini.

- » Les dades bàsiques dels digitals independentistes:
- *Vilaweb*: fundat el 1995 per Vicent Partal, periodista (encara n'és el director). És el degà dels digitals catalans. Editat per Partal, Maresma i Associats, SL. Facturació: 1,2 milions l'any 2013 i 1,3 milions l'any 2014, amb uns beneficis bruts de 92.000 i 120.000, respectivament. L'any 2014 va tancar l'exercici amb un actiu de 2,2 milions i un passiu d'1,9. Patrimoni net: 300.000 euros. Treballadors: 15. Línia

editorial: proper a la CUP. És el digital que més subvencions ha rebut de la Generalitat les dues últimes dècades. Només el 2015 va rebre 180.000 en publicitat i 137.000 en subvencions. De l'Ajuntament de BCN va rebre publicitat per valor de 24.027.

- *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 Macià. El 2014 va facturar 556.000 euros i va tenir un benefici declarat de 18.000 euros, 4 menys que el 2013. El 2014 tenia un actiu de 483.000 euros i un passiu de 200.000 (l'any 2011 era de 335.000). Patrimoni net: 283.000 euros. Treballadors: 19. Línea editorial: proper a ERC. La incorporació (setembre del 2016) de tot l'equip de Política del diari *Ara* li dóna una orientació més plural dins de l'independentisme, amb l'inclusió de l'espai dels comuns, i reforça la seva condició de digital independentista de referència. Molt subvencionat per la Generalitat: 355.000 euros el 2015 (150.000 en publicitat i 205.000 en subvencions directes). De l'Ajuntament va rebre 24.027 euros de publicitat.
- *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 y Comunicació (AMIC). El setembre de 2015, va canviar de nom. El 2014 va facturar 259.000 euros i va tenir un benefici de 56.000. Va tancar l'exercici amb un actiu de 446.000 euros, uns deutes de 180.000 i un patrimoni net de 266.000. Treballadors: 10. El director és Salvador Cot, procedent de *Nació Digital*, vinculat a CDC, tot i que darrerament intenta obrir-se a l'esquerra independentista. El 2015 va rebre de la Generalitat 100.000 euros en publicitat i 40.600 en subvencions.
- *Directe*: fundat el 2007 per persones vinculades a ERC. Empresa: Catmedia

Global, SL, controlada per l'exdiputat republicà al Congrés (2004-2008) Joan Puig. L'any 2010 (l'últim de què tenim dades) va facturar 230.000 euros, amb un resultat negatiu de 1.000. Tenia un actiu de 146.000 euros, un passiu de 140.000 i un patrimoni net de 6.000. Treballadors: 7. Els anys 2008 i 2009, el director va ser Oriol Junqueras.

- *El Nacional*: fundat el setembre de 2015 per José Antich, exdirector de *La Vanguardia*. Empresa: Grup Les Notícies de Catalunya, propietat del mateix Antich, ben relacionat amb CiU i ara amb el PDeCat. Treballadors: 35. No hi ha dades econòmiques.

- » Audiència dels digitals independentistes (navegadors únics i, entre parèntesi, nombre de visites, segons l'OJD, l'octubre de 2016):
 - *Nació Digital*: 2.888.609 (7.064.923).
 - *El Món*: 1.488.517 (5.126.141).
 - *Vilaweb*: 1.234.349 (3.449.673).
 - *El Nacional*: 824.469 (1.916.202).
 - *Directe*: 659.322 (1.128.839).

5.5. Altres digitals d'àmbit català

Entre els digitals d'àmbit català també s'han de destacar:

- » *Crític*: digital especialitzat en periodisme d'investigació. Publica un reportatge setmanal i textos diaris d'anàlisi, opinió i entrevistes als quals s'accedeix per subscripció. Editat per una cooperativa sota la responsabilitat de Roger Palà i Sergi Picazo. Té desenes de col·laboradors de l'àmbit de l'esquerra.
- » *E-notícies*: diari fundat el 2000 per Eloi Martín (editor) i Xavier Rius (director, exredactor de *La Vanguardia* i *El Mundo*). Té cinc redactors. L'empresa editora és EDR Interactiva SL. L'estiu del 2016 tenia 140.000 usuaris únics. Molt crític amb els gestors del *procés* i amb la CCMA.
- » *Catalunya plural*: diari digital sense ànim de lucre editat per la Fundació Catalunya Plural,

creada per professionals de la comunicació i intel·lectuals progressistes, dirigit per Josep Carles Rius i associat a *Diario.es*. La mateixa fundació, nascuda el 2013, edita tres digitals més, que compten amb consells assessors formats per experts:

- *El diari de la sanitat*, coordinat per Blanca Blay i Queralp Mariné.
- *El diari de l'educació*, coordinat per Joao Franca i Pau Rodríguez.
- *El diari del Treball*, coordinat per Tomeu Ferrer.

» *Catorze*: magazine cultural (“plataforma de creació”) editat i dirigit per Eva Piquer, fundat el 2014, que forma part del Grup Nació Digital. Té més de 300.000 usuaris únics. Hi col·laboren, entre altres, les escriptores Lolita Bosch, Care Santos i Míriam Cano.

5.6. La informació a les xarxes

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 se'ls emporten les xarxes: mentre els grups de comunicació, tot i l'augment dels clics, perden diners, Facebook els guanya a cabassos: 1.340 milions d'euros l'any 2015.

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 desprecien 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 irrelevantes amb l'esperança que esdevinguin tendència. “Yo amo los zapatos” té 40 milions de seguidors. Cada cop hi ha menys diferència entre notícies, entreteniments i *banners* i altres reclams publicitaris.

Això passa en una xarxa saturada en què la distribució no depèn del periodista ni del mitjà, sinó de tercers, com Google i Facebook. 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 xarxes socials. Cada minut, els lectors envien a les xarxes 300.000 tuits, 15 milions d'SMS, gairebé 2,5 milions de *gigabites* d'informació a Facebook –que fan servir 1.700 milions de persones– i 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 algorismes de Google i de les xarxes.

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. El procés de creació d'un rumor funciona en cascada. Primer, un grup de persones fan córrer una informació que s'adiu amb la seva

manera de pensar o amb els seus prejudicis. Després, unes altres persones renuncien al seus propis criteris i la fan seva: no importa si la informació està fonamentada; el que importa és no quedar-se fora del grup dominant de l'entorn que ha difós el rumor. El cicle es repeteix i Facebook, Twitter i les xarxes fan d'efecte multiplicador. La veracitat del rumor depèn de si el públic se'l creu o no se'l creu. És a dir, la veritat o la falsedat és cosa dels lectors, no dels periodistes. No hi fa res si les històries que s'expliquen no són reals. El que és important és el clic, el *clickbait*, l'esquer de clics (*).

Avui, els únics lectors fidels dels periodistes són els motors de recerca, i els caps de les redaccions, els algoritmes que busquen optimitzar la publicació de continguts a les xarxes. *Filtres bombolla* com els que utilitzen Google o 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 primen 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 i 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 de les xarxes socials tenen una gran capacitat per determinar què ens convé i què no ens convé llegir.

És una concentració de poder extraordinària i extraordinàriament perillosa per al futur de la humanitat. El vell somni d'una xarxa oberta amb un teixit d'informació descentralitzada i enriquida per multitud d'enllaços igualment oberts ha mort a les portes de les muralles de Facebook i altres xarxes socials.

6. Les agències

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

(*) Un 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 comés "un acte obscé amb el cap d'un porc mort". La font: un parlamentari anònim que havia vist la foto. La notícia la van reproduir decenes de mitjans i es va repetir en milions de tuits i publicacions de Facebook. Després de 24 hores de diversió a les xarxes, la periodista autora de la informació, Isabel Oakeshott, va confessar per televisió que no en tenia proves i que, per tant, no podia estar segura que fos certa: "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 electorals dels Estats Units ha demostrat que el 20% i el 38% de les informacions publicades, respectivament, a les principals webs demòcrates i republicans 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 d'*OK Diario* i *El Mundo* sobre el finançament de Podemos, i del diari d'Unidad Editorial –que té una llarga tradició en la difusió de falsedats– sobre els comptes suïssos de Xavier Trias.

multimedia: 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. 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 Lamor. Té un servei en català des de fa 20 anys.
- » **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. El director és Marc Colomer.

7. La propietat dels mitjans

Els grans mitjans privats estan en mans de la banca, 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 de Caixabank i Banco Santander fins a actors de la City com HSBC i Amber Capital. 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*, *RAC-1*, *8-TV*– és 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, accionista de referència 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 Grup Prisa va arribar a tenir un deute de 5.000 milions d'euros–, de manera que les entitats financeres es van convertir en accionistes de referència 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.

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 del seus actius –Cuatro, Sogecable, etc. – i haver-se desfet pràcticament de la meitat de la plantilla, acumula (2016) un deute de 3.000 milions d'euros.

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 2015 els ingressos per publicitat ho han fet més del 35%,

i si ens fixen només en els diaris, els ingressos han caigut un 67% des del començament de la crisi, segons *Noticias de la Comunicación*.

La desprotecció dels professionals, amenaçats pels ERO, creix cada dia. Més d'11.000 periodistes, sobretot els més veterans, han estat acomiadats des de 2008.

La situació és greu a tot el món, però a Espanya especialment, fins el punt que 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.

7.1. Mitjans i propietaris dels quatre 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, M-80 Radio, Cadena Dial, Máxima FM, Radiolé i Ona FM, a més de les emissores portugueses Rádio 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 Àngeles), 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 Educación, Moderna, Santillana Français i Alfaguara Infantil y Juvenil, a més dels sistemes d'ensenyament digitals Sistema Uno y 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 petita participació a Mediaset.

A mitjans del 2016 les accions es reparteixen així: Amber Capital (fons voltor nord-americà), el 19,2%; la família Polanco, el 17% a través de diferents societats; Ghanim Al Hodaifi Al Kuwari (milionari de Qatar), el 8%; Telefónica, el 13%; HSBC Holdings (la filial suïssa del qual ha estat acusada el 2014 per la fiscalia de Brussel·les de frau fiscal, de blanqueig i de constituir una organització criminal), el 9,6%; Roberto Alcántara (empresari mexicà del petroli i el transport), el 9%; La Caixa, el 9%, i Banco Santander, el 4,6%. També tenen accions fons de capital risc com el de Nicolas Berggruen (amb seu al paradís fiscal de les Illes Verges Britàniques) i el nord-americà Silver Point Capital LP (especialitzat en inversions a empreses en situació de risc). Altres entitats bancàries amb accions són el Deutsche Bank, la Société Générale, la Unió de Bancs Suïssos, el nordamericà Morgan-Stanley i l'andorrà Andbank. Prisa té un centenar d'accionistes, una atomització que ha permès fins ara a Juan Luis Cebrián mantenir el control de la gestió.

» 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 de la productora audiovisual Telecinco Cinema. Des del maig de 2015 té el 40% de la tele catalana 8-TV.

El principal accionista és Fininvest, el grup financer de Berlusconi, amb el 17,16%. També tenen accions els bancs, empreses financeres i fons d'inversió següents: 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 Irene Revoredo, és accionista del Banco Popular.

» Vocento

En premsa diària el grup té *Abc*, *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El Diario Montañés* (Cantàbria), *La Verdad* (Múrcia), *Ideal* (Andalucía), *Diario Sur* (Andalucía), *La Rioja* (La Rioja), *El Norte de Castilla* (Castella i Lleó), *El Comercio* (Astúries), *Las Provincias* (País Valencià) i *La Voz de Cádiz* (Cadis). En revistes, *Inversión & Finanzas* i els suplementes *XL Semanal*, *Mujer Hoy*, *TV Más* i *Mi Cartera de Inversión*. 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 té Pantalla Digital, que controla el 55% de la Sociedad Gestora de Televisión Net TV, i té acords d'associació amb Disney Channel; a més, el grup és propietari o participa en teles locals d'Aragó, Astúries, La Rioja i el País Basc i en la xarxa de televisions locals del Grup COPE (Popular TV).

El Grupo Vocento (resultat de la fusió 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, exdirector general del BBVA i copresident de Cepsa, i entre els consellers destaquen Rodrigo Echenique (conseller i accionista del Banco Santander), Carlos Delclaux (exdirectiu del BBVA), Gonzalo Urquijo (president d'Arcelor i d'UNESID i conseller de Fetiberia) i Fernando de Yarza (procedent de Telefónica).

» Planeta Corporación

És el desé 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 100 segells editorials i un catàleg de 15.000 autors. 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 i ensenyament a distància (Deusto Formación, CEAC, EAE Business School, Universidad Internacional de Valencia, UNIBA, Online Business School i l'escola de negocis francesa ESLSCA). En el món de la comunicació Planeta es accionista de referència del diari La Razón i d'Atresmedia, que aglutina els canals de TV Antena 3, La Sexta, Neox, Nova i Mega; les emissores de ràdio Onda Cero, Europa FM i Melodía FM; productores de cine i televisió; portals de TV i cine online, i empreses de publicitat multimèdia. També és accionista (el 5,7%) de l'empresa editora d'El Periódico, per mitjà d'una sicav. 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 (la família n'és accionista) i havia sigut membre dels consells del BBVA i de la Fira de Barcelona. A través 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, i Pedro Ramón Cajal, conseller del Banco Renta 4. Les empreses del grup sumen prop de 5.000 empleats directes.

7.2. Altres grups de comunicació

» 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*, *Marca motor* i *Siete leguas*, i propietària de *Radio Marca*. És propietat del grup italià RCS (Rizzoli Corriere della Sera), que està en mans dels bancs Mediobanca i Intesa Sanpaolo.

- » Grupo Godó, editora dels diaris *La Vanguardia* i *El Mundo Deportivo* i accionista de referència dels canals de ràdio RAC-1 i RAC-105 i dels canals de televisió 8-TV i RAC-105 TV. Edita també 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 concedir al Grupo Godó crèdits, pòlisses i avals per valor de 50 milions d'euros.
- » Grupo Zeta, editora dels diaris *El Periódico de Catalunya*, *Sport*, *El Periódico de Aragón*, *El Periódico de Extremadura*, *Mediterráneo*, *Diario Córdoba*, *La Crónica de Badajoz* i *Diario La Grada*, i de les revistes *Interviú*, *Tiempo*, *Primera línea*, *Viajar*, *Woman*, *Autohebedo Sport*, *Cuore*, *Digital Camera* i *Stilo*. Compta amb Ediciones B, 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. El grup, propietat de la família Asensio, va aconseguir el 2015 renegociar amb La Caixa i altres bancs un deute de 120 milions d'euros. El conseller delegat, Agustí Cordón, exdirectiu de multinacionals del consum i exdirector general de la Fira de Barcelona, és un home de La Caixa.
- » Hermes Comunicación, editora d'*El Punt-Avui*. El president és Joaquim Vidal Perpinyà, propietari de TV Girona i dels supermercats Valvi, actualment lligats als supermercats SPAR. Vidal és militant de CDC (ara, del PDeCat). Va ser alcalde de Sant Gregori

(1983-1995) i senador per Girona (1996-2000).

- » Prensa Periódica 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, exvicepresident 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. Al consell de l'*Ara* també hi ha Salvador García Ruiz, que ha tingut responsabilitats a Goldman Sachs y Caixa Manresa. Al consell editorial hi ha Víctor Font, director general de l'empresa d'inversions Delta Partners. Un dels principals accionistes i impulsors del diari és la família Carulla, propietària del grup Agrolimen. Això explica que l'*Ara* no hagi publicat la notícia que Lluís Carulla ha hagut de pagar una multa de 9,4 milloens per frau fiscal.

8. Els ajuts de les administracions

Els mitjans viuen no només dels bancs i de les grans empreses, sinó també dels ajuts de les administracions, de la publicitat institucional, de les subvencions estructurals pel català i de les subscripcions.

8.1. La publicitat institucional

Entre 2005 i 2015 la Generalitat va gastar 241 milions en publicitat als mitjans, amb canvis notables en funció de l'any: el 2015, any electoral, la despesa del Govern de Mas va ser de 31 milions. I entre 2012 i 2015, l'Ajuntament de BCN va destinar a publicitat 55,5 milions. La publicitat la distribueixen mitja dotzena d'empreses homologades (centrals o agències de mitjans), que opten per concurs a cada campanya i que tenen una gran autonomia per fixar els criteris de repartiment. En el cas de la Generalitat, a les quantitats citades s'han d'afegir les subvencions

estructurals per l'ús del català i les subscripcions. Les xifres que s'indiquen no inclouen les despeses dels organismes, consorcis, empreses o entitats vinculats o que depenen de les dues administracions, com la Fira de Barcelona, ni les d'altres administracions (diputacions, AMB, etc.).

Els ajuts de les administracions a la premsa estan inflats i són anacrònics si considerem les audiències reals: d'una penetració del 41,1% el 2005 de la premsa *offline* s'ha passat al 27,4% el maig de 2016, mentre les edicions *online* han passat del 19,7% al 69% en el mateix període (dades del conjunt d'Espanya). I hi ha exemples que mostren decisions esbiaxades: el 2015, el digital pur que més ajuts va rebre de l'Ajuntament de BCN va ser *Via Empresa* (47.789 euros).

- » La despesa de la Generalitat en publicitat el 2015 per grups de comunicació: 31 milions d'euros (proporcionalment, molt més que el Govern central: 169,4 milions).
 - Godó: 6.223.410.
 - Zeta: 3.815.079.
 - CCMA: 3.194. 616.
 - Hermes (*El Punt-Avui*): 3.095.500.
 - EPP Ara: 2.122.949.
 - Prisa: 654.596.
 - Flaix: 631.940.
- » La despesa de la Generalitat en publicitat per mitjans d'àmbit català el 2015:
 - *El Periódico*: 3.566.997.
 - TV-3: 2.897.777.
 - *El Punt-Avui*: 2.464.518.
 - *La Vanguardia*: 2.312.404.
 - Ara: 2.122.949.
 - 8TV: 1.787.435.
 - RAC-1: 1.456.601.
 - *El Punt TV*: 630.982.
 - RAC-105: 496.556.
 - Flaix: 341.019.
 - Catalunya Ràdio: 296.839.
 - Flaixbac: 290.000.
- » La despesa de la Generalitat en publicitat a la premsa comarcal el 2015:

- *Diari de Tarragona*: 230.000.
- Segre: 200.000.
- *Diari de Girona*: 182.000.
- Regió 7: 135.600.
- *El 9 Nou*: 128.000.
- *La Mañana*: 93.800.

- » La despesa de l'Ajuntament de BCN en publicitat el 2015: 14,7 milions (proporcionalment, més que la Generalitat). L'any 2016 no passarà de 10 milions i s'anirà reduint progressivament.
 - Premsa diària: 6,7 (45,6%).
 - Internet: 3,2% (21,7%).
 - Revistes: 1,4 (9,6%).
 - Ràdios: 1,2 (8,3%).
 - Teles: 1,1 (7,6%).

- » La despesa de l'Ajuntament de BCN per grups:
 - Godó: 4.221.058.
 - Zeta: 2.683.294.
 - CCMA: 1.154. 288.
 - EPP Ara: 441.897.

- » La despesa de l'Ajuntament de BCN per mitjans:
 - *La Vanguardia*: 3.538.332.
 - *El Periódico*: 2.633.080.
 - TV-3: 892.954.
 - RAC-1: 485.004.
 - Ara: 441.897.
 - 20 Minutos: 303.692.
 - *El Punt-Avui*: 189.842.
 - Catalunya Ràdio: 163.061.
 - SER: 153.303.
 - *El País*: 99.200.
 - Abc: 53.700.
 - *El Mundo Deportivo*: 50.000.

8.2. Les subvencions pel català i les subscripcions

- » La despesa de la Generalitat en subvencions estructurals a la premsa diària per l'ús del català i subscripcions el 2015:
 - *La Vanguardia*: 950.000.
 - *El Periódico*: 625.000.
 - Ara: 690.000.

– *El Punt-Avui*: 715.000.

» Despesa de la Generalitat en publicitat i subvencions estructurals (les xifres indiquen aquest ordre) als digitals en català el 2015:

– *Nació Digital*: 150.000 + 205.000.

– *Vilaweb*: 180.000 + 137.000.

– *El Singular / El Món*: 100.000 + 40.000.

– *E-notícies*: 72.000 + 30.100.

– *Directe*: 28.300.

» Despesa de la Generalitat en subscripcions i subvencions estructurals (les xifres indiquen

aquests ordre) a la premsa comarcal el 2015:

– *Diari de Tarragona*: 20.600 + 0.

– *Segre*: 20.400 + 165.000.

– *Diari de Girona*: 22.400 + 181.000.

– *Regió 7*: 17.700 + 171.000.

– *El 9 Nou*: 0 + 94.000.

– *La Mañana*: 11.000 + 0.