

# 20 minutos

ANDALUCÍA VIERNES, 25 DE ENERO DE 2019. AÑO XX, Nº 4328  
www.20minutos.es



**EL BETIS COGE LIGERA VENTAJA EN BARCELONA**

Un gol de Sanabria a la contra permitió al Betis empatar en campo del Espanyol (1-1) y llegar al partido de vuelta en casa con ligera ventaja. **PÁGINA 12**

**NADAL, A LA FINAL DE AUSTRALIA ARRASANDO**

**PÁGINA 11**

## Más de 21.000 € separan a los barrios con más y menos renta de la región

Según la Agencia Tributaria, la zona más rica de las cuatro ciudades más pobladas es la Malagueta, en Málaga; y la más pobre, Sector Sur, en Córdoba. **PÁGINA 2**

**El TS divide entre cliente y banco los gastos hipotecarios**

**PÁGINA 7**

**Bruselas denuncia a España por no proteger Doñana**

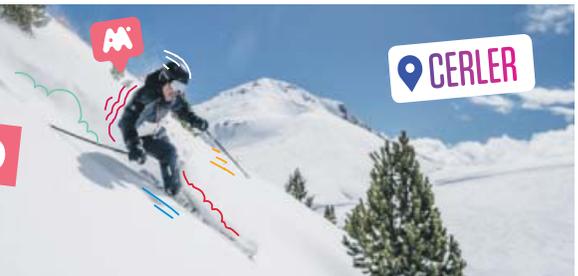
**PÁGINA 8**



**NUESTRO RINCÓN FAVORITO**

[www.viajesaramon.com](http://www.viajesaramon.com)

# 974 49 82 82



# Cúpula militar y jueces apoyan a Maduro frente al golpe

**PEDRO SÁNCHEZ** no respalda expresamente a Guaidó, aunque aplaude su «coraje»  
**AL MENOS 26 MUERTOS** es el balance de las protestas; Rusia avisa de un «baño de sangre»

**PÁGINAS 4 Y 6**

«  
FOGONAZOS  
RAÚL  
RODRÍGUEZ



**Democracia.**

Putin, que para estas cosas es pelín bruto, ha predicho «un baño de sangre» en Venezuela, donde Juan Guaidó se ha autoproclamado presidente citando varios artículos constitucionales que, ante la ausencia de poder, obligan a convocar elecciones. Tome nota, señor Guaidó, y que Putin se quede con las ganas y sin baño. ●



**HORAS DECISIVAS  
LLANTO Y  
VIGILIA  
POR JULEN**

Totalán arropó ayer a los padres mientras la Brigada Minera comenzó a excavar la galería horizontal para tratar de llegar hoy al niño. **PÁGINA 7**

NO8DO  
AYUNTAMIENTO  
DE SEVILLA

52.000 personas mueren cada año en España a causa de la inactividad física

PRACTICA GO fit



Ejercicio



Nutrición



Descanso



Motivación

[practica.go-fit.es](http://practica.go-fit.es)

GO fit

VIVE MÁS Y MEJOR

DESDE  
**27,70€**/MES  
ABONO ANUAL  
FAMILIAR  
POR PERSONA  
INCLUYE 2 MESES GRATIS

## ANDALUCÍA

# Más de 21.000 euros de diferencia entre los barrios con más y menos renta

**LA AGENCIA TRIBUTARIA** analiza los ingresos medios de las ciudades más pobladas de la región

**EL MÁS RICO** es el de la Malagueta y Monte Sancha, en Málaga, con una renta media de 36.001 euros

**SECTOR SUR** y Polígono del Guadalquivir, en Córdoba, están en el extremo opuesto, con 14.730 euros

**EN SEVILLA**, el más rico es el centro y zonas de Nervión; y en Granada, La Magdalena y la plaza de Gracia

**B. RODRÍGUEZ**

beatriz.rodriguez@20minutos.es / @Bbitrix

Andalucía vuelve a situarse a la cola de España, en esta ocasión, en lo que a renta se refiere. Así lo refleja la estadística de IRPF por códigos postales que ha publicado la Agencia Tributaria, en la que se recogen datos correspondientes a 2016 de los barrios de municipios con más de 200.000 habitantes, más de 100.000 declaraciones presentadas o una renta bruta agregada de más de 2.200 millones de euros.

Según este informe, la comunidad andaluza registró en el periodo analizado una renta disponible media de 18.376 euros, por los 21.367 de media nacional y los 27.288 de

Madrid, la comunidad con el dato más elevado. Fue la tercera región con la renta más baja, solo por detrás de Castilla-La Mancha (18.202) y Extremadura (16.562).

Las diferencias entre unas zonas y otras no se producen exclusivamente a nivel nacional, sino que también se aprecian dentro de la propia región y entre los barrios de las diferentes capitales más pobladas de Andalucía —Sevilla, Málaga, Córdoba y Granada—.

Los barrios más ricos de estas cuatro ciudades son la Malagueta y Monte Sancha, en Málaga, con una renta media disponible de 36.001 euros, lo que supone 21.271 euros más (2,5 veces más) que lo registrado en el barrio con

menos recursos, el Sector Sur-Polígono del Guadalquivir, de Córdoba, con 14.730 euros.

**SEVILLA**

La ciudad de Sevilla tiene una renta media disponible de 22.822 euros, según los datos de IRPF. Los barrios más ricos son los correspondientes al código postal 41004, que incluye calles de Casco Anti-

guo-Este-Nervión-Sur, con una renta media de 32.954 euros. Esta cifra supone algo más del doble que la registrada en los barrios con menos recursos, los ubicados en Bellavista-La Palmera-Cerro-Amate-Este (C. P. 41016).

**MÁLAGA**

Málaga destaca por ser, de entre las cuatro principales ca-

pitales de provincia andaluzas, la que presenta la mayor diferencia entre las zonas más ricas y las más pobres. Con una renta media de 36.001 euros se encuentran los barrios de la Malagueta y Monte Sancha (C. P. 29016), mientras que los menos afortunados tienen una renta de 15.980 euros, es decir, 20.021 euros de diferencia. Estos últimos son los de Campanillas y Puerto La Torre (C. P. 29591). La ciudad tiene una renta media disponible de 20.980 euros.

**GRANADA**

La capital nazarí cuenta con la renta media más alta de las ciudades más pobladas de la comunidad, con 22.856 euros. Pero, al contrario de lo que sucede en Málaga, en Granada se registran las menores diferencias entre un área y otra. La zona del centro con el código postal 18002 (La Magdalena y la plaza de Gracia) tiene unos ingresos medios de 26.909 euros, por los 17.029 de Norte-Beiro (C. P. 18011). La diferencia es de 9.880 euros, es decir, 1,5 veces más la primera zona que la segunda.

**CÓRDOBA**

Los 20.590 euros de renta media disponibles de la ciudad de Córdoba sitúan a esta como la más pobre de las cuatro más pobladas. En cuanto a sus barrios, El Brillante-Quitapesares (C. P. 14012) registra unos ingresos medios de 29.520 euros, lo que lo sitúa en cabeza. En el otro extremo se encuentra el Sector Sur-Polígono del Guadalquivir (C. P. 14013), con 14.730 euros. ●

## Susana Díaz defiende una consejería de Turismo independiente

La expresidenta de la Junta, Susana Díaz, defendió ayer que las competencias de Turismo deben tener «un papel preferente y una consejería nítida de promoción de Andalucía», y no estar «dentro de un revuelo de consejerías», con relación al macrodepartamento dirigido por Juan Marín (Cs), que gestiona, además de Turismo, Vicepresidencia, Regeneración, Justicia y Administración Local.

Aunque la socialista dijo respetar el diseño del nuevo Ejecutivo del popular Juanma Moreno, añadió, en el marco de Fitur, que el turismo es «una parte muy importante de la riqueza» de la comunidad, donde «hay mucho empleo y tiene que seguir creciendo».

Díaz se refirió también a la polémica por el artículo de la consejera de Igualdad, Rocio Ruiz, en el que criticaba hace cinco años la Semana Santa. «Soy cofrade, me encanta la Semana Santa», aseguró la secretaria general del PSOE-A, que señaló que esta celebración, además de una manifestación religiosa, es también «una de las fortalezas turísticas» que tiene Andalucía, que genera «riqueza y mucho empleo». ● R. A.

## La Moraleja, el más rico de España

●●● El barrio de La Moraleja, en Alcobendas (Madrid), es el que registra la mayor renta por contribuyente en España, con 113.642 euros. Y multiplica por ocho la del barrio con menos ingresos disponibles, el de Carrús-Plaza Barcelona, en Elche, que registra una renta media disponible de 13.286 euros. Entre los más ricos, figuran también el de Vallvidera-Tibidado i Les Planes (Barcelona) y Somosaguas-Humera (Madrid). Y entre los más pobres, Altamira-El Toscar (Elche) y Garrapilos (Jerez de la Frontera).

## La gripe sigue su ascenso y se dan ya 98 casos por cada 100.000 habitantes

La actividad gripal se mantiene en ascenso en Andalucía, de manera que en la tercera semana de enero el número de casos se situó en los 98,4 por cada 100.000 habitantes, frente los 45,4 de la semana anterior, aunque el nivel de intensidad sigue siendo bajo. Así lo reflejan los datos de la Red Nacional de Vigilancia Epidemiológica del Instituto de Salud Carlos III, que determinan que en España se registran ya 205,3 casos de gripe por cada 100.000 habitantes, frente a los 109,4 de la semana anterior. La tasa acumulada de hospitalización a nivel nacional desde el inicio de la temporada es de 9,7 casos por cada 100.000 habitantes, con la mayor proporción entre mayores de 64 años (56%). ● R. A.

20"

## Absueltos los acusados de dar perros y gatos vivos a su pitón

Un juzgado de Granada ha absuelto de un delito de maltrato animal a un hombre y a una mujer acusados de alimentar a una pitón con cachorros de perros y gatos vivos. Según la sentencia, aunque hay una foto en la que se aprecia a la pitón «aplustando un cachorro de perro para su consumo», no queda acreditado que el perro estuviera vivo.

## El TSJA pide refuerzos en Campo de Gibraltar

El presidente del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía (TSJA), Lorenzo del Río, alertó ayer en Algeciras (Cádiz) de la necesidad de un refuerzo judicial en el Campo de Gibraltar para compensar el incremento de casos de narcotráfico tras el refuerzo policial de los últimos meses.



Gaspar Zarrías, a su llegada a los juzgados de Sevilla al inicio del juicio de los ERE. ARCHIVO / EFE

## HISTORIAS CON FOTO

## Gaspar Zarrías demanda a la Junta por no abonarle su defensa

El exconsejero de Presidencia y exvicepresidente de la Junta Gaspar Zarrías ha demandado a la Junta ante el TSJA por no reconocerle su derecho a que se le reintegre en su totalidad el importe de las minutas de honorarios profesionales de su defensa durante el juicio de los ERE, que ya ha quedado visto para sentencia. Zarrías, procesado por un presunto delito de prevaricación, se enfrenta a diez años de inhabilitación. Mientras, el exchófer de Francisco Javier Guerrero ha entrado en prisión para cumplir 20 meses, al no poder pagar la multa de 660.000 euros que le impuso el juez. ●

## SONDEO METROSCOPIA HUELGA DEL TAXI

# Más apoyo al taxi en la izquierda que en la derecha

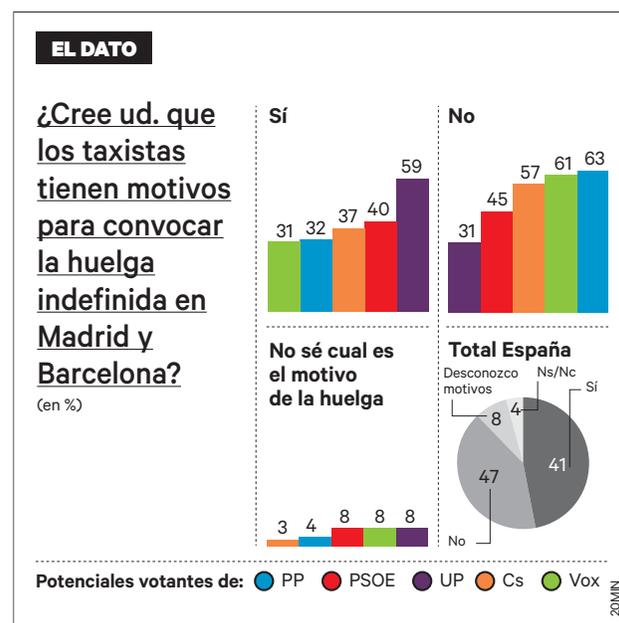
El 59% de los afines a Unidos Podemos ve motivos para la huelga. Entre los españoles, un 47% cree que no los hay, frente a un 41% que sí

FCO. PELAYO  
actualidad@20minutos.es / @20m

La huelga indefinida de estos días convocada por los taxistas en Madrid y Barcelona reclamando una regulación para los vehículos de transporte con conductor (VTC) ha generado gran debate en la sociedad española por la repercusión social y económica que tiene el sector. Según un sondeo realizado por Metroscopia para **20minutos**, entre los

españoles hay división de opiniones sobre si el sector del taxi ha tenido motivos para convocar los paros en las dos principales ciudades de nuestro país, aunque este colectivo recibe más apoyo y comprensión por parte de votantes de los partidos de izquierda, como PSOE y Unidos Podemos, que de votantes y potenciales votantes de formaciones de derecha, como PP, Ciudadanos y Vox.

En concreto, el 47% de los españoles cree que los taxistas no tienen motivos para convocar la huelga, frente al 41% que opina que sus reivindicaciones son legítimas. Hay un 8% que ha declarado que desconoce los argumentos para convocarla. El 4% restante no sabe o no contesta.



En función de su orientación política, los votantes de izquierda apoyan más la decisión de los taxistas. Los que más aseguran que los conductores de taxi tienen motivos para realizar los paros son las personas que se declaran más cercanas a Unidos Podemos. El 59% de los votantes de la formación que encabeza Pablo Iglesias está con el taxi, frente al 31% que se muestra contrario. Estos datos concuer-

dan con el apoyo que el partido le ha dado al sector.

De hecho, el miércoles, su portavoz en el Congreso, Irene Montero, defendió a los taxistas frente a las VTC, a las que se refirió como «buitres financieros» que acumulan licencias, en referencia a las multinacionales Uber y Cabify, que dominan el negocio. No es mayoritario el apoyo entre partidarios del PSOE, aunque su porcentaje es

mayor que el de cualquier partido de derechas. Así, el 40% de los socialistas cree que los taxistas sí tienen razones para ir a la huelga, mientras que el 45% piensa que no. En este asunto, el Gobierno de Pedro Sánchez se ha ofrecido a mediar, dejando claro que la competencia para regular el transporte urbano es local, como dijo el ministro de Fomento, José Luis Ábalos.

Entre los votantes y potenciales votantes de los partidos ubicados a la derecha es mayoritaria la opinión de que el sector del taxi no tiene motivos para convocar los paros. El mayor porcentaje en contra llega de afines del PP: el 63%, frente al 32%. Precisamente, el presidente de la Comunidad de Madrid, Ángel Garrido, apeló a la libertad de los madrileños para elegir medio de transporte y no ceder ante todas las pretensiones de los taxistas. «No estoy dispuesto a legislar para acabar con las VTC», afirmó el dirigente popular sobre el tiempo mínimo de precontratación que quieren incluir en la ley los taxistas madrileños y que sí han logrado los catalanes en su negociación con el Govern.

Por detrás de los del PP, son los potenciales votantes de Vox los que menos entienden las causas

## Más huelga en Madrid; tregua en Barcelona

●●● La 4.ª jornada de paro de los taxistas madrileños, atrincherados en Ifema, dejaba anoche un saldo de 14 heridos leves y 2 detenidos. Imagen diferente en la Gran Vía de Barcelona, que amaneció ayer despejada de taxis, mientras los VTC volvieron a la Diagonal para pedir la dimisión del conseller de Territori, Damià Calvet, tras su pacto con los taxistas.

de las movilizaciones: el 61%; frente al 31% que sí lo hace. Desde la formación de Santiago Abascal han apostado por una liberalización del sector del taxi compensando primero económicamente a los taxistas.

De los votantes de Cs, el 57% opina que el taxi no tiene razones de peso para protestar contra las VTC, frente al 37% que difiere. Su líder, Albert Rivera, también es partidario de la libertad de elección «Formo parte de esos locos que creen que los ciudadanos pueden elegir cómo comprar, cómo consumir cultura o cómo transportarse». ●

“Para tener una carrera sólida, hay que tener un pensamiento flexible”

**Natalia Lara.**

Beca de Doctorados Industriales de la Comunidad de Madrid 2017.  
Doctoranda en Ciencias de la Educación de la UCJC.

En la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad Camilo José Cela **creemos en la flexibilidad como uno de los pilares de la excelencia académica. Por eso acompañamos a cada alumno en la consecución de sus propios objetivos.**

Creemos que tu éxito es un trabajo conjunto, y no dejamos de evolucionar para cumplir nuestra parte. **Ahora, plantéate la tuya: ¿Qué es lo que realmente quieres hacer?**

**CUANDO NO QUIERES HACER LO DE SIEMPRE, ACABAS HACIENDO ALGO AUTÉNTICO.**

Universidad  
Camilo José Cela

Escuela Internacional de Doctorado  
y Programas de Postgrado.

www.ucjc.edu



# CRISIS EN VENEZUELA DESAFÍO AL CHAVISMO

#Venezuela

## El Ejército blindado a Maduro mientras la UE se inclina por legitimar a Guaidó

**APOYO INTERNO** Los altos mandos militares y los jueces respaldan al chavismo y hablan de «golpe de Estado»

**ESPAÑA** Sánchez apoya el periodo transitorio en el país hacia la convocatoria de elecciones

E. O.  
actualidad@20minutos.es / @20m

«Estamos ante un golpe de Estado». Ese fue el mensaje lanzado por los altos mandos militares de Venezuela para mostrar su apoyo a Nicolás Maduro. No reconocen a Juan Guaidó como presidente del país y califican a la oposición de «violenta». El ministro de Defensa, Vladimir Padrino, acusó a «factores desquiciados» de la oposición venezolana de querer «irrupir de una manera violenta, esquizofrénica» al intentar propiciar lo que para él es un gobierno de facto que, auguró, «no va a salir victorioso». Acompañado por otros militares de alto rango, Padrino advirtió que no va a tolerar «actos terroristas».

Además del respaldo militar, Nicolás Maduro buscó también ayer el apoyo de los jueces. El líder chavista acudió a la sede del Supremo, donde el magistrado Juan José Mendoza, presidente de la Sala Constitucional, exhortó a la Fiscalía a «tomar medidas» de «manera inmediata» ante la «conducta delictiva»

de la Asamblea Nacional, controlada por la oposición y presidida por el propio Guaidó, y que no reconoce a Maduro como presidente. El propio Maduro se defendió culpando de la situación al «intervencionismo» de Estados Unidos. «El Gobierno sigue gobernando y protegiendo a los venezolanos», sostuvo, y agradeció el apoyo de Vladimir Putin. Además, avisó de que el movimiento de la oposición podría ser tomado como «un chiste» si no fuera «peligroso».

El presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, siguió los acontecimientos desde Davos. El jefe del Ejecutivo charló con Guaidó y le trasladó el mensaje de que unas elecciones democráticas y transparentes son la salida «idónea y natural» a la crisis. En esa conversación, Sánchez le preguntó al líder opositor por sus planteamientos y le comunicó el apoyo a la Asamblea Nacional, según explicaron desde Moncloa. Además, Sánchez reconoció el «coraje» de Guaidó. Eso sí, no le reconoció



El ministro de Defensa venezolano, Vladimir Padrino (centro), en rueda de prensa. MIGUEL GUTIÉRREZ / EFE

explícitamente como presidente porque quiere esperar a la respuesta unitaria europea.

Desde Bruselas el discurso sí fue mucho más rotundo. «El presidente Juan Guaidó es el único interlocutor institucional en Venezuela, porque es el que tiene la legitimidad democrática», sentenció el presidente del Parlamento Europeo, Antonio Tajani, en un comunicado. Asimismo, la Eurocámara confirmó que celebrará en la sesión plenaria de la próxima semana un debate sobre la situación en Venezuela y aprobará una resolución de urgencia. Será la novena resolución sobre el país

### La posición común de la UE, sin fecha

●●● El Gobierno se ciñe al comunicado de la UE que reconoce la legitimidad de la Asamblea Nacional y pide elecciones. Pero las posturas más explícitas de Londres o París en favor de Juan Guaidó podrían obligar a un nuevo pronunciamiento, aún sin fecha. Si no antes de forma extraordinaria, los ministros de Exteriores tendrán una reunión informal en Bucarest el 31 de enero.

desde el principio de la legislatura en la Eurocámara, que en 2017 otorgó su premio Sájarov a la oposición venezolana con el apoyo principalmente de populares y liberales europeos.

La Comisión Europea, por su parte, adoptó una posición algo más tibia. «Por principio, no reconocemos gobiernos, sino a los países», indicó la portavoz comunitaria Maja Kocijancic en rueda de prensa. Sobre esto, la alta representante de la UE para la Política Exterior, Federica Mogherini, mostró, en nombre de todos los estados miembros de la Unión, «total apoyo» a la Asamblea Nacional. ●

20MINUTOS CON...

**Lester Toledo**  
«Esto es el fin del chavismo, no tengo ninguna duda»



Lester Toledo es el portavoz internacional del Frente Amplio de Venezuela, partido de Juan Guaidó

Lester Toledo es una de las voces más autorizadas dentro de la oposición venezolana, y atiende a 20minutos después de los acontecimientos ocurridos estos días en el país.

**¿Cómo definiría la situación en Venezuela?** Pues Venezuela vive la mayor crisis social y económica de su historia, pero también política. Se ha llegado a este punto porque el Gobierno chavista no convocó elecciones en un clima democrático durante 2018, y el movimiento del presidente Guaidó ha consistido en asumir el mandato de la ciudadanía como jefe de la Asamblea Nacional.

**¿Estamos ante el fin del chavismo?** Sí, no tengo ninguna duda. Y eso lo vemos en la huida hacia delante que ha iniciado Maduro

ro. Ha decidido enfrentarse con Estados Unidos y no tiene al pueblo de su lado.

**¿Qué les diría a los que lo tildan de golpe de Estado?** El golpe de Estado es el que dio Maduro el pasado 11 de enero. Estamos ante un usurpador que no ha recibido ningún mandato democrático.

**¿Temen una posible reacción violenta por parte de Maduro?** Ya hubo reacción violenta. Este miércoles hubo 20 muertos, y sorprende que no se dé tanta importancia entre la lluvia de noticias que está habiendo. Maduro cuenta con el respaldo de una policía corrupta.

**¿Tendrá Venezuela una transición pacífica?** Esa es nuestra intención. Venezuela es un pueblo pacífico. En esa transición

caben todos. El presidente Guaidó y la Asamblea aprobaron hace días el decreto para el perdón de la Policía y de los militares, y también incluimos a Maduro y a su familia. Pero para eso tiene que haber voluntad de diálogo.

**¿Qué opina del respaldo internacional a Guaidó?** Agradecemos a quienes se han posicionado del lado de la democracia, pero extendemos ese llamamiento a la UE. Necesitamos que se coloque de forma clara de nuestro lado. Solo así será posible el cambio en Venezuela.

**¿Y en el caso de España?** Decimos a Sánchez que no se puede andar con medias tintas; hay que posicionarse con el mandato democrático o con el Gobierno ilegítimo de Maduro. ● E. O.

### CRONOLOGÍA

#### Casi dos años de conflicto

● **6 de diciembre de 2015.** Hito histórico en la Asamblea Nacional. La oposición consigue 112 escaños de los 167 disponibles en el Parlamento. Esto no ocurría desde 1995.

● **1 de mayo de 2017.** Nicolás Maduro convoca elecciones a una Asamblea Constituyente que, sin ser reconocida por la comunidad internacional, el presidente reivindica como el único órgano legislativo legítimo en Venezuela.

● **20 de mayo de 2018.** Maduro reivindica un nuevo triunfo electoral. Gana las presidenciales para el periodo 2019-



2025. La oposición considera que los comicios son fraudulentos y no reconoce la legitimidad del chavismo, ni participa en las elecciones. La comunidad internacional también da la espalda a Maduro.

● **5 de enero de 2019.** El joven diputado del partido Voluntad Popular, Juan Guaidó, toma posesión como presidente de la Asamblea Nacional. Se convierte de esta manera en la cabeza visible de la oposición, tomando el testigo de Leopoldo López y Henrique Capriles.

● **11 de enero de 2019.** Nicolás Maduro toma posesión como presidente de Venezuela para iniciar su segundo mandato. Frente a eso, la oposición sigue sin reconocerle.

● **23 de enero de 2019.** Juan Guaidó se proclama presidente interino de Venezuela ante la «ilegitimidad» de Maduro. «Es un usurpador», declara. Recibe el respaldo de gran parte de la comunidad internacional.

Precios \*desde\* por persona y estancia en habitación/camarote doble inferior y régimen indicado, válido para determinadas salidas de los periodos publicados (Tourmundial: hasta el 31 de octubre) reservando del 25 de enero al 3 de febrero 2019. Productos con avión incluyen: vuelos en clase turista salida desde Madrid y/o Barcelona, tasas aéreas y traslados. Gastos de gestión (16€ por reserva) no incluidos. Tasas de entrada o salida del país no incluidas (consulta cada tour operador). Servicio Fast Track. Acceso a salas VIP. Traslados exclusivos, atención personalizada al llegar al hotel, consulta condiciones. Cruceros: Tasas de embarque incluidas (salvo indicación contraria). Servicio a bordo y no incluidos (salvo indicación contraria). Todas las promociones publicadas como exclusivas son válidas para nuevas reservas efectuadas entre el 23 de enero y el 3 de febrero de 2019. Hasta 5%/300€ de descuento en tarjeta regalo de El Corte Inglés, aplicable sobre el valor de solo crucero a descontar del precio total de su reserva, excluyendo cualquier otro servicio adicional. Crédito a bordo por camarote. Consulta condiciones específicas de cada promoción, barcos, salidas e itinerarios a los que aplican. Promociones sujetas a disponibilidad. Pago en 3 meses: financiación ofrecida por Financiara El Corte Inglés, E.F.C., S.A. y sujeta a su aprobación. Consulta condiciones y planes de financiación en Viajes El Corte Inglés. Plazas limitadas. Consulta condiciones. C.I.C.MA.59, HERMOSILLA.12 - MADRID



3

Pago en 3 meses

9 días | 7 noches

**Punta Cana**  
**República Dominicana ✕**  
Now Larimar 5\*  
**925€ TI**

Salidas del 15 de septiembre al 15 de octubre  
Producto Jolidey

**Riviera Maya | Mexico ✕**  
Bluebay Grand Esmeralda 5\*  
De Luxe Vista Jardín  
**1.040€ TI**

Salidas del 15 de septiembre al 31 de octubre  
Producto Wamos

**Cayo Santa María | Cuba ✕**  
Valentín Perla Blanca 5\*  
**1.185€ TI**

Salidas del 25 de junio al 24 de septiembre  
Acceso a salas VIP • Traslados exclusivos  
• Pre-Check in en el hotel  
Producto Bitakora

**La Habana | Varadero ✕**  
La Habana: Hotel 4\* AD  
Varadero: Hotel 4\* TI  
**1.040€**

Para determinadas salidas hasta el 31 de octubre  
Producto Tourmundial

**Nueva York | Riviera Maya ✕**  
Nueva York: Hotel 4\* SA  
Riviera Maya: Hotel 5\* TI  
**1.370€**

Para determinadas salidas hasta el 31 de octubre  
Producto Tourmundial

**Nueva York | Punta Cana ✕**  
Nueva York: Hotel 4\* SA  
Punta Cana: Hotel 5\* TI  
**1.470€**

Para determinadas salidas hasta el 31 de octubre  
Producto Tourmundial

### CRUCEROS

**Escapada Caribeña desde Miami**  
Carnival Cruise Line  
Buque Carnival Victory  
5 días | 4 noches **349€**

Salidas 11, 18 y 25 febrero, 11, 18 y 25 marzo, 1, 8, 15 y 22 abril

5% descuento exclusivo • Tasas de embarque incluidas • 5% Tarjeta Regalo

**Bahamas desde Puerto Cañaveral**  
Disney Cruise Line  
Buque Disney Dream  
4 días | 3 noches **657€**

Salidas de febrero a septiembre

Hasta 250€ descuento exclusivo • Tasas de embarque incluidas • Toda la Magia Disney • Bebidas sin alcohol

**Bahamas y Perfect Day at CocoCay desde Miami**  
Royal Caribbean  
Buque Mariner of the Seas SM  
3 o 4 noches **449€**

Salidas de enero a abril

5% tarjeta regalo • Tasas de embarque incluidas • Precios especiales para familias

**Puerto Rico y Antillas desde Fort Lauderdale ✕**  
Celebrity Cruises | Buque Celebrity Edge  
8 días | 7 noches **1.939€**

Salidas de febrero a abril

5% tarjeta regalo • Tasas de embarque incluidas • Vuelos y traslados incluidos

### EXCLUSIVO VIAJES EL CORTE INGLÉS

**Samaná | República Dominicana ✕**  
Grand Bahía Principe El Portillo 5\*  
**1.231€ TI**

Salidas del 30 de junio al 1 de septiembre

Acceso a salas VIP • Traslados exclusivos • Atención personalizada a la llegada al hotel

Producto Soltour

**Riviera Maya | Mexico ✕**  
Grand Bahía Principe Cuba 5\*  
**1.305€ TI**

Salidas del 29 junio al 24 de agosto

Servicio Fast Track • Acceso a salas VIP • Traslados exclusivos • Atención personalizada a la llegada al hotel

Producto Soltour

Posibilidad de contratar vuelos y traslados

902 400 454  
viajeselcorteingles.es



**VIAJES El Corte Inglés**  
Una sonrisa de ida y vuelta

# CRISIS EN VENEZUELA LOS ESCENARIOS ABIERTOS

## #Análisis

# LAS DOS VÍAS DE VENEZUELA: ELECCIONES O REPRESIÓN

Guaidó busca el apoyo militar para convocar comicios en un mes ante una posible respuesta violenta de Maduro

EMILIO ORDIZ

emilio.ordiz@20minutos.es / @EmilioOrdiz

El pulso a Nicolás Maduro es más intenso que nunca por parte de la oposición. Dos semanas después de que el líder chavista iniciara su segundo mandato, el jefe de la Asamblea Nacional, Juan Guaidó, se proclamó presidente interino de Venezuela, elevando así las tensiones en el país. Ese movimiento, respaldado por Estados Unidos, Canadá y buena parte de los países iberoamericanos (salvo México), abre una nueva etapa. Guaidó, considerado el delfín de Leopoldo López, ha desafiado al chavismo respaldado por los miles de personas que se manifestaron estos días en las calles de Caracas. En frente, Maduro avisa de que responderá y desde Miraflores (sede del Gobierno) el mensaje es de resistencia.

El Ejecutivo de Maduro está afrontando el que quizás sea el momento de mayor presión por parte de los opositores. Hay que recordar que, además, Guaidó recibió desde el primer momento el apoyo de la Organización de los Estados Americanos, de la que Venezuela solicitó salir en 2017 —tendría que ser efectiva este mismo año—. De momento, en palabras de la organización, «el reloj se ha parado».

EL PAPEL DEL EJÉRCITO

Es el eje fundamental para el futuro de Venezuela. «Hasta el momento ha sido el garante del régimen de Maduro, y él es en lo que se apoya», explica Carlos Malamud, investigador principal de Elcano, a **20minutos**. Pero la clave no está tanto en ese movimiento de los chavistas, sino en «cómo va a reaccionar el Ejército». Tanto Malamud como Anna Ayuso, investigadora del Cidob, argumentan que «los altos mandos están del lado de Maduro», pero eso no está tan claro con las bases. «Veremos si los soldados rason capaces de ir contra su pueblo», cuenta el experto. Ayuso va más allá: «Ahora mismo la oposición no cuenta con una fuerza comparable, pero hay algunos sectores» que se alinearían con Guaidó «si lo vieran como un buen líder».

NUEVAS ELECCIONES

Es el objetivo primero de Juan Guaidó como presidente transitorio. Se acoge al artículo 233 de la Constitución venezolana, y tendría que convocar elecciones en el plazo de un mes. Pero hacerlo de forma unilateral sería arriesgado. Carlos Malamud aclara: «Es necesario un acuerdo entre el chavismo y la oposición para la celebración de las



presidenciales». Si no se alcanza ese pacto, «el proceso y por tanto los resultados no darían ningún tipo de seguridad».

SIGUIENTES PASOS DE LA OPOSICIÓN

Venezuela vive un choque de legitimidades. «Es una situación atípica», coinciden los analistas, y Malamud añade que «no puede durar mucho tiempo». Anna

Ayuso, por su parte, cree que el error de la oposición puede ser generar «expectativas muy altas», y apunta a la necesidad de organización. «No sé hasta qué punto todo esto está preparado, pero parece que al único al que ha pillado por sorpresa es a Maduro», sentencia. En este sentido, las próximas 72 horas definirán el devenir.

LA IMPORTANCIA DE LA MEDIACIÓN INTERNACIONAL

En un escenario tan abierto, entra en juego la mediación internacional. «Solo una mediación efectiva hará posible el acuerdo entre los bandos», cuenta Carlos Malamud, que además da importancia al hecho de que los sectores «más dialogantes» asuman el liderazgo de las conversaciones. No es tan optimista Ayuso. «Da la sensación de que el paso dado por Guaidó estaba pactado», sostiene. Por eso, el resto de países tendrán que asumir la etiqueta de «protectores». Así, se tornarán importantes los pasos que pueda dar la Unión Europea a la hora de legitimar la decisión de Guaidó. Solo así su jugada podrá salir bien.

## Leopoldo López padre llama a la paz

●●● Leopoldo López, padre del dirigente preso del mismo nombre, ha pedido que un nuevo gobierno democrático «sea capaz de ser tolerante y sea tolerado». El opositor venezolano declaró a **20minutos** que los próximos gobernantes tienen que «ser capaces de arropar» al pueblo que «ha estado desamparado» y destaca que «jamás tienen que ser odiosos» con los que les causaron desgracias. López ve potencial para que el país vuelva a ser un país rico y pueda «olvidar» las revanchas.



LA SITUACIÓN DE VENEZUELA, EN FOTOS

El mundo, atento a los pasos de Guaidó

1 **Concentraciones en Madrid.** Los venezolanos en España se concentraron ayer en el Congreso de los Diputados y en el Senado para respaldar al presidente interino. Estuvieron acompañados por representantes de Cs.

2 **Sánchez habla con Guaidó desde Davos.** El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, charló con Juan Guaidó y valoró su «coraje». En la foto, un momento de la conversación.

3 **Ya van 26 fallecidos en las marchas.** Al cierre de esta edición (23.00 horas) eran 26 los muertos durante las marchas opositoras. En la foto, un cadáver tapado con una manta.



20M.ES/VENEZUELA

La información sobre la crisis política en Venezuela, permanentemente actualizada, en **20minutos.es**

EL LIDERAZGO DE GUAIDÓ

Y es que el propio Juan Guaidó ha asumido un riesgo que otros intentaron antes. Pero para Malamud, juega con una ventaja que no tenía, por ejemplo, Leopoldo López en su momento. «Ha conseguido generar cierta división en el chavismo, y eso es algo que hasta ahora no había ocurrido», comenta. Ayuso cree que el líder opositor «está recluido en alguna embajada» para evitar ser encarcelado; «el Gobierno ya ha avisado de que le tiene preparada una celda», aclara. «Va a tener problemas», pero el apoyo de otros países «le puede sostener». Además, Nicolás Maduro recibe presiones tanto desde el exterior como desde dentro del país, y eso puede dar aire a Guaidó. ●

## TESTIMONIOS

### Venezolanos en España ven el futuro con esperanza



«Guaidó asumió la presidencia al usurpar el cargo Maduro. Siento esperanza por salir de este horror»

PATRICIA ROSAS-GODOY  
Estudiante universitaria



«Esperábamos algún apoyo internacional, pero hemos recibido mucho más apoyo del que estaba previsto»

SALVADOR PIMENTEL  
Director de una ONG



«Tengo mucha emoción, he visto a venezolanos por la calle que no conocía y nos hemos abrazado»

KATHERINE ALVES  
Terapeuta ocupacional



«Se abre una pequeña ventana, al final va a ocurrir, la dictadura va a caer, lo que no sabemos es cuándo»

ÁLEX CANDAL  
Periodista deportivo



«El único cuerpo legítimo que tenemos es la Asamblea de Guaidó, ya que fue el que se eligió democráticamente»

AINOVA LANDER  
Estudiante de comunicación social

#Totalán

# «Ningún minero se queda en la mina, y Julen ahora es un minero»

Los técnicos de Hunosa comenzaron a trabajar ayer en el pozo y si no hay nuevos imprevistos hoy podrían llegar hasta Julen



**LARA MONTOTO**  
ENVIADA ESPECIAL A TOTALÁN (MÁLAGA)  
lara.montoto@20minutos.es / @LarusMG\_12

La fase más crítica del operativo de rescate de Julen arrancó por fin ayer en Totalán. Tras 11 días de incansable trabajo basado en remover la tierra en el Cerro de la Corona (con la finalidad de crear un pozo paralelo al de Julen), ayer entró en vigor un nuevo foco de actuación: el descenso de los ocho efectivos de la Brigada de Salvamento Mineiro de Hunosa a 72 metros bajo tierra para abrir una galería horizontal que dé acceso a la que

contiene al pequeño. «Ya era hora!», se escuchaba comentar a los vecinos de Totalán, que aguardaban impacientes la entrada en escena de los asturianos, quienes se han convertido en una suerte de héroes que se juegan la vida para rescatar «al niño de todos».

El primer descenso se produjo a las 17.33 horas, según confirmaron fuentes de la Subdelegación del Gobierno en Málaga. Pocas horas antes habían terminado los trabajos de acondicionamiento de la plataforma necesarios para acceder al pozo vertical. Para prevenir cualquier riesgo, hay desplegado un dispositivo adicional de 10 guardias civiles (8 especialistas de Montaña y 2 de Actividades Subacuáticas); y 8 bomberos del

Consorcio Provincial. También hay un helicóptero de la Guardia Civil, dotado para volar de manera autónoma, y espacio para otra nave medicalizada.

El trabajo que los asturianos llevan a cabo desde la tarde se ayer se desarrolla de la siguiente manera: bajan de dos en dos, en turnos de 30-45 minutos, según explicó días antes el delegado del Colegio de Ingenieros de Minas del Sur en Málaga, Juan López-Escobar. Van equipados con piquetas mineras por si el material es suelto y, por si no fuera así, también cuentan con martillos neumáticos y otro tipo de herramientas de arranque minero más complejas. El uso de microvoladuras solo se realizará para romper la piedra, pero el excavado horizontal se



Maniobras para colocar la jaula de los mineros en el túnel. EFE

## EL APUNTE

### Vigilia para «dar fuerza» a Julen

Ayer por la tarde también tuvo lugar una vigilia de oración en Totalán para «dar fuerza» a Julen. Se celebró al aire libre, en el mismo sitio donde se convocan las ruedas de prensa para informar de los avances. A ella acudieron los padres del pequeño, que estuvieron arropados por otras 200 personas.

hará a mano, según afirmó el coordinador del operativo, Ángel García Vidal. Además, cargan con bombonas de oxígeno para poder trabajar a 72 metros metros de profundidad. López-Escobar se encargó ayer también de espolear los ánimos. Adecuó el lema de los mineros a la situación: «Ningún minero se queda en la mina, y Julen en estos momentos es un minero». El portavoz de la Guardia Civil, Jorge Martín, aseguró que «hay un gran optimismo en el grupo de rescate para encontrar a Julen».

Si se cumplen los plazos, deberían haber terminado de picar la pasarela esta tarde. ●

## El Supremo avala que los gastos de la hipoteca van a medias

El Tribunal Supremo ha acordado que los gastos de notaría deben dividirse entre el banco y el cliente, una decisión similar a la que ha adoptado para el registro de la hipoteca que en el caso de la inscripción deberá ser abonada por la entidad, y en la cancelación, por el prestatario. El pleno de la sala de lo Civil ha establecido además que es el cliente el que debe abonar el impuesto de Actos Jurídicos Documentados (AJD) en todas aquellas hipotecas suscritas antes de la entrada en vigor del real-decreto aprobado por el Gobierno el pasado noviembre, con lo que rechaza que se aplique con retroactividad. En cinco sentencias conocidas ayer, el Alto Tribunal fija doctrina sobre otras cuestiones relativas a cláusulas abusivas en contratos con consumidores sobre las que aún no se había pronunciado, como la comisión de apertura, la cual entienden que «no es ajena al precio del préstamo» y que solo debe ser controlada a nivel de transparencia. ●

# Enviar a imprenta Final-ok-2-definitivo-3 okok-asd.pdf da el mismo vértigo que asomarse a la planta 37 de Torre Sevilla

Palabra de #SanPublicito

25 de enero 2019. Sevilla.

Día de la mejor profesión del mundo  
en la mejor ciudad del mundo

San Pablo Converso. Día de la Publicidad.

**AEPS**  
ASOCIACIÓN de EMPRESARIOS  
de PUBLICIDAD de SEVILLA

www.aepsevilla.org

## 20MINUTOS CON...

**La portavoz adjunta de Unidos Podemos en el Congreso ve «difícil» la alianza con Más Madrid; Carmena no contará con su apoyo para la Alcaldía**

CLARA PINAR  
clara.pinar@20minutos.es / @Clara\_Pinar

A pesar de la «deslealtad» de Íñigo Errejón, Ione Belarra dice que Podemos trabaja para frenar el precio del alquiler y aprobar los Presupuestos. A nivel interno, se busca candidato o candidata a la Comunidad de Madrid, que no se integrará en Más Madrid, el proyecto «personal» y «secreto» de Errejón.

**¿Cómo ve lo que pasa en Venezuela?** Es gravísimo que Trump, que no respeta los derechos humanos y ni ha apostado por el diálogo, haya reconocido un golpe de Estado. Lo que más me preocupa es que los hijos de Aznar, Casado y Rivera, parece que pretenden seguir los pasos de Trump y que Venezuela se convierta en Irak 2.0.

**¿Nicolás Maduro puede seguir en el poder?** La UE tiene que promover el diálogo y una salida pacífica. Hay una crisis política y económica de primer nivel, pero Trump lleva desde septiembre promoviendo golpes de Estado en Venezuela y finalmente se ha producido.

**¿Íñigo Errejón sigue siendo de Podemos, como él dice?** Hemos vuelto a hablar demasiado de nosotros mismos, por una decisión que tomó Íñigo Errejón en un proyecto político personal, que no comunicó ni a los inscritos ni a la dirección. Estamos trabajando mucho para sacar adelante los Presupuestos. Yo dedico el 100% de mi tiempo a intentar que la vida de los españoles y españolas sea mejor y la mayor parte de Podemos está en eso. Me preocupa que haya personas que se han dedicado

# Ione Belarra «Carmena se ha equivocado embarcándose con Errejón»



ELENA BUENAVISTA

más a pensar en sí mismas y en un proyecto político personal que a trabajar para mejorar la vida de los españoles.

**¿Lo considera una traición?** Lo considero una deslealtad. Me siento parte de un proyecto colectivo, feminista, que tiene que ver con que se toman las decisiones en común. A veces vienen bien dadas, como cuando echamos a Rajoy de la Moncloa, y otras, mal dadas, como cuando le dijimos que no al gobierno de Rivera presidido por Sánchez. Tomar decisiones colectivas nos hace fuertes. Hacerlo de

### BIO

#### Suplente cum laude de Montero

Belarra (Pamplona, 1987) es psicóloga como Irene Montero, a quien suplió en su baja de maternidad. Dice que la echó «mucho de menos» pero pasó la prueba con nota y ganó el premio *Diputada Revelación* de la Asociación de Periodistas Parlamentarios.

manera unilateral pervierte el proyecto de Podemos.

**¿Cómo están los ánimos después de la última semana?** Lo dijo muy bien [el líder de Podemos en la Comunidad de Madrid] Ramón Espinar: ha sido un golpe duro. No pasa nada por reconocerlo. Ha sido un golpe duro para el proyecto pero liderar tiene que ver con la responsabilidad, no con el capricho. Yo me levanto todos los días con el ánimo muy optimista porque creo que estamos siendo más útiles que nunca.

**¿Quién va a encabezar la candidatura de Podemos a las autonómicas madrileñas?** Precisamente porque ha sido un golpe duro es prematuro hablar de nombres. Lo que puedo garantizar es una candidatura de cambio. Podemos ya dijo que no a un Gobierno de Rivera presidido por Sánchez e hizo que Rajoy saliera de la Moncloa. Vamos a hacer posible que el PP también salga de Madrid.

**¿Podemos se integrará en la candidatura de Más Madrid en la Comunidad?** Es difícil porque cuando has construido un proyecto en secreto, cuando has trabajado en un proyecto político que es personal y que no has compartido con tus compañeros de Podemos, no ya con la dirección, sino con los inscritos que te eligieron, has roto muchos puentes y muchas confianzas que son muy difíciles de reconstruir. Lo veo difícil.

**¿Pedirán el voto para Manuela Carmena?** La situación es compleja. Carmena se ha equivocado embarcándose en este proyecto político de Íñigo Errejón. Pero bueno, nosotros nos echamos a un lado en el Ayuntamiento y les deseamos suerte. Es una mala noticia que Carmena, que llegó a la alcaldía impulsada por una ola de ilusión y por actores que nunca se habían puesto de acuerdo, ahora no cuenta con esos apoyos, de Podemos o de IU.

**Las opciones de izquierda a la Asamblea de Madrid han pasado de dos a tres. ¿La fragmentación será perjudicial?** Nosotros no deseábamos esta situación. Esa pregunta hay que hacérsela a Errejón.

**Tras rechazar el decreto de vivienda, ¿ha habido contactos con el Gobierno?** Ayer mismo intenté retomarlos, esperamos tener una pronta respuesta porque la burbuja del alquiler es uno de los problemas más graves de la gente. El Gobierno solo se mueve si le empujas y lo que tiene que ver con los privilegios de bancos, fondos buitre o eléctricas le cuesta mucho.

**¿Cree que va a haber un nuevo decreto?** Estoy convencida de ello. Es la condición para que se aprueben los Presupuestos.

**¿Apoyarlos está en el aire?** Tenemos un acuerdo que ya es intermedio. Hay que cumplirlo íntegro, no basta el 80%.

**¿Cómo pueden no asegurar aún su apoyo y pedírselo a ERC y PDeCAT?** Será una contradicción que tiene que ver con que el Gobierno no tiene una propuesta para España. Quien está impulsando es Podemos, pero desde la oposición, lo cual es difícil. ¿Por qué le cuesta tanto cumplir con el acuerdo? Porque hay poderes que le influyen mu-

«La UE tiene que dar una salida pacífica en Venezuela. Hay crisis política y económica, pero Trump promovió el golpe»

«Cuando has construido un proyecto secreto, has roto una confianza que es difícil de reconstruir»

«Estoy convencida de que habrá un nuevo decreto [sobre el alquiler]»

cho, de la UE y la propia [ministra de Economía] Nadia Calvino, el caballo de Troya de las élites.

**¿Siguen apoyando la protesta del taxi, que ha derivado en altercados con heridos?** Lo mantenemos porque es defender los servicios públicos. Defienden que se cumpla la ley. Exijo a la Generalitat y a la Comunidad de Madrid que se pongan del lado de la gente. Queremos garantizar también las condiciones de los trabajadores de Uber y Cabify, pero las multinacionales nos van a tener enfrente.

## El Supremo acuerda que Rajoy testifique en el juicio del 'procés'

El Tribunal Supremo tiene previsto citar al expresidente del Gobierno Mariano Rajoy como testigo en el juicio contra los 12 líderes soberanistas del *procés*, pero no al *expresidente* de la Generalitat Carles Puigdemont por estar procesado en la misma causa, ni tampoco al rey Felipe VI al estar exento por ley. Fuentes jurídicas han informado de

que el tribunal que preside Manuel Marchena está dispuesto a acceder a la petición planteada por algunas defensas y la acusación popular que ejerce Vox, quienes solicitaron la comparecencia de Rajoy en el juicio.

A falta del auto de admisión de prueba, que está ultimando el tribunal, la intención es citar a Rajoy porque el expresidente

envió una carta a Puigdemont en la que le preguntaba si había declarado o no la independencia de Cataluña, una misiva que fue respondida por el exdirigente catalán, huido actualmente de la Justicia. Las mismas fuentes aseguran que el tribunal cree que existe base suficiente para citar a Rajoy en el juicio, que todo indica que comenzará la

primera semana de febrero, entre el 5 y el 6, porque aparece en el relato de hechos que contienen los escritos de la Fiscalía, la Abogacía y Vox. Se trataría de la segunda vez que el expresidente del Gobierno declara como testigo en un juicio después de haberlo hecho el 26 de julio en 2017, cuando testificó en la vista oral de la Gürtel.

Por otro lado, las defensas habían planteado que Puigdemont —considerado el líder del *procés* junto a Oriol Junqueras— testificara por videoconferencia, como también se planteó

para la secretaria general de ERC, Marta Rovira, a la que el tribunal tampoco citará por ostentar la misma condición que Puigdemont: procesada en la causa y huida de la justicia.

Los nueve dirigentes independentistas que se encuentran en cárceles catalanas de forma preventiva (Junqueras, Turull, Rull, Forn, Romeva, Sánchez, Cuixart, Forcadell y Bassa) serán trasladados a centros penitenciarios de Madrid el próximo martes 29 de enero, según adelantó ayer *elnacional.cat*, para asistir al juicio. ●

## La Comisión Europea lleva a España al TJUE por desproteger Doñana

La Comisión Europea ha decidido llevar a España ante el Tribunal de Justicia de la UE por no haber tomado las medidas necesarias para proteger las masas de agua subterránea que alimentan el humedal de Doñana (Huelva), conforme requiere la legislación europea sobre este recurso recogida en la Directiva 2000/60/CE. Además, España tampoco ha adoptado medidas para evitar el deterioro de los hábitats protegidos en dicho humedal, lo que supone una infracción de la legislación de la UE en materia de protección de la naturaleza, según señaló el Organismo denunciante en un comunicado. ●

20'

### Feijóo pide las mismas competencias que Cataluña y País Vasco

El presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo, criticó ayer la «discriminación» que sufre Galicia y reivindicó que su comunidad tiene el «mismo derecho» que Cataluña y País Vasco a recibir competencias del Estado, ya que el «techo estatutario» y «constitucional» es «el mismo» para estas tres comunidades.

### Torra se iría de Cataluña si no hay independencia

El presidente de la Generalitat, Quim Torra, aseguró ayer que su objetivo es convertir a Cataluña en un país independiente y que si no lo consigue dejará la Presidencia, descartando así presentarse a futuras elecciones. «Si yo llegara a la conclusión de que no puedo llevar a este país a la independencia, yo me marcharía».

### Nuevos datos sobre el ERE de Vodafone

Vodafone mantuvo ayer su plan inicial de despedir a alrededor de 1.200 personas en España en su primer contacto con los sindicatos para negociar el ERE anunciado este mes, el tercero que lleva a cabo en los últimos 6 años. Les ofrecen 32 días por año trabajado.

### Alertan del «aumento de los rumores» sobre los migrantes

El presidente de Cáritas Regional Andalucía, Mariano Pérez de Ayala, señaló ayer la «necesidad» de concienciar sobre la «desinformación» y el aumento de rumores que se están asentando sobre los migrantes.

— Cruceros 2019 —

# B de crucero y viaja a lo grande

B y disfruta de una experiencia increíble a bordo de un crucero y en cada destino.

Te ofrecemos cruceros únicos con itinerarios exclusivos que te harán disfrutar del viaje como nunca, durante todo 2019.

Y si con esto no tienes suficiente, llévate un paquete de bebidas gratis por reserva valorado en 406€.

Ya lo ves, aquí se trata de disfrutar o disfrutar.

#ViajarempiezaconB



## ITINERARIOS Y VUELOS EXCLUSIVOS



Para poder visitar las ciudades más importantes al completo.



## PAQUETE BEBIDAS GRATIS

valorado en 406€

sólo con B the travel brand



## CHEQUE REGALO

de 300€

**Y muchas más ventajas,** Niños gratis. Reserva por 50€. Cancelación sin gastos. Asesor personal a bordo.

**Paga en 3 meses sin intereses TAE 0%,** con nuestra **tarjeta B the travel brand** emitida por **BBVA**. Tarjeta Visa emitida por BBVA y sujeta a criterios de aprobación del banco. Consulta condiciones de financiación. Pago tres meses sin intereses TAE 0%; supuesto que el límite de crédito que se ha dispuesto es de 1.200€, mediante una compra realizada en cualquier agencia de viajes B the travel brand, el importe total a pagar sería de 1.200€ (400 euros cuota/mes).

Promociones válidas reservando hasta el 28 de febrero 2019. Consulte condiciones de estas promociones. Ávoris Retail Division S.L. CIF B07012107 - BAL 005 M/M. C/ José Rover Motta, 27 - 07006 Palma.

ADO



Patrocinador del  
Equipo Olímpico Español

Contáctanos en      

Más de 700 tiendas

[bthetravelbrand.com](http://bthetravelbrand.com)

902 200 400

# B the travel brand

#LluviaYNieve

# Un temporal que remite hoy deja 4 muertos en Asturias

R. A.  
actualidad@20minutos.es / @20m

Cuatro muertos. Cinco heridos leves. Desbordamientos, cortes de carreteras y suspensión de clases. Es el balance que al cierre de esta edición (23.00h) dejaba ayer el temporal de nieve y lluvia que azota a la mitad norte peninsular. La Agencia Estatal de Meteorología (Aemet) prevé una mejoría para hoy y el fin de semana.

Tres de los fallecidos en el Principado, todos ellos varones, perdieron la vida en accidentes de tráfico. Un hombre de 70 años cayó por un desnivel de 50 metros en el vehículo que conducía por el hundimiento de la carretera en Mie-

res. Un desprendimiento fue igualmente la causa de la muerte de otro vecino de 62 años que se encontraba en el interior de un coche en Lloreo. En ese siniestro resultaron heridos otros dos hombres, de 65 y 56 años. Y la intensa niebla fue la responsable del fallecimiento de un conductor de 42 años que se salió de la vía en una pista forestal y se precipitó por un desnivel de unos 500 metros en el concejo de Salas.

La cuarta víctima murió al caer a un río coincidiendo con un episodio de crecidas fluviales. El hombre, de 41 años y vecino de Pena, desapareció al intentar cruzar para comprobar el estado de un prado.

**HERIDOS** Dos hombres en el Principado y tres alumnas de la ESO en Navarra sufrieron lesiones leves

**CANTABRIA** Revilla habla de «una auténtica catástrofe» en la comunidad  
**MEJORÍA** La Aemet rebaja los avisos para hoy, con diez provincias en alerta

En Navarra, el vuelco de un microbús que transportaba a estudiantes a los institutos de la comarca de Pamplona se saldó con tres alumnas heridas. El vehículo se accidentó a causa de la nieve en la NA-150, a la altura de Ibiricu.

En Cantabria, la Unidad Militar de Emergencias (UME) desplazó a 120 efectivos para ayudar al operativo regional que trabajaba en las zonas inundadas, donde las intensas lluvias y el deshielo desbordaron la mayoría de los ríos. La lluvia provocó problemas en centros educativos, como el Leonardo Torres de La Serna de Iguña, que fue desalojado, o el Pero Niño de San Felices, cuya planta baja se anegó y hubo alumnos que no pudieron ir a clase al no circular las rutas.

Ante esa situación, el Gobierno autonómico declaró el nivel uno del plan especial por el riesgo de inundaciones, que dejaron «un panorama como quizá no se ha conocido nunca en Cantabria, una auténtica catástrofe», según afirmó ayer el presidente regional, Miguel Ángel Revilla.

La nieve fue también protagonista en amplias zonas del Pirineo catalán y el aragonés, así como en Castilla y León, donde unos 3.900 alumnos tampoco pudieron llegar hasta sus centros educativos por hielo y nieve en las calzadas.

Para hoy, la Aemet ha rebajado los niveles de avisos y solo

# 3.900

alumnos del Pirineo catalán, el aragonés y de Castilla y León no llegaron ayer a sus colegios

continúan en alerta naranja –riesgo importante– Girona, Mallorca y Menorca. En las tres se prevé mala mar y olas entre los cuatro y los cinco metros. El resto de provincias catalanas, Castellón y las tres aragonesas amanecen en alerta amarilla por viento y temperaturas mínimas. Navarra presenta riego por aludes en el Pirineo. De cara al fin de semana, desde la Aemet estiman oscilaciones y muchos contrastes en los termómetros. «Prepárate para pasar más frío y más calor de lo normal, según zonas y momentos», advierten. ●

## La Fiscalía pide la prisión permanente para Ana Julia Quezada

La Fiscalía de Almería ha solicitado prisión permanente revisable por el delito de asesinato con alevosía para la acusada Ana Julia Quezada, autora confesa de la muerte del pequeño Gabriel Cruz el 27 de febrero de 2018 en Rodalquilar (Almería). El escrito provisional de la calificación del Ministerio Público ha sido remitido al Juzgado de Instrucción número 5 de Almería, previo a la apertura del juicio oral en la Audiencia Provincial ante un tribunal con jurado, según informó la Fiscalía Superior de Andalucía. En dicho texto también formuló la acusación por dos delitos de lesiones psíquicas producidas a los padres y pide 10 años más de prisión y la prohibición de comunicación o aproximación a 1 km durante 30 años. ●

## Revocan una de las 5 condenas a cadena perpetua dictadas en España

El Tribunal Supremo ha revocado la condena de prisión permanente revisable dictada por la Audiencia de Tenerife para un hombre que asesinó con ensañamiento, en 2016, al abuelo de su exnovia en esa ciudad. Alega la aplicación indebida de un agravante. Lo ha hecho en el primer recurso que llegó al Alto Tribunal de una condena de prisión permanente revisable, esta vez del segundo caso en el que en España se aplicó dicha pena y que ahora la Sala Segunda revoca y sustituye por 24 años de cárcel por un delito de asesinato con alevosía y ensañamiento. El Supremo justifica el cambio de criterio en que la Audiencia de Tenerife tuvo en cuenta la vulnerabilidad de la víctima para aplicarle dos agravantes distintas. ●

20"

## El Supremo urge a los delincuentes sexuales a tratarse medicamente

El Tribunal Supremo ha alertado del «peligro» que supone la falta de tratamiento de aquellos delincuentes o potenciales delincuentes sexuales que dicen actuar por un deseo irrefrenable, y les ha instado a que pongan coto a su trastorno con terapias. En España, hay 2.761 personas encarceladas por delitos sexuales, de los que solo 230 (el 8%) participa de forma voluntaria en programas terapéuticos.

## Identificado, tres meses después, el inglés que se ahogó en Coín

La Guardia Civil ha confirmado, tres meses después, que el cadáver hallado en una playa de Casares (Málaga) es el de un ciudadano del Reino Unido que desapareció los días 9 y 10 de octubre tras las intensas lluvias caídas en la localidad malagueña de Coín. El cadáver fue hallado el día 23 de ese mes en avanzado estado de descomposición. Lo identificaron tras cotejar el perfil genético de sus familiares.

### LA FRASE

«Hay que despegarse de suelos pegajosos que frenan las justas aspiraciones de las mujeres»

FERNANDO GRANDE-MARLASKA  
Ministro de Interior



## Piden 15 años de prisión para La Manada de Collado Villalba

La Fiscalía mantiene su petición de 15 años de cárcel para cada uno de los tres acusados de agredir sexualmente en grupo a una joven de 18 años el pasado 13 de marzo de 2015 en Collado Villalba (Madrid). La Fiscalía considera que el testimonio de la víctima, principal prueba de cargo en el caso, es «suficiente, sincero, coherente y emotivo». Así trascendió ayer en la tercera sesión del juicio.

## Evitan la colisión de un barco contra una patera en el Estrecho

Un helicóptero del Servicio Aéreo de la Guardia Civil de servicio en la operación Indalo de la Agencia Europea Frontex evitó ayer que un barco carguero portacontenedores embistiera a una patera en la que viajaban 11 inmigrantes subsaharianos a unas once millas al sur de la punta Camarinal, en el Estrecho de Gibraltar. El helicóptero dio el aviso a la Central Operativa de la Guardia Civil a tiempo.

### EN FOTOS

#### Las consecuencias de las fuertes precipitaciones



JOSÉ LUIS CERREJUDO / EFE

#### Asturias

En la imagen se puede ver el estado en el que quedó el vehículo siniestrado ayer en Lloreo, en el concejo de Laviana, tras un desprendimiento de tierras que causó la muerte a un hombre de 62 años que se encontraba en su interior. Los otros dos ocupantes, de 65 y 56 años, resultaron heridos leves.



INÁKI PORTO / EFE

#### Navarra

Un esquiador realiza una travesía por el camino de Santiago a su paso por el Alto de Ibañeta. La nieve y la lluvia obligaron a cortar carreteras secundarias y desbordaron el río Arga.



ROMÁN G. AGUILERA / EFE

#### Cantabria

La localidad de Santa Cruz de Iguña, inundada tras el desbordamiento del Besaya a causa de las intensas lluvias registradas desde el martes. La crecida de los ríos obligó a evacuar a vecinos.

**20**  
minutos

# ESPECIAL DÍA DE LA PUBLICIDAD

VIERNES, 25 DE ENERO DE 2019



## INNOVACIÓN EN LA CARRERA POR LA AUDIENCIA

### INVERSIÓN PUBLICITARIA

La programática repite como favorita y la voz abre una nueva oportunidad en el mercado

### DESARROLLO DE FORMATOS

Los contenidos y el vídeo, grandes apuestas de la industria para conquistar al público

# PROGRAMÁTICA, VÍDEO Y CONTENIDO: GRANDES FAVORITAS DE LA INDUSTRIA



La publicidad digital es una de las grandes protagonistas este año. La innovación en formatos y la 'data' no dejan de crecer. ARCHIVO

Este año estará marcado por la adaptación de los anunciantes a la nueva regulación de datos. La voz se perfila como una gran oportunidad para el mercado

**M. T.**

Cuando en 1969 el Departamento de Defensa estadounidense desarrolló ARPANET para reforzar sus comunicaciones militares, jamás pensó que estaba creando la herramienta que cambiaría el futuro y a lo que hoy conocemos como internet.

En la actualidad, más de 4.000 millones de personas tienen conexión a la red, o lo que es lo mismo, un 53% de la población mundial, porcentaje que alcanza el 85% entre los españoles. Así lo refleja la plataforma Hootsuite en su estudio *Digital 2018 sobre internet y redes sociales*, en el que se pone el acento en los *smartphones* como los dispositivos más utilizados para acceder a la red, en un 68% del total.

El auge de los altavoces inteligentes como Alexa, la apuesta de Amazon, o el modelo de Google harán que las empresas comiencen a diferenciarse por una identidad de audio única y fácilmente reconocible para el cliente.

Ante este panorama, las marcas han transformado sus estrategias publicitarias, otorgándoles un enfoque digital. Es indudable que el futuro de los anunciantes está en la red y, ante todo, en saber adaptarse a los rápidos

cambios del mercado para mantener la conexión con los potenciales clientes. El crecimiento, que se situará en el total de publicidad en España entre un 1 y un 2%, según Carat, verá en la vertiente *online* su mayor pico.

Como resultado de la actual situación, la publicidad digital se ha convertido en la gran protagonista del sector, evolucionando de su primera versión de *display* básico a la novedosa programática. Los datos de IAB Spain avallan esta tendencia: en 2013, la participación de publicidad programática supuso un 12%, mientras que en 2019 se espera que esta cifra se duplique.

## PROGRAMÁTICA

La publicidad programática o también llamada *Real Time Advertising* (RTA) va ganando protagonismo en el mercado frente a la contratación tradicional de formatos *display*. Mientras la estrategia tradicional utiliza videos y *banners* en la red como anuncios en ventanas emergentes, *hovers* o de contenido, la programática se distingue por utilizar un procedimiento especial. El modelo RTA lleva a cabo una subasta en tiempo real en la que se

### EN CIFRAS

**52%**

del tráfico *online* mundial se realiza desde el móvil

**85%**

de los españoles tiene acceso a la red

**84**

mil millones de dólares se invertirán en programática en 2019

**80%**

de todo el video publicitario será programático

**6**

segundos duran los videos de Google, los llamados *Bumper Ads*

**40%**

de las empresas contará con *chatbots*

tario en determinadas páginas web, un proceso que no dura más de 100 milisegundos y que ocurre sin que el usuario lo perciba.

Un elemento clave del mercado RTA son los DSP (*Demand Site Platform*), los cuales funcionan como un algoritmo interno que rastrea las impresiones más baratas para los *banners* del anunciante a cada segundo dentro de una plataforma que alberga todo el inventario disponible de varios intermediarios. Así, el DSP compra impresiones en los espacios que hayan obtenido más conversiones y a su vez ofrezcan un precio competitivo, un proceso de aprendizaje continuo que permite a esta tecnología mejorar sus resultados cada vez que se pone en funcionamiento.

Por otro lado, los SSP (*Sell Side Platform*) son plataformas que automatizan la gestión comercial de miles de medios digitales para lograr que los editores obtengan el mayor beneficio posible, ofreciendo *banners* o videos de marcas interesadas en sus clientes y usuarios.

## EL CONTEXTO

En respuesta a la nueva Ley General de Protección de Da-

tos en vigor y la actual normativa *ePrivacy*, la publicidad ha desarrollado una serie de herramientas que marcarán el camino del negocio a lo largo del 2019. Estas innovaciones se basan en crear un *target* en función del contenido donde el usuario ha interactuado con el anuncio, evitando así usar sus datos.

Esta situación ha propiciado la aparición de las llamadas publicidad contextual y *mood targeting*. Este último se centra en la correlación entre los momentos en los que se consume de manera *online* y su *engagement* con el anuncio. De esta forma, las últimas innovaciones encuentran a los usuarios que se muestran más receptivos. Como apuntan desde OMD, esa tecnología es vital a la hora de crear relevancia hacia la marca.

## MÓVIL Y 'TV'

La publicidad programática evoluciona en paralelo a los avances tecnológicos del mercado, que se desarrollan a través de la innovación en distintos soportes como televisión inteligente, periódicos digitales o redes sociales.

# CARAT

CELEBRAMOS LA NUEVA ERA DEL **DATA**.  
LA NUEVA ERA DE LAS **PERSONAS**.

Detrás de cada dato hay una persona real. Conectada, gracias a la tecnología. El data nos acerca al conocimiento individualizado del consumidor y nos ayuda a comunicar eficazmente a través de experiencias relevantes. ¿Hablamos?

LA AGENCIA DE MEDIOS Nº 1  
#IRECMA 2018 MUNDIAL Y EN ESPAÑA

BEST AGENCY  
TO WORK

[www.carat.com/es](http://www.carat.com/es)  
[hablamos@carat.com](mailto:hablamos@carat.com)

# DÍA DE LA PUBLICIDAD TENDENCIAS 2019

VIENE DE PÁGINA ANTERIOR

Los *smartphones* son la principal fuente de acceso a la red de los usuarios de medio mundo. Así lo reflejan los datos: el 92% de los internautas accede a diario a la red mediante un teléfono móvil, tal y como recoge el barómetro de Google Consumer. De este porcentaje, nuestro país destaca por ser uno en los que su uso está más extendido: de media, cada español utiliza 3,2 dispositivos para conectarse a la red.

En cuanto a la televisión, el auge de los operadores OTT, el *big data* y la automatización están ampliando el espectro del uso de la Inteligencia Artificial en la TV Conectada. Esta permite una publicidad especializada en cada usuario mediante la *addressability*, que se ajusta a los intereses de cada cliente.

## VÍDEO

De acuerdo con las predicciones de IAB, la implantación del 5G hará de los *smartphones* unos dispositivos más rápidos, por lo que las grandes plataformas duplicarán el uso del video de alta calidad. Las marcas comenzarán a dar mayor relevancia a este formato y a publicitarse teniendo en cuenta los ratios de visionado interactivo, donde el usuario es el protagonista.

Además, se espera que más del 80% de todo el contenido audiovisual publicitario de 2019 sea programático, de acuerdo con IAB. Otra de las tendencias serán los *Snack Ads*, videos de menos de diez segundos, y los *Bumper Ads* de Google, de seis segundos.

## E-COMMERCE

En cuanto al comercio electrónico, este estará marcado por los nuevos altavoces y los sistemas operativos por voz, que serán protagonistas, junto a las redes sociales, de la compra *online*.

## CPM EN 'DATA'

*Effective On-Target CPM* es el nuevo indicador que busca mejorar la calidad de la *data* y cuya función es mostrar el verdadero precio que los anunciantes pagan por impactar a un público objetivo. Con este método, se gana más relevancia que con el CPM tradicional.

Aunque en un principio tanto anunciantes como agencias pagan inicialmente un precio *premium* para activar



*data* de calidad en sus diferentes campañas, este coste se verá más que compensado por la reducción de impresiones fuera del *target*.

## 'BRANDED'

En cuanto al *branded content*, los contenidos especializados ganan terreno 2019. La tendencia se mantiene en alza y el objetivo seguirá siendo el de generar información relevante para el *target* de las marcas, que aporte un valor añadido al usuario final. Su efectividad es a largo plazo, más lento respecto a otros formatos.

## El 'Visual Search' continuará en alza a través de la búsqueda de imágenes en la red

La compra programática de publicidad nativa se perfila como una de las claves determinantes para que las empresas logren mejores resultados, tanto en artículos como en vídeo. El modelo de pago será CPM.

## TECNOLOGÍA

Las innovaciones tecnológicas afectarán de lleno a la publicidad y a cómo las marcas se adaptan a los cambios en este 2019. Una de las tendencias que continuará desarrollándose será el uso del

*blockchain*, que pasarán a sellar en el sistema digital los acuerdos y la verificación de los datos.

Además, IAB asegura que el *Visual Search* continuará en alza a través de los motores de búsqueda gracias a que los resultados que obtienen cuentan con una mayor precisión. Por ello, los anunciantes deberán tener en cuenta la búsqueda de imágenes dentro de su inventario web, otorgando una mayor relevancia a los estímulos visuales.

Junto a las imágenes, los *augmented chatbots* serán las grandes renovaciones del año. IAB estima que el 40% de las empresas contarán con estos programas conversacionales de ayuda para los usuarios, los cuales mejorarán sus prestaciones gracias a la Inteligencia Artificial, que les hará simular con ma-

yor precisión el lenguaje natural.

## REDES

El auge de las redes sociales combinado con la rapidez que permiten a la hora de realizar compras *online* está cambiando la forma de consumir de los usuarios.

Plataformas como Facebook, YouTube e Instagram son perfectas para desarrollar estos nuevos canales de venta con herramientas que innovan el formatos como el vídeo, convertido en un reclamo directo y de corta duración en ejemplos como los *stories*. De acuerdo con esta tendencia del mercado del *mobile*, la industria deberá adaptar su oferta a los *millennials* y a la *generación Z*, principales usuarios de las redes. ●

## PRENSA

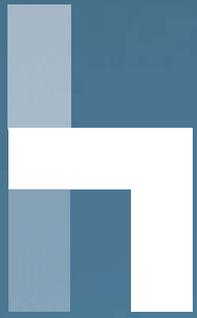
### Atender los patrones de consumo en medios, según Dentsu Aegis Network



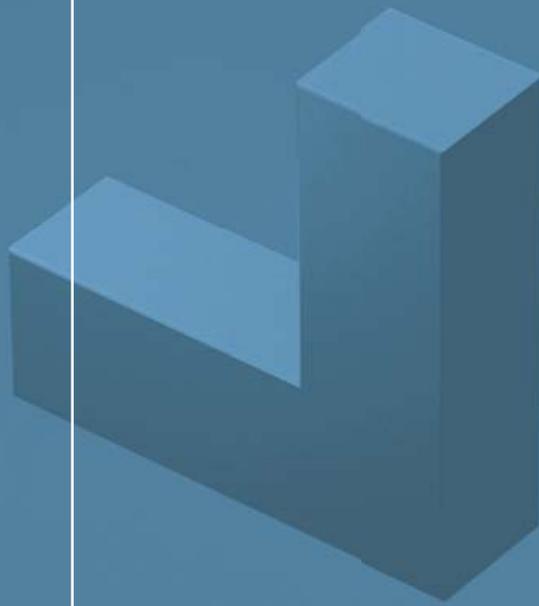
La publicidad cada vez cuenta con mayor nivel de análisis y estudio, tanto *online* como *offline*. Patrones como el tiempo, los días y el perfil de usuario son aspectos básicos a la hora de implementar cualquier tipo de campaña. Según el estudio

*La prensa como soporte informativo y publicitario (2017)* de Dentsu Aegis Network, la mayor parte de exposición y consumo de información en periódicos sucede por las mañanas. «En general se hace a primera hora del día, sobre todo de radio y de prensa, principalmente en el transporte de camino al trabajo o bien en casa los fines de semana», detalla el informe. Según la información facilitada por la muestra, el lunes es el día de la semana en el que más atención se presta para estar informado. A través de estas tendencias, agencias y marcas dibujan sus planes publicitarios para llegar a su público objetivo.

havasmedia.com



havas  
media



make  
brands  
meaningful

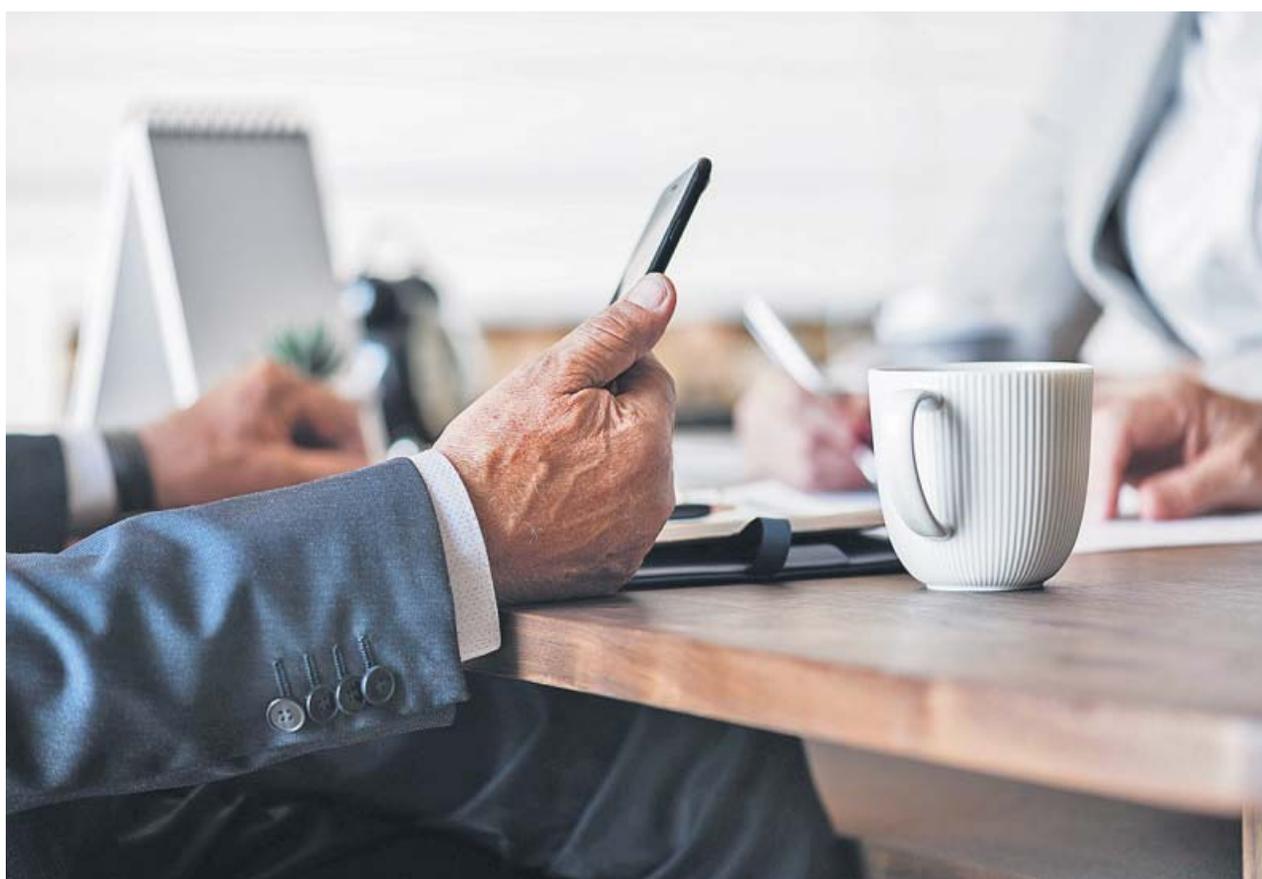
MADRID  
rodrigo.olivie@havasmedia.com

BARCELONA  
marta.coll@havasmedia.com

VALENCIA  
jesus.vallejo@havasmedia.com

DÍA DE LA PUBLICIDAD **INVERSIÓN DIGITAL**UN MERCADO  
AL ALZA EN  
LA VERTIENTE  
'ONLINE'

2018 llegó a su fin con un crecimiento del 2,2% en las inversiones publicitarias, una cifra mayor a la esperada, y se estima que este año alcance el 2,9%



El 92,1% de los españoles accede a internet desde el teléfono móvil; en escritorio, la cifra baja hasta un 77,5%. ARCHIVO

**BEA LANGREO**

La recuperación de la inversión publicitaria vaticinada desde hace dos años es ya una realidad constatable, aunque con matices. Así se refleja en los datos del último informe Zenith, publicado en diciembre de 2018: el año cerró con un crecimiento del 2,2% en el mercado de anunciantes en España, dos décimas por encima de lo señalado un par de meses antes.

El panel de expertos de Zenith augura un crecimiento todavía mayor para este año: su estimación se sitúa en el 2,9% de cara a 2019, en gran parte gracias a los nuevos formatos.

Aunque el optimismo todavía es moderado, la esperanza recala en las redes sociales, en las que se estima que el incremento roce el 11%, con un pico del 2,3% en tan solo dos meses. Aumenta también la confianza en internet, con una subida prevista del 8,7% y una protagonista clara: la publicidad programática. En España, esta estrategia supondrá el 25% del total de gasto en la industria digital, según datos de eMarketer.

La tendencia mundial en este sentido alcanza cotas mucho más altas, en parte gracias a la inversión de países como Estados Unidos, el mercado pro-

gramático más grande por encima de China, Reino Unido y Canadá. En una media global, se calcula que este modelo representará el 65% del gasto total en medios digitales durante este año, como adelantaron en diciembre las previsiones del *Programmatic Marketing Forecast* de Zenith. En dólares supondrá un desembolso de 84.000 millones, frente a los 70.000 con los que cerró 2018.

**ORIENTADOS AL 'MOBILE'**

El formato móvil, con redes sociales como Instagram o Facebook como aliadas, podría crecer el próximo año con un

**EN CIFRAS****25%**

del gasto de publicidad digital en España se destinará a la programática

**65%**

es el porcentaje estimado de inversión mundial en medios digitales durante este año. Estados Unidos será el país que más aporte

11,3%, según datos de Zenith. La plataforma se ha convertido ya en el centro de la actividad *online*: según la vigésima edición de la encuesta *Navegantes en la red publicada* por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), el 92,1% de los españoles accede a internet mediante el teléfono móvil; quedan por detrás los portátiles (77,5%) y los sobremesa (67,4%).

Ese uso del espectro *online* tiende también a la acogida de formatos nativos: un 88% de los panelistas que componen Zenith creen en el crecimiento del *branded content* en

comunicación en 2019, siguiendo la tendencia que ya estudió IAB Spain, donde estableció que, durante 2018, un 66% de los anunciantes aumentaron las partidas presupuestarias dirigidas a publicidad nativa y *branded content* como respuesta al creciente rechazo del usuario hacia la publicidad *online* tradicional.

Combinando programática y acceso móvil, el informe Zenith también establece que, del total de inversión digital en programática, un 56% se planteará y gestionará en formato *smartphone*, frente a un 35% ideada para PC. ●

## La normativa evoluciona para proteger la privacidad del usuario

## La Ley Orgánica de Protección de Datos y el reglamento europeo marcan las líneas en seguridad

Publicidad personalizada, pero no a cualquier precio. Esto es lo que parece señalar el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), el cual se planteó en 2016 pero que cobró especial importancia cuando, a partir de mayo de 2018, se estableció como de obligado cumplimiento.

La normativa, aplicada en toda la Unión Europea, ha supuesto una línea roja en el tratamiento de datos de carácter personal de agentes físicos por parte de empresas, y asegura la transparencia en cuanto a información y la capacidad de decisión del usuario.

Entre otras cosas, establece que los interesados pueden solicitar que no se usen sus datos personales, que se eliminen o que se recuperen para su transmisión a otra entidad. Por otro lado, el consentimiento de uso de los mismos debe ser inequívoco, es decir, derivado de una



acción afirmativa (como hacer clic en una casilla que no esté marcada por defecto, por ejemplo).

En nuestro país, esa normativa se une a la reciente apro-

bación de la Ley Orgánica de Protección de Datos, que entró en vigor el pasado diciembre. La combinación de ambas medidas hace esperar un cambio de tendencias en 2019,

cuando además se espera un reglamento *e-Privacy* que, de ser aprobado, pondrá límites a las *cookies* en los navegadores.

También afectará a la publicidad *online* otra normativa dirigida de forma específica a combatir la información falsa. Sus principales objetivos son la interrupción de los ingresos por publicidad a portales *online* que difundan desinformación y hacer que los anuncios políticos y portales basados en estos temas ganen en transparencia. Fijará también el foco en las cuentas falsas para mejorar la fiabilidad en el mercado de *influencers*.

**CONCEPTOS A ADOPTAR**

Más allá de la normativa, cada vez son más las empresas que se adaptan a dos nuevos conceptos: *business ethics* y *data ethics*, aplicados al ecosistema digital y destinados a fomentar y velar por la confianza de los usuarios. Además, estos principios están ligados de forma directa al antes mencionado RGPD, que presupone a las empresas y agencias obligaciones como la responsabilidad proactiva, la protección de la privacidad planteada desde el diseño del *site* y el principio de transparencia. ●

Esta página es un homenaje a la campaña “WE TRY HARDER” de Avis Rent a Car y todas las compañías que saben de la importancia de no ser el Número 1.



OMD is only No 2 in Ranking Eficacia 2018.  
So why go with us?

## Because we try harder

Nos esforzamos mucho.  
Cuando no eres el número uno ni el más grande  
tienes que hacerlo.

Simplemente no podemos permitirnos no dar lo mejor  
de nosotros cada día. O no ser eficaces, o clientes insatisfechos  
de sus resultados. O equipos poco motivados, o ideas que no  
son realmente ideas, o estrategias que no cambien o creen hábitos.

Simplemente no podemos dejar de esforzarnos, o no  
tomar decisiones que no sean las mejores decisiones.  
O ser más creativos que las más creativas, o innovar sin innovar.

Aprendemos a mantenernos vivos, en movimiento.  
Y hemos aprendido la diferencia entre el nº1 y el nº2.

Mientras la actitud del nº1 se basa en “no hagas lo incorrecto,  
no te equivoques, no cometas errores y todo estará bien”,  
la actitud del nº2 se basa en “haz lo correcto  
busca diferentes caminos y sobre todo esfuerzate,  
esfuérzate más y más”.

**We try harder.**

OMD Spain. Nº2 en el Ranking de Agencias de los Premios Eficacia 2018.

[blog.ond.es](http://blog.ond.es)

An OmnicomMediaGroup Company



## DÍA DE LA PUBLICIDAD FORO 20MINUTOS

# INNOVACIÓN Y ANÁLISIS, LOS RETOS DEL FUTURO DIGITAL

Los principales participantes del panorama publicitario se unieron para analizar el futuro de la industria en el III Foro de Publicidad e Innovación de 20 minutos y BlueMedia

B.L. / M.T.

El ecosistema digital será el gran protagonista de la publicidad en 2019, con una evolución marcada en vertientes como la *data* cualitativa enfocada a programática y la heterogeneidad de formatos, que incluyen variaciones de ventanas tradicionales como la *Smart TV* en el caso de la televisión. Estos fueron algunos de los aspectos desarrollados ayer durante el III Foro de Publicidad e Innovación del diario 20 minutos y BlueMedia, que contó con el patrocinio de Carat, Equimedia, OMD y Noddus y sirvió como antesala al día de la publicidad, que se celebra hoy. En él participaron los principales agentes implicados en el análisis,

el desarrollo y la transformación de un mercado en constante cambio.

Lo cierto es que hay motivos para celebrar, aunque en el caso de nuestro país, tal y como aclaró Álvaro Morales, *head of digital and innovation* en Carat España, la previsión es moderada. «El crecimiento del mercado publicitario en España es mínimo», apuntó, «entre el 1 y el 2% en las expectativas más optimistas».

Dentro de la evolución, sufre de forma discreta la vertiente programática, que en otros países europeos alcanza cotas de inversión mucho más altas. Es cierto que el desarrollo del sistema de *data* está algo más ralentizado en el territorio nacional, pero

Mikel Lekaroz, CEO de AdBibo y director general de OZ Digital, apuntó además que las altas cifras de determinados países se sustentan, en parte, en plataformas como Facebook o Twitter, que en nuestro país quedan fuera de la medición. Ante la evolución del mercado en ese sentido, señaló, «los grandes ganadores son Facebook, Google, Amazon y Apple». Hay salida para el resto del sector, pero esta pasa por «adaptarse para ganar terreno», explicó.

«Adaptación» es también la palabra que eligió Silvana García, directora de digital e innovación de Equimedia, para referirse a las nuevas apuestas. «Se está reforzando mucho el equipo de digital y de programática, así como los soportes, que se quieren profesionalizar para aumentar el 20% de España a cotas más altas», señaló. Morales, de Carat, puntualizó al respecto que «uno de los retos» a superar es «la transformación de capacidades» dentro del equipo humano en agencias y *publishers*, algo que, apuntó, tiene que entrar en equilibrio con «la incorporación de talento».

**EVOLUCIÓN Y NUEVOS ACTORES** Frente a la evolución del digital, son muchos los que se preguntan dónde quedan los medios tradicionales. Sagra-

## EN CIFRAS

# 1,8%

creció el gasto publicitario en España durante el año 2018, según las cifras de Dentsu Aegis Network que toman de ejemplo agencias como Carat

# 57%

es el porcentaje de españoles que cuentan con una 'Smart TV' en su domicilio; de estos, el 85% la han conectado a internet, convirtiéndola, según los expertos del foro, en una nueva posibilidad para la publicidad del futuro

# 1

de cada tres usuarios se conecta a internet únicamente mediante dispositivos móviles, según datos de Ditrendia, por lo que cobra especial relevancia el planteamiento del formato 'mobile' de cara al progreso en publicidad

rio Carrasco, *brand lead* de OMD, se refirió en concreto a la vertiente de *video on demand*, que hace «evolucionar a la televisión en su versión de pago». Cobran especial importancia las *Smart TV* conectadas a internet y, por lo tanto, incluidas como un formato más dentro de la publicidad personalizada. «Las campañas en *Smart TV* funcionan muy bien», indicó Silvana García, de Equimedia, que apuntó esta vertiente como uno de los «posibles puntos de desarrollo» durante 2019.

Pero ¿se adaptará bien la publicidad a servicios como Netflix, HBO o Amazon Prime, que exigen al mismo tiempo un pago previo por suscripción? La respuesta a la cuestión que Gabriel González, director comercial de BlueMedia, puso sobre la mesa fue clara. Según Sagra-rio Carrasco, de OMD, «el espectador acabará asumiendo este tipo de publicidad. Al final, la suscripción es muy baja y se trata de contenidos de calidad», aseguró.

Los cambios de entorno y la evolución en televisión no son ajenos a las cadenas tradicionales, tal y como demuestran los casos de éxito destacados por Álvaro Morales. «Hay programas como OT —que, durante su tiempo de emisión, cuenta con un



Sentados, de izda. a dcha., Álvaro Morales, *head of digital and innovation* de Carat; Sagrario Carrasco, *brand lead* de OMD; Mikel Lekaroz, CEO de AdBibo; Silvana García, *head of digital and Innovation* de Equimedia; y Gabriel González, director comercial de BlueMedia. ELENA BUENAVISTA

## DÍA DE LA PUBLICIDAD FORO 20MINUTOS

canal 24 horas vía YouTube— en los que se están volcando contenidos de forma no lineal, lo que permite monetizar de otra manera». Además, apuntó, este tipo de entornos tienen «muy buenas salidas de cara al anunciante».

**CALIDAD COMO MANDATO**

Si hace unos años la tendencia se inclinaba hacia la cantidad, hoy es cada vez más importante virar hacia la calidad en diversos aspectos de la publicidad. Mikel Lekaroz, de AdBibo, hizo referencia en ese sentido a los huecos publicitarios en medios *online*. «Tenemos que tender a una evolución hacia menos espacios más *premium*», apuntó, algo en lo que coincidió Silvana García, de Equimedia, que indicó además como óptima la posibilidad de «acuerdo en el mercado detrás de *publishers* y marcas» para poner en valor cada uno de los formatos y establecer precios acorde. «Creo que el mercado aceptaría de esa manera una reducción de inventario que mirase por la calidad», apuntó.

Esa búsqueda de excelencia también se extiende al contenido patrocinado, que ha evolucionado desde un formato publicitario a un *branded content* con mensajes relevantes y de valor. «Frente a una publicidad que se percibe como engañosa, el *branded* bien trabajado es clave», apuntó Silvana García; sin embargo, Álvaro Morales matizó que el contenido es importante, pero también lo es el retorno. «Aunque el cliente recibe una valoración positiva, que no haya resultados a corto plazo impide evolucionar más allá del discurso».

**UN RETO FRENTE AL CLIENTE**

Es precisamente esa confianza del cliente la que hay que ganarse a la hora de presentar nuevos formatos, que pueden suponer un riesgo frente a lo ya establecido en la publicidad tradicional. «Cuando muestras algo innovador y no tienes un histórico de *data*, esa acción se convierte en una apuesta para el cliente», explicó la responsable de Innovación y Digital de Equimedia. Su homólogo en Carat apuntó, además, al ejercicio de empatía necesario desde las agencias. «No es solo hablar de la zona de confort, hay también comportamientos adquiridos», apuntó, «y hay que explicar que las cosas que han funcionado hasta ahora tienen que cambiar». Frente a esa evolución, es necesario

**Álvaro Morales**

Head of digital and innovation de Carat

Trabajó en OgilvyOne, Pixel&Pixel, CAV!LA, Isobar y Foxize, ocupando los puestos de *project manager* y *digital account executive*.



«El mercado debe crear campañas más eficaces con la tecnología»

«Los consumidores y las audiencias serán quienes determinen qué medios crecerán»

«Es mejor pensar que no estamos preparados para no perder la incentiva de aprender»

**Silvana García**

Head of digital and innovation de Equimedia

Trabajó en Lebara Móvil, Plenummedia, Avalon y Accenture. Es ingeniera de Informática y Sistemas por la Universidad Tecnológica de Buenos Aires.



«La programática puede ser la gran revolución. Tenemos que ponernos al nivel internacional»

«El gran reto es cómo alcanzar a los usuarios no conectados»

«Los publishers deben mejorar lo que ofrecen a los anunciantes»

**Sagrario Carrasco**

Brand lead en OMD

Trabajó en Adviti/Oxígeno Creative Media, MindShare y fue profesora en ICEMD. Lleva una década ejecutando estrategias multimedia en OMD.



«La tecnología nos ayudará a generar mensajes personalizados»

«La innovación pasa por que la marca se integre de una forma más activa»

«Debemos enfocar nuestros esfuerzos a generar contenidos en la televisión de pago»

**Mikel Lekaroz**

Director general de OZ Digital

Trabajó en PWC, Easynet Group, Hi-Media y fue presidente de IAB Spain. Fundó y dirigió Facinet, el primer ISP español, y es CEO de AdBibo.



«La información que aporta la reiteración de la visita es ideal para segmentar campañas»

«La calidad del *First Party Data* es una de las grandes claves»

«Los medios deben unirse en una coalición para competir con las grandes plataformas»

## Un contenido diferenciado para la creciente diversidad de soportes

Si el año pasado el futuro inmediato del mercado publicitario pasaba por diversificar los anuncios en los *smartphones* en formatos como el vídeo, así como una apuesta por el *branded content* de calidad, la tendencia de este 2019 pasa por generar un contenido específico para la amplia variedad de soportes en los que puede implementarse la industria. *Smart TV*, anuncios audiovisuales en *mobile* y altavoces inteligentes son algunas de las innovaciones tecnológicas que han entrado con fuerza en el mercado.

Esta ha sido una de las conclusiones que se ha extraído del *III Foro de la publicidad e innovación*, en el que el director general de OZ Digital, Mikel Lekaroz, comentó que «las empresas tienen que entender que desde las agencias no buscamos eliminar su idea, sino que debemos adaptarla a los diferentes soportes». El también CEO de AdBibo aseguró que encuentra dificultades cuando intenta explicar a los anunciantes que esta es la nueva situación de la industria.

Con esta idea coincidió Álvaro Morales. El *head of digital and innovation* de Carat subrayó que lo fundamental es «destinar el presupuesto que la creatividad se merece», sin escatimar, en un momento en el que «competimos con más soportes». «Diversificar el contenido para distintas campañas es una inversión necesaria», recalca Silvana García, *head of digital and innovation* de Equimedia, quien además esclareció que, si bien los *publishers* «pueden adaptar los contenidos a diferentes formatos, por ejemplo añadiendo dos franjas negras laterales a los vídeos para que sean verticales, esta no es la solución».

De acuerdo con Sagrario Carrasco, *brand lead* en OMD, la publicidad «debe tender a una personalización, adaptarse al medio donde va a visualizarse», ya que, tal y como ilustró Mikel Lekaroz, «no es lo mismo modificar las creatividades que utilizar herramientas de optimización». Este resumió con una frase el futuro de la industria en distintos soportes: «Debemos crear más piezas, generar contenidos específicos que se adapten a esta nueva variedad». ●



crear conciencia sobre los nuevos datos y aportar ejemplos de éxito en innovación siempre que sea posible.

Pero ¿cómo se consiguen esos datos positivos que aseguren una campaña efectiva? Según la *brand lead* de OMD,

«es necesario llegar al consumidor correcto con un mensaje personalizado», también en el caso del contenido. La combinación entre calidad y segmentos específicos pasa asimismo por la opción de vídeo, sobre todo en

plataforma móvil, donde la creatividad se perfila como una característica imprescindible. Todos coinciden en algo: la diversidad de formatos y las características de cada uno hacen necesario que el mensaje publicitario también

sea variado y se dirija de forma directa al segmento relacionado con cada medio de difusión. No se trata solo de recopilar datos; el siguiente paso, como concluyó Morales, es avanzar hacia la «*data* cualitativa». ●

## DÍA DE LA PUBLICIDAD PROGRAMÁTICA

## ANUNCIOS QUE SE AJUSTAN AL PERFIL DEL CONSUMIDOR

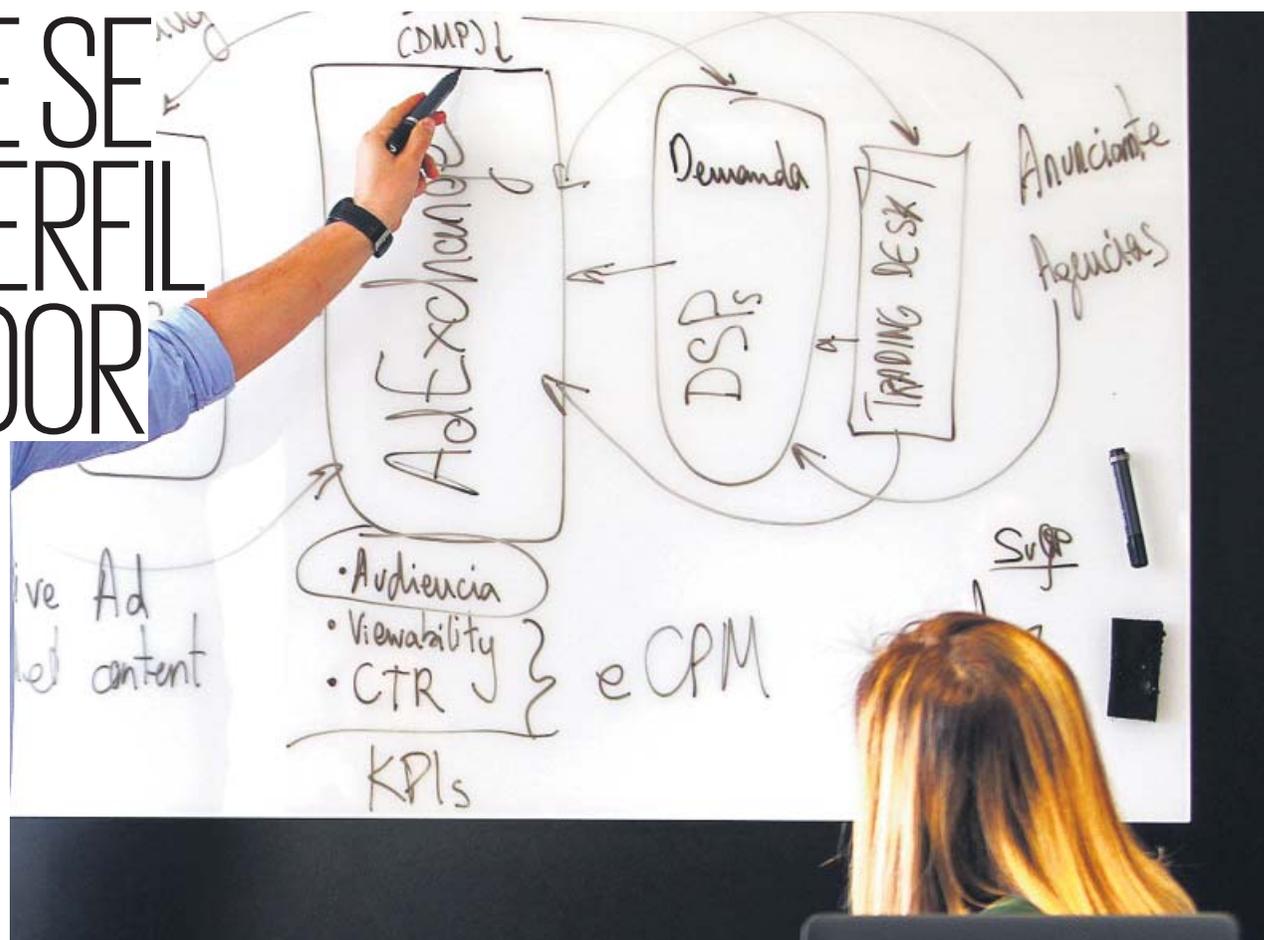
La programática avanza y ya domina el mercado 'online' en países como EE UU o Canadá. En España, su presencia es cada vez mayor, según Havas Group

**B.L.** Anuncios de su tienda favorita, de un artículo que ha buscado o de un viaje al destino que le atraiga. A nadie le parece ya extraño que la publicidad que aparece en su navegador se adapte a sus intereses, pero muchos no conocen cuál es la magia que lo hace posible. Se llama publicidad programática y ha llegado para quedarse.

«Hoy en día, este tipo de publicidad supone un 22% de la compra de medios digitales en España», explica Aritz Reyes, responsable de la Unidad de Programática de Havas Group. «Ahora que las principales tecnologías ya tienen presencia física en España y que todos los soportes ofrecen casi la totalidad de posiciones y formatos de forma programática nos en-

contramos en el escenario óptimo para alcanzar niveles que ya existen en Estados Unidos, con el 80%, o Reino Unido, con el 72%». Ese pico de crecimiento, aclara, se dará a corto plazo: «Estimamos que en no más de dos años».

La tecnología mencionada por el experto pasa por una mejora en la optimización de los anuncios, que ganarán también en rentabilidad y transparencia. Aunque la publicidad programática pasa por el uso de *data*, Reyes apunta a otros factores también imprescindibles: «Contar con una gran base de datos, aun siendo estos de calidad, no es garantía de que podamos sacarles partido», explica. «La única forma de poder explotar los datos para ser más eficientes en las acciones que realiza-



La industria cambia su modelo en la red para proteger los datos de los consumidores. JORGE PARÍS

mos pasa por poner a trabajar conjuntamente tecnología, algoritmia y personas».

#### CUESTIÓN DE SEGMENTOS

Tras la revolución de las redes sociales, el crecimiento del vídeo y de la publicidad móvil, la cantidad de actores en el mercado ha obligado a una adaptación de las tecnologías, que tienden hacia la búsqueda de *targets* cada vez más espe-

cíficos. Las últimas modificaciones responden, entre otras cosas, al Reglamento General de Protección de Datos (GDPR, por sus siglas en inglés), que limita el uso de los mismos dentro de la Unión Europea, algo que ha hecho virar al mercado programático hacia un *target* contextual. Sin embargo, ese cambio no tiene por qué suponer un problema: «Lo cierto es que el GDPR ha afectado a las

campañas menos de lo que esperábamos», señala el responsable de Havas.

«Es una evolución lógica del modelo en el que se debe basar la industria digital», cuenta. Al fin y al cabo, el avance ético de la publicidad pasa por el respeto a las leyes de protección de datos. «Todos dentro del ecosistema digital debemos estar en un marco de transparencia», apunta Reyes; «el usuario,

las agencias, las tecnologías y los soportes».

La recopilación de datos no es la única novedad: IAB Spain adelanta que, de cara a 2019, se desarrollará una evolución del *machine learning* con una automatización de las decisiones de puja, además de un aumento del *targeting* activo, que da un peso mayor al contexto en el que el usuario consume cada anuncio. ●

## ENTREVISTA

**Monserrat Sánchez**  
«El 2019 estará marcado por la automatización en campañas»



Monserrat Sánchez es la actual **programmatic connection manager** en Publicis Media

**¿Cómo ve el panorama de la programática en 2019?** Será un año marcado por modelos de automatización en la optimización de campañas, hay un avance tecnológico donde el aprendizaje va en beneficio de los resultados. Hablamos de un algoritmo que permite un aná-

lisis individual del usuario, reemplazando la *targetización* genérica tradicional.

Además, el consumo y la compra por móvil se incrementarán. Tiene que ser un año de creatividad e interacción donde mejoren la calidad y cantidad de los impactos. Se seguirá potenciando la transparencia de datos, el usuario está más involucrado y sensible al uso de la información que deja en internet. Los anunciantes deben recoger información limpia y útil.

**¿Cómo ve la evolución del vídeo y native ad respecto al display?** Este año llega la TV conectada, que busca hacerse un hueco reforzando la cobertura y llegando a los usuarios que optan por contenidos a la carta. Seguramente sea uno de los grandes en programática, aunque aún hay poco inventario y los costes encarecen la competitividad frente al vídeo tradicional, en los que se estima un consu-

mo del 70% de la inversión.

Por otro lado, los formatos nativos cobran mayor protagonismo, su integración es más estable, al igual que su interacción con el usuario, permitiendo un tráfico de mejor calidad. Los anunciantes buscan mostrar un interés real que dé lugar a una acción tangible para el cliente. **¿Cómo valora el crecimiento de la programática nacional respecto a la europea?** España está todavía muy lejos de la actividad en el resto de Europa, donde la inversión puede llegar a representar un 65%, mientras que aquí ronda un 20%.

Esto refleja el comportamiento de la compra, muy arraigada todavía en la inversión en directo, ya sea por la dinámica del mercado o por la evolución de los anunciantes, que apostarán por un crecimiento fiable vía programática.

**¿Cuáles son los perfiles más demandados por los equipos de**

**trading desk?** He tenido la suerte de ser parte de distintos grupos, cada uno con diferentes tendencias en *trading desk*, pero con una misma constante: la necesidad de un perfil de *trader*. Sigue habiendo más demanda que oferta, se busca gente que sepa gestionar diferentes DSPs.

Un *trader* perfecto es capaz de gestionar distintas plataformas y un conocimiento de DMPs, Analytics, Adservers, etc. También es importante la capacidad de análisis y gestión de información, el conocimiento de diferentes tecnologías, que sepa interpretar, generar aprendizajes, que detecte oportunidades e incluso aproveche cada momento e imprevisto en las campañas. Programática es un medio que evoluciona continuamente y es necesario saber adaptarse a los cambios.

**¿Cómo ve la aparición de nuevos agentes, entre ellos los**

**Third party data?** El valor de la *data* ofrecida por terceros está al alza debido a que ofrecen una gestión de información más efectiva, su capacidad de rendimiento ha mejorado en el último año, concentrando diversas fuentes de *data*, sobre todo determinística. Se han convertido en un factor relevante a la hora de plantear una estrategia, haciendo perceptible la audiencia a la que se dirigen. **Y para cerrar, ¿qué dato destacaría del 2018?** El tema *top* fue la GDPR, con algo de incertidumbre, regulación de *players*... Los usuarios deben ser conscientes de que dejan una huella digital y que su uso puede tener distintas finalidades.

Por otro lado, la nueva ley nos permite una mayor visibilidad y confianza en el origen de los datos que utilizamos. Aliarnos con un *partner* transparente nos ayuda a consolidar la confianza del cliente. ●

CERVEZA VISTA AL MICROSCOPIO

1000x



Solo cuando eres capaz de ver las cosas de otra forma, **sorprendes.**



**Damm y Arena Media**  
juntos desde 2006.

Nos gusta profundizar en los productos y en los servicios de nuestras marcas para entenderlas mejor. Arena es la compañía española que más destaca en Branded Content según el ContentScope 2017 realizado por la BCMA en colaboración con Scopen, y ha sido tres veces galardonada como la Mejor Agencia de Medios del Año (2010, 2011 y 2016) en los Premios Eficacia convocados por la Asociación Española de Anunciantes (AEA).

Nuestro reto: **sorprender día tras día a los clientes y a sus audiencias.**



[www.arenamedia.com](http://www.arenamedia.com)

## DÍA DE LA PUBLICIDAD OPORTUNIDADES

# LA VOZ Y LOS ALTAVOCES INTELIGENTES ABREN UN NUEVO MERCADO

La popularización de los asistentes digitales supone una revolución para los anunciantes, quienes deben adecuar sus contenidos a las nuevas herramientas orales, «humanizándolas» con la ayuda del 'smart data'



La llegada de los altavoces inteligentes cambiará las reglas de la industria. ARCHIVO

**M. T.** Hablar con las máquinas era, hasta hace muy poco, una idea más propia de la ciencia ficción que algo real. Desde que Stanley Kubrick nos descubriese a la supercomputadora HAL 9000, que podía comunicarse de forma oral con los astronautas de *2001: Una odisea del espacio*, materializar un asistente personal por voz ha sido uno de los grandes anhelos de la innovación tecnológica. Por suerte, los altavoces inteligentes ya están aquí y con ellos se abre un nuevo mercado para la industria de la publicidad.

Aunque todavía no está claro, esta innovación abre un nuevo modelo de negocio pa-

ra los anunciantes, que pondrán a la voz como gran protagonista: IAB vaticina grandes oportunidades para la industria, las cuales pasan por crear una imagen basada en el audio *online*.

Se prevé que en este paradigma las compañías desarrollen su propia voz hablada, creando una identidad oral que las diferencie de la competencia. Además, los consumidores cambiarán su forma de comprar en la red y, con ello, su respuesta a los mensajes de los anunciantes.

En definitiva, la llegada de los altavoces inteligentes abre una realidad para la publicidad aún desconocida pero con mucho potencial.

## LA CIFRA

# 197%

se incrementaron las ventas de altavoces en todo el mundo en el tercer trimestre del 2018

## ALTAVOCES INTELIGENTES

Los amplificadores inalámbricos mencionados pueden escuchar, entender y responder al usuario, unas características que los han convertido en los objetos más buscados de las pasadas navidades. Así lo demuestran los datos recogidos por Strategy Analytics,

que aseguran que en 2018 los envíos mundiales de altavoces inteligentes se incrementaron en un 197%, lo que se traduce en la venta de 22,7 millones de unidades durante el tercer trimestre del año.

Este aumento, además, coincide con la adaptación de los asistentes digitales al español entre quienes lideran la ya conocida como 'guerra de los altavoces inteligentes': Google, Amazon y Apple.

## BÚSQUEDAS POR VOZ

Desde hacer la compra hasta cambiar la música o responder correos, estos asistentes prometen facilitar la vida de los usuarios tan solo con que estos se lo pidan. Ale-

xa, Siri y Google Assistant son las nuevas voces de una revolución que también afecta a las grandes compañías y a sus futuras estrategias publicitarias. Como consecuencia, las marcas están comenzando a adaptar la forma en la que se comunican con sus clientes, centrándose en la voz y adoptando lo que se conoce como *voice marketing*.

A nadie se le escapa que el lenguaje escrito, con el que rastreamos la web, no es el mismo que usamos cuando hablamos con otra persona o, en su defecto, con un asistente virtual. Por eso, las marcas deben optimizar su SEO y adaptarlo a los mensajes orales. Al final, gracias a la Inte-

ligencia Artificial, los altavoces se 'humanizarán' para asemejar sus comandos a un lenguaje natural.

## 'SMART DATA'

La voz también será una nueva variable a tener en cuenta dentro del *big data* y su análisis. La información que los asistentes virtuales recojan de las peticiones de sus clientes se traducirá con *smart data*. Así, las marcas aprenderán del tono y la forma de expresarse de los usuarios para crear campañas personalizadas en función de sus búsquedas y su estado de ánimo, pudiendo recomendarles productos similares basándose en sus gustos. ●

## LOS FAVORITOS

### Amazon Echo Plus

La veterana Alexa presume de más funcionalidades

Hasta cuatro altavoces inteligentes ha lanzado Amazon al mercado: Echo, Echo Plus, Spot y Dot. Todos se conectan a la misma red WiFi y Alexa, su sistema operativo, destaca por ser su eficacia. Además, disponen de 400 funcionalidades en varias categorías. **Precio: 99,99 euros.** Disponible en [amazon.es](https://www.amazon.es)



### Google Home

Un mayordomo virtual de diseño impecable

El Assistant de Google es perfecto para toda la familia, ya que reconoce varias voces y cuenta con transmisión de sonido por Bluetooth. Sus funcionalidades se amplían al ser compatible con Android y permite enviar contenido a la televisión. **Precio: 149 euros.** Disponible en El Corte Inglés



### Apple HomePod

El mejor sonido para los más melómanos

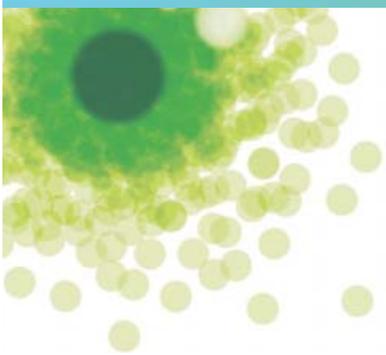
Apple se suma a la guerra de los altavoces con Siri a los mandos de su HomePod. Su elevada calidad de audio, gracias a sus siete micrófonos y a su ajuste de los graves, lo hace más un altavoz que un asistente. Como punto a favor, es el único que protege la privacidad. **Precio: 349 euros.** Disponible en [www.apple.com/es](https://www.apple.com/es)



# SABEMOS

# POR

# EXPERIENCIA



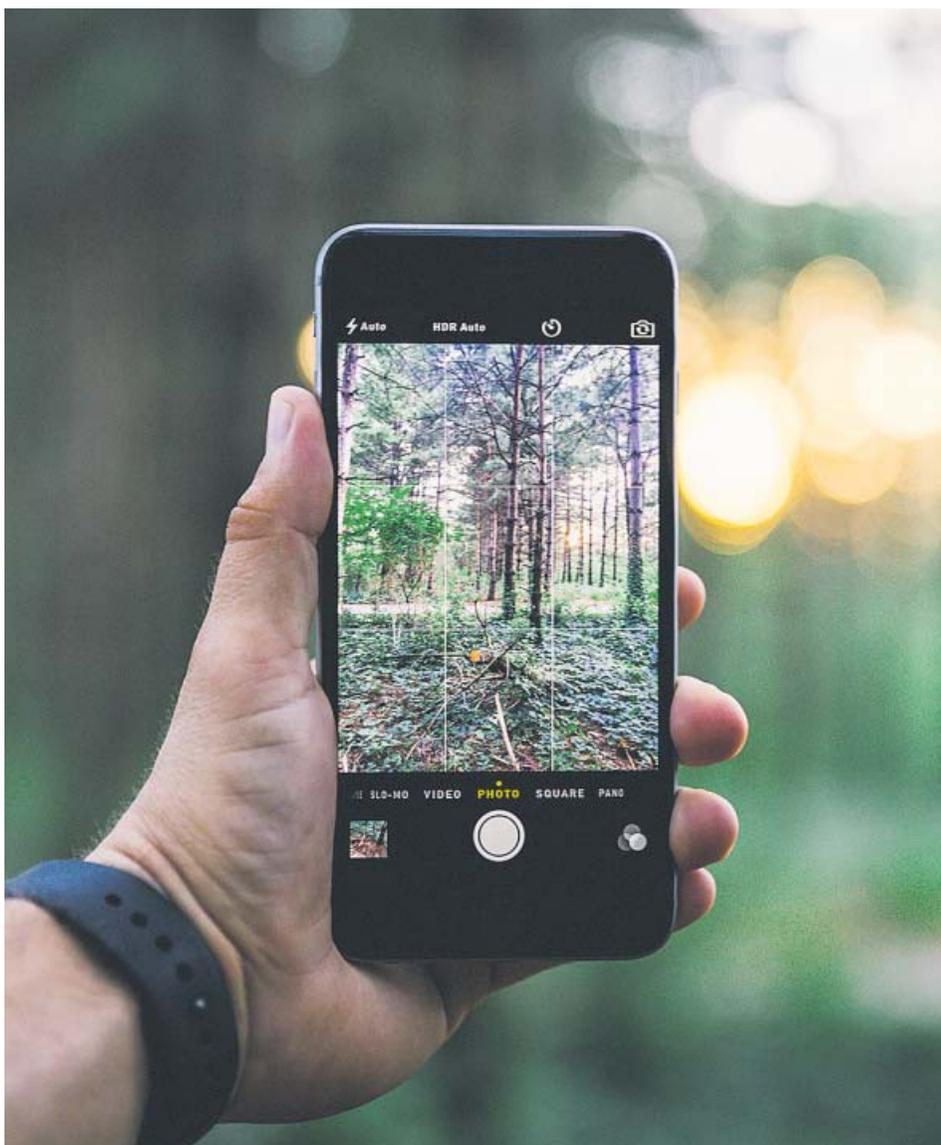
## iris media

Primera Agencia multi independiente

[www.irismedia.es](http://www.irismedia.es)



WINA  
SILVER  
BRONZE

DÍA DE LA PUBLICIDAD **VIDEO MARKETING**

El 'smartphone' transforma la manera en la que vemos el contenido audiovisual. ARCHIVO

# EL VÍDEO DA UN GIRO AL MERCADO CON EL FORMATO VERTICAL

El consumo audiovisual en móviles se dispara y la industria adapta sus contenidos a las pantallas erguidas

**M. T.**

Los *smartphones* han cambiado las reglas del juego de la industria y la manera en la que los usuarios interactúan y consumen publicidad. Este 2019, uno de los formatos que más popularidad gana entre las múltiples posibilidades que ofrecen estos dispositivos son los videos.

En concreto, esta es la actividad en la que más se consumen datos en el mundo a través de los teléfonos móviles, representando un 55% del

total, una cifra que para 2023 se espera que ascienda hasta el 75%, según el informe *Hábitos de consumo mobile en España y en el mundo en 2018* firmado por Ditrendia.

Conscientes de esta tendencia, la mayoría de los *players* del ecosistema digital están apostando por convertir el video *online* en una de sus principales herramientas para llegar a los clientes. El 76% de las firmas encuestadas por el informe *The State of Video Marketing in 2018* aseguraron que

implementar este formato en su estrategia les ayudó a incrementar sus ventas. Además, el 81% de los clientes se decidió a comprar un producto o servicio tras ver el contenido audiovisual de una marca.

Los datos reflejan una de las tendencias estrella para este año dentro de la industria publicitaria. El video continúa creciendo y adaptándose a los contenidos de los anunciantes, cambiando aspectos como su tradicional formato en horizontal por el vertical. Un giro de 90° que promete transformar los anuncios en los *smartphones* tal y como la conocíamos hasta ahora.

## EL MÓVIL, DE PIE

Si hace unos años crear videos en vertical era una de las prohibiciones dentro del entorno audiovisual, ahora la producción de contenido orientado a la pantalla del móvil es una de las mayores tendencias en cuanto a contenido publicitario.

Las imágenes apaisadas se mantenían como las únicas aceptadas por una cuestión fisiológica: nuestros ojos están colocados horizontalmente para ampliar nuestro campo de visión. Sin embargo, el modelo vertical de los *smartphones* ha transformado la manera en la que miramos los contenidos. De acuerdo con el informe *MOVR Mobile* de 2017, los usuarios mantienen sus móviles en esta posición el 90% del tiempo; es decir, no giran el dispositivo aunque el contenido esté ideado para visualizarse tumbado.

Snapchat fue la primera aplicación que apostó por la posición vertical, demostrando que los anuncios verticales se reproducían nueve veces más. Tras el éxito cosechado por la plataforma, otras como YouTube, Google, Instagram y Facebook decidieron seguir el ejemplo y ya cuentan con publicidad adaptada a las pantallas de los móviles.

La principal ventaja de los anuncios erguidos es que estos ocupan toda la superficie del teléfono, por lo que los usuarios estarán más dispuestos a ver la publicidad —ya que no tendrán que hacer el esfuerzo de girarlo—, y el formato da pie a que puedan interactuar con el contenido.

Además, se recomienda que los videos sean de muy corta duración. Así lo exigen los llamados *Snack Ads*, que no superan los diez segundos, y los *Bumper Ads* que ofrecen Google y YouTube, de menos de seis.

### EN LAS PLATAFORMAS

**YouTube.** La visualización a nivel mundial de la red social más importante en contenido audiovisual se realiza más del 70% a través de los teléfonos móviles. Como consecuencia, la plataforma ha decidido apostar por los anuncios en formato vertical para que se adapten a las pantallas de los *smartphones*.

En un principio, YouTube ofrecía adaptar el formato añadiendo dos barras negras a ambos lados del dispositivo, una opción que han mejorado con sus *Vertical Video Ads*.

**Google.** La compañía ha creado sus propios anuncios en video vertical, bautizándolos como *Bumper Ads*. Estos tienen una duración máxima de seis segundos, por lo que si las marcas quieren promocionarse en Google, deben crear un contenido breve pero de gran impacto. Dicha exigencia forma parte de una estrategia que asegura a las firmas un mayor índice de efectividad, ya que los usuarios no pueden saltarse el anuncio. Los *Bumper Ads* pueden aparecer en videos de YouTube.

**Instagram.** Si hay una red social que destaca por sus videos de corta duración, esa es Instagram. Sus *stories*, contenido audiovisual que no excede los 15 segundos de metraje, se generan no solo por los usuarios de la *app*, sino por las marcas. Estos pueden aparecer de forma alterna entre las historias de los perfiles a quienes siguen los usuarios, como un anuncio en mitad de un video.

**Facebook.** Tras la compra de Instagram, la red social de Mark Zuckerberg comenzó a implementar sus propios *stories*. Como novedad, estos amplían su duración hasta los 60 segundos. Los anunciantes pueden promocionarse a través de estas historias de Facebook, las cuales, según aseguran, usan más de 300 millones de personas.

### LA CIFRA

# 90%

es el porcentaje de tiempo que los usuarios usan sus móviles en posición vertical

### PARA EL CLIENTE

Como reflejo del auge del contenido audiovisual, IAB anuncia que para 2019 se espera que el más del 80% de todo el video publicitario será programático.

Con este mercado, las compañías obtienen mayores beneficios del contenido audiovisual y crean un vínculo con el cliente, al adaptar sus mensajes a sus preferencias.

De esta forma, se incrementarán los videos nativos en páginas web, con especial calado en los *smartphones*, y los de gran tamaño, estos últimos presentes en las *Smart TV*.

El objetivo de implementar este tipo de contenido es que las firmas busquen ampliar su *target* mediante el mayor número de visionados, algo que se consigue en gran parte gracias a la continua adaptación de sus producciones a la audiencia. ●





**NO SIGAS  
ESPERANDO  
ALGO NUEVO.  
NOSOTROS  
YA LO TENEMOS.**

Descubre cómo estamos aplicando ya la innovación y nuestro amplio conocimiento sectorial a los desafíos reales de las empresas en [accenture.es](https://www.accenture.es).

**NEW APPLIED NOW**

## DÍA DE LA PUBLICIDAD GENERACIÓN DE CONTENIDO

# NARRATIVAS EDITORIALES QUE DAN VALOR A LAS MARCAS

La publicidad tradicional abre paso a historias con sentido en las que el producto es partícipe además de protagonista

## B.L.

Pensar en un posible cliente o usuario como receptor pasivo de la publicidad es cosa del pasado. La narrativa transmedia, un proceso basado en difundir contenido a través de múltiples plataformas, soportes y canales, cobra más sentido gracias a la normalización de las redes sociales y otros medios de difusión digital. En estos, la interacción es un proceso natural que abre las puertas a *spots*, complementos e incluso aplicaciones basadas en la respuesta del usuario.

Dentro de las tendencias, también cobra un sentido creciente la utilización de diferentes técnicas narrativas. Las historias, los casos reales o los personajes buscan aportar un valor añadido al usuario. Atrás quedan los *publirreportajes* enfocados di-



rectamente a un producto: la publicidad complementaria a medios escritos *vira* hacia un *branded content* muy elaborado, tanto en el aspecto redaccional como en el complementario, con fotografía y vídeos trabajados por profesionales que invitan al disfrute del contenido. Además, las propuestas nativas encajan con la línea del medio y suelen corresponder en

contenido a los intereses del espectador o lector, por lo que la aceptación por parte de los mismos es más habitual.

El aprovechamiento de las nuevas tecnologías permite, hoy en día, soluciones de lo más llamativas: ya es posible comprobar mediante realidad aumentada, por ejemplo, el aspecto de muebles nuevos en tu salón un domicilio o de un determinado

corte o color de pelo. La gamificación –posible en muchas ocasiones gracias a esa misma realidad virtual y al uso extendido de los *smartphones*– genera unos niveles de *engagement* hasta ahora desconocidos, y la velocidad a la que se transmite la información obliga, sobre todo en canales *online*, a encajar el mensaje en un golpe de vista.

## CONSUMO DE VÍDEO

El uso del audiovisual en las campañas de *marketing online* es otra de las tendencias en alza: según un estudio de Hubspot, en 2018 el 81% de las marcas habían optado por patrocinarse con vídeo. Eso sí, no deben extenderse más de un minuto, ya que en las redes sociales, la duración perfecta oscila entre los 6 y los 44 segundos, apunta Cyberclick. ●

## ALGUNOS EJEMPLOS



### FAMILIARIZADOS

IKEA

Además de conseguir que su *spot* fuese tendencia en YouTube durante varios días consecutivos, Ikea aportó con *Familiarizados* un gran ejemplo de gamificación: presentó una aplicación móvil que simulaba el concurso de su anuncio y que permitía al usuario conocer mejor a su familia durante las cenas navideñas. De forma complementaria, lanzó en redes un *hashtag* acorde al tema.



### TENEMOS QUE VERNOS MÁS

RÚAVIEJA

La marca de licor Rúavieja está detrás del anuncio más emocionante de las últimas navidades. El impacto de la campaña *Tenemos que vernos más*, centrada en el tiempo que resta para disfrutar de nuestros seres queridos, no se quedó solo en un vídeo viralizado; el *engagement* se multiplicó gracias al sitio web en el que el usuario podía comprobar su propia cifra.



### ENCERRADO EN EL SÚPER

CARREFOUR

Un gran ejemplo de *storytelling* vía redes sociales vino el pasado año de la mano de Carrefour. Sebas G. Mouret, un conocido *youtuber*, protagonizó un hilo de Twitter en el que narraba a tiempo real cómo se había quedado encerrado en uno de sus supermercados. La aventura, que enganchó a miles de internautas, era en realidad una campaña de la Operación Des-cuento.



### SIENTE EL SABOR

COCA-COLA

La realidad aumentada ha propiciado campañas tan curiosas como la que desarrolló Coca-Cola en colaboración con la EMT el pasado verano. La acción conectó los datos de predicción con el análisis de las rutas de autobuses para detectar en qué momento llegaban a la parada. En ese instante, en la marquesina aparecían los personajes protagonistas invadiendo la calle en cuestión.



### PAQUITA SALAS

NETFLIX

Poca gente es ajena a la *manager* más atrevida de Netflix, entre otras cosas gracias al acierto en la publicidad de esta y otras series del servicio de *streaming*. La publicidad de la ficción protagonizada por Brays Efe ha dado vida a Paquita en redes como Twitter, YouTube e incluso la *app* de compraventa Wallapop, en la que el personaje llegó a «vender» el rótulo luminoso de su agencia.

## ANÁLISIS

Por qué no es 'branded content'



**Fedra Valderrey**  
Product manager en  
BlueMedia Studio

Que la industria cree en el *branded content* es innegable. Esta afirmación ha cobrado especial fuerza en el último trimestre del año; tanto agencias como grupos editoriales hemos vivido una importante concentración de contenidos de anunciantes que han confiado en ellos para llegar a su público objetivo. Pero, ¿cómo se perfila una buena estrategia desde un medio editorial? Escuchando *in situ* a las marcas, consensuando con agencias el plan de acción, analizando a la audiencia y haciendo una prospección periodística para hallar grandes historias que de verdad interesen al público. El *branded content* no son 'remitidos', ni notas de prensa; es ocio y entretenimiento en cualquiera de sus expresiones narrativas. Debemos ser rigurosos con el espíritu del formato, alejarnos de los mensajes invasivos para ofrecer contenidos seductores. El 2018 nos ha servido para consolidar grandes proyectos, pero aún hay un importante camino por hacer y que empieza por la evangelización dentro y fuera de los medios. El 'popular' *branded* es contenido con creatividad, *data*, innovación, desarrollo web y *engagement*. Sentémosnos marcas, agencias y medios y hablemos, de una vez, sobre *branded content*.

*contenido  
nativo*

# ~~Publicidad~~)

*información no intrusiva*

1. *m.* Divulgación de ~~anuncios~~  
de carácter comercial para  
atraer a posibles usuarios.

*y dar valor*

2. *m.* Perteneciente o relativo  
a Noddus.*com*



*Content just got better!*

UK | SPAIN | ITALY | PORTUGAL | MEXICO

noddus.com / info@noddus.com

## DÍA DE LA PUBLICIDAD PATROCINIOS

DESAYUNOS Y FOROS:  
EVENTOS 'PREMIUM'  
DE LAS MARCAS

Foro 'Mujeres y finanzas' organizado por BlueMedia Eventos. JORGE PARÍS

El patrocinio se mantiene como una de las principales estrategias de las firmas para reforzar su 'branding', un formato que continúa creciendo gracias a la inclusión de las redes sociales

## M. T.

Las relaciones públicas y el mercado publicitario aúnan fuerzas con los eventos, una de las herramientas fundamentales para que las marcas refuercen su imagen a través de la organización de encuentros especiales y, en muchas ocasiones, aliándose con personajes de relevancia pública para debatir sobre temas de actualidad.

Este formato es una de las mejores vías para dar difusión de la actividad o filosofía de

un negocio, ya que supone una oportunidad para generar popularidad entre el *target* potencial. A través de la organización de eventos, desayunos informativos, entregas de premios y foros, las firmas aumentan su credibilidad y prestigio, a la vez que refuerzan su imagen y posicionamiento.

Sobre este tipo de formatos trabaja **BlueMedia Eventos**, una división especializada que lleva a cabo acciones de gran relevancia profesio-

nal con enorme repercusión mediática para los medios **20minutos** y **La Información**. «Los anunciantes buscan cada vez más el contacto con los medios, proveedores y clientes mediante foros», afirma Paco Portela, director de Patrocinios y Eventos de la comercializadora de **Henneo**. El año pasado, el departamento organizó 14 encuentros, en los que colaboraron 24 patrocinadores y medio centenar de empresas.

## LA CIFRA

62,8

billones de dólares invirtieron las marcas a nivel mundial en 2017 en los patrocinios

## RENOVACIÓN EN LAS REDES

La presencia de marcas en eventos ha experimentado un incremento positivo en los

últimos años, tal y como refleja el informe de la EAE Business School: el gasto mundial en este formato ha crecido un 3% anual, pasando de los 46,3 billones de dólares a los 62,8 en 2017.

Una de las claves que ha ayudado a consolidarlo en la era de internet son las redes sociales. Gracias a estas plataformas, los usuarios pueden compartir al minuto lo que ocurre en cada encuentro, por lo que las empresas y organizadores cuentan ca-

da más con estas herramientas digitales.

«Nos interesa que los contenidos generados se viralicen. Los publicamos en los soportes de papel y web en colaboración con nuestro departamento de Social Media», explica Portela. Cuanta más audiencia alcancen los contenidos, mayor atención recalará en la firma, por lo que estas centran sus esfuerzos en colaborar con personajes públicos muy activos en las redes, como los *influencers*.

## ALGUNOS EJEMPLOS



## FORO SOBRE MOVILIDAD SOSTENIBLE

Bajo el paraguas *Movilidad Sostenible*, **20minutos** y **BlueMedia Eventos** reunió a personalidades de primer nivel del mundo de las comunicaciones. El encuentro, que estuvo patrocinado por el Ayuntamiento de Madrid y Endesa, contó con la participación de Inés Sabanés, delegada de Movilidad del Ayuntamiento de Madrid; Javier Mateos, director

ejecutivo de Zity; José Antonio León Capitán, director de Relaciones Institucionales y Comunicación del Grupo PSA en España y Portugal; Antonio Castellanos, responsable de la Dirección General de Sostenibilidad de Endesa; y Alberto Martín Rivals, socio responsable del sector de Energía y Recursos Naturales de KPMG en Europa, Oriente Medio y África.



## TRANSICIÓN ENERGÉTICA JUSTA

De la mano del periódico económico **La Información**, distintos agentes analizaron el futuro del sector en el encuentro *Transición energética justa*, el cual contó con el patrocinio de ACCIONA. En la mesa se sentaron a debatir Joan Herrera, director general del Instituto para Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), del Ministerio de Transición Ecológica;

Arturo Pérez de Lucía, director gerente de la Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo Eléctrico (AEDIVE); Sergio de Otto, vicepresidente de la Fundación Renovables; y José López-Tafall, director de Regulación de ACCIONA. El encuentro estuvo moderado por Daniel Toledo, director del periódico digital **La Información**.



## PREMIOS 20 BLOGS

**Premios 20 Blogs** es una de las citas más emblemáticas de los medios de comunicación y la red. El año pasado cumplió su duodécima edición y reunió a más de 300 invitados en un evento al que asistieron representantes de la sociedad civil, del Gobierno y de los diferentes partidos. La última gala tuvo lugar en el CaixaForum de Madrid y estuvo patrocinada por

Movistar; también contó con la colaboración de Halcón Viajes, Obra Social 'la Caixa', SM, Grandes Vinos y Audi Retail Madrid. Los **Premios 20 Blogs** están considerados como unos de los galardones más prestigiosos en habla hispana en la red. Los premios reconocen la labor de la información veraz y cercana con los ciudadanos, su calidad y su valor social e informativo.

## DÍA DE LA PUBLICIDAD FESTIVALES



El Arenal Sound, con 300.000 visitantes anuales, es el festival con mayor número de asistentes en España, según Neolabels. NEREA COLL/ ARENAL SOUND

## LAS CLAVES

## Un mercado rentable

**Cifras récord.** En 2016 España acogió un total de 869 festivales, según el último registro del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

**Una marca en el recuerdo.** El 74% de los asistentes a uno de estos eventos recuerdan a las firmas presentes en el mismo, según el Observatorio de Neolabels y Ticketea.

**Por amor al arte.** El apoyo a la música en directo es una apuesta segura: según AEG, el 83% de los consumidores generan una conexión emocional positiva hacia marcas que invierten en este sentido.

## UN NEGOCIO EN AUJE DESDE LOS ESCENARIOS

Cada verano, los festivales de música se convierten en el mediador ideal entre distintas marcas y sus potenciales consumidores

## BEA LANGREO

Una pulsera en la muñeca y un programa en la mano. Son los primeros estímulos de un festival de música, pero una vez dentro no dejan de sucederse: regalos, fotografías impresas, *tokens* –moneda de plástico ideada para pagar en la mayoría de eventos de este tipo– y, por encima de todo, distintos escenarios repartidos en el recinto. Todos los elementos mencionados tienen algo en común: suelen estar acompañados del patrocinio de una o varias marcas.

Que la presencia de las firmas en estos eventos sea cada vez más numerosa y variada no es extraño si se tienen en cuenta las cifras. El sector de entretenimiento y medios en España está en constante crecimiento y las expectativas continúan a la alza, al menos, hasta 2021. Así lo refleja el *Observatorio de patrocinio de marcas en festivales* firmado por Neolabels y Ticketea, que apunta a una progresión del 2,9% en nuestro país durante

## EN FOTOS

## ¿Cómo se posicionan las marcas?



## Distintos escenarios

Una acción común es el apoyo a grupos emergentes. En la imagen, el escenario alternativo Hirian de Heineken en el Bilbao BBK Live.

## Método de pago

Tuenti patrocina festivales como el Viña Rock o el Arenal Sound poniendo su nombre e imagen en la moneda de cada uno de ellos.



## Experiencia añadida

Los *stands* de información o experiencia son opciones por las que optan infinidad de marcas. En la foto, el espacio de Adidas en el pasado Primavera Sound.

## LA CIFRA

15

firmas acumulan un tercio de los patrocinios en España, con Coca-Cola a la cabeza

los próximos años. En euros, supone pasar de una facturación de 23.963 millones en 2016 a un total de 27.629 millones previstos de cara a 2021.

En concreto, el mercado de la música en directo también vive años de bonanza. Según el anuario que publica la Asociación de Productores Musicales (APM), este sector ha acumulado un crecimiento del 14,7% desde 2016; dentro del formato *live*, el 50% de espectadores prefiere los festivales frente al 30% que se canta por conciertos, como recoge el *Estudio StubHub 2017*. En total, los 50 festivales más importantes de España acumulan una afluencia de 3,52 millones de personas.

De forma añadida a los datos al alza, hay otro factor que juega un papel clave: la publicidad en estos eventos se percibe de forma positiva en el 96,2% de los casos, según Ticketea; un 36,3% de los asistentes apunta incluso que «las firmas aportan valor» a este tipo de eventos, frente a un rechazo de tan solo el 3,8%.

Una vez decidida la presencia de marca, llega el segundo paso: establecer de qué ma-

nera se mostrará al público. Según el análisis de Neolabels y Ticketea, las acciones más efectivas son los regalos directos de producto y los descuentos, seguidos de la organización de experiencias, los concursos y los sorteos. A la cola quedan los patrocinios tradicionales sin generación de actividades.

La percepción de esas empresas presentes en festivales, además, no se limita al número de asistentes; de hecho, y de forma exponencial, se multiplica gracias a la difusión en distintos canales, en especial en las redes sociales. Según los resultados publicados por Ticketea en 2018, más del 80% de los asistentes que interactúan en estos eventos con la propuesta de una marca tienden a compartir los resultados en Instagram, Facebook o Twitter, por lo que el impacto total, multiplicado en función del número de seguidores, puede resultar altamente rentable.

Hablando de nombres propios, el patrocinio de festivales en España cuenta con 15 grandes protagonistas que acaparan el 33% de los acuerdos. El primer puesto lo ostenta Coca-Cola, presente en un total de 34 festivales, seguido de Jägermeister (27), Damm (19), Estrella Galicia (15) o Red Bull (12). Más allá del mercado de bebidas destacan nombres como Movistar, con presencia en diez festivales; Tuenti, que patrocina nueve; o Kia, presente en seis. ●

# BLU MEDIA

CONECTA CON TU AUDIENCIA

APOSTAMOS

POR LA PUBLICIDAD

DEL FUTURO

[www.blumedia.es](http://www.blumedia.es)

  
**HENNEO**



#AbiertoAustralia

# Nadal desespera a Tsitsipas y pasa a la final

El mallorquín arrolló al prodigio griego en tres parciales y espera rival para el último partido: Djokovic o Pouille

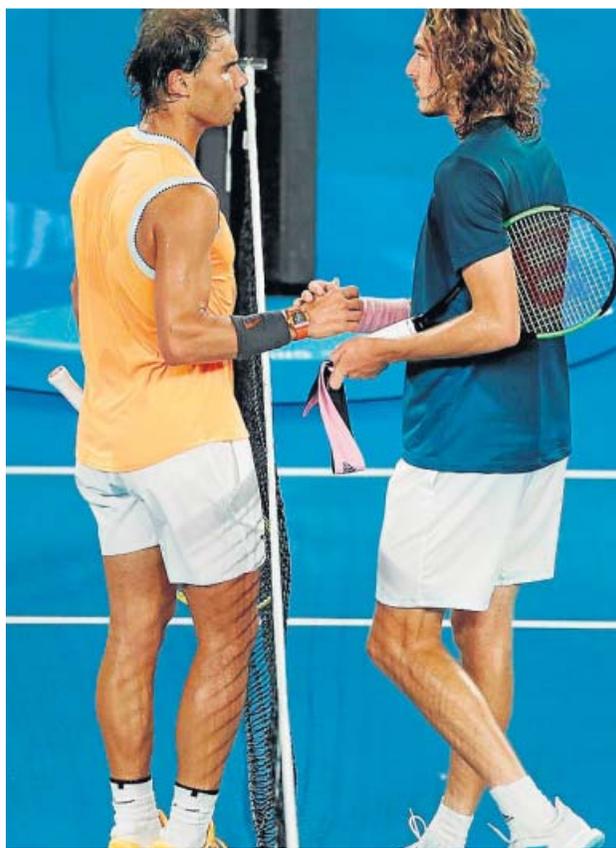
RAÚL R. VEGA  
rodriguez@20minutos.es

Los matices cuentan. No es que Stefano Tsitsipas jugara mal su primera semifinal de un Grand Slam, qué va, es que Rafa Nadal no le permitió jugar bien. Lo reconoció, triste y resignado él, en la rueda de prensa, tras 75 minutos de lucha en vano para ser barrido en tres sets, 6-2, 6-4 y 6-0. El mallorquín accede así a su quinta final australiana; al heleno, ídolo en su país y al que le cambió la vida hace cuatro años cuando su padre le salvó de morir ahogado en las aguas de

Creta, le queda su buen torneo y una pizca de reflexión que ayer no halló.

«No tengo ni idea de qué conclusiones puedo sacar de este partido. Sólo conseguí seis juegos. No sé, me siento muy extraño. Me sentí en cierta medida como con la mente en blanco, cosa que es muy extraña porque nunca noto eso cuando estoy en medio de un partido. Nadal tiene el talento de hacerte jugar mal». Palabra de Tsitsipas.

Sólo en los inicios del primer set fue feliz el griego, apenas unos intercambios de pe-



Nadal y Tsitsipas se saludan al final del partido. EFE

4

finales ha jugado Nadal en Australia, de las que solo ha podido ganar una.

lota que se quedaban en el campo contrario y una pizca de ilusión: '¿y si puedo con él?'. No ha lugar, Nadal no lo permitió. El de Manacor se agenció rápido un *break* y allí murió su rival, del que ya no

hubo noticias en el resto del partido. Literalmente, Tsitsipas se fundió: intentó mover a Nadal, forzarle con su revés federiano a una mano, moverle por la pista... pero ahí se quedó todo, intentar todo y conseguir nada. Querer, contra Nadal, es no poder.

No hubo más partido que contar, fue un monólogo del jugador español, que se planta en la final sin conceder un solo set y asombrando con sus porcentajes en el servicio. Ayer ganó el 85% de los puntos con el primer saque y el 71% con el segundo. Mucha tela. «No es de los más rápidos pero sí es muy efectivo», confirmó Tsitsipas.

El número dos mundial disecionó su victoria: «Aparte de que he sacado muy bien, es importante que continúe bien las jugadas tras el servicio, es importante que el rival vea lejos la posibilidad de lograr la rotura. Además, tengo que mantener este revés, que me ayuda a ser más imprevisible».

Y a descansar, y a esperar rival. Esta mañana se jugará la segunda semifinal (09.30 h), otro duelo a priori decantado: Djokovic contra Pouille. Las preguntas a Nadal, obviamente, fueron por su presumible enfrentamiento el domingo con el número uno mundial. «Él tiene

que ganar su partido primero pero, si fuera contra él, sería una final muy complicada porque es el número uno y el actual rival a batir». Balones fuera.

Por lo que respecta al cuadro femenino, Kvitova y Osaka avanzaron hacia una final en la que estará la primera posición mundial en juego, tras vencer a la estadounidense Danielle Collins y la checa Karolina Kvitova.

Kvitova puso fin al recorrido de la tenista revelación del cuadro, Danielle Collins, después de que alcanzara la se-

«He sufrido mucho en este torneo, pero el deporte no te debe nada»

«La verdad es que no esperaba llegar hasta aquí si miro como han sido los últimos meses»

RAFA NADAL  
Número dos del tenis mundial

mifinal en el que ha sido su primer Abierto de Australia. Por su parte, la tenista japonesa, vigente campeona del 'mayor' estadounidense, necesitó de nuevo tres sets para poner fin al recorrido de Pliskova. ●

• ROBERT REDFORD • LARS VON TRIER • 30 PELÍCULAS Y 10 SERIES IMPRESCINDIBLES DE 2018 •

# CINEMANÍA

'TIEMPO DESPUÉS'  
JOAQUÍN REYES  
& JOSÉ LUIS CUERDA  
ENTREVISTA.  
QUE NO ES POCO

**CAPITANA MARVEL**  
BRIE LARSON  
LA MUJER MÁS PODEROSA DEL AÑO

LA MEJOR DE  
2019

CLASS  
LA FAVORITA  
EL VÍCIO DEL PODER  
EL BLUES DE BEALE STREET  
LO QUE ESCONDE SILVER LAKE  
VENCADORES: ENDCAME  
BEAUTIFUL BOY  
STRANGER THINGS  
JUEGO DE TRONOS

ENERO 2019  
Nº 280 • 3,50 €

REGALO EXCLUSIVO  
CALENDARIO CINEMANIACO

## NO TE PIERDAS EL NÚMERO DE ENERO

### BRIE LARSON ES CAPITANA MARVEL, LA SUPERHEROÍNA DE 2019

Y ADEMÁS, LA ENTREVISTA DE JOAQUÍN REYES  
A JOSÉ LUIS CUERDA, LAS MEJORES SERIES  
Y PELÍCULAS DEL AÑO Y NUESTRO CALENDARIO  
CINEMANIACO DE REGALO

YA  
A LA  
VENTA  
3,50 €

**CINEMANÍA**  
LOCOS POR EL CINE Y LAS SERIES



REGALO EXCLUSIVO  
CALENDARIO CINEMANIACO 2019

## Noche mágica de Marc Gasol con un aroma a despedida

Los Memphis Grizzlies están abiertos a traspasar a su gran estrella, Marc Gasol. La mala trayectoria del equipo, penúltimo del Oeste, hace que la franquicia de Tennessee quiera sacar algo por el español, uno de los mejores pivots de la NBA.

Su salida, pues, parece que se puede producir antes de que

se cierre el mercado de traspasos en febrero, y mientras Marc sigue a lo suyo. En la madrugada de ayer, firmó el quinto triple doble de su carrera con 22 puntos, 17 rebotes y 10 asistencias. Sin embargo, ni con esas ganó su equipo, que cayó con los Hornets (107-118). «Puede que cambie mi relación con los Grizzlies, pero nunca con Memphis», dijo en lo que suena a despedida.

Mientras, James Harden sigue asombrando con sus actuaciones individuales y ante los Knicks hizo 61 puntos para dar la victoria a los Rockets. ● R.D.



Marc Gasol, en el partido ante los Hornets. EFE

20"

### Un árbitro corrupto sancionado de por vida

La Comisión de Ética Independiente de la FIFA ha suspendido a perpetuidad al exárbitro nigerino Ibrahim Chaibou, al que halló culpable de aceptar sobornos.

### Javier Fernández, tercero de momento

El español Javier Fernández obtuvo ayer la tercera mejor

nota en el programa corto de los Europeos de patinaje artístico de Minsk, en los que se despidió de la competición. Las posiciones finales se decidirán en el programa libre del próximo sábado.

### Victoria del Real Madrid en la Euroliga

El Real Madrid consolidó su segunda posición en la fase regular de la Euroliga (16 victorias y cuatro derrotas) tras ganar ayer en un gran partido al Anadolu Efes por 92-84. Hoy se jugarán los partidos Darus-

safaka - Baskonia (18.15 horas), Buducnost- Herbalife Gran Canaria (19.00 h) y Barça Lassa - CSKA Moscú (21.00 h).

### «Sentí rabia»

Antonio Peñalver, subcampeón olímpico de decatión en Barcelona 1992, relató ayer que cuando vio al que fuera su entrenador Miguel Ángel Millán sentado en el banquillo, acusado de dos delitos de abuso sexual a menores, sintió «rabia» y «ganas de que acabe todo para que no haya posibilidad de que toque a nadie más».



Sergio León abraza a Tony Sanabria (izquierda). Sergio Ramos celebra su gol de penalti ante Gorka Iraizoz (derecha). EFE



## Suspendida la búsqueda del avión de Emiliano Sala

La búsqueda del avión en el que iba el futbolista Emiliano Sala y que desapareció el lunes por la mañana fue suspendida ayer, según informó la policía de Guernsey a través de su cuenta de Twitter.

«Las probabilidades de supervivencia son extremadamente remotas», puso en el comunicado, dando por prácticamente imposible que el jugador y el resto de pasajeros aparezcan ya con vida.

Las fuerzas de seguridad informaron de que tres aviones y cinco helicópteros llevaron a cabo 80 horas de «tiempo de vuelo combinado» para buscar la avioneta, que despegó de Nantes (Francia) con destino a Cardiff (País de Gales). «Dos botes salvavidas han estado también involucrados en la búsqueda», dijo la policía, que pidió asistencia a «varios barcos que atravesaban la zona», ninguno de los cuales vio restos de la aeronave.

«Entiendo que la familia de Sala no está conforme con la decisión (así lo manifestaron ayer la hermana y el padre del futbolista) de detener la búsqueda y lo entiendo completamente. Estoy absolutamente convencido de que no podríamos haber hecho nada más», declaró a la BBC el capitán David Barker, encargado del dispositivo.

A pesar de que la búsqueda activa del futbolista se ha detenido, la policía aseguró que mantendrá contacto con las embarcaciones y aviones que atraviesen la zona para tratar de localizar la avioneta. ● R.D.



20M.ES/DEPORTES

Sigue toda la información sobre el avión de Emiliano Sala y el resto de actualidad en nuestra web.

### #CopadelRey

# BUEN RESULTADO DEL BETIS EN SU VISITA AL ESPANYOL

R. RIOJA / R.D.

deportes@20minutos.es / @20mDeportes

Los partidos de ida de los cuartos de la Copa del Rey acabaron ayer con el triunfo del Real Madrid ante el Girona y el empate entre Espanyol y Betis.

#### ESPANYOL 1-1 BETIS

El Betis sacó un interesante resultado en el campo del Espanyol en un partido en el que los pericos lamentaron las ocasiones que perdonaron cuando iban por encima en el marcador. El tanto de Borja Iglesias en la primera mitad se quedó corto, y en la segunda parte unos minutos frenéticos de los de Quique Setién permitieron igualar el

partido y dejarlo todo abierto para la vuelta en el Benito Villamarín.

A la media hora de partido, el Panda remató una gran jugada de los locales tras dos fallos de Darder y Piatti, que habían chocado con un Joel pletórico en este partido.

Al cuarto de hora de la segunda parte, el VAR confirmó un gol anulado al paraguayo Sanabria, que remató en fuera de juego. Pero el atacante verdiblanco, que tiene pie y medio fuera del club sevillano, no se rindió. Primero remató un gran balón que obligó a Roberto a hacer una gran parada, y después su insis-

## Un gol de Sanabria empató el partido de ida de los cuartos de la Copa en Cornellá; el Real Madrid remontó ante el Girona en el Santiago Bernabéu

#### JUGADO MARTES

Getafe-Valencia 1-0

#### JUGADO MIÉRCOLES

Sevilla-Barcelona 2-0

#### AYER

Espanyol-Betis 1-1

Real Madrid-Girona 4-2

tencia tuvo premio cuando remató a la red una contra bien trenzada por Carvalho y Sergio León para poner el definitivo 1-1 en el marcador.

#### REAL MADRID 4-2 GIRONA

El Real Madrid sí quiere la Copa. O eso al menos se desprende del 11 que sacó ayer Solari ante el Girona, con pocas rotaciones y muchas ganas. Los catalanes se pusieron por delante y llegaron a empatar a dos, pero el arreón final de los blancos les da una interesante ventaja para la vuelta, la semana que viene en Montilivi.

Volvió Marcelo a la titularidad, pero el lateral tardó poco en demostrar por qué ha perdido el puesto. Una buena jugada por la izquierda de Raúl García acabó con un centro que Lozano, solo y con el brasileño muy lejos, empujó a la red a placer.

Al Madrid le tocaba remontar, y en la banda derecha encontró una autopista. Entre Odriozola y Lucas Vázquez hicieron mucho daño, y un pase del vasco, que ganó línea de fondo ya en el área, lo remató el gallego.

El dominio de los blancos fue total ante un Girona que esperaba, como sucedió en el Wanda la semana pasada, continuar con su efectividad a la contra. Vinicius fue, de nuevo, de lo me-

jor de su equipo, y lo intentó sin descanso. Tras levantar al Bernabéu en un par de ocasiones, el brasileño controló al borde del área. Lozano le dio una patada a destiempo y el árbitro, que había decidido no pitar minutos antes un posible penalti a Modric, esta vez sí señaló los once metros. Sergio Ramos, de nuevo a lo Panenka, no falló.

En un día de regresos, reaparecieron tras sus lesiones Kroos y Marcos Llorente, y el cante-rano no lo pudo hacer con peor suerte. En un córner del Girona, su compañero Nacho le desequilibró y el centrocampista, con la mano levantada, tocó el balón. No perdonó Granell, que coló el balón en la escuadra.

De nuevo se veía con un mal resultado el Madrid, y de nuevo sacó entonces su mejor versión. Otra vez fue Vinicius el detonante, con una buena jugada por la izquierda para ceder a Marcelo. Su centro lo remató Sergio Ramos, ese defensa con espíritu de delantero que buscó el área con convencimiento para conectar un gran cabezazo.

El Madrid no se conformó ante un resultado que no era del todo bueno, y de nuevo apareció Vinicius, decisivo, cuyo centro encontró esta vez a Benzema, que hizo el cuarto. ●

TIENDA

20 minutos

Descubre todas las promociones de nuestra web [tienda.20minutos.es](http://tienda.20minutos.es)



ENTREGA EN 72H



PAGA CON TARJETA O PAYPAL



COMPRA SIN REGISTRO

## Descuentos especiales para nuestros lectores solo esta semana

TELEVISOR SMART TV  
NPG 19 PULGADAS

~~149,00€~~

POR SOLO

**119€**

DTO  
**20%**



**¡¡Envío gratis!!**

**LLAMA GRATIS AL 900 264 357**

Infórmate y haz tu pedido en horario 09:00 a 18:00 de lunes a viernes



ELENA BERNABE

## Ketama

# «Hay que estar loco para dedicarse a la música hoy en día»

### 20MINUTOS CON...

**El grupo de los Carmona vuelve a los escenarios después de 14 años. Y lo hace con su nuevo disco, 'Deakía Ketama' (Universal), que publican hoy**

**BELÉN SARRIÁ**  
belen.sarria@20minutos.es / @20m

Ketama regresa «para quedarse». Un anuncio que ha vuelto «loca a la gente». Los flamencos comienzan el 23 de febrero en Granada su gira, en la que reinterpretarán sus clásicos.

**¿Qué diferencia hay entre el disco *Deakía Ketama* de 1995 y el de 2019?** Josemi: Hemos remasterizado el antiguo álbum y hemos añadido el *Vente pá Madrid*, junto a Jorge Drexler, y *El problema*, con Pablo Alborán. Después hemos metido *Ángel caído*, de Antonio Vega, y *Loko de amor*, el tema más novedoso, junto a Rubén Rada.

**¿Las nuevas versiones superan a los clásicos?** Antonio: Son diferentes. El *Vente pá Madrid* de 1995 lo cantamos con Antonio Flores y nadie lo puede hacer mejor. La antigua versión cuenta con una banda y ritmos latinos; la nueva es más recogida, tan solo con las dos guitarras de Juan y Josemi y con la voz de Jorge Drexler, que

le añade una letra nueva que habla sobre Ketama, Madrid, y toda la gente que viene a nuestro país en busca de sueños.

**Vuelven porque quieren, pero alguna razón de peso habrá...**

Juan: La razón principal vino cuando mi hermano Antonio cayó malo. Estuvo en coma inducido una semana y, cuando se despertó, nos reunió y dijo: «Oye Juan, Josemi, ¡tenemos que estar juntos!».

Antonio: Fue un momento muy crítico. Esas situaciones te hacen recapacitar y pensar en que necesitas estar con los tuyos, abrazarlos e irte con ellos de gira.

**En una entrevista han dicho que buscan «dar una versión diferente» a cuando seguían juntos, ¿cuál es la novedad?**

Juan: La nueva versión es el resultado del aprendizaje de estos 14 años, en los que cada uno hemos hecho cosas por nuestro lado. Seguro que las letras que hagamos en el próximo disco van a estar más cuidadas por este aprendizaje.

**¿Qué nuevos sonidos nos encontraremos en este lanzamiento?**

Antonio: A quien tenga el disco del 95 le va a encantar el nuevo. Porque, primero, está remasterizado en Abbey Road y, segundo, suena con un matiz muy calentito. Además, hemos incluido cuatro nuevos temas. Después de 14 años no nos apetecía meter nos a saco en el estudio para componer un disco entero.

**También afirman que el sonido de Ketama puede «ha-**

**cerle bien» a la música de ahora, ¿en qué sentido?** Juan: Por lo que veo, ahora en la música es todo bastante parecido. Antes se oía a Serrat, Sabina o Antonio Vega y se les reconocía fácilmente. Ahora cuesta trabajo saber quién es cada uno. Lo que hacemos nosotros es muy particular. Creo que va a abrir a la nueva generación otra manera de ver la música y llevarse a otro sitio,

**«Venimos a quedarnos. Queremos sentir el calor del público paseando por nuestro país»**

**«Nuestra música no va a cambiar mucho, ni vamos a cambiar nosotros para salir en la radio»**

**«No nos tenemos que readaptar porque no hemos dejado de estar adaptados»**

como hicimos nosotros en nuestro momento.

**¿Con qué andan lokos de amor?** Josemi: Por la vida, las sensaciones, nuestros niños, por la música...

Juan: Somos gente muy enamoradiza y muy románticos, algo que puede ser un defecto que ya no se lleva.

Antonio: Hay que estar locos para dedicarse a la música hoy en día. Nosotros lo hicimos en sus mejores tiempos. Ahora es muy difícil entrar en el panorama musical.

**¿Alguien ha rechazado colaborar en el disco?** Josemi: No, a quienes se lo hemos pedido han estado encantados. Pablo Alborán es un tío genial. Desde el primer día, se impregnó con Ketama y quería hacer coros en todo. Le tuvimos que decir: «¡Cómo vas a estar en todos los temas!» [se ríe]. Jorge Drexler, por su parte, es un personaje en peligro de extinción; te habla y te mata.

**¿Y hay algún artista actual con el que les hubiera gustado trabajar y no han podido?** Josemi: ¿Tú lo que quieres que diga es Rosalía, no?

**No, pero podría haber sido una buena forma de conectar con la nueva generación...** Josemi: A lo mejor algún día hacemos algo con ella. Pero las cosas no hay que forzarlas. Es una pedazo de artista que admiramos mucho. Aunque no la considero una cantora flamenca, para eso hay que vivir dos veces. Ella es alguien que se acerca con mucho talento, respeto y que viene muy bien a la música y al flamenco, en particular.

**Disolvieron el grupo con éxitos de los 90 y vuelven ahora en el 2019. ¿Se han adaptado a los nuevos tiempos?** Juan: Los Carmona no hemos desaparecido. En el camino cada uno ha hecho su carrera. Nosotros no nos tenemos que readaptar porque no hemos dejado de estar adaptados.

Antonio: Mi música ya no va a cambiar mucho ni voy a cambiar por salir en la radio. Yo so-

### BIO

#### Ketama

El grupo flamenco, que nació en los años 80, está formado por el cantante Antonio Carmona (1965) y los guitarristas Juan José (1960) y Josemi Carmona (1971), su hermano y primo respectivamente. En 1995 lanzaron *Deakía Ketama*, disco que les llevó al éxito y que hoy recuperan en una versión remasterizada.

lo sé que sé hacer mi música y, si vienen quinceañeros a decir: «Oye, tío, que buena música», pues bienvenidas sean todas las generaciones.

**¿Qué esperan de este disco?** Antonio: Pasármolo bien. Tener el calor de la gente y que disfruten de todas esas canciones que hace tiempo que la gente no escucha.

**¿Buscan despertar a sus fans por una noche o vienen para quedarse?** Antonio: Venimos para quedarnos. Queremos sentir al público paseando por nuestro país. A mí me gusta mucho España. Yo soy español, español, español.

Juan: No sabíamos lo que íbamos a durar pero ahora es un no parar, y eso sin haber sacado el disco. Lo más bonito de todo es que la gente de 25 años, que no ha oído la música de Ketama en directo, está loca por vernos.

Josemi: Vamos partido a partido; concierto a concierto.

**¿A qué escenario les apetece más subirse?** Juan: Cada uno tiene su magia. Lo curioso es que, cuando nosotros empezamos con Ketama, no nos dieron sitio en Andalucía porque decían que no hacíamos flamenco. En cambio, sí nos dieron en el norte.

**¿Qué recuerdos más preciados tienen como grupo?** Juan: Nuestra ilusión de jóvenes era llenar el Palacio de los Deportes, donde hacía Camarón sus conciertos. Cuando llegó el día [en 1995], vimos que había 12.000 personas y se quedaron fuera otras 4.000. Al terminar, nos fuimos al baño del camerino y, nada más vernos, nos echamos a llorar los tres.

Josemi: Otra anécdota, del año pasado cuando decidimos volver, es de la primera vez que ensayamos los tres solos sin música. Yo empecé con la guitarra, Juan me siguió con la suya y Antonio comenzó a cantar. Y, sin decir palabra, empezamos a llorar también. ●



20M.ES/MUSICA

Puedes leer esta y otras entrevistas, reportajes y noticias sobre giras en nuestra página web.

## Netflix estrena hoy 'Polar', la adaptación de 'Black Káiser'

La plataforma Netflix estrena hoy *Polar*, una adaptación cinematográfica de las historias de Black Káiser, el personaje creado por el dibujante y guionista de cómic valenciano Víctor Santos.

La serie *Polar* (que en España publica Norma Editorial) es un impactante y ultraviolento *thriller* protagonizado por un atormentado e inflexible asesino a sueldo creado por Santos (Torrente, 1977). Black Káiser debe realizar un último encargo antes de alcanzar una jubilación que prevé dorada, sin problemas de dinero, gracias a la fortuna acumulada durante una sangrienta y fructífera carrera. ● R.C.

20'

### Amaia Romero actuará en otro festival

La cantante y compositora Amaia Romero, ganadora de *Operación Triunfo 2017*, ha sido confirmada como cabeza de cartel del Mallorca Live Festival 2019, que se celebrará en Calvià el 10 y 11 de mayo. Junto a ella figuran Jamiroqui, Two Door Cinema Club y Vetusta Morla, entre otros.

### El Sónar revela parte de su cartel para 2019

El festival Sónar, en Barcelona del 18 al 20 de julio, confirmó ayer más de 40 artistas para su próxima edición, entre los que destaca la actuación exclusiva de Four Tet y el nuevo espectáculo del productor y vocalista venezolano Arca, además de Vince Staples, Underworld y Fennesz, entre otros.

### 'Fama' reabrirá su academia el 1 de febrero

#0 de Movistar+ cumplirá tres años el 1 de febrero estrenando la segunda edición en el canal del concurso *Fama a bailar*, que se alargará durante 16 semanas. Con nueva academia y final individual y por parejas, estará presentado de nuevo por Paula Vázquez.

### 'La casa de papel' habla sobre sus máscaras

La productora de *La casa de papel*, Vancouver Media, respondió ayer a la reclamación de derechos de la Fundación Dalí por el uso de la imagen del pintor en sus máscaras. Sostiene que es «una caricatura creada y diseñada específicamente para la serie».



Javier Cámara (izda.) y Adam Jezierski, en un fotograma de la serie. TNT

## ‘Vota Juan’ retrata con humor el lado humano y ridículo de la política

Javier Cámara protagoniza esta ficción de TNT, que se estrena hoy, sobre la cara oculta de los políticos y sus allegados

ISRA ÁLVAREZ  
ialvarez@20minutos.es / @ialvar

Si en algún campo o profesión es cierta aquella máxima de que la realidad supera a la ficción, ese campo es el de la política. Los reveses, intereses y ambiciones que mueve hacen que un reflejo de ese mundillo en clave de comedia resulte tan atractivo como lo es la serie *Vota Juan*, del canal TNT y producida por 100 Balas y Turner, que se estrena esta noche (22.00 h).

Se trata de una comedia protagonizada por Javier Cámara, que interpreta a Juan Carrasco, un ministro de Agricultura con una ambición desmedida, un ansia por seguir escalando en el escalafón casi tan grande como su facilidad para meterse en problemas. «Es una serie muy divertida, donde los personajes lo pasan muy mal», explica el propio Javier Cámara, que añade que han hecho «una destilación de muchos políticos y hemos construido este Juan Carrasco que es peripatético, pero lleno de alma».

Según Diego San José, guionista y creador de la serie junto con Juan Cavestany, «la política real sería una mala serie». Y aunque esta se ambienta en ese mundo, en realidad habla más «del factor humano», como explica la actriz María Pujalte, que se mete en el papel de la jefa de prensa de Juan Carrasco.

Tampoco es una historia que trate de la política real y,

### 3 PREGUNTAS A...

#### María Pujalte



La actriz interpreta a Macarena, la jefa de prensa y persona de confianza de Juan, el ministro interpretado por Javier Cámara que protagoniza la serie.

#### 1 ¿A qué se dedica Macarena? Ella

está para salvar marrones maquillando asuntos, reorientando las pifias...

#### 2 ¿Se ha documentado? Hablé con

personas que se dedican a esto y algunas cosas de las que me contaron me sorprendieron. Son puestos sin horarios, sin fines de semana... y con mucho estrés.

#### 3 ¿La realidad supera la ficción?

Lo que me encanta de *Vota Juan* es que todas las maravillas que están escritas en los guiones (que son fantásticos), por muy bestias que sean, parecen sacadas de un día cualquiera en la política. ●

quizá por eso, esta comedia ácida resulta muy universal: «Todas las miserias de *Vota Juan* las podría cometer tanto alguien de izquierdas como de derechas. Los protagonistas no se pueden ubicar en ningún partido, lo que nos permite disgustar a todo el mundo», explica con sorna Diego San José.

Con ocho episodios, la trama arranca cuando Juan decide presentarse a las primarias de su partido para después convertirse en el candidato a la Presidencia del Gobierno. Intrigas internas, envidias y crisis rodean al político y su equipo, en el que están los actores Nuria Mencía (como su jefa de gabinete) y Adam Jezierski (secretario personal de Juan).

El ámbito más cercano y familiar del ministro lo forman Mona Martínez, como la empleada de hogar de Juan; Yaël Belicha, como Paula, la mujer de Juan en la distancia; y Esty Quesada (Soy una pringada), que interpreta a Eva Carrasco, la hija adolescente y poco normativa del político.

La acción en *Vota Juan* transcurre en despachos, salas de prensa o platós de televisión pero, además, «hemos incidido mucho en la humanidad de los personajes, en ver qué pasa detrás del escenario de la política y cómo se comportan estos personajes cuando llegan a su casa», dice Javier Cámara. ●



20M.ES/VOTAJUAN

Puedes leer el artículo completo, una entrevista con Javier Cámara y un vídeo del rodaje en esta dirección web.

¿UN DENTISTA EN LAS PALMAS?

¿UN ALBAÑIL EN AGUILAR DE CAMPOÓ?

¿UN VETERINARIO EN GETAFE?

¿UN ABOGADO EN SANT BOI?

¿UNA GESTORÍA EN LEPE?

¿UN ARQUITECTO EN ESTELLA?

¿UNA EMPRESA DE MUDANZAS EN AVILÉS?

¿UN TALLER EN DOS HERMANAS?

¿UN INSTALADOR DE AIRE ACONDICIONADO EN GETXO?

## GUÍA DE SERVICIOS 20MINUTOS

servicios.20minutos.es

Te sorprenderá descubrir que existe lo que necesitas donde lo necesitas. Nosotros lo encontramos y lo comparamos todo por ti.

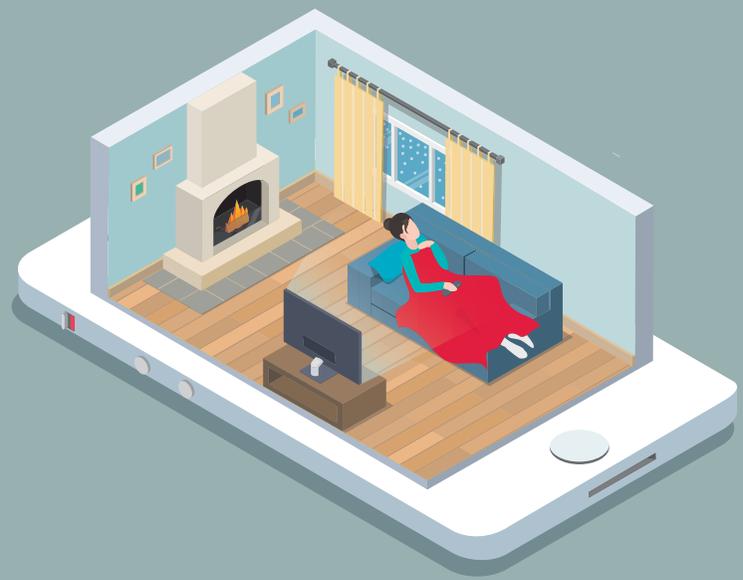
20 minutos

Con la colaboración de:



ESTE INVIERNO SABRÁS SI HACE DÍA DE PASEAR POR EL CENTRO O DE SOFÁ Y MANTA

tiempo y temperatura.es



ADELÁNTATE HOY AL TIEMPO DE MAÑANA  
Conoce al instante y de forma fiable la **previsión meteorológica**

tiempo y temperatura.es



20 minutos

# TORRENTE BALLESTER 'REVIVE' VEINTE AÑOS DESPUÉS

Con motivo del 20.º aniversario de su muerte, Alianza Editorial y Alfaguara publican reediciones de sus libros

ANDREA ABREU  
andrea.abreu@20minutos.es / @AndreaAbreuL

La casa de la infancia de José Miguel Torrente —corrector y editor— era un desorden ordenado. Los libros brotaban de las esquinas como flores valiosas que conviven con su entorno en plena paz y armonía. J. M. Torrente cultivó un gran amor por la literatura, pero no está seguro de si su padre, Gonzalo Torrente Ballester (Ferrol, A Coruña, 1910-Salamanca, 1999), le inculcó de forma intencionada esa pasión por las letras o si la mera presencia de sus volúmenes logró hacer su parte.

Este domingo, se cumplen veinte años de la muerte de Torrente Ballester y parece que es un buen momento para leerle. Alianza Editorial lanza una biblioteca de autor de uno de los escritores más únicos de la literatura española del siglo XX, el primer novelista nacional galardonado con el Premio Cervantes (1985), miembro de la Real Academia Española desde 1975 y Premio Príncipe de Asturias de las Letras (1982), entre otros importantes galardones.

La biblioteca incluye títulos como *Don Juan*, *La Isla de los Jacintos* o *Crónica del Rey Pasado* (a la venta el 31 de enero). Además, Alianza publica una edición del vanguardista *La*

*saga/fuga de J.B.*, en su colección Alianza Literaturas (que arranca el 21 de febrero). El libro cuenta con un prólogo del ganador del premio Herralde de Novela 2017, Andrés Barba.

También Alfaguara se suma al aniversario con una edición completa, y en un solo tomo casi tan grande como la Biblia, de una de sus obras más emblemáticas: *Los gozos y las sombras* (compuesta, a su vez, por *El señor llega*, *Donde da la vuelta el aire* y *La Pascua triste*), que ya está en librerías.

Para el hijo del escritor, el hecho de que Alianza Editorial reedite ahora las obras de su padre es una buena noticia y un signo de que sus palabras aún siguen interesando. Si J. M. Torrente aprieta las ideas en un esfuerzo por recordar a su padre escribiendo, le resulta complicado. «No era tan fácil verle porque él siempre lo hacía en su despacho, en la biblioteca, y era un sitio al que no se podía entrar. Pero, a veces, sí se le veía escribir y corregir», recuerda.

La diferencia entre progenitor e hijo era amplia: cincuenta y nueve años les separaban. Por eso, para J. M. Torrente, la figura física de su padre era más parecida a la de un abuelo. Cuenta que había un momento en el que no entendía lo que la



Retrato de l escritor Torrente Ballester, de Damian Flores Llanos (1985). BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA

## El franquismo y su obra

●●● **A pesar de que Torrente Ballester comenzó sus andanzas literarias afiliándose a la Falange, eso no impidió que tuviese que pasar el filtro de la censura. En el prólogo de *Lasaga/fuga...*, Andrés Barba recuerda el informe del censor encargado de revisar ese libro: «Solo una censura tan absolutamente destartalada como la nuestra pudo dejar color un texto plagado de críticas políticas de todo tipo», dice Barba del texto.**

profesión de escritor significaba, porque era muy pequeño. «Luego, cuando ya era consciente de lo que suponía, lo tenía tan metido en la vida cotidiana que no diferenciaba al escritor del profesor».

En palabras del mismo Torrente Ballester, sus obras intentan «explorar, mediante la palabra, mundos imaginarios». Como un niño que juega a esconderse, cuando escribía corrteaba por los límites entre la realidad y la fantasía. «Es un autor muy fácil de enclavar en una tradición cervantina y costumbrista pero que, al mismo tiempo, lleva esa literatura a un lugar mágico, imprevisible y

totalmente desmesurado», explica Andrés Barba.

Para J. M. Torrente puede que el mayor logro de su padre haya sido su capacidad para crear una obra tan extensa a pesar de las circunstancias. Porque Torrente Ballester comenzó a vivir durante el reinado de Alfonso XIII y desarrolló casi toda su carrera dentro de la dictadura franquista. «Era una época de dificultades económicas y políticas, censura, persecuciones», dice su hijo.

Dentro de la extensa producción de Gonzalo Torrente Ballester (que cuenta con más de una veintena de novelas, un puñado de obras de teatro y otro de

ensayos), elegir un solo libro es muy difícil. Aún lo es más para su hijo: si J. M. Torrente tuviese que decir un nombre, sería el de *Don Juan*.

Por su parte, Barba reconoce que puede que no sea la mejor puerta de entrada, pero que el libro al que tiene más cariño es *La saga/fuga de J.B.*, que considera la pieza más irreplicable de su producción. «Me deslumbró mucho cuando lo leí por primera vez, en la facultad de Filología», recuerda. «Tenía algo completamente nuevo y a la vez absolutamente familiar». Barba dice que si abres *La saga/fuga...* por cualquier página, encuentras «una imagen brillante». ●

## Fallece el diseñador cordobés Elio Berhanyer

El diseñador Elio Berhanyer, el último gran nombre de la historia de la moda española, falleció ayer a los 89 años en su residencia de Madrid. El Museo del Traje acogió la capilla ardiente del diseñador durante cuatro horas.

Distintos personajes lamentaban ayer su muerte. Entre ellos, el ministro de Cultura y Deporte, José Guirao, le recordaba como «sinónimo de la alta costura española» y lo

calificó como «absolutamente contemporáneo». También, modelos y diseñadores le homenajearon durante la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid.

Elio Berhanyer fue uno de los modistos españoles con más prestigio internacional y vistió a la alta sociedad española y a muchas celebridades, entre ellas, la Reina Sofía y Ava Gardner. En 2011 recibió un homenaje por sus 60 años dedicado a la moda. Un año antes se vio obligado a cerrar su taller de alta costura de Madrid y la tienda de la marca situada en la calle Lagasca, como consecuencia de la crisis económica. ● R. C.

20"

## EE UU niega el visado a un actor de 'Roma' y no irá a los Óscar

El actor mexicano Jorge Antonio Guerrero, que interpreta a Fermín en *Roma*, tiene pocas posibilidades de acudir a los Óscar 2019: ha solicitado el visado en tres ocasiones para acceder a EE UU y le ha sido denegado todas las veces.

## Altamira presentará mañana nuevas figuras

El Museo de Altamira acogerá mañana la conferencia *Handpas. Las manos de la cue-*

*va de Altamira*, durante la cual los ponentes darán a conocer nuevas figuras identificadas halladas en la célebre cueva con arte rupestre.

## La autora de '50 sombras de Grey' lanza nueva novela erótica

La autora de la novela *50 sombras de Grey*, E. L. James, ha anunciado el lanzamiento de un nuevo libro erótico, *The Mister* (Ed. Cornerstone), que en esta ocasión se aleja de los personajes del superventas romántico que hace ocho años la encumbró al éxito. La nueva obra de la escritora se publicará en Estados Unidos el próximo 16 de abril.



## 'Los Girasoles' de Van Gogh no viajará más

El Museo Van Gogh de Ámsterdam anunció ayer que ya no podrá volver a prestar a pinacotecas de otros países el célebre lienzo *Los Girasoles* del maestro holandés. El estado de la pintura es «estable pero vulnerable», explicó el director del museo. OLAF KRAAK / EFE

## LOS EXPERTOS RECOMIENDAN:



### Don Juan

En esta recreación de uno de los grandes mitos literarios, J. M. Torrente encuentra una enseñanza única: la visión que su padre tenía del amor como un «sentimiento humano».

JOSÉ MIGUEL TORRENTE  
Hijo del escritor, editor y corrector



### La saga/fuga de J. B.

Barba piensa que se trata del libro más irreplicable de su producción. Un retrato de la sociedad española de posguerra «extraordinariamente divertido y descacharrante».

ANDRÉS BARBA  
Escritor y prologuista de *La saga/fuga...*



Rocky Balboa (Sylvester Stallone) y Adonis Creed (Michael B. Jordan) preparándose para el combate. WARNER

# EL SEGUNDO ASALTO DEL NUEVO ROCKY

## 'CREED II: LA LEYENDA DE ROCKY'

La saga 'Rocky' ahonda en la nostalgia y reivindica a Shakespeare en plan soviético

## LA PELÍCULA DE LA SEMANA

Por Carlos Marañón



El peso de la nostalgia y el eco pugilístico del pasado ayudan, pero el boxeo moderno se ha convertido en un hándicap, o al menos en un estigma, para el cine. El deporte se horteriza sin remedio, aislado por la mercadotecnia que todo lo invade con sus oropeles y sus metacrilatos; pero, en especial, hay que ver lo mal que ha evolucionado estéticamente el ring desde aquellos claros-

curos tenebristas de *Cuerpo y alma*, *Más dura será la caída* y *Marcado por el odio...* tan respetados y sabiamente aplicados después por Martin Scorsese en *Toro salvaje*.

El mérito de *Rocky* (y el de John Huston antes en *Fat City*, *ciudad dorada*), un poquito antes de entrar de lleno en el despijor capitalista cinéfilo de los 80, fue ponerle color al espíritu de aquello que hasta entonces olía a linimento y se alumbraba con una bombilla colgando sobre la lona. Hasta que les estalló en los guantes por sobredosis de bisutería deportiva en las sucesivas entregas y acabó implosionando en *Rocky V*.

Sin embargo, poniendo el foco en otro lado, las películas del potro Balboa han sabido superar el ahogo de la franquicia original sustituyéndolo por el toque *shakesperiano* (*coppoliano* también vale) que incluye *la familia* (aunque el apellido en liza tenga origen galaico-leonés) en la ecuación de éxito.

No son *Million Dollar Baby*, que aguantaba el tirón estético del boxeo chillón porque salía poco del gimnasio; ni tampoco *The Fighter*, que se mantenía con Christian Bale en las fronteras del universo

*white trash*; ni siquiera *Redención* (*Southpaw*), que jugaba al drama sanguinolento con un sorprendente Jake Gyllenhaal. Pero funcionan con solvencia dramática y un cierto aroma (a diferencia del amaneramiento de *Cinderella Man*) a clasicismo sin ínfulas.

## En el boxeo, como en la vida, los perdedores acaban siendo mucho más interesantes

Tras la crepuscular *Rocky Balboa* y la neoadrenalina *Creed*, esta segunda entrega de las andanzas del hijo de Apollo es un chute de nostalgia apoyada en el retorno de Iván Drago: la película apela de manera muy directa e inequívoca, sin aspavientos, con mecanismos simples pero muy efectivos (banda sono-



2018. Director Steven Caple Jr. Reparto Michael B. Jordan, Sylvester Stallone

ra que suena a la original) a la revancha del ruso derrotado en pleno auge de la administración Reagan. El *comeback* de Dolph Lundgren —muy bien conservado— es el arma más poderosa (Brigitte Nielsen no anda lejos) para justificar la película: el director Steven Caple Jr. (realizador del drama racial *The Land*) se marcó como referencia para el encuentro entre los dos antiguos rivales el cara a cara entre Robert De Niro y Al Pacino que Michael Mann bordó en *Heat*. Y pese a las diferencias de peso (interpretativo), no ha salido mal parado en esta reivindicación de la sangre en plan soviético.

Ante Lundgren y su estigma, se agradecen los esfuerzos de Michael B. Jordan, junto a ese eterno marcharse sin acabar de irse de Stallone, y la presencia del contrapunto femenino de Tessa Thompson, que ya no quiere esperar en casa el resultado del combate. Sucede que, en el boxeo, como en la vida, los perdedores acaban siendo mucho más interesantes. Atención al futuro de esta saga con Drago y su hijo, porque solo en el cine pueden los hijos del fracaso llegar a ser ganadores en el futuro. ●

## MÁS ESTRENOS

### 'LA CASA DE JACK'

Las últimas dos películas de Von Trier, *Nymphomaniac* y *La casa de Jack*, son demasiado conscientes de la facilidad con la que se accede a la provocación. Algunos pueden ver perturbadora la búsqueda del escándalo en detrimento de una mayor ambición artística.

Quedarse en este debate es ignorar las virtudes de *La casa de Jack*. Empezando por un Matt Dillon soberbio, que brinda fragilidad y chulería a un asesino en serie. Un personaje que, gracias a su intérprete, rodea de patetismo una evidente misoginia y perversidad para ofrecer una divertidísima obra. Lo más coherente es darle cinco estrellas por la misma razón por la que él hace cine: por joder. ● S. A. 2018. Director Lars von Trier Reparto Matt Dillon, Uma Thurman, Riley Keough

### 'EL BLUES DE BEALE STREET'

Cuenta con las virtudes suficientes para deslizarse sobre la temporada de premios. Dejando aparte las interpretaciones estratosféricas, las influencias (Wong Kar-wai) y las muestras de una personalidad que va camino de hacerse inconfundible, el director no miente cuando habla de los matices de intriga en la trama.

Jenkins abre en *El blues de Beale Street* una puerta a la esperanza de la que *Moonlight* apenas mostraba una rendija: los esfuerzos del mundo para hacerte creer que eres una mierda pueden resultar inútiles si alguien a tu lado recuerda (y te recuerda) que eso no es verdad. ● Y. G.

2018. Director Barry Jenkins Reparto Kiki Layne, Stephan James, Diego Luna

### 'FAMILIA AL INSTANTE'

Mientras que *Familia al instante* aspira a ser una película para toda la familia con mensaje positivo, sus medios para transmitir el mensaje prescindieron muchas veces de los paños calientes y la moralina.

La cinta resulta muy disfrutable cuando se regodea en los aspectos más bochornosos que conlleva prohiar a un trío de chavales creditos. Pero cuando trata de estimular nuestra ternura, se hunde por el peso de sus buenas intenciones y por la nula química entre Wahlberg y Byrne. ● Y. G. 2018. Director Sean Anders Reparto Mark Wahlberg, Rose Byrne, Octavia Spencer

## EL ADIÓS PERFECTO DE ROBERT REDFORD

### 'THE OLD MAN AND THE GUN'

Forrest Tucker pasó 60 años robando bancos, entrando en prisión y escapando de ella, y Robert Redford ha pasado 60 de la suya ofreciendo interpretaciones icónicas. Y *The Old Man and the Gun* les rinde nostálgico tributo a ambos o, más bien, al arquetipo que la hibridación de personaje e intérprete encarna: alguien entregado con pasión a su oficio.

Incluso si no acaba siendo el último papel en la carrera actuarial de Redford, es el mejor



Forrest Tucker, apasionado del hurto. VÉRTIGO FILMS

## Robert Redford ofrece su interpretación más magnética en mucho tiempo

canto del cisne para él: una película que celebra su carrera con más cariño que ninguno de esos montajes visuales habituales en las galas.

El personaje funciona a modo de amalgama crepuscular de Sundance Kid y Johnny Hooker y los otros forajidos que Redford encarnó. No se conforma con desempolvar recuerdos de su carrera y ofrece su interpretación más magnética en mucho tiempo mientras, en la piel del ladrón, confronta su necesidad de robar con lo que corre el riesgo de perder a causa de ella.

Lowery podría haber dado al filme la forma de una violenta intriga criminal, pero es todo lo contrario: derrocha encanto melancólico en todas esas escenas en las que su héroe conversa y flirtea con Jewel (Sissy Spacek) y hace balance. Probablemente, Redford lo hace también. ● N. SALVÁ

2018. Director David Lowery Reparto Robert Redford, Sissy Spacek, Casey Affleck

## TELEVISIÓN

# El reportaje más revelador sobre la pederastia en España



‘Examen de conciencia’ es un documental de Netflix que arroja luz sobre los abusos en el seno de la Iglesia

R.C.  
cultura@20minutos.es / @20m

«Este era un tema que me quemaba desde que vi la película *Spotlight* [sobre abusos sexuales en Estados Unidos], consciente de que aquí en España, y en general en los países latinos, la incidencia del abuso es muy superior a la de EE UU o Australia, donde la Iglesia no tiene tanto poder», explica Albert Solé, director de *Examen de conciencia*, una serie documental de Netflix en torno a los casos de pederastia cometidos por religiosos en España.

En este trabajo han conseguido testimonios de adultos que en su niñez sufrieron abusos de profesores y sacerdotes de diversas congregaciones e instituciones de enseñanza nacionales. Para estas víctimas de abusos escalofriantes y sórdidos, la entrevista supuso «reabrir un trauma que para ellos estaba cerrado, de lo que no han

hablado en años», aunque también es «parte de la solución al estrés postraumático». Pero, además, han logrado contactar con un profesor que ejerció esos abusos. *Examen de conciencia* tiene constancia de casos que se han producido hasta 2012. «Lo más difícil ha sido la inexistencia de datos. Hay muchísimas víctimas, pero muchos casos fueron tapados y los responsables están protegidos por las instituciones o por la prescripción de los delitos», hace ver Solé. Para él, el testimonio del abusador —sin justificarle ni alabarle— ha sido «un acto de valentía, porque otros con los que hemos hablado se hacen los locos o dicen que no recuerdan o te dan con la puerta en las narices», relata.

Según el director, la tragedia de los abusos a menores en la Iglesia católica ha cambiado con la llegada del nuevo Papa, porque Francisco «tiene un nuevo discurso», «buenas palabras» y «ha abierto el debate, lo que es un gran cambio». Aun así, Albert Solé duda de que «sea capaz de cambiarlo». ●

**Cuándo y dónde**

DESDE HOY, DISPONIBLE EN NETFLIX

## QUÉ VER ESTE FIN DE SEMANA

VIERNES



**CINE**  
**‘Los olvidados’**

LA 2. 22.00 H

*Historia de nuestro cine* llega a su película 900 y homenajea a Luis Buñuel con los filmes *Los olvidados*, del cineasta aragonés, y *El evangelio de las maravillas*, de Arturo Ripstein, con fuerte influencia de Buñuel.



**MÚSICA**  
**Tu cara me suena**

ANTENA 3. 22.10 H

Mimi, en primera posición en el ranking de puntos, se meterá en la piel de Junior esta semana. Soraya será Blondie, María Villalón se convertirá en Nicky Jam y Manu Sánchez interpreta a Bertín Osborne.



**SERIE**  
**Los Goldberg**

NEOX. 22.30 H

*The Pina Colada Episode*. Murray y Geoff se unen para sacar a Beverly, Barry y Erica de la tristeza compartida, ya que Lainey ha abandonado la ciudad. El entrenador Mellor se prepara para su siguiente paso en su vida.



**ENTRETENIMIENTO**  
**Volverte a ver**

TELECINCO. 22.00 H

El actor y humorista Pablo Chiappella dará una de las sorpresas más emotivas. Será cómplice de los padres de David, un muchacho ejemplo de fortaleza tras nacer con una malformación en un brazo.

SÁBADO



**ACTUALIDAD**  
**Informe semanal**

LA 1. 21.30 H

Presentado por Pilar García Muñiz y dirigido por Óscar González, el programa más veterano y el más antiguo de su género en Europa ofrece reportajes de actualidad internacional, nacional, social y cultural.



**CINE**  
**‘Conspiración en la red’**

CUATRO. 17.55 H

Milo (Ryan Phillippe), un genio de la informática, trabaja en su garaje desarrollando tecnología digital. Le proponen formar parte de una empresa millonaria y de repente se ve involucrado en una trama de corrupción.



**INFANTIL**  
**Pelopicopata**

ANTENA 3. 07.00 H

Una visión insólita del mundo animal que muestra las relaciones del hombre con sus mascotas, las curiosidades de los animales, sus enfermedades, el papel de los veterinarios y otros aspectos.



**DOCUMENTAL**  
**La noche temática**

LA 2. 23.50 H

En su incesante búsqueda de la pildora milagrosa que lo convierta en invencible, Hitler inicia una carrera de armas farmacológicas. Esta Noche se emiten *Los yonkis de Hitler* y *Las cobayas de la CIA*.

DOMINGO



**CINE**  
**‘Vivir es fácil con los ojos cerrados’**

LA 2. 22.30 H

Antonio (Javier Cámara) es un profesor que utiliza las canciones de los Beatles para enseñar inglés. Se entera de que John Lennon está en Almería rodando una película y va a conocerlo.



**ENTRETENIMIENTO**  
**Liarla Pardo**

LA SEXTA. 18.00 H

La actriz y humorista Silvia Abril, que presentará la gala de los premios Goya junto con Andreu Buenafuente, llegará pisando fuerte al programa de Cristina este domingo para charlar sobre su vida y sus proyectos.



**ENTREVISTA**  
**Chester**

CUATRO. 21.30 H

Margarita Robles, ministra de Defensa, y Paula Echevarría, actriz que da vida a la sargento Martina Ibañez en la miniserie de Telecinco *Los Nuestros 2*, serán las protagonistas de la nueva entrega del programa.



**CONCURSO**  
**Maestros de la costura**

LA 1. 22.05 H

Los aprendices rinden homenaje al diseñador Pedro Rodríguez. En la primera prueba, confeccionarán un camisón y una bata a medida. Descubrirán el Disseny Hub Barcelona, donde trabajarán por equipos.

## HORÓSCOPO

Por Amalia de Villena

**Aries** Tu poder seductor podría provocar un efecto mágico en alguien que siempre te había gustado pero que hasta ahora no se había fijado en ti. No tengas prisa por nada: lo que tenga que suceder, sucederá.

**Tauro** Te has propuesto incorporar ciertos hábitos saludables a tu día a día y vas muy bien. En un encuentro que se producirá hoy te sentirás algo perdido. Sé fuerte, cree en ti y no te alejes de lo que más te interesa.

**Géminis** Podrás liderar una reunión en la que tendrás una oportunidad para lucirte. Es importante que tomes una decisión rápidamente para no caer en el error de la semana pasada. Uno de tus superiores te felicitará.

**Cáncer** Los problemas no desaparecerán por mucho que mires para otro lado. Debes coger el toro por los cuernos y tomar las riendas de tu vida. Si no afrontas lo que hay, no podrás solucionarlo. Un buen amigo te ayudará.

**Leo** Tu pareja te sorprenderá con una reacción que considerarás impropia de él. No se lo tengas en cuenta. Las aguas volverán a su cauce y vuestra relación volverá a ser fluida siempre y cuando evites discusiones.

**Virgo** Estás a punto de iniciar una etapa muy favorable en lo laboral y en lo económico. Pero tendrás que darlo todo para seguir manteniendo a flote un barco que, en ocasiones, se tambaleará por la marea.

**Libra** Tendrás un malentendido con un ser querido que no interpretará la realidad como tú. No te ofusques y busca soluciones intermedias o podría crearse una brecha demasiado grande. Si se muestra distante, dale tiempo.

**Escorpio** No actúes hoy de forma impulsiva o podrías cometer errores caros. Intenta ser reflexivo en todo momento y así no tendrás que lamentarlo. Alguien te notará algo irascible y te lo dirá. Acepta las críticas.

**Sagitario** Una pequeña escapada de fin de semana te irá de maravilla para volver a conectarte contigo. No importa si se trata de mar o montaña, lo esencial será que te dejes embriagar por la naturaleza.

**Capricornio** Verás una película o leerás un libro cuyo mensaje calará hondo. La vida te está enviando un recado y debes hacerle caso. Nada volverá a ser como antes y ahora es cuando vas a empezar a darte cuenta.

**Acuario** Caerás en la tentación de juzgar a alguien por un comportamiento puntual y no serás consciente del error. Debes ser más tolerante con la gente. No todo el mundo tiene que pensar como tú.

**Piscis** Encontrarás el momento de retomar un proyecto que tenías abandonado y esta vez lo verás con una mayor perspectiva. Podrías colaborar con un amigo o conocido en esta nueva etapa: no te cierres a nada.

## MÁS SERVICIOS EN 20MINUTOS.ES

- Resultados de todos los sorteos en [20m.es/sorteos](http://20m.es/sorteos)
- Previsión del tiempo nacional e internacional en nuestra app gratuita [tiempoytemperatura](http://tiempoytemperatura) en [20m.es/moviles](http://20m.es/moviles).
- Los mejores códigos descuento y cupones en [descuentos.20minutos.es](http://descuentos.20minutos.es)
- Productos seleccionados para nuestros lectores en [tienda.20minutos.es](http://tienda.20minutos.es)

🎁 | HOY FIRMA

## Carmelo Encinas Carmena y la empanadilla

Los resultados de las elecciones andaluzas nos sacamos demasiadas conclusiones. La inmediata fue el extrapolar sus resultados a otros escenarios autonómicos y municipales, incluso a nivel estatal. Un ejercicio algo precipitado porque cada espacio electoral tiene sus peculiaridades y el de Andalucía está entre los que más matices presentan. Se dedujo también que la fragmentación de la derecha había demostrado que lejos de restar posibilidades a esa ala del espectro político, como siempre se entendió, las había ampliado, dando por seguro que la comparecencia de Vox permitió alcanzar una mayoría que, por sí so-

### El espacio electoral de Andalucía está entre los que más matices presentan

los, no hubieran logrado PP y Ciudadanos. Nunca sabremos lo que habría ocurrido de no concurrir la organización ultra a esos comicios, pero me resulta demasiado aventurado creer que sus cuatrocientos mil votos, de andaluces cabreados con Susana Díaz, no se los hubieran repartido las listas que encabezaron Moreno Bonilla y Juan Marín y que, con la abstención que registró la izquierda, sus dos formaciones no hubieran alcanzado de igual forma la mayoría absoluta para sacar al PSOE de San Telmo.

Hago esta reflexión ante el movimiento telúrico que ha provocado en la izquierda la decisión de Íñigo Errejón de comparecer a las elecciones autonómicas de Madrid no como candidato de Podemos, sino como el líder de la Plataforma Más Madrid que propugna Manuela Carmena en el Ayuntamiento de la capital. Una maniobra que desata las iras de la dirección morada, que, desde el minuto uno, se ha desligado de su compañero de formación asegurando que acudirán a los comicios autonómicos con marca propia y en abierta competencia con Errejón.

Quien piense que una tercera oferta que dispute el electorado de izquierdas al PSOE y a Más Madrid aumenta las posibilidades de arrebatar a la derecha el gobierno regional creo que se confunde. Es más, esa fragmentación puede incluso dejar a una de las tres formaciones por debajo del 5 por ciento de los sufragios que la ley exige para obtener escaño e inclinar decisivamente la balanza al otro lado del espectro político. El riesgo que corre Podemos en este trance es muy alto, y así debe haberlo entendido en los comicios de la capital al «echarse a un lado» y no enfrentarse a Carmena a pesar de que dejó fuera de su lista al exjemaad Julio Rodríguez. Fue precisamente la alcaldesa, en la famosa cena de las empanadillas donde se rompió el tobillo, quien tomó la iniciativa de atraer a Errejón a Más Madrid para que ambos formaran un tándem electoral, a la vista de los penosos resultados de Adelante Andalucía el 2 de diciembre.

Que Íñigo Errejón no es Carmena ya lo explicitó públicamente Pablo Iglesias sin pudor alguno, pero lo que no aclaran es si en la batalla de Madrid lo que realmente le importa a la dirección de Podemos es mantener abierta cualquier posibilidad de que gobierne la izquierda o prefieren que esos comicios sepulsen políticamente a su rival interno. Son los personalismos frente al interés político, y la empanadilla de Carmena se les atraganta. ●

Carmelo Encinas es director de Opinión de 20minutos



🔔 | COLUMNA

## ¿Y si el separatista gana Eurovisión?



Por David Moreno  
Periodista

Ya tenemos canción elegida para representar a España en el próximo Festival de Eurovisión. Bueno, claro, es que ahí comienza el primero de los problemas. El representante español en el festival no representa a España, representa a Televisión Española. Esto, que vaya por delante. Aclarado este punto, vayamos al lío. El pasado domingo, el público de TVE eligió al catalán Miki como el participante español en Eurovisión con la canción *La venda*, un tema compuesto por Adrià Salas (del grupo catalán La Pegatina).

Hasta aquí todo bien, el problema surge cuando en las redes sociales comienza a circular una imagen del *triumfo* con lo que parece una bandera estelada en, lo que también parece ser, una manifestación por la independencia catalana. El 'eurodrama' está servido, la polémica en bandeja, las burradas escritas bajo el anonimato de Twitter no tardan en proliferar: ¿debe representarnos un cantante que no se siente cómodo formando parte de España?

La verdad es que, vista así, la cosa suena un poco absurda, pero si volvemos al principio, a eso de que representa a TVE y no a los españoles... Creo que no hay debate.

La elección fue pública, su deseo de participar notorio y la canción, que esto es lo que más nos debería importar, es un temazo que suena a España. ¿Y si esta era la mejor canción para representarnos? ¿Por qué no?

Dejando al lado el tema de la independencia, la canción con la que Miki actuará en mayo en Eurovisión me parece genial. *La venda* suena a verbena, a fiesta, a alegría y es una canción con mucha mucha energía. Es parte de lo que a los europeos les gusta de España. Es lo que esperan de nosotros. Nos representa. Suena a Álvaro Soler, y él arrasó en las listas de éxitos en Europa. ¿Y si nos dejamos de tonterías y nos centramos en la música? ¿Y si ganamos? ●

📍 | DE MÁLAGA...

... A Málaga



🔊 NOS DICEN LOS LECTORES

### La administración solo de unos

He ido al Departament de Treball a hacer un trámite. Me reciben dos grandes pancartas con el lema «*Llibertat presos polítics*» y un gran lazo amarillo. Pregunté si disponían de algún formulario para presentar una queja; me respondieron que no. En privado, un funcionario me comentó que tampoco estaba de acuerdo pero que no podía hacer nada. Como catalán no independentista no me sentí bien recibido, sentimiento que, imagino, será compartido por las personas que trabajen allí y no sean independentistas (alguno habrá, supongo). Si pago mis impuestos como el catalán más independentista, exijo ser tratado con el mismo respeto. ¿Tan difícil es mantener la imparcialidad política en la administración pública de todos los catalanes? Iván Robles, Barcelona

📧 Escríbenos a [lectores@20minutos.es](mailto:lectores@20minutos.es)

Las cartas no deberán superar los 800 caracteres (espacios incluidos). 20minutos se reserva el derecho de editar o extraer los textos.

🐦 EN TWITER

Cuando pase todo esto no veréis a ningún minero colgarse una medalla. Aunque las merezcan más que nadie. @EmilioOrdiz

La necesidad de aclarar que no te gusta el gobierno de Maduro antes de condenar un golpe de Estado, como de aclarar que no te gusta Valtynyc ni compartes sus letras antes de condenar la represión política es de primero de colaboracionista. @MagdalenaProust

Llega un momento a final de la tarde en el que tienes que aceptar de una vez que quizás este día tampoco lo vas a aprovechar. Y ahí ya te relajas. @soysori

20 minutos

Una publicación de  
20 MINUTOS EDITORA, S. L.

HENNEO

Directora  
**Encarna Samitier**  
Director de Opinión  
**Carmelo Encinas**  
Subdirectores  
**Jesús Morales y Raúl Rodríguez**  
Redactores jefe  
**Pablo Segarra, Álex Herrera y Raquel Gómez Otero**  
Redes **José Mª Martín Camacho**

Primer diario con licencia Creative Commons. Queremos que te sientas libre de copiar, distribuir y usar nuestro trabajo. Lee nuestras condiciones de copia en [20minutos.es](http://20minutos.es)

EDITA  
20 Minutos Editora, S.L.

PUBLICIDAD (BLUEMEDIA): **Hortensia Fuentes** (directora general), **Gabriel González** (director Madrid), **Mercè Borastero** (directora Barcelona) y **Rocío Ortiz** (directora Andalucía). Tel.: 91 701 56 00

Coordinación y Tráfico **Rafael Martín Marketing** **Álvaro Fernández-Villa**. Operaciones **Héctor Mª Benito**. Administración **Luis Oñate**

Madrid Condessa de Venadito, 1. 28027 Madrid. Tel.: 91 701 56 00

Barcelona Plaza Universitat, 3. 08007 BCN. Tel.: 93 470 62 50

Valencia Xàtiva, 15. 46002 Valencia. Tel.: 96 350 93 38

Andalucía Plaza del Duque, 1. 41002 Sevilla. Tel.: 95 450 07 10

20minutoseditora@20minutos.es

Imprimen **Impresa Norte, S.L.U.** **Bermont, Inicativas y CREA**

Depósito Legal: M-10774-2012



# DATE UNA VUELTA POR EL CARIBE

## COMO SI FUERAS EL PRIMER HOMBRE EN LA TIERRA

Elige entre una de estas vueltas:

 En avión desde Madrid  
 Financiación hasta 10 meses\*

9 días / 7 noches

### PLAYA BÁVARO - República Dominicana

Grand Sirenis Punta Cana 5\* - TI

desde **950€**

Now Larimar 5\* - TI

desde **990€**

Ocean Blue/Sand 5\* - TI

desde **1.300€**

### RIVIERA MAYA - México

Bluebay Grand Esmeralda 5\* - TI

desde **1.040€**

Grand Sirenis Riviera 5\* - TI

desde **1.095€**

Ocean Coral Turquesa 5\* - TI

desde **1.150€**

### CUBA

#### VARADERO

Sol Sirenas 4\* - TI

desde **950€**

Meliá Varadero 5\* - TI

desde **1.140€**

#### COMBINADO CUBA

3 noches La Habana en AD + 4 noches Varadero en TI  
 Presidente 4\* (La Habana) – Roc Barlovento 4\* (Varadero)

desde **1.030€**

Precios desde por persona en habitación doble válidos para determinadas salidas de 2019. Incluye avión ida y vuelta desde Madrid, alojamiento en hotel de categoría y régimen indicado, tasas de aeropuerto, traslados y seguro básico de viaje. No incluye tasas gubernamentales (a pagar en destino) ni visado para Cuba, consultar. AD: Alojamiento y desayuno; TI: Todo Incluido. \*Financiación en 10 meses, consulta condiciones de financiación sujeta a estudio y aprobación por parte de Santander Consumer Finance S.A. Gastos de gestión por reservar en Nautalia 11€.



200 oficinas  
**900 811 006**  
 nautaliaviajes.com

C.I.C.MA.2468Mm



**NAUTALIA**  
 Viajes

ALMERÍA | Méndez Núñez, 14 Bajo. T. 950 25 11 33 | CÁDIZ | San Francisco, 16 (esq. General Luque). T. 956 10 80 24 | Algeciras | Alfonso XI, 21. T. 956 90 44 05 | Jerez de La Frontera | C/ Honda, 22. T. 956 10 54 89 | CÓRDOBA | Av. de Barcelona, 7. T. 957 10 48 90 | Manuel Sandoval, 3 (paralela a Cruz Conde). T. 957 24 89 02 | GRANADA | Gran Vía de Colón, 24. T. 958 56 09 82 | Martínez Campos, 14 bajo. T. 958 56 09 34 | HUELVA | Berdigón, 34. T. 959 10 05 16 | JAÉN | Navas de Tolosa, 10. T. 953 96 11 12 | Martos | Francisco del Castillo, 4. T. 953 20 82 35 | MÁLAGA | Hilera, 5 (edif. Santander). T. 951 50 96 26 | C. Cial. Larios, local B 404. Av. de la Aurora, s/n, T. 951 21 02 62 | Arroyo de la Miel | Av. Tivoli s/n, Residencial Pueblo Don Lázaro - local 7. T. 952 56 26 58 | Mijas | C.C. Carrefour - local 19. Avenida de los Lirios, s/n. T. 952 59 27 07 | Torremolinos | C.C. Carrefour, Ctra. Circunvalación s/n. T. 951 57 35 33 | Isabel Manoja, 7, local 4. T. 951 21 09 51 | Vélez - Málaga | Canalejas, 5 bajo. T. 952 54 92 62 | SEVILLA | María Auxiliadora, 2. T. 955 12 48 54 | San Pablo, 2. T. 955 26 01 06 |

IMPRESO EN PAPEL 100% RECICLADO