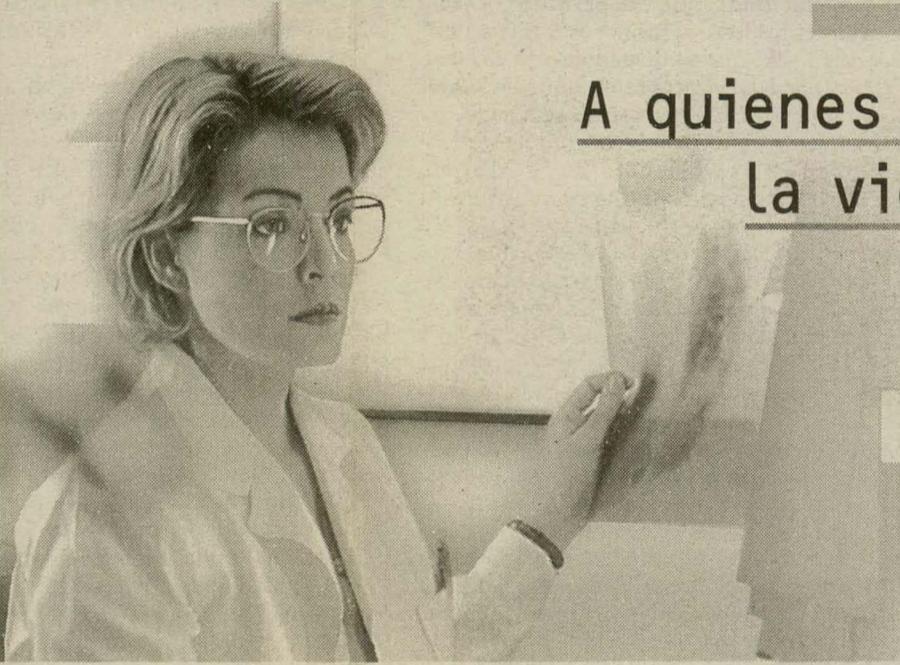


¿A quiénes les interesan Los BONOS ICO?



A quienes se toman
la vida con interés

6,09% T.A.E.*

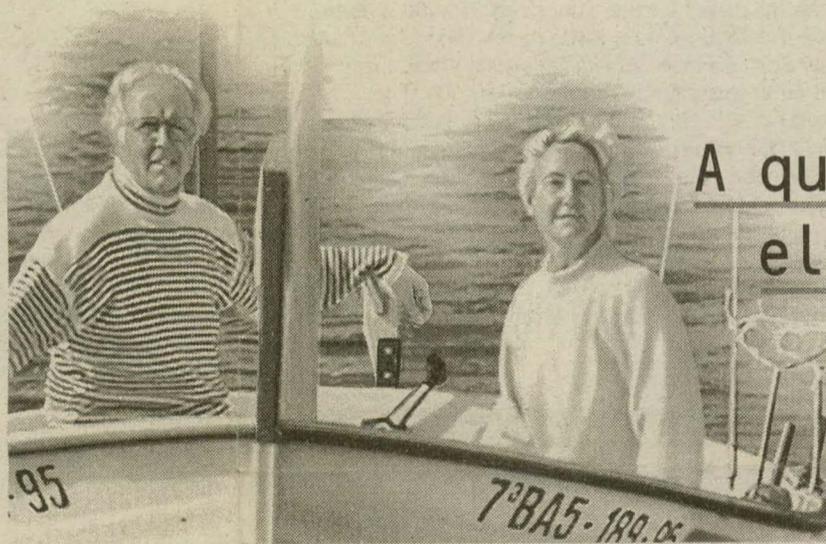
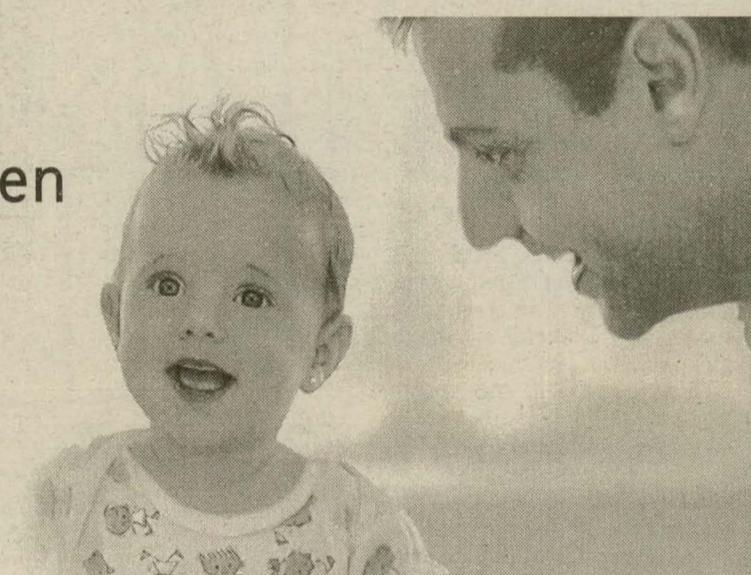
Cobro semestral de los intereses

A quienes quieren
vivir tranquilos

Durante

10 Años

Con liquidez en 24 horas
(según folleto de emisión)



A quienes conocen
el valor de las cosas

Desde
10.000 pts.

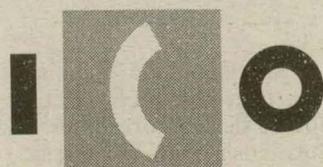
HASTA EL 30 DE JUNIO

Bonos **ICO**

CON LA GARANTÍA DEL ESTADO

Acuda a su
Banco o Caja o
infórmese en el

900 121 121



Instituto de Crédito Oficial

El folleto informativo está registrado en la C.N.M.V., a disposición del público en la C.N.M.V., en ICO y en las Entidades Aseguradoras y Colocadoras de la Emisión. R.B.E. N° 307/97.

(*) A los efectos de considerar la rentabilidad final para el suscriptor, éste deberá tomar en consideración las posibles comisiones que su intermediario financiero pueda repercutirle, ya sea con ocasión de la suscripción, custodia o amortización.

La cadena SER refuerza su liderazgo y se distancia aún más de sus competidores

RNE pierde 330.000 oyentes y la COPE 247.000, según el Estudio General de Medios

EL PAÍS, Madrid
La cadena SER ha ampliado su ventaja sobre el resto de las radios convencionales. Así lo confirma la segunda oleada del Estudio General de Medios (EGM) difundida

ayer, que otorga a la SER 4.278.000 oyentes, por 3.038.000 de la COPE, su inmediato seguidor. En un periodo con un descenso generalizado del número de oyentes, la mayor criba la han sufrido Ra-

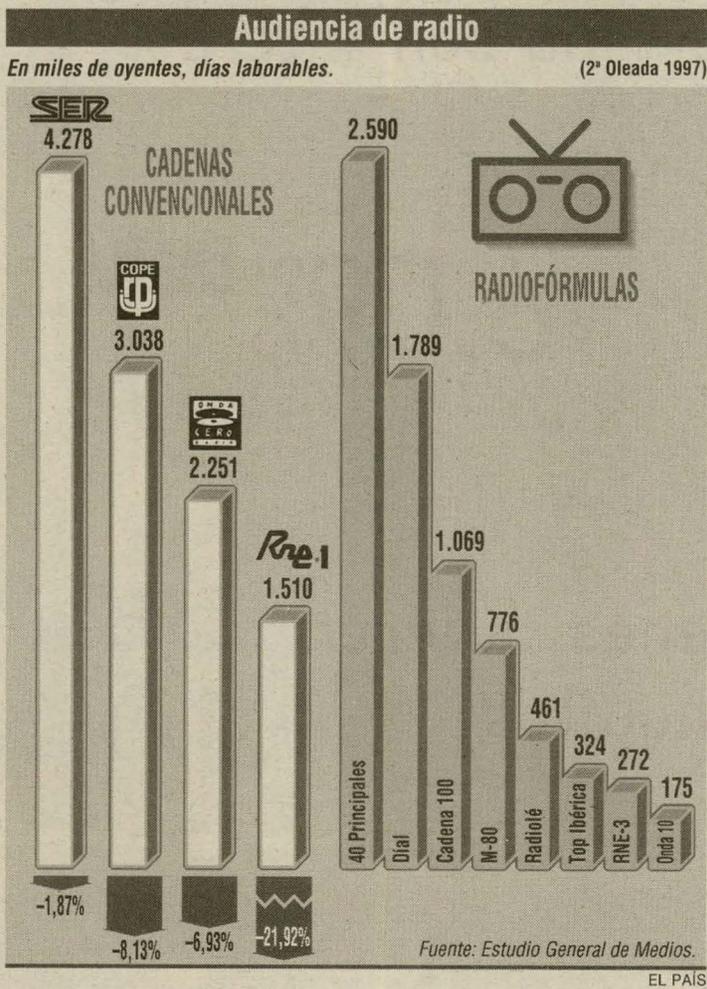
dio Nacional, que ha perdido 331.000 oyentes respecto al primer estudio de 1997, y la COPE, que ha disminuido en 247.000. Hoy por hoy, el programa de Iñaki Gabilondo en la SER, es el más escuchado.

La oleada correspondiente al periodo abril-mayo de 1997 ha acentuado el liderazgo de la SER en las tres grandes clasificaciones: como cadena convencional, como radiofórmula y por programas. La SER Convencional ha abierto mayor brecha respecto a sus competidores. Acumula 4.278.000 seguidores, mientras que la COPE suma 3.038.000; Onda Cero, 2.251.000; y Radio Nacional de España, 1.510.000.

Toda la radio convencional ha bajado de audiencia, aunque en proporciones muy diferentes. La SER ha perdido 80.000 oyentes respecto a la primera oleada, casi la mitad que Onda Cero (156.000). La fuga en la COPE y RNE ha sido mayor: la cadena de los obispos ha perdido 247.000 y la emisora estatal, 331.000.

Raúl Domingo, presidente de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial, comentó ayer que este descenso, en su conjunto, es "una pérdida cíclica que se viene produciendo desde hace cinco años en la oleada de primavera". En su opinión, los cambios climáticos afectan al tiempo de ocio de los ciudadanos, lo que provoca un descenso en el consumo de medios de comunicación. En cualquier caso, las pérdidas difieren mucho entre unas y otras emisoras.

Como ya sucediera en oleadas anteriores, Iñaki Gabilondo congrega al mayor número de fieles durante las mañanas (1.943.000). El director y presentador de *Hoy por hoy* supera en 254.000 oyentes a Antonio Herrero (*La mañana*, COPE) y en 390.000 a Luis del Olmo



(*Protagonistas*, Onda Cero). Los tres programas han reducido un poco su audiencia: Del Olmo (-150.000), Gabilondo (-130.000) y Herrero (-63.000).

Esta oleada del EGM ha puesto de relieve el despegue de Javier Sardá (*La ventana*, SER) en la programación vespertina. Tras años de intensa competencia con Julia Otero (*Las tardes de Julia*, Onda Cero), Sardá, que reúne diariamente a

625.000 oyentes, se ha distanciado de Otero en 136.000 oyentes. Mari Cruz Soriano logra para la COPE en la misma franja horaria 405.000.

Ser Deportivos y *La media vuelta* —presentados por Manolo Lama e Ignacio Lewin, en la SER— ocupan el primer puesto entre las 20.30 y las 22.00.

En la noche deportiva, *El Larguero* que dirige y presenta

José Ramón de la Morena mantiene su primacía con 1.463.000 *hinchas* diarios. Su aforo supera en 395.000 seguidores a *Supergarcía*, el espacio de José María García en la medianoche de la COPE. El liderazgo de la SER se prolonga durante la madrugada. Primero con Gemma Nierva (*Hablar por hablar*, 580.000 oyentes) y, luego, con Roberto Sánchez (*Si amanecemos vamos*).

En cuando a los informativos, la SER también afianza su posición. Gabilondo es líder de seis a nueve de la mañana. *Hora 14*, con 422.000, gana al mediodía; y *Hora 20*, por la tarde. Por la noche, el informativo más escuchado es *La linterna* (COPE), que aventaja en 21.000 oyentes a *Hora 25* de la SER.

Fines de semana

Los fines de semana, la SER es la emisora favorita de la audiencia. *A vivir que son dos días* ha confirmado su primera posición en las mañanas del sábado (1.102.000) y el domingo (935.000). *Carrusel deportivo*, dirigido por Paco González, ha incrementado su ventaja sobre *Tiempo de juego* (COPE), al que supera en 650.000 oyentes. La tarde de los sábados es para *El cine*, el espacio de Lo que yo te diga, con 202.000 fieles.

En cuanto a las fórmulas musicales, 40 Principales es la más escuchada con 2.590.000, seguida de Cadena Dial (1.789.000), la única que ha experimentado un crecimiento significativo. Cadena 100 es tercera (1.069.000). M-80 suma 776.000 y Radiolé, 461.000.

EL PAÍS supera el millón y medio de lectores

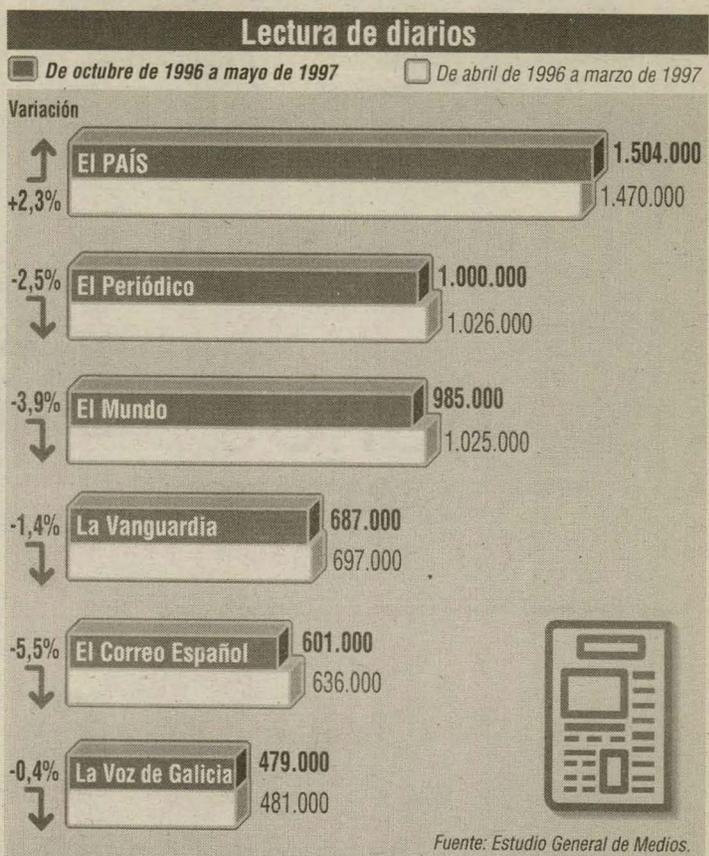
EL PAÍS, Madrid
El diario EL PAÍS ha superado por vez primera el millón y medio de lectores (1.504.000) en el periodo acumulado octubre 1996/mayo 1997 y abre una brecha de más de medio millón de lectores sobre sus competidores en la prensa diaria de información general, según los últimos datos del Estudio General de Medios (EGM). Además, EL PAÍS es el único diario que ha ganado lectores (34.000) respecto al periodo anterior (abril 1996/marzo 1997) de entre las principales cabeceras españolas de ámbito nacional y regional. El diario *Abc* no participa en este estudio.

La segunda posición la ocupa *El Periódico* que sufre un retroceso de 26.000 lectores seguido de *El Mundo*, que pierde 40.000, lo que representa una

caída del 3,9%. A mayor distancia se sitúan *La Vanguardia*, *El Correo Español* y *La Voz de Galicia*, que experimentan también una ligera disminución de su número de lectores.

Los dominicales reflejan un descenso de lectores generalizado a excepción del suplemento de *La Vanguardia*, ya que comenzó este año a distribuirse con otros periódicos. No obstante, se mantiene en primer lugar *El Suplemento semanal*, producto que también se entrega con numerosos diarios regionales, que alcanza 3.993.000 lectores. El segundo puesto lo ocupa *El País Semanal* con 3.068.000.

A gran distancia se sitúan *La Revista* de *El Mundo* que se queda en 1.296.000 lectores y *El Dominical* de *El Periódico*, con 1.352.000.



López-Amor: "RNE huele a alcanfor y naftalina de toda la vida"

ROCÍO GARCÍA, Madrid
Fernando López-Amor se levantó ayer olfativo. El alcanfor y la naftalina, esos dos productos de olores tan penetrantes y rancio fueron utilizados por el director de Radiotelevisión Española, Fernando López-Amor, para hablar de la situación de Radio Nacional de España (RNE). Ante la Comisión de Control Parlamentario de RTVE, en el Congreso de los Diputados, y a una pregunta sobre el creciente descenso de oyentes de la radio pública, confirmado ayer por el Estudio General de Medios, López-Amor dijo que la radio pública "huele a alcanfor y naftalina", aunque confió en que en un tiempo próximo pueda desprenderse de ese desagradable olor que arrastra desde hace tiempo.

A la salida, y a preguntas de los periodistas, el director de RTVE dijo que "RNE huele a alcanfor y naftalina de toda la vida" y lo defendió alegando que una radio pública no puede competir con las cadenas privadas, que se pueden permitir más licencias comerciales. López-Amor sí reconoció el descenso de audiencia de RNE y abogó por reforzar la programación para evitar esas bajadas.

De nuevo fueron los informativos de TVE los que centraron la parte más sustanciosa de la comparecencia de López-Amor ante los diputados. Las críticas de los socialistas se refirieron, en esta ocasión, a la existencia de "listas negras" y "caza de brujas" entre los profesionales de TVE no afines al Partido Popular.

Del ministerio a TVE

El socialista Luis Alberto Aguiriano denunció que muchos periodistas de TVE han sufrido por haber trabajado durante el Gobierno del PSOE. Y mencionó, en concreto, la contratación de Marta Chavero, jefa de prensa de la ministra de Medio Ambiente hasta fecha muy reciente, como periodista de la televisión estatal para información política.

López-Amor calificó a Aguiriano de "cabeza estructurada complicada" y negó que hubiese "listas negras, caza de brujas o limpieza étnica, eso que sí se hizo durante los 14 años que me han precedido". El director del ente público alabó de nuevo la profesionalidad y los índices de audiencia y credibilidad de la que gozan los informativos que dirige Ernesto Sáenz de Buruaga.

En contestación a la socialista Amparo Valcarce, López-Amor dijo que si TVE no fuese un servicio público "se saldría en las cotas de audiencia". Según sus datos, la audiencia desde el mes de enero se sitúa en un 33% —un 24,4% TVE-1 y un 8,6% La 2—.

En referencia a la deuda de RTVE, el director general volvió a recordar lo que dijo en el Senado en el sentido de que el ente público no tiene capacidad para hacer frente al endeudamiento "porque es una deuda del Reino de España" y se felicitó por el reciente acuerdo de la Cumbre de Amsterdam que ha reconocido que las televisiones públicas europeas pueden tener doble financiación, pública y comercial.