

Más de 50 medios de comunicación y agencias de publicidad colaboran con la JMJ

- Han firmado acuerdos de colaboración para ceder gratuitamente espacios publicitarios en Internet, prensa, radio, soportes exteriores y televisión
- Canales de televisión de Estados Unidos y Canadá también se han sumado al grupo de medios colaboradores

Madrid, 7 de abril de 2011.- Ya son más de 50 los medios de comunicación y agencias de publicidad que colaboran con la difusión de la Jornada Mundial de la Juventud (JMJ) convocada por Su Santidad Benedicto XVI, que se celebrará del 16 al 21 del próximo agosto en Madrid. Diarios, revistas, radios, televisiones, webs y agencias colaboran desde hace meses desinteresadamente ofreciendo sus espacios para la publicación de las distintas campañas promocionales de la Jornada.

El cardenal arzobispo de Madrid Antonio María Rouco Varela, presidente del Comité Organizador de la Jornada Mundial de la Juventud, ha agradecido a los medios y agencias colaboradoras en un encuentro esta mañana “la ayuda que nos han brindado hasta el momento, que está permitiendo dar a conocer el gran acontecimiento de este verano”.

Grandes grupos de comunicación españoles como Unidad Editorial (*El Mundo, Marca, Expansión, El Mundo TV*), Grupo COPE (*Cadena 100, COPE, Popular TV, Rock & Gol, Club Popular TV*), Grupo Voz (*La Voz de Galicia, Radio Voz*), y Grupo Vocento (*ABC*), Grupo Dixi Media (*lainformacion.com, Capital*), además de periódicos de referencia como *La Razón* se han sumado a la red de medios colaboradores que han firmado el acuerdo de colaboración.

Las televisiones también participan en la promoción de la Jornada. Telemadrid y Canal Metro Madrid ofrecen parte de sus espacios a la emisión de los anuncios de la Jornada. También colaboran productoras como Uniprex TV (Grupo Antena 3TV). Al otro lado del Atlántico se cuenta con la colaboración de la cadena EWTN en Estados Unidos y de Salt+Light TV en Canadá.

Por otra parte, servicios de éxito en Internet como Spotify ofrecen su espacio en la Red para la emisión de cuñas y la publicación de los *banners* promocionales de la JMJ.

Radios como *Gestiona Radio* o *Radio Libertad* también han puesto a disposición de la JMJ sus parrillas para la difusión de las cuñas que anuncian la Jornada.



Revistas y otros medios especializados también llevan meses colaborando: *Revista Ceim*, *Revista Cámara de Comercio de Madrid*, *Menos 20* y *Menos 25*, *Taxi Magazine* (Madrid), *Nuestro Tiempo*, *Perfiles* (ONCE), *InfoCatólica.com*, *Vida Nueva* y *Ecclesia*.

Gabriel González-Andrío, director de Marketing y Campañas de la JMJ, afirma que “estamos gratamente sorprendidos por la positiva reacción y la gran cantidad de medios que se están convirtiendo en *media partners* de esta Jornada Mundial. Nos alegra mucho comprobar que cada semana se van sumando nuevos medios de dentro y fuera de España, así que esperamos superar con creces el número actual”.

Se espera la participación de cientos de miles de jóvenes. A cinco meses de la cita se han registrado ya más de 300.000 personas procedentes de 170 países.

Información de contacto:

[Oficina de prensa JMJ Madrid 11](#)

C/Maudes, 51 -9^a planta– 28003 Madrid

Tel: (+34) 91 7885354 – (+34) 638672099

Marieta Jaureguizar, Directora Oficina de prensa JMJ Madrid11

Lourdes Artola, Responsable atención medios españoles: medios@jmj2011madrid.com

Erika Rivera, Responsable atención medios internacionales: internationalpressoffice@jmj2011madrid.com



1Esta información puede ser usada con fines informativos sin necesidad de publicar su fuente.

2 La foto adjunta ha sido realizada por la Oficina de prensa de la JMJ.