



RECULL DE PREMSA

23/05/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
23/05/13	ELS EMPLEATS DE LA XARXA, EN CONTRA D'UN POSSIBLE ERO / EL PUNT AVUI	5	1
23/05/13	QUO VADIS, CUATRO / LA RAZON	6	1
23/05/13	L'ARA BALEARS ARRIBA AVUI A LES ILLES EL NOU MITJÀ, QUE NEIX DE LA MÀ DE L'ARA, SERÀ L'ÚNIC DIARI EN CATALÀ QUE ES PUBLICARÀ A L'ARXIPÈLAG / ARA	7	1
23/05/13	DETENIDOS DOS SUPUESTOS FOTÓGRAFOS POR AGREDIR A LA POLICÍA EN PROTESTAS / ABC (EDICION NACIONAL)	8	2
23/05/13	MUCHO POR HACER / LA RAZON	10	1
23/05/13	«A LA TELEVISIÓ D'ARA HI HA FORÇA TELEPORQUERIA» JOSÉ MARÍA ÍÑIGO PERIODISTA. AUTOR DEL LLIBRE 'LA TELE QUE FUIMOS' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	11	1
16/05/13	DADES ESTADÍSTIQUES A TENIR EN COMPTE / LA COMARCA D' OLOT	12	1
23/05/13	EL PERIÓDICO PREMIA JOVES 'PERIODISTES' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	13	1
23/05/13	'NAUTILUS, LA NUEVA AVENTURA DEL PERIODISMO CIENTÍFICO / EL PAIS (SELECCION THE NEW YORK TIMES)	14	1
23/05/13	BARCELONA, CAPITAL DEL DOCUMENTAL / EL PAIS (ED. CATALUNYA) QUADERN	15	1
23/05/13	LA CMT DISGUSTA A ONO AL RESPALDAR LA TASA DE RTVE / EL ECONOMISTA	16	1
23/05/13	PREMIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL EGARENSE JOAN FRANCESC FONDEVILA / DIARI DE TERRASSA	17	1
22/05/13	LUIS DEL OLMO, PREMIADO POR LOS TELESPECTADORES / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	18	1
23/05/13	EL ATLÉTICO PAGARÁ A MEDIAPRO PARA NO SER EMBARGADO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	19	1
23/05/13	MONTORO ABRE LA VÍA A OTRO TIPO DE FINANCIACIÓN EN RTVE / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	20	1
23/05/13	JOHN PATON SE INCORPORA AL CONSEJO DE 'EL PAÍS' / CINCO DIAS	21	1
23/05/13	MEDIASET CORRIGE DESDE MÁXIMOS DE 2011 / EXPANSION	22	1
23/05/13	PEDRO SIMÓN, PREMIO ONCE DE PERIODISMO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
23/05/13	ARRESTEN UN FOTÒGRAF PER DESORDRES PÚBLICS / DIARI DE GIRONA	24	1
23/05/13	L'ATLÉTICO HA DE PAGAR 5,4 MILIONS A MEDIAPRO / EL PUNT AVUI	25	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



MITJANS PÚBLICS

Els empleats de La Xarxa, en contra d'un possible ERO

Els treballadors de La Xarxa es concentraran avui davant la Diputació de Barcelona quan es reuneixi el consell d'administració de la XAL per protestar contra "l'amenaça d'un ERO que podria afectar 77 treballadors" (un 40% de la plantilla). ■ REDACCIÓ



Quo vadis, Cuatro

La cadena pierde imagen, posicionamiento y audiencia tras ser absorbida por Telecinco hace más de dos años

C. García - Madrid

«Comprando Cuatro nos quitamos de en medio a un competidor». Palabra de Paolo Vasile, consejero delegado de Mediaset a la revista «Esquire». Dicho y hecho. Desde su fusión con Telecinco, la cadena ha perdido la personalidad y la imagen que en su momento la convirtieron en la televisión más innovadora. La consecuencia ha sido una notable caída en los índices de audiencia, como se ha reflejado recientemente con sus últimos estrenos: «Money Time», que ya ha sido relegado a las nueve menos cuarto de la mañana y el programa de actualidad «Las mañanas de Cuatro», que presenta Jesús Cintora, que obtiene la mitad de «share» que su principal competidor, «Al rojo vivo» en la Sexta.

Pérdida de personalidad

La toma de poder en la gestión de la cadena por parte de Telecinco tuvo unos efectos inmediatos. Los directivos que construyeron la valiosa imagen de la antigua Cuatro durante sus primeros años de vida en solitario abandonaron el barco en un proceso que contagió a las principales estrellas del canal (Pablo Motos, Paula Vázquez o Nuria Roca, entre otros), que se fueron del nuevo proyecto. Simultáneamente, caras de Telecinco invadían la nueva Cuatro, lo que generó fuertes críticas ante lo que muchos consideraban una mimetización con el estilo

y el modelo del canal principal, Telecinco. La marca de la Cuatro original es hoy en día muy poco reconocible y su pérdida de posicionamiento es clara. Los informativos – uno de los pilares sobre los que se fundó de la mano del Grupo Prisa – se han alejado de su línea editorial original.

Cuatro, que se aproximaba al 10% de cuota en 2009, se encuentra ahora, en la primera quincena de mayo, en un magro 5,7 por ciento, casi la mitad. La Sexta, por el contrario, ha ido mejorando sus datos desde su fusión con Antena 3 en octubre de 2012. En el pasado mes

DETERIORO

Las marcas clásicas de la cadena, como «Supernanny» o «Callejeros», se desgastan

de febrero, consiguió su dato mensual más alto, 6,3 por ciento de «share», y esta vez sin eventos deportivos. Desde abril, la Sexta aumenta su distancia con Cuatro y en lo que va de mes asciende a 0,5 puntos. Una de los principales indicadores que señalan la fortaleza perdida por Cuatro estos últimos dos años es la reducción en más de dos puntos del denominado «target» comercial, el máspreciado por los anunciantes.

En tan sólo dos años, Mediaset ha lanzado 58 nuevos programas para Cuatro. Tras la pérdida de

«Tonterías las justas», en ese proceso de fuga de talentos, se estrenó, en un intento de mantener los índices de audiencia de su predecesor, «No le digas a mamá que trabaja en la tele», que obtuvo un 2,7 por ciento de «share» y fue retirado cinco meses después. También recuperó para la tarde el concurso que fuera un éxito en Telecinco, «¡Allá tú!». Repetía Jesús Vázquez. Sin embargo, apenas alcanzó el 4,3 por ciento. Otros de los intentos en esta banda horaria ha sido con los magazines informativos (emulando la fórmula de la Sexta) «Qué quieres que te diga» (2,3), «La tarde de noticias Cuatro» (2,4 por ciento de «share») y, actualmente, «Te vas a enterar» (3,7). La tarde, franja estratégica para cualquier canal, sigue siendo una de las grandes asignaturas pendientes de Cuatro.

Telecinco tampoco ha sido capaz aún de llenar el hueco que dejó en Cuatro «El hormiguero». Lo ha intentado con programas como «¡Mójate!» (5,2 por ciento de «share»), «Un restaurante en mi salón» (4,8), «Frikiliks» (3,5), «El cubo» (3,7) o «Lo sabe o no lo sabe» (5,1), que no han terminado de cuajar en el «access prime time». Otras marcas clásicas que se han desgastado desde la fusión son «Supernanny», «Callejeros» (6,6 en 2013 frente al 12,4 de 2009) o «Las mañanas de Cuatro».



Gtres

PÉRDIDA PROGRESIVA DE FORTALEZA

Hace unos años, Paolo Vasile decía que «el fútbol en abierto no tiene sentido». El consejero delegado de Telecinco no ha tardado mucho en desdecirse. Compró los derechos del Mundial de Suráfrica, de la Eurocopa y, en los últimos meses, los del partido de la Liga BBVA en abierto, que se emite cada lunes. Vasile argumenta que, a causa de la crisis, ha caído el precio de las retransmisiones deportivas. Lo que no señala es que asimismo el mercado publicitario se ha reducido a la mitad, por lo que no son rentables.



Arriba, el consejero delegado de Mediaset, el grupo que tiene como cadenas generalistas Telecinco y Cuatro. A la derecha, Paolo Vasile en un acto protocolario



PREMSA

L'ARA Balears arriba avui a les Illes

El nou mitjà, que neix de la mà de l'ARA, serà l'únic diari en català que es publicarà a l'arxipèlag

El primer número de l'ARA Balears arriba avui als quioscos de les Illes, i la web ja funciona des de la mitjanit. El nou diari aspira a convertir-se en el referent en català per als lectors de l'arxipèlag.

ARA

BARCELONA. L'ARA Balears ja és als quioscos. Des d'avui, doncs, les Illes tenen un nou diari en català, que agafa el relleu del *dBalears* i que neix amb la voluntat d'esdevenir "un mitjà d'informació i anàlisi, un espai per al pensament crític i per a la construcció d'alternatives", segons diu el seu manifest fundacional, en què es defineix com "un mitjà de comunicació modern, independent, rigorós i de qualitat". L'ARA Balears és fruit de la iniciativa d'un grup de periodistes i empresaris mallorquins, i s'ha posat en marxa gràcies al suport de les empreses editores de l'ARA i del *dBalears*.

La nova capçalera, l'única que s'edita en català a l'arxipèlag, combina els continguts propis –que s'elaboren en una redacció formada per onze persones i amb la qual col·laboren nombrosos experts en àmbits diversos– amb una part dels que publiqui l'ARA. Això li permetrà oferir una visió pròpia i propeera sobre la realitat de les Illes i, alhora, explicar què passa a la resta del món. Personalitats il·lenques de renom, com el músic Joan Miquel Oliver, l'actor Toni Gomila, l'escriptora Lluïcia Ramis, la periodista Marisa Goñi i l'arquitecte Josep Quetglas, entre d'altres, formen part de la nòmina d'artistes que escriuran habitualment al nou mitjà.

"Farem un diari modern, que mira al futur, que creu en la innovació en el món periodístic, que fa servir el català amb tota normalitat i que té la vocació d'explicar el món en tota la seva complexitat des de la perspectiva d'un lector balear", explica



UNA NOVA VISIÓ DE LES ILLES
La redacció de l'ARA Balears informa, des d'avui, de tot el que passa a l'arxipèlag. El diari es completa amb alguns dels continguts de l'ARA. ENRIQUE CALVO

la directora del nou mitjà, Catalina Serra. L'ARA Balears vol ser especialment sensible en tots aquells àmbits que afectin d'una manera més directa els ciutadans de les Illes, com ara el turisme i el model econòmic de l'arxipèlag, l'educació, la cultura i el medi ambient

Des de la mitjanit passada la web del diari, www.arabalears.cat, ja està activa i actualitzada amb tota la informació d'última hora, que també es pot consultar a través de [facebook.com/AraBalears](https://www.facebook.com/AraBalears) i del compte de Twitter @ARABalears. El portal, a més, aglutinarà les notícies que publiquin diversos mitjans digitals d'arreu de les Illes –amb els quals s'ha arribat a acords– amb l'objectiu de construir una xarxa que cobreixi tot el territori. ■

El 'dBalears' s'acomiada després de 17 anys



"*dBalears* cedeix el testimoni a l'ARA Balears". Amb aquest titular de portada sota una fotografia dels membres de la redacció, s'acomiadava ahir dels seus lectors, després de 17 anys als quioscos, el *Diari de Balears*, que l'1 de maig del 1996 s'havia convertit en el primer rotatiu escrit íntegrament en català a les Illes. El mitjà,

però, acumula una història molt més llarga, de 74 anys i 25.727 números, des que es va publicar per

primera vegada, el 13 de juliol del 1939, amb el nom de *Baleares*. Després d'una primera etapa com a mitjà oficial del Movimiento i de consolidar-se com a diari de referència a les Illes, amb l'arribada de la democràcia la capçalera va passar a mans del Grup Serra, que el va reconvertir i el va transformar en una publicació en català, que des del novembre del 2011 encarta una edició reduïda de l'ARA.

A partir d'avui, el *dBalears* seguirà existint, però només a través del portal www.dbalears.cat, que a l'estiu estrenarà un nou disseny i se centrarà en l'anàlisi i l'opinió.



Escrache a Soraya Sáenz de Santamaría Raúl Capín (izquierda) estaba en primera línea, cámara en mano, ante el domicilio de la vicepresidenta del Gobierno, el pasado 5 de abril



Protesta ilegal el 23-F De nuevo, Capín, a la derecha de la imagen, junto a varios policías de paisano que habían sido empujados durante una de las convocatorias ilegales junto al Congreso de los Diputados

Detenidos dos supuestos fotógrafos por agredir a la Policía en protestas

► Uno de ellos está acusado de agredir a agentes el 23-F y el 25-A por lanzar objetos para impedir la detención de un radical

CARLOS HIDALGO
MADRID

El Grupo XXI de la Brigada Provincial de Información, especializado en grupos de extrema izquierda, detuvo ayer a dos fotógrafos a los que acusa de atentado a agente de la autoridad y en el caso de uno de ellos de calumnias contra las instituciones oficiales. La operación se produce después de que ABC revelara el pasado abril que la Policía Nacional investigaba este asunto.

Uno de los arrestados es Raúl Capín, de 48 años. Fue detenido por la mañana cuando los funcionarios policiales se presentaron en su domicilio del distrito de San Blas-Canillejas. La Policía le imputa agresiones a agentes durante la violenta protesta del pasado 23 de febrero ante el Congreso de los Diputados. El otro delito que pesa sobre él es por un hecho similar en la reciente manifestación ilegal del 25 de abril, titulada «Asedia el Congreso». En esa ocasión, según fuentes del caso,

agentes de Información acudieron a un punto del paseo de las Delicias donde de los radicales estaban quemando contenedores.

Cuando iban a arrestar a uno de los vándalos, Capín, presuntamente, empezó a jalear a los manifestantes para que actuaran contra la Policía y lanzó objetos contra ésta. La detención del radical no pudo realizarse con éxito debido a ello.

Raúl Capín es colaborador de la pu-

blicación comunista «Mundo Obrero» y de la web «Diario Independiente Digital», según el autodenominado «colectivo de contrainformación Foto-grAcción». En un comunicado, el medio salió en defensa del sospechoso.

No está colegiado

Se da la circunstancia de que a Capín también le identificó la Unidad de Intervención Policial en una reciente protesta también sin autorización, en el barrio de Chueca. Entonces, adujo que era miembro del Colegio de Periodistas de Cataluña. Fuentes policiales indicaron que ese extremo es falso. Él se define como «periodista ciudadano».

Adolfo Luján, de 37 años, es el otro

fotógrafo arrestado. Desde sus inicios, viene cubriendo las manifestaciones del Movimiento 15-M y sus «sucursales», como la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) y Stop Desahucios.

Se enfrenta a la acusación de atentado a agente de la autoridad y se le podría imputar también otro delito por calumnias a instituciones oficiales. Concretamente, llegó a escribir que era la Policía quien realizaba «montajes» y lanzaba piedras a sus propios furgones para acusar de violentos a los radicales de ultrazquierda. Está previsto que a lo largo de la mañana de hoy ambos pasen a disposición judicial.

El pasado 17 de abril, ABC revelaba



ABC lo desveló

El pasado 17 de abril, ABC publicaba una información en la que daba detalle de la investigación abierta por la Policía Nacional contra los radicales que, bajo la coartada de un supuesto trabajo periodístico, amenazaban y agredían a los agentes durante manifestaciones ilegales.



Escrache en casa de Jesús Posada El pasado 12 de abril, Raúl Capín tuvo un encontronazo con los «antidisturbios», mientras cubría el acoso ante el domicilio del presidente del Congreso de los Diputados

que la Policía investigaba si radicales de izquierdas participan en manifestaciones y protestas callejeras escudándose tras falsas acreditaciones de prensa. Lo hacen como reporteros gráficos de blogs y diarios digitales, pero también se sospecha que como cámaras de televisión.

Así lo corroboraron entonces a este periódico diversos fotógrafos que habían cubierto los mismos eventos, hasta el punto de comprobar cómo utilizaban falsos chalecos homologados por la Federación de Asociaciones de la Prensa y por el propio Ministerio del Interior. Fotógrafos, por cierto, que ayer se mantenían en la misma postura y criticaban que «pseudocompañe-

ros» trabajaran usando la violencia. Ayer por la tarde, varias personas se congregaron a las puertas de la sede de la Brigada de Información de Madrid, para protestar por las detenciones.

Ataques a ABC

A la par, «FotogrAcción» emitía un comunicado en el que arremetía contra ABC por el mero hecho de informar acerca de una investigación en curso. «Una vez más, los medios señalan y el Estado detiene, reprime y censura», escribieron, como si España fuera un país de corte «parapolicial».

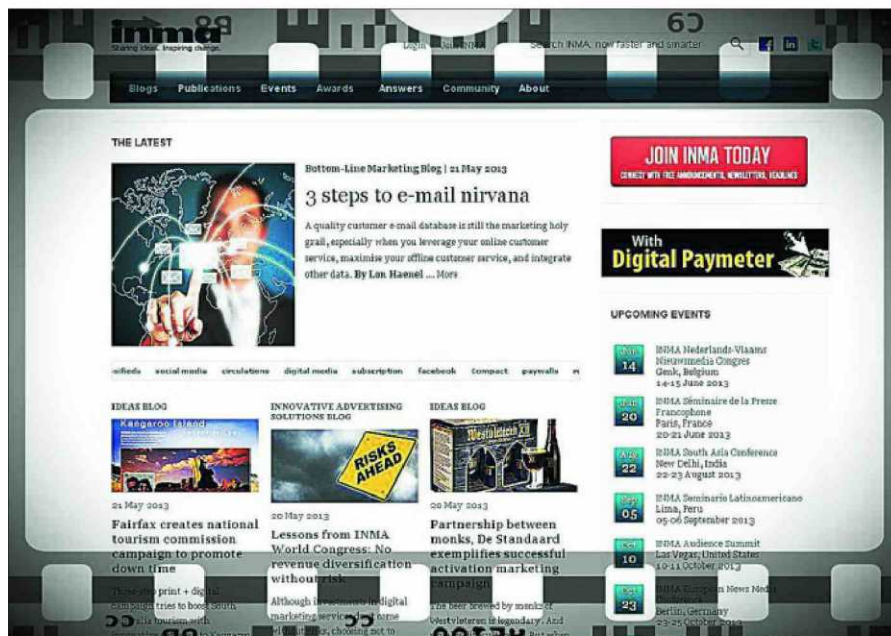
En su nota de prensa, el medio «alternativo» seguía cargando así contra las instituciones: «Exigimos el fin de la persecución y represión hacia personas que libremente ejercen el derecho a la información y hacia aquellas personas perseguidas por oponerse a actuaciones improcedentes, que tienen por fin el enriquecimiento de una pequeña elite política y financiera a costa del sufrimiento de la mayoría».

Bajo sospecha
Raúl Capín dice que trabaja para «Mundo Obrero» y Adolfo Luján como «reportero ciudadano» del 15-M



MUCHO POR HACER

Ángel VALLE



La International News Media Association puso sobre la mesa los retos con los que se enfrentan los medios de comunicación

Al finales del pasado mes de abril, la International News Media Association (INMA), una especie de «think tank» para medios de comunicación, convocó a más de 400 personas de más de 40 países en Nueva York para abordar algunos de los principales retos con los que se enfrenta el sector de los medios de comunicación de cara al futuro más próximo, como la monetización de los contenidos o de las redes sociales, la canalización de suscriptores o las estrategias a seguir en torno a los dispositivos móviles.

Quizá la principal conclusión que se puede sacar de lo que allí se habló entre el 28 y el 30 de abril es que sin diversificación no hay futuro, aunque esa diversificación lleva aparejado un riesgo. Y es que lo que las intervenciones de los participantes dejaron claro es que son muchas las compañías del sector de la comunicación que están explorando nuevas tácticas, creando nuevas empresas o departamentos, asociándose con proveedores externos para crear nuevas fórmulas...

Igualmente se hizo hincapié durante el congreso en que cada vez la brecha entre los medios impresos y los digitales es menor y en que la idea de

que una empresa debe estar en uno u otro lado es errónea. Es más, es cada vez más difícil que una empresa sobreviva en un único ámbito, en un único soporte, ya que la tendencia creciente va hacia la audiencia multiplataforma, los «multitaskers», que se ve claramente en las generaciones más jóvenes, capaces de ver la televisión al tiempo que navegan por la web en una tableta o tuitean lo que ven a través de su smartphone.

Así, Yasmin Namini, vicepresidente de la INMA, señaló que, «cada vez más, el objetivo es que las empresas de comunicación sean multimedios, es decir, que sean capaces de contar con productos de calidad en ambos mundos y de ofrecer a los anunciantes una oferta atractiva en ambas plataformas».

En este sentido, y frente a los que aseguran que los medios tradicionales están en claro declive, un estudio presentado por Michael Lamb, director ejecutivo de la consultora McKinsey&Company, muestra que, en contra de lo que cabría

pensar, los estadounidenses dedican el 92% del tiempo que destinan a consumir contenidos informativos a soportes tradicionales. Así, dedican a la televisión el 41% del tiempo total, el 35% a los periódicos y el 16% a la radio. En cuanto a los nuevos soportes, sólo ocupan el 8%, que se divide a partes iguales entre ordenadores por un lado y móviles y tabletas por otro. Sin embargo, cuando se trata de entretenimiento, estos soportes acaparan el 52% del tiempo total.

A raíz de estos resultados cabe pensar que aún hay mucho trabajo por hacer por parte de los medios de comunicación, pues parece claro que las fórmulas para enganchar al consumidor de noticias ante los nuevos soportes no están funcionando plenamente. De hecho, en más de una ocasión hemos destacado que se está imponiendo una «cultura del picoteo», es decir, una lectura rápida y superficial de titulares sin apenas profundidad, comportamiento que se agrava más aún en las redes sociales.

Por tanto, el futuro está ahí y son muchos los retos que quedan por abordar. Como aseguraba uno de los participantes en el congreso de INMA, «el riesgo de no experimentar es mayor que el de equivocarse».

«El objetivo es que las empresas de comunicación sean multimedios»



«A la televisió d'ara hi ha força 'teleporqueria'»

JOSÉ MARÍA ÍÑIGO Periodista. Autor del llibre 'La tele que fuimos'

JUAN CARLOS ROSADO
MADRID

-Vostè publica *La tele que fuimos*. Del 'Un, dos, tres' a la teleporqueria, a Ediciones B. ¿Què aporta el llibre?

-Un munt d'anècdotes i, sobretot, una visió de primeríssima mà d'algué que hi ha estat. He de dir que no s'han escrit gaires llibres sobre la televisió que mira la gent. La majoria parlen de la tele com a gran invent, però dels altres n'hi ha pocs. El meu és un recorregut en certa manera nostàlgic per la tele a Espanya des del primer dia.

-El títol sembla indicar que la bona televisió del passat ha acabat desembocant en la teleporqueria...

-Bé, es podria interpretar així. És un títol cridaner i molt comercial. També parlo d'aquells programes que trepitgen la ratlla del bon gust. Jo entenc per teleporqueria no que sigui millor ni pitjor, sinó aquells productes que es passen de la ratlla i utilitzen paraulotes i obscenitats.

-¿I ara n'hi ha molta?

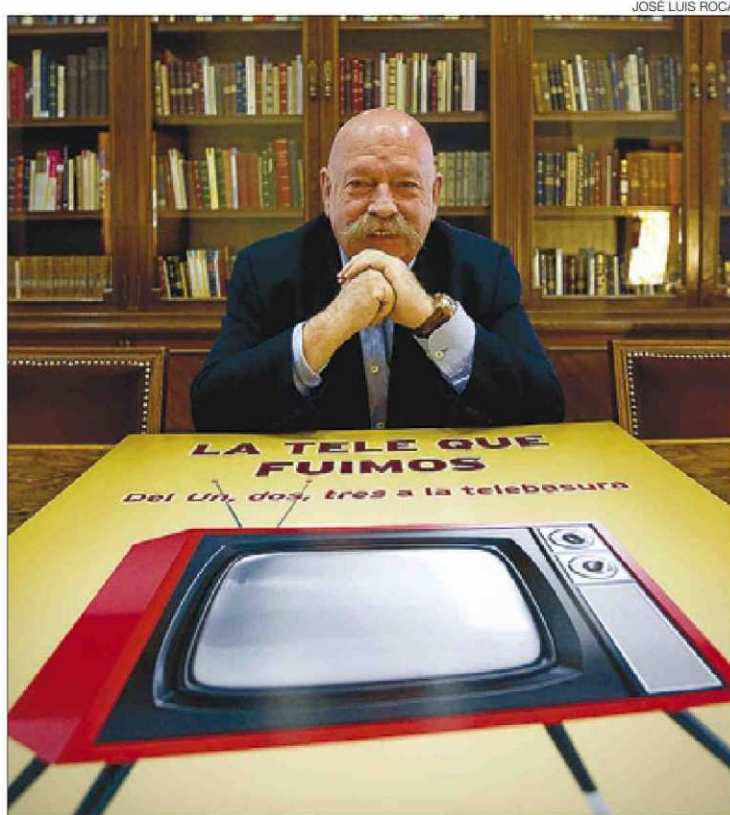
-Força. No tot és teleporqueria, però n'hi ha, tot i que en el còmput general no n'hi hagi tanta com sembla.

-¿Quins programes encaixarien en aquesta categoria maleïda?

-No entraré aquí, perquè el que penso que és teleporqueria potser no ho és per a tu. Cadascú opina una cosa sobre aquest tipus d'espais. Sobre gustos està tot escrit o no hi ha res escrit, com es prefereixi.

-En el llibre explica que Pilar Miró tenia molt mal geni i esbronzava molt en públic...

-Això és una anècdota i res més. Aquest no és un llibre personal: no està fet perquè jo disfruti i em quedi a gust. És una història de la tele.



JOSÉ LUIS ROCA

►► José María Íñigo, en la presentació del seu llibre, celebrada ahir.



«Sobre Raquel del Rosario no diré res més perquè estic fins als nassos que es tergiversi el que dic»

-Quin enrenou han causat les seves declaracions sobre el fet que a Raquel del Rosario, la cantant d'El sueño de Morfeo, «la va posar nerviosa l'entorn d'Eurovisió i se'n va anar de to»...

-No diré més del que he dit, perquè estic fins al capdamunt que es tergiversi el que jo dic.

-Pot matisar el que vulgui.

-No matiso res, perquè trobo vergonyosa la manipulació que es fa de les coses que un diu. És clar que em sento manipulat. La gent tergiversa el que un diu i treu un titular d'on no

n'hi ha. I em sembla abusiu.

-¿Què li va semblar el festival?

-Un espectacle fantàstic, amb molt bones cançons i cantants. Des de fa quatre anys, Eurovisió és un festival fora de sèrie com a espectacle televisiu. No és la meua opinió, sinó la de quasi sis milions de persones que l'han vist aquest any. Tots no ens podem equivocar.

-¿I la cançó danesa guanyadora?

-És una composició molt enganxosa i divertida que ha funcionat bé. Reuneix les condicions que es requereixen per tenir èxit.

-¿No creu que la d'Espanya era poc festivalera?

-Depèn. És que no sé què és una cançó festivalera. Aquí no hi ha regles fixes: si hi participés *My way* és possible que no quedés guanyadora.

-¿Què n'opina de l'embolic que s'ha muntat amb el tema de la suposada compra de vots d'Azerbaidjan?

-Desconec si va ser així, però no sé com es poden comprar vots a Eurovisió. Han repartit targetes SIM per enviar missatges. Bé, això no és il·legal. Però el festival és un programa vist per milions de persones i sempre suscita polèmiques.

-¿S'hi veu gaire temps de comentarista d'Eurovisió?

-M'hi veig tot el temps que vulgui TVE. A mi m'agradaria seguir.

-¿I què fa ara?

-Estic preparant una sèrie basada en el meu llibre *La ruta del Quijote*. La començo a rodar aviat i després a veure si la col·loco a alguna cadena. Primer faré un pilot. És un programa turístic, cultural i gastronòmic, que és el que m'agrada. ≡



Dades estadístiques a tenir en compte

L'ACPC gestiona, des de la seva seu a Barcelona, la creació de serveis i infraestructures de suport a tota la premsa comarcal, que amb el temps s'ha convertit en un dels principals mitjans de comunicació de tot Catalunya, amb més d'un milió de lectors. Segons dades de la Fundacc, any 2012, l'audiència mitjana conjunta de Premsa Comarcal era d'1.008.000 lectors nets i, per tant, líders d'audiència per davant d'*El Periódico* i *La Vanguardia*. Gairebé el 50% dels lectors de Premsa Comarcal són subscriptors, la qual cosa proporciona una estabilitat a tenir molt en compte, sobretot en els moments actuals, de crisi general i que afecta també els ingressos, especialment per publicitat, de les diverses publicacions. Una altra dada proporcionada per l'ACPC: Premsa Comarcal ocupava una posició preeminent en audiència en trenta-vuit de les quaranta-una comarques catalanes, així vol dir que era líder en aquestes trenta-vuit comarques (només en les comarques del Barcelonès, Vallès Occidental i Maresme la Premsa Comarcal no és líder, bàsicament per la poca existència de capçaleres locals en català). Pel que fa a la majoria de lectors, se situa en la franja d'edat d'entre els 25 fins als 44 anys, seguida de la de 45 a 64 anys i la de més de 64 anys. Segons les dades estadístiques, un de cada cinc catalans són lectors de Premsa Comarcal i set de cada deu lectors de premsa llegeix Premsa Comarcal, que és una marca indicativa de totes les capçaleres en el seu conjunt. A més, Premsa Comarcal té una forta identitat amb la llengua catalana, ja que dels lectors el 76% considera el català com la seva llengua habitual, el 95% el parla i el 84% l'escriu.

Per la importància del territori on és present, Premsa Comarcal, doncs, és líder del territori, el que representa el 53% de la població catalana (+14 anys) i es caracteritza per tenir, el públic lector, una renda familiar un 3% superior a la mitjana de Catalunya i un 5,5% superior a la comarca del Barcelonès. En les trenta-vuit comarques on és líder, Premsa Comarcal té, com s'ha dit, una audiència de lectors molt elevada, que es concreta en 451.000 lectors de publicacions setmanals, 330.000 lectors de publicacions diàries i 233.000 lectors de publicacions mensuals i altres. L'ACPC ha destacat també, pel que fa a la dimensió econòmica, que Premsa Comarcal té 1.331 llocs de treball directes, els ingressos totals són de 61,1 milions d'euros i representa el 0,029% del PIB de Catalunya.





ENTREGA DELS GUARDONS DIARIJOVE.CAT

EL PERI3DICO premia joves 'periodistes'

► Tres escoles reben distincions per la qualitat de les seves notícies a la web

MIREIA MOYA
BARCELONA

«Es un orgull veure com persones tan joves s'impliquen en iniciatives que enforfeixen la llibertat d'expressi3n i que serveixen per millorar l'escriptura», va declarar ahir al matí Joan Mateo, secretari de Polítiques Educatives de la Generalitat, durant la primera Jornada del DiariJove.cat, en què també van participar Enric Hern3ndez, director d'EL PERI3DICO,

i Josep Maria Rovira, director general d'Endesa a Catalunya, empresa patrocinadora de l'activitat. L'acte va reconèixer la tasca desenvolupada per les 70 escoles que han participat en el projecte DiariJove.cat, un portal digital creat per EL PERI3DICO que persegueix acostar els alumnes de secund3ria al m3n del periodisme digital.

Ahir va tenir lloc la primera entrega de premis. Sis van ser atorgats a les tres millors fotografies i vinyetes c3miques. Finalment, les escoles Vedruna, Bet3lia i Crist3fol Despuig també van ser guardonades pel rigor de les seves notícies. ≡



RICARD CUGAT

► Un grup d'alumnes premiats posen amb el seu diploma al costat dels responsables de la iniciativa.



‘Nautilus’, la nueva aventura del periodismo científico

Por DENNIS OVERBYE

Ha llegado un nuevo competidor al periodismo científico, la revista mensual *Nautilus: Science Connected*. El primer número, que apareció en la Red el 29 de abril, está dedicado a un único tema: qué hace o no especial a la raza humana.

Utiliza como epígrafe la cita de una frase pronunciada en 1995 por el físico inglés y autor de varios éxitos de ventas Stephen Hawking: “La raza humana es solo un parásito químico en un planeta de tamaño moderado que orbita alrededor de una estrella muy corriente en el suburbio externo de una entre un centenar de miles de millones de galaxias”.

Aparte de unos 25 artículos sobre el tema, que abordan desde la astronomía hasta la robótica, pasando por la neurociencia, la

La revista nace en las horas más bajas del sector editorial.

nueva revista contiene una serie de blogs, entrevistas e incluso un relato de ficción. John Steele, fundador, editor y director editorial de la publicación —que ha sido creada gracias a una beca de la Fundación John Templeton—, la describe como “una versión neoyorquina de *Scientific American*”.

Los próximos números girarán en torno a un solo tema —“incertidumbre”, “secretos”...— en todas sus ramificaciones cósmicas.

La revista no se publicará toda de una vez, sino por capítulos en

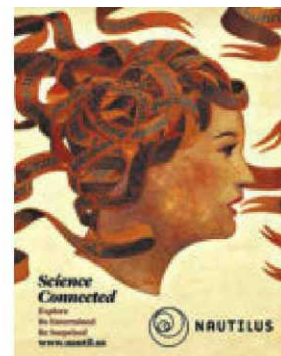
Internet cada jueves. Su versión en papel aparecerá con periodicidad trimestral; las suscripciones cuestan 49 dólares al año. Steele espera una base inicial de 5.000 suscriptores.

Puede que afronte circunstancias al menos tan amedrentadoras como cualquier cartógrafo genético o explorador planetario en potencia. Supuestamente, las revistas y los periódicos están en vías de extinción. El periodismo científico en particular ha presenciado numerosas bajas. Lo que queda son títulos incombustibles como *National Geographic* y *Scientific American*, blogs y aventuras de los nuevos medios de comunicación como las conferencias de TED, el World Science Festival, Edge.org, el salón digital, y Simons Science News, una iniciativa del matemático y filántropo James H. Simons.

Steele, de 60 años, que estudió filosofía antes de emprender una ecléctica carrera en la que ha trabajado para Walter Cronkite, destacado presentador de noticias estadounidense, y como jefe de la corresponsalía de la NBC en Roma, incubó la idea de *Nautilus* hace un año, después de que la muerte de un colega le recordara, como él mismo explica, que la vida no te brinda segundas oportunidades.

La revista digital es gratuita. Un número cero describe varios aspectos del término *nautilus*: molusco, nombre del submarino del capitán Nemo en *20.000 leguas de viaje submarino* y parangón de la belleza matemática. El paleontólogo Peter Ward narra sus aventuras y desventuras persiguiendo al molusco por todo el Pacífico.

La beca permite que *Nautilus* dedique esfuerzos a intentar ga-



Tras su debut en la Red, *Nautilus* también venderá una edición trimestral impresa.

nar dinero, dice Steele. “Tenemos que buscar debajo de todas las piedras”, afirma. “No fabricamos látigos ni biplanos. Pero hay un público para los buenos artículos”.



Barcelona, capital del documental

B. C. Corrupció, identitat, terratrèmols a la Xina, les conseqüències de la crisi econòmica, els abusos de poder, el futur d'Internet, la violència extrema, la llibertat d'expressió o el mur d'Israel. Són alguns dels continguts de la setzena edició del Festival Internacional de Cinema Documental (DOCS). El certamen arrenca el proper 28 de maig i finalitza el 2 de juny.

DocsBarcelona concentrarà bona part de la seva oferta al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), i set sales de la ciutat també exhibi-

ran documentals: els Renoir Floridablanca, la Filmoteca de Catalunya, Aribau Club i Multicines Aribau, l'Auditori de la Pedrera i les biblioteques Vilapicina, Torre Llobeta i Esquerra de l'Eixample-Agustí Centelles.

Durant cinc dies Barcelona serà la capital del gènere documental. L'oferta està composta per 38 títols i atraurà 450 professionals de 34 països.

A més de la secció oficial del festival, també es mantenen les seccions Nou Talent —amb la projecció de propostes signades per realitzadors emergents—, Xtra i Kids & Teens,

que persegueix atraure el públic infantil.

La programació començarà el 29 de maig al cinema Aribau amb el documental d'animació per a tots els públics *Aproved for Adoption* —el relat de la vida de Jung, el protagonista, director de muntatge i autor del còmic previ al llargmetratge, *Pell color mel*—, i el tancarà *North of the Sun*, les aventures de dos joves que busquen les millors onades del món en una illa noruega de l'Àrtic.

La producció catalana *Bajarí*, d'Eva Vila, retrat de la Barcelona caló, la del flamenc i la

rumba creada a la ciutat, vol traslladar al carrer algunes de les experiències vistes a la gran pantalla. Per això, la seva protagonista, Karime Amaya —neboda-neta de Carmen Amaya i un dels valors del flamenc actual— actuarà a la plaça Salvador Seguí després del passi del documental a la Filmoteca de Catalunya. I aquest serà, precisament, el tret de sortida de les celebracions de l'Any Carmen Amaya.

Paral·lelament a les projeccions, DocsBarcelona convoca la indústria del gènere els dies 30 i 31 de maig al Pitching Fo-

rum, un dels mercats de presentació de projectes i finançament més prestigiosos del món.

Enguany el premi DocsBarcelona a la Millor Pel·lícula està dotat amb 5.000 euros. El festival del 2013 compta amb la presència de dos realitzadors de prestigi reconegut: el periodista i director Frederick Gertten i Michael Glawogger, que convidaran el públic a reflexionar sobre el procés de creació documental amb dues classes magistrals a l'Auditori de la Fundació Catalunya de la Pedrera.

DOCS BARCELONA

Del 28 de maig
al 2 de juny
CCCB i set sales més



La CMT disgusta a Ono al respaldar la tasa de RTVE

El regulador desestima la petición del cableoperador, por lo que la empresa no recuperará los 8,3 millones ya tributados

A. Lorenzo MADRID.

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) propinó ayer un severo disgusto a Ono al desestimar íntegramente la solicitud del operador de telecomunicaciones sobre la devolución de la tasa de financiación de RTVE. Se trata de las autoliquidaciones de tres años, ingresadas por Ono, por importe de 8,3 millones de euros, que ya no volverán a las arcas de la empresa que preside José María Castellano.

La compañía de telecomunicaciones esgrimió que las tasas administrativas impuestas a los principales operadores -según los parámetros de una directiva europea de 2002-, sólo deben servir para financiar las actividades del regulador, y únicamente en la medida "en que

sirvan para cubrir los gastos administrativos reales de estas actividades". Ono añade que no es el caso de la tasa de RTVE, puesto que dicha carga "tiene como finalidad la

Telefónica recupera 6,87 millones de una sanción, ahora anulada, que sufrió hace cinco años

financiación de un servicio público de televisión y, más concretamente, el compensar la pérdida de los ingresos por publicidad del ente público de RTVE". El departamento jurídico de Ono también ale-

ga que la referida aportación "adolece de vicios de constitucionalidad al no respetar" los principios de la Carta Magna.

La misma tasa también vulneraría el principio de igualdad -según Ono- ya que se excluye del gravamen la aportación, sin causa razonable ni objetiva, a algunos sujetos que sí se benefician. Éste es el caso de los operadores regionales o los que ofrecen el servicio de portador de difusión de señales de televisión por medio de ondas terrestres, entre otros.

Por otra parte, la CMT resolvió devolver a Telefónica 6,87 millones de euros por la anulación parcial por parte de los tribunales de una multa impuesta por el organismo regulador a la multinacional española en 2008



Premio de investigación para el egarense Joan Francesc Fondevila

Por su estudio sobre el uso de la tecnología en prensa

Redacción

Joan Francesc Fondevila, director del departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Abat Oliba CEU y director del Centro de Estudios sobre el Cable (Cecable) ha sido galardonado en Olot con el VII Premio de Investigación Universitaria de Prensa Comarcal (ACPC) y la Xarxa Vives d' Universitats por la investigación "L'ús de la tecnologia als diaris de la ACPC: fórmules de millora de rendibilitat a través d'internet". La financiación obtenida es de tres mil euros.

Fondevila, investigador principal de grupo de investigación sobre periodismo digital y banda ancha, ha manifestado su satisfacción por este reconocimiento "ya que el análisis empírico de la fórmulas de monetización del periodismo, y en concreto el local y comarca, es



Joan Francesc Fondevila, premiado por un estudio.

necesario para garantizar el futuro de una de las bases principales de estabilidad del sistema social". Fondevila ha explicado también que "el proyecto premiado, según ha explicado, se centra en la intersección entre periodismo y telecomunicaciones, la clave en la socie-

dad de la banda ancha". El reconocimiento coincide en el tiempo con la publicación del libro "El Trabajo de fin de grado en Ciencias Sociales y Jurídicas. Guía metodológica", que ha elaborado junto al profesor Josep Lluís del Olmo Arriaga, también en la CEU.



GALARDONES DE TELEVISIÓN Y RADIO

Luis del Olmo, premiado por los telespectadores

CEUTA • Los periodistas Luis del Olmo y Ana Blanco se encuentran entre los galardonados en la vigésima primera edición de los Premios de televisión y radio de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR).

Con estos premios, la ATR quiere reconocer el trabajo desarrollado por los profesionales de los medios de comunicación en “favor de

▶ La periodista Ana Blanco también ha sido galardonada

una programación de calidad”, según explicó esta agrupación.

Así, decidió que el premio a la mejor trayectoria profesional sea pa-

ra Luis del Olmo, mientras que Ana Blanco fue galardonada como mejor presentadora de informativos, por el Telediario 1 de TVE.

El premio al mejor “reality” recayó en el programa de Cuatro *Hermano Mayor*, conducido por Pedro García Aguado, y el del mejor programa de entretenimiento fue para *Increíbles. El gran desafío*, presentado por Carlos Sobera en Antena 3 Televisión.

El premio ATR al mejor tertuliano fue para el periodista Justino Sinova, director y articulista del Observatorio de la libertad de Expresión y participante en las *Tertulias de Canal 24 Horas*, de TVE.

**5,3 millones**

El Atlético pagará a Mediapro para no ser embargado

E .M. / Madrid

El Juzgado de Primera Instancia 44 de Madrid dictó ayer un auto de embargo que obliga al Atlético de Madrid a pagar 5,3 millones de euros, que forman parte de los 10 millones a los que el club fue condenado a abonar a Mediapro como indemnización por romper su contrato televisivo y suscribirlo con Prisa, por el que recibía más dinero.

El club rojiblanco, sin embargo, anunció poco después de conocerse la sentencia que no se llegará al embargo, ya que harán efectivo el pago de la condena este mismo viernes.

El pasado mes de febrero, el mismo juzgado ya condenó al Atlético de Madrid a pagar a Mediapro 10 millones de euros por incumplimiento de contrato, debido a la cesión que la entidad deportiva hizo, el pasado verano, de los derechos televisivos a Digital+.

A finales de julio, el Atlético de Madrid informó de que sus derechos televisivos para las próximas tres temporadas se los cedía al operador DTS, propietario de Canal+, quien esta temporada ya ha podido comercializarlos.

Tras la sentencia judicial de febrero, y ante el incumplimiento del pago que se exigía, Mediapro solicitó la ejecución de la sentencia, que el juzgado finalmente ha aceptado, según ha informado la empresa de comunicación en una nota remitida a los medios.

De esta forma, el auto de ejecución emitido por el juzgado obliga al Atlético de Madrid a pagar 5,365 millones de euros, que deberán estar a disposición del juzgado, provenientes de su participación en la Liga, en la final de la Copa del Rey, derechos de traspasos, derechos televisivos abonados por Prisa, venta de entradas y cuentas corrientes.



Montoro abre la vía a otro tipo de financiación en RTVE

El ministro asegura que “no puede depender de unos presupuestos que van a menos”

R. S. Madrid

Cristóbal Montoro en su respuesta en el senado al senador de Entesa Catalana de Progrés, Jordi Guillot, invitó a la oposición a buscar “una solución entre todos” para dar a RTVE “vías financieras estables”. El ministro de Hacienda contestó a Guillot que “está preocupado por la viabilidad financiera” de la radio y televisión pública.

Jordi Guillot preguntó si tenía prevista alguna modificación legislativa, ante el hecho de que “RTVE sólo puede influir en la política de gastos y su financiación depende de terceros”.

Montoro criticó el modelo de financiación creado por el anterior Gobierno, que eliminó la publicidad de TVE e indicó que TVE no puede “depender únicamente de las transferencias de los Presupuestos, que van a menos” y se mostró “crítico con lo que hizo el PSOE en su momento” y especialmente con “la retirada de determinadas fuentes de financiación (publicidad)” de TVE.



John Paton se incorpora al consejo de 'El País'

John Paton, consejero delegado y fundador de Digital First Media –el segundo mayor grupo de periódicos de EE UU–, se ha incorporado al consejo de administración del diario *El País*. La entrada de Paton (Glasgow, 1957) afianza el objetivo del periódico de responder a los retos de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de la información.



Mediaset corrige desde máximos de 2011

D.E Madrid

Mediaset frena en su escalada: ayer bajó un 4,79%, hasta los 6,36 euros, desde los máximos de mayo de 2011 en los que había cerrado el martes. En el año, es el sexto valor más alcista del Ibex, al ganar un 25%. Un informe negativo de Citi sobre la cadena de tele-

visión penalizó su cotización.

La firma bajó su precio objetivo hasta los 5 euros al estimar que el mercado baraja unas perspectivas demasiado optimistas sobre la recuperación de la publicidad. Un 60% de las firmas de inversión que siguen el valor coincide con Citi y aconseja vender.

**>> GALARDÓN****Pedro Simón,
Premio ONCE
de Periodismo**

MADRID.- El periodista del diario EL MUNDO, Pedro Simón, ha sido reconocido en la XV edición de los Premios Tiflos de Periodismo de la ONCE, en la modalidad de prensa. Dotado con 9.000 euros por categoría, el jurado ha valorado el artículo titulado *Una clase de sonrisa*, que relata la historia de un joven al que un disparo de escopeta le destrozó la cara. / EL MUNDO



MADRID

Arresten un fotògraf per desordres públics

MADRID | EFE/DdG

■ La Policia Nacional va arrestar el fotògraf de premsa Raúl Capín per desordres públics i desacatament a l'autoritat durant la manifestació del 23 de febrer de les «marees» ciutadanes. El fotògraf ha estat identificat diverses vegades per la Policia, l'última, el passat 12 d'abril.



SENTÈNCIA

L'Atlético ha de pagar 5,4 milions a Mediapro

L'Atlético de Madrid ha de pagar 5,4 milions d'euros a Mediapro, després que un jutjat de primera instància de Madrid hagi ordenat l'execució de part de la sentència imposada al club –per un total de 10 milions– pel fet d'haver trencat el seu contracte amb l'empresa de Jaume Roures i haver cedit els seus drets a Canal +. ■ REDACCIÓ