



# RECULL DE PREMSA

02/01/2014



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

PREMSA

2

INTERNET

16



# PREMSA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
02/01/14	EL CUERPO SERÁ LA CONTRASEÑA Y TODO ESTARÁ CONECTADO / CINCO DIAS	5	2
02/01/14	TV3 ENCADENA EL SEU QUART ANY DE LÍDER / ARA	7	1
02/01/14	'LA VANGUARDIA' REFORÇA EL CAP DE SETMANA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	8	1
02/01/14	MILLONARIO CHINO BUSCA PERIÓDICO / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	9	1
02/01/14	TVE OBRE L'ANY AMB DOS CANALS EN ALTA DEFNICIÓ / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	10	1
02/01/14	L'ANY EN QUÈ VAM INFORMAR PERILLOSAMENT per Màrius Carol DIRECTOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	11	1
02/01/14	EL "PERÒ" DE 'LA VANGUARDIA' AL DISCURS DE MAS / ARA	12	1
02/01/14	UN MAGNATE CHINO DEL RECICLAJE QUIERE COMPRAR «THE NEW YORK TIMES» / LA RAZON	13	1
02/01/14	WUAKI.TV PREPARA SU DESPLIEGUE POR EUROPA / CINCO DIAS	14	1
02/01/14	RTVE LLANÇA DOS NOUS CANALS EN ALTA DEFINICIÓ / EL PUNT AVUI	15	1





# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS







Tendencias tecnológicas para 2014

# El cuerpo será la contraseña y todo estará conectado

El gasto en tecnologías de la información crecerá un 5% en todo el mundo, según IDC

MARIMAR JIMÉNEZ Madrid

Una buena noticia para empezar en 2014: el gasto en TI crecerá en todo el mundo un 5% con respecto a 2013, hasta alcanzar los 1,55 billones de euros, según IDC. A los PC no les irá tan bien, sus ventas seguirán cayendo un 6%, pero crecerán las de *smartphones* (un 12%) y las de las tabletas (un 18%), que seguirán siendo los dispositivos rey de este año, con permiso de los accesorios para llevar puestos (los llamados *wereables*), como gafas, relojes y pulseras inteligentes, que serán una de las principales tendencias tecnológicas.

Así, la citada consultora estima, por ejemplo, que las ventas de *smartphones* crecerán un 500% en 2014. Un negocio en el que, tras desembarcar Sony, Samsung y Pebble, se espera aterricen empresas como Apple, Nokia y Motorola, entre otros. Según Gartner, en siete años habrá 26.000 millones de aparatos conectados a internet (al margen de *smartphones* y ordenadores) y un 15% se dedicarán a la medición constante de los datos vitales del cuerpo.

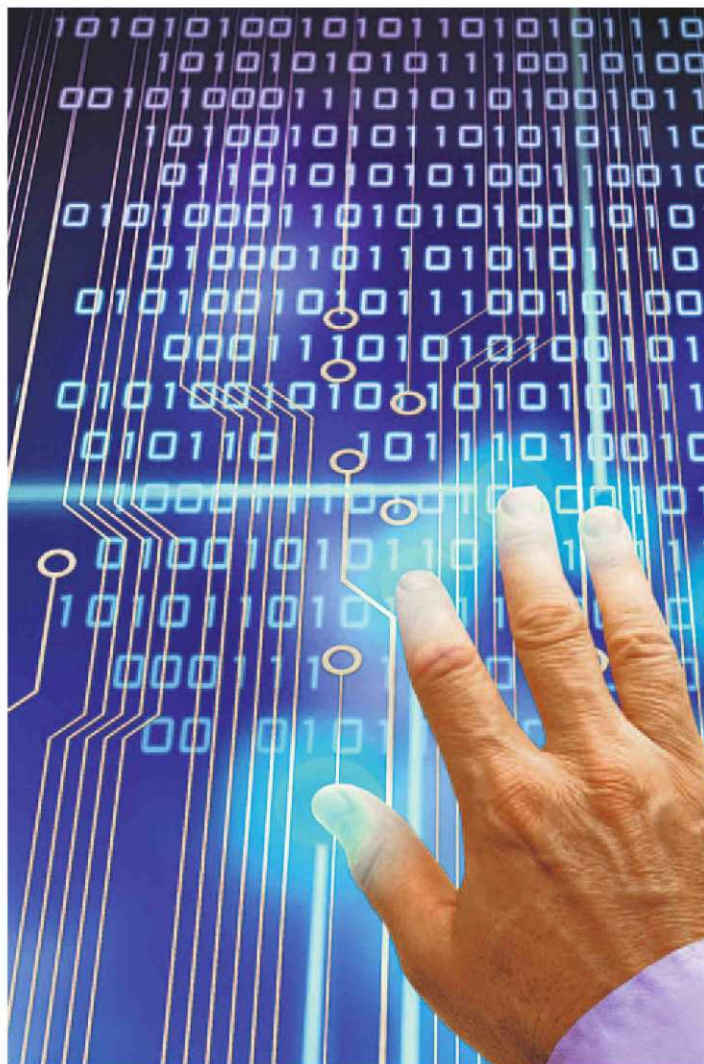
IDC también avanza que la llegada de este internet de las cosas fomentará acuerdos entre empresas para crear ofertas integradas de productos electrónicos,

**Los 'smartphones' reducirán la brecha digital, gracias a los modelos 'low cost', y habrá aplicaciones para todos los aspectos de la vida**

porque compañías que hasta ahora eran solo clientes de servicios tecnológicos pasarán a ser empresas capaces de ofrecer sus servicios de internet de las cosas a sus propios clientes, convirtiéndose en proveedores de servicios de tecnología. Un ejemplo pueden ser las compañías eléctricas, que podrán ofrecer a sus clientes la opción de controlar la calefacción desde un dispositivo móvil antes de llegar a casa.

Los pronósticos de Ericsson apuntan que en 2014 los *smartphones* reducirán la brecha digital, gracias a la llegada de muchos teléfonos *inteligentes* baratos. Y que el cuerpo será la nueva contraseña para desbloquear dispositivos y acceder a servicios. "Las empresas de internet están demandando cada vez contraseñas más largas con una mezcla de números, letras y símbolos, casi imposibles de recordar. Y ello está elevando el interés por los sistemas biométricos", dice.

En 2013, Apple ya marcó tendencia cuando anunció que su iPhone 5S integraría autenticación mediante huella dactilar y suscitó interés sobre la importancia de la autenticación de doble factor. Así, este año se espera que habrá más fabricantes de teléfonos móviles que lo incluirán en sus dispositivos, incorporando distintas fórmulas, como el escaneado del iris, reconocimiento facial o quizás, en un futuro, tatuajes o



píldoras, como advierten desde Fortinet. Según Ericsson, al 52% de los dueños de un *smartphone* le gustaría usar su huella dactilar en lugar de una contraseña y el 48% se muestra interesado por el reconocimiento ocular para abrir su pantalla.

Ligado al boom de *smartphones*, *tablets* y dispositivos *vestibles*, la gente buscará aplicaciones para cualquier aspecto

de su vida, desde compras a cuidado diario, la relación con las instituciones o el transporte. "Las aplicaciones se están convirtiendo en algo más importante que el propio teléfono", añade Ericsson. Information Builders también cree que 2014 será el año de las *apps*. "Habrá un incremento significativo en el uso de *apps* analíticas, que serán ligeras, interactivas y orientadas al negocio".

## Tizen retará a Android y nada escapará a la 'nube'

Este año los dispositivos para llevar encima, como los relojes *inteligentes* o las gafas, se convertirán en protagonistas en 2014. Pero junto a estos nuevos artilugios, el auge de internet como herramienta de internacionalización se pondrá mucho más de manifiesto a lo largo del año y nada escapará de la *nube*, que se reforzará por la multiplicación de dispositivos móviles, según pronostica un grupo de profesores del IE Business School, que un año más colabora con **CincoDias** en la elaboración de la hoja de ruta de lo que acontecerá en las TIC en los próximos 12 meses. Entre sus predicciones, también avanzan un mayor debate en torno a la privacidad, la llegada de los vuelos conectados y la intensificación de la competencia de Google, Amazon y Alibaba con los sistemas bancarios tradicionales.

El segmento de los *wearables* (dispositivos que se llevan encima, como el *i-watch*, los monitores de actividad o las gafas) gozará de una gran actividad, iniciará un proceso de popularización y comenzará una consolidación como categoría de consumo en torno a algunos estándares, comenta el profesor Enrique Dans. Veremos lanzar

### MÁS 'WEAREBLES'

relojes a compañías como Apple y Google, y competir por funciones como la identificación de llamadas a diversos dispositivos.

### LA PRIVACIDAD, CLAVE

El debate en torno a la privacidad en internet, iniciado en gran medida por las revelaciones de Edward Snowden en 2013, se convertirá en el 2014 en un elemento fundamental en el escenario tecnológico, continúa Dans. "Cambios legislativos, nuevas herramientas y una creciente concienciación colectiva sobre este asunto llevarán a que la privacidad se mantenga en el foco de la actualidad informativa".



### COMUNICACIÓN INTRASCENDENTE

A lo largo del año, añade este profesor, veremos cómo las ideas en torno a la trascendencia de la comunicación (¿deben nuestras comunicaciones e interacciones en el entorno social permanecer en el tiempo?) generarán actividad en torno a redes como Snapchat y similares, frente al uso tradicional de redes sociales como lo conocemos hasta ahora.

### VUELOS CONECTADOS

El levantamiento de una restricción histórica que ya carecía de sentido hará de 2014 el primer año en que



volemos "conectados", dice Dans. Si bien ya hay aerolíneas que ofrecen conectividad mediante wifi durante el vuelo, este año veremos una desaparición de las restricciones durante despegue y aterrizaje, y una generalización del uso.

### 'E-COMMERCE' Y MÁS

El auge de internet como herramienta de internaciona-





## Tendencias tecnológicas para 2014



### COMERCIO ONLINE

## Las redes sociales influirán sobre el stock de los comercios

**Rakuten, el tercer** mayor mercado de comercio electrónico del mundo, augura que en 2014 el contenido será la clave de las compras. En su opinión, y a medida que crece el comercio online, la línea entre el entretenimiento e ir de compras se desdibujará cada vez más, y en 2014, asegura, veremos más comercios ofreciendo a los compradores una experiencia de compra más

valiosa en contenido. "Los compradores ya no están satisfechos con el modelo máquina expendedora utilizado la última década, sino que quieren estar entretenidos e informados mientras navegan por la web y toman decisiones de compra".

Según Rakuten, los comerciantes, cada vez más conscientes del poder de las redes sociales y de comunidades como Pinte-



Hiroshi Mikitani, presidente de Rakuten. REUTERS

rest, donde los usuarios comparten las colecciones de productos que más les gustan, utilizarán estas plataformas sociales como un termómetro para

medir las tendencias del mercado y utilizarán esa información para refinar las decisiones sobre qué stock poner en venta. Rakuten también apunta que

en 2014 habrá avances en la tecnología de segmentación que permita a los comercios ofrecer una experiencia personalizada tanto en las tiendas físicas como en las online. "El eterno sueño de poder segmentar a los compradores en tiempo real, con ofertas personalizadas teniendo en cuenta su localización, dio un gran salto en 2013 con el lanzamiento de iBeacon de Apple, que permite entrar en una tienda y ver ofertas de los productos en nuestro *smartphone* a medida que paseamos por el comercio", dicen desde la compañía, que asegura que la personalización masiva hará sentir los productos más propios.

### SEGURIDAD

## Internet de las cosas... internet de las vulnerabilidades

**Kevin Haley, director** de seguridad de Symantec, lo dice alto y claro: "El internet de las cosas se convertirá en el internet de las vulnerabilidades". Este experto cuenta que los investigadores de seguridad han demostrado la existencia de ataques contra *smart TV*, equipos médicos, cámaras de seguridad e incluso monitores de bebés. "Con millones de dispositivos conectados a

internet y en muchos casos ejecutándose un sistema operativo integrado, en 2014 se convertirán en un imán para *hackers*".

Lo mismo opinan en Fortinet. Esta empresa cree que los cibercriminales se dirigirán a plataformas que vayan más allá del clásico fraude vía SMS. "Esto incluye los nuevos dispositivos para domótica que controlan el consumo eléctrico del hogar,



por ejemplo, y el software que, a través de un panel de control remoto, muestra o confirma quién podría estar en casa en un momento determinado".

Otra de las grandes amenazas para 2014, según Check Point, será el secuestro de cuentas en las redes sociales. Y Trend Micro predice también

que la falta de apoyo a programas de software populares como Java 6 y Windows XP (Microsoft dejará de dar soporte a este sistema el 8 de abril) dejará expuestos a millones de PC para ser atacados. Trend Micro alerta igualmente que las apps maliciosas de alto riesgo para Android superarán los tres millones, y apunta que la confianza pública, "afectada por las revelaciones de la monitorización promovida por el Estado", dará lugar a que aumenten los esfuerzos por restaurar la privacidad. Fortinet vaticina que se elevará el nivel de minuciosidad y rendición de cuentas de los proveedores de seguridad de red.

Juniper también avanza que las conexiones 4G se doblarán en 2014, aunque la penetración mundial será muy baja, del 1,77%. Y Verizon asegura que en un mundo en el que la movilidad y el contenido multimedia son la norma, la *nube* ha madurado hasta convertirse en el único lugar donde se pueden almacenar, acceder y analizar bajo demanda los crecientes volúmenes de datos. "En 2014, los

proveedores de servicios de *nube* se concentrarán en añadir al *cloud* software y servicios, que sienten una base sólida y sirvan para atraer y retener clientes. Los sistemas y herramientas que transforman estos datos en información útil en la *nube* y bajo demanda transformarán la experiencia del cliente", vaticina.

IDC avanza un crecimiento en el gasto en la *nube* por parte de las empresas de

### El marketing se volverá individual y se hará en tiempo real

un 25% para 2014 (tras convertirse en la principal fuente de archivo de las personas), y de un 30% en *big data*. "Si en 2013 el cargo de científico de datos en las compañías dio bastante que hablar, este año emergerán nuevos puestos como el de gestor de los datos, un profesional con perfil de negocio que entienda los datos y sepa cómo cualificarlos en el curso de un proyecto", dice Information

Builders, que asegura que en 2014 el foco sobre la calidad de los datos se intensificará de manera notable. Y es que este año se espera que llegue la mayoría de edad de la personalización, donde en función de un análisis de los datos en tiempo real y la localización de las personas se crearán oportunidades de marketing individualizado que transformarán el modelo de captación de clientes.

lización se pondrá mucho más de manifiesto en 2014, toda vez que, aún en plena crisis, las empresas buscan vías de expansión comercial eficientes en costes, asegura Fernando Aparicio. Igualmente, dice, el uso por parte de las empresas de *marketplaces*, tanto B2B como B2C, horizontales y verticales, en una suerte de "nueva distribución virtual", se reforzará, gracias al volumen de tráfico segmentado que generan y, adicionalmente, a su cada vez mayor provisión de servicios de valor añadido. Además, según Aparicio, la evolución de empresas como Amazon del B2C al B2B, mediante el lanzamiento de servicios como almacenamiento web,

pagos online y servicios logísticos, representará una apuesta decidida por convertirse en proveedores integrales de servicios a empresas, situación que estamos viendo también en otros grandes *players* como Google, eBay y Alibaba, que apuestan incluso por entrar en la batalla financiera de ofrecer financiación a sus vendedores y pagos aplazados o depósitos a sus clientes, intensificando su com-



petencia con los sistemas bancarios tradicionales.

### TODO A LA 'NUBE'

Se incrementará el "todo en la *nube* o lo que yo llamo el *Everything as a Service*" (EaaS), apunta Julián de Cabo. En su opinión, esa realidad será reforzada por la multiplicación de dispositivos móviles, que las empresas tendrán que aprender a gestionar. "No es solo BYOD, sino algo que afectará tanto al ámbito corporativo como al de consumo", continúa. Y añade que la consecuencia de lo anterior afectará al marketing, "donde la geolocalización va a proporcionar una enorme información sobre el consu-

mo". Asociado también a esta idea, las tecnologías *in-memory* serán esenciales este año para extraer información en tiempo real de toda la avalancha de datos que se nos viene encima.



### IMPRESIÓN 3D

La impresión 3D provocará una gran revolución en la fabricación de objetos, tanto a nivel personal como industrial, añade De Cabo.

Los avances vistos en 2013 y los anuncios de algunas grandes multinacionales que planean fabricar piezas para el sector de la aviación, médico y energético dejan claro el enorme potencial de esta tecnología.

### ACCIONES COMERCIALES VIA BLUETOOTH

El uso de la comunicación a través de Bluetooth y otras tecnologías relacionadas se convertirán en común y los propietarios de teléfonos inteligentes recibirán mensajes de promoción o notificaciones a medida que pasan por las tiendas, centros comerciales, etcétera, asegura José Luis López Gallego.

### TIZEN, A POR GOOGLE

Este mismo profesor añade otras dos tendencias para este año: Samsung impulsará su sistema operativo Tizen para competir con Google y aumentará el uso de las redes encriptadas.

### MENOS 'GAP' DIGITAL

El *gap* laboral digital se reducirá, según Silvia Leal. Un desajuste entre oferta y demanda que hoy la CE estima entre 372.000 y 864.000 vacantes. Ello será posible gracias a la mayor incorporación de formación TIC en programas no-TIC y viceversa, y también por la incorporación de la mujer en este mercado laboral.





# TV3 encadena el seu quart any de líder

A Espanya, Telecinco repeteix com a canal més vist, tot i que Antena 3 s'hi acostava cada cop més

## Anàlisi

ÀLEX GUTIÉRREZ  
BARCELONA

**S**i la crisi ha estat un factor que ha disparat el consum televisiu al seu màxim històric, els audímetres suggereixen que potser se n'està començant a sortir: el 2013 els catalans van veure de mitjana 250 minuts al dia de televisió, tres minuts menys que l'any anterior. El 2013 es tanca amb TV3 repetint lideratge per quart any consecutiu i s'obre amb la incertesa de com repercutirà la desaparició de nou canals de la TDT en el còmput d'audiències. Aquesta anàlisi explica com han funcionat els principals canals a Catalunya i a Espanya. No inclou encara les dades del dia 31 de desembre, que es fan públiques avui, però la seva incidència sobre les mitjanes anuals és inapreciable.

### TV3

**Nou any de lideratge, tot i que amb menys marge que el 2012**  
Es corona com a televisió més vista per quart any consecutiu. Amb el lideratge de desembre, encadena divuit mesos com a canal més seguit pels catalans. I encapçala també el rànquing anual dels programes amb més audiències: copa 26 posicions d'una llista de 40. Això sí: baixa vuit dècimes respecte al 14,3% obtingut l'any anterior, la qual cosa fa que s'estrenyi el marge del seu lideratge. El 2012 mantenia 3,1 punts de distància respecte del segon classificat, ara ja en són només 2,6.

### 33 - Esport3 - 3/24

**La Corporació va ser el tercer grup televisiu, amb un 17%**  
La Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació (CCMA) va aconseguir un 17,8% d'audiència, sumant-hi tots quatre canals. El Super3/33 va aportar un 1,7% de quota, Esport3 un 1,4% (i fa el seu màxim històric) i el 3/24 es queda en un 1,2%. Això la converteix en tercer grup televisiu, per darrere d'Atresmedia i Mediaset, que, a l'espera de dades definitives, van assolir un 25,9% i un 24,9% de l'audiència.

### 8TV

**Tímida millora, però encara està per sota del que va fer el 2009**  
La televisió del Grupo Godó ha millorat el seu resultat respecte de



**EL FUTBOL, REI**  
La Champions entre el Barça i el Milan es corona com a espai més vist del 2014. G. NACARINO / REUTERS

### Programes més vistos a Catalunya el 2013

	ESPECTADORS	'SHARE'
01 Futbol. Lliga de Campions: Barcelona-Milan		
<b>TV3</b> 12/03	1.730.000	47,2%
02 Futbol. Pròrroga de la Copa Confederacions: Espanya-Itàlia		
<b>TELECINCO</b> 27/06	1.534.000	46,4%
03 Futbol. Pròrroga de la Copa del Rei: R. Madrid-At. Madrid		
<b>LA 1</b> 17/05	1.466.000	49,8%
04 Futbol. Classificació del Mundial: Espanya-França		
<b>TELECINCO</b> 26/03	13.800.000	42,2%
05 Futbol. Copa del Rei: Màlaga-Barcelona		
<b>TELECINCO</b> 24/01	1.355.000	38,7%
06 Futbol. Copa de Confederacions. Espanya-Itàlia		
<b>TELECINCO</b> 27/06	1.276.000	40,7%
07 Futbol. Copa del Rei: R. Madrid-At. Madrid		
<b>LA 1</b> 17/05	1.149.000	37,0%
08 Futbol. Supercopa: Barcelona-At. Madrid		
<b>TV3</b> 28/08	1.045.000	39,8%
09 Telenotícies cap de setmana vespre		
<b>TV3</b> 15/12	1.002.000	30,5%
10 Futbol. Copa del Rei: Barcelona-Còrdova		
<b>TV3</b> 10/01	995.000	29,4%
11 Cinema. Avatar (2a part)		
<b>TELECINCO</b> 13/11	965.000	31,6%
12 Telenotícies vespre		
<b>TV3</b> 11/09	964.000	30,3%
13 El convidat. Andrés Iniesta		
<b>TV3</b> 16/09	936.000	28,8%
14 Motos. Mundial Moto GP. Gran Premi Comunitat Valenciana		
<b>TELECINCO</b> 10/11	934.000	46,7%
15 30 minuts. 400 km		
<b>TV3</b> 15/09	905.000	27,5%

l'any passat, però només en dues dècimes. Així ha obtingut un 3,4% de quota de pantalla, encara insuficient per igualar el 3,6% que va marcar l'any 2009. Això sí, millora substancialment el 2,7% del 2011.

### Antena 3

**Supera Telecinco a Catalunya i ja és el segon canal més vist**  
Se situa com a segona cadena més vista a Catalunya, amb un 10,9%. Tot i que millora només tres dècimes respecte al seu resultat del 2012, la baixada de Telecinco li ha permès aquest *sorpasso* fins a la plata del podi. Això a Catalunya, perquè al conjunt de l'Estat la cadena no ha pogut arrabassar el lideratge a Telecinco.

### Telecinco

**Reté el lideratge a Espanya però baixa a tercera a Catalunya**  
Tanca l'any amb un 10,5% a Catalunya que suposa un retrocés significatiu de set dècimes comparat amb

l'11,2% de l'any anterior. La fragmentació de canals l'ha perjudicada especialment: el 2008 arribava a un 18%, gairebé el doble de *share*. Això sí, a l'Estat ha aconseguit el lideratge per segon any consecutiu, tot i que per un ajustadíssim 13,5% contra el 13,3% d'Antena 3.

### La 1

**Marca els pitjors resultats històrics del canal**

Segueix el descens abissal a les profunditats de les audiències de la cadena pública espanyola. El 7,1% aconseguit enguany és la seva pitjor dada històrica i es deixa, en només un any, 2,2 punts de quota de pantalla. No són només males dades a Catalunya: la cadena -que havia estat líder a nivell espanyol el 2011- ha aconseguit dilapidar aquesta posició en el rànquing estatal i quedar tercera, amb un 10,2%, lluny ja de les intractables Antena 3 i Telecinco. De fet, el canal ha deixat de lluitar pèl·leratge i ara ho fa perquè no les atrapin Cuatro i, especialment, La Sexta, que sovint ja li bufa al clatell.

### La Sexta

**S'avança a Cuatro i és la generalista que més creix**

Molt bon any per a la cadena ja integrada dins del grup Atresmedia. A Catalunya, ha pujat del 4,6% al 5,8%, de manera que supera Cuatro i ja és la cinquena cadena més vista al país i s'acosta perillosament a La 1. A escala espanyola, La Sexta guanya tot un punt d'audiència i se situa en un 5,9%, la qual cosa la fa empatar amb Cuatro.

### Cuatro

**La millora de resultats ni li permet aguantar la posició**

El canal ha millorat el seu paper a Catalunya, ja que passa del 5,1% al 5,5%. Amb tot, la pujada de La Sexta la desplaça a sisena televisió al país. A Espanya aconsegueix empatar amb la seva habitual rival, amb un 5,9%, tot i que baixa una dècima.

### Temàtiques

**Les sèries de FdF, líders entre els canals especialitzats**

Factoria de Ficció, de Mediaset, acaba l'any com a televisió temàtica més seguida, amb un 2,6%. El canal especialitzat en sèries supera així a Divinity i Neox, que es queden en un 2,3%. El 2014 haurà estat l'any de la defenestració d'Intereconomía, que es va quedar en un minso 0,5% de quota de pantalla. —





Noves versions redissenyades del 'Què Fem?', el suplement 'ES' i 'Diners' se sumen a partir de divendres al reinventat magazine del diari, 'Mg'

# 'La Vanguardia' reforça el cap de setmana

BARCELONA Redacció

L'estrena diumenge vinent d'*Mg*, el redissenyat magazine de *La Vanguardia*, és la principal aposta del diari en la seva estratègia per millorar encara més l'oferta per al cap de setmana. Però no és l'única. Si el mes d'agost passat ja va començar a publicar-se una versió actualitzada del suplement de televisió, rebatejat *Viure TV* i molt boletat en el fenomen imparabile de les sèries, a partir d'aquest divendres, i en dies successius, els toca el torn als *Què Fem?*, *ES* i *Diners*.

Nous formats, noves firmes i una renovada vocació de sorprendre el lector són les principals aportacions d'aquesta nova etapa.

Divendres veurà la llum el nou *Què Fem?*, el suplement que durant l'última dècada s'ha consolidat com una agenda imprescindible per gaudir del cap de setmana. La principal novetat és que les firmes dels periodistes de la secció de Cultura de *La Vanguardia* s'afegiran a les dels redactors habituals dels últims anys. Els noms de Núria Escur, Antònia Justícia, Esteban Linés, Salvador Llopart, Josep Maria Serra o Teresa Sesé apareixen ja en aquest primer exemplar de la nova etapa juntament amb els de Ramon Oliver, James Begg, Oscar Gómez, Anna Tomàs, Ramon Orpinell, Marc Moreno o Mar Armengol. D'aquesta manera, el suplement accentuarà el seu paper de prescriptor, imprescindible en un moment de gran dispersió de l'oferta cultural catalana.

**El 'Què Fem?' accentuarà el seu paper de prescriptor amb un format molt renovat**

particularitat compartida per tots plegats: totes aquestes obres les poden contemplar tant els clients com els no clients.

A les seccions habituals de cultura, gastronomia, copes, hotels, excursions o escapades s'hi suma una de nova, *Outdoor*, elaborada per Ramón Álvarez, redactor d'Esports del diari, i dedicada a informar sobre l'oferta creixent de proves d'atletisme popular, des de les curses urbanes fins a les de muntanya, els trails o el triatló. El redisseny a fons del *Què Fem?* l'ha realitzat Núria García, redactora en cap de Disseny del diari i autora també del nou look del *Viure TV*.

L'endemà veurà la llum una nova versió de l'*ES*. El suplement dels dissabtes es redissenyarà per renovar la seva aposta i també per enriquir els continguts amb la incorporació de dues seccions noves: *Es futur*, que debuta amb els nous cotxes ecològics, i *Joves extraordinaris*, amb idees emprenedores o per canviar el món. El Boulevard de la secció de viatges s'amplia, oferint noves alternatives als lectors perquè gaudeixin, encara més, del destí triat.

Finalment, al mateix temps que el nou magazine, diumenge apareixerà el primer número del redissenyat *Diners*, suplement dominical de referència de l'actualitat econòmica. *Diners*, que ja té gairebé tretze anys d'existència, incorpora al redisseny tipografies més lleugeres per facilitar la lectura i formats per emfatitzar un tractament més àgil de les imatges i la informació gràfica, essencial en aquest àmbit. A més, en aquesta nova etapa es potencien les informacions complementàries relacionades amb les noves tendències del consum i els productes d'inversió, des de la borsa fins a la propietat immobiliària. ●







Chen Guangbiao repartiendo dinero en la calle./CORDON PRESS

## Millonario chino busca periódico

El excéntrico Chen Guangbiao, con una fortuna de 615 millones gracias al reciclaje, quiere comprar 'The New Times' para contribuir a la "paz mundial"

ZIGOR ALDAMA  
Shanghai

Fotografiarse frente a una pared forrada con fajos de billetes no parece de muy buen gusto, pero en China las reglas son diferentes. Y, además, Chen Guangbiao, aficionado a posar de esta guisa, parece haber nacido para dictar las suyas propias. No en vano, este excéntrico multimillonario de la provincia oriental de Jiangsu, que ha hecho una fortuna estimada en 615 millones de euros gracias a su empresa de reciclaje—Jiangsu Huangpu Renewable Resources—, parece empeñado en lla-

mar la atención y no dejar a nadie indiferente. Y vaya si lo consigue.

En 2011 decoró cuatro furgonetas con la enseña nacional china y viajó a Japón tras el terremoto que devastó el noroeste del archipiélago para donar personalmente alimentos y objetos de primera necesidad a los afectados; el año pasado, cuando en Pekín se batieron los récords de contaminación atmosférica, decidió vender aire limpio enlatado con los sabores "Tíbet puro" y "Taiwán postindustrial". Ahora pretende introducir en China un día de ayuno para concienciar a la población sobre la necesidad de cuidar la dieta y

evitar la obesidad; y ya ha dejado claro que, cuando muera, su fortuna irá a proyectos solidarios.

Pero no ha esperado tanto para causar su mayor conmoción. El pasado lunes muchos creyeron que bromeaba cuando afirmó en un discurso que su intención es comprar el diario *The New York Times*. O, al menos, parte. No obstante, en una entrevista publicada ayer por el rotativo estadounidense, Chen detalló su plan: ha convencido a otros dos empresarios chinos para que le ayuden a recaudar mil millones de dólares (760 millones de euros) y hacerse así con parte de la empresa edito-

ra, que, al precio actual de las acciones que cotizan en Bolsa, está valorada en 2.400 millones de dólares. "Si consigo cerrar este trato con el *New York Times*, podré aportar una influencia positiva y contribuir a la paz mundial", dijo. "No hay nada que no se pueda comprar por el precio adecuado", sentenció. Su interés por el rotativo no es nuevo. De hecho, el pasado agosto pagó 30.000 dólares por media página de publicidad: allí anunció que las islas Diaoyu pertenecen a China, país que se disputa con Japón la soberanía de estas rocas inhabitadas bajo las que se encuentran yacimientos

de gas. Orgullosa de su patria, pocos días antes había comprado 43 automóviles de la marca local Geely para compensar a quienes habían visto cómo sus coches de marca nipona eran destrozados en las manifestaciones antijaponesas. "Es el medio de comunicación con más influencia en el mundo", explicó entonces. Ahora, Chen ofrece al diario liquidez y algo mucho más importante: "Si consigo luz verde, llevaré el periódico a todos los quioscos de China. Es un mercado demasiado grande para perderlo".

Resulta curiosa su oferta porque las páginas web del diario, tanto en inglés como en chino, están censuradas en la segunda potencia mundial y, además, el Gobierno de Pekín acaba de protagonizar un agrio episodio con los periodistas del diario que trabajan en China, a los que ha renovado sus tarjetas de prensa en el últi-

Lo mismo enlata aire limpio del Tíbet que promueve un día de ayuno colectivo

mo momento, cuando ya temían su expulsión. Así, no faltan quienes muestran preocupación por la oferta de Chen, que, aprovechando el tirón económico de su país, podría tratar de utilizar la prensa extranjera como una extensión de la propaganda comunista. En cualquier caso, el empresario chino es consciente de que los descendientes de Adolph S. Ochs, quien adquirió el periódico en 1896, no están interesados en venderlo. "Si no logro que la inversión sea aprobada, seguiré buscando un medio de comunicación con gran credibilidad en Estados Unidos para alcanzar mi objetivo", añadió el empresario, nacido en 1968. Según diferentes fuentes, el *Wall Street Journal* o la mismísima CNN están en la diana de Chen, militante del Partido Zhi Gong, que comparte con el Partido Comunista el objetivo de implementar un "socialismo con características chinas".





## NOVES TECNOLOGIES

## TVE obre l'any amb dos canals en alta definició

## ► Incorpora Teledeporte-HD i substitueix TVE-HD per La 1-HD

EL PERIÓDICO  
BARCELONA

RTVE ha obert el 2014 amb dues estrenes: ha posat en marxa dos canals en alta definició, Teledeporte-HD i La 1-HD, que se sumen a l'oferta de la televisió estatal, segons informa l'ens, que afirma en una nota que es tracta «d'una gran aposta» per la qualitat. I no només en la imatge –ja que la gran majoria de la programació serà en alta definició original–, sinó també en el so, ja que els continguts d'aquests canals s'emetran, «sempre que sigui possi-

ble», en àudio Dolby multicanal 5.1.

La incorporació d'aquests nou canals es va realitzar la mateixa nit de Cap d'Any, ja que les campanades es van oferir en HD. I a partir d'ara, el nou canal de Teledeporte oferirà en HD el Ral·li Dakar (que comença el pròxim 5 de gener, a l'Argentina), els Jocs Olímpics d'Hivern a Sotxi (al febrer) i els partits de la Lliga ACB de bàsquet. Pel que fa a La 1-HD, ofereix la mateixa graella que TVE-1, però, és clar, en alta definició.

Per accedir a aquests nous ca-

nals en HD s'ha de tornar a resintonitzar el televisor perquè registri els nous senyals. Això sí, ha de ser un televisor amb tecnologia *HD Ready* o *Full HD*, que són els que estan preparats per descodificar l'alta definició. De totes maneres, tant el senyal convencional (SD) de TVE-1 com el de Teledeporte es mantenen com fins ara.

El nou canal La1-HD substitueix el canal de proves TVE-HD, que fins ara oferia una selecció de programes de tota l'oferta en alta definició de la tele estatal.



► Les campanades van obrir el nou canal de TVE La 1-HD.

En canvi, Teledeporte HD (que va començar a emetre en proves el 19 de desembre passat) és una nova freqüència que RTVE tenia reservada en un dels múltiples assignats.

Els dos nous canals estatals eme-

ten amb una qualitat d'imatge de 720p (1280x720), i estan considerats com a HD, encara que no és la màxima qualitat que permet aquesta tecnologia, que és el *Full HD*. Per arribar a aquest nivell hauria d'emetre a 1.080 (1920x1080). ≡



Màrius Carol



DIRECTOR

## L'any en què vam informar perillosament

**E**L balanç anual de Reporters sense Fronteres estableix que el 2013 han estat assassinats 71 periodistes, disset menys que l'any anterior. Però, en canvi, han estat segrestats 87 reporters, un 129% més que el 2012. La guerra a Síria és la responsable d'aquest increment brutal, fins al punt que l'organització esmentada recomana que fins i tot els corresponents més veterans s'abstinguin d'entrar al país que presideix amb mà de ferro Baixar al-Assad. No hi ha trinxera segura, ni credencial que permeti la lliure circulació. Síria és el país més perillós per al periodisme, si bé Somàlia, el Pakistan i les Filipines figuren també a la llista negra de Reporters sense Fronteres. Entre els periodistes segrestats hi ha tres espanyols: Marc Marginedas, d'*El Periódico*; Javier Espinosa, d'*El Mundo*, i Ricard García Vilanova, *freelance* premiat internacionalment. Ells no volien ser notícia, només informar-nos-en.

Els corresponents de guerra no solen ser a casa per

Nadal, però mai com ara tants reporters havien estat en parador desconegut en ser segrestats per diferents grups rebels, possiblement per servir d'escuts humans a Síria. Això fa que aquest duríssim conflicte i terrible drama humà s'estigui quedant sense testimonis de tants horrors. Als diaris cada vegada arriben menys cròniques i imatges del que passa al país. Robert Cappa, que va fotografiar la Guerra Civil i la II Guerra Mundial, i va perdre la vida al Vietnam, deia que "si les teves fotos no són prou bones, és que no eres prou a prop." Ens estem quedant sense ulls propers que ens obrin els nostres als escenaris bèl·lics del món. El 2013 va ser l'any en què vam informar més perillosament.





**pareumàquines**  
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

## El “però” de ‘La Vanguardia’ al discurs de Mas



Analitzar com titulaven els diaris catalans el discurs televisat de Mas permetia identificar amb bastanta claredat el seu respecte i posicionament editorial. Tres de les quatre capçaleres escollien titulars clarament arrenyerats amb la consulta. Eren *El Periódico* (“Mas: «Que l’Estat no ens vegi com un enemic»”), *El Punt Avui* (“Que se’ns deixi votar”) i l’ARA (“Mas: «Demano a l’Estat que no aixequi murs»”). En el cas de *La Vanguardia*, es produïa un cop més –comença a ser tendència– el contrast entre el to del titular interior i

el de portada. A dins es destacava la part reivindicativa del missatge del president, tal com feien els altres tres diaris catalans: “Mas demana a l’Estat que escolti la veu de Catalunya i no aixequi murs”. En canvi, el títol de portada tenia connotacions inequívocament negatives: “Mas demana la consulta però admet que provoca divisió”. De fet, la primera part del titular, “Mas demana la consulta”, no té gaire contingut i sembla només un punt de recolzament per poder-hi falcar la palanca del “però” i de tot el que ve després. Aquesta idea de “la divisió” és justament la que també subratllava *El Mundo* en un text de primera pàgina. El diari aprofitava un editorial per menystenir el discurs –que qualificava de “ridícul costum de molts presidents autonòmics”–, una remarca que empetitia la institució. Acabo amb una coda sobre aquesta idea de la divisió: estic convençut que el que està polaritzant el país és el bloqueig a una consulta reclamada per la majoria de ciutadans, no la consulta en si. L’argument de la divisió em sembla aviciat, perquè aquells que l’esgrimeixen no semblen perseguir el seu autònim –la unitat– sinó la submissió. Callar i pagar el beure.



## Un magnate chino del reciclaje quiere comprar «The New York Times»

L. R. C.

MADRID- Sea por afán de notoriedad o porque quiere emprender una nueva línea de negocios, el multimillonario chino Chen Guangbiao ha anunciado que ya ha puesto la maquinaria en marcha para comprar «The New York Times». El próximo 5 de enero se reunirá con un «destacado accionista» del rotativo en Nueva York para abordar la adquisición. «No hay nada que no se pueda comprar por el precio justo», ha dicho Chen, que ya ha hecho cuentas y estima que el diario vale unos 750 millones de euros. Un magnate de Hong Kong aportaría 600 millones y él se encargaría de pagar el resto.

Una portavoz del diario dijo que sus propietarios nunca se pronuncian ante rumores de este tipo. Con todo, el presidente de «The New York Times», Arthur Sulzberger Junior afirmó recientemente que el periódico no está en venta.

Chen –con un patrimonio estimado de 537 millones de dólares–, ha puntualizado que, si no consigue hacerse con el control del rotativo, al menos intentará convertirse en el accionista mayoritario. Este magnate es toda una celebridad en su país. Millonario al que le gusta presumir de su riqueza, también es un excéntrico filántropo con iniciativas tan sorprendentes como repartir latas de «aire puro», durante el episodio de severa polución que se vivió a principios de 2013 en Pekín.





## Wuaki.tv prepara su despliegue por Europa

El servicio de cine en *streaming* Wuaki.tv prepara para 2014 su gran despliegue por Europa. La firma, que asegura haber cerrado el año con un millón de usuarios registrados en España y Reino Unido, los dos países en los que opera actualmente, continúa con su plan de expansión, impulsado tras su compra por el gigante japonés Rakuten en 2012. "Los próximos meses identificaremos oportunidades para impulsar la marca Wuaki.tv y convertirnos en la marca europea de referencia en el consumo de entretenimiento en *streaming*".



## TECNOLOGIA

### RTVE llança dos nous canals en alta definició

Des d'ahir, TVE ha llançat dos nous canals en alta definició: La 1 HD i Teledeporte HD, amb programació generalista i esportiva. Es tracta d'una aposta de RTVE per la qualitat en vídeo, ja que la majoria de la programació serà en alta definició nativa, com en àudio, ja que els continguts s'emetràn en àudio multicanal 5.1. ■ REDACCIÓ





# INTERNET

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Periodisme i Mitjans de comunicació

<b>Data</b>	<b>Titular/Mitjà</b>	<b>Pàg</b>	<b>Docs.</b>
01/01/14	5 de las entrevistas más vistas en Periodismo Ciudadano / Periodismo Ciudadano	19	1
01/01/14	108 periodistas asesinados en 2013: un test para el Día de la ONU contra la impunidad / Periodistas en Español	20	2





# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## 5 de las entrevistas más vistas en Periodismo Ciudadano

### Dimecres, 1 de gener de 2014

¡Feliz 2014 a todos! Terminamos el año con una recopilación, la de los artículos más leídos en Periodismo Ciudadano en 2013 , y lo comenzamos con otra en la que incluimos cinco de las entrevistas más vistas de entre las muchas que hemos realizado a personajes de primer orden relacionados con el periodismo ciudadano y los nuevos medios: 1. Jack Dorsey, fundador de Twitter: Twitter y el periodismo ciudadano es uno de mis temas favoritos Pinche aquí para ver el vídeo 2. Howard Rheingold y las multitudes inteligentes o Smart Mobs Pinche aquí para ver el vídeo 3. Craig Newmark: Los periodistas ciudadanos son más capaces de cantarles las verdades a los poderosos Pinche aquí para ver el vídeo 4. Clay Shirky destaca la importancia de la innovación en el periodismo ciudadano hiperlocal Pinche aquí para ver el vídeo 5. Francis Pisani: Tenemos que pasar de ser productores de noticias a ser facilitadores de conversación Pinche aquí para ver el vídeo Se pueden ver muchas más entrevistas realizadas por el equipo de Periodismo Ciudadano en nuestro canal de YouTube .



## 108 periodistas asesinados en 2013: un test para el Día de la ONU contra la impunidad

Dimecres, 1 de gener de 2014

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) ha emitido hoy un desesperado llamamiento a los gobiernos de todo el mundo para que terminen con la impunidad de la violencia ejercida contra los periodistas. En 2013, la FIP registró 108 asesinatos de periodistas y otras personas de los medios de comunicación. Dieciséis más perdieron la vida en accidentes relacionados con su trabajo. Según la lista emitida hoy por la FIP, al menos 108 periodistas y otro personal de los medios fueron víctimas mortales de ataques selectivos, bombas, explosiones e incidentes de fuego entrecruzado, en todo el mundo. La 23ª lista anual de la FIP muestra que las regiones más mortíferas para los periodistas fueron Asia-Pacífico, con un 29% de los asesinatos y Oriente Medio y el Mundo Árabe con un 27% del total. La cifra de asesinatos es algo menor (un 10 %) que el año anterior. El actual conflicto en Siria convierte a ese país en primero de la lista de los más peligrosos para los medios en 2013, mientras la violencia y la corrupción en Filipinas, los insurgentes en Pakistán, y el terrorismo y el crimen organizado en Irak e India, suman entre todos la mayoría de las víctimas. La FIP subraya que mientras disminuyen los asesinatos y los niveles de violencia siguen siendo inaceptablemente elevados, persiste la necesidad urgente de que los gobiernos refuercen la protección de los periodistas y asuman su derecho elemental a la vida. En ese sentido, pide a países tales como Filipinas, Pakistán e Irak que tomen decisiones drásticas para reducir el baño de sangre en los medios. La Federación Internacional de Periodistas acoge favorablemente la Resolución de la ONU estableciendo el Día Internacional para Acabar con la Impunidad de los crímenes contra periodistas, que fue adoptada por la Asamblea General de la ONU el día 18 de diciembre de 2013. La citada resolución condena sin equívocos todos los ataques y la violencia ejercida contra los periodistas y los trabajadores de los medios, tales como la tortura, las ejecuciones extrajudiciales, las desapariciones y las detenciones arbitrarias, así como el acoso y la intimidación tanto en situaciones de conflicto como fuera de ellas. Además, destaca que la impunidad de los ataques contra periodistas constituye un reto mayor a la hora de reforzar la protección de los periodistas. En seguimiento de la resolución de Naciones Unidas estableciendo el 2 de noviembre como Día Internacional para Acabar con la Impunidad, urgimos a todos los países del mundo para que asuman de inmediato acciones de protección de la seguridad y la libertad de los periodistas ha declarado el presidente de la FIP: Tienen todo nuestro apoyo en esta iniciativa nueva, que creemos contribuirá a luchar contra la impunidad en todo el planeta si los gobiernos se implican en mantener un nivel de tolerancia cero respecto a la violencia contra los periodistas. La FIP también señala que las cifras muestran un aumento de la violencia contra las mujeres periodistas. Seis de ellas perdieron su vida este año, mientras muchas otras fueron víctimas de intimidación, discriminación y abuso sexual. Según las estadísticas de la FIP, muchos periodistas se convirtieron en objetivo seleccionado

solo por hacer su trabajo y con la clara intención de hacerlos callar, lo que obliga a una precisa y necesaria mejora de la protección y la seguridad de los periodistas para lograr el consiguiente castigo de los autores de actos de violencia contra los medios. En respuesta a esa necesidad, en octubre de este año, la FIP lanzó su campaña llamada Terminar con la Impunidad de la violencia contra los periodistas. Esta campaña, que sigue adelante, empezó centrada en Pakistán, Irak y Rusia, y pide a los gobiernos de los países con mayores niveles de violencia contra periodistas que investiguen esos asesinatos y lleven a los autores ante la justicia. Está claro que no hay signos de que ese tipo de horribles acciones contra los periodistas vayan a disminuir, ha declarado la Secretaria General de la FIP, Beth Costa. El 2 de noviembre, Día de la ONU, es de enorme importancia en la lucha para proteger los derechos, las libertades y la seguridad de los periodistas de todo el mundo, incluyendo a las mujeres periodistas que afrontan diariamente discriminaciones y violencia. Estadísticas de la FIP: Hasta el 31 de diciembre, la FIP registró la información siguiente sobre personal de los medios y periodistas asesinados en 2013: Asesinatos selectivos, víctimas de bombas e intercambio de fuego cruzado: 108 Muertes accidentales y enfermedades relacionadas con el oficio: 15 Total de víctimas mortales: 123 La 23ª lista anual de la FIP señala que, en 2013, las regiones más mortíferas para los periodistas fueron: Asia-Pacífico, donde unos 31 periodistas fueron asesinados; Oriente Medio y el Mundo Árabe, donde la estimación es de 29 víctimas; y África, donde se cifra en 22 el número de periodistas asesinados. América Latina se sitúa en tercera posición, con al menos 20 asesinatos de periodistas. En Europa hubo tres periodistas asesinados. Entre los países con cifras mayores de víctimas entre los medios se encuentran los casos de: Siria: 15 Iraq: 13 Pakistan: 10 Philipines: 10 India: 10 Somalia: 07 Egypt: 06 La entrada aparece primero en Periodistas en Español .