



# RECULL DE PREMSA

17/07/2014



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
17/07/14	Cinco fotoperiodistas lanzan MeMo Magazine, un espacio para la reflexión / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	4	1
17/07/14	TIME WARNER, LA ÚLTIMA PIEZA QUE CODICIA RUPERT MURDOCH / ABC (EDICION NACIONAL)	5	1
17/07/14	LA LLUITA DE VARGAS / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	6	1
17/07/14	ELMUNDO.ES CERTIFICA SU LIDERAZGO EN LA PRENSA DIGITAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	7	1
17/07/14	Primer assalt de Murdoch (frustat) a l'imperi Time Warner / ARA	8	1
17/07/14	EL PREMI GAZIEL RECONeix EL BOOM / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	9	2
17/07/14	RUPERT MURDOCH HACE UNA OFERTA DE 59.000 MILLONES POR TIME WARNER / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	11	1
17/07/14	PERIODISMO ESPECIALIZADO / LA RAZON	12	1
17/07/14	L'OFERTA DE LA TV DE PAGAMENT CAU A LA UE / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	13	1
17/07/14	SONY Y DISCOVERY SE MUDAN A CASTELLANA 200 / EXPANSION	14	1
17/07/14	TIME WARNER RECHAZA UNA OFERTA DE MURDOCH POR 59.108 MILLONES / CINCO DIAS	15	1
17/07/14	EL PERIODISTA XAVI ROSIÑOL LIDERARÀ DE NOU «LA TRIBU» DE CATALUNYA RÀDIO / REGIO 7	16	1
17/07/14	EL MUNDO CONFIRMA SU LIDERAZGO EN DIFUSIÓN / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	17	1
17/07/14	RÁDIO COMERCIAL, LÍDER EN PORTUGAL POR SEGUNDO AÑO SEGUIDO / CINCO DIAS	18	1
17/07/14	TIME REBUTJA L'OFERTA DE MURDOCH / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	19	1



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





## PUBLICACIÓN ARTE

REFUGIO  
DE LA  
IMAGENCinco fotoperiodistas  
lanzan MeMo Magazine,  
un espacio para la reflexión

ALBERTO ROJAS

La icónica muerte del miliciano de Robert Capa, publicada en la revista *Life*, fue clave para que el mundo entendiera lo que estaba pasando en la Guerra Civil española. Nick Ut mostró a EEUU los terribles efectos del napalm usado por su aviación con una niña que corría abrasada por las llamas. Jeff Widener, escondido en un balcón con vistas a la plaza de Tiananmen, maldijo a un tipo que detenía la columna de tanques que pretendía inmortalizar, creando sin saberlo la imagen más conocida de la matanza.

El fotoperiodismo ha configurado nuestra percepción sobre conflictos, desastres naturales o revoluciones, pero no se encuentra en su mejor momento. Han muerto casi todas

las revistas por la crisis del sector y las que quedan apenas son capaces de pagar coberturas prolongadas. De esa reflexión, de la necesidad de contar con medios capaces de seguir haciendo hueco para contar historias reposadas, surge *MeMo Magazine* (Acrónimo de *Memory in Motion*, Memoria en movimiento), un proyecto hijo de cinco reconocidos fotoperiodistas (Manu Brabo, premio Pulitzer; Guillem Valle, World

Press Photo; Fabio Buchiarelli, Medalla de oro Robert Capa; Diego Ibarra Sánchez, colaborador de *New York Times*; y José Colón, de AFP).

«La sociedad actual tiene la pulsión de guardarlo todo en imágenes», dice Manu Brabo, fotoperiodista especializado en conflictos. «Pero hacer fotos no te convierte en fotógrafo igual que escribir no te convierte en escritor. La democratización de la fotografía ha traído una saturación de imágenes, y la mayoría son puro ruido. El análisis de lo que sucede es más necesario que nunca». El proyecto, que comenzará financiándose con el sistema de micromecenazgo, ya ha alcanzado los 15.000 euros previstos, pero sus miembros esperan conseguir otros 10.000 más para arrancar con todas las garantías. «Tenemos hasta mañana para lograrlo. No es un proyecto sencillo. Un equipo de diseño trabaja en una aplicación para tabletas con un esqueleto común pero variable en función de las necesidades de cada historia», dice Guillem Valle, otro de los fundadores del colectivo.

«Muchos profesionales no paran de quejarse, pero nosotros queremos proponer una alternativa», reflexiona Valle. *MeMo Magazine* será «un espacio multimedia abierto a otros fotógrafos, con tres números al año más otro monográfico». El primero se dedica al concepto «miedo».

## BALAS Y MUROS

► KURDISTÁN. Fabio Bucciarelli firma esta imagen en un entierro de milicianos muertos en el Kurdistán sirio.

► ALEPO. Manu Brabo cubrió este conflicto en varias fases durante dos años. En este caso retrata a milicianos heridos del FSA.

► MELILLA. José Colón lleva años trabajando en el fenómeno de la inmigración.



Press Photo; Fabio Buchiarelli, Medalla de oro Robert Capa; Diego Ibarra Sánchez, colaborador de *New York Times*; y José Colón, de AFP).

«La sociedad actual tiene la pulsión de guardarlo todo en imágenes», dice Manu Brabo, fotoperiodista especializado en conflictos. «Pero hacer fotos no te convierte en fotógrafo igual que escribir no te convierte en escritor. La democratización de la fotografía ha traído una saturación de imágenes, y la mayoría son puro ruido. El análisis de lo que sucede es más necesario que nunca». El proyecto, que comenzará financiándose con el sistema de micromecenazgo, ya ha alcanzado los 15.000 euros previstos, pero sus miembros esperan conseguir otros 10.000 más para arrancar con todas las garantías. «Tenemos hasta mañana para lograrlo. No es un proyecto sencillo. Un equipo de diseño trabaja en una aplicación para tabletas con un esqueleto común pero variable en función de las necesidades de cada historia», dice Guillem Valle, otro de los fundadores del colectivo.

«Muchos profesionales no paran de quejarse, pero nosotros queremos proponer una alternativa», reflexiona Valle. *MeMo Magazine* será «un espacio multimedia abierto a otros fotógrafos, con tres números al año más otro monográfico». El primero se dedica al concepto «miedo».



Time Warner ganó un 17,63 % en Wall Street tras saberse que no aceptaba ceder el control a Murdoch

REUTERS

# Time Warner, la última pieza que codicia Rupert Murdoch

El conglomerado rechaza una oferta del magnate, que no se rinde, de 60.000 millones de euros

EMILI J. BLASCO  
CORRESPONSAL EN WASHINGTON

**T**ime Warner, uno de los mayores conglomerados de comunicación y entretenimiento del mundo, anunció ayer que ha rechazado una oferta de compra por parte de su rival 21st Century Fox. La división audiovisual del imperio de Rupert Murdoch confirmó que la oferta se hizo en el mes de junio e indicó que en estos momentos no hay ningún tipo de conversación

entre ambas compañías, aunque la prensa estadounidense estima que difícilmente Murdoch va a dejar de insistir en la operación, sobre todo cuando se estima que el sector audiovisual estadounidense camina hacia un proceso de probables fusiones.

La oferta, que ascendió a unos 80.000 millones de dólares (unos 59.000 millones de euros), supone un nuevo intento de salto hacia arriba de Rupert Murdoch en Estados Unidos, donde a mediados de la década de 1980 el magnate australiano compró los estudios de la histórica 20th Century Fox y lanzó el canal de televisión Fox. Su siguiente gran expansión en EE.UU. fue en 2007 con la compra, mediante una OPA hostil, de Dow Jones, la compañía editora del «Wall Street Journal». La adquisición del WSJ fue resultado de una turbulenta negocia-

## Un coloso hambriento

En los 80, Murdoch compró la 20th Century Fox y Fox News.

En 2007, el «Wall Street Journal». Su nuevo objetivo incluye los canales HBO y CNN



ción con sus accionistas. Aquello mostró una «determinación disciplinada» en lograr el objetivo marcado que bien podría reproducirse ahora, según advierten algunos analistas.

La operación, en cualquier caso, marca una vuelta de Murdoch a la gran estrategia de compras después de unos años retirado a sus cuarteles de invierno, debido al golpe que para el grupo supuso el cierre en el Reino Unido del dominical «News of the World» a consecuencia de

El plan incluye la venta de CNN para evitar conflictos de competencia con Fox News

las escuchas ilegales a políticos y famosos realizadas por la redacción.

Aquel traspás supuso el año pasado la reorganización del grupo, que se dividió en dos partes. Se desgajó por un lado 21st Century Fox, que aglutina los intereses audiovisuales, y por otro News Corporation, donde quedan integrados los medios impresos, tales como el WSJ de Nueva York o «The Times» y «The Sun» de Londres.

Por su parte, Time Warner, que posee los canales de televisión HBO y CNN, así como los estudios cinematográficos Warner Bros., puso en 2009 sus negocios en televisión por cable en una compañía aparte, Time Warner Cable, y el mes pasado separó su división de revistas, entre ellas «Time», de las que desea desprenderse.

El monto de 80.000 millones de dólares ofrecido por Murdoch fue en acciones en un 60 por ciento y el resto en dinero. Esto suponía un precio de 85 dólares por acción, un 22 por ciento de su actual valor en bolsa.

De acuerdo con algunos detalles que han trascendido de la oferta rechazada, 21st Century Fox pretendía poner a la venta el canal de noticias CNN, debido a la previsión de que las autoridades que regulan la competencia objetarían que la compañía resultante sumara ese canal a Fox News.

Fox estima que la combinación con Time Warner supondría un ahorro de 1.000 millones de dólares anuales en costes de explotación, o incluso más. Pero Time Warner advierte de que una fusión de este tipo supondría «riesgos estratégicos, operativos y regulatorios». La compañía también ha cuestionado que las acciones con las que Fox ofrecía pagar no llevaban ningún derecho de voto en el consejo de administración.



Protesta contra l'arribada d'immigrants indocumentats a la petita ciutat d'Oracle, a l'estat d'Arizona

NANCY WIECHEC / REUTERS

Retingut a Texas durant deu hores el símbol dels indocumentats dels EUA

## La lluita de Vargas

FRANCESC PEIRÓN  
Nova York. Corresponsal

Quan Mark Zuckerberg era un enigma inaccessible, hi va haver un informador a qui li va obrir les portes. Aquest reporter es diu José Antonio Vargas. El perfil que va escriure a *The New Yorker* –“The face of Facebook”, publicat el 20 de setembre del 2010–, va revelar per primera vegada els orígens i la personalitat d'aquest jove que havia revolucionat les relacions socials en el món digital.

En aquell moment el periodista ja havia compartit un premi Pulitzer per la seva feina el 2008 a *The Washington Post*. Però Vargas va decidir convertir-se en l'argu-



José Antonio Vargas

DONALD BOWERS/AFP

ment de la seva narrativa, que és la que l'ha modelat com a referent principal del moviment a favor dels drets dels immigrants als Estats Units.

Fa tres anys va escriure en primera persona un article en el magazine de *The New York Times* en el qual va confessar la seva realitat: ell no deixava de ser un més dels onze milions d'indocumentats que viuen en aquest país. Havia enganyat tothom. Els seus pares el van enviar el 1993 des de casa seva, a les Filipines, a l'edat de 12 anys. Aquí va ser un més.

Sota el paraigua de la Casa Blanca, la confessió del seu secret el va transformar. De periodista a activista. La revista *Time* li va donar la portada. Ha anat al Senat a defensar la reforma migratòria, assignatura pendent del

president Obama a causa del bloqueig republicà al Congrés.

Malgrat ser un altre indocumentat –en general mantenen un perfil discret per no ser deportats–, Vargas s'ha mogut amb total llibertat pel país. Ha visitat 48 estats sense cap problema en favor de la reforma, fent ostentació de la seva situació. Fins dimarts passat, quan les patrulles frontereres el van detenir a l'aeroport de McAllen (Texas).

McAllen, just a la frontera amb Mèxic, a la riba de Rio Grande, és el punt neuràlgic del flux massiu de nens –uns 57.000 des d'octubre– procedents de països de Centreamèrica.

Obama ha demanat al Congrés gairebé 4.000 milions de dòlars per accelerar el retorn dels menors a casa seva. Els republicans

utilitzen la crisi per atacar la política migratòria del president. Ahir alguns van denunciar que hi ha nens encomanats amb el virus d'Ebola, qüestió desmentida immediatament per les autoritats sanitàries.

Vargas va estar retingut deu hores, amb cròniques al minut dels seus seguidors a les xarxes. A diferència de milers de detinguts –i deportats– anònims, immediatament es van produir reaccions de suport. L'alcalde de Nova York, Bill de Blasio, en un comunicat que va difondre, va qualificar el periodista d'"home exemplar". Segons De Blasio, la seva detenció demostrava "com les nostres agències d'immigració estan fallant". El Departament de Seguretat Nacional el va alliberar

### L'alliberament del periodista José Antonio Vargas, amb un Pulitzer, evidència una doble moral

perquè no suposava cap perill.

Aquesta ordre, presa la mateixa jornada en què van començar els viatges de retorn obligat de nens als seus països, col·loca la Casa Blanca al límit de les decisions de doble moral.

Vargas tampoc no ha sortit només com un heroi. Sobre el seu paper també planen ombres. Alguns, inclosos progressistes, l'han posat al mateix nivell que Rick Perry –el governador republicà de Texas que no destaca pel seu interès a favor dels immigrants– i del radiofonista ultraconservador Glenn Beck, un dels encoratjadors del Tea Party i ídol de supremacistes blancs.

“Glenn Beck, Rick Perry i José Antonio Vargas estan fent el mateix: comparteixen el foc amb la crisi de la frontera”, s'indica en un article del diari *Político*.

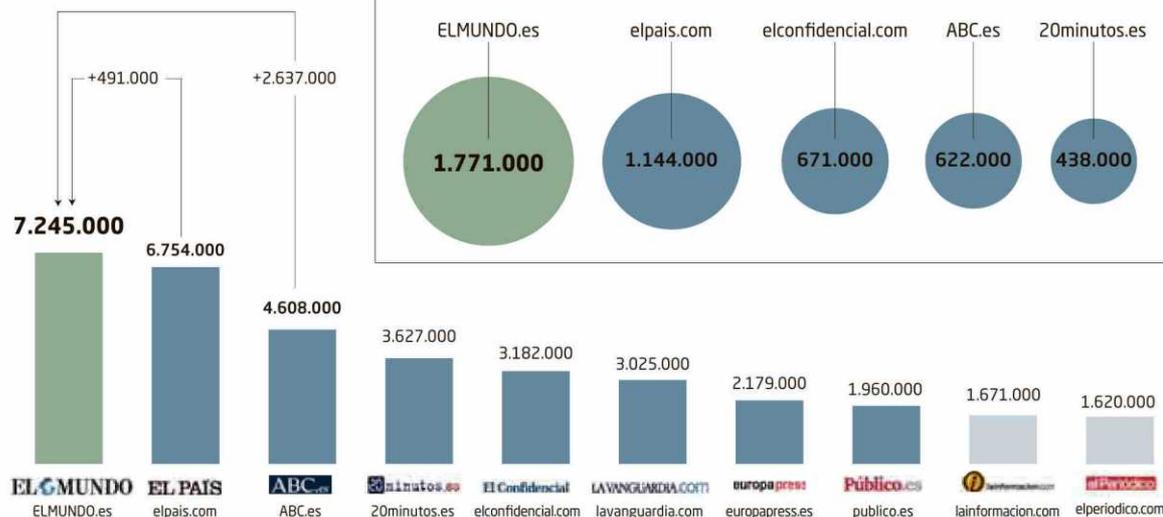
El periodista va anar a McAllen convidat per l'organització Juntos Soñamos per conferenciar sobre el seu recent treball *Documentado*, estrenat a la CNN en què relata amb imatges el greu assumpte dels sensepapers.

Les interpretacions sobre la seva aparició a Texas, on és més que coneguda l'existència de controls d'immigració, el van obligar a desmentir perquè no s'ocupa de ser detingut en el seu viatge. “M'han alliberat –va assegurar en un comunicat– perquè no sóc una amenaça. Diria que hi ha onze milions d'indocumentats que tampoc no ho són”.

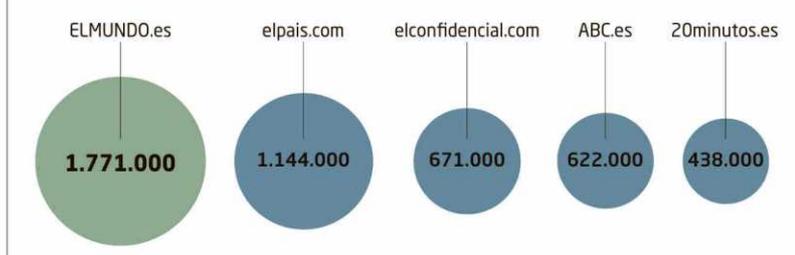


## ■ ELMUNDO.es, líder absoluto en internet

### USUARIOS ÚNICOS



### NÚMERO DE USUARIOS PROMEDIO DIARIO



FUENTE: Datos elaborados a partir de comScore y registros propios.

EL MUNDO

## DATOS DE COMSCORE

La web del diario de Unidad Editorial ocupa la primera posición con 7.245.000 usuarios únicos en el mes de junio, superando en 491.000 a 'elpais.com'

# ELMUNDO.es certifica su liderazgo en la prensa digital

**E. M. / Madrid**  
 Los nuevos dispositivos móviles han cambiado la relación entre los medios y la sociedad. Las barreras espacio-temporales se difuminan. Información en cualquier momento, en cualquier lugar y a cualquier hora. EL MUNDO siempre ha sido pionero en prestar atención a las necesidades de los lectores: la web de información en castellano más leída, la pionera plataforma digital Orbyt y las mejores apps del mercado completan una oferta líder en el sector.

ELMUNDO.es sigue siendo el medio digital de referencia en castellano. Logró en junio 7.245.000 usuarios únicos, según los datos del medidor oficial comScore –aceptado por todo el mercado–, correspondientes al consumo en ordenadores en el hogar y el trabajo. Se trata de un registro inalcanzable para el resto de competidores, que se sitúan a una distancia más que importante.

elpais.com cuenta con 6.754.000 usuarios únicos, a casi medio millón de distancia de ELMUNDO.es (en concreto, a 491.000). Una brecha que consolida, un mes más, su liderazgo. Esa diferencia es mucho más amplia si ELMUNDO.es

se compara con el tercero en el ranking de los diarios generalistas: abc.es marca la cifra de 4.608.000 usuarios únicos; es decir, 2.637.000 menos que la web del diario de Unidad Editorial.

En la clasificación de medios on line generalistas más leídos, dominada por ELMUNDO.es, figura en cuarto lugar 20minutos.es, con 3.627.000 usuarios únicos, seguido por elconfidencial.com, quinto, que atesora por su parte 3.182.000.

ELMUNDO.es domina sin titubeos, con información de la última hora, las exclusivas más importantes y reportajes, así como una clara apuesta por contenidos multimedia, todo adaptado para ser visualizado en cualquier soporte. Los lectores disfrutan de la mayor oferta editorial de este diario en sus 25 años de vida. Quienes repasan la actualidad tienen la posibilidad de acceder hasta 25 veces al mes a cualquier contenido de ELMUNDO.es. A su vez, mediante una cuota mensual, los

usuarios que quieran estar más informados pueden acceder sin límite a las noticias y opiniones y beneficiarse de contenidos exclusivos, que van desde aplicaciones para nuevos dispositivos –las app de EL MUNDO, de El Mundo Deportes y de La Otra Crónica (LOC)–, hasta una innovadora edición vespertina para tableta: EL MUNDO de la Tarde. Aplicaciones tanto para smartphones como para tabletas y disponibles en IOS y Android, los dos sistemas operativos más empleados.

ELMUNDO.es también es líder, y de manera destacada, en el número de usuarios promedio diario. Este periódico cuenta con 1.771.000, muy por encima de los 1.144.000 de elpais.com y a una gran distancia de los 622.000 de abc.es. De hecho, el diario de Vocento es superado en esta apartado por los 671.000 usuarios promedio diario de elconfidencial.com.

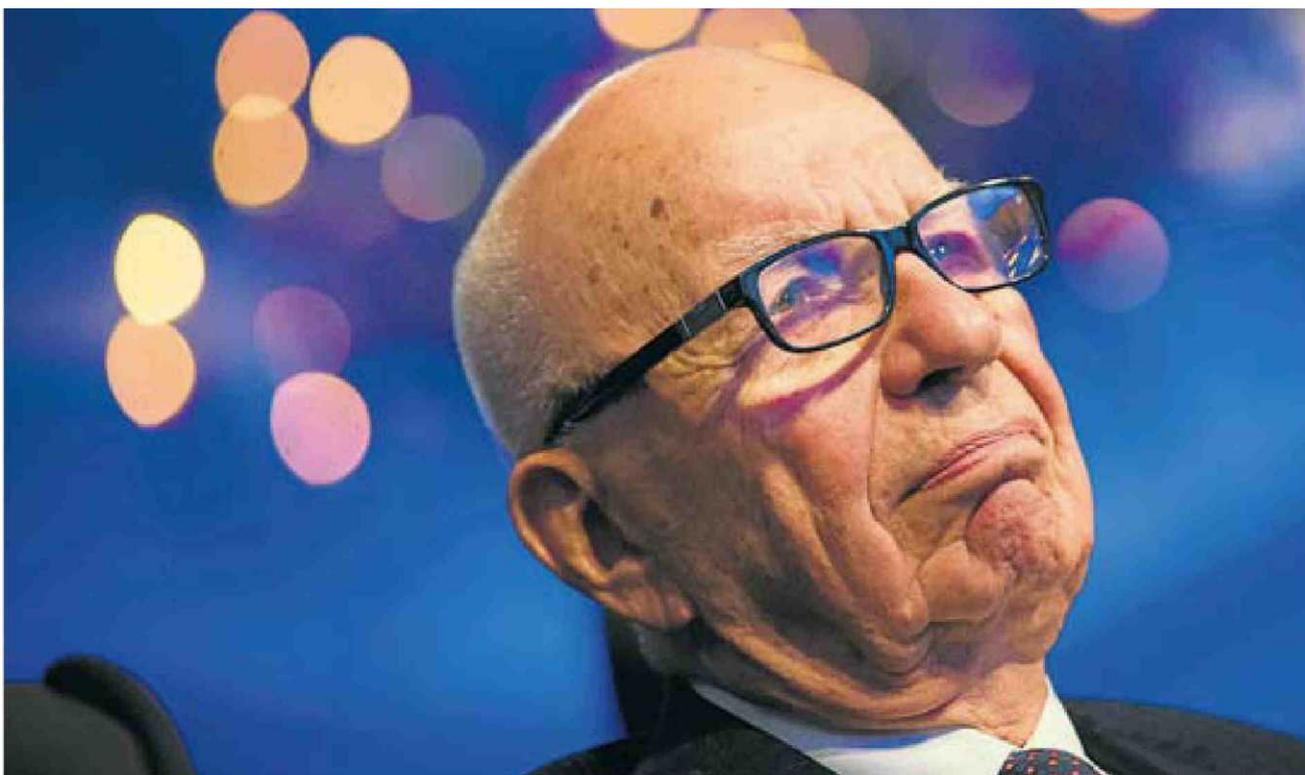
El firme liderazgo de ELMUNDO.es ejemplifica la apuesta de Unidad Editorial por la información digital. Este grupo de comunicación es líder tanto en papel como en internet. marca.com, con 5.815.000 usuarios únicos –claramente la web de referencia en la información deportiva–, y expansion.com –con 2.444.000 usuarios únicos– completan la mejor oferta editorial del mercado y la más seguida por los lectores.

## Orbyt, líder en suscriptores

Unidad Editorial es el grupo más innovador dentro de la prensa española. Su pionera plataforma digital Orbyt fue un punto de inflexión y se ha convertido en líder de las suscripciones digitales, con más de 120.000. Esta apuesta editorial no sólo cuenta con el respaldo de los lectores, sino también de grandes empresas que son referencia en la innovación tecnológica. Es el caso de Samsung o

Telefónica, que han llegado a acuerdos con Orbyt. Con la primera, Unidad Editorial selló un acuerdo para la promoción del quiosco digital en sus tabletas de última generación. Ambas empresas mantienen desde hace tiempo una relación estratégica que permite el desarrollo de nuevos formatos digitales. En el caso de Telefónica se llegó a un acuerdo para integrar Orbyt en la oferta de Movistar.





Rupert Murdoch està en fase expansiva del seu conglomerat mediàtic. GETTY

# Primer assalt (frustrat) de Murdoch a l'imperi Time Warner

## La companyia rebutja els 80.000 milions de dòlars oferts pel magnat

ÀLEX GUTIÉRREZ  
BARCELONA

L'imperi de Rupert Murdoch va intentar al juny sumar una nova aneexió, per la via de l'oferta multimiliònaria. En concret, i segons revelava ahir el *New York Times*, va posar sobre la taula 80.000 milions de dòlars amb els quals volia prendre el control de Time Warner, una de les principals empreses audiovisuals dels Estats Units. Però ha rebut carabasses, ja que Warner –propietària de la CNN i de l'HBO, entre d'altres– va tombar l'oferta de 85 dòlars per cada acció.

En tot cas, si Warner hagués aprovat la venda, Murdoch encara hauria hagut d'entrar en un periple legal per aconseguir el plàcet de les autoritats de competència. La divisió audiovisual de News Corp és 21st Century Fox, que ja es va escindir de la matriu justament per evitar problemes d'aquesta índole. Segons el *Times*, Murdoch fins i tot estava disposat a vendre la CNN a un tercer per quedar-se la resta de les peces del conglomerat Warner. 21st Century Fox va confirmar ahir que

s'havia produït l'aproximació. Ho afirmava en una nota breu però en què s'insistia en el fet que els contactes s'han interromput i que no hi ha cap negociació en marxa. Les negociacions han tingut l'assessorament de Goldman Sachs.

Però Murdoch no obeeix precisament al perfil dels que tiren la tovallola. I la cadena CNBC explicava ahir que, tot i la negativa per carta que ha rebut, diverses fonts asseguren que l'australià està disposat a consumir el seu assalt a Warner.

A tall de vacuna, la companyia emetia també una nota en què explicava que té la intenció de mantenir el pla estratègic en curs i que això donarà més bons resultats "que qualsevol proposició que 21st Century Fox estigui en posició de fer arribar". La firma destaca també els beneficis d'haver segregat American Online (AOL) i Time Inc., la seva divisió de paper.

### Moviments tectònics als EUA

La revelació d'aquests contactes arriba enmig d'uns mesos marcats pels moviments de fons en el sistema mediàtic dels Estats Units –és a dir, del mercat global–, caracteritzat per



**Defensa Warner assegura que la Fox no pot fer cap oferta que els compensi**

operacions de concentració (i per la convergència entre televisió i telefonia). Al maig AT&T explicava que tenia intenció de comprar, per 48.500 milions de dòlars, el proveïdor de televisió per satèl·lit DirecTV. I això passava poc després que Comcas oferís 45.000 milions per comprar Time Warner Cable, la divisió de televisió de pagament de Warner.

En aquest escenari, a Murdoch li interessa molt disposar de dos dels principals estudis cinematogràfics mundials, Warner i Fox, ja que això li permetria tenir una posició dominant a l'hora de negociar la distribució dels seus continguts amb els operadors de cable i satèl·lit.

I, per acabar d'obrir el panorama d'interessats en segments o en la totalitat de Warner, no hi podia faltar Google, que també ha aparegut en les travesses de possibles compradors de Time Warner. Ahir el Wall Street Journal (propietat de Murdoch) deia que el màxim directiu de Warner, Jeff Bewkes, era procliu a vendre. Però admetia que no ho faria al preu ofert. —



Lliurament del guardó que concedeix la Fundació Comte de Barcelona i RBA

# El premi Gaziel reconeix el BOOM

## Xavi Ayén destaca que Barcelona va il·luminar la literatura llatinoamericana moderna

**MARICEL CHAVARRÍA**  
Barcelona

Quan un guardó literari se centra en el gènere de biografies i memòries, com és el premi Gaziel, l'acte d'entrega té tots els números per convertir-se en un emocionat homenatge a grans personatges... en aquest cas, els protagonistes del boom de la literatura llatinoamericana que va tenir lloc a Barcelona: García Márquez, Vargas Llosa, José Donoso, Carlos Barral, Carmen Balcells... I si el guardonat és el periodista Xavi Ayén (Barcelona, 1969), el discurs àgil i inspirat del qual va estar ahir a l'altura de la seva premiada obra *Aquellos años del boom* (RBA) –gairebé mil pàgines, “espero que no es deixin intimidar per la mida, perquè com saben és el que menys importa”,–, llavors el delit adquireix categoria d'indescrible.

La terrassa del grup editorial RBA, a la Diagonal barcelonina, gaudia dels últims i carregosos rajos de sol quan a l'auditori començava el lliurament del guardó que per setena vegada convoquen junts la Fundació Comte de Barcelona i el grup editorial RBA. Un acte que es va convertir en el primer gran reconeixement barceloní al boom literari en premar aquest reportatge exhaustiu i monumental –una dècada feia que el cuinava el periodista de *La Vanguardia*– que ha deixat la crítica extasiada i que, en paraules de Joaquim Palau, director de la Fundació RBA, que va presentar l'acte, “contribueix com cap altre a recuperar i posar ordre en un capítol important de la memòria col·lectiva i cultural barcelonina i de les lletres hispàniques”.

Javier de Godó, comte de Godó i president editor de *La Vanguardia*, que va anar-hi amb els seus fills, Carlos Godó, conseller delegat del Grup Godó, i Ana

Godó, editora de *Libros de Vanguardia*, va fer entrega del premi juntament amb el president de RBA, Ricardo Rodrigo. Hi havia els patrons de la fundació, Bartolo Masoliver Ródenas, Carlos de Montoliu, Leopoldo Rodés i Josep Vilarasau, així com el seu director general, Josep Caminal i el director de *La Vanguardia*, Màrius Carol, que va arribar una mica més tard a causa de la presentació de la seva pròpia no-

**L'AUTOR**

**Per primera vegada el premi recau en un periodista de 'La Vanguardia'**

**EL LEITMOTIV**

**“Aquest és un llibre que parla de la força de la paraula per millorar la realitat”**

vel·la. Era la primera vegada que el Gaziel, que des del 2007 es concedeix amb RBA, anava a parar a un periodista de *La Vanguardia* (i a més li feia joc amb la camisa, del més pur verd quirúrgic).

“Aquest llibre –va confessar Ayén– va començar quan jo tenia 16 anys i va arribar una professora de literatura nova a l'institut on estudiava. A la llista de lectures obligatòries va afegir pel seu compte un relat titulat *La increíble y triste historia de la cándida Eréndira y su abuela desalmada...*”. Aquell jove Ayén s'escapava del pati de l'institut fins al proper cementiri de les Corts per llegir tranquil·lament el conte de García Márquez. “Jo llavors no ho sabia però se m'estava injectant el veri del boom”.

L'autor va relatar com aquella llavor va anar creixent cada dia des que va començar a escriure a la secció de Cultura d'aquest diari i va conèixer gent que parlava del boom. Fins que va llegir la *Historia personal del boom*, de José Donoso. “Era en aquestes pàgi-



nes, en unes quantes pinzellades, hi era tot, explicat o intuït: el grup d'amics i les seves complicitats, el paper de Carmen Balcells i de Carlos Barral, la força aglutinant de la revolució cubana... Jo he intentat completar el retrat –va dir– amb una visió a vista

d'ocell, des de fora, des d'un altre temps, incloent en la perspectiva una miqueta de la vida d'aquests autors, la confluència de tots a Barcelona, posant-ho en context, veient com era la ciutat que els va acollir, en què florien les novetats editorials i s'estenia la fe en



#tuitsdecultura

La ecuanimidad está sobrevalorada.

@IsabelSucunza  
Isabel Sucunza Escritora

En la playa donde vivo no se habla de otra cosa. Gracias @Pablo\_Iglesias por conseguir que nuestros sueños quepan en una puta urna.

@MonteroGlez  
Montero Glez Escritor

Tenemos un julio repleto de proyecciones de @laplagafilm: Menorca, Barcelona, Madrid y Extremadura

@neusballus  
Neus Ballús Directora de cinema

Amiguitos, no choren más, ganar en #BRA en el Maracanã era el fin de la historia.

@poliamida  
Pola Oloixarac Escritora

L'entrega. Ricardo Rodrigo (esq.) i Javier Godó, amb l'autor Xavi Ayén, al centre

ALEX GARCIA

què estava a punt d'arribar una societat millor".

Tot, des de les primeres lectures, els seus treballs periodístics, els seus contactes amb escriptors i editors, la *gauche divine* i els seus viatges a Amèrica Llatina, el conduïen a aquest projecte "temerari".

"El meu fill, des de molt petit, va tenir vocació d'escriure –confessava la seva mare entre bastidors–; encara conservo algun dels tebeos que feia amb el seu germà, que dibuixava. Era un joc, però sempre els hi donava una forma periodística. Era vocacional".

"En rebre aquest premi –proseguia Ayén– em vénen al cap imatges d'aquest remolí en què estava ficat; em veig a l'apartament de Vargas Llosa a Manhattan el dia que li van donar el Nobel; veig les llàgrimes de Carmen Balcells; veig García Márquez a Mèxic explicant al món que ha deixat d'escriure a través de l'entrevista que em va concedir...". I procedia als agraïments i al record a aquells amb qui va parlar per a fer aquest volum i ja han desaparegut: Cabrera Infante, Josep Maria Castellet, Pilar Donoso, Carlos Fuentes, Ana Maria Moix, Luis Palomares, Esther Tusquets...

"El boom va fer dues coses importants: va crear el primer mercat global de literatura en espanyol i va elevar l'autoestima d'Amèrica Llatina". Però malgrat parlar de coses molt serioses, va prosseguir Ayén, "l'autèntic valor d'aquest llibre es troba en els detalls humans. És la suma de les històries reals de cinc escriptors que el que van fer va ser somiar". "En realitat, aquest és un llibre que parla de la fortuna de tots nosaltres: de la força de la paraula per construir i millorar la realitat, de la capacitat d'una ciutat per fer que s'hi dibuixi el nou imaginari d'un continent".●



# Rupert Murdoch hace una oferta de 59.000 millones por Time Warner

La propuesta del magnate llegó en junio y el grupo de medios la rechazó

SANDRO POZZI  
Nueva York

Rupert Murdoch está claramente interesado en Time Warner. Su determinación por esta compañía llega a tal punto que ha ofrecido 80.000 millones de dólares (59.000 millones de euros) para integrar el conglomerado de medios en la estructura de 21st Century Fox, que aglutina todos los activos del negocio audiovisual de News Corporation desde que dividió en dos su emporio. El acercamiento se produjo en junio, pero por el momento no ha dado fruto ya que Warner ha rechazado la oferta inicial y se niega a dar el control a la familia Murdoch.

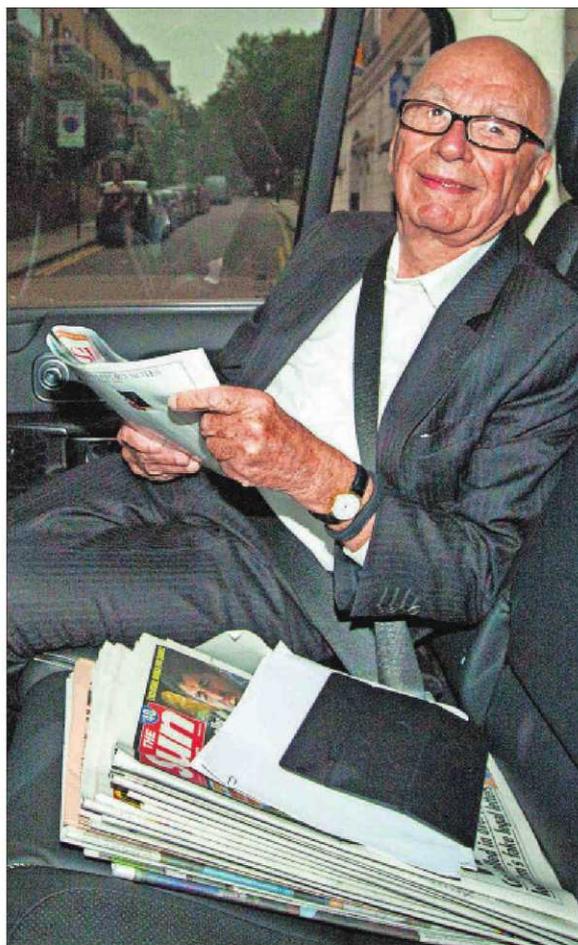
El futuro de Time Warner, que controla la CNN, la HBO y los estudios Warner Brothers, está siendo objeto de especulación en Wall Street desde hace semanas y tomó cuerpo en la pasada reunión de los grandes ejecutivos de medios celebrada en Sun Valley (Idaho). Sin embargo, no fue hasta ayer cuando se conocieron los detalles de la maniobra de Rupert Murdoch, adelantada por la cadena financiera CNBC. La noticia provocó que sus títulos se apreciaran más de un 20%, hasta los 87 dólares la unidad, por encima de los 85 dólares que ofrece el magnate de origen australiano en

el que podría ser su último salvo.

A una hora de la apertura del mercado, la compañía 21st Century Fox confirmó en una nota muy escueta que el acercamiento se produjo el mes pasado, pero también deja claro que en este momento no está en ningún tipo de negociación con Time Warner. El enorme poder que tendrían los Murdoch en la sociedad fue el argumento clave para el rechazo. Antes de conocerse la primera tentativa, el conglomerado de medios tenía una valoración bursátil que rondaba los 63.000 millones. La acción cerró la jornada del martes en 71 dólares la unidad.

Lachlan Murdoch es el que ahora supervisa 21st Century Fox, aunque es su hermano James el que lleva las operaciones. La industria de medios, como indican los analistas, está en fase de consolidación y en ese sentido la operación entre Fox y Warner tendría lógica para dar orden al sector. Sin embargo, no está claro que una compra de semejante tamaño pudiera tener fácil el examen ante los reguladores. Para lograr el aprobado, Murdoch ofreció vender los activos de la CNN. Otro de los medios que está en el juego de la consolidación es la cadena hispana Univisión.

Si comprase Warner, Fox se haría con el control de la plataforma



Rupert Murdoch, el pasado mes de junio. / J. TALLIS (AFP)

de televisión de pago HBO y sus estudios en un momento en el que servicios de alquiler como Netflix empiezan a ser competidores fuertes. También controlaría cadenas de cable como TBS y TNT. Además de acceder a sus programas y contenido audiovisual, la combinación le daría acceso a los lucrativos derechos de retransmisión de eventos deportivos, como la liga de baloncesto y la de béis-

bol o el torneo de baloncesto universitario. Por su parte, Disney y la CBS podrían interesarse por hacerse con la CNN.

La operación, sin embargo, no solo es relevante por sus aspectos corporativos y por su impacto en una industria en plena transformación digital, sino también porque puede acelerar la nueva configuración del negocio del entretenimiento. El peso que tendría la

empresa resultante sería enorme para negociar con los distribuidores y proveedores de cable como Comcast. Junto a ello, tiene un importante cariz político por el peso de la cadena Fox en la parrilla de medios de EE UU. Este canal tiene más audiencia que la CNN y la NBC Universal, los otros grandes referentes para el público.

Pese al rechazo inicial, Murdoch estaría determinado en hacerse con Time Warner. Sería, de conseguirlo, la gran operación con la que el magnate pondría el colofón a la construcción de su imperio de medios de comunicación, al que lleva dando forma desde hace cinco décadas. Por eso no se descarta que eleve la oferta. Está por ver si otras compañías reaccionan. En los últimos días se habló de que Google podría interesarse por Time Warner.

Murdoch, figura controvertida por su pasado y su forma de gestionar la empresa, es uno de los grandes visionarios del negocio

Con la compra la Fox se haría con la cadena de televisión HBO

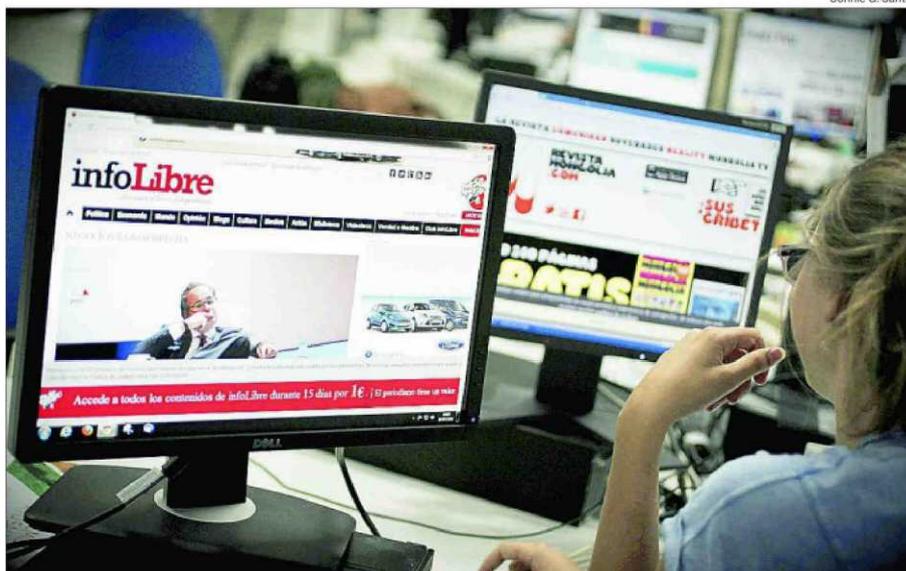
El empresario busca redondear la construcción de su imperio mediático

de los medios de comunicación. La táctica que emplea ahora con Time Warner ya se vio en el pasado. Con ella busca movilizar a los accionistas más descontentos con la actual gestión de esta empresa. El magnate cuenta con el asesoramiento de Goldman Sachs para llevar a buen puerto la operación. Los ingresos de las dos compañías ascenderían a 60.000 millones de dólares si se fusionasen.



# PERIODISMO ESPECIALIZADO

Ángel VALLE



Connie G. Santos

Muchos profesionales de la comunicación han creado sus propias revistas digitales especializadas en temas específicos

Siempre se ha dicho que los periodistas somos esas personas que sabemos un poquito de todo pero mucho de nada. Y, aunque como generalización, la definición no va muy desencaminada, no es menos cierto que la mayoría de nosotros, al cabo del tiempo, tendemos a especializarnos en una u otra temática, con lo que, en algunos casos, llegamos a ser ciertamente competentes en determinadas materias.

Sin embargo, la crisis y las plantillas cada vez más menguadas han obligado a muchos profesionales a volver al «todo-terrenismo» o, dicho de otro modo, valer lo mismo para un roto que para un descosido.

Esta vuelta atrás «genera desinformación», asegura la presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Elsa González, que ve en la especialización periodística una alternativa a la crisis de la profesión. «El experto tiene las claves para destapar aquello que alguien desea mantener oculto», asegura.

Y es que, no debemos olvidar que la sociedad demanda cada vez una información más precisa y rigurosa de una cada vez mayor número de temas. Muchas veces el nivel de formación de las audiencias es tan alto que el periodista requiere un conocimiento amplio de la materia para poder estar a la altura.

Secciones como ciencia, tecnología, medio ambiente, salud, videojuegos o motor cobran cada vez más importancia en los medios de comunicación y se requieren periodistas muy especializados en cada una de estas materias, so pena de no ser capaces de aportar una información de calidad o precisa.

¿Acaso puede un mismo periodista conocer las características técnicas del último smartphone, ser capaz de explicar el más reciente avance en genética y escribir un artículo contando de forma entendible en qué consiste el bosón de Higgs? Pues es una tarea difícil, máxime si queremos unos medios de comunicación que aporten cada vez más análisis e interpretación.

Pero la especialización no es únicamente un plus para los medios, sino también para el propio periodista, ya que se trata, cada vez más, de una oportunidad laboral. De hecho, cada vez son más los profesionales de la comunicación que han creado sus propias revistas digitales sobre determinadas materias, especialmente la ciencia, la tecnología o el deporte.

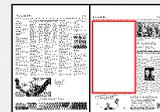
**El periodista requiere un conocimiento amplio de la materia para poder estar a la altura**

Es más, incluso de estas temáticas tan amplias hay quien lleva la especialización mucho más allá para centrarse únicamente en un determinado deporte, en aplicaciones para móviles, en gadgets o en astronomía. Y siempre –salvo excepciones– en soporte digital.

Contaba recientemente Owen Bennett Jones, reconocido presentador de noticias de la BBC, que esta tendencia es imparable y que son muchos los casos de periodistas que conoce que han dado este paso: Neil Irwin, que creo en «The New York Times» un departamento sobre periodismo de datos; David Pogue, que dejó precisamente NYT para fundar una sección de tecnología en Yahoo! o Ezra Klein, excolumnista de «The Washington Post», que decidió aventurarse a lanzar una web de economía.

En España también tenemos la experiencia de la aparición de nuevos medios especializados creados por periodistas salidos de algunos de los que la crisis se ha llevado por delante, como es el caso de «SportYou» (deportes), «Materia» (ciencia), «InfoLibre» o «La Marea» (información política), «Revista Mongolia» (humor satírico)...

Aún así, y volviendo de nuevo al principio, nadie será nunca un gran periodista si no sabe, al menos, un poquito de todo.



## INFORME

# L'oferta de la TV de pagament cau a la UE

► **Europa té 7.898 teles, el 5,8% menys que el 2009**

EL PERIÓDICO  
BARCELONA

Com era previsible, la tele de pagament també ha patit les conseqüències de la dura crisi econòmica que està passant Europa. Aquesta lògica reacció ha quedat ratificada en l'estudi que acaba de presentar en el seu anuari l'Observatori Audiovisual Europeu. Segons explica aquest organisme en el seu informe, el nombre d'operadors de pagaments s'ha reduït en el 5,8% en els últims cinc anys. Així, dels 8.381 operadors que es van comptabilitzar el 2009 s'ha passat a 7.898, el 2013.

En el seu treball, l'Observatori especifica que allà on més s'ha notat la crisi ha estat en el negoci del cable, que ha perdut més de 500 canals en aquest últim quinquenni. En canvi, ha millorat lleugerament

## LA COMPETÈNCIA

### EUA CONTROLA EL NEGOCI

► L'Observatori Audiovisual Europeu posa en evidència al seu anuari la *cocacolanització* del sector audiovisual a la Unió Europea. Així, al comparar les hores de producció, la proporció de la ficció nord-americana a la televisió europea supera el 52%.

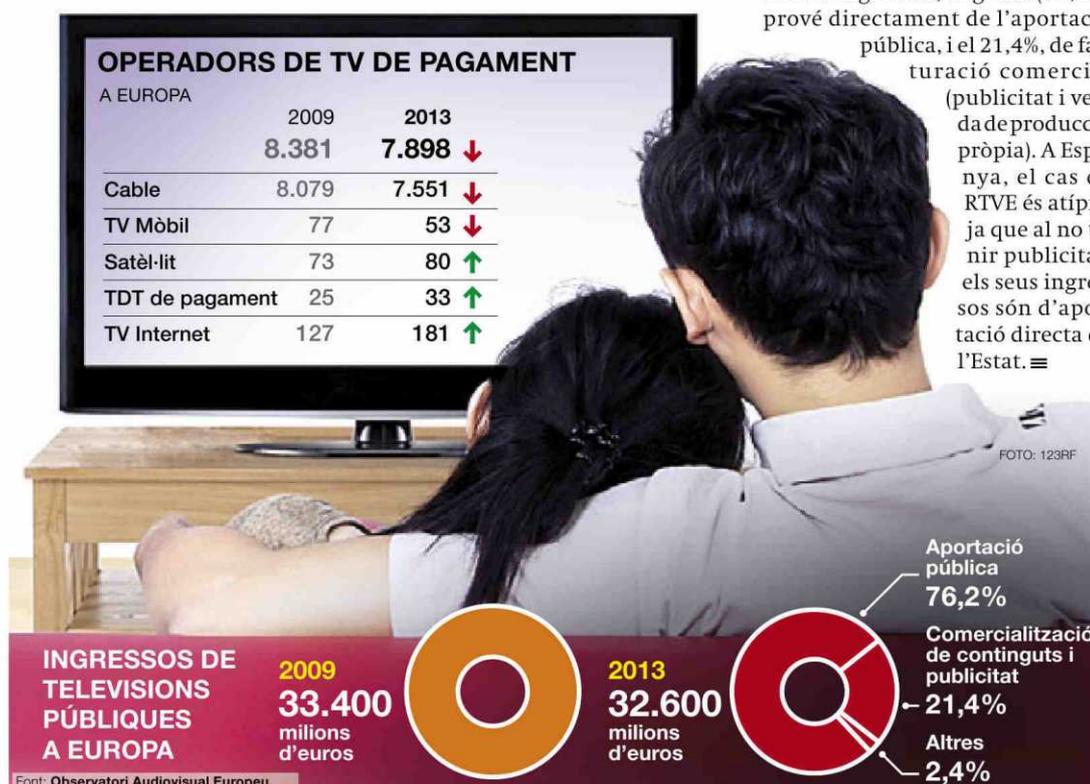
► L'anuari també reflecteix que el 59,5% dels serveis de vídeo a la carta que hi ha disponibles als països de la UE estan controlats per grups nord-americans.

en el sector de les plataformes per satèl·lit, els canals de TDT de pagament i en la televisió per internet.

Malgrat aquesta caiguda del pagament, les perspectives que planteja aquest informe són positives per al sector audiovisual en general. Així, el treball precisa que la xifra de negoci dels 19 principals grups europeus de televisió privada va pujar l'1% el 2013, mentre que la tele de pagament va guanyar l'1,5% més (malgrat la pèrdua de canals), i la tele comercial en obert es va mantenir pràcticament estable (-0,1%).

En canvi, l'anuari destaca la recessió de la televisió pública a Europa. Segons l'Observatori, els ingressos dels grups públics de la Unió Europea han passat dels 33.400 milions d'euros el 2009 als 32.600 milions l'any 2012. I d'aquesta quantitat d'ingressos, el gruix (76,2%) prové directament de l'aportació

pública, i el 21,4%, de facturació comercial (publicitat i vendadeproducció pròpia). A Espanya, el cas de RTVE és atípic, ja que al no tenir publicitat, els seus ingressos són d'aportació directa de l'Estat. ≡





# Sony y Discovery se mudan a Castellana 200

El fabricante de electrónica y el canal de televisión alquilan más de 3.000 metros del complejo promovido por Reyal Urbis y adquirido recientemente por PSP.

Rocío Ruiz. Madrid

El mercado de oficinas de Madrid ha registrado pocas mudanzas durante los seis primeros meses de 2014. Durante este periodo, se han cerrado contratos de alquiler de 173.500 metros cuadrados.

Entre ellos, destacan pocas operaciones de más de 1.000 metros cuadrados de superficie (la media se situó entre los 500 y los 600 metros cuadrados según la consultora BNP Paribas Real Estate, frente a los 900 y 1.000 metros que se contrataban en pleno periodo de bonanza económica), pero dos han sido en el mismo edificio: el complejo Castellana 200.

El inmueble, adquirido hace apenas dos meses por el fondo canadiense PSP, ha logrado dos nuevos inquilinos para su zona de oficinas. Se trata del canal de televisión Discovery Networks y el fabricante de electrónica Sony. En el primer caso, el contrato de arrendamiento se firmó a principios de año mientras que el del grupo japonés se pactó en el mes de abril.

Discovery Networks, que ocupa media planta en el piso cuarto, ha alquilado 1.071 metros cuadrados y Sony se ha instalado en la planta séptima, arrendando 2.047 metros cuadrados. "Discovery se ha instalado el mes pasado y está previsto que Sony lo haga en septiembre, pues aprovechará el verano para terminar su im-



Imagen del complejo Castellana 200.

## Los nuevos propietarios

El pasado 20 de mayo, la gestora española Drago Capital y el fondo canadiense PSP se adjudicaron el complejo Castellana 200 por 140 millones de euros. Drago y PSP se hacían con el inmueble tras haberse frustrado la negociación con los tres finalistas (Pimco, Perella y Anchorage) del proceso vendedor iniciado por los bancos Santander, BBVA, Sabadell y Sareb. La venta, que no ha incluido el solar de 18.000 metros cuadrados destinado a uso hotelero, se cerró oficialmente la semana pasada cuando se elevó a escritura pública el acuerdo de mayo.

plantación", explican desde la consultora CBRE, gestora y comercializadora del inmueble.

Tras la llegada de estos dos nuevos inquilinos, que se suman a los ya existentes

(CBRE, que ocupa la octava y novena planta, y el grupo Orangina Schweppes, que tiene alquilado 3.600 metros en dos pisos), quedan sólo dos plantas por ocupar, de un

complejo del llamado Business Center 200. "Actualmente quedan libres dos plantas y media de un total de nueve, aunque estamos recibiendo muchas llamadas de compañías que quieren conocer el espacio disponible", señalan desde CBRE.

## Más oficinas

El complejo cuenta con otro edificio de oficinas que fue ideado por la inmobiliaria Reyal Urbis para ubicar allí su sede. Finalmente, sus problemas financieros hicieron que el complejo terminara en manos de sus bancos acreedores y la compañía solicitando el concurso. "El número 200 fue diseñado para ser ocupado por un solo inquilino y es probable que así se mantenga. Actualmente hay varias compañías que han mostrado interés en esa parte del complejo pero dado que el inmueble estaba inmerso en un proceso de venta, no se ha avanzado en la negociación hasta no conocer a la nueva propiedad y tener más claros sus intereses".

Además, el complejo cuenta con una zona comercial de 6.500 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA), que está ocupada al 100%, de 844 plazas de parking y un desarrollo de un edificio adicional de 18.000 metros cuadrados inicialmente proyectado para hotel. Este terreno aún continúa en manos de los bancos.



# Time Warner rechaza una oferta de Murdoch por 59.108 millones

## El magnate pretendía crear un gran grupo mediático con la compra

CINCO DIAS *Madrid*

Time Warner ha rechazado una oferta formal de compra de 80.000 millones de dólares (59.108 millones de euros) realizada por 21st Century Fox, compañía del magnate de los medios de comunicación de origen australiano Rupert Murdoch, según informaron ayer ambas compañías.

En un comunicado que confirmaba noticias previas difundidas por el diario *The New York Times* y otros medios, 21st Century Fox señaló que la "propuesta formal" intentaba combinar las dos compañías.

Según la cadena de noticias CNBC, 21st Century Fox, que engloba el negocio de televisión y cine de NewsCorp tras la reciente escisión de la compañía, habría ofrecido 85 dólares por título de Time Warner que serían abonados tanto en efectivo como en acciones.

El consejo de administración de Time Warner declinó la propuesta. "Actualmente no estamos en ningún tipo de negociaciones con Time Warner", agrega el comunicado de la empresa de Murdoch.

Según el diario neoyorquino, que cita fuentes conocedoras de las gestiones, el nuevo grupo se desprendería del canal de noticias CNN para evitar problemas con las reguladoras de la competencia.

El presidente y consejero delegado de 21st Century Fox, Chase Carey, se reunió

a principios de julio con el consejero delegado de Time Warner, Jeff Bewkes.

Sin embargo, el consejo de administración de la compañía estadounidense de medios de comunicación y ocio ha enviado una carta a la empresa de Murdoch rechazando la oferta, al considerar que "no favorecía los mejores intereses" de su dirección ni de sus accionistas. En la misiva se afirmaba que, si sigue adelante el plan estratégico, "se

### LA CIFRA

# 47.500

millones de euros serían los ingresos anuales del grupo mediático resultante, según informa *The New York Times*.

crearía un valor superior a cualquier propuesta de 21st Century Fox".

El grupo resultante de la fusión aglutinaría canales como Fox, Fox News, FX, TNT y TBS, además de unir los estudios cinematográficos 20th Century Fox y Warner Bros. Según *The New York Times*, la firma resultante podría combinar unos ingresos de 65.000 millones de dólares (47.500 millones de euros).

Pese a esta negativa del consejo, las fuentes aseguraron a la CNBC que Rupert Murdoch está "decidido" a comprar Time Warner.



# El periodista Xavi Rosiñol liderarà de nou «La Tribu» de Catalunya Ràdio

► Ratifiquen Xavi Rosiñol com a conductor del magazín de tarda l'emissora pública catalana

REDACCIÓ | BERGA

■ Els responsables de Catalunya Ràdio ha confirmat que la propera temporada el programa de tarda *La Tribu* continuarà sota la batuta del periodista berguedà Xavi Rosiñol. Ahir va fer una piulada a Twitter on deia que estava «emocionat, content i agraït» pel fet de continuar una nova temporada. El seu compte ha rebut diferents missatges de felicitació després d'haver viscut una tem-

porada complicada per la mort de Tatiana Sisquella enguany. Era la presentadora del programa. Xavi Rosiñol, la seva mà dreta i sotsdirector de *La Tribu*, va assumir les regnes de l'equip. Ara, la direcció de l'emissora pública ha refermat que el berguedà continuarà una temporada més al capdavant del magazín de tarda. Segons les dades del darrer Estudi General de Mitjans (EGM) fetes públiques a principi d'aquest mes de juliol, el programa té 87.000 oients, una xifra que suposa el 3,6 % més que l'any anterior.

Xavi Rosiñol (Berga, 1981) es va iniciar quan era un nen al món de la comunicació a l'antiga Ràdio Berga quan aquest era un mitjà



privat. Va compaginar els seus estudis a Berga i posteriorment a la universitat amb la feina i col·laboracions a diferents mitjans locals, entre els quals **Regió7**. Va iniciar els seus passos a Catalunya Ràdio la dècada passada presentant els butlletins informatius. Posteriorment va integrar-se a l'equip de *La Tribu*.



## *EL MUNDO confirma su liderazgo en difusión*

ELMUNDO.es cerró el mes de junio como líder absoluto en internet, según constata el medidor de referencia, comScore. El periódico digital tuvo 7,2 millones de usuarios únicos, medio millón más que su inmediato perseguidor, *elpais.com*, y 2,6 millones más que *abc.es*. Ese liderazgo lo es a todos los niveles: en usuarios promedio diario y en páginas consultadas. Casi 1.800.000 ciudadanos leen cada día EL MUNDO.es lo que demuestra que somos el periódico de referencia en España. Pero en el sector de la comunicación ya no puede hablarse de difusiones compartimentadas, unas en la Red y otras en papel, sino de una difusión combinada.

De hecho, hace tiempo que en EL MUNDO sólo hay una redacción que elabora los contenidos para los distintos soportes. Hemos sido pioneros en la apuesta por el mundo digital, hemos creado Orbyt –la plataforma líder del sector– y hemos lanzado las mejores aplicaciones para dispositivos móviles. Ya no hay exclusivas en papel que nuestros lectores no puedan consultar en la Red. Internet nos ha permitido acabar con las barreras físico temporales y llegar a todos los rincones en todos los momentos del día. Ese dinamismo, la apuesta por la actualización constante y la elaboración de una información de calidad son la clave del éxito.



## Rádio Comercial, líder en Portugal por segundo año seguido

La tercera oleada de medios en Portugal deja a Rádio Comercial como la más escuchada del país vecino. La emisora, propiedad de Media Capital, alcanzó una audiencia del 16,1%, 2,4 puntos más que su inmediata competidora, RFM. Rádio Comercial acumula ya dos años seguidos como líder de la radio portuguesa.

El grupo Media Capital, que incluye otras radios de éxito en Portugal, como M80 o Cidade FM, registró una subida de 0,1 puntos, llegando al 22,8% de la audiencia. Las otras compañías radiofónicas han declarado pérdidas de oyentes.



## Time rebutja l'oferta de Murdoch

■ El conglomerat de mitjans i entreteniment Time Warner ha rebutjat l'oferta de compra per part de Rupert Murdoch, el magnat dels mitjans de comunicació. Time Warner afirma que l'esmentada proposta, valorada en uns 60.000 milions d'euros, no afavoreix els interessos de la companyia ni dels seus accionistes. / Efe