



# RECULL DE PREMSA

24/07/2014



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

26



# PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/07/14	EUROPA PERD PES EN LA CURSA AUDIOVISUAL MUNDIAL I JA NOMES REPRESENTA EL 12,5%. EL NOMBRE DE CANALS DE PAGAMENT AL MÓN S'HA REDUÏT UN 5,8% EN CINC ANYS, SEGONS UN ESTUDI / ARA	6	1
24/07/14	ABC SE SITÚA A TAN SOLO 8.000 EJEMPLARES DE LA SEGUNDA POSICIÓN EN ESPAÑA / ABC (EDICION NACIONAL)	7	1
24/07/14	EL MUNDO ES EL GRAN DIARIO QUE MEJOR SE COMPORTA DESDE ENERO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	8	1
24/07/14	ROBERTO ALCÁNTARA, LA PUERTA DE ENTRADA DE PRISA A LA TELE Y AL PODER EN MÉXICO / EL ECONOMISTA	9	1
24/07/14	DEBATE DEL PLAN DE INDUSTRIA PARA LA TDT / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	10	1
24/07/14	ALTA TENSIÓN EN EL PLENO / DIARI DE TARRAGONA	11	1
24/07/14	WAEAL AL DAHDUH, UN REPORTERO CON EL CORAZÓN ROTO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	12	1
24/07/14	PAOLO VASILE TOMA EL CONTROL DE LA FILIAL COMERCIAL PUBLIESPAÑA / EL ECONOMISTA	13	1
24/07/14	ROBERT LEBECK, UN FOTÓGRAFO EN LA RETAGUARDIA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	14	1
24/07/14	PROTEGIR L'AUDIOVISUAL / EL PUNT AVUI	15	1
24/07/14	PRISA INN ESTIMULARÁ EL TALENTO Y LA INNOVACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	16	1
24/07/14	JAVIER CABRERIZO, NUEVO DIRECTOR GENERAL DE UNIDAD EDITORIAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	17	1
24/07/14	LA TAXA DE L'AUDIOVISUAL I LA LLEI DEL CINEMA FAN UN PAS ENDAVANT / ARA	18	1
24/07/14	MEDIASET SUBE EL EBITDA UN 59% Y CONCENTRA EL PODER EN VASILE / EXPANSION	19	1
24/07/14	PRISA ABRE LA PRIMERA CONVOCATORIA DE LAB, SU LABORATORIO DE 'START-UPS' / CINCO DIAS	20	1
24/07/14	L'APUNT REPORTERS DE VACANCES / EL PUNT AVUI	21	1
24/07/14	UN EMPRESARI MEXICÀ ES CONVERTEIX EN EL SEGON accionista de Prisa / ARA	22	1
24/07/14	EXPANSIÓN AFIANZA SU LIDERAZGO / EXPANSION	23	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/07/14	PARA FORMAR PERIODISTAS QUE SEAN VOZ DE LOS SIN VOZ / ABC (ALFA Y OMEGA)	24	1
24/07/14	EL BENEFICIO DE MEDIASET CAE UN 29% / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	25	1



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





# Europa perd pes en la cursa audiovisual mundial i ja només representa el 12,5%

El nombre de canals de pagament al món s'ha reduït un 5,8% en cinc anys, segons un estudi

JUDIT MONCLÚS  
BARCELONA

Europa ha vist com el nombre de canals televisius de pagament ha disminuït durant els últims cinc anys. Mentre que el 2009 n'hi havia 8.381, l'any 2013 se'n comptabilitzaven 7.898. Aquesta davallada, que representa un 5,8%, l'assenyala l'últim anuari de l'Observatori Audiovisual Europeu, fet públic aquest mes de juliol i on es destaca que aquesta reducció ha tingut un impacte important en el negoci de la televisió de pagament.

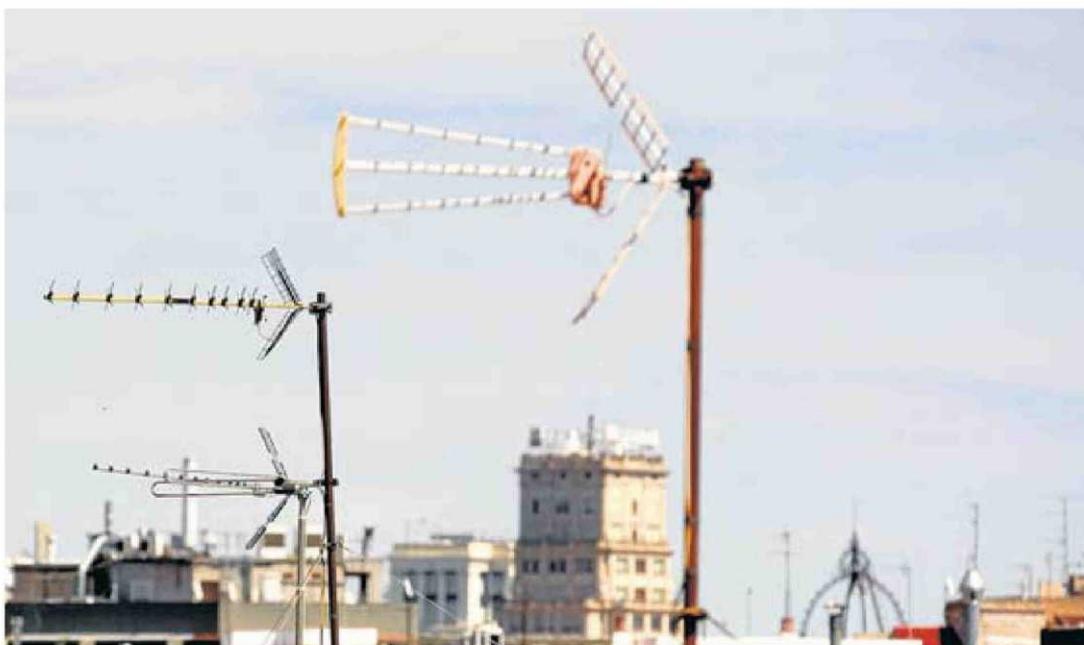
La televisió mòbil, juntament amb el negoci del cable, han sigut els sectors que més afectats s'han vist des de l'inici de la crisi. A escala europea, la televisió per cable ha perdut més de 500 canals, mentre que la mòbil ha passat de 53 a 77.

En el cas espanyol, les xifres no són gaire diferents. L'últim informe trimestral sobre el sector audiovisual i de les telecomunicacions fet públic per la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC) subratlla que el negoci de la televisió de pagament a l'Estat ja va baixar set punts l'any passat respecte a les xifres del 2012. És a dir, si fa dos anys la televisió de pagament comptava amb 4.077.101 subscriptors, el 2013 es van reduir a 3.774.777, un nivell de penetració dels més baixos d'Europa.

## Perden abonats

En aquest cas, tots els operadors espanyols han registrat una disminució en el nombre de clients al llarg del 2013. Canal Plus va acabar l'any passat amb 1.649.031 abonats, mentre que el 2012 en va mantenir 1.733.644. Ono va tancar el 2013 amb 789.895 abonats quan l'any anterior ho havia fet amb 872.608. En el cas de Telefónica, el 2013 va registrar 670.525 abonats i el 2012 en van ser 707.278. Per la seva banda, Gol Televisión va passar dels 290.246 abonats el 2012 als 237.178 l'any següent.

La nota positiva de l'anuari, que porta per títol *Serveis de televisió, cinema, vídeo i audiovisuals sota demanda - La imatge paneuropea*, la posa l'augment registrat en el nombre de plataformes per satèl·lit (de



## ELS PÚBLICS, EN CRISI

No només els canals de pagament acusen una tendència a la baixa; les corporacions públiques, gratuïtes per definició, viuen també sota els efectes de la crisi, tot i que amb baixades més suaus. Així, el 2009 les televisions públiques europees sumaven un pressupost de 33.400 milions d'euros. El 2012, la xifra havia baixat fins als 32.600. PERE TORDERA

73 ha passat a 80), els canals de TDT de pagament (de 25 a 33) i el d'operadors de televisió per internet (de 127 a 181).

La participació de la indústria audiovisual europea al mercat mundial, d'acord amb el volum de negoci dels cinquanta principals grups existents, va caure gairebé cinc punts en cinc anys en passar del 17,1% el 2009 al 12,5% el 2013. En sentit contrari, la participació de les majors amb seu als Estats Units va augmentar i va passar del 57,7% al 66,4% en el mateix període.

Aquesta edició de l'anuari de l'Observatori Audiovisual Europeu inclou per primer cop una anàlisi de la posició que ocupa la ficció feta al Vell Continent dins la programació dels canals de televisió dels Estats Units i a la inversa. L'estudi, que inclou pel·lícules, telefilms, sèries i animació, en 35 canals dels EUA durant el 2012, mostra que la



**Caiguda**  
Els operadors espanyols de pagament han perdut abonats des del 2012

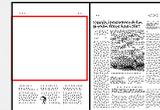
proporció horària de la ficció europea ocupa només un 8,2% de la programació. En canvi, la proporció de la ficció nord-americana que ocupa les programacions d'una mostra de les pantalles europees supera el 52%. A més, el 59,5% dels serveis de vídeo a la carta que està disponible al nostre continent està controlat per grups dels Estats Units.

## Reducció d'ingressos a la pública

Al llarg d'aquests últims cinc anys, els grups públics de radiodifusió de la Unió Europea han vist com els seus ingressos s'han reduït. Mentre que l'any 2009 van ser de 33.400 milions d'euros, el 2012 van disminuir fins als 32.600 milions. Pel que fa a la proporció d'aquests ingressos, el 76,2% van ser d'aportació pública, el 21,4% provinents de transaccions comercials (publicitat, honoraris, venda de drets, etc.), i un 2,4%, d'altres fonts.

Tot i que no són unes xifres gaire destacades, en el cas dels 19 principals grups privats europeus el seu volum de negoci va augmentar un punt el 2013. La televisió de pagament va guanyar un 1,5% més, mentre que la comercial en obert es va mantenir estable en perdre només un 0,1%.

Els responsables de l'anuari recorden, però, les dificultats a l'hora de recollir de dades sobre els mercats audiovisuals a escala global. Era una de les queixes del departament d'informació sobre mercats i finançament del mateix Observatori Audiovisual Europeu. Les causes assenyalades a l'estudi són, entre d'altres, les poques dades aportades pels proveïdors de serveis audiovisuals a la carta i la complexitat en la mesura de les audiències "en un moment en què el nombre de maneres de rebre continguts va en augment".



# ABC se sitúa a tan solo 8.000 ejemplares de la segunda posición en España

► Consolida su segundo puesto en Madrid y en el domingo, el principal día de ventas

## ABC MADRID

ABC continúa reforzando su posición en la prensa española. Desde el arranque de la crisis económica en el año 2007, nuestro periódico ha ido cerrando progresivamente el espacio que le separaba de recuperar la segunda posición a nivel nacional entre las grandes cabeceras de la prensa diaria en España.

En junio de 2007 la diferencia que separaba a ABC de «El Mundo» en difusión ordinaria –la suma de la venta en quioscos y las suscripciones individuales, por tanto la de mayor calidad– era de 86.355 ejemplares. En junio de 2014, esa diferencia se ha reducido a menos de una décima parte, 8.377 ejemplares. O lo que es lo mismo, la distancia entre ambos diarios se ha reducido en más de un 90%.

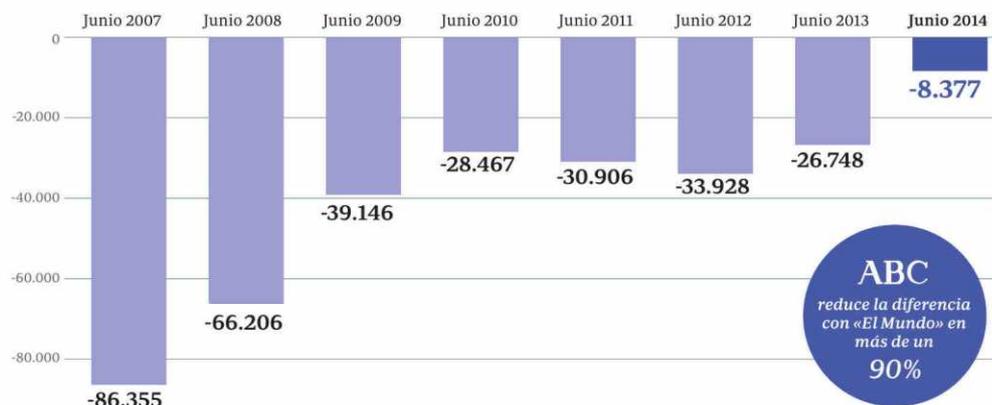
Así lo recogen los últimos datos, pendientes de certificación, dados a conocer ayer por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

Además de ese acercamiento, ABC es ya el segundo diario los domingos, el principal día de venta de periódicos en España. Si hace un año, en junio de 2013, «El Mundo» aventajaba a ABC en casi 5.000 ejemplares en difusión ordinaria (4.810 ejemplares), tan solo un año después, en junio de 2014, ABC ha dado la vuelta a la tortilla y es ahora quien aventaja a «El Mundo» incluso en mayor proporción, 7.374 ejemplares.

Una situación similar se da en el ámbito de la Comunidad de Madrid,

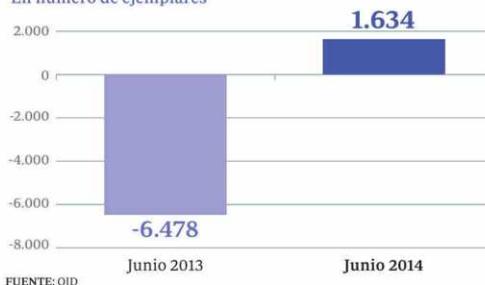
## ABC frente a «El Mundo» en difusión ordinaria

Venta al número + suscripciones individuales. En número de ejemplares



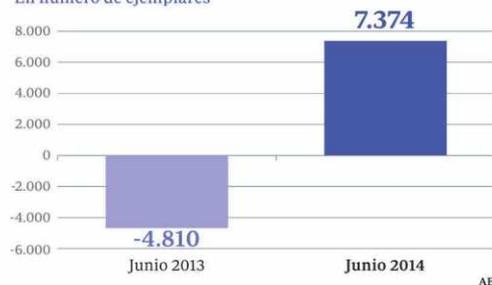
## ABC frente a «El Mundo» en Madrid

Venta al número + suscripciones individuales. En número de ejemplares



## ABC frente a «El Mundo» los domingos

Venta al número + suscripciones individuales (Nacional). En número de ejemplares



considerada la principal plaza en el sector. En junio de 2013, ABC estaba por debajo de «El Mundo» por 6.478 ejemplares y ahora supera a este en 1.634 copias, consolidando la tendencia de los últimos meses.

Esta ventaja conseguida en Madrid se une a las de la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha y Extremadura, comunidades donde ABC también aventaja a «El Mundo» en difusión ordinaria, y Andalucía, Baleares

y Murcia, territorios en los que nuestro periódico no solo está por delante de «El Mundo», sino que es además el diario nacional líder, por encima de cualquier otra cabecera de difusión nacional.

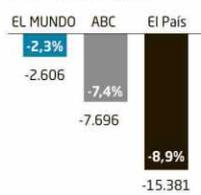


■ OJD en 2014

■ VENTA EN QUIOSCO



Diferencia enero-junio



■ DIFUSIÓN TOTAL



Diferencia enero-junio



(\*) Dato de junio

FUENTE: OJD (datos pendientes de certificación).

EL MUNDO

Ventas en el mes de junio

# EL MUNDO es el gran diario que mejor se comporta desde enero

Según OJD, este periódico alcanza una difusión total de 151.608 ejemplares, 18.733 más que 'ABC'. Además, EL MUNDO entrega en Orbyt un promedio de 30.847 réplicas digitales diarias

E. M. / Madrid Bien conocida es la crisis de la prensa, por los reajustes de su modelo de negocio durante una etapa marcada por la incertidumbre económica. Sin embargo, es posible adaptarse, mantener la posición, e incluso remontar. Los reportajes de investigación, las informaciones en exclusiva y las opiniones de las mejores firmas del sector ayudan. Así ocurre en el caso de EL MUNDO. Los lectores confían en esta cabecera. Lo demuestran los datos de la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD) correspondientes al mes de junio y aún pendientes de certificación. La

venta de este periódico en quioscos, el apartado que realmente mide la fidelidad de los lectores, es de 108.420 ejemplares. En un entorno adverso, EL MUNDO consolida su segunda posición en la prensa española con un incremento en la venta al número, que en mayo era de 107.078 copias (sube por lo tanto 1.342). La difusión total de EL MUNDO en el mes de junio es de 151.608 ejemplares, de forma que en ese cómputo también suben sus ventas (en 2.052 ejemplares). De hecho, EL MUNDO es el gran diario que mejor se comporta desde enero. En venta en quiosco, de enero a junio sólo ha

perdido 2.606 ejemplares (-2,3%), mientras que *El País* se ha dejado 15.381 (-8,9%) y ABC ha descendido en 7.696 (-7,4%). Si se observa la difusión total de la prensa, se llega a la misma conclusión: EL MUNDO pierde solamente 3.402 copias diarias de enero a junio (-2,2%). Por el contrario, en ese mismo periodo, la caída de *El País* es de 24.947 ejemplares (-9%), y la de ABC de 8.258 (-5,9%). Los datos de OJD muestran una cómoda ventaja de EL MUNDO sobre ABC, que en junio cuenta con una venta al número de 95.936 ejemplares. Así, el diario de Vocento se queda a 12.484

copias de esta cabecera de Unidad Editorial. La brecha persiste. En junio, la difusión total de ABC es de 132.875, es decir, 18.733 copias por debajo de EL MUNDO. Además, en estos datos de OJD no se contabilizan las ventas de EL MUNDO a través de la pionera plataforma digital Orbyt. El promedio de réplicas digitales diarias de EL MUNDO aumenta en Orbyt un mes tras otro y consigue alcanzar en junio la cifra de 30.847 (233 más que en mayo). Por su parte, *El País* tiene una venta al número de 157.066 ejemplares y una difusión total de 251.312. Esa difusión total es la más alta de la prensa, pero tam-

bién la que sufre la caída más severa del sector: el diario de Prisa ha perdido 35.267 ejemplares en junio con respecto al mismo periodo del año anterior. En la clasificación de cabeceras con mayor número de ventas en quiosco, aunque más lejos de los puestos de cabeza, figura también *El Periódico*, con 54.272 ejemplares (con una difusión total de 92.078). La cabecera del grupo Zeta supera a *La Razón*, que en ese ranking en quioscos marca 52.148 copias diarias (y una difusión total de 82.037). *La Vanguardia* firma una venta en quioscos de 40.457 ejemplares, pero en difusión total marca 141.004. El comportamiento de EL MUNDO ha estado a la altura de las circunstancias. Junio ha sido un mes informativamente crucial, con algunas noticias de alcance histórico: la abdicación de Don Juan Carlos, la proclamación de su hijo Felipe VI, la carrera por relevar a Alfredo Pérez Rubalcaba en la Secretaría General del PSOE, el comienzo del Mundial de fútbol en Brasil, la imputación de la Infanta Cristina... EL MUNDO ha informado de todo cuanto ocurre y además lo ha analizado y contextualizado, un compromiso con sus lectores que no repara en esfuerzos, como el de lanzar una edición extra vespertina que llegó a los quioscos el día del anuncio de la abdicación. El grupo Unidad Editorial, al que pertenece EL MUNDO, reafirma su posición de liderazgo gracias a *Marca* y *Expansión*. *Marca* alcanza una venta al número de 152.786 ejemplares, así como una difusión total de 170.142. No tiene rival entre los diarios deportivos. Igualmente, *Expansión* es líder entre los periódicos económicos, con una venta al número de 13.134 ejemplares y una difusión total de 29.534. *Marca* y *Expansión* están también afianzados en la plataforma Orbyt. *Marca* entrega mediante el quiosco digital un promedio de 8.392 réplicas digitales diarias; *Expansión*, 12.121 réplicas digitales diarias.



# Roberto Alcántara, la puerta de entrada de Prisa a la tele y al poder en México

El empresario es cercano a Peña Nieto y al socio de Cebrián en el país azteca

David Ordaz MEXICO DF (MEXICO).

Prisa da un paso al frente en la conquista de México. El grupo que edita *El País* ha reforzado su alianza con el empresario mexicano Roberto Alcántara (se ha hecho con un 9,3 por ciento del grupo Prisa tras invertir 100 millones de euros) con la mirada puesta en el mercado audiovisual del país azteca.

Tras la aprobación de la reforma de las telecomunicaciones empiezan a perfilarse los grupos que buscan licitar por la tercera cadena de televisión de México y entre ellos destaca el grupo Mac Multimedia, que está asociado al grupo que preside Juan Luis Cebrián y al empresario del mundo de los transportes Alcántara. El interés de ambos medios de comunicación en mantener una estrecha relación con el presidente del grupo Toluca y de las aerolíneas VivaAerobus va un poco más allá ya que éste es afín a Altacomulco, una agrupación de políticos mexicanos miembros del PRI (Partido Revolucionario Institucional) que llevó a Enrique Peña a la presidencia del Gobierno mexicano.

La trayectoria empresarial y política de Alcántara, que también es consejero de la dueña de La Ser, es muy larga. Es accionista y presidente del consejo de administración del consorcio Iamsa —Inversionistas en Transportes Mexicanos— que agrupa las mayores empresas de autocares en México y ha sido incluido en la lista de los 100 principales ejecutivos de México.

Su empresa, Inversionistas de Autotransportes Mexicanos (IAMSA), colocó certificados bursátiles por 3.500 millones de pesos para participar en las licitaciones de los trenes de pasajeros que anunció el gobierno federal y fue presidente entre 1991 y 1997 fue presidente del Consejo de Administración de Ban-



El empresario mexicano Roberto Alcántara. ULY MARTÍN/EL PAÍS

## Jesús Gallego dirige 'Carrusel Deportivo'

*Carrusel Deportivo* inicia una nueva etapa con Jesús Gallego al frente, un periodista con más de 20 años de experiencia. La Ser potenciarán la conversación con los aficionados al fútbol en redes sociales y el periodismo deportivo con el análisis con Jorge Valdano, Alfredo Relaño, Michael Robinson o Kiko Narváez.

Creer, banco que quebró y posteriormente fue rescatado con fondos públicos.

El grupo Mac Multimedia, con el que *El País* firmó una alianza para intercambiar contenidos en agosto de 2013, es propiedad de Luis Maccise y entre las cabeceras que edita en el país azteca se encuentran *Rumbo de México*, *Diario DF*, *The News*, *Diario Deportivo*, *Revista Cambio*, *Diario de Toluca*.

El intercambio de contenidos que firmó con Prisa también incluyó al periódico *Reporte Índigo*, que tiene como colaborador al periodista español Antonio Navalón, que trabajó para Prisa y es cercano a Cebrián. Así, según aseguró Prisa, su

objetivo es crecer en el sector mediático mexicano por lo que los vínculos que han hecho a través de la familia Maccise y los medios que tienen en México, así como la presencia del presidente de Toluca en su capital, les puede dar la fuerza suficiente para ello.

No es la primera vez que la familia Maccise se alía con Alcántara, nacido en 1950, para crear un fuerte clan mediático-empresarial. Según publican diversos medios mexicanos, como la *Revista Proceso*, la primera ofensiva en el mundo de la comunicación se remonta al año 2008, cuando el periodista mexicano Luis Enrique Mercado dejó la dirección del diario local *El Economista* y Alcántara Rojas y Anuar Maccise intentaron comprar el diario. Al final se hizo con el Joge Nacer, presidente de Universidad ICEL.

## Impulso económico para Prisa

Además de un puerta de entrada a la televisión mexicana, el grupo que preside Juan Luis Cebrián ha encontrado en Roberto Alcántara Rojas un socio con gran solvencia financiera, algo fundamental debido a los problemas económicos de Prisa, y un enlace con el Gobierno de Peña Nieto. Un ejemplo de la potencia financiera de Alcántara Rojas es que anunció que Viva Aerobús podría colocar acciones en la bolsa para obtener los recursos que le permitan renovar su flota y presumió de que la aerolínea generó más empleo entre 2009 y el cierre de 2012 con un 117 por ciento más pilotos.

Según informó la propia Prisa, va a destinar los 100 millones inyectados por Alcántara en la recompra de deuda de diversas entidades financieras con un descuento mínimo del 25 por ciento, las mismas que se han comprometido a vender 600 millones de euros de deuda con dicho descuento.



## REUNIÓN DEL SECTOR

El proyecto del plan técnico de José Manuel Soria contempla un nuevo concurso de licencias que podría originar hasta seis nuevas cadenas

# Debate del plan de Industria para la TDT

**EDUARDO FERNÁNDEZ / Madrid**  
El plan del Ministerio de Industria para reordenar la TDT está sobre la mesa. Hoy, el equipo de José Manuel Soria presenta oficialmente al sector el reparto previsto de las frecuencias de televisión, en una reunión en la sede de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

La principal novedad del nuevo escenario dibujado por el Ministerio de Industria es que contempla un nuevo concurso de licencias audiovisuales. El proyecto de real decreto ha sido facilitado esta semana al Consejo Asesor del Sector de las Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (Catsi), que en la reunión de

hoy expondrá sus alegaciones. Industria apuesta por que el servicio de TDT se preste mediante ocho múltiples digitales para las emisiones de cobertura estatal y autonómica. Cada múltiple abarca la señal de cuatro canales de televisión con señal estándar -tres si se emitieran a través de alta definición-.

Seis de dichos múltiples digitales previstos en el plan técnico están basados en los correspondientes que ya estaban en servicio. Sin embargo, el plan de Industria incluiría dos nuevos múltiples de cobertura estatal, denominados MPE4 y MPE5. La cuarta parte del múltiple MPE4 y la totalidad del múltiple MPE5 se adjudicarán mediante un concurso,



Pantallas de televisión en la torre barcelonesa de Collserola. / ANTONIO MORENO

siempre que se cumplan los propósitos del Ministerio liderado por José Manuel Soria. Sin embargo, la antenización de partida de esos dos nuevos múltiples no llega al 60%.

Asimismo, también saldría a concurso la licencia para ocupar la tercera parte del múltiple digital RGE2, uno de los dos en los que están presentes las señales de TVE. De esta forma, podrían nacer hasta seis nuevas cadenas de televisión (una en el múltiple RGE2, otra en el MPE4 y hasta cuatro en el MPE5). Esto siempre dependerá de la cantidad de ca-

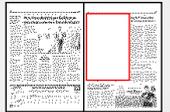
denas en alta definición que estigure el concurso público previsto por Industria, cuyas bases de momento se desconocen.

En la cita de hoy, tomarán posiciones los representantes técnicos de los actuales licenciatarios de televisión, que forman parte del Catsi entre otros agentes del sector. Sin embargo, el Catsi tiene un papel consultivo. El siguiente paso debe ser la aprobación del plan técnico por real decreto en Consejo de Ministros.

Este proyecto de reordenación de la TDT está ligado a la liberación del dividendo digital; es decir,

la mudanza de las frecuencias de los canales de TDT, que por mandato europeo deben abandonar la banda de 790-862 Mhz para que sea ocupada por la tecnología 4G de las empresas de telefonía móvil.

El pasado mes de mayo, desaparecieron nueve canales por orden del Ministerio de Industria para aplicar una sentencia del Tribunal Supremo. Por eso, actualmente quedan 15 canales privados de ámbito estatal: seis del grupo Mediaset, cinco de Atresmedia, dos de Veo TV (Unidad Editorial) y dos de Net TV (Vocento).



**LA CRÓNICA** | ARIADNA ESCODA

El primer plenario después del incumplimiento del pacto CiU-PP se convierte en una disputa general

# Alta tensión en el pleno

Desde el primer minuto, el plenario de ayer por la tarde fue sin duda alguna una muestra de tensión política en todos los sentidos. Antes de que el secretario pudiera iniciar la sesión, el reciente miembro de la oposición Mario García se quejaba sobre la posición en la sala de pleno de la concejal no adscrita Reyes Pino. Según el popular, Pino no debía sentarse junto al grupo municipal de CiU, sino que su lugar se encontraba separada del resto de formaciones políticas. Ante esta situación, fue el propio secretario quien puntualizó que él mismo había autorizado ese cambio.

Con esta intervención, el popular García empezaba la que fue una sesión de plenario nada habitual en Salou. Por primera vez en esta legislatura siendo oposición, los populares defendieron con contundencia sus mociones. En ellas, pedían tres cosas: la adhesión del consistorio al decálogo de buenas prácticas de periodismo, la admisión de su artículo en el boletín municipal y la creación de un consejo municipal regulador de los medios de comunicación públicos. Las tres demandas realizadas por el Partido Popular fueron denegadas con el no rotundo por parte del resto de concejales.

La disputa política más grave de la sesión plenaria tuvo lugar entre el concejal Mario García, del PP, y Pablo Otal, de RDS. El motivo que provocó la divergencia de opiniones fue la presunta censura que los populares han sufrido en el boletín municipal. Otal, quien vio cómo en 2011 el equipo de gobierno denegaba la opción de publicar su artículo por motivos técnicos, defendió



**Mario García se enfrentó directamente a Pablo Otal a la hora de defender las mociones del Partido Popular.** FOTO: ALBA MARINÉ

ayer la postura del gobierno salouense a la hora de no incluir el artículo de los populares en el boletín. En boca de Otal, el artículo en cuestión ponía en duda ciertos derechos democráticos en el municipio, tanto en el encabezamiento como en el cuerpo del texto. Además, Otal añadió que la polémica a la cual los po-

En relación a la creación del organismo de consejo municipal para el control de los medios de comunicación de titularidad pública, la disputa fue similar. García defendió su tarea como oposición, aunque fue recriminado por Otal de no haber insistido en este tema durante sus años de mandato. Finalmente, la moción también fue denegada.

Pero las disputas no sólo se concentraron entre los grupos RDS y PP. Desde CiU también contestaron a los populares. Concretamente, el alcalde Pere Granados y Julia Gómez se enfrentaron a García por alusiones. Por una parte, Granados respondió a las acusaciones por parte del portavoz popular de supuestas irregularidades del gobierno, negándolas. Gómez, en cambio, defendió su actuación en relación a los 2.000 libros editados por el exconcejal de Acción Social Pedro Lavilla, en los que se invirtieron 9.000 euros, pero tan sólo fueron repartidos la mitad de los libros.

El PP defiende con contundencia sus mociones, que son denegadas

pulares hicieron referencia en el documento que querían publicar se debe y se proyecta en otras plataformas. Por esta razón, su voto fue negativo, así como el del resto de la cámara. Finalmente, Otal sentenció que él «no dejaría el gobierno en minoría por un tema como éste».



## EL ZOO DEL SIGLO XXI / WAEL AL DAHDUH

Este periodista gazatí no pudo evitar echarse a llorar ante las cámaras mientras informaba en directo de los ataques israelíes sobre la Franja

# Un reportero con el corazón roto

F. CARRIÓN / El Cairo  
Especial para EL MUNDO

Wael al Dahduh no pudo contenerse. Balbuceó las primeras palabras de su directo desde la asediada Gaza y rompió en sollozos. Debía contar el centenar de vidas segadas en Shiyaiya, al este de la ciudad. Pero el corazón le venció. Un nudo se instaló en el estómago. Un temblor se apoderó de la voz. Y las lágrimas brotaron hasta hacerle enmudecer. Cabeceó unos segundos como quien se disculpa por un desliz imperdonable. Trató de tomar aire y sacudirse la flaqueza. Tampoco lo logró. Todo fue en vano. Hundido por la tragedia de la que debía haber informado, dio unos pasos y se esfumó del plano dejando el horizonte de Gaza, con columnas de humo elevándose a lo lejos entre hileras de edificios.

Al Dahduh, curtido en las trincheras de su Gaza natal, siempre recomienda a sus discípulos que eviten reducir a números a las víctimas y les anima a indagar más allá de las estadísticas, en busca de las historias destruidas. Una tarea arriesgada bajo el plomo. «Los periodistas palestinos trabajamos con recursos limitados, solemos hacerlo rodeados de obstáculos y siendo además blanco directo de los ataques», ha lamentado en alguna ocasión este reportero, director de la oficina de la cadena qatarí Al Yazira en Gaza. Su dolor –desnuda-



Wael al Dahduh, durante la conexión en la que rompió a llorar. / EL MUNDO

gado por internet – ha dado la vuelta al mundo. El doliente, sin embargo, no es un principiante.

Su cobertura mereció el año pasado un galardón del International Media Festival de Londres. «Es un tributo a todos los periodistas palestinos, especialmente a los que continúan cumpliendo su labor en Gaza bajo los bombardeos y entre el fuego», dijo en la ceremonia de entrega del pre-

mio. Un trabajo combativo que ha puesto al equipo que encabeza en el punto de mira del ejército israelí. Un avión de combate bombardeó el martes el inmueble en el que se encontraba hasta ahora la sede de Al Yazira. Y el ministro de Asuntos Exteriores israelí, Avigdor Lieberman, reconoció esta semana que su objetivo es prohibir las operaciones del canal en territorio hebreo. «Al Yazira es la pie-

dra angular del aparato propagandístico de Hamas. Instiga contra Israel, lanza mentiras y alienta a los terroristas», arguyó.

Los intentos de amordazar al mensajero se han sucedido desde que arrancara la ofensiva. Al menos dos periodistas palestinos han muerto en los bombardeos y varios reporteros han sido atacados o relegados de sus puestos por medios estadounidenses.

Del rostro lacrimoso de Al Dahduh y de las palabras canceladas por el sollozo ha aflorado una rara humanidad en medio de la desolación y los eufemismos. «Los periodistas deberían recordar sus valores compartidos al defender su profesión contra cualquier fuerza que pretenda socavar la libertad de prensa», dijo una vez el reportero.

### LO DICHO Y HECHO

«Los periodistas palestinos trabajamos siendo blanco directo de los ataques»

**2004:** Es nombrado corresponsal de la televisión qatarí Al Yazira en Gaza. Antes había trabajado para los canales Al Arabiya y Sahar y el diario 'Al Quds'. **2013:** Su cobertura de Gaza es galardonada por la organización The International Communications Forum. **2014:** Un directo interrumpido por los sollozos se convierte en fenómeno viral en internet.



TRINGALI, NUEVO VICEPRESIDENTE DE MEDIASET

# Paolo Vasile toma el control de la filial comercial Publiespaña

Se convierte en el consejo delegado único tras la marcha de Seniga; la dueña de Telecinco gana 21,4 millones hasta junio

Á.S. MADRID.

Cambio de timón en Mediaset. Paolo Vasile, consejero delegado del grupo, ha tomado el control de Publiespaña poniendo fin a la bicefalia de los últimos 15 años. El consejo de administración de la cadena de Fuencarral nombró ayer a Vasile consejero delegado de la filial publicitaria, lo que le convierte en el consejero único del grupo y deja en sus manos la gestión de los contenidos y de la venta de espacios publicitarios. Esta decisión supone la marcha de Marco Seniga, que llegó de Italia el año pasado para tomar las riendas de la firma comercial y el nombramiento de Giuseppe Tringali, hasta ahora presidente de Publiespaña, como vicepresidente no ejecutivo de Mediaset. En este punto y debido a su experiencia en el sector, la propietaria de Telecinco ha anunciado que Tringali llevará "la interlocución con grandes clientes de la compañía".

Mediaset explicó que el cambio se realiza "con el propósito de optimizar procesos y ofrecer fórmulas publicitarias cada vez más eficientes a los anunciantes".

La remodelación de la estructura de mando se ha anunciado al mismo tiempo que los resultados del grupo del primer semestre del año. La cadena de Fuencarral ha ingresado 468 millones de euros entre enero y junio de 2014, un 9,6 por ciento más que en el mismo periodo de 2013. El grupo, que explota seis canales y en junio tuvo una audiencia media del 33 por ciento, ha ingresado en anuncios 426 millones de euros, un 8,33 por ciento más que un año antes, por lo que se come el 44,3 por ciento de la tarta publicitaria, según Infoadex.

## La cadena de Fuencarral mejora

Resultados enero - junio 2014 (en millones de euros)

	2013	2014	VARIACIÓN (%)
<b>Total ingresos netos</b>	<b>427</b>	<b>468</b>	<b>↑ 9,60</b>
Ingresos netos publicidad	393,33	426,08	↑ 8,33
Otros ingresos	33,7	41,92	↑ 24,39
<b>Total costes operativos</b>	<b>371,5</b>	<b>379,9</b>	<b>↑ 2,26</b>
Consumo de derechos	78,28	100,91	↑ 28,91
Costes de personal	51,56	52,17	↑ 1,18
Otros costes operativos	241,67	226,87	↓ -6,12
Ebitda adj	55,5	88,1	↑ 58,74
Ebit	47,2	80,1	↑ 69,70
Beneficios neto	30,1	21,4	↓ -28,90
Beneficio neto ajustado	37,7	29	↓ -23,08
Posición financiera	75,8	152,7	↑ 101,45

Fuente: Mediaset.

elEconomista

Los ingresos del grupo suben un 9,6 por ciento, por encima de la media del mercado

Los beneficios de la cadena, que ha emitido el Mundial de Brasil, han alcanzado los 21,4 millones de euros, lo que supone una caída de 28,9 por ciento. El resultado neto ajustado, es decir, sin contar el impacto de la amortización de PPA en Cuatro y Canal+, suma los 29 millones, un 23,08 por ciento menos que el 2013. En cuanto a la parte alta de la tabla, los resultados que arroja la compañía son mucho más positivos. Ha obtenido un ebitda de

80,1 millones de euros, un 58,7 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior tras lograr contener los gastos. Pese al aumento del gasto en consumo de derechos (llegó a los 100 millones), el grupo ha estabilizado la partida gracias a los ahorros del 6,12 por ciento costes operativos.

Por otro lado, el resultado de las compañías consolidadas por puesta en equivalencia arroja un resultado negativo de 59,28 millones, que incluye el ajuste de la valoración del 22 por ciento de la inversión en Canal+ respecto del precio acordado en la venta. A 30 de junio de 2014, el valor contable en libros del 22 por ciento de la inversión en la tele de Prisa era de 371,86 millones. Tras el acuerdo de venta del activo a Telefónica por 325 millones, el valor de la inversión se ajustó.



ROBERT LEBECK

## Un fotógrafo en la retaguardia

Con su fotografía documentó los instantes más trascendentales de finales del siglo XX

ANTONIO LIBERATO

La obsesión por documentar la eternidad de un instante que persiguió al fotoperiodista berlinés Robert Lebeck toda su vida le encumbraría a convertirse en uno de esos reporteros irremplazables y tan necesarios para poner cara a los hitos históricos de la segunda mitad del siglo XX.

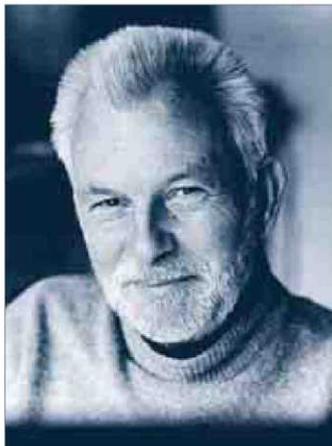
Esta búsqueda por el encuadre y el retrato estuvo, fuertemente, marcada por la llamada a filas de la Wehrmacht (el ejército de Adolf Hitler) con tan sólo 15 años para combatir en la Segunda Guerra Mundial. A Robert lo destinaron al frente oeste. Y fue allí donde se toparía con el horror y la crudeza del ser humano, algo completamente insospechado para él. Estuvo un año destinado en ese frente hasta que las fuerzas del Ejército Rojo de la Unión Soviética lo apresaron cerca de Berlín, en un avance de posiciones que sería la antecámara de la victoria aliada. Años más tarde, Robert Lebeck reconocería la importancia de la atmósfera bélica que rodeaba sus días en el frente y la influencia que ésta tuvo a lo largo de su carrera. Un año, desde 1944 al 1945, que condicionó su manera de mirar el mundo y que disparó en él la curiosidad por contar historias, apoyada siempre en esa distancia característica desde donde se construyen sus instantáneas: una frialdad sutil y provocadora, pero que no rompe el universo íntimo del objeto, ni el marco que retrata.

Aunque fue un autodidacta de la fotografía, al terminar la guerra estudió en Zurich y en Nueva York. A su vuelta a Alemania trabajó como *freelance* en diversos medios alemanes, entre los que destacaría *Revue*.

En 1960, la revista *Kristall* mandaría a Robert Lebeck de enviado especial a Léopoldville, ahora Kinshasa, con motivo de la conmemoración de la independencia del Congo belga. Fue en esta ocasión cuando su obra cobraría fama mundial por el reportaje *África, año cero*. Una fotografía daría la vuelta al mundo y copiaría las portadas de revistas

como *Paris Match* o *Epoca* y de los periódicos más relevantes. La imagen fue tomada mientras el rey Balduino de Bélgica desfilaba en un descapotable saludando a los congregados por los festejos. En ésta aparece un ex combatiente que arrebató al rey el sable de mando, uno de los emblemas de la monarquía. Una imagen icónica para la Historia: retrataba el ocaso de la monarquía y la supremacía del poder blanco frente al espíritu emancipador de los congoleses.

La revista *Stern*, en 1966, lo convertiría en su reportero estrella durante más de 30 años. Allí fue donde Lebeck consagró su carrera. Retrató a un joven Elvis cuando tuvo que alistarse al ejército, justo en la cresta de la ola de su fama. También a Alfred Hitchcock, Jayne Mansfield o María Callas. Destacaron sus trabajos sobre la España franquista o la Italia post Mussolini. Los movimientos emancipadores de África



EL MUNDO

de los años 60 o las vidas que escapaban entre las rendijas de los países periféricos soviéticos también centrarían la atención de su mirilla. Hasta el momento ha sido el único fotógrafo vivo galardonado con el Premio Henri Nannen.

En 2008, el Museo Martin Gropius Bau de Berlín decidió homenajearle exponiendo *Fotografien 1955-2005*, una retrospectiva sobre toda su obra. Robert Lebeck era un fotógrafo silencioso, de hablar despacio, que siempre prefirió alejarse del revuelo de la fama para orillarse a observar. Un anacoreta de la palabra detrás de los ojos de una cámara que sentó escuela.

Robert Lebeck, fotoperiodista, nació en Berlín el 21 de marzo de 1929 y falleció en la misma ciudad el 14 de junio de 2014.



El Parlament dóna llum verd a la modificació de la llei del cinema a petició de la UE i preveu una nova taxa a les operadores d'internet

# Protegir l'audiovisual

**E. Roura**  
BARCELONA

Des de l'aprovació de la llei del cinema el 2010, les mesures per assegurar el doblatge en català van obrir un conflicte amb les productores audiovisuals que el conseller Ferran Mascarell ha capejat fins que un dictamen de la Comissió Europea ha obligat a modificar la llei.

El Parlament va tombar ahir les esmenes a la totalitat presentades pel PP i Ciutadans i continuarà tramitant un nou text que ha retallat les ambicions lingüístiques per adaptar-se a les demandes d'un sector maltractat per l'IVA cultural, les descàrregues a internet i el descens d'espectadors. La Comissió



La pel·lícula d'animació 'Avions' ha estat doblada al català ■ WALT DISNEY

Europea considera que l'obligatorietat de doblar o subtítular el 50% de les còpies que es projectin a Catalunya perjudica l'accés de les produccions euro-

pees al mercat espanyol. Per això la nova llei no penalitzarà les produccions fetes a la UE, tot i que la Generalitat podrà "establir mecanismes de suport per

tal de promoure el doblatge i la subtítulació". A més, el Parlament va aprovar també un nou impost a les operadores d'internet, ja que entén que donen accés

Es preveu recaptar 20,5 milions d'euros per beneficiar la indústria del cinema

a continguts audiovisuals. Se'ls gravarà una quota fixa de 0,25 euros al mes per cada contracte, i es preveu recaptar 20,5 milions d'euros a l'any, fet que, segons el conseller d'Economia, Andreu Mas-Colell, "permetrà mantenir un alt nivell de producció, potenciar el consum i guanyar en competitivitat". ■



# PRISA INN estimulará el talento y la innovación de los emprendedores

## La nueva unidad del grupo abre la convocatoria de su programa LAB

EL PAÍS, Madrid

PRISA INN, la recién estrenada unidad de aceleración de negocios digitales y *startups* de PRISA, se ha puesto en marcha con el objetivo de impulsar el talento, las ideas y los proyectos empresariales tecnológicos y potenciar su éxito. Con carácter transversal, esta división se encargará del análisis, inversión y aceleración de este tipo de proyectos para dar respuesta a las necesidades detectadas entre los emprendedores y las *startups*.

Esta iniciativa de PRISA (editor de EL PAÍS) se diferencia de otras por el potencial que puede aportar a estos nuevos proyectos su destacada audiencia global, el prestigio y la influencia de sus medios en España y toda Iberoamérica.

Por el momento, PRISA INN oferta dos programas: el Trampolín y el LAB. El primero pone los medios de comunicación de PRISA (EL PAÍS, Los 40 Principales, *Cinco Días* y Cadena SER, entre otros) al servicio de empresas con proyectos innovadores ya en marcha. La colaboración se realiza a través del modelo de inversión *media for equity*, que consiste en que el grupo aporta apoyo publicitario en sus medios a cambio de formar

puestos para cada iniciativa. Los proyectos que quieran participar en la convocatoria, que arrancó ayer y permanecerá abierta hasta el próximo 23 de septiembre, podrán inscribirse a través de la página web de PRISA INN ([prisainn.com](http://prisainn.com)) en las diferentes categorías ofertadas:

creación, *paquetización*, distribución y monetización de contenidos; *e-commerce* y *m-commerce*; movilidad; *big data*; realidad aumentada, contenido nativo e Internet de las cosas; educación; publicidad, comunidad, deportes y vídeo y audio (radio). PRISA INN examinará y selec-

cionará los 20 proyectos más interesantes y convocará a los equipos a una ronda de entrevistas personales con el equipo de PRISA INN. Se seleccionarán los 10 proyectos mejores, y se elegirán hasta tres equipos para integrarse en el programa de aceleración de PRISA Lab.

“Empezamos esta iniciativa con mucha ilusión y con la prudencia necesaria para ir aprendiendo en el camino. Creemos que es el momento adecuado, vemos cómo cada día más *startups* tienen dificultades para darse a conocer, para acceder a las grandes audiencias. No hay muchas empresas de medios que estén integrando a las *startups* y PRISA tiene la firme voluntad de hacerlo”, señala Marcos Pérez Arauna, director general de PRISA INN, que posee una dilatada carrera en proyectos de emprendimiento como Meetinarts, una red social pensada para artistas, que ya cuenta con 25.000 usuarios.

## La división la dirige Marcos Pérez Arauna, experto en 'startups'

parte del accionariado de las *startups* elegidas. Hasta el momento se han presentado 100 proyectos, de los que han sido elegidos dos, pendientes de evaluación para su puesta en marcha definitiva.

En cuanto al segundo programa, ayer se abrió la primera convocatoria de LAB, un laboratorio de proyectos digitales dirigido a todas aquellas ideas innovadoras en el ámbito de las nuevas tecnologías, con el objetivo de identificar y apoyar el talento de los emprendedores para contribuir a la mejora sus resultados.

Una vez inscritos los proyectos, y tras pasar un exhaustivo proceso de selección realizado por las diferentes unidades de negocio de PRISA, los mejores proyectos y *startups* entrarán a formar parte de la aceleradora a través de un programa a medida que incluirá, siempre que sea necesario, *mentoring*, actividades de formación y apoyo en aspectos legales, financieros, tecnológicos y de comunicación.

Durante seis meses se integrarán en el laboratorio de innovación, un espacio de *coworking* (trabajo conjunto) donde se trabajará para la consecución de los objetivos específicos pro-



**Nombramiento** / Grupo editor de EL MUNDO

## Javier Cabrerizo, nuevo director general de Unidad Editorial

**E. M. / Madrid**  
 Unidad Editorial se refuerza. El grupo editor de EL MUNDO ha decidido nombrar nuevo director general del grupo a Javier Cabrerizo Barrera, hasta ahora vicepresidente global de Desarrollo de Negocio de Oracle para la línea Core Technology.

Cabrerizo se incorporó en 2004 a la multinacional tecnológica, en

la que ha ocupado distintos puestos directivos. En los últimos años ha trabajado en la sede central de la compañía en California.

Como vicepresidente global de Desarrollo de Negocio de Oracle, Cabrerizo ha sido responsable de definir y ejecutar la estrategia de crecimiento mundial del área Core Technology, consiguiendo durante su mandato un crecimiento

de ventas de más del 45%.

Entre otras competencias, Cabrerizo se ha encargado del desarrollo de la estrategia Go To Market para el equipo de ventas global de la marca, la introducción de nuevos productos en el mercado, el soporte a las operaciones de negocio en todo el mundo, así como la definición de nuevos modelos de negocio en ámbitos emergentes co-



**Javier Cabrerizo.** / SERGIO ENRÍQUEZ-NISTAL

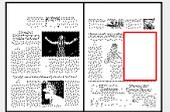
mo Big Data o Public Cloud.

Antes de recalzar en Oracle, Javier Cabrerizo había desempeñado cargos directivos de máxima relevan-

cia en compañías como Newknow Inc., Meta4 y Multimedia Capital.

El nuevo director general de Unidad Editorial, que comenzará a desempeñar sus funciones a partir del próximo mes de septiembre, es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por CUNEF, realizó es-

tudios de postgrado en el Instituto de Empresa de Madrid y ha cursado un Executive MBA en Insead Francia y Singapur.



El conseller Mascarell amb membres del sector de l'audiovisual. CULTURA

## La taxa de l'audiovisual i la llei del cinema fan un pas endavant

L.S.  
BARCELONA

Dues iniciatives impulsades pel departament de Cultura van superar ahir el tràmit parlamentari, després que tots els grups de la cambra votessin en contra de les esmenes a la totalitat del PP i de C's. Una és la polèmica taxa que s'imposarà a les operadores d'internet amb l'objectiu de fomentar la indústria audiovisual catalana. El conseller d'Economia, Andreu Mas-Colell, va garantir que l'impost permetrà recaptar 20,5 milions d'euros gràcies a la quota de 0,25 euros al mes que s'haurà de pagar per cada contracte de connexió al territori català. El Parlament va iniciar la tramitació del projecte de llei amb el suport de

CiU, el PSC, ICV-EUiA i la CUP, però té l'oposició frontal de les operadores, que plantaran cara.

L'altra norma que es va discutir és la reforma de la llei del cinema. El text, que es va refer per adaptar-se a exigències de la Comissió Europea, preveu suprimir l'obligatorietat de doblar o subtitular el 50% dels films europeus que es projectin a Catalunya. A més, en lloc d'obligar les distribuïdores a tenir el 50% de les còpies en versió catalana, la nova normativa prioritza els acords amb les *majors*. Les sancions només arribarien en cas de bloqueig. ERC, ICV-EUiA i la CUP, com també la Plataforma per la Llengua, van denunciar que és un estovament de l'anterior llei del cinema, impulsada pel govern tripartit i en vigor des del 2011, però que no s'ha desplegat. —



PAOLO VASILE/RET

Paolo Vasile, consejero delegado único de Mediaset.

## Mediaset sube el ebitda un 59% y concentra el poder en Vasile

**Expansión.** Madrid

El grupo Mediaset, fruto de la fusión de Telecinco y Cuatro, ha aumentado los ingresos un 9,6% en el primer semestre, hasta 468 millones de euros, lo que le ha permitido elevar un 59% el beneficio bruto de explotación ajustado (ebitda), hasta los 88,1 millones. La empresa aumentó su margen operativo del 13% al 18,8%, tras obtener un resultado de explotación de 80,1 millones.

La compañía, que anunció ayer que Paolo Vasile será consejero delegado único de Mediaset, se ha beneficiado del aumento de la inversión publicitaria en televisión, que creció un 5,7%, según Infoadex. La empresa, que ha subido su cuota de pantalla hasta el 30,2% por la retransmisión del Mundial de Fútbol, incrementó sus ingresos por publicidad un 8,3%.

El beneficio neto de Mediaset cayó un 29%, hasta 21,4 millones, debido al ajuste contable del valor de venta de su participación en Digital Plus. El grupo dirigido por Vasile vendió su 22% en Digital Plus a Telefónica el pasado 4 de julio por un máximo de 365 millones en función de varias condiciones. La compañía ha duplicado su posición neta de tesorería, hasta 152,7 millones.

### Nombramiento

Por otra parte, Mediaset nombró ayer consejero delegado único a Paolo Vasile, por lo que asumirá también la gestión publicitaria; y Giuseppe Tringali, que presidía Publiespaña, será vicepresidente no ejecutivo.

Mediaset subió ayer un 0,15% en Bolsa, hasta los 8,414 euros.



## PRISA abre la primera convocatoria de LAB, su laboratorio de 'start-ups'

CINCO DÍAS *Madrid*

El Grupo PRISA abrió ayer la primera convocatoria de su programa LAB, un laboratorio de proyectos digitales dirigido a todas aquellas ideas innovadoras en el ámbito de las nuevas tecnologías. El programa LAB -cuya misión es identificar y apoyar el talento de los emprendedores, para contribuir al impulso y la mejora de sus resultados- forma parte de PRISA INN, una unidad de análisis, inversión y aceleración de negocios digitales y *start-ups* que fue estrenada a principios de este mes.

Los proyectos que deseen participar en la convocatoria, que permanecerá abierta hasta el próximo 23 de septiembre, pueden inscribirse a través de la página web de PRISA INN en las diez categorías ofertadas. Estas incluyen, entre otras, creación, paquetización, distribución y monetización de contenidos; *e-commerce* y *m-commerce*; educación, y deportes.

Tras pasar un exhaustivo proceso de selección por parte de las diferentes uni-

dades de negocio de PRISA, los mejores proyectos y *start-ups* pasarán a formar parte de la aceleradora a través de un programa que incluirá *mentoring*, formación y apoyo en aspectos legales, financieros, tecnológicos y de comunicación. Durante un plazo de seis meses de duración, los proyectos se integrarán en el laboratorio de innovación, un espacio de *coworking* donde se trabajará para conseguir los objetivos específicos de cada iniciativa.

El impulso del talento y la estimulación de la innovación son dos componentes críticos en el esfuerzo de transformación que viven actualmente las grandes compañías, lo que hace imprescindible el desarrollo de este tipo de laboratorios de innovación como apuesta de futuro. Esta iniciativa del Grupo PRISA tiene como valor diferenciador el potencial que pueden aportar estos nuevos proyectos a su destacada audiencia global, y al prestigio y la influencia de sus medios tanto en España como en América Latina.



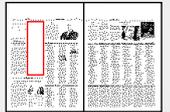
## L'APUNT Reporters de vacances

Gemma Busquets

Si fem cas de les últimes estrenes televisives –ep, que a l'estiu no tot està sota mínims, també hi ha novetats–, podem dir que la tele està oficialment de vacances. Per què? Perquè poses un dia La 1 i veus un paio, que es fa dir *Capitán Q* –la inicial prové del nom Quico–, amb vaixell recorrent la costa, xalant a Eivissa com ningú. O poses Cuatro i veus gastronomies exòtiques a *Fogones*

*lejanos* i xefs emigrats cap a terres d'acollida. Entre tapes i bars, destinacions llunyanes o properes, l'espectador té la sensació que qui és el turista i l'estiuejant és el reporter. D'acord que el professional de la càmera i el de davant treballen i la tele no és fa així amb un sol clic, però un té la sensació des del sofà que qui s'ho passa bé és un altre.





## Un empresari mexicà es converteix en el segon accionista de Prisa

El grup Prisa ha aprovat una ampliació de capital que suposa l'impuls de l'empresari Roberto Alcántara a segon propietari del grup mediàtic: els 100 milions en metàl·lic que ha aportat li han suposat el 9,33% de la propietat del conglomerat, només superat, i a poca distància, per l'11,27% que encara reté la família Polanco. Els diners els ha desemborsat a través de la firma Consorcio Transportistas Occher i suposen valorar en un 40% més les accions de la companyia respecte de la cotització dels últims tres mesos.

Els diners es destinaran a la compra de deute, amb un descompte del 25%. Dins de l'últim pla de refinançament del grup, hi havia l'obligació de recomprar deute. Prisa té previst destinar també l'entrada de 121 milions obtinguts per la venda de les accions que tenia a Mediaset a reduir els seus números vermells.

Dimarts es va consumir, així mateix, la dimissió de qui ha estat els últims temps conseller delegat del grup, Fernando Abril-Martorell. El grup ha designat José Luis Sainz com a substitut, tot i que no prendrà possessió del càrrec fins a l'1 d'octubre. Mentrestant, l'executiu sortint i l'entrant treballaran conjuntament en el traspàs.



**José Luis Sainz serà el nou conseller delegat de Prisa.** GUSTAVO CUEVAS / EFE



## Expansión afianza su liderazgo

**Expansión.** Madrid EXPANSIÓN, diario líder de la prensa económica española en audiencia e influencia, afianza su posición de liderazgo en difusión. Durante el pasado mes de junio, el periódico obtuvo una difusión total de 29.534 ejemplares diarios de media, según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

EXPANSIÓN continúa marcando distancias con sus competidores. Según las cifras de OJD, el diario económico de Unidad Editorial supera claramente en venta en quioscos a los otros dos periódicos económicos: aventaja en 11.184 ejemplares a *Cinco Días* y en 10.270 ejemplares a *El Economista*.

Los datos de OJD confirman la buena acogida que está teniendo entre los lectores la ampliación de la oferta informativa de EXPANSIÓN. Entre las secciones reforzadas figuran Expansión del Inversor, Emprendedores & Empleo y Expansión Jurídico, a los que se han sumado las secciones semanales Casas y Estilo de Vida, y Deporte y Negocio, que se publican los viernes, y el suplemento Fuera de Serie, todos los sábados.

A esta oferta se añade, desde el 30 de junio, Expansión Pymes, un suplemento semanal con información y ejemplos prácticos para estas empresas. En cuanto a otras cabeceras de Unidad Editorial, *Marca* vuelve a demostrar su fortaleza en la prensa deportiva, con una venta en quiosco de 152.786 ejemplares, 25.225 copias más que *As*.

*El Mundo* apuntala su segundo puesto entre los diarios de información generalista, con una venta en quiosco de 108.420 ejemplares, tan sólo por detrás de *El País*, con 157.066.

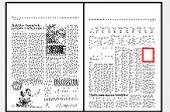


## Para formar periodistas que sean voz de los sin voz



«**H**acen falta más temas sociales desde una perspectiva positiva en los medios de comunicación», afirma el sacerdote Manuel María Bru. La Fundación que preside, *Crónica Blanca*, junto con la Universidad CEU San Pablo de Madrid, ha puesto en marcha la segunda edición del Máster Propio Universitario de Periodismo Social. Con el objetivo de formar a los periodistas a «ser voz de los sin voz», el Máster ofrece una amplia variedad de clases teóricas y prácticas que ayudarán a los alumnos a «hacer un periodismo de responsabilidad social, en el que primen los contenidos sociales y que tenga criterio, que esté desideologizado», afirma el sacerdote.

Más información, en [www.masterperiodismosocial.com](http://www.masterperiodismosocial.com)



## El beneficio de Mediaset cae un 29%

Mediaset España obtuvo un beneficio neto de 21,4 millones de euros en el primer semestre del año, lo que representa una caída del 28,9% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, informó la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El beneficio neto ajustado del primer semestre ascendió a 28,97 millones de euros, lo que supone un margen del 6,2% sobre ingresos netos. /EP



# INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/07/14	Lectura para el verano. Democracia y nuevos medios digitales / Periodismo Ciudadano	29	2



# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



## Lectura para el verano. Democracia y nuevos medios digitales

**Jueves, 24 de julio de 2014**

Hablando de Comunicación, Tecnología y Sociedad la revista TELOS sigue siendo un referente en lengua española. Esta publicación ha sido pionera en el estudio -hace casi una década-, de las posibilidades del fenómeno blog , de las redes sociales o de la revolución de la movilidad ; y ahora, justo antes del otoño, esta tribuna de análisis e investigación nos ofrece una mirada crítica e informada a la realidad de la relación entre política y medios de comunicación. Democracia y nuevos medios digitales es el título del dossier central que en esta ocasión coordinan Andreu Casero-Ripollés y Antoni Gutiérrez-Rubí . La estrecha relación que históricamente se ha mantenido entre política y comunicación, así como los procesos de profunda transformación que ambas están experimentando al calor de los nuevos medios sociales para la información, la relación y la comunicación en la Red, son los dos ejes sobre los que se desarrolla este trabajo de análisis. Como es costumbre en esta publicación, el dossier se divide en una serie de artículos de fondo o casos de estudio, acompañados de los puntos de vista de algunos expertos reconocidos. John Keane y Ramón A. Feenstra se ocupan de las nuevas formas de participación política en un contexto digital. Lo hacen desde lo que ellos llaman la democracia monitorizada en España. W. Lance Bennet y Alexandra Segerberg , autores de The Logic of Connected Action , hablan de la comunicación en los movimientos. La interacción entre la estructura social, las identidades de los participantes en la acción colectiva y los procesos transformadores de las infotecnologías son los tres ejes sobre los que construyen su argumentación. Christian Fuchs repasa cómo ha cambiado la noción de esfera pública en un contexto dominado por la utilización cada vez más extensiva e intensiva de las redes sociales. Para Fuchs, los medios sociales y la comunicación están integrados en las estructuras de poder y en la economía política. Elaine Díaz Rodríguez , colaboradora de periodismociudadano.com, analiza las posibilidades que aportan los blogs para el debate público en Cuba. Su experiencia estudiando la evolución de la blogosfera cubana la avalan a la hora de arrojar algo de luz en un entorno sociopolítico complejo y controvertido. Víctor Sampedro Blanco repasa con su habitual acidez la trayectoria del ciberactivismo hacia el actual hacktivismo, origen de un activismo de datos que tiene a WikiLeaks como estandarte y referente básico. David de Ugarte analiza, en palabras de los coordinadores del estudio, las implicaciones de la evolución de Internet, contrastando el potencial deliberativo y democratizador de la blogosfera con el de las redes sociales como Facebook o Twitter . Idoia Sota nos recuerda la dimensión de servicio público que está en el origen del periodismo profesional; analizando su redefinición en el contexto digital. Idoia aborda el modo en que los principios de la prensa democrática se han puesto en peligro, así como el papel de la tecnología como herramienta para la creación de lo que ella llama dopamina y no-noticias. Por su parte, Brian D. Loader contribuye a este número con una tribuna en la que aborda la caracterización de los jóvenes como ciudadanos en la red; así como su relación con la política y la democracia, prestando

especial atención al impacto que pueden provocar en su propio desarrollo futuro. Desde este observatorio, preocupados siempre por la evolución social del fenómeno del periodismo ciudadano , así como por el papel que las nuevas generaciones de infoc Ciudadanos juegan en la misma , queremos recomendar la lectura veraniega de este dossier temático, disponible en la edición número 98 de la revista TELOS, siguiendo este enlace . En próximas entradas iremos entrando en el detalle de algunos de los artículos de este dossier.