



RECULL DE PREMSA

02/10/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

| Fecha | Titular/Medio | Pág. | Docs. |
|----------|---|------|-------|
| 02/10/14 | LA WEB DE EL PAÍS SE RENUEVA / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 5 | 1 |
| 02/10/14 | JOSÉ MARÍA CARRASCAL, PERIODISTA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA) | 6 | 1 |
| 02/10/14 | Roberto Villarreal, Periodista: 'LAS GUERRAS DE RELIGIÓN SIGUEN MUY VIVAS' / DIARI DE TARRAGONA | 7 | 1 |
| 02/10/14 | LA PRENSA, ANTE SU PRESENTE Y FUTURO. UN PERIODISMO EN RECONSTRUCCIÓN / EL MUNDO (ED. CATALUNYA) | 8 | 1 |
| 02/10/14 | 8TV INICIA LA TEMPORADA AMB EL MILLOR REGISTRE MENSUAL DE LA SEVA HISTÒRIA / ARA | 9 | 1 |
| 02/10/14 | 8TV CULMINA EL MILLOR MES DE LA HISTÒRIA DE LA CADENA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA | 10 | 1 |
| 02/10/14 | ELS DIARIS CREEN UNA PLATAFORMA DE VENDA DE PUBLICITAT DIGITAL / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA) | 11 | 1 |
| 02/10/14 | YOUTUBE, LA FÁBRICA DE ESTRELLAS / EL PAIS (SELECCION THE NEW YORK TIMES) | 12 | 1 |
| 02/10/14 | LA TELERREALITAT ESTRENA AVUI A&E, CANAL DE PAGAMENT / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA) | 13 | 1 |
| 02/10/14 | COMENÇA EL PROCÉS PER BUSCAR EL NOU PRESIDENT DE RTVE / ARA | 14 | 1 |
| 02/10/14 | EL MÓVIL O CÓMO CONTAR LA VIDA EN DIRECTO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 15 | 1 |
| 02/10/14 | PEDERASTAS / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 16 | 1 |
| 02/10/14 | CARLOS QÚÍLEZ DEIXA ANTIF RAU I TORNA AL PERIODISME / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA) | 17 | 1 |
| 02/10/14 | JOSÉ LUIS ULIBARRI VENDE SU EMPRESA DE SERVICIOS SERALIA AL GRUPO FRANCÉS ONET / EL ECONOMISTA | 18 | 1 |
| 02/10/14 | ÒSCAR NOGUEIRA, NOMENAT DIRECTOR DE 8TV / ARA | 19 | 1 |
| 02/10/14 | EL WEB DE 'LA VANGUARDIA' BAT EL SEU RÈCORD D'AUDIÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA | 20 | 1 |
| 02/10/14 | PRISA VENDE LA EDITORIAL BRASILEÑA DE SANTILLANA POR 7,9 MILLONES / EL ECONOMISTA | 21 | 1 |

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

| Fecha | Titular/Medio | Pág. | Docs. |
|----------|--|------|-------|
| 02/10/14 | GOOGLE ELIMINA MEDIOS ALEMANES DE SU BUSCADOR / LA RAZON | 22 | 1 |



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





La web de EL PAÍS se renueva

La página cambia para ofrecer un diseño más limpio y con la información mejor jerarquizada y afianzar su carácter de medio global en varios idiomas

EL PAÍS, Madrid

La web de EL PAÍS (elpais.com) ofrece desde ayer una nueva imagen. La edición digital de este periódico se ha remodelado para mejorar la jerarquización de las noticias y hacer más sencilla la navegación.

Los cambios van mucho más allá de lo cosmético. Las secciones del menú principal de navegación se modifican para hacer más intuitiva la consulta de la página. Política cambia su nombre por el de España. Sociedad desaparece y sus contenidos se distribuyen en varias secciones.

Opinión, Tecnología y Televisión pasan a figurar en el menú principal. Y nace la sección Esti-



Imagen de la portada de la web de EL PAÍS, ayer por la tarde.

lo, que agrupa las noticias de Gente y de otros asuntos como gastronomía, moda o nuevas tendencias.

En paralelo a estas novedades

al cambio de estilo, la identidad gráfica de EL PAÍS y de sus secciones en las distintas redes sociales también se ha actualizado y muestra un diseño más

acorde con el nuevo estilo de la edición electrónica.

El periódico generalista líder en España y con mayor influencia en las redes cuenta con más

de 3,4 millones de seguidores en Twitter y más de 1,4 millones en Facebook.

Los cambios también pretenden afianzar a EL PAÍS como un medio global. Sus tres ediciones —española, americana y brasileña en portugués—, a la que en unos días se unirá otra más en catalán, tendrán más presencia en la nueva portada, con enlaces destacados por encima de la cabecera que facilitan una navegación más sencilla e intuitiva entre ediciones.

El periódico modifica su identidad gráfica en las redes sociales

El diseño facilita a los lectores la navegación entre los contenidos

La remodelación de la página no supone un paso aislado que concluye con el lanzamiento de sus novedades. El mundo digital debe hoy estar en perpetua evolución para adaptarse a los nuevos y cambiantes hábitos de lectura.

DOS PROYECTOS DIGITALES



Stephen Hawking, en su reciente visita a Tenerife. / D. MARTÍN (AFP)

Ciencia rigurosa y amena

EL PAÍS, Madrid

Una de las grandes novedades en esta nueva etapa viene de la mano de la sección de Ciencia. EL PAÍS se ha asociado con Materia, un medio nacido en Internet y líder en la información científica en español, para reforzar su cobertura sobre asuntos de investigación, medio ambiente, salud y tecnología.

La sección ofrece información diaria y la contextualiza con vídeos, fotografías, análisis e informes especiales para que las no-



ticias tengan valor educativo y no una mera vida efímera.

La nueva página quiere convertirse además en punto de encuentro para los lectores hispanohablantes y ofrecerá charlas y hangouts —encuentros digitales— vía web, además de organizar eventos, talleres y otras actividades.

Materia cuenta con el apoyo de un consejo edito-

rial formado por prestigiosos científicos, incluidos tres premios Príncipe de Asturias: Pedro Alonso, José María Bermúdez de Castro y Mario Bunge, el autor en español más citado de la historia de la ciencia.

Materia debutó ayer en la web de EL PAÍS con un mapa elaborado con más de un millón de datos que señala dónde es mayor el riesgo de cáncer en España. La información fue una de las más leídas, comentadas y compartidas de todo el día.



Imagen que ilustra una información de Verne sobre la flexibilidad del iPhone 6.

Lo más asombroso de Internet

EL PAÍS, Madrid

¿Sabe que el olor de la lluvia sobre tierra seca se llama petricor? Una información sobre ésta y otras 28 cosas que casi nadie sabe que tienen nombre se convirtió la semana pasada en una de las más compartidas de la página de EL PAÍS durante este año. La pieza despertó la curiosidad de cientos de miles de lectores y fue elaborada en la redacción de Verne, una nueva web lanzada por este periódico que tiene por objetivo el objetivo de des-

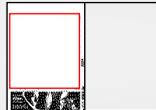


cubrir lo asombroso de Internet y distribuir contenidos virales para redes sociales.

Generalista y dirigida a un público joven y usuario de tecnologías móviles, Verne publicará cada día contenidos variados que abarcan desde la política internacional hasta la actualidad de Twitter; siempre con el asombro como prisma para enfocar la realidad. La página, en cons-

tante desarrollo, empleará gráficos, gifs animados, vídeos, listas, ilustraciones y todos los formatos característicos de Internet que sean necesarios para abordar de otra manera las cuestiones más comentadas en cada momento.

¿Por qué millones de personas deciden ver el mismo vídeo mientras la mayoría pasan desapercibidos? ¿Qué nos lleva a compartir una noticia y otra no? El objetivo de Verne es contar las historias que hay detrás de miles de "me gusta".



LA VANGUARDIA

LA CONTRA

José María Carrascal, periodista

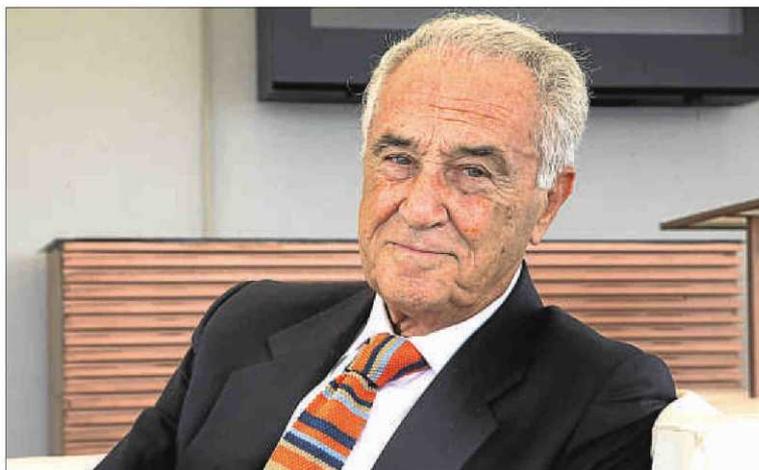
VÍCTOR-M. AMELA

IMA SÁNCHEZ

LLUÍS AMIGUET

Faig 84 anys al desembre. Sóc de Madrid i he viscut a Alemanya i Nova York, on visc la meitat de l'any. Sóc periodista, ho seré fins al final. Estic casat fa 54 anys. Es veu que sóc conservador. Sóc catòlic no practicant. Estic en pau amb mi mateix i amb el món

“Veig violència immanent en Pablo Iglesias i Podem”



KIM MANRESA

Com va la jubilació?
Treballo més que mai: publico cinc columnes a la setmana, un llibre a l'any...
Sobre com envellir bé, alguns, oi?
Sí, la vellesa és la millor època si has cuidat la salut, si has previst un mínim de diners i si tens actitud.
Quina actitud?
Pitjor que un jove fent veure que és madur és un madur fent veure que és jove: gaudeixo de cada minut perquè sé que és un minut menys, i accepto no ser protagonista.
Vostè va ser molt protagonista...
Encara em diuen pel carrer: “Quan torna a televisió?”. Ha, ha.
I no.
No! Van ser nou anys, cada nit, i vaig fer el que vaig voler: tot està bé, estic en pau.
Què recorda d'aquells anys?
L'angoixa del vídeo que no entra, el *prompter* que falla, el focus que es trenca... Que bé treballar només amb un paper i un llapis!
Llapis?
De punta tova, que flueixi bé: així escric.
Hauria fet una cosa diferent?
De vegades ho he pensat, però avui sé que

no hi ha motiu, avui sé que no puc agradar tothom: estic en pau amb tot el meu passat.
Quins pals que li fotia a Felipe González?
Sí..., però em va fer fora Aznar.
Alça!
A punt de ser president, el 1996, Aznar ens va reunir a Gabilondo, a mi i a algun altre periodista i ens va preguntar: “Com a amics, quin consell em donaríeu?”. Jo li vaig dir: “Vostè i jo mai no serem amics”.
I això?
Un periodista i un polític tenen funcions enfrontades, no han de ser amics! Si són amics, un dels dos ho està fent malament. Al cap d'un any i poc de ser Aznar president..., em van prendre l'informatiu a Antena 3.
I com sap que va ser Aznar?
“Carrascal no és fiable”, va comentar als seus col·laboradors, i un m'ho va filtrar.
I tenia raó, no?
Des dels 50 anys dic el que penso. Recordo una senyora que em va dir pel carrer, amonada: “Carrascal, vagi amb compte, que l'afusellaran”. És una por del franquisme.
Seria avui tan crític amb Rajoy?
Avui no es porta l'informatiu d'autor, els informatius estan potinejats, els vídeos dels partits els envien ells mateixos...

Exmarí

Carrascal es va formar com a marí, i quan ja tenia comandament al vaixell *Vizcaya* ho va deixar: els seus superiors el van acusar de dialogar massa amb els subalterns. “No entenia la jerarquia, no sabia manar”, accepta... Ni ser manat. L'entenc... I es va fer periodista. I corresponal (a Alemanya, el 1958) per tenir lluny els caps. Ni ser manat ni manar: només narrar. I així continua, des de fa 56 anys, insubornable, només casat amb la seva muller: “Els primers 40 anys són els difícils, després és fàcil”, riu. Publica *El mundo visto a los 80 años* (Espasa), on aquest home curiós i culte argumenta sense pèls a la llengua. El seu secret de salut: “No sopo i fujo dels metges”.

Com veu Espanya?

En baixa forma. I empenyada. És inútil: l'empenyament és infèrtil, no dona res.

Surt Podem.

Sí, Podem ha sabut recollir l'empenyament d'un país que es va creure ric i no ho és! Però Podem predica un bolxevisme primitivíssim, molt vetust. I violent.

Violent, Podem?

“Anem de cacera a trencar la cara als fatxes”, va dir Pablo Iglesias en una xerrada, vegi-la a YouTube. Trencar la cara! Això agrada molt a Espanya... Em fa por. Ha vist la mirada de Pablo Iglesias? Hi ha una violència immanent..., i això imanta l'espanyol.

Però no hi veig gaires alternatives...

A Catalunya, l'independentisme... Ho deploro: aprecio l'amor a la terra, el patriotisme, però menysprear els espanyols, sentir-se superior... ja sabem a què condueix!

També hi ha nacionalistes espanyols.

Per sort no cotitzen, estan de capa caiguda.

Què creu que passarà amb Catalunya?

El català és arrogant, fanàtic del que és seu i fantasiós, s'ho creu, surt a menjar-se el món, és agosarat!, i això és bo..., però també pot donar-se grans trompades, per fatxenda.

Ho diu pensant en Artur Mas?

Ho he vist en alguns empresaris catalans amics. L'espanyol és més acomplexat, insegur, caut. I més el basc: vegi que no queda cap cèl·lula d'eternes irreductibles.

Afortunadament.

Sí. Jo vaig portar escorta nou mesos, ETA em va amenaçar de mort...

Com veu el PSOE i Pedro Sánchez?

No li veig futur. I una crisi a l'esquerra és sempre dolenta per a Espanya.

Quin consell li donaria avui a Rajoy?

El donaria als espanyols.

A veure, a veure.

Un, concrem la responsabilitat individual. Dos, entenguem que la democràcia són deures, no només drets. I tres, el millor és enemic del que és bo: tinguem més modèstia!

Acabaria així la corrupció?

La corrupció és genètica a Espanya, vegi la nostra picaresca. Aquí admirem els penques, picars, som tots uns aprofitats, ens colem a les cues... Vol una solució? Càstigs molt forts!

No tenim remei, vaja.

Canvia la superfície, però gens el fons. A Espanya, el passat pesa molt, Kant deia que som “la nació dels avantpassats”. No som moderns, vam inventar la contrareforma!

En la religió sí que hem canviat...

Bé, avui veig ateu amb molta fe en la inexistència de Déu..., sent una mica més difícil de sostenir que la seva existència, no troba?

Quina és la seva fe, quin és el seu secret?

No ser impacient, saber que de tot el que ens sembla dolent acabarà sortint alguna cosa bona. La vida és molt digna de ser viscuda... si no n'esperes gaire!

VÍCTOR-M. AMELA



ENTREVISTA | **Roberto Villarreal** Periodista

‘Las guerras de religión siguen muy vivas’

JAVIER DÍAZ PLAZA

- El *Lignum Crucis* es el madero usado por los romanos para crucificar a Jesucristo.

- Hay varios en Europa. En el monasterio de San Pedro de Arlanza de Burgos, que está en ruinas, existió un *Lignum Crucis* ligado a la figura de Fernán González, primer conde de Castilla y padre de la España actual. La reliquia desapareció en 1893 tras la muerte del arzobispo de Burgos. Era una pieza de gran interés por su significación religiosa y política, ligada a la Reconquista y los orígenes del Estado moderno.

- Su búsqueda centra la trama de su primera novela.

- La protagonista, una conservadora del Museo del Prado, se ve inmersa en un maquiavélico rompecabezas. Al seguir la pista de la legendaria reliquia medieval se convierte en una incómoda amenaza para el poder oculto de los últimos nostálgicos de la España franquista, radicalmente xenófobos y refrecarios a la mezcla de razas y religiones.

- El trasfondo del libro esconde una crítica a ese radicalismo.

- Más allá de la intriga y la narrativa, la novela tiene un trasfondo de crítica a los excesos que se cometen en nombre de las banderas y las religiones. Sólo hay que ver cómo está el

mundo. Las guerras de religión siguen muy vivas.

- ¿En Catalunya?

- La novela no entra a fondo en torno a los nacionalismos dentro del Estado español, pero sí es un aviso a navegantes para los nostálgicos de la ‘España una, grande y libre’ sobre esas ideas y lo peligrosas que pueden ser.

- ¿Realidad y ficción?

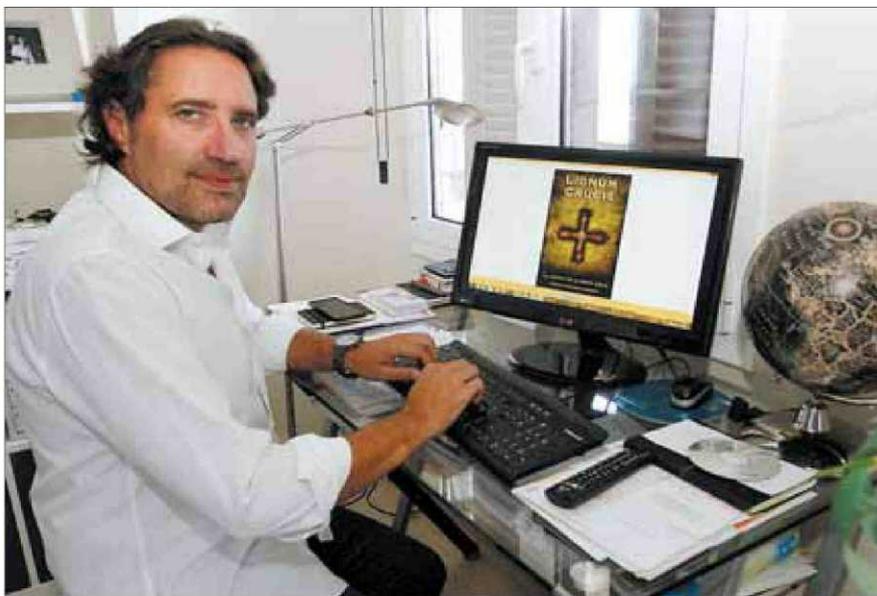
- Las piezas de arte sacro, las reliquias, los monasterios, los templos y las ermitas que aparecen en el libro están perfectamente documentados históricamente. Es todo absolutamente real. A partir de ahí, me tomo una serie de licencias narrativas en torno al posible paradero del *Lignum Crucis*.

- ¿Cómo se documentó?

- La idea de escribir el libro me surgió hace más de diez años. Comencé a hacer una investigación para *Diario de Burgos* sobre una reliquia medieval muy importante: la Virgen de las Batallas. A partir de ahí, he ido recopilando mucha información sobre misterios y enigmas relacionados con el arte sacro.

- Tarragona está presente en la novela.

- La zona portuaria aparece en la secuencia final del libro, pero puedo avanzar que la trama está muy ligada al poder económico de las grandes fortunas del islam.



Roberto Villarreal, en su despacho en Tarragona, con la portada de su novela ‘Lignum Crucis’. FOTO: LLUIS MILIÁN

PERFIL | **Roberto Villarreal (Eibar, 1969)**, afincado en Tarragona desde hace una década, acaba de publicar su primera novela, *Lignum Crucis*, autoeditada y que está en

entre las más vendidas en formato digital en Amazon. Como periodista ha trabajado en *Diari de Tarragona*, *Diario de Burgos*, *La Gaceta de Salamanca* o *El Mundo*.

- Asegura que ‘*Lignum Crucis*’ sigue la estela de ‘bestsellers’ como ‘*El código Da Vinci*’.

- El *código Da Vinci* marcó un antes y un después en la literatura ligada al patrimonio histórico. Mi novela es de ese estilo, pero con más ironía y más sorna. Tie-

La trama de la novela se centra en la búsqueda de un madero de la cruz de Jesucristo

ne un punto más español, no en el sentido nacionalista, sino más del carácter nuestro.

- ¿Por qué ha lanzado el libro sólo en formato digital?

- Me parece una fórmula muy buena para probar el libro. Ya he iniciado contactos con edito-

riales para publicarlo en papel, pero estoy pendiente de que se falle a finales de año el concurso de novela del Círculo de Lectores -‘*Lignum Crucis*’ es uno de los aspirantes-. Hasta entonces no me meteré a fondo, pero puedo avanzar que será una edición reducida, de calidad, casi de coleccionista.

- De momento, el libro está en el ‘top 100’ de los más vendidos en España en la plataforma Amazon.

- Lo puse el 1 de septiembre y, hasta la fecha, el resultado está siendo muy bueno. Lleva un mes en el ‘top 20’ de los más vendidos en dos géneros: acción y aventura y ficción histórica.

- ¿Cuesta darse a conocer sin el respaldo de una editorial?

- Es un camino complicado cuando eres un completo desconocido más allá del entorno periodístico. Trato de ganar la

máxima visibilidad a través de las redes sociales y blogs especializados.

- ¿Tarragona inspira a la hora de escribir un libro?

- Para cualquier escritor, Tarragona es una ciudad idílica: su luz y su clima animan a pensar y reflexionar con tranquilidad. Si bien es cierto que, con este buen clima, cuesta más encurrarte con el ordenador porque hay muchas tentaciones.

- ¿Cuándo escribe?

- Soy un escritor de día, muy madrugador. En las primeras horas de la mañana es cuando tengo la cabeza más despejada.

- ¿Ya tiene en mente otro libro?

- Tengo varias ideas, pero la más avanzada está ligada nuevamente a Tarragona: una ciudad moderna asentada sobre otra romana da mucho juego.



LA PRENSA, ANTE SU PRESENTE Y FUTURO

Medellín respira crónicas y relatos con motivo de la celebración de los Premios Gabriel García Márquez de Periodismo, una cita para repensar el oficio y describir el acoso de la noticia desde todos los ángulos

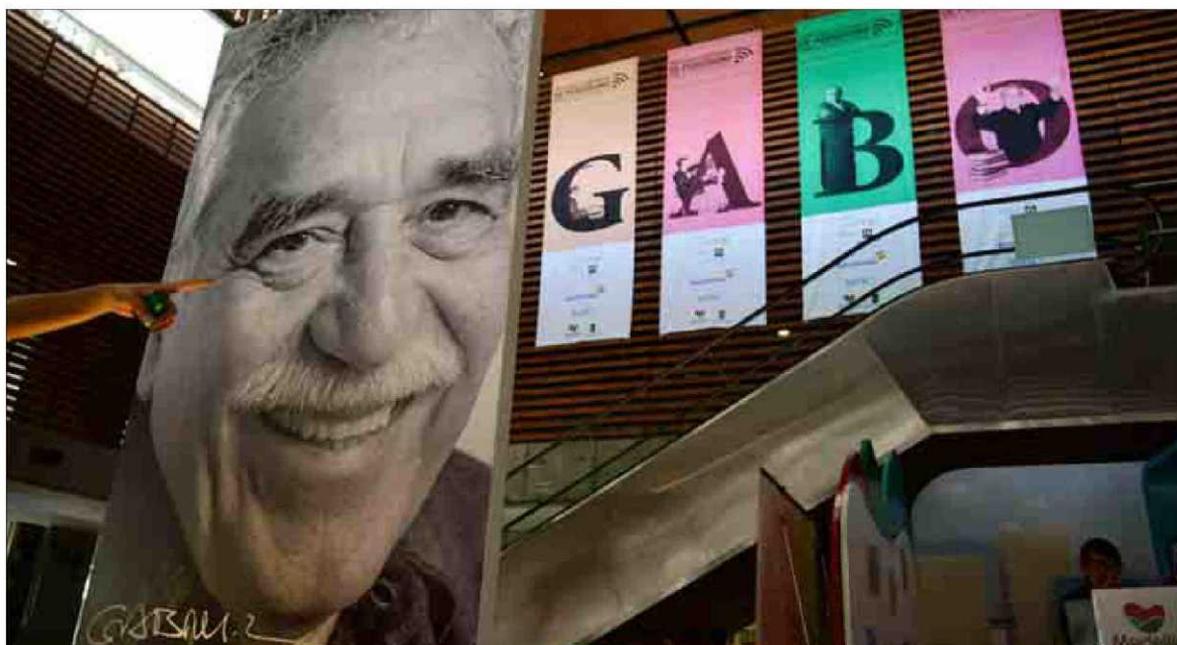
Un periodismo en reconstrucción

MANUEL JABOIS / Medellín
Enviado especial

Cuando decidí crear los premios García Márquez, el Nobel suspiró: «Hay que construir prestigio». Su Fundación de Nuevo Periodismo anda en Medellín poniendo cimientos de un mundo en derrumbe, desplazado y salvaje, donde se mezclan revistas digitales rompedoras como la salvadoreña *El Faro* o la guatemalteca *Plaza Pública* y la vieja aristocracia del diario de noticias. La ciudad es una metrópolis recompuesta, viva, en la que los edificios trepan las montañas del valle dando una impresión desordenada y vibrante. Medellín ha huido de sí misma y no se reconoce en el escenario de bombas y cadáveres del narcotráfico. Aquí también se pretende una reconstrucción del periodismo, un discurso filtrado en el que no haya autocompasión sino ideas, y una permanente exposición de las tripas del relato de no ficción, el acoso a la noticia desde todos los ángulos.

Lo explicó el martes Eduardo Suárez, candidato a premio en categoría de Texto. Este año fue enviado a Alaska para recordar 25 años después del desastre del Exxon Valdez que publicó EL MUNDO. Y una vez allí, asedió todas las fronteras del relato: desde la historia del lugar y el impacto que tuvo la reconstrucción del paisaje en tribus indígenas (con la llegada de la empresa y el suministro de alcohol y cocaína entre los nativos, que disparó la violencia de género) hasta los cambios ecológicos, la burocracia que siguió al vertido y el revolcón del Supremo con las indemnizaciones que terminaron de hundir a muchas familias que contaban con el dinero inicial concedido.

La cuestión era que Suárez tenía una historia entre manos: un petroliero cargado de 208 millones de li-



Un cartel de Gabriel García Márquez, junto a su nombre, rinde homenaje al Nobel en las jornadas de Periodismo de los premios en su honor. / AFP

tros de crudo entrando en un estuario helado con un capitán borracho que había tomado chupitos de vodka en la comida, y que, para irse a su habitación, cedió el mando a un tercer oficial sin competencias. Otro finalista en la categoría de Texto, Bruno Larocca, se abalanzó sobre una celebridad de la medicina, René Falvaloro, autor del primer *bypass* cardíaco del mundo, y a quien se le deben cientos de miles de vidas gracias a sus estudios con el corazón; se suicidó de un disparo en el suyo. Y la tercera, Alexandra Samper, escucha el relato de Guillermm Cortés, *la Chiva Cortés*, secuestrado a los 74 años y vendido a las FARC. «El odio envi-

lece... eso no lo perdono, no puedo perdonarlo... El terror y la angustia continúan. Las cosas sencillas de la vida me dan miedo. Mijita, sigo secuestrado», y así murió.

Con los tres trabajos, impactantes en su sinopsis, los autores desarrollan una minuciosidad de relojero sin pasiones, sin poesía y sin *casuales* coincidencias estilísticas ni narrativas. Una sequedad de cirujano para explicar el camino de la gran crónica, género de la prensa escrita que García Márquez antepone casi con violencia a la entrevista. Suárez, que ha desarrollado su carrera entre Bruselas, Londres y Nueva York, es junto a María Ramírez autor de un blog

de título abrasivo, *nohacefaltapel.com*, en el que ambos van siguiendo la pista del futuro del periodismo y sus pautas sin objeto canónico. En el trabajo de EL MUNDO se exhiben el rigor de una tradición periodística y la profundidad de un universo, el de este oficio, que se expande irremediamente. La crónica necesitó para salir integra de los cursos de la web del periódico.

De narrativa visual habló ayer Xaquín González junto a Sindo Lafuente, y de periodismo de investigación Antonio Rubio, director del Máster de Investigación de EL MUNDO, Alberto Arce, corresponsal de AP en México, y Carlos Fernando Chamorro,

veterano y premiado periodista nicaragüense y director de la revista *Confidencial*. Este reportismo, dijo Rubio, tiene una intencionalidad, busca cambiar algo. Mostró trabajos de EL MUNDO, destripó una de las grandes exclusivas del diario, las escuchas del Cesid, descubiertas en 1993 y seguidas hasta su publicación seis años después. Porque, aclaró el reportero, todo se contrasta, todo se chequea y todo tiene que ser obtenido dentro de la legalidad.

A esta hora del cierre habla Óscar Martínez, escritor de *El Faro*, y desde fuera se escucha esta frase: «El periodista necesita tiempo para perder. Parece que no lo hay».



TV3 oblida el sotrac de l'estiu i lidera el setembre sense oposició

8TV inicia la temporada amb el millor registre mensual de la seva història

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

Després de tres mesos sense liderar i d'haver obtingut a l'agost l'audiència més baixa de la seva història, TV3 ha recuperat l'impuls amb l'inici de la nova temporada: ha guanyat més de tres punts, lidera amb claredat i domina a plaer el rànquing de programes més vistos del mes.

TV3

Obté el segon millor resultat de l'any, amb un 13,3%

La televisió pública havia de demostrar que els mals resultats de l'estiu només havien sigut un accident, i se n'ha sortit prou bé: ha millorat en 3,1 punts el resultat de l'agost, fins a arribar al 13,3% –la segona millor dada de l'any, per darrere del 13,6% del maig– i avantatja en un punt i mig la segona classificada, Antena 3. A més TV3 ha sigut el canal més vist 18 dels 30 dies de setembre, i té una posició de privilegi al rànquing de programes: ocupa els set primers llocs, nou dels deu primers i vint dels quaranta primers. Entre aquests hi ha algunes de les novetats del curs, com *El crac* (sisè), *300* (dotzè) o el retorn d'*El convidat* (setè). Pel que fa a la resta de canals de la CCMA, el 3/24 ha fet la millor dada dels últims dos anys, amb un 1,6%; el Super3/33 baixa una dècima, fins a l'1,7%, i Esport3 es manté en un 1,2%. En conjunt, la Corporació ha obtingut un 17,8%, la millor dada de l'any.

Canals privats espanyols

Antena 3 i La Sexta superen Telecinco i Cuatro per la mínima
Antena 3, que havia liderat a l'agost amb un 12,7%, ha caigut a un 11,8%, però tot i així es manté per davant de Telecinco, que puja sis dècimes i es queda amb un 11,7%. En la lluita de les segones cadenes, també s'imposa la d'Atresmedia per només una dècima: La Sexta ha crescut mig punt i s'ha situat en un 6,3%, mentre que Cuatro ha baixat d'un 6,5% a un 6,2%. Malgrat tot, per grups domina clarament Mediaset, amb un 27,1% per un 22,8% d'Atresmedia.

TVE

La 1, condemnada a lluitar amb Cuatro i La Sexta

L'inici de la nova temporada no ha portat cap bona notícia a TVE. Mal-



Deixant de banda el futbol, l'especial d'*El foraster* a TV3 va ser el programa més vist durant el mes de setembre a Catalunya, amb més de 900.000 espectadors. TVC



**Espanya
Telecinco
puja 1,2 punts
i recupera
el lideratge
al conjunt
de l'Estat**

grat el retorn de la Champions i de sèries com *Isabel o Àguila Roja*, La 1 s'ha quedat amb un 6,9% de quota al setembre, la segona pitjor dada de l'any –al març va fer un 6,6%– i molt a prop del mínim històric de l'agost de l'any passat, quan es va quedar amb un 6,3%. De fet, el canal públic ha caigut mig punt en relació amb el mes anterior, i ha quedat només 6

dècimes per sobre de La Sexta i 7 per sobre de Cuatro. El grup de canals de TVE sumen un 12,4%, menys que TV3 sola.

8TV

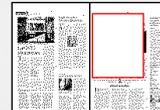
El canal del Grupo Godó marca el millor registre històric
Amb un 4,2%, 8TV obre la temporada amb la millor dada mensual que ha aconseguit mai. De fet, *8 al dia* va fer el dia 18 –coincidint amb el referèndum d'Escòcia i amb l'entrevista de Josep Cuní a Artur Mas– el seu rècord històric, amb 288.000 espectadors i un 11,2% de *share*.

Resultats a Espanya

Telecinco torna a ser líder però La Sexta supera Cuatro
Pel que fa al conjunt de l'Estat, Telecinco recupera el lideratge que havia perdut a l'agost gràcies a un increment d'1,2 punts, que la deixa en un 14,2%. Antena 3 també puja, però només una dècima, i cau al segon lloc amb un 13,6%. La 1 creix set dècimes, fins a un 10%, i La Sexta avança Cuatro i recupera el quart lloc per la mínima: 7,2% a 7,1%.

Programes més vistos al setembre

| | ESPECTADORS | SHARE |
|--|-------------|-------|
| 01 Lliga de Campions: París Saint-Germain - Barça | | |
| TV3 30/09 | 1.170.000 | 33,3% |
| 02 El foraster a TV3 | | |
| TV3 14/09 | 901.000 | 28,9% |
| 03 30 minuts: 'L'Assemblea, un retrat' | | |
| TV3 14/09 | 876.000 | 27,5% |
| 04 Píromusical de la Mercè | | |
| TV3 24/09 | 870.000 | 26,3% |
| 05 Telenotícies cap de setmana vespre | | |
| TV3 14/09 | 811.000 | 26,7% |
| 06 El crac | | |
| TV3 29/09 | 746.000 | 21,5% |
| 07 'El convidat': Lluís Llach | | |
| TV3 28/09 | 725.000 | 23,8% |
| 08 MotoGP: Gran Premi de l'Aragó | | |
| TELECINCO 28/09 | 700.000 | 34,7% |
| 09 Telenotícies migdia | | |
| TV3 12/09 | 681.000 | 32,4% |
| 10 Telenotícies vespre | | |
| TV3 29/09 | 655.000 | 21,5% |



MITJANS

8tv culmina el millor mes de la història de la cadena

La cadena del Grup Godó obté el 7,3% de cuota de pantalla en el 'prime time' i prepara nous llançaments

REDACCIÓ Barcelona

8tv, la cadena de televisió del Grup Godó, ha tancat aquest mes de setembre amb una quota de pantalla del 4,2%, que suposa el millor registre absolut de la seva història, amb un increment del 14% respecte a l'any anterior. A més, el 18 de setembre 8tv va registrar el seu rècord històric de quota diària, amb un 6,3%. I no hem d'oblidar que aquests extraordinaris resultats s'han produït el primer mes de la nova temporada televisiva; és a dir, quan les principals cadenes han preparat els seus llançaments més importants.

El creixement de l'audiència s'ha consolidat a les quatre províncies de Catalunya, en què els resultats més rellevants són els obtinguts a la província de Girona, amb un nou màxim històric del 5,2%, que igualen el registre d'audiència de La 1. En *prime time*, 8tv ha aconseguit una quota del 6,1%, més d'un punt sobre el màxim anterior; i de dilluns a divendres obté un creixement del 30% en aquesta franja horària de màxima audiència, tancant el mes amb una quota del 7,3%, dos punts superior a l'anterior màxim.

En aquests resultats, destaca tot el seguiment de l'actualitat que ha realitzat el programa *8 el dia* amb Josep Cuní, que s'ha consolidat com un autèntic



LLIBERT TEIXIDÓ / ARXIU

El 8 al dia de Josep Cuní ja és una referència de la televisió a Catalunya

referent informatiu a Catalunya, aconseguint un màxim històric mensual per al programa del 8,5%.

Entre els espais més vistos hi ha l'entrevista al president de la

Cada diumenge, els espectadors de 8tv podran gaudir de la sèrie '24' amb Kiefer Sutherland

Generalitat, Artur Mas (amb una cuota del 14% i liderant la nit del 17 de setembre); l'especial Onze de Setembre, amb més de set hores en directe i una quota del 9,1%, o el documental

sobre el cas Jordi Pujol, amb més de 270.000 espectadors.

D'altra banda, l'espai *Aruçitys*, que presenta Alfons Arús, ha començat la seva tretzena temporada reafirmant-se com l'opció d'entreteniment dels migdies preferida pels catalans amb un excel·lent 5,5% d'audiència mensual, que representa un creixement del 9% respecte al mes de setembre del 2013. En aquesta temporada, el programa *Aruçitys* ha ampliat 30 minuts la seva durada, ha estrenat noves seccions i ha incorporat nous col·laboradors,

8tv prepara també nous llançaments per al mes d'octubre per acabar de reforçar la seva programació. Cada diumenge, els espectadors podran gaudir d'una de les millors sèries d'ac-

ció dels últims anys, 24, amb Kiefer Sutherland.

I als vespres, de dilluns a divendres, arriba un dels personatges més carismàtics de la televisió: *Monk*, un investigador considerat el Sherlock Holmes modern. 8tv estrena també un cicle dedicat als àliens. Els dijous d'octubre emetrà cinc títols mítics sobre aquestes criatures tan fascinants i aterridores.

Durant aquest últim mes, la interacció dels espectadors amb la cadena, mitjançant les xarxes socials, també ha continuat la tendència a l'alça de l'audiència i ha experimentat un important creixement tant a Facebook com a Twitter. A més, l'aplicació de 8tv ha estat descarregada en més de 60.000 telèfons mòbils.●



PROJECTE CONJUNT DE DIVERSOS GRUPS DE COMUNICACIÓ

Els diaris creen una plataforma de venda de publicitat digital

► El Grup Zeta, editor d'EL PERIÓDICO, és un dels impulsors de la iniciativa

► PMP Medios permetrà accedir a 40 webs i 18 milions d'usuaris únics

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Diversos grups de comunicació espanyols, entre els quals hi ha el Grup Zeta (editor d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, Sport, El Periódico de Extremadura, El Periódico de Aragón, Mediterráneo, Córdoba i Crónica de Badajoz), Unidad Editorial, EPI, PRISA, Vocento, Godó i El Economista, han llançat de forma conjunta PMP Medios, una plataforma de venda programàtica de publicitat en temps real que és exclusiva dels mitjans de comunicació.

Es tracta d'una plataforma en la qual els grups que editen els principals diaris espanyols posen a disposició, de manera conjunta, el seu inventari digital per a compra programàtica. Aquesta iniciativa busca satisfer la creixent demanda actual del mercat publicitari d'un model d'adquisició automàtica que actualment suposa el 15% de la publicitat *on line* a Espanya, però que als Estats Units ja arriba al 28% del total.

Així, anunciants i agències po-



►► Una lectora, davant l'edició digital d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, ahir.

dran comprar directament les audiències de forma exclusiva, garantint un entorn amb continguts periodístics de qualitat.

PER PERFILS // La plataforma PMP permet, a més a més, la possibilitat de comprar publicitat seleccionant el perfil de l'usuari en funció dels diferents canals de notícies (com ara esports, economia, política, tecnologia, vida i estil, oci...) d'una manera

automatitzada.

Els anunciants podran accedir ara de manera programàtica a més de 40 *sites premium* i 18 milions d'usuaris únics, amb una cobertura del 92% de l'audiència d'informació digital, i podran gaudir de l'opció de disposar la seva publicitat al costat de les notícies més llegides.

Aquesta plataforma opera sobre la tecnologia DoubleClick AdExchange i està en funcionament

des del mes de setembre.

Inicialment, l'oferta se centrarà en formats *display* (bàners) però aviat s'estendrà a altres tipologies, incloent-hi formats *rich-media*, mòbils i de vídeo.

L'inventari s'oferirà segmentat per categories, de manera que els compradors podran licitar en subhastes privades, encara que també es podrà arribar a acords que tindran un preu fix. ≡

EL PERIÓDICO



YouTube, la fábrica de estrellas

Por BROOKS BARNES
y HUNTER ATKINS

LOS ÁNGELES — Hace unos meses, la productora CBS Films quería que Bethany Mota, una *videobloguera* de 18 años, hiciese un pequeño papel en la película *The Duff* y que después contase la experiencia a sus 7,2 millones de seguidores en YouTube. En la CBS pensaron que Mota, conocida por los videos de moda que hace desde su dormitorio en la ciudad de Los Banos, en California, estaría encantada de tener esa oportunidad.

Pero la *videobloguera* les respondió que hablasen con su equipo de asesores, formado por la agencia de talentos United Talent, un abogado, y dos publicistas. Estos solicitaron a la productora unos honorarios de 250.000 dólares, según una persona involucrada que pidió mantenerse en el anonimato. La CBS no daba crédito. Resulta que el sistema de *fabricación* de estrellas del futuro necesita del pasado. O, al menos, un enjambre de agentes y gestores ha decidido que eso sea así. Los intermediarios han llegado para acabar con el estatus de YouTube como la empresa del *hágalo usted mismo*.

El valor añadido de este sitio web era su capacidad para eliminar los intermediarios, pero en la actualidad existen más de 20 agencias de representantes compitiendo por actuar en nombre de las estrellas que surgen de la plataforma. Para justificarse, estas firmas aseguran que a cambio de

llevarse entre un 10% y un 20% de los ingresos de estos talentos *online*, sus servicios les ayudarán a alcanzar el estrellato y a conseguir más contratos, promociones y actuaciones. “No somos solamente mineros en busca de oro”, aclara Larry Shapiro, captador de talentos en Fullscreen, una empresa de videos por Internet. “Convertimos ese oro en preciosas joyas”.

En todo caso, las estrellas de YouTube no escasean precisamente. CBS renunció a Mota y contrató a cinco personajes menos conocidos por una pequeña parte de su tarifa. Juntos alcanzaron una audiencia mayor. ¿Pedían dema-

publicidad. Al instante empezaron a proliferar las marcas que buscaban insertar anuncios de algunos de sus productos durante el video a cambio de jugosas cantidades. Esto se debió en parte al creciente número de suscriptores. Los creadores de videos más populares generan al menos un millón de dólares al año.

Intermediarios de toda clase empezaron a salir a la caza del dinero. “Casi de un día para otro esto se convirtió en una auténtica locura”, recuerda Raina Pencansky, directora de estrategia de Digital Brand Architects, una de las primeras empresas en abrir una división en la plataforma de videos.

La fiebre por representar a las estrellas de las redes sociales ha alcanzado tales cotas que algunos directivos del sector del espectáculo demandan una mayor explotación por parte del Gobierno. Lo que preocupa es que algunos representantes —empresarios arribistas o no del todo honrados— están sacando provecho de los intérpretes de Internet, muchos de los cuales son ingenuos adolescentes.

“El dinero lo ha cambiado todo”, comentaba Naomi Lennon, presidente de Lennon Management, especializada en personalidades de YouTube. Igual que los famosos convencionales, muchas de sus estrellas han contratado un agente y un administrador. A la mayoría de ellos le entusiasma la atención que despiertan entre el público. YouTube está tan abarrotado de potenciales estrellas que necesitan ayuda para que se fijen en ellos. A medida que los anunciantes convencionales, las editoriales de



Bethany Mota, de 18 años, tiene 7,2 millones de seguidores en YouTube. La *videobloguera* tiene agentes, abogados y publicistas que la representan. Los *cazatalentos* aprovechan la aparición de multitud de estrellas *online* para hacer su agosto.

Hay una fiebre por representar a los talentos 'online'.

siado los representantes de Mota? Brent Weinstein, director digital de United Talent, defiende que a los creadores de videos aún no se les representa “tan agresivamente” como a las estrellas del cine o la televisión. “Son artistas con un talento extraordinario y con grandes audiencias. Nuestra tarea es ayudarles a construir unas carreras más duraderas”, puntualiza.

Hace dos años, YouTube aún era un sitio en el que, casi siempre, todo lo hacía uno mismo. Pero entonces la plataforma decidió permitir que todos los productores de contenidos (en vez de solo algunos) participasen de los ingresos por

libros y las cadenas de televisión empiezan a otorgarles legitimidad, la gestión de sus carreras se vuelve más complicada.

El año pasado, un proveedor de videos por Internet llamado Machinima fue criticado duramente por la opinión pública después de que Ben Vacas, un cliente suyo de 24 años, descubriese que había firmado un papel renunciado a los derechos sobre sus videos “a perpetuidad, en todo el universo, bajo cualquier clase de medio que se conozca actualmente o se invente en el futuro”. (Machinima asegura que desde entonces ofrece contratos menos restrictivos).

“Casi toda la gente de Hollywood que he conocido ha abusado de mí, excepto United Talent Agency, que cree en mí y me cuida”, decía Shane Dawson, un cómico de 26 años con 6,2 millones de seguidores en YouTube. Los representantes se consideran a sí mismos protectores de estos artis-

tas. Lennon cita a Stefanie y Tracy Barton, dos hermanas de Alabama que hacen videos con el nombre de Eleventhgorgeous. Según Lennon, antes de convertirse en sus clientas en 2012, habían firmado contratos de marca por valor de 500 dólares. “En cinco meses les estaba consiguiendo contratos de 5.000 dólares”, asegura.

En Fullscreen, unos 50 clientes se han apuntado a lo que Shapiro llama un servicio “360 grados”. Este agente cuenta orgulloso que su firma consiguió para su cliente Our2ndlife, un grupo de cómicos juveniles, un contrato que incluía aparecer en las redes sociales de MTV (Vine, Twitter, Snapchat, Facebook, Tumblr) y protagonizar el *show* que precede a la entrega de los premios MTV. Por todo esto, los artistas recibieron una retribución, lo cual aumentó significativamente su notoriedad en Hollywood y en el mundo de la publicidad, según Shapiro.

Con la colaboración de Brooks Barnes desde Los Angeles, y Hunter Atkins desde Nueva York.



OFERTA TELEVISIVA

La telerealitat
estrena avui A&E,
canal de pagament► Centrat en documentals de fets reals,
relleva Bio en les plataformesJUAN CARLOS ROSADO
MADRID

Deia el clarividenc autor de *Moby Dick*, Herman Melville, que en el terreny de la creació artística resulta preferible «fracassar en l'originalitat que tenir èxit imitant». A aquesta atrevida sentència s'han agafat els progenitors del canal A&E, que substitueix des d'avui Bio en les plataformes de pagament espanyoles amb el confessat propòsit de no deixar indiferent a ningú. La nova fi-

nestra arriba carregada de material *factual*, nou gènere televisiu que engloba documentals de telerealitat, com *Wahlburgers* i *Big Smo*, i sèries amb històries i personatges atípics.

Els bons resultats de canals com Discovery Max i Xplora (encara que a aquest se l'hagi acabat empassant la reestructuració de la TDT imposada pels tribunals) han animat la multinacional AMC Networks a introduir a Espanya el seu canal A&E,



► Els germans Wahlberg, protagonistes de la sèrie 'Wahlburgers'.

després d'haver contrastat la seva solidesa en més de 75 països. Als Estats Units és líder dins del gènere del *factual* i ja ha entrat en el top 5 dels canals de pagament més vistos. El seu èxit s'ha traduït en 27 premis

Emmy, amb el contundent lema *Be original* («Sigues original»). «L'arribada a Espanya suposa un salt qualitatiu en la nostra oferta de continguts, ja que la programació d'A&E és nova, original i autèntica», asse-

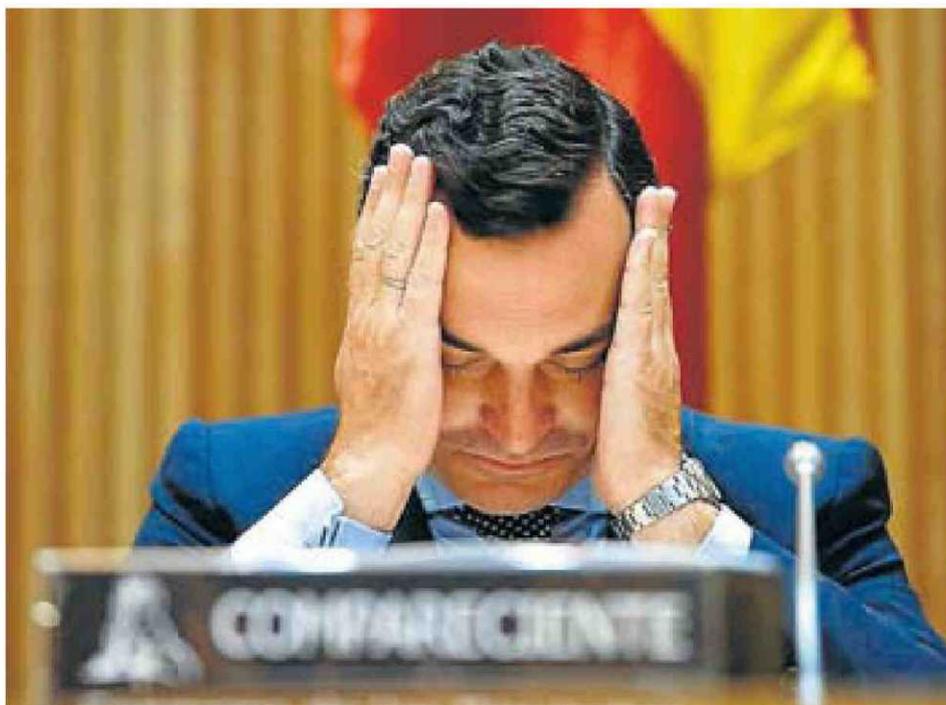
gura Carolina Godayol, directora general de Canal Historia Iberia, filial d'AMC Networks. «Ens dirigim a un públic adult, entre els 25 i els 54 anys, amb un contingut cent per cent real», precisa.

ACTOR AMB GANXO // El nou canal, que estarà present en les plataformes més importants (Canal +, ONO, R, Movistar TV, Telecable...), estrenarà divendres, 3 (22.55 hores), *Wahlburgers*, curiosa sèrie que mostra com funciona per dins el negoci de la família de l'actor Mark Wahlberg. Acompanyat del seu germà Donnie, també actor, demostrarà com és de difícil dirigir una cadena d'hamburgueseries. Dimarts, dia 7, li arribarà el torn a la docuserie *Big Smo*, protagonitzada per un talentós cantant de hip-hop, anomenat John Smith, que lluita per obrir-se pas en la indústria musical.

Secretos de hotel (diumenge, 5, 22.55 hores) i *Montecito* (dilluns, 6, 22.55 hores), sobre les dones més riques del món, són les altres dues estrenes més destacables. També s'emetrà noves temporades de sèries que ja van triomfar a Bio, com *¿Quién da más?* i *Duck dynasty*. ≡



elradar



L'expresident de RTVE, Leopoldo González-Echenique. JUAN CARLOS HIDALGO / EFE

Comença el procés per buscar el nou president de RTVE

A.C.R.
BARCELONA

La mesa del Congrés va obrir dimarts el termini perquè els partits proposin candidats a la presidència de Radiotelevisió Espanyola, després que Leopoldo González-Echenique dimitís del càrrec dijous de la setmana passada. Cada grup parlamentari podrà proposar un únic candidat abans de dilluns a les 20.00 -UPyD busca el seu a través d'una oferta de feina penjada a la web-, tot i que la mesa podria ampliar el termini. De moment no s'ha fixat cap data per a la votació de les candidatures i l'elecció del nou president pel ple del Congrés.

Quan Echenique va anunciar la seva dimissió, tant el PP com el PSOE van expressar la voluntat de negociar per trobar un candidat de consens, però ahir el portaveu parlamen-

tari dels populars, Alfonso Alonso, ja va mostrar públicament els seus dubtes que el principal partit de l'oposició tingui intenció d'arribar a un acord. La llei estableix que el president i la resta de consellers de l'ens públic han de ser escollits per una majoria de dos terços de la cambra, però l'any 2012 el PP va modificar la normativa per permetre que, si no s'assoleix aquest consens, n'hi hagi prou amb la majoria absoluta en una segona votació. Aquest va ser el procediment que va permetre a Echenique accedir al càrrec el juny del 2012 amb els vots de PP i CiU.

El consell d'administració de RTVE el formen nou membres -des de la dimissió d'Echenique, només són vuit-, però n'hi ha quatre amb el mandat caducat des del desembre del 2012. De moment no s'ha pres cap decisió en aquest sentit, però és probable que s'aprofiti el nomenament del nou president per substituir també aquests quatre consellers. ■



Internet / Iniciativa de la empresa Wouzee

El móvil o cómo contar la vida en directo

E. M. / Madrid

Una mirada al pasado hace difícil imaginar cómo se vivía sin dispositivos móviles. Los smartphones y las tabletas han cambiado la sociedad, las relaciones, la información, el trabajo, el ocio... Según el último informe de *La Sociedad de la Información en España*, elaborado por Telefónica, hay casi 26 millones de móviles con internet en España.

El VI Estudio Anual de Mobile Marketing, recién publicado por IAB Spain, recoge que el 87% de los internautas ya tiene un smartphone, lo

que representa el 56% de la población. Tanto en las actividades sociales como en lo que a la información se refiere, el vídeo es un actor principal, cuya importancia aumenta día a día. Consciente de ello, un grupo de empresarios españoles ha lanzado Wouzee, una aplicación gratuita que permite emitir en directo desde cualquier dispositivo con cámara y compartir los vídeos en la Red.

«Millones de personas visualizan vídeos en sus móviles. Es una herramienta importante para los internautas, pero también para las mar-



Una usuaria graba con su móvil un vídeo gracias a la 'app' de Wouzee. / E. M.

cas. El vídeo sirve para que la vida de las personas comunique con los anunciantes», explican los responsables de Wouzee, *start up* participada por Unidad Editorial, empresa editora de EL MUNDO.

El Primer Estudio Anual de Televisión Conectada y Vídeo On line, elaborado por IAB Spain, señala que uno de cada dos usuarios de vídeo on line estaría dispuesto a ver publicidad para ver el contenido.

«Descargarse la aplicación es gratis y en dos minutos se puede estar retransmitiendo», añaden. «Cada usuario puede tener su propio canal y enviar notificaciones en las redes sociales avisando de que se va a hacer un *lifestreaming*. Esta app, 100% española, permite emitir en directo con libertad desde cualquier dispositivo que cuente con cámara. Nosotros no creamos una red social, sino que es una aplicación asociada a las redes sociales que ya existen». Sus creadores ponen como ejemplo Venezuela, donde la censura limita la libertad de expresión. «Wouzee permite generar contenido con el móvil en el momento desde cualquier sitio», añaden desde la empresa.

El estudio de IAB no deja dudas: el vídeo on line alcanza una penetración del 96% entre los internautas españoles. Wouzee permite contarlo en directo y compartirlo con los demás.



Pederastas

DAVID TRUEBA

Los medios no han escatimado espacio a la persecución del pederasta que atacaba en San Blas y Ciudad Lineal. Consumada la detención del presunto criminal, el relato pormenorizado de sus abyecciones nos devuelve el dolor por comprobar que no hay límite para la bajeza humana. Pero es necesario confirmar un dato que se repite en todos los casos de persecución extrema. Los medios de comunicación convierten el hecho de que la policía no atrape al delincuente de manera inmediata en una demostración de su inteligencia superior, su audacia y su talento para el mal. Con eso contribuyen a una ola ya imparable de apreciación del crimen, que invade el relato literario y cinematográfico, identificando delito con frialdad superdotada. La realidad es lo contrario. También en este caso nos encontramos con alguien que actúa de manera atropellada, indecente, sin un gramo de inteligencia en su brutal daño a menores indefensas.

Pero es conveniente denunciar otra adulteración de la realidad causada por la emoción de los medios ante un bocado tan apetitoso. Es inútil apelar a la prudencia y la presunción



Josef Wesolowsky.

de inocencia, porque la ansiedad generada es tal que no queremos someternos a ese rigor. Aceptemos que es hipócrita culpar a los medios de darnos lo que demandamos. Sin embargo, en el proceso gráfico de sus delitos ofrecido a los clientes con una crudeza enorme, se ha establecido un agravio comparativo con el caso, por ejemplo, del arzobispo polaco Wesolowsky, acusado de abusos a menores cuando era nuncio en la República Dominicana. Poseía en su residencia 150.000 archivos con pornografía infantil que estaban en proceso de borrado y en varios casos se conoce que él mismo filmaba las vejaciones tras pagar pequeñas cantidades a chicos necesitados.

No hemos visto reportajes y seguimientos personalizados del arzobispo; tampoco nadie ha entrevistado a sus compañeros de gimnasio, no se ha difundido su hoja de servicios detallada. Y nadie quiere imaginar lo que habría ocurrido si algunos compañeros de trabajo hubieran guardado consideración al violador de menores de Ciudad Lineal, ocultado sus crímenes o sencillamente defendieran su impunidad por razones trascendentales. El delito no merece asociarse jamás con ninguna virtud. Es siempre una zafiedad grotesca.



▶▶ Carlos Quílez.

CESSAMENT DE FUNCIONS**Carlos Quílez
deixa Antifrau
i torna al
periodisme**|| **MAYKA NAVARRO**
BARCELONA

El periodista i escriptor Carlos Quílez ha decidit posar fi a la seva trajectòria al capdavant de la direcció d'anàlisi de l'Oficina Antifrau de Catalunya (OAC), després de cinc anys en el càrrec. El periodista ha acceptat l'oferta del mitjà *on line Economía Digital* per dirigir la seva àrea d'investigació. Quílez, de 47 anys, s'encarregarà de la crònica policial, judicial i dels casos de corrupció, amb una limitació, adverteix: «No intervindrà en aquelles investigacions de les quals he tingut coneixement pel meu càrrec a l'Oficina Antifrau».

«Torno al periodisme amb la mateixa il·lusió amb què vaig treballar vint anys a la SER. *Economía Digital* em planteja un projecte apassionant», va afegir el periodista. El fins ara director d'Anàlisi de l'OAC va tenir un record a la confiança que al seu dia li va oferir el fiscal David Martínez Madero com, més tard, el magistrat Daniel de Alfonso. «Tant de bo tothom prengui consciència que l'OAC ara és una institució més imprescindible que mai». Quílez va comunicar a la direcció d'Antifrau la seva decisió d'abandonar la institució el 22 de setembre. ≡



José Luis Ulibarri vende su empresa de servicios Seralia al grupo francés Onet

R. Daniel VALLADOLID.

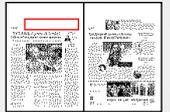
El empresario José Luis Ulibarri ha vendido una participación mayoritaria de su empresa de servicios Seralia al grupo francés Onet. La operación, que no se conocía en España, fue hecha pública por el grupo con sede en Marsella hace unos días. El importe de la venta, que según algunas fuentes ha supuesto el traspaso del 60 por ciento del ac-

cionariado, no ha trascendido.

Seralia presta servicios de limpieza, recogida de residuos, jardinería, limpieza viaria y ayuda a domicilio. En la actualidad, tiene numerosos contratos con distintas administraciones públicas.

El accionista único de Seralia es Begar, la empresa de construcción con la que Ulibarri ha cimentado su emporio empresarial. En 2009, la compañía entró en concurso, del

que salió en 2011 tras alcanzar un acuerdo con los acreedores. Según el plan de viabilidad, la compañía preveía liquidar sus pasivo, de 261 millones de euros, con la propia actividad de construcción y desinversiones. Durante estos años, Ulibarri se ha centrado en los medios de comunicación. Además de Diario de León y otros periódicos locales, posee el 50 por ciento de Radio Televisión Castilla y León.



Òscar Nogueira, nomenat director de 8TV

Òscar Nogueira, fins ara cap de programació i d'audiències de TV3, serà a partir d'ara el director de la cadena privada 8TV, segons informava ahir *La Vanguardia*. La seva incorporació forma part d'un canvi en l'estructura del Grupo Godó, amb tres nomenaments més: Pere Guardiola, que dei-

xa la direcció general del rotatiu de Godó per convertir-se en el director general comercial del grup; el director de màrqueting de *La Vanguardia*, Òscar Ferrer, nomenat director gerent del grup; i Cristóbal Paus, que es converteix en el nou responsable de recursos humans.



El web de 'La Vanguardia' bat el seu rècord d'audiència

BARCELONA Redacció

El web de *La Vanguardia* ha batut aquest mes de setembre el seu rècord històric d'audiència en superar els 12 milions d'usuaris únics mensuals, segons el mesurador AT Internet. Aquesta xifra suposa un increment del 54,5% respecte al mateix mes de l'any passat.

El desplegament informatiu que ha realitzat LaVanguardia.com per cobrir els rellevants esdeveniments polítics que s'han produït el mes passat a Catalunya i a Espanya ha estat clau per aconseguir aquest nou èxit d'audiència. Així, el web ha seguit amb especial atenció les noves revelacions del cas Jordi Pujol i la seva posterior compareixença al Parlament, ha efectuat cobertures multimèdia del referèndum d'Escòcia, que va comptar amb tres enviats especials, i de la Diada, que va tenir el seu punt culminant amb l'emissió en *streaming* de la massiva manifestació que va oferir imatges pròpies captades per helicòpter mentre quinze periodistes del diari les analitzaven en directe. Sense oblidar la informació, minut a minut, de la convocatòria de la consulta del 9-N i les posteriors reaccions legals i polítiques.●



Prisa vende la editorial brasileña de Santillana por 7,9 millones

elEconomista MADRID.

Prisa anunció ayer que ha vendido su negocio de ediciones generales en Brasil por 7,9 millones, según anunció la compañía de Juan Luis Cebrián a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Esta transacción se ejecutó a través de su filial Santillana Ediciones a Penguin Random House Holdings, propiedad de Bertelsmann y Pearson, aunque la cantidad –según avisó la compañía– podrá ser modificada al alza o a la baja en un periodo de 90 días.

Esta operación se enmarca en el proceso iniciado el pasado 19 de marzo cuando el grupo Prisa comenzó a vender activos relacionados con su negocio literario, con el objetivo de apostar por la educación.

Así, a principios del mes de julio, la compañía ya anunció que esta operación estaba culminada, a falta de la ejecución de la venta del negocio de ediciones generales en Brasil.

En ese momento, estimaba que generaría una plusvalía aproximada de 23 millones, importe que aún no ha sido confirmado.



RECORTES EN LA RED

Google elimina medios alemanes de su buscador

A partir del día 9, Google Alemania disminuirá la presencia de algunos medios de comunicación del país en su buscador, sólo mostrará los títulos de los artículos y el enlace, sin imágenes ni contenidos. En total serán 170 páginas de periódicos, 59 radios y 20 televisiones. Según informó en el blog de la empresa su director general en el país germano, Philip Justus, esta medida ha sido creada en respuesta a la decisión tomada por algunos medios que amenazan con demandar al buscador apelando a la ley que protege los derechos de autor.