



RECULL DE PREMSA

09/10/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/10/14	ABIERTA LA CONVOCATORIA PARA PARTICIPAR EN EL CONCURS JOSEP PERNAU / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	5	1
09/10/14	NOVA EDICIÓ DEL PREMI PERIODÍSTIC JOSEP PERNAU / SEGRE	6	1
09/10/14	NOTES ESPARSES. / DIARI DE SABADELL	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/10/14	LA LUCHA ENTRE AMAZON Y LOS EDITORES SE LIBRA EN FRÁNCFORT / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	9	1
09/10/14	LAS SIETE CLAVES DEL CAMBIO EN LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN / EXPANSION	10	1
09/10/14	LA CORPORACIÓ ATURA LA SAGNIA / ARA	11	1
09/10/14	A INTERNET, CLAR I CATALÀ / EL PAIS (ED. CATALUNYA) QUADERN	12	2
09/10/14	MILITÀNCIA I PROFESSIONALITAT / EL PAIS (ED. CATALUNYA) QUADERN	14	2
09/10/14	GAZIEL O XAMMAR? / EL PAIS (ED. CATALUNYA) QUADERN	16	1
09/10/14	CATALUNYA RÀDIO I TV-3 ENCAREN UN 2015 A L'ALÇA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	17	1
09/10/14	EL «BIG DATA» SE HA CONVERTIDO EN UNA DE LAS ESPECIALIDADES PERIODÍSTICAS CON MÁS POTENCIAL ACTUALMENTE: EL PERIODISMO DE DATOS / LA RAZON	18	1
09/10/14	EL NUEVO PRESIDENTE DE RTVE ADMITE QUE TRABAJÓ PARA EL PP / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	19	1
09/10/14	L"STREAMING' GAIREBÉ ATRAPA EL CONSUM CLÀSSIC DE TELEVISIÓ / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	20	1
09/10/14	Espanya, país de pirates. (I Catalunya També) per XAVIER BOSCH / ARA	21	1
09/10/14	ORANGE INCORPORA A SAMSUNG EN SU OFENSIVA EN LA TELEVISIÓN DE PAGO / CINCO DIAS	22	1
09/10/14	LA CCMA DEMANARÀ 35 MILIONS PER AFRONTAR EL DEUTE DE L'IVA / REGIO 7	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/10/14	DUART ASSEGURA QUE HA FET ELS DEURES A LA CORPORACIÓ / EL PUNT AVUI	24	1
09/10/14	LA CCMA PEDIRÁ 270 MILLONES AL GOVERN PARA 2015 LA CCMA PEDIRÁ 270 MILLONES DE SUBVENCIÓN PÚBLICA EL PRÓXIMO AÑO / EXPANSION (CATALUÑA)	25	2
09/10/14	A TVE JA NOMÉS HI FALTA URDACI / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	27	1
09/10/14	EL PUNT AVUI, AMB LA CAMPANYA #MUTSIALAGÀBIA / EL PUNT AVUI	28	1
09/10/14	LA SECCIÓN FINANCIERA DEL DIARIO 'EL UNIVERSAL' RECIBE EL IV PREMIO DE PERIODISMO ECONÓMICO IBEROAMERICANO' / EL ECONOMISTA	29	1
09/10/14	EL VÍDEO BAJO DEMANDA ACECHA A LA TELEVISIÓN CONVENCIONAL EN ESPAÑA / CINCO DIAS	30	1
09/10/14	DOTACIÓN EXTRA DE 35 MILLONES PARA TV3 / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	31	1
09/10/14	L'APUNT L'AMARG 25É ANIVERSARI DE RTVV / EL PUNT AVUI	32	1
09/10/14	LAVINIA OPERARÁ LA TV DE LA COMISIÓN EUROPEA POR 18 MILLONES / EXPANSION	33	1
09/10/14	TV3 I CATALUNYA RÀDIO UNIFICARAN TOTES LES SEUS / SEGRE	34	1
09/10/14	JOSÉ ANTONIO SÁNCHEZ PASA EL PRIMER EXAMEN PARA PRESIDIR RTVE / ABC (EDICION NACIONAL)	35	1
09/10/14	LA CCMA PEDIRÁ 35 MILLONES EN 2015 PARA AFRONTAR LA DEUDA DEL IVA / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	36	1
09/10/14	CADDY ADZUBA, PERIODISTA ACTIVA Y PREMIO PRÍNCIPE DE ASTURIAS DE LA CONCORDIA 2014 / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	37	1
09/10/14	VINTÈ ANIVERSARI DE LA REVISTA MUSICAL 'MONDOSONORO' / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	38	1

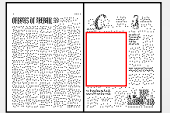


COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



NOVENA EDICIÓN / CARTA AL DIRECTOR Y ARTÍCULO DE OPINIÓN

Abierta la convocatoria para participar en el Concurs Josep Pernaut

► Los estudiantes de ESO, bachillerato y ciclos formativos pueden presentar sus trabajos a este certamen periodístico

LLEIDA

ANNA MORA

El Concurs Periodístic Josep Pernaut regresa en su novena edición con la intención de convertirse un año más en excusa para que los alumnos de ESO, bachillerato y ciclos formativos de Lleida reflexionen sobre la actualidad y divulguen su opinión sobre los tiempos sociales y políticos que les ha tocado vivir.

Este certamen presentó ayer sus bases y abrió una convocatoria que fija el próximo 12 de diciembre como fecha límite de presentación. Los trabajos pueden tratar cualquier temática de interés para los alumnos y pueden estar escritos en lengua española o catalana, aunque se dividirán en dos modalidades: carta al director para los estudiantes de ESO y artículo de opinión para los de Bachillerato y ciclos formativos. Además los estudiantes de la educación secundaria obligatoria se dividirán, a la vez, en dos categorías: la del primer y segundo curso y la del tercero y cuarto.

Aunque podrán participar todos los alumnos de los centros educativos de la ciudad que lo deseen, sus profesores –que recibirán *a priori* los trabajos– tendrán que seleccionar hasta un máximo de cinco por



LÍDIA SABATÉ

Representantes de La Paeria y de los periodistas, ayer, en la presentación

clase, los que según ellos tengan más calidad.

El Josep Pernaut de periodismo, organizado por la Regidoria d'Educació i Infància del Ayuntamiento de Lleida, suma cada año más participación, un aumento que se tradujo la pasada edición de 2013 en 300 inscritos y un total de 18 centros educativos. Rafa Gimena,

presidente del Col·legi Oficial de Periodistes de Lleida, recordó ayer durante la presentación al periodista catalán que da nombre al concurso. Gimena presidirá el jurado, que integran Josep Ramon Ribé, director de LA MAÑANA, entre otros profesionales de la comunicación, del periodismo y de la educación. Los ganadores se darán a conocer en febrero del 2015.



CERTAMEN

Nova edició del premi periodístic Josep Pernaut

[LLEIDA] La Paeria i la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya van presentar ahir la novena edició del Concurs Periodístic Josep Pernaut, que reconeix les millors cartes al director i articles d'opinió redactades per alumnes d'ESO, batxillerat i cicles formatius. En l'última edició es van presentar 290 treballs de divuit escoles.



ENTRE SABADELL I BARCELONA

Notes esparses...

JOAN BRUNET I MAURI

L'observació, sempre parcial, personal i intransferible del moment pel qual políticament i socialment estem travessant, em porta a escriure aquestes notes esparses que, com el mateix adjectiu indica, són notes soltes que no necessàriament han de formar part d'un conjunt.

1. Bé està, i només faltaria que no fos així, que reclamem i que reivindicuem el dret a decidir, el nostre futur com a país. Bé està que ho fem, i que tinguem per sempre més en compte que aquest dret —el de decidir— ens ha d'assistir en tot moment. No hauria de poder ser que un Estat que com l'espanyol es diu democràtic, negui l'exercici d'un dret tan bàsic. Escric això perquè així ho crec i així ho he defensat i ho continuaré defensant. Però també ho escric per deixar constància que els drets que reclamem per a nosaltres, mai no els podem negar a altres. Menys encara a cap poble que els reclami, per lluny de nosaltres que aquest es trobi. És en aquest sentit que he de recordar que el Parlament de Catalunya, en sessió plenària del darrer 10 de juliol, vota-

va en contra del dret a l'autodeterminació pels pobles palestí i kurd, i en contra també del dret a un referèndum vinculant pels sahrauís. Cal tenir-ho ben present en aquests moments d'efervescència, per ser com a mínim conseqüents i coherents amb el que nosaltres reclamem. I és que a la vida res no és d'un blanc impol·lut ni tampoc d'un negre absolut com a voltes se'ns vol fer creure...

2. Llegeixo a la revista 'Capçalera' del Col·legi de Periodistes de Catalunya un article signat pel professor Enric Castelló del Grup de Recerca en Comunicació Asterisc de la Universitat Rovira i Virgili, on sota el títol 'El periodisme davant el conflicte' s'escriu que avui, a Espanya i a Catalunya, "es troba un periodisme categòric, contundent i alineat, i es troba a faltar la figura del periodisme distanciat, amb criteri propi, que fuig de la classificació, reputat per la independència". Fa justament una setmana m'arribava una nota del Consell Professional de TV3 en la que es denunciava que



DS

"El Parlament, el darrer 10 de juliol, votava en contra del dret a l'autodeterminació pels pobles palestí i kurd, i en contra del dret a un referèndum vinculant pels sahrauís"

la televisió pública catalana sobredimensionava en alguns

casos determinades informacions, mentre que en d'altres hi passava per sobre de puntetes. Com a exemple citava el cas Pujol que no havia merescut "cap mena de programa especial". La nota del Consell Professional continuava reclamant a la direcció de l'emissora una actuació més ajustada a "criteris periodístics a l'hora de decidir els programes especials", i demanava

la utilització dels "mateixos arguments per a tots els fets que interessin els ciutadans" ja que si "una majoria social vol votar" també hi havia "una majoria social que vol la veritat sobre el cas Pujol", reblava el comunicat. Aquesta nota del Consell Professional de TV3 es feia pública un més després que el Sindicat de Periodistes de Catalunya a TV3 hagués reflexionat a l'entorn de la possibilitat "que com passa a la societat, hi hagi una majoria pro consulta o pro independència a la Redacció de TVC", però que aquesta circumstància no podia justificar que com a professionals s'enganyés els ciutadans "donant-los propa-

ganda en lloc d'informació".

3. A Madrid estan descol·locats. Rajoy ni sap ni vol sortir del jardí en el qual s'endinsa convençut que el 'procés' català era com una mena de suflé. No s'ha adonat encara que ell i el seu govern augmenten la nòmina d'independentistes a cada paraula que diuen. Així ha estat com les oportunitats d'asseure's a negociar han anat passant, l'una darrere l'altra. I ara com abans, el no a tot continua essent l'única estratagema que els del PP apliquen. Però Madrid no ens pot prohibir que votem... Que votem, si més no, un nou Parlament de Catalunya. I a les alçades que som, aquesta deu ser la sortida 'legal' que ells no ens poden negar. Clar que unes eleccions obligaran que cada partit i coalició es defineixi quant a la proposta de país que es defensa. Clar, també, que aquesta seria la manera que coneaguéssim quin és el model d'Estat que es proposa per la nova Catalunya. Al cap i a la fi, la ciutadania té tot el dret a decidir a partir de saber què se'ns proposa ser quan siguem més grans... (joan.brunet@periodistes.org) ■



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





La Feria de Fráncfort convoca a unos siete mil expositores de más de un centenar de países. / RALPH ORLOWSKI (REUTERS)

La lucha entre Amazon y los editores se libra en Fráncfort

El sector se une en sus acusaciones al gigante de la venta en Internet por abuso de posición dominante ● Bruselas investiga la ingeniería fiscal de la compañía

CARLES GELI, Fráncfort
 ENVIADO ESPECIAL

El hambre (la crisis) agudiza la osadía. Después de, al menos, tres años continuados de recesión del sector, el pulso entre el gigante de la distribución Amazon y el sector editorial y los libreros es el tema inexcusable en los foros de la mayor cita mundial del gremio, la Feria del Libro de Fráncfort, que ayer inauguró su 66ª edición. Con el precedente de los chispazos que saltaron entre la gran tienda en Internet y la francesa Hachette, el resto de los editores acusan ahora a la empresa norteamericana por sus agresivas condiciones. Hablan de chantaje en sus prácticas comerciales y de abuso de posición dominante.

La compañía fundada por Jeff Bezos sufrió una ducha escocesa el primer día de la feria: al poco de anunciar el lanzamiento en Alemania de Kindle Unlimited (tarifa plana de 9,99 euros al mes que da derecho a descargarse sin límite ebooks y audiobooks de un fondo digital de 650.000 títulos, 40.000 en alemán), supo también que la Comisión Europea abre una investigación para desentrañar si las autoridades luxemburguesas habían acordado subvenciones o exenciones fiscales favorables a Amazon, que tiene radicada su sede europea en ese país.

Esa es solo una parte de la historia. Según ha trascendido ahora, Françoise Dubruielle, directora

de la Federación Europea e Internacional de Libreros (EIBF), pidió también hace unos meses a la Comisión Europea que investigase a Amazon por posibles prácticas monopolísticas. El mismo lobby dio apoyo hace poco a la potesísima Asociación Alemana de Libreros y Editores en su denuncia ante la Autoridad Antimonopolio de ese país por las presiones que Amazon habría realizado al grupo sueco Bonnier (con sellos emblemáticos en Alemania como Piper, Ullstein o Berlin Verlag) para forzarle a un acuerdo, dificultando la distribución de sus libros, como ya hiciera con Hachette desde el pasado mayo. Ello ha provocado un documento firmado por más de un millar de autores en lengua alemana denunciando esas prácticas.

Los pequeños editores ingleses independientes, por su parte, están especialmente molestos por la voluntad de Amazon de introducir en los contratos una cláusula que permitiría al todopoderoso librero online editar los títulos

Un millar de autores alemanes firma contra el monopolio de la empresa

que los sellos no tuvieran en stock en el momento de la venta. La sombra de un Amazon editor clásico se asoma.

Pero los enemigos no quedan ahí; también están en casa. Ha

trascendido que el Gremio de Autores de Estados Unidos se reunió en agosto con funcionarios del Departamento de Justicia para que investigaran si Amazon estaba violando la ley antimonopolio, mientras otro colectivo de escritores, United Authors, encabezados por Douglas Preston, podría unirse a la solicitud. "Cada vez somos más rehenes de una compañía interesada en vender más pantallas planas, comida y pañales que libros", explica Oren Tischer, responsable de la Asociación Estadounidense de Libreros.

Ni Amazon ni editores ni libreros ni autores han enloquecido de golpe. Es la necesidad de resistir que vuelve a todos más agresivos. El año que ya declina ha sido un erial: no quedan ni las colas de sagas como los vampiros de

Stephenie Meyer, ni los *Juegos del hambre*, ni, claro, el añorado *50 sombras de Grey*. Cada libro o céntimo arañado vale su peso en oro, máxime cuando en el novedoso modelo de suscripción con tarifa plana le han salido a Amazon, sólo en su país, competidores de la talla de Oyster (también medio millón de títulos a 9,99 dólares) o Scribd (estos, aún más baratos, a 8,99).

De momento no se habla de otra cosa en la feria: el ministro italiano de Cultura, Dario Franceschini, anunció ayer que, aprovechando que Italia tiene la presidencia de la Unión Europea este semestre, promoverá en una reunión el 25 de noviembre la unidad entre todos sus homólogos para que el IVA aplicado a los libros electrónicos sea en cada país el mismo que aplican a los de papel. "Sólo una mente muy burocrática podía separar los diferentes formatos de libros".

El ruido de sables entre las superestructuras es, pues, tan alto, que parece quedar en segundo plano una convocatoria con más de 7.000 expositores de un centenar de países y que ha batido este año todas las marcas en lo que a actos se refiere, con unos 4.000. La feria parece querer acentuar su vertiente de negocio, incrementando el número y la potencia de los seminarios y encuentros.

Acentuado por la ligereza de su estructura y por la nítida presentación de su pabellón, también está pasando desapercibido el invitado de este año, Finlandia, cuya literatura ofrece a sus 5,4 millones de habitantes 20,3 millones de libros, impresos por 5.836 editoriales. Una potencia que sólo se explica cuando se sabe que tres de cada cuatro padres declaran tener la costumbre de leer en voz alta a sus hijos para que adquieran el hábito. Hay otras hambres. Y otras osadías.

Parte de bajas españolas

"Esta siendo una feria zen", resume el editor de Anagrama Jorge Herralde, veterano de Fráncfort, ante la evidente menor afluencia de editoriales y de público al evento, fenómeno lento pero inexorable. Las bajas son notables entre la otrora armada invencible editorial española. Han desaparecido estands institucionales que acogían sellos más pequeños (la Generalitat Valenciana;

la Junta de Andalucía...) y otras se han reducido o fusionado (los editores catalanes están con el Ayuntamiento de Barcelona y el Instituto Ramon Llull se unirá en 2015). Otros históricos ni están, como Edhasa o Siruela. Tampoco la Agencia Literaria Carmen Balcells, que llevaba acudiendo más de 30 años.

Lo único que crece año tras año es la representación de los

agentes en una feria cada vez más pensada para los contenidos: hay más de 600 inscritos. Entre los más felices, Anna Soler-Pont, de Pontas; vendió muy bien *También esto pasará*, segunda novela de Milena Busquets, a Hogarth Press (EE UU, 500.000 dólares), Gallimard, Rizzoli, Suhrkamp, Companhia das Letras, Meulenhoff, Ara Llibres y Anagrama.



JORNADAS DE EXPANSIÓN

Las siete claves del cambio en la industria de la televisión

RETOS/ La introducción de nuevas tecnologías, la regulación de la TDT y la brecha demográfica han revolucionado el sector, que centra todos sus esfuerzos en adaptarse al nuevo panorama.

Elena Lozano, Madrid

El sector de las televisiones se encuentra en un proceso de cambio. La manera en que los espectadores consumen televisión ha cambiado por completo, especialmente entre los más jóvenes. La introducción de nuevas tecnologías, la regulación de la TDT y la brecha demográfica han puesto patas arriba a la industria, que centra todos sus esfuerzos en adaptarse al nuevo panorama y salvar su negocio.

El "cambio profundo", en palabras de Ángel Cruz, director de Telecomunicaciones, Media y Tecnología de Atos, ha obligado a la industria a adaptarse a los nuevos factores que determinarán su futuro, algunos de los cuales fueron puntos de discusión en el debate que tuvo lugar en el observatorio *New media & Telecom*, organizado por EXPANSIÓN y patrocinado por Atos.



En primer término, de izquierda a derecha, Rafael Calleja, director general de Havas Media Iberia; Pablo Romero, director de Contenidos de Yomvi (Canal +); Isaac Mendoza, director de Consumer Services y Vodafone TV & Infotainment y Carlos Yubero, gerente de Marketing Estratégico de Abertis Telecom. Detrás, de izquierda a derecha, Ángel Cruz, director de Telecomunicaciones, Media y Tecnología de Atos; y Alberto Rull, director adjunto de Antena de Telemadrid.

1 Nuevas pantallas. La aparición de nuevos dispositivos móviles, como las tabletas, obliga a las productoras de contenidos a adaptarse a la nueva forma de consumir televisión, ya que, según indicó Carlos Yubero, gerente de Marketing Estratégico de Abertis Telecom, "el 50% de los usuarios que están viendo la televisión tienen en la mano un *smartphone* u otro dispositivo". Para Isaac Mendoza, director de Consumer Services y Vodafone TV & Infotainment, las nuevas pantallas obligan a un cambio en el modelo de negocio: "Hay que incidir en la interactividad, la personalización, el valor añadido y unos costes que lo hagan viable". Los nuevos productos que han de nacer para las nuevas pantallas, "conforman una industria diferente", matiza Pablo Romero, director de Contenidos de Yomvi.

2 Comunicación personalizada. "La televisión era un producto familiar, encorsetado, y ahora se está introduciendo en la individualidad y el consumo personalizado. Vamos camino de la comunicación interpersonal", apunta Romero, de Yomvi. Según explicó, antes la televisión se centraba en crear un producto que llegara a todos los *targets*, pero ahora la prioridad es conocer al usuario y fabricar un contenido personalizado para él. "Si conseguimos que la televisión se introduzca en la comunicación interpersonal, habremos cambiado la manera de entender la industria", añadió. En una comunicación individualizada para el usuario podría tener su espacio la publicidad personalizada, algo que, según Rafael Calleja, di-

Las tabletas obligan a las productoras de contenidos a adaptarse a la nueva forma de ver TV

rector general de Havas Media Iberia, "cambia mucho el modelo de negocio".

3 Interactividad con el usuario. Este factor es esencial en la nueva televisión que se está creando, según afirmaron todos los intervinientes. De ellos, Alberto Rull, director adjunto de Antena de Telemadrid, afirmó que uno de sus proyectos ya en marcha es una aplicación para integrar videos creados por los usuarios en la producción de contenidos, para facilitar esa interactividad.

4 Pago por contenidos. Mendoza, de Vodafone, tiene confianza en que el negocio de la televisión de pago vaya a crecer próximamente. Coincidió con el Romero, de Yomvi, que apuntó que puede sacarse la misma rentabilidad que a la televisión de pago tradicional, solo que el pago, en lugar de ser familiar, será individual.

Una propuesta es el micro-pago por microcontenidos, algo que funciona, por ejemplo, en las aplicaciones móviles de juegos, como indicó Yubero, de Abertis Telecom. Para hacerlo viable, insistió Mendoza, de Vodafone, "tiene que cambiar el modelo de negocio de las productoras de contenidos".

5 Regulación. "La regulación deja muchas oportu-

nidades para prácticas que no son de igualdad para la distribución de contenidos", indicó Romero, de Yomvi. "Necesitamos añadir valor a los productos para ser más competitivos que la piratería, pero también hace falta concienciación de que se trata de un acto delictivo y regulación", añadió. Rull, de Telemadrid, lamentó que la regulación de la televisión en abierto ha sido "un desastre".

6 Nuevos jugadores. Plataformas como Youtube o Netflix han dado un vuelco a la televisión como la conocíamos antes. "Una de las amenazas más fuertes es que cada vez hay más jugadores, pero la parte positiva es que, si el mercado crece, hay más oportunidades de negocio", afirmó Yubero, de Abertis

TECNOLOGÍA

El 'streaming' es la tecnología más importante en estos momentos, pero también son destacables las redes de ultra banda ancha y el WiFi.

Telecom. Para Mendoza, de Vodafone, los mayores beneficiarios de estos cambios serán "las *telecos* que sean capaces de integrar la experiencia multimedia" y los que pueden perder más serán "las televisiones en abierto y las de pago tradicionales".

7 Nuevas infraestructuras tecnológicas. Casi todos los intervinientes coincidieron en señalar al *streaming* como la tecnología más importante en estos momentos, pero también es preciso tener en cuenta otras. Las redes de ultra banda ancha y el WiFi, por ejemplo, hacen posible la emisión de videos a tiempo real o la televisión híbrida, entre otros.

A partir de estos factores, de cara al futuro es necesario hacer frente a algunos retos, como la medición de audiencias. "Unificar el sistema de medición de audiencias permitiría dar pasos de gigante en cuanto a diversificar inversiones", indicó Calleja, de Havas Media Iberia. La preocupación de Rull, de Telemadrid, estaba enfocada a vencer al duopolio de las televisiones: "El sector necesita un tercer operador para competir, porque el duopolio no deja de crecer".

Haciendo frente a estos y otros muchos retos, en el futuro las televisiones van "a recuperar el espacio perdido" dirigiéndose a los nuevos dispositivos y, a través de ellos, a la comunicación individualizada, según afirmó Romero, de Yomvi, ya que, como explicó Calleja, de Havas Media Iberia, "el consumidor va quince pasos por delante en tecnología respecto a la industria. Cualquier dispositivo se va a convertir en una pantalla".

Ángel Cruz
Dr. Telecomunicaciones,
Media y Tecnología de Atos

Quien entienda el comportamiento de la gente con la televisión será quien gane"

Pablo Romero
Director de Contenidos
de Yomvi (Canal +)

Si la TV se introduce en la comunicación interpersonal habremos cambiado la industria"

Rafael Calleja
Director general de Havas
Media Iberia

Unificar el sistema de medición de audiencias permitiría dar pasos de gigante"

Isaac Mendoza
Dr. Consumer Services y
Vodafone TV & Infotainment

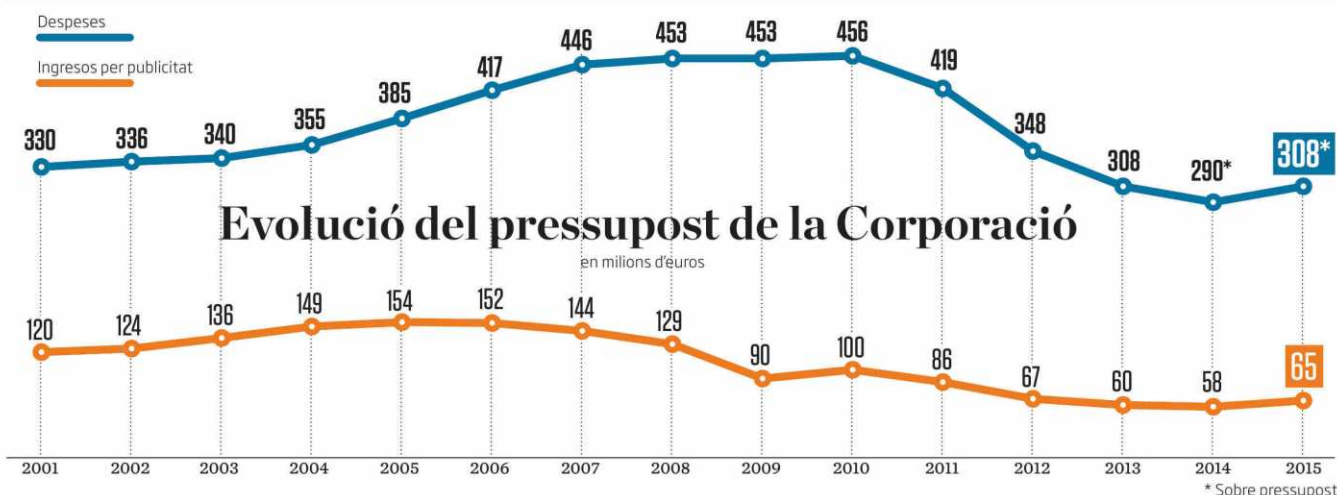
Con los nuevos dispositivos, hay que incidir en la interactividad y la personalización"

Carlos Yubero
Gerente de Márk. Estratégico
de Abertis Telecom

La televisión va a seguir viva muchos años, pero mucho más interactiva"

Alberto Rull
Director adjunto de Antena
de Telemadrid

Necesitamos que alguien crea que la televisión pública es necesaria"



La Corporació atura la sagnia

El pressupost puja de 290 a 308 milions, després de quatre anys retallant, impulsat per la publicitat

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

TV3 i Catalunya Ràdio tindran més diners disponibles el 2015 que no pas el 2014. Així ho indica l'avantprojecte de pressupost que ha presentat la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) al Govern. En concret, es comptarà amb 308 milions, 18 més que els 290 milions d'aquest any, la qual cosa marca un punt d'inflexió després de quatre anys de retallades (el 2010 l'ens va arribar al seu pressupost màxim de 456 milions). L'increment previst d'ingressos recolza en una millora del mercat publicitari. De fet, el 2014 es van pressupostar 58 milions però es preveu acabar amb 60 milions. Per al 2015, la tendència s'accentua i s'ha calculat que s'arribarà als 65 milions d'euros en anuncis.

Els 11 milions restants de creixement surten del fet que la CCMA s'ha estabilitzat financerament, de manera que entrarà al nou any sense dèficit per eixugar. El 2014 va haver de destinar 11 milions a reparar pèrdues de l'any anterior i ara aquests diners es podran dedicar a activitat del 2015. El Govern, per la seva part, manté l'aportació base de 225 milions, més una extraordinària de 7,5 milions (que java aportar enguany) i una tercera de 2,2 milions (per fer front a les indemnitzacions de l'ERO en curs).

Això permetrà augmentar les partides de compra de continguts i

també la de personal (en què, presumiblement, haurà d'assumir el retorn de la paga extra que es va eliminar de la nòmina dels funcionaris). El president de la Corporació, Brauli Duart, explicava ahir les línies bàsiques del pressupost, en la seva primera roda de premsa davant dels periodistes des del seu nomenament, el març del 2012. Les bones previsions econòmiques no tenen en compte, però, el litigi que TV3 i Catalunya Ràdio tenen obert amb el ministeri d'Hisenda, pel que fa a les devolucions de l'IVA.

A hores d'ara, l'Estat no ha tornat 20 milions d'euros que la Corporació esperava cobrar i li reclama, a més, 60 milions per quantitats pagades el 2012 i el 2013. Aquests són uns diners que la CCMA va deduir de les seves declaracions d'IVA, però que, per un canvi de criteri en l'aplicació de la llei, Hisenda creu que no era correcte deduir-se. Duart va donar

Inflexió
El 2015 la CCMA preveu recaptar 5 milions més de publicitat que aquest any

Ajut
Demana al Govern 35 milions en préstec per fer front a la crisi de l'IVA

per fet que el cas es judicialitzarà i acabarà a Europa (hi ha un precedent similar, de fa una dècada, que es va saldar en favor de les televisions). Mentrestant, però, les arques de la Corporació tampoc poden comptar per al 2015 amb 15 milions d'euros que cobrarien si s'apliqués el criteri anterior.

Per fer front a aquest forat de 35 milions de tresoreria -20 milions no cobrats el 2014 i 15 més que no es rebran l'any que ve- la CCMA ha demanat al Govern una aportació extraordinària per aquesta quantitat. Duart confia que el cas es guanyi judicialment i, per tant, l'Estat hagi de pagar aquests diners, que aleshores es retornarien al Govern. Però no va especificar si, en cas de perdre, es convertiria en una aportació a fons perdut. Sí que va remarcar que aquests diners no es comptaran com a part del pressupost ordinari dels mitjans públics catalans.

La crisi de l'IVA és la tercera que encadena TV3 en poc temps i que té el seu origen en decisions preses pel govern del Partit Popular. La primera mesura va ser la modificació de la llei perquè els canals autonòmics no puguin generar dèficit: els números vermells d'un any van contra el pressupost de l'exercici següent. Però TVE va quedar al marge d'aquesta obligatorietat. I acumula més de 700 milions d'euros de pèrdues que s'incrementaran aquest any en uns 130 milions més.

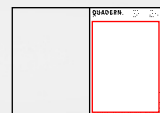
L'altre greuge és el de l'eliminació d'un dels dos múltiples que fa servir la CCMA. Duart es lamentava ahir de com TVE mantindrà els dos que té, mentre que TV3 en perdrà un tot i que pràcticament la dobla en audiència. Amb tot, el president de l'ens va refermar que no té previst renunciar a cap canal ni tampoc sacrificar l'alta definició. Així, si es consuma l'eliminació del múltiple -i el 31 de desembre és la data màxima-, les úniques solucions a l'abast de la Generalitat passen per fer servir l'espai radioelèctric de la televisió local o bé el múltiple que opera el Grupo Godó (però que ja té ocupat amb quatre canals).

Sánchez no descarta fer un ERO a RTVE

El futur president de RTVE, José Antonio Sánchez, va sotmetre's ahir a l'examen preceptiu dels partits al Congrés. Una de les preguntes que li van adreçar es referia a la por que executi un ERO als mitjans estatals (tenint en compte que arribarà al càrrec després de fer-ne un de polèmic a Telemadrid). Sánchez no va negar-ho i va suggerir que era una possibilitat: "D'EROS n'hem fet tots, és una necessitat conseqüència de la crisi". El candidat no va recollir cap altre suport que el PP, però té garantida l'elecció la setmana que ve.



ARA



Elpais.cat, una nova capçalera digital en català que se suma a les gairebé 90 que hi ha en aquesta llengua. / FOTOMUNTATGE DE M. MINOCRI

A Internet, clar i català

Neix Elpais.cat a la Xarxa, l'àmbit comunicatiu en el qual la llengua té més dinamisme i bona salut

Marc Andreu

El darrer informe oficial sobre l'estat de la llengua, presentat al setembre per l'Institut d'Estudis Catalans (IEC), certifica que durant l'últim any ha continuat l'avenç del català a Internet. La part d'aquest informe elaborada pel professor de la URV Bernat López, sobre els mitjans de comunicació, afirma que "la Xarxa sembla ser el mitjà o l'àmbit comunicatiu en el qual la situació de la llengua catalana presenta més bon estat de salut". L'aparició, el 6 d'octubre, d'Elpais.cat, l'edició digital en català d'EL PAÍS, consolida aquesta tendència. "És una gran notícia i una opció que encara no ha fet *La Vanguardia*", exposa sense

embuts, clar i català, el catedràtic de Comunicació de la UPF Josep Gifreu.

Precisament la setmana passada, Gifreu va presentar el seu llibre *El català a l'espai de comunicació* (Aldea Global), que repassa el procés de normalització de la llengua als mitjans de comunicació entre 1976 i 2013. Gifreu hi afirma: "Si la irrupció d'Internet era un dels grans reptes per a una llengua fragmentada com el català, també era, com s'ha demostrat, una de les millors oportunitats per superar la fragmentació i les arbitràries fronteres polítiques i administratives". Però això "no estava escrit que hagués de ser així", com va recordar el director de Vilaweb Vicent Partal durant la presentació del llibre al Col·legi de Periodistes.

Entrevistat a posteriori pel *Quadern*, Gifreu explica l'èxit del català a Internet per la "capacitat d'iniciativa de la societat civil" a l'hora de promoure "accions i estratègies per aconseguir la presència del català en el nou espai virtual". Segons Gifreu, Catalunya és una societat oberta i emprendedora on sempre hi ha hagut una "sensibilitat especial" per les noves tecnologies. Si a això hi afegim el fet que "les grans privacions, ja des de l'era Marconi, perquè el català tinguí espai als mitjans de comunicació han fet que els més militants de la llengua hagin fet un esforç per no quedar de nou enre", s'entén més bé el profit que el català treu de les noves tecnologies. "Hem vist que Internet podia ser una eina que supe-

rava els grans déficits que arrossegava la nostra història cultural i mediàtica", resumeix Gifreu. El lingüista Rudolf Ortega rebla aquesta idea: "Per primer cop el català no ha d'arribar tard a l'hora de posicionar-se en un nou àmbit d'ús comunicatiu". Només cal comparar l'omnipresència de capçaleres en castellà a qualsevol quiosc de Catalunya amb les 89 capçaleres digitals exclusivament en català censades el 2014 per l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals (ACPG). Es tracta d'un univers digital en bona mesura local o sectorial que conviu amb l'aposta digital en català de grans capçaleres de la premsa escrita originalment en castellà com *El Periódico* i *EL PAÍS*.

PASSA A LA PÀGINA 2



VE DE LA PÀGINA 1

Segons Ortega, és evident que "hi ha un component activista molt clar" en els orígens del català a Internet, un camp de "gran potencial" per a totes les llengües. Entre d'altres coses, perquè, com diu el lingüista i expresident de la secció filològica de l'IEC Isidor Mari, "al ciberespai no hi ha les barreres de producció" que havien configurat una "desigual distribució dels mitjans audiovisuals en l'espai de comunicació" i dels quals "depèn molt l'evolució de la llengua".

Ara bé, així com és cert que l'activisme lingüístic ha estat determinant perquè el català pugui competir amb al castellà a Internet, Ortega sosté que actualment el català ja hi va tenint presència "per simple normalitat i naturalitat". El cas d'Elpais.cat n'és un exemple. I tot plegat, segons Ortega, no deixa de ser "un èxit generacional" dels qui s'han alfabetitzat en català amb tota normalitat. Ortega i Gifreu coincideixen a explicar que "el català no és una llengua minoritària" i certifiquen que no hi ha cap cas similar al del català a Internet "en tot Europa o al món occidental". Gifreu precisa que "el gran handicap del català és no estar reconegut com a llengua oficial a la Unió Europea". Per la resta, com explica Ortega, és una llengua que està situada, en nombre de parlants, entre les 100 primeres del món (n'hi ha més de 5.000) i entre les 10 primeres d'Europa.

La situació del català a Internet és bona, per sobre del seu nombre de parlants

Segons Joan Soler, un dels més autoritzats analistes de l'ús del català a la Xarxa citats per l'IEC, "la situació del català a Internet és, en general, bona, amb una presència a la xarxa molt superior al pes demogràfic dels seus aproximadament 10 milions de parlants". Ho explicita el darrer informe de l'IEC: els 10 primers mitjans en català del rànquing d'audiències segons l'OJD van incrementar conjuntament els seus usuaris únics mensuals en un 30,4% entre desembre del 2012 i desembre del 2013. Cal interpretar aquest creixement en el context d'un augment generalitzat de les audiències dels mitjans en línia, amb independència de l'idioma que utilitzin. I, alhora, en el context d'una davallada del consum de premsa diària en paper. El segment de diaris impresos en català a Catalunya era, a final del 2011, del 35,8% (79,4% en castellà) i s'acostava al milió de lectors. Un públic real i més que potencial per a la premsa digital.

Cal tenir present, en el confús magma de les dades d'audiència, que el rànquing dels principals mitjans en català a Internet que analitza Gifreu n'exclou els que, com *El Periódico* des de 1997, tenen doble versió però no faciliten dades sobre els seus usuaris únics en català. Fet l'aclariment, aquesta era l'audiència dels mitjans en català a Internet l'any 2013: Televisió de Catalunya liderava el rànquing amb 1,68 milions d'usuaris únics mensuals, seguida de la versió digital del diari

Ara (1,57 milions), els portals Naciodigital (1,23 milions) i Vilaweb (844.000) i el web d'*El Punt Avui* (680.000). Una altra desena de capçaleres van superar també durant el 2013 la barrera dels 100.000 usuaris únics mensuals. No obstant això, i com explicita el darrer informe de l'IEC, cal tenir en compte que "els mitjans en línia catalans amb més audiència difonen els seus continguts en llengua castellana (en concret, les versions digitals dels diaris *Sport* i *El Mundo Deportivo*, i de *La Vanguardia*)".

És obvi, doncs, que hi ha el "forat al mercat" a què es refereix el director adjunt d'EL PAÍS, Lluís Bassets, i molt de camp per córrer per un "mitjà competent i de qualitat, que vol ser global i local alhora". Tomàs Delclòs, a qui Bassets cita com "el primer periodista digital" que va conèixer, aporta com a dada que "el 31% dels lectors catalans de diaris a Internet consulten EL PAÍS". Delclòs, que el 2006 va ser qui va instar el diari a adquirir el domini Elpais.cat, veu "interessant i molt normal potenciar l'ús del català com a llengua d'ús en l'àmbit de la informació". I normal però alhora "simbòlic", com reconeix el lingüista Ortega, és el fet que a la capçalera digital del diari aparegui la pestanya "Catalunya" al costat i al mateix nivell de les edicions d'Espanya, Amèrica i el Brasil. Hi ha qui, com el periodista i exdirector general de Cultura amb ERC Eduard Voltas, després de celebrar la normalitat que suposa la sortida d'Elpais.cat, va ironitzar a Twitter: "*El País* ens ha fet la DUI a la capçalera". Però el fet és que, com va recordar el primer director del diari i president del Grup PRISA, Juan Luis Cebrián, en un discurs pronunciat íntegrament en català durant la presentació d'Elpais.cat, la renovada aposta per la "bicapitalitat" espanyola Barcelona-Madrid és la mateixa de quan va sortir l'edició de Barcelona el 1982.

Sigui com sigui, aproximar-se a aquesta normalitat lingüística del català a Internet no ha estat fàcil. La fita més destacada del ciberactivisme català va ser, el 2006, l'assoliment oficial del domini .cat. Gifreu ho qualifica d'"extraordinari" pel fet de ser la catalana "la primera cultura no estatal amb domini específic a Internet". Però més enllà de la importància que lingüistes com Mari i Ortega també donen al domini .cat, hi ha la constatació que el català juga a primera divisió. "És, de llarg, la llengua sense Estat propi més ben situada a Internet", recalca Ortega.

Ara bé, la història del català a Internet i de l'evolució del periodisme digital a casa nostra ve d'abans. Concretament de fa 20 anys, quan els mitjans de comunicació van començar el seu assalt a la Xarxa amb un caràcter pioner a Espanya que cal reconèixer en l'àmbit dels Països Catalans. El periodista Luis Ángel Fernández Hermana sol explicar que el seu primer contacte amb la Xarxa va ser el 1987, durant una visita que com a redactor científic d'*El Periódico* va fer al centre d'IBM de Nova York. Però ell mateix admet que només es considera "periodista digital" des del 1992, precisament l'any que, als Estats Units, 150 diaris ja ofe-



Militància i professionalitat

Marc Andreu

Josep Gifreu diu que "l'etapa de progressió cap a una consolidada normalitat del català en l'ecosistema de la comunicació avança amb força justament des dels inicis del segle XXI, quan l'era digital en xarxa és assumida amb coratge i intel·ligència pels sectors més conscients de la comunitat catalana". Això vol dir els sectors més militants, també de la llengua i del nacionalisme. Ho admeten molts periodistes, que parlen de "periodisme de trinxera", sovint subvencionat i essencialment nacionalista, a l'hora de definir la majoria de capçaleres digitals existents. Vilaweb, que ha informat de la presentació d'Elpais.cat com "un acte d'Estat contra el 9-N", en seria un exponent. Activista pioner de la Xarxa i portaveu del sobiranisme que considera Internet "la gran esperança pel país", el director de Vilaweb, Vicent Partal, ha declinat aten- dre el *Quadern*.

Posant l'accent en aspectes més professionals que militants, el conseller de Cultura, Ferran Mascarell, va celebrar dilluns l'aparició d'Elpais.cat com "un símptoma molt positiu des del punt de vista empresarial i per al català". D'opinió similar és Gifreu, que ressalta l'oportunitat que representa per "afirmar la unitat de la llengua". Però, apel·lant a "opcions de mercat i de manteniment d'influència", Gifreu sembla el dubte: "Per què ara?". El director d'EL PAÍS, Antonio Caño, es va formular i respondre dilluns la mateixa qüestió dient que era part de la seva aposta per "un diari nou, amb continguts nous, punts de vista nous i plurals, enfocaments nous, rigorosos, moderns, digitals, dedicats especialment a un públic jove que busca nous productes i noves idees". Més concret, el director adjunt Lluís Bassets recorda que el domini Elpais.cat es va adquirir el 2006, alhora que explica que una idea antiga es materialitza ara que el

diari "comença a sortir de la seva pròpia crisi com a mitjà".

El cas és que, com destaca Gifreu, Elpais.cat neix de "la bona base d'un *Quadern* cultural setmanal molt interessant" que va néixer el 1982 al mateix temps que l'edició barcelonina del diari, impulsada aleshores per Antonio Franco. Bassets posa en valor que, fins a l'aparició de l'edició impresa en català d'*El Periódico*, el 1997, el *Quadern* va ser la publicació de "més tiratge i difusió en llengua catalana". L'edició digital catalana continua la línia iniciada el 1982 i aposta per un "periodisme global de qualitat i fet des de Barcelona". Ho expliquen Tomàs Delclòs i la redactora en cap, Ana Pantaleoni, al capdavant d'un equip jove de set periodistes que gestionen els continguts produïts per ells mateixos i pel conjunt de la redacció, atès que l'edició catalana també incorpora, traduïda, una selecció de les millors informacions de l'edició global en castellà.



El director adjunt d'EL PAÍS, Lluís Bassets; el conseller de Cultura, Ferran Mascarell; la vicepresidenta del Govern, Soraya Sáenz de Santamaría; Juan Luis Cebrán, president del Grup PRISA, i Antonio Caño, director d'EL PAÍS, en l'arrencada d'Elpais.cat. A sota, algunes de les capçaleres de mitjans digitals.

rien en línia la seva edició de paper. No va ser fins al 1993 que la popularització dels primers navegadors va facilitar l'expansió dels primers webs informatius.

A Espanya, el pioner va ser *El Periódico*, que el novembre de 1994 va penjar en un servidor de Servicom els textos de la seva edició en paper, aleshores només en castellà. *El Periódico* estrenaria web propi el maig de 1995, però el diari *Avui* se li va avançar unes setmanes, quan aquella primavera va ser el primer diari d'arreu d'Espanya a disposar, i exclusivament en català, d'una pàgina web. També la primavera de 1995 va néixer La Infopista, que un any després donaria pas al portal Vilaweb, dirigit pels periodistes Vicent Partal i Assumpció Maresma i que en els seus primers mesos de vida va censar mig miler de webs en català; un any després eren ja 1.500.

Com explica la catedràtica de Comunicació de la UAB Rosa Franquet al llibre col·lectiu *Assalt a la xarxa*, sobre la batalla decisiva dels mitjans de comunicació online en català (Col·legi de Periodistes, 2006), Vilaweb va néixer "com un directori de recursos especialitzats en l'àrea lingüística del català i ràpidament va evolucionar cap a un model innovador de diari electrònic amb gran impacte". En la seva prehistòria hi ha les primeres proves de periodisme digital que Partal va fer el 1994 quan treballava al setmanari *El Temps*. I més antiga és encara la fita del 17 de febrer de 1993, quan la Universitat Jaume I de València va obrir el que es considera el primer web en català.

Els grans mitjans amb seu a Madrid van iniciar també la seva carrera digital el 1995, només una mica per darrere de les iniciatives catalanes amb seu a Barcelona i València. I així com TV-3 i Catalunya Ràdio eren pioneres a estrenar web aquell mateix any, i emissions digitals a l'abril de 1996, EL PAÍS llançava una primerenca edició digital el mateix 1996, coincidint amb el vintè aniversari del diari. L'any 2000, un total de 68 capçaleres de premsa diària d'informació general d'arreu d'Espanya tenien presència a la Xarxa. Tres anys després, quan el professor de Comunicació de la URV David Domingo va tancar un primer cens sistemàtic de l'oferta periodística disponible a la Internet catalana, fins a 445 llocs webs informatius en català radiografiats certificaven la riquesa d'iniciatives a la Xarxa.

Avui el ciberespai català és un dels més actius i concorreguts. Segons la Fundació PuntCAT, que gestiona el domini, els seus 71.065 registres a 31 de desembre de 2013 el converteixen, percentualment (un 16% més que l'any anterior i un 80% més que el 2010), en el que creix més en el conjunt d'Espanya, molt per davant de .com i de .net. Des de la seva posada en funcionament el

2006, el domini .cat ha crescut una mitjana del 21% anual. Avui, el 57,9% dels titulars de webs .cat són empreses (unes 35.000), mentre que un 19,4% són entitats de tota mena, un 12,1% són organismes públics i un 10,6% són particulars. No obstant això, l'IEC constata que encara hi ha un 40% d'empreses i organismes de l'àmbit lingüístic dels Països Catalans que no tenen web en la llengua pròpia.

La Viquipèdia és un altre bon indicador del que Gifreu identifica com una "clara mostra de l'activisme de la comunitat catalana a Internet". El 16 de març de 2001 la Viquipèdia va ser la primera a disposar d'articles en una llengua que no fos l'anglesa original. Avui, el nombre d'entrades en català és de 438.372, més d'una tercera part de les 1.129.638 entrades que té l'edició castellana i gairebé una desena part dels 4,6 milions d'entrades de la Wikipedia anglesa. Gifreu qualifica "d'èxit clamorós" el que quantifica amb dades al seu llibre: la Viquipèdia catalana se situa en el número 14 entre les diverses versions idiomàtiques "i en el primer lloc de l'índex que mesura la qualitat dels 1.000 articles més importants", d'un total de 272 llengües. La presència del català a Twitter és un altre indicador que cal tenir present: el març de 2014 es va superar la xifra de 150.000 tuitaires en català, un 65% més que l'any anterior.

El març del 2014 es van superar els 150.000 tuitaires en català, un 65% més que el 2013

Pel que fa concretament al món de la informació, Gifreu explica que, a principis de la dècada del 2000, "eren els grans portals estatals espanyols i la premsa de Madrid" els que concentraven la major part de l'audiència d'Internet a Espanya. Serveixi d'exemple que, segons dades de l'OJD del 2002, la presència catalana en els primers 25 llocs d'Internet "era petita, i els més destacats eren d'una entitat financera (La Caixa) i d'una universitat exclusivament en línia (la UOC)". En canvi, per la mateixa època, el català ja obtenia "un ús majoritari" a Internet tant en mitjans locals com en els webs dels ajuntaments.

Però això ja ha canviat i, segons Gifreu, "el salt més notable" del català a Internet s'està produint des de la segona meitat de la dècada del 2000. I va paral·lel al salt en la premsa de paper que signifiquen la sortida del diari *Ara*, el novembre del 2010, i l'edició catalana de *La Vanguardia* el mateix 2011 en què el diari *Avui* es va fusionar amb *El Punt*. En tot cas, el salt virtual però real al qual se suma l'edició digital catalana d'EL PAÍS té molt a veure amb el que Gifreu anomena "les bases d'un nou equilibri entre la terra i el cel". És a dir, el nou equilibri entre els diferents mons dels mitjans analògics tradicionals, de base territorial, i en el cas català, singularment locals, i el nou món del ciberespai i dels nous mitjans digitals en xarxa, de base virtual i abast global.



Gaziel o Xammar?

Lluís Bassets

l periodista del segle és Gaziel. Periodista sencer, que vol dir reporter, analista i editorialista; organitzador i director; intel·lectual i historiador del present; pensador i constructor de la contemporaneïtat, per tant. Jo no en conec cap altre de tanta volada i tanta extensió. Sense la interrupció incivil del 1936, Gaziel hauria crescut molt més encara com a periodista i no hauria caigut en el pou de l'oblit fins ara mateix. Llegiu només, si no ho heu fet ja, *Tot s'ha perdut* (RBA) o *La Barcelona de ayer* (Librosde-vanguardia), reculls d'articles recopilats per Jordi Amat.

De Gaziel és l'oposició entre els diaris reflectors, rectilinis, doctrinaris, intransigents, i els diaris miralls, que "no pretenen res més que reflectir fidelment en les seves llunes la fisonomia del temps". Curiosament, els primers fan periodisme subsidiari: al servei de causes, idees o directament interessos. Els segons, en

canvi, procuren buscar l'equilibri i la moderació que els posi al servei del ventall de lectors més ampli possible. En definitiva, periodisme gustosament dependent i militant el primer i periodisme esforçadament independent i equànim el segon.

Xammar, tan bon corresponent amb les seves cròniques informatives i tan extraordinari en les seves memòries dictades (*Seixanta anys d'anar pel món*, Quaderns Crema), és un periodista efímer, sense obra. La seva peça mestra, una conversa amb Adolf Hitler del 1923, signada amb Josep Pla, és de dubtosa autenticitat i combina la visió gairebé profètica de l'Holocaust amb una frivolitat esfereïdora sobre el personatge. Els seus incondicionals, cada cop més abundosos, es deuen no tant al periodisme com a la peça central de la seva més que honorable biografia política: el telegrama que va enviar des de Berlín el 14 d'abril del 1931 a Francesc Macià per posar-se al servei del

president quan va declarar la República Catalana dins de la Federació Ibèrica.

Ni Gaziel ni Xammar van rebre mai el reconeixement que mereixen. Ni es van acostar al Premi d'Honor de les Lletres Catalanes. Gaziel perquè quedava fora del cànon nacionalista. Xammar perquè no tenia obra. Tampoc l'amic dels dos, Josep Pla, que era el que més se'l mereixia, a la vegada com a periodista i com a escriptor, perquè era a la llista negra. No hi ha periodistes entre els Premis d'Honor. Els premiats que fan periodisme, Tísner, Espinàs o Porcel, el reben com a escriptors de novel·les i assaigs. El periodisme que agrada i promou la Catalunya oficial des de sempre és el del telegrama de Xammar al president, símbol del periodisme reflector. I és el que no farem aquí, on som partidaris dels miralls; si és possible només al servei dels lectors. Benvinguts i gràcies per llegir-nos aquests primers dies en què editem Elpais.cat.



ELS PRESSUPOSTOS AUTONÒMICS

Catalunya Ràdio i TV-3 encaren un 2015 a l'alça

► La CCMA preveu 65 milions en espots, i 232 milions del Govern

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

TV-3 i Catalunya Ràdio tenen pressupostats 297,5 milions d'euros per al 2015. D'aquesta quantitat, 232,5 milions els aportaria la Generalitat i 65 milions vindrien dels ingressos publicitaris previstos. Aquests són, grosso modo, els números de l'avantprojecte de pressupostos de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per al 2015, que ha d'aprovar el Parlament. «Després d'un dur esforç col·lectiu, en què s'ha ajustat el pressupost fins al 35% (dels més alts d'una empresa pública), la Corporació està estabilitzada: en dèficit zero, després de quatre anys de caigudes», va afirmar ahir Brauli Duart, president de la CCMA, que també va recalcar: «S'han fet els deures, i mantenint el liderat a TV-3, malgrat les retallades».

Això sí, Duart va reconèixer que Catalunya Ràdio no és líder, «tot i aconseguir la millor dada de la seva història aquest any», però va apun-

tar que hi ha la voluntat que torni a ser-ho.

En el balanç de tres anys de gestió a la Corporació (2011-2014), Duart va recordar que s'ha afrontat una «caiguda lliure de la publicitat» (40% menys en tres anys) i la disminució de l'aportació directa de la Generalitat. Això va obligar a un replantejament dels recursos, que des del 2010 ha tocat aspectes tan sensibles com són la producció (més del 50% de reducció) i la plantilla (22% menys dels efectius).

Ara, amb l'augment d'ingressos d'espots previst per al 2015 (uns 7 milions més), per primera vegada en quatre anys podrà créixer la partida en producció (uns 3,4 milions més) i en una paga extraordinària, «que ja ha confirmat el Govern per a tot el sector públic», va assenyalar el president de la CCMA.

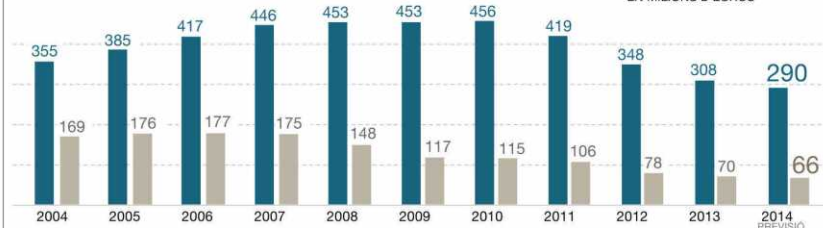
«Però la negociació del conveni segueix congelada per les dues parts, i no es reprendrà fins que la direcció sàpiga amb exactitud els recursos reals amb què compta», va apuntar

LES AUDIÈNCIES A CATALUNYA

QUOTA DE PANTALLA



Ingressos i despeses de la Corporació Catalana (Catalunya Ràdio i TVC)



Avantprojecte de la CCMA 2015 EN MILIONS D'Euros



Font: CCMA

RAMON CURTIS

LA POLÈMICA INFORMATIVA

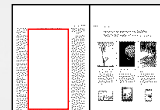
'Telenotícies' «imparcials i objectius»

► Tot i la controvèrsia que està generant la cobertura informativa de TV-3 i Catalunya Ràdio respecte al tema de la consulta independentista del 9-N (que està sent criticada per partidista i excessiva), Brauli Duart recorre a tres dades «objectives» per considerar que la informació, així com la dels últims dos anys, és correcta. Segons explica el president de la Corporació, «l'últim informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va assenyalar, per unanimitat, i aquesta és una dada molt important, que els

informatius de TV-3 complien amb les exigències de ser veraces i contrastats. Per un altre costat, l'estudi de qualitat que realitza per a la Corporació l'empresa GfK també constata que els Telenotícies són 'creïbles i de confiança' (el 95% del panel) i també que són 'imparcials i objectius' (91%). I, finalment, acaba dient Duart, «les dades d'audiència de Kantar Media corroboren que els TN són els més vistos: el 50% dels catalans trien els informatius de TV-3, i el segon és T-5, amb el 8%».

Duart, que va recordar que, a més, ara hi haurà eleccions sindicals a la ràdio i la televisió.

També estan en l'aire el contenciós per l'IVA amb Hisenda, que reclama més de 80 milions d'euros. Sense que estigui especificat a la llei, considera que les ajudes directes de la Generalitat també han de pagar IVA, des del 2013. «No estem d'acord amb el seu canvi de criteri. Si és necessari, portarem el cas a Europa», va anunciar Duart. L'altre contenciós amb el Govern central és la pèrdua de canals amb l'excusa del dividend digital. «La Generalitat negocia directament aquest tema, que té solucions tècniques que Madrid no accepta. Però no podem perdre cap canal, si volem seguir sent competitiu». ■



LA ERA DEL «BIG DATA»

Ángel VALLE



El «big data» se ha convertido en una de las especialidades periodísticas con más potencial actualmente: el periodismo de datos

No cabe duda de que una de las consecuencias de Internet y de la interconexión mundial a través de la red es el enorme volumen de información a que tenemos acceso. Se estima que cada dos años se duplica la información en formato digital existente en el mundo, lo cual da una idea de la dificultad que supone su manejo.

Es en este ámbito en el que aparece el denominado «big data», un término del que habremos oído hablar mucho en los últimos años y que se podría definir como aquellos activos de información caracterizados por su alto volumen, velocidad y variedad, que demandan soluciones innovadoras y eficientes de procesado para la mejora del conocimiento y toma de decisiones en las organizaciones.

Evidentemente, el «big data» es una disciplina transversal que abarca todos los campos y sectores, pero es quizá en el mundo del periodismo en el que más ha calado, hasta el punto de haberse convertido en una de las especializaciones con más potencial actualmente: el periodismo de datos.

Sin embargo, adentrarse en esta disciplina trasciende las habilidades habituales de los periodistas, por lo que es nece-

sario tener en cuenta que es básica una formación en determinadas materias derivadas de la necesidad de buscar y recuperar información en la web, así como en repositorios y bases de datos no tan accesibles.

Según el informe «Cartografiando el periodismo de datos», para encontrar las historias escondidas detrás de los datos, limpiar y filtrar la información, así como para combinar contenidos o «mashear», mezclar o conectar diferentes recursos de información y cruzar datos, «se demandan habilidades para el procesamiento estadístico, así como del conocimiento de herramientas y aplicaciones informáticas como Excel, Google Docs, Google Refine o Google Fusion Tables. La contextualización, por su parte, está asociada a las competencias profesionales del periodismo, independientemente del medio y tiene que ver con el análisis e interpretación de los datos, así como con la búsqueda de los nexos —a veces no tan evidentes— entre diferentes acontecimientos; pero también con la investigación y la

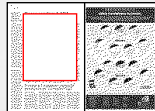
búsqueda de criterios especializados, cuando los saberes acumulados no son suficientes».

Pero incluso habiendo superado todo eso, el problema muchas veces con el que se encuentra el periodismo es cómo mostrar el resultado de su trabajo, por lo que en esta etapa del proceso es necesario ir de la mano de diseñadores, arquitectos de información y programadores, para facilitar al periodista el modo de contar historias a partir de grandes volúmenes de datos, de forma clara y eficaz.

Quizá cuando pensamos en este tipo de historias lo primero que nos viene a la cabeza es Wikileaks; sin embargo, este es un caso en el que no son los periodistas los que obtienen la información a través de sus habilidades, sino que les es filtrada por una fuente que, a su vez, ha conseguido los datos ilegalmente.

Al final, el objetivo de un periodista de datos no debe ser otro que acceder a los datos que están ahí, accesibles de forma legal a través de bases de datos, relacionarlos entre sí, contextualizarlos y sacar unas conclusiones. Por este motivo, a mayor nivel de transparencia de las instituciones, mayor será la capacidad del periodista de obtener información.

La disciplina trasciende las habilidades habituales de los periodistas



El nuevo presidente de RTVE admite que trabajó para el PP

José Antonio Sánchez defiende en el Congreso su candidatura

ROSARIO G. GÓMEZ
 Madrid

En una intervención de apenas dos minutos, el actual director general de Telemadrid, José Antonio Sánchez, defendió ayer en la Comisión Consultiva de Nombramientos del Congreso su candidatura a la presidencia de RTVE. Fue una presentación breve y parca, sin apenas compromisos de futuro, como el que se sabe ganador antes de empezar el partido, en la que se limitó a exponer a grandes rasgos su currículo profesional. No explicó el modelo de televisión pública por el que apuesta ni se pronunció sobre la posibilidad de que aplique un expediente de regulación de empleo (ERE) de forma inminente en la televisión estatal. En respuesta a la batería de preguntas formuladas por los miembros de la comisión, Sánchez aseguró que no tiene "ni idea" sobre la presunta aparición de su nombre en los *papeles de Bárcenas*, pero admitió que hace 20 años realizó trabajos para el PP. "Me autorizó el director de la empresa privada en la que trabajaba", precisó.

A excepción del PP, todos los grupos parlamentarios cuestionaron la candidatura de Sánchez. Los diputados le recordaron su pasado profesional, tanto en Telemadrid, empresa a la que se incorporó en 2011 y en la que firmó un ERE que implicó la salida de 860 trabajadores (de una plantilla de casi 1.200), como en RTVE, donde ocupó la dirección general entre 2002 y 2004, cuando el grupo audiovisual era todavía un ente público.

Fue la época en la que las coberturas informativas de acontecimientos de gran calado, como el hundimiento del *Prestige* o la guerra de Irak, estuvieron muy cuestionadas por la falta de imparcialidad, tal y como manifestó el portavoz socialista, Juan Luis Gordo, para quien la designación de Sánchez al frente de RTVE es



José Antonio Sánchez, tras su comparecencia en el Congreso. / ULY MARTÍN

"la vuelta al pasado" y el regreso a la televisión "de partido".

Los diputados consideran que su perfil no es "de gestor sino de liquidador". "¿Va a hacer de enterrador de RTVE como hizo en Telemadrid?", le preguntó Gordo. Monserrat Surroca (CiU) mantuvo que el currículo de Sánchez no es "neutral" y el representante de Izquierda Plural, Ricardo Sixto, acusó al candidato de haber protagonizado la "etapa más negra de la manipulación informativa" y quiso saber si Sánchez tenía como objetivo hacer de TVE el mismo "esperpento" de

Telemadrid. Para Irene Lozano (UPyD), su designación es "un mal augurio" y un premio a "los servicios prestados".

En su turno de réplica, Sánchez se limitó a defender su gestión en el ente autonómico, ofreciendo un aluvión de datos sobre audiencia, deuda acumulada y facturación publicitaria y sostuvo que el ERE en Telemadrid fue una necesidad presupuestaria. Pese al desplome de la audiencia, afirmó que "ahora es una empresa muy viable y modélica".

En defensa de Sánchez solo se pronunció el portavoz del PP, Ra-

món Moreno, que elogió su profesionalidad y su "acreditada solvencia" para concluir que "superar con creces" el grado de idoneidad.

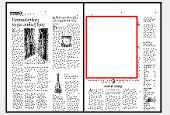
Ante la comisión compareció también el exrealizador de TVE Javier Montemayor, propuesto por UpyD, que defendió su independencia política y profesional y abogó por el retorno, limitado, de la publicidad a TVE. Su intervención aplaudida por los grupos de oposición mientras que el PP descalificó su candidatura por haberse acogido al ERE del ente público.

Sin embargo, Montemayor no tenía ninguna posibilidad. El PP, que no necesita los votos de la oposición, había elegido a Sánchez para sustituir a Leopoldo González-Echenique, que dimitió el pasado 25 de septiembre tras negarle el Gobierno dinero para evitar que este año la corporación cierre con un déficit de 130 millones. El nombramiento de Sánchez será votado en el Pleno del Congreso la próxima semana. En la primera sesión no ob-

La oposición recuerda su gestión como "liquidador" de Telemadrid

tendrá dos tercios de los escaños e irá a una segunda vuelta, donde solo precisa mayoría absoluta.

Además de los parlamentarios, los sindicatos y los periodistas de RNE, TVE y los medios interactivos ven con inquietud el retorno de Sánchez a Prado del Rey. En un comunicado difundido el martes, expresan que ante una situación de dificultades económicas, con niveles de audiencia y credibilidad de sus informativos en las cotas más bajas, el designado para presidir TVE no "augura apuesta alguna para enderezar el rumbo".



L'«streaming» gairebé atrapa el consum clàssic de televisió

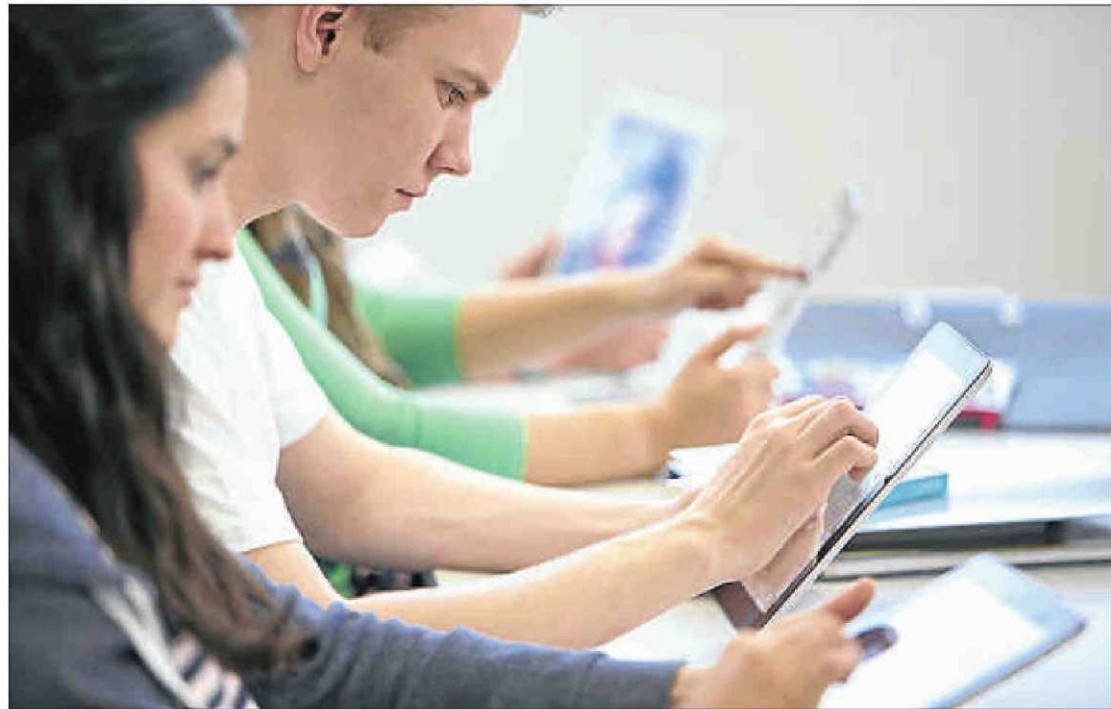
El volum d'audiència de productes televisius per internet és a tocar del del mitjà tradicional

SALVADOR ENGUIX

La tendència a consumir continguts audiovisuals a través d'internet s'ha consolidat en els últims anys. Fins al punt que les sèries en línia i les emissions en *streaming* (sense descàrrega) ja tenen gairebé tants espectadors com la televisió convencional a Espanya. L'informe anual Ericsson ConsumerLab TV & Media revela que un 80% dels enquestats veuen televisió per internet davant el 85% que la veuen pel mètode tradicional (per plataformes de pagament per cable o via satèl·lit; o per la tecnologia TDT).

L'estudi es publica per cinquè any consecutiu, i és el resultat de la realització d'entrevistes a 23.000 persones de 23 països. I en aquesta ocasió demostra que s'està accelerant el canvi de comportament dels usuaris a l'hora de consumir televisió. L'empresa que ha fet l'enquesta explicava ahir que aquestes dades "impliquen abandonar vells formats i models de negoci, i dirigir-se cap a una era d'alta qualitat i entreteniment a demanda".

Per exemple, posa de manifest que ha augmentat el temps que els usuaris de dispositius mòbils (tauletes o *smartphones*) dediquen al visionament de vídeos, que ha crescut un 79% des del 2012. Els entrevistats afirmen que consumeixen fins a sis



GETTY IMAGES

Un grup de joves miren continguts televisius en tauletes

hores de vídeo a la setmana en els seus telèfons mòbils intel·ligents, quatre hores de les quals mentre són a casa. En aquest sentit, l'informe mostra que el 24% dels enquestats espanyols

Un estudi afirma que la visió de vídeos en dispositius mòbils com les tauletes es dispara a Espanya

comencen a veure un programa de televisió específic, espectacle o pel·lícula en un dispositiu, després l'interrompen i més tard el continuen veient en un altre dispositiu. A més, assenya-

la que el 52% dels espanyols prefereixen veure diversos episodis d'una de les seves telesèries favorites d'una sola vegada.

Una dada curiosa que es desprèn de l'informe és que els consumidors analitzen cada vegada més els paquets de serveis de televisió per ajustar-los a les seves necessitats, una tendència que s'està generalitzant amb els serveis que es transmeten a través d'infraestructures de banda ampla (Over The Top) sense que les operadores i les seves xarxes puguin controlar la seva distribució. D'altra banda s'observa, curiosament, que Espanya és dels pocs països on augmenta una mica el consum de televisió convencional.

L'informe indica que el 37% dels enquestats es mostren inte-

ressats a contractar un únic servei per buscar, accedir i pagar per continguts amb tots els serveis. També descobreix que gairebé un de cada cinc espectadors (19%) acceptaria pagar per accedir als seus continguts favorits des de qualsevol dispositiu, un 25% més que fa dos anys.

En qualsevol cas, malgrat que el 41% dels consumidors manifesten el seu desig de poder veure els seus programes preferits a qualsevol lloc, hi ha dues grans barreres: el cost del trànsit de dades i el cost del contingut mateix. En aquest sentit, l'enquesta mostra que moltes persones no estan disposades a renunciar a la qualitat, mentre que un 43% dels enquestats concedeixen importància a l'ultra alta definició.●



TANDA DE PENALS

XAVIER BOSCH

PERIODISTA



Espanya, país de pirates. (I Catalunya? També)

1. Futbol

Javier Tebas, president de la LFP, a més d'espantar-nos amb la independència, va denunciar a Barcelona que si continua la pirateria d'aquí dos anys el negoci del futbol no serà sostenible. Calculen que en mirar partits per internet sense pagar es comet un frau global d'uns 150 milions d'euros anuals.

2. Abonats

Jaume Roures sosté que la solució no passa per abaratir els abonaments a una plataforma. Diu que a Anglaterra, França, Itàlia o Alemanya el futbol codificat és més car que abonar-se a GolT o Canal+. Les xifres canten: aquí hi ha 3,8 milions d'abonats; al *calcio* són 10 milions; a la Premier, 14.



3. Roures

A banda dels que baixen al bar, quanta gent mira cada setmana els partits sense pagar? Roures explica que només els índexs de pirateria dels xinesos superen els dels espanyols. La dada que no vol revelar ningú és, a banda de Barça i Madrid, quanta gent mira els partits del Còrdova, del Rayo o del Deportivo.

4. Cinema

El president Bartomeu, que sap que un 30% del calaix del Barça ve de la televisió, creu que "cal educar per conscienciar que piratejar és robar". Enrique Cerezo, que com a productor de cinema pateix més la pirateria, ho té clar: "A França a la tercera descàrrega il·legal et retiren internet".

5. Marca Espanya



Podem pensar que la pirateria a dojo és un exemple més de la marca Espanya. O, com deia la propaganda nacionalista quan Nadal, *la roja*, Gasol i companyia ho guanyaven tot, "Soy español, ¿a qué quieres que te gane?" Ara, les xifres de pirateria a Catalunya i a Espanya no presenten diferències.



Orange incorpora a Samsung en su ofensiva en la televisión de pago

Orange ha incorporado a Samsung en su ofensiva en el negocio de la televisión de pago en España. Así, su aplicación Orange TV ha pasado a estar disponible en los televisores inteligentes del grupo surcoreano.

S. MILLÁN *Madrid*

Nuevo movimiento de Orange en su posicionamiento en el negocio de la televisión de pago en el mercado español. Un servicio que las operadoras consideran clave dentro de la guerra de tarifas que actualmente vive la industria. Ahora, Orange va a contar con Samsung en su ofensiva.

Y es que la compañía ha lanzado una aplicación que permitirá el acceso a los contenidos de Orange TV a través de los televisores Samsung Smart TV.

En este sentido, José Antonio Guzmán, director del área de TV en Orange España, señala que la aplicación es gratuita y estará disponible para su descarga y uso en

todos los televisores inteligentes del gigante surcoreano, desde los modelos lanzados en 2012 hasta los últimos televisores llegados al mercado Samsung Curvo UHD.

A través de esta aplicación, los clientes de Orange TV podrán acceder a toda la suscripción de contenidos, entre los que figuran los canales *premium* de televisión, el servicio de películas Disney Movies on Demand, las series de televisión y los largometrajes de su oferta a la carta, Canal+ 1 así como toda la oferta de fútbol de Canal+ Liga.

Nuevos contenidos

Además, en los últimos tiempos ha incorporado canales de música, deportes y entretenimiento latino entre los que figuran 40 TV, Sportmanía, TV Caracol y Orange Arena, canal de producción propia que emite los partidos de la ACB.

Guzmán destaca que la calidad de los contenidos accesibles a través de la aplicación Orange TV llega a ser de Full HD. "Es la primera aplicación en España que reproduce canales en vivo y bajo demanda con esta calidad", afirma.



Fachada de una tienda de Orange en Madrid. REUTERS

El ejecutivo señala que con la incorporación de Samsung Smart TV amplía la familia de contenidos en los que está disponible Orange TV. Hasta ahora, el usuario podía acceder a los servicios a través del PC, el Mac, el *smartphone* y la tableta.

El servicio Orange TV llegó al mercado en octubre de 2013. En los últimos resultados, correspondientes al pri-

mer semestre de 2014, la operadora indicó que había superado los 91.000 clientes en este segmento.

El movimiento viene en un momento clave para Orange, que está envuelta en la opa sobre Jazztel. La empresa busca así responder a Vodafone, que en julio cerró la compra de Ono, y a Telefónica, que está impulsando su Movistar TV.



La CCMA demanarà 35 milions per afrontar el deute de l'IVA

Brauli Duart diu que la dotació se sol·licitarà per compensar els diners que Hisenda no pagarà el 2015

EFE/ACN/DdG | BARCELONA

■ El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, va assenyalar ahir que l'ens autonòmic sol·licitarà al Govern una dotació extraordinària de 35 milions d'euros per fer front al conflicte amb Hisenda per l'IVA no tomat dels últims exercicis i el del 2015. Duart va assenyalar, en la presentació de l'«Informe de gestió del 2011-2014», que en l'avantprojecte pres-

supostari elaborat pel consell de govern de la CCMA se sol·licita aquesta partida, que eventualment es concediria com a préstec a llarg termini, per compensar els 15 milions que Hisenda previsiblement no tornarà a l'ens el 2015, i 20 més que l'ens esperava cobrar d'exercicis anteriors.

A més, el ministeri d'Hisenda reclama a la CCMA el pagament de 60 milions per IVA fins al 2014, als quals se sumarien 10 milions més el 2015, de manera que el contenciós de la CCMA amb l'administració tributària per pagaments i deduccions d'IVA superarà l'any vinent els 105 milions d'euros. Duart va indicar, en aquest sentit, que Hisenda ha aplicat des de l'exercici

del 2012 un «canvi de criteri» en la gestió de l'IVA que la CCMA pensa recórrer i guanyar davant els tribunals econòmics. Més enllà d'aquesta confrontació amb Hisenda, que Duart considera un dels principals riscos de futur per a l'ens, el president de la CCMA va destacar que, després de molts esforços, s'ha aconseguit l'estabilitat pressupostària de l'ens i un «dèficit zero».

Entre les dades que inclou l'informe hi figura que la despesa de personal s'ha reduït un 20 % en el període 2011-2014, tot i que suposa encara 144 milions d'euros, un 48% dels recursos destinats a la CCMA, quan en principi, segons el contracte programa, no hauria de

superar el 35 %. També es va reduir en aquest període un 56 % la compra de producció externa, un 51 % la compra de producció associada, un 55 % la producció aliena (pel·lícules, sèries, documentals...), un 59 % els drets esportius i un 32 % les despeses corrents i inversions.

L'avantprojecte de pressupost per al 2015 preveu una aportació de 225 milions per part de la Generalitat, similar a l'actual exercici, a més d'esperar 7,5 milions d'euros més que l'any passat va donar Presidència per al pagament d'indemnitzacions per l'ERO aplicat a la CCMA, que portarà a una reducció de personal de 645 treballadors, un 22 %, en el període 2010-2016.

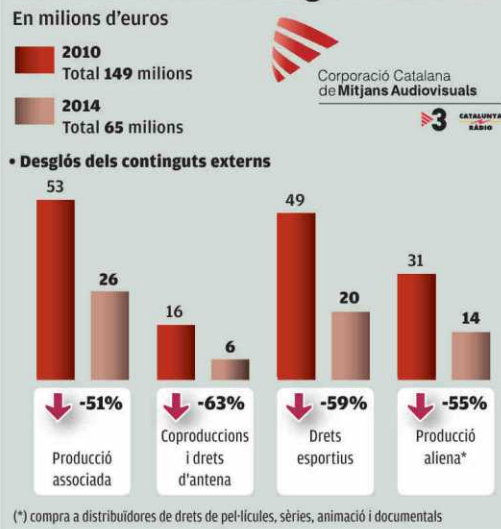
D'altra banda, el president de la CCMA va considerar com un altre factor de «risc» per al futur de l'ens l'exigència d'eliminació d'un multiplex per part del Govern central, i va indicar que s'estan fent gestions per mantenir el segon multiplex.

Unificació de totes les delegacions

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) vol que totes les delegacions territorials de la ràdio i la televisió públiques treballin de forma coordinada i en una mateixa seu. Així ho va explicar el president de la CCMA, Brauli Duart. La primera delegació d'unificar-se serà Madrid, on «ja s'està treballant» perquè Catalunya Ràdio es traslladi on hi ha TV3. Actualment, TV3 i Catalunya Ràdio tenen delegacions territorials a Tarragona, Lleida i Girona, així com a les Terres de l'Ebre, l'Alt Pirineu, Madrid i la Catalunya Central. També tenen presència al País Basc, el País Valencià i les Balears. La intenció és anar cap a un model en què s'abandonin les finestres per donar prioritat als continguts.



Actuacions de contenció en l'àmbit de continguts externs



Duart assegura que ha fet els deures a la Corporació

■ En l'avantprojecte de pressupost de la CCMA per al 2015 preveu un augment de la publicitat de 65 milions

Gemma Busquets
BARCELONA

El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, va anunciar que després del període d'ajustos que va emprendre quan va arribar al càrrec, el març del 2012, la Corporació està estabilitzada pressupostàriament. En una trobada amb la premsa per fer balanç de la seva gestió, va xifrar en un 56% (84 milions) la retallada de la compra de continguts externs. Duart va destacar que l'oferta de TV3 ha estat líder d'audiència en aquests anys de contenció i hi va afegir com a contrast que el període de màxima despesa —del 2006 al 2009— coincideix amb els resultats d'audiència més baixos de TV3, quan era tercera en les audiències. En el capítol de personal, la reducció és d'un 18%, i afecta 525 persones, a les

quals falta afegir-n'hi 120 més entre el 2015 i el 2016, incloses en l'ERO acordat el juliol de l'any passat. Tot i aquesta retallada en el capítol de personal —que en quatre anys ha passat de 180 milions de despesa a 144—, els costos de l'actual plantilla representen un 48% sobre el total dels recursos destinats a la corporació, i estan per sota del límit del 35% que fixava l'últim contracte programa del 2009.

Duart també va avançar l'avantprojecte de pressupost per al 2015, en què preveu un increment dels ingressos per publicitat de 65 milions d'euros. Quant a l'aportació del govern, serà la mateixa que la de l'exercici actual: 225 milions —més una aportació extra de 7,5 milions— i s'ha demanat una partida extra de 35 milions per fer front al "nou canvi de criteri, no de llei", del Ministeri d'Hisenda amb les deduccions de l'IVA. ■



La CCMA pedirá 270 millones al Govern para 2015

El Govern ya sabe que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) necesita 270 millones de euros en 2015. Al hóliding le hace falta una aportación extra que compense la pérdida de ingresos al no poder deducir el IVA de la subvención. P6

El grupo audiovisual público necesita 35 millones extra al no poder deducirse el IVA de las ayudas



Instalaciones de TV3 en Sant Joan Despí. / Elena Ramón



La CCMA pedirá 270 millones de subvención pública el próximo año

PETICIÓN EXTRAORDINARIA/ El grupo que integra a TV3 y Catalunya Ràdio solicita al Govern 35 millones de euros adicionales para cubrir el impacto del litigio con Hacienda. Los ingresos por publicidad crecerán.

M. Menchén, Barcelona

El Govern debe buscar 35 millones de euros adicionales con los que ayudar a cuadrar las cuentas de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) en 2015. Es el importe que el grupo que integra a TV3 y Catalunya Ràdio necesitará para compensar los fondos que la Agencia Tributaria no le devolverá al considerar que ya no puede deducirse el IVA de la subvención pública. La intención del presidente de la CCMA, Brauli Duart, es que sea una "aportación extraordinaria" que pueda devolverse cuando finalice el litigio con Hacienda.

Duart explicó ayer que tienen la convicción de que podrán ganar este contencioso, cuyo impacto económico cifran en 80,5 millones de euros. 60 millones se deberían

La decisión del Fisco de no permitir la deducción del IVA de la ayuda pública cuesta 80,5 millones

devolver al Fisco por las deducciones incorrectas en 2012 y 2013 –tras un reciente cambio de criterio con efectos retroactivos–, además de otros 20,5 millones con los que esperaban contar por deducciones, pero que ahora no recibirán.

La aportación de 35 millones serviría para cubrir este agujero y compensar también los 15 millones que no podrán deducirse el próximo año. Por ahora, el hóliding público no piensa devolver nada a Hacienda ni va a presentar ningún aval, convencido de que la Justicia le dará la razón.



Brauli Duart, presidente de la CCMA.

La petición de fondos de la CCMA aún debe ser avalada por el Govern, que sólo les ha medio confirmado que recibirán 225 millones de subvención más otros 7,5 millones

que ya obtuvieron en 2014 para cubrir déficit y que este año volverían a transferirse para cuadrar las cuentas. Además, pedirán 2,2 millones para costes de reestructuración, ya

El Govern todavía no ha aprobado la propuesta de recursos que pide la CCMA para 2015

que en su día se pactó la baja de 645 trabajadores entre 2010 y 2016, de los que aún restan por salir 120 personas.

El aumento de recursos públicos irá acompañado de una mejora de los ingresos por publicidad, que ya ha empezado a percibirse en 2014. El presupuesto para este ejercicio era de 58 millones por anuncios, pero se acabarán consiguiendo 61 millones. La previsión para 2015 pasa por ingresar 65 millones por este concepto. Estas cifras deberían permitir alcanzar la estabilidad presupuestaria, pese a que el gasto en personal subirá.

Cuadrar números

● La plantilla de la CCMA se habrá reducido un 22% entre 2010 y 2016, hasta situar el número de efectivos en 2.291.

● El número de altos cargos ha pasado de 18 a 10 y se ha reducido de 42 a 29 la cifra de altos cargos.

● El gasto en personal subirá un 4% en 2015, respecto a los 144 millones de este año, por la decisión del Govern de recuperar la paga extra.

● Después de reducir un 56% la inversión en contenidos desde 2006, la CCMA elevará en 2,3 millones el gasto previsto en 2014, de 65 millones de euros.

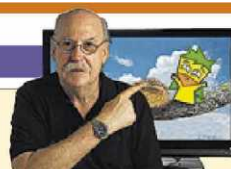
● Tras más de cuatro años de caída de los ingresos por publicidad, la CCMA prevé cerrar 2014 con una mejora respecto al año anterior y espera seguir creciendo en 2015, hasta 65 millones de euros.

● La negociación de un convenio único sigue frenada por el rechazo de la plantilla a negociar. Los corresponsales ya trabajan indistintamente para TV3 y Catalunya Ràdio.



tu i jo som tres

A TVE ja només hi falta Urdaci



Vegeu el vídeo amb el mòbil o a e-periodico.cat

FERRAN

Monegal



«**M**ales notícies per al periodisme», ens va advertir **Sandra Sabatés**

(El intermedio) quan ens informava del nomenament de **Juan Antonio Sánchez** com a nou president de RTVE. I **Wyoming** va afegir: «En efecte, té un expedient impressionant. Ja va dirigir anys enrere la TVE de l'època Aznar, i després la Telemadrid d'Esperanza Aguirre. El seu currículum presenta una executòria que serà recordada per les denúncies de manipulació i censura informati-



►► 'El intermedio' va rescatar aquell moment 'ce-ce o-o' d'Urdaci.

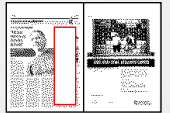
va sobre les manifestacions contra la guerra de l'Iraq, els atemptats de l'11-M i l'enfonsament del *Prestige*. I recorrent a l'arxiu de Youtube ens

van rescatar aquella famosa intervenció «del periodista estrella dels seus informatius», l'inevitable **Alfredo Urdaci**, quan va protagonitzar al *Telediario* el moment *ce-ce o-o* de trist i lamentable record. Home, amb el retorn de **Juan Antonio Sánchez** a TVE –nomenament que ha forçat el PP amb el rebuig de la resta de grups parlamentaris– sembla que, efectivament, estan fent girar el rellotge cap enrere. A TVE, **Sánchez** tindrà l'alegria de retrobar-se amb **Julio Somoano**, actual cap dels informatius, criatura que abans també va estar a Telemadrid, quan aquesta televisió pública no era una cadena sinó

«un *selfie* d'Esperanza Aguirre», segons va advertir **Wyoming** amb conyeta. ¡Ah! Vist aquest panorama, ara, a TVE, juntament amb **Sánchez** i **Somoano**, només falta reincorporar-hi **Urdaci**, que està refugiat en un canal de segona divisió (13 TV), però que segurament espera un destí més brillant. Si a TVE arriba a conformar-se aquest trio, es compliran els desitjos d'alguns estratèges de l'opacitat: «El problema no són les protestes ni la corrupció, el problema és que hi hagi un tipus de periodisme detestable que es dediqui a explicar-ho». O sigui, anem directes cap al NO-DO, que allò sí que donava gust. L'audi-

ència quedava narcotitzada en un tres i no res.

El intermedio ha aconseguit el registre més alt de la seva història: el 14,7% de quota de pantalla. A prop de 4 milions d'espectadors. La cadena d'errors amb l'Ebola ha estat també un ingredient fonamental en el programa. Prengueu nota de l'última frase de **Wyoming**, que d'humorística no en té res: «S'ha fet un pas de gegant per curar la malaltia. Ara la pateix el primer món. Les farmacèutiques ja tenen una motivació per investigar. A Europa hi ha gent amb diners suficients per pagar-se la curació». Diana. ≡



El Punt Avui, amb la campanya #Mutsialagàbia

■ Les seus del diari i la de la televisió llueixen urnes engabiades com a protesta per la suspensió del 9-N



L'urna engabiada que presidia la redacció de la seu del diari a Girona, ahir a la tarda ■ JOAN SABATER

R. Palou
BARCELONA / GIRONA

Les seus d'El Punt Avui a Barcelona i Girona, i la del Punt Avui TV a Sant Just Desvern, llueixen des d'ahir urnes engabiades en senyal d'adhesió a la campanya #Mutsialagàbia, impulsada per un grup de ciutadans per conscienciar la societat catalana de l'absurditat que suposa la decisió presa pel Tribunal Constitucional (TC) a instàncies del govern espanyol de suspendre la llei de consultes i la convocatòria del 9-N. La campanya, que pretén anar escampant urnes engabiades en espais públics d'arreu del país, va començar l'1 d'octubre, l'endemà mateix que l'alt tribunal dictés la providència que deixava en suspens la llei aprovada pel Parlament i

la convocatòria firmada el dissabte anterior, 27 de setembre, pel president de la Generalitat. Les urnes són visibles a les dues seus del diari, a la Farinera Teixidor de Girona i al carrer Diputació 284 de Barcelona, però sobretot ho és la que presideix el plató dels estudis d'El Punt Avui TV, a Sant Just Desvern.

Els impulsors de la iniciativa, que animen la ciutadania a penjar urnes engabiades i que han posat en marxa una plana web (www.lagabia.cat) on, entre altres informacions, es donen instruccions per fabricar-ne de manera casolana, n'han portat a diversos indrets representatius del país. Per exemple, a alguns espais de Barcelona, al cap de Creus, a Montserrat, a Rubí, a Vacarisses, a Vilafranca del Penedès o a Sant Feliu de Guíxols. ■



La sección financiera del diario 'El Universal' recibe el 'IV Premio de Periodismo Económico Iberoamericano'

eE MADRID.

La sección financiera del diario *El Universal* ha sido reconocida por el IE Business School (Instituto de Empresa) como el mejor medio no diario de América Latina, un galardón que forma parte del IV Premio de Periodismo Económico Iberoamericano del IE Business School.

El galardón reconoce los mejores trabajos periodísticos publica-

dos o difundidos por medios de comunicación, y tiene en cuenta tanto la prensa escrita como las revistas, blogs, webs, radio y televisión, y es entregado cada año por la institución académica.

Rogelio Cárdenas Estandía, director editorial de Finanzas de *El Universal*, fue por ello el encargado de recibir el galardón que se entregó en la Sede de la Casa de América, en Madrid.



Rogelio Cárdenas recibe el premio. EE

Según el jurado encargado de entregar el premio, formado entre otros periodistas reputados por Manny García, director del periódico *El Nuevo Herald*; Gabriela Frías, corresponsal en España para la CNN; Santiago Íñiguez de Onzoño, rector de la IE University, y Luis Enrique Berrizbeitia, vicepresidente ejecutivo de la CAF (Corporación Andina de Fomento), *El Universal* ha desarrollado "una amplia cobertura de todos los principales temas económicos, cubriendo desde la macroeconomía, hasta la economía doméstica, las empresas y emprendurismo".



El vídeo bajo demanda acecha a la televisión convencional en España

S. M. Madrid

El consumo de contenidos bajo demanda avanza de manera imparable en España. Según el informe *Ericsson ConsumerLab TV & Media*, presentado ayer por Ericsson en un encuentro con los medios de comunicación, el porcentaje de usuarios que consume vídeo en *streaming* (YouTube, vídeos cortos, películas, programas o series de TV) casi ha alcanzado al de la televisión de programación tradicional: 80% frente al 85%. No obstante, España es todavía uno de los países del mundo donde todavía crece el consumo de la televisión convencional.

Además, el consumo de vídeo en dispositivos móviles se ha intensificado de manera notable. Así, desde 2012, los usuarios de *smartphone* han incrementado el tiempo de visionado en un 79%. De hecho, los usuarios consumen hasta seis horas de vídeo a la semana desde su *smartphone*, cuatro de ellas en casa.

El informe de Ericsson indica que los clientes ajustan

cada vez más los paquetes de contenidos contratados a sus necesidades. Esta tendencia se ha consolidado con la implantación de los servicios *over the top* (OTT), que transmiten sus contenidos a través de las redes de banda ancha sin que las operadoras puedan controlar su distribución. Así, el 51% de los usuarios dio de baja paquetes contratados de TV durante el pasado año.

De igual manera, el 24% de los usuarios españoles, según Ericsson, empiezan a ver un programa de televisión específico, luego lo interrumpen y después lo siguen viendo en otro dispositivo.

El informe indica también que el *streaming* favorece el visionado masivo de series y programas. De esta forma, el 52% de los españoles prefiere ver varios episodios de una de sus teleseries favoritas de una sola vez. "Con la popularización de los OTT y los grabadores de vídeo se ha generalizado la costumbre de visionar varios episodios seguidos", dice Ericsson, que define esta tendencia como "atracción televisiva".



Dotación extra de 35 millones para TV3

Aval para afrontar la deuda del IVA

C. RUBIO / Barcelona

Pese a los problemas de tesorería de la Generalitat, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals –ente que gestiona TV3 y Catalunya Ràdio– pedirá al Govern una dotación presupuestaria extra de 35 millones para afrontar la deuda del IVA que el Gobierno central solicita a las cadenas autonómicas.

La partida servirá de aval o de préstamo a largo plazo para compensar los 15 millones que Hacienda previsiblemente no devolverá en 2015, y otros 20 que el ente esperaba cobrar de ejercicios anteriores. Sin embargo, desde la Corporació esperan recurrir el cambio de normativa y no tener que abo-

nar una cantidad que supondría un auténtico desbarajuste para las cuentas públicas.

Tras años de recortes en programas y sueldos, la Corporació ha logrado estabilizar su presupuesto y enjugar su déficit. En concreto, se ha reducido un 20% el capítulo de personal, un 56% la compra de producción externa, un 51% la compra de producción asociada, en un 55% la producción externa (películas, series, documentales...), en un 59 % los derechos deportivos y en un 32 % los gastos corrientes e inversiones. Para 2015 se prevé una aportación del Govern similar a la de este 2014 (225 millones) y un repunte de la publicidad.



L'APUNT

L'amarg 25é aniversari de RTVV

Tere Rodríguez

Els valencians celebrem hui la nostra diada, que commemora l'entrada de Jaume I a la ciutat de València. En la celebració de l'efemèride, però, trobarem a faltar el convidat que mai no fallava i que festejava alhora el seu aniversari particular. RTVV no estarà als actes que recorden el nostre naixement com a poble amb llengua, cultura, costums i lleis pròpies. El president Fabra

no podrà dirigir-se als ciutadans en un dia tan important a través d'uns mitjans de comunicació propis perquè els va liquidar a cop de decret. RTVV no complirà hui 25 anys d'emissions ininterrompudes i no podrem gaudir d'una programació especial, allunyada del sectarisme i la manipulació tal com van prometre ara tot just fa un any, ja que després d'això vingué el silenci.





Lavinia operará la TV de la Comisión Europea por 18 millones

J. Montalvo. Madrid

La empresa catalana Lavinia, especializada en servicios audiovisuales e interactivos, ha renovado su contrato con la Comisión Europea para gestionar los servicios de producción y difusión audiovisual de este organismo durante los próximos cinco años, con un presupuesto superior a los 18 millones de euros.

Lavinia, que ha gestionado los servicios audiovisuales de la Comisión Europea durante los últimos cinco años, se ha impuesto en el concurso a varias empresas francesas del sector y al gigante audiovisual Mediapro. El nuevo contrato ha sido adjudicado a la filial belga de Lavinia, Alice, que acudió en concorcio con la productora local Videohouse.

El contrato, que ocupará a un equipo de 50 personas, consta de dos lotes. El primero consiste en la operación de los estudios de televisión y radio de la Comisión Europa y la cobertura, producción y difusión de su servicio audiovisual; así como la producción y la distribución de producciones audiovisuales y multimedia al ciudadano y los servicios web.

El segundo lote, que no existía en el contrato actual de Lavinia, consiste en el suministro de infraestructura de producción audiovisual, así como su integración y mantenimiento.

Hito

La renovación del contrato supone un importante hito para Lavinia. Antoni Esteve, presidente del grupo, recuperó el control accionarial de la compañía en 2012, tras romperse una infructuosa alianza con la productora Vértice.

Lavinia, que cuenta con 750 empleados, factura 35 millones de euros al año y tiene sedes París, Berlín y Bruselas, además de Madrid, Barcelona y una decena de provincias.



CORPORACIÓ PLA D'ESTALVI

TV3 i Catalunya Ràdio unificaran totes les seus

La de Madrid la primera, a l'edifici de la Forta

Després que TV3 i Catalunya Ràdio hagin unificat les correspon-salies a l'estranger, "el pas se-güent" de la Corporació Cata-lana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) serà que totes les de-legacions territorials de la ràdio i la televisió públiques treballin de forma coordinada i en una mateixa seu.

D'aquesta manera ho va ex-plicar ahir dimecres en un es-morzar de premsa el president de la CCMA, Brauli Duart. La primera delegació a fusionar-se serà Madrid, on "ja s'està tre-

ballant" perquè Catalunya Ràdio es traslladi a l'edifici de la For-ta, on hi ha TV3. La CCMA té l'objectiu de poder unificar, tam-bé a llarg termini, la resta de de-legacions.

Actualment, TV3 i Catalunya Ràdio tenen delegacions terri-torials a Tarragona, Lleida i Gi-rona, així com a les Terres de l'Ebre, Alt Pirineu, Madrid i Múrcia. També tenen presència al Pa-ís Basc, el País Valencià i les Ba-lears. L'objectiu és adequar els dos mitjans a les retallades pres-supostàries.



José Antonio Sánchez pasa el primer examen para presidir RTVE

L.L.C. MADRID

El candidato propuesto por el PP para presidir RTVE, José Antonio Sánchez, se sometió ayer al preceptivo examen de idoneidad ante la Comisión Consultiva de Nombramientos del Congreso, en el que se defendió de las críticas sobre su responsabilidad en el

quebranto de la plantilla del Ente -del que fue director general entre 2002 y 2003- indicando que «EREs hemos hecho todos» como consecuencia de la crisis económica. «Quienes hicieron un ERE fueron ustedes», respondió al portavoz socialista en la Comisión, Juan Luis Gordo, al que recordó que

en la etapa de José Luis Rodríguez Zapatero se «despidieron a casi 5.000 personas» en la corporación.

Sánchez reivindicó también la que ha sido su gestión hasta ahora en Telemadrid, lo que no convenció al resto de grupos, que no respaldarán su nombramiento en el pleno del Congreso el próximo martes. La falta de una mayoría de dos tercios obligará a repetir votación el jueves, día en que la candidatura sí prosperará con la mayoría absoluta del PP.



COMUNICACION

La CCMA pedirá 35 millones en 2015 para afrontar la deuda del IVA

El presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Brauli Duart, señaló ayer que el ente autonómico solicitará al Govern una dotación extraordinaria de 35 millones de euros para hacer frente al conflicto con Hacienda por el IVA no devuelto de los últimos ejercicios y el de 2015. Señaló que en el anteproyecto presupuestario elaborado por el consejo de gobierno del ente se solicita esta partida, que se concedería como préstamo a largo plazo.



La Razon



Caddy Adzuba, periodista activa y Premio Príncipe de Asturias de la Concordia 2014

A Caddy Adzuba le ha sido concedido el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia 2014 por su intenso trabajo en defensa de la mujer, en su país, Congo. Su influencia se ha extendido a toda Africa y ha llegado a Europa.

Las cifras de violaciones son escalofriantes, unas 40 diarias y además el dato de que los violadores entran de noche en las casas y se llevan a las niñas pequeñas, violadas las devuelven, pero son rechazadas por sus familias (calculo que no son aptas para el matrimonio) y su situación es de desamparo total. Barcelona ha recibido con mucho cariño a esta periodista de 33 años que ha luchado como si hubiera ya vivido la centena.

Isabel Esteban Güell

BARCELONA



Vintè aniversari de la revista musical 'MondoSonoro'

► La revista gratuïta *MondoSonoro*, especialitzada en la música independent, celebra aquest mes els seus primers vint anys amb un número especial i un concert demà divendres a la sala Razzmatazz de Barcelona en què actuaran Love of Lesbian, Sidonie, Standstill i Dorian. *MondoSonoro* va néixer com a revista musical mensual i gratuïta l'octubre del 1994, amb un primer número que es va distribuir exclusivament a Barcelona, per posteriorment arribar a tot Espanya. / Redacció