



RECULL DE PREMSA

12/02/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

28



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/02/15	VEUS INESPERADES PER AL DIA DE LA RÀDIO / ARA	6	1
12/02/15	EL INCIERTO FUTURO DE 'QUÉ LEER' / EL MUNDO (ED. CATALUNYA) TENDENCIES	7	1
12/02/15	José Baró Quesada (1917-2015). PERIODISTA DE MUY TEMPRANA VOCACIÓN / ABC (EDICION CATALUÑA)	8	1
12/02/15	ACOSO Y DERRIBO A LOS PERIODISTAS / LA RAZON	9	1
12/02/15	COREA DEL NORTE DECLARA LA GUERRA A «EN TIERRA HOSTIL» / LA RAZON	10	1
12/02/15	L'NBC SUSPEN DURANT SIS MESOS EL SEU MENTIDER / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	11	1
12/02/15	CUARENTA AÑOS DE HUMOR EN DIRECTO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	12	1
12/02/15	EL SILENCIO DE 'CHARLIE HEBDO' / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	13	1
12/02/15	LA CREDIBILITAT DELS DIARIS EN LÍNIA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	14	2
12/02/15	JON STEWART DEIXARÀ DE CONDUIR THE DAILY SHOW' DESPRÉS DE 16 ANYS / ARA	16	1
12/02/15	DIA MUNDIAL DE LA RÀDIO A RAC1 I A CATALUNYA RÀDIO DEMÀ / EL PUNT AVUI	17	1
12/02/15	LOS ANUNCIOS MÁS POPULARES / LA RAZON	18	1
12/02/15	COLLET AVISA QUE ATURARAN LA LLIGA SI NO S'ARREGLA EL CONTRACTE DE TV / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	19	1
12/02/15	LA FEDERACIÓN RECLAMA SUS DERECHOS SOBRE LA LIGA / EL PAIS (ED. NACIONAL)	20	1
12/02/15	LA PRENSA ON-LINE, EL SOPORTE DIGITAL CON MÁS CREDIBILIDAD / LA RAZON	21	1
12/02/15	L'OFICI DEL FOTOPERIODISME / EL PUNT AVUI	22	1
12/02/15	QUANTIS SE ADJUDICA LA SEÑAL DE TDT Y RADIO DE ARAGÓN / EL ECONOMISTA	23	1
12/02/15	IMPUGNADO EL CONCURSO DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA MURCIANA / EXPANSION	24	1
12/02/15	TIME WARNER GUANYA UN 3,6% MÉS EL 2014 / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	25	1

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/02/15	SANCIÓN A UNA SERIE EN TURQUÍA POR DECIR «DIOS» Y NO «ALÁ» / ABC (EDICION NACIONAL)	26	1
12/02/15	AUGUSTO DELKÁDER, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSIÓN / EL PAIS (ED. NACIONAL)	27	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Veus inesperades per al Dia de la Ràdio

Els presentadors de RAC1 s'intercanvien els programes i Catalunya Ràdio s'omple d'esportistes

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

Les dues principals ràdios catalanes celebraran durant les pròximes 48 hores el Dia Mundial de la Ràdio, que es commemora demà, amb dues iniciatives diferents però que tindran en comú el fet que les veus que sentiran els oients no són aquelles a què estan acostumats: en un cas hi apareixeran desordenades, i en l'altre cediran el protagonisme a les d'alguns dels esportistes catalans més reconeguts.

Per segon any consecutiu, RAC1 celebrarà aquesta efemèride –ho farà avui mateix, amb un dia d'anticipació– amb un intercanvi de programes entre els presentadors que farà que totes les veus de l'emissora sonin en hores, contextos i gèneres diferents dels habituals. "L'any passat va anar bé, i aquest any també anirà molt bé, bàsicament perquè RAC1 està feta per radiofonistes, gent que té un gran domini de la professió, dels codis i dels mecanismes que suposa fer ràdio", explica en declaracions a l'ARA el director de l'emissora, Eduard Pujol.

Segons ell, però, ara "el trapezista vol fer un número encara més difícil", i per això aquest any "hi haurà novetats". Per exemple, destaca la reaparició de veus que havien sigut habituals a l'emissora anys enrere però que ja se n'han desvinculat, cosa que servirà per començar a celebrar el 15è aniversari de la ràdio del Grupo Godó, que es complirà al maig.

El ball de cadires començarà a les 9.00 del matí –un cop completat el tram informatiu d'*El món a RAC1*– i s'allargarà fins a la 1.00 de la matinada, quan s'acaba la programació. L'emissora, però, manté en secret la responsabilitat que assumirà cadascun dels seus presentadors, i només avança que ningú ocuparà el seu lloc habitual i que ningú repetirà tampoc la feina que va fer l'any passat. "És una acció en què hi ha molt de secret. Es basa en la complexitat amb els oients: nosaltres proposem un joc i ells hi participen", diu Pujol.

Ara fa un any Jordi Basté es va fer càrrec de *La competència* al costat de Jordi Beltran; Toni Clapés i Quim Morales es van intercanviar els programes; Jordi Margarit va conduir el *Tu diràs*, i Òscar Andreu i Òscar Dalmau van presentar la seva pròpia versió del *Misteris*, entre altres canvis. L'invent va recollir



GRAELLES DIFERENTS
01. Els germans Alex i Marc Márquez. SANTI IGLESIAS 02. Els presentadors de RAC1. RAC1

una allau d'elogis a les xarxes socials i, segons Pujol, va fer que el consum de RAC1 per internet fos el més alt de la història de l'emissora en un sol dia.

La iniciativa fins i tot va ser reconeguda amb el premi Ràdio Associació en la categoria d'innovació per oferir "una perspectiva imaginativa, insòlita i excepcional que va evidenciar l'excel·lent relació entre els

Horaris
RAC1 inicia l'especial a les 9 i Catalunya Ràdio a la mitjanit

equips professionals dels diferents programes que formen la graella de l'emissora".

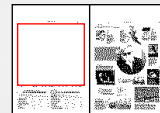
Els valors de l'esport

Pel que fa a Catalunya Ràdio, els presentadors es mantindran al seu lloc habitual, però durant tot el dia compartiran els micròfons amb alguns dels millors esportistes catalans. Els futbolistes Xavi Hernán-

dez i Kiko Casilla, els pilots Marc i Alex Márquez i Laia Sanz, les nedadores Ona Carbonell i Mireia Belmonte, el piragüista Saül Craviotto i el tenista Tommy Robredo, entre molts altres, es convertiran en copresentadors, tertulians i seccionistes de tots els programes de l'emissora durant 24 hores, a partir d'aquesta mitjanit. Catalunya Ràdio no ha precisat a quina hora ni en quin programa apareixerà cadascun d'ells, però sí que ha avançat que Alex Márquez participarà al *Catalunya vespre*.

Amb aquesta iniciativa l'emissora pública vol posar de manifest "els valors que tenen en comú la ràdio i l'esport, com l'esforç, la competitivitat, el treball en equip, la superació i la passió", diu Catalunya Ràdio en un comunicat. Coincidint amb l'arrencada d'aquesta programació especial, *El club de la mitjanit* s'emetrà avui des d'Andorra la Vella. El ciclista Joaquim Rodríguez i els basquetbolistes Víctor Sada i Jordi Trias acompanyaran Pere Escobar durant els primers minuts del Dia de la Ràdio. —





SECTOR EDITORIAL

La salida de Toni Iturbe y su equipo hacía pensar en el cierre de la revista literaria, en una complicada situación financiera. Pero MC Ediciones anuncia un nuevo director, David Zurdo.

El incierto futuro de 'Qué Leer'

MATÍAS NÉSPOLO

No hace mucho escritores de todo pelaje y condición perdían el sueño, no por una mala crítica –eso entraba dentro de las reglas del juego–, sino por la posibilidad de no entrar en sus páginas aunque sea en una mínima reseña. No hablar de una entrevista o un reportaje en profundidad. Y por entonces a muchos de ellos si les hubiesen dado a escoger entre un premio literario de varios ceros de dotación y ser portada de *Qué Leer*, habrían preferido lo segundo sin dudarlo. No en vano estamos hablando de la revista literaria señera que marcó el pulso del libro en castellano por casi tres décadas. Una publicación cuyo primer número de junio de 1996 tuvo una tirada de 100.000 ejemplares. Pero no sólo eso, sino que mantuvo durante mucho tiempo una envidiable velocidad de crucero de 30.000 ejemplares al mes.

Desde noviembre de 2008, cuando Hachette vendió la cabecera a MC Ediciones, quien estaba al frente del timón era el periodista y narrador Toni Iturbe. Y cuando hace escasos días Iturbe anunció en las redes su salida, junto a su mano derecha Milo Krmpotic, jefe de redacción, muchos pensaron que el de febrero era su último número. En enero de 2012 *Qué Leer* entró en suspensión de pagos, poco después hizo un ERE, y desde otoño pasado baraja un plan de viabilidad con una quita del 50% de deuda (30 millones de euros en total), que comenzará a pagar en 2016. «Con el retraso de pagos a colaboradores, desactivación de la web y falta de herramientas y re-



Los escritores Toni Iturbe y Milo Krmpotic lideraban el equipo de la revista 'Qué leer'. EL MUNDO



cursos, entendimos que ya no podíamos evolucionar», explica Iturbe.

Lo cierto es que *Qué Leer* aún no ha muerto. MC anuncia el nombramiento de David Zurdo, narrador con un Premio Minotaur en su haber y colaborador de la casa, como nuevo director. «La empresa no me había comunicado nada, ni tenía por qué hacerlo», aclara Iturbe. «La cabecera es como un restaurante en el que se ha ido el chef, el *maitre* y los camareros; pero ahí están las mesas y el local», añade el autor de la celebrada *La bibliotecaria de Auschwitz*, que desea lo mejor a la revista en su nueva etapa, aunque sepa que su futuro financiero es incierto.

Por lo pronto Iturbe ya avanza su nuevo proyecto, junto a Krmpotic y el equipo de *Qué Leer*: «Un portal del libro en castellano que recuperará el espíritu de la revista en digital» y que echará a rodar a finales de este mes. La cosa promete.

Un libro del primer BCNegra 10 años después

M. N.

Tras una década el festival de literatura policiaca de Barcelona comandado por Paco Camarasa deja un colorido tangible y cuantificable, ya que la revitalización del género, el centenares de autores que han pasado y los miles de nuevos lectores del crimen también lo son (tangibles), pero es más difícil medirlos.

Se trata de la edición completa del primer encuentro del ya tradicional BCNegra celebrado entre el 20, 21 y 22 de enero de 2005 en la ciudad, que por entonces se tituló *Primer Encuentro Europeo de Novela Negra. Homenaje a Manuel Vázquez Montalbán*. Un libro publicado por Planeta, con edición a cargo de David Barba, presentación de José Creuheras y Ferran Mascarell, y prólogo de Sergio Vila-Sanjuán. Toda una joya, con desgravación íntegra de las jornadas y abundante material fotográfico.

● ADDENDA

Lletra dibuixada

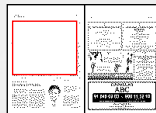


RAFAEL VALLBONA

La lletra, dibuixada, entra. Així ho van entendre els nombrosos assistents a la taula rodona *Negra i dibuixada*. És clar que amb experts en història gràfica com Juan Sasturain (que dirigeix un programa de còmics a la TV argentina, sic!), Pepe Gálvez, Josep Rom o Jaume Vidal, no podia ser d'una altra manera. El públic va agrair que, després de deu anys, BCNegra es recordés d'un gènere que li és tan afí com el del tebeo. Octavi Botana en va ser el moderador. Venia d'Angoulême, de veure títols per incorporar a la nova col·lecció Sapristi de còmic/novel·la gràfica (ja és hora de posar-nos d'acord amb el nom), que editarà Roca i de la qual és el director. Arrenca el març amb un clàssic de la modernitat: *Matar a mi madre*, de Jules Feiffer, guanyador del Pulitzer el 1986 per la tira

que publicava a *The Village Voice*. Aquest llibre és al número 1 de les llistes de novel·la gràfica del *New York Times*. A l'abril editaran *En la vida real*, número 3 a la mateixa llista, de Cory Doctorow (un dels països més influents a la xarxa) i Jen Wang, directora de Comic Arts L.A., i al maig *Los Wrenchies*, de Farel Dalrymple, número 5 a la llista de vendes del *NY Times*. I després d'aquest trident vindran *Ghetto Brother*, el Bronx explicat en clau de rap, *Doble sentido...*

Literatura i art alhora, present a museus i llibreries, el llenguatge dels còmics (parafrasejant l'assaig de Romà Gubern que va convertir una generació de lectors de tebeos en estudiants de comunicació), encara s'assimila a producte infantil o de poc calat literari i intel·lectual. Ja fa pudor haver de dir això, però és així. N'hi haurà prou amb el museu per superar aquest prejudici, o és un problema cultural?



José Baró Quesada (1917-2015)

Periodista de muy temprana vocación

► En ABC fue reportero de sucesos, crítico teatral, crítico taurino, comentarista político...

José Baró Quesada, publicó espontáneamente a los quince años de edad en el huecografado de ABC el primero de innumerables artículos, reportajes, entrevistas e informaciones de todo género que más tarde publicaría en este diario como redactor de plantilla en el único ingreso por oposición convocado por ABC.

Procedente de la Escuela de Periodismo de «El Debate» abandonó el ejercicio de la abogacía (anteriormente había ejercido el magisterio nacional) para dedicarse de lleno al periodismo, su invariable vocación desde niño en la revista escolapia «Páginas Calasancias». Obtuvo el título de periodista, con el número uno de su promoción, en la Escuela Oficial.

En ABC fue reportero de sucesos, crítico teatral, crítico taurino, cronista de la columna «Madrid al día», redactor y comentarista político y enviado especial dentro y fuera de España. Colaboró en el diario cacerense «Extremadura», en los semanarios «Blanco y Negro» y «Sábado Gráfico», en la «Hoja del Lunes» de Madrid, en importantes publicaciones diarias y semanales bonaerenses durante sus años de residencia en la capital argentina, perteneció a la redacción de «El Alcázar» y fue corresponsal de «Pueblo» en Buenos Aires.



Paralelamente al periodismo desarrolló una intensa actividad literaria plasmada principalmente, ya octogenario y nonagenario, en la publicación (Editorial Verbo Azul) de obras de diversa índole como «La casa del pecado mortal», «A calzón quitado», «Escándalo en el Palacio Real», «Cara a cara con Franco», «Cara a cara con el Rey», «Los renglones derechos del diablo»... En la Biblioteca Nacional está todo ello y más. Como «Juan Carlos I, esperanza de España» por la

Editora Nacional publicado poco después de la proclamación del Rey.

Y, sobre todo, un libro de considerable difusión fuera de nuestras fronteras: «El Madrid de las dos rosas», publicado en 1990 por la Editorial El Avapies. Libro chispeante, dramático, satírico, ameno, autobiográfico incluso, donde se revelan muy interesantes anécdotas del Madrid veinteaño de la dictadura de Primo de Rivera, la República, la guerra civil y el franquismo, con escapadas al vie-

José Baró Quesada nació el 17 de noviembre de 1917 en Madrid, donde ha muerto el 3 de febrero de 2015. Periodista de ABC y Blanco y Negro, fue también corresponsal de «Pueblo» en Buenos Aires, jefe de Prensa de los Ministerios de Justicia e Interior y autor de una prolija obra literaria.

jo Buenos Aires. Un libro que está en las bibliotecas de todos los Institutos Cervantes y en las bibliotecas públicas españolas. Todo ello le hizo acreedor de premios literarios y periodísticos y diversas condecoraciones, y diplomas.

Otra faceta suya, más bien íntima, era la poesía en verso. Autor de muchos poemas asonantados y aconsonantados. Algunos publicados en Madrid y Buenos Aires.

Mi abuelo, que fue también investigador de la Academia Argentina de Letras, vicesecretario de la Asociación de Escritores y Artistas Españoles y jefe de Prensa de los Ministerios de Justicia y del Interior, soñaba frecuentemente, cuando dormía, con una misma y desconocida ciudad donde todo era paz, bienestar, amor y belleza, y él, según decía, se encontraba a gusto. Una ciudad, compatible con su acendrada fé católica, en la que no faltaban Dios, la Virgen y la Iglesia y muchos seres queridos que en el último viaje le precedieron. ¿Estará ahora allí? ¿Se habrá ido a la ciudad soñada? ¡Quién sabe!

FERNANDO JOSÉ BARÓ



ACOSO Y DERRIBO A LOS PERIODISTAS

Ángel VALLE



En 2014 fueron asesinados 66 periodistas, encarcelados 178 y además, aumentó la violencia hacia blogueros e internautas

El pasado martes se presentaba el informe de Reporteros sin Fronteras referido a 2014, un año en el que «se cruzó una línea roja bélico-informativa en Siria: la utilización clara de los periodistas como arma de guerra, más aún, como propaganda de guerra», según la presidenta de esta organización en España, Malén Aznárez. Y es que 2014 ha sido un año especialmente duro para la profesión, particularmente en los territorios en los que el denominado Estado Islámico ha hecho su aparición, Siria e Irak, y en aquellos lugares donde sus seguidores cometen sus atentados.

«Tenemos reciente la masacre en Charlie Hebdo, el horror y la sinrazón de la violencia yihadista», recordó Aznárez, que se refirió también a cómo los enemigos de la libertad de expresión han aprovechado para reavivar el debate sobre «hasta dónde debe llegar la libertad de información» para intentar poner límites. «El periodista estadounidense James Foley y el bloguero saudí Raef Badawi pueden personalizar bien la sinrazón y extrema violencia con que fue golpeado el periodismo en el mundo durante 2014», asegura el informe.

«James Foley quedará ya siempre unido al conflicto de Siria, donde 15 periodistas fueron asesinados y al menos 27 secuestrados a lo largo del año. Rehenes capturados en su mayoría por el

Estado Islámico y, en algunos casos, asesinados brutalmente, lo que ha supuesto cruzar una línea con enormes repercusiones para el reportismo de guerra», explica RSF, que define a Siria como un agujero negro informativo, «un escenario desolador en el que la información ha sido prácticamente sustituida por la propaganda». Y es que las acciones del Estado Islámico, aparte de lo que han supuesto en pérdida de vidas humanas, son también un aviso a todos aquellos periodistas que pretendan hacer su trabajo, de modo que se aseguran que tratar de contar lo que ocurre en las zonas ocupadas por estos terroristas equivale a una condena de muerte.

Pero no fueron éstos los únicos escenarios en los que la vida de los periodistas o la libertad de expresión están en riesgo. Tras las fallidas «primaveras árabes» de Egipto o Libia, estos dos países también se han convertido en lugares peligrosos para la actividad de los medios de comunicación. Así, Egipto se convirtió en el segundo país del mundo con más periodistas detenidos, 46, y segundo también en cuanto a periodistas encarcelados: 16.

Tras las fallidas «primaveras árabes», Egipto y Libia son lugares peligrosos para los medios de comunicación

Es de destacar también el caso del este de Ucrania, donde los separatistas prorrusos mantienen un conflicto con el Estado, lo que ha provocado que en los dos principales bastiones rebeldes, Donetsk y Lugansk, se hayan producido numerosos ataques a la libertad de expresión. Además, los propios combates han costado la vida a seis informadores, al tiempo que el cierre de medios de comunicación o televisiones tomadas al asalto, las detenciones arbitrarias de periodistas y las amenazas de todo tipo hayan aumentado en paralelo al incremento de la violencia en los frentes.

Afortunadamente, el número de periodistas asesinados en 2014 fue de 66, una cifra ligeramente inferior a la registrada en 2013. De éstos, más de la mitad, 36, lo fueron en Siria, Palestina, Ucrania, Irak y Libia. Además, hubo centenares de periodistas encarcelados—178—y se ha incrementado también la violencia contra los blogueros e internautas. Sobresale la muerte en 2014 de seis mujeres periodistas, frente a las tres del año anterior.

Y por último cabe destacar que muchos informadores se han visto obligados al exilio. Así, 139 periodistas y 20 internautas se pusieron en contacto con RSF cuando huían de sus países, «lo que indica que fueron muchísimos más», explica la presidenta de la asociación.



Corea del Norte declara la guerra a «En tierra hostil»

Cao de Benós, el valedor del país en Occidente, carga contra el programa

C. García

MADRID- A Corea del Norte se le ha atragantado la emisión del pasado martes de la entrega de «En tierra hostil» que mostraba la realidad del país comunista sumido en la restricción de libertades, altamente militarizado y que se declara unilateralmente en guerra contra Estados Unidos. Alejandro Cao de Benós, un personaje peculiar ya que es el único extranjero que es representante de Corea del Norte en las relaciones con Occidente, cargó contra el programa, centrándose en sus críticas en el periodista Jalis de la Serna, que estaba al frente del reportaje. En su blog, Cao de Benós le acusa de que «hizo todo lo posible para encontrar gente mendigando, jóvenes drogándose o zonas de prostitución, además de mostrarse sumamente escéptico». Era tanta su prevención ante el reportaje que el 8 de febrero en un tono agresivo manifestó: «Desconozco el montaje final de «En tierra hostil» de Jalis de la Serna, pero preparo un «tuit misil» por si acaso». Lo más paradójico es que fue el propio Cao de Benós el que, en calidad de miembro de Turismo e Información de Corea

del Norte, facilitó el permiso para que el equipo del programa, junto a otros dos medios, entrase en el país, blindado ante los turistas extranjeros y los medios de comunicación.

«No es un plubirreportaje»

«No entiendo su reacción porque él se convierte en protagonista del reportaje, ya que aparece en aproximadamente un 80 por ciento del metraje contando su propia versión sobre el régimen y no se le ha censurado en ningún momento», afirma Jalis de la Serna a LARAZÓN. El periodista es tajante: «Quizá de lo que no se dio cuenta es que no fuimos a hacer un plubirreportaje. Somos periodistas y nuestro obje-

ENTREGADO A LA CAUSA

Es el responsable de las relaciones de Corea del Norte con Occidente. Desde 1993, Alejandro Cao —en la imagen vestido con el uniforme militar coreano— está vinculado con el país comunista hasta el punto de tener la doble nacionalidad y recibir varias condecoraciones. Enemigo íntimo de Podemos, su nombre revolucionario es Cho Sun Il (una Corea).



El equipo de «En tierra hostil», junto a un militar y Alejandro Cao, segundo por la izq. durante el rodaje

tivo era mostrar lo que hay más allá de lo que ellos se empeñan en enseñar». Lo que más le ha escocido a Alejandro Cao es que el equipo, tras estar en Corea del Norte, se trasladase a Corea del Sur sin comunicárselo, para entrevistar a exiliados políticos. «Faltaría más que le comunicásemos que íbamos a cruzar la frontera. Él no tiene la potestad de darnos, o no, el permiso para viajar de un país a otro», afirma rotundamente De la Serna.

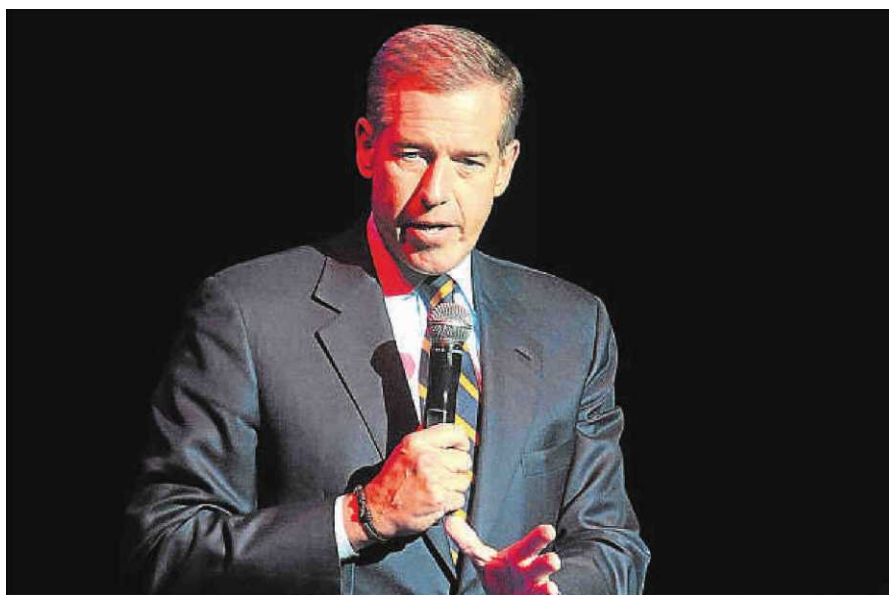
Las condiciones del viaje no fueron plácidas. Como el periodista

explica, «cuando llegamos al aeropuerto, nos subieron a un autobús con cuatro personas del régimen que vigilaron todos nuestros movimientos». Y sí, también hubo censura. No se les pidió que destruyesen parte del material grabado, pero

sí les prohibió filmar algunos lugares por la buena prensa del país y también para curarse en salud por si las imágenes podrían ser utilizadas por EE UU o los servicios secretos de Corea del Sur. «Ocurrieron situaciones tan surrealistas como la

prohibición de grabar la entrada de un parque acuático en el que había una estatua del fallecido líder Kim Jong-il con una fotografía de una playa a su espalda».

La emisión del reportaje tuvo una extraordinaria cuota de pantalla, un 20,9 por ciento, una cifra inusual para este formato. «En tierra hostil» se tomará a partir del próximo martes unas semanas de descanso para dosificar su éxito y le tomará el relevo la serie «Bajo sospecha».



BRAD BARKET / AP

El periodista Brian Williams parlant en un acte a Nova York el novembre passat

L'NBC suspèn durant sis mesos el seu mentider

Brian Williams va inventar la seva cobertura de l'Iraq

FRANCESC PEIRÓN
Nova York. Corresponsal

El problema de reconèixer una mentida és que obre una porta insondable. Crea un dubte existencial sobre el personatge, o sobre el que deia que era el personatge.

Es falsa o està embellida la resta de la seva biografia? D'aquesta magnitud és l'enigma a què s'enfronten els que observen l'embolic de Brian Williams, fins dimecres de la setmana passada, l'envejat –per bé i per mal– conductor de l'informatiu de la nit de l'NBC, el de més audiència als EUA, amb 9,3 milions d'espectadors.

La cadena va anunciar aquest dimarts que l'ha castigat amb sis mesos sense feina ni sou. Per mentider. Això significa que perd la meitat dels seus 10 milions de salari anuals, a més d'una cosa pitjor: la credibilitat, essencial a la seva feina i que planteja l'interrogant de si tornarà a la seva cadira una vegada complerta la sanció.

Williams, de 55 anys, va claudicar fa vuit dies per l'assetjament dels veterans de la guerra de l'Iraq. El periodista des del 2003 deia de manera velada que s'havia vist involucrat en un atac dels iraquians mentre cobria aquesta guerra. La seva veritat va anar creixent i, a partir del 2013, va començar a explicar que ell anava a l'helicòpter que va aterrar d'emergència al mig del desert després de l'impacte de l'artilleria iraquiana.

Fa un parell de setmanes el got va vessar. Va acompanyar un veterà amb les càmeres a un partit

d'hoquei gel al Madison Square Garden i el va presentar com el soldat que el va protegir després del presumpte atac al seu Chinook. Aquest reportatge va provocar indignació. "No et vaig veure a l'helicòpter", va penjar al Facebook de l'NBC un dels que sí que anava en aquest aparell. "Et vaig veure arribar una hora després –va afegir aquest testimoni– i em vas demanar què havia passat". A aquest co-

mentari n'hi van seguir d'altres, tots esbombats per la revista militar *Stars and stripes*. A Williams no li va quedar cap més remei que assumir la seva culpa.

Després de la seva disculpa, dijous i divendres va reaparèixer al seu informatiu. Però dissabte va anunciar que es retirava temporalment. Ara li ha caigut la sanció oficial, "efectiva immediatament", va assenyalar l'empresa. "Amb les seves accions, en Brian ha posat en perill la confiança que els nord-americans dipositen a les notícies de l'NBC", va assenyalar el comunicat de Stephen Burke, directiu de la companyia.

"Les seves accions són inexcusables i la suspensió és severa i apropiada", va insistir. Segons Burke,

Stewart plega en el punt àlgid

■ L'altra cara. Jon Stewart, ha convertit el seu *The Daily Show*, a Comedy Central, en un dels informatius diaris que informaven més bé a partir de bromes i sarcasmes. En una època de vanitats, en què les notícies moltes vegades queden eclipsades per l'ego dels periodistes –com Brian Williams–, l'humor de Stewart suposa un bany de realitat. Convertit en un poder polític i en ple èxit, Jon Stewart va anunciar dimarts que, després de 16 anys, és el moment d'acomiar-se. El seu contracte s'acaba al setembre. "El meu cor em diu que he de fer una cosa diferent", va explicar Stewart.

El seu informatiu és el que tenia més públic, però ara es posa en qüestió tot sobre ell

Williams està consternat i "es mereix una segona oportunitat". Però molts, dins i fora, aposten que no tornarà. No només per les burlles que es fan sobre ell –a les xarxes socials apareix al costat de Moisès–, sinó que tot ell està sota sospita. Es dubta de la veracitat dels seus relats en la seva cobertura de l'huracà Katrina, però també de les dades personals que va donar. A l'NBC, per si de cas, estudiarien possibles substituïts.●



TELEVISIÓN

Cuarenta años de humor en directo

- 'Saturday Night Live' celebra su aniversario con un maratón de tres horas
- Cantera de cómicos, Eddie Murphy o Bill Murray formaron parte de su elenco

SANDRO POZZI
 Nueva York

Durante cuatro décadas, los cómicos más famosos del mundo han ido saliendo del escenario instalado en el ya icónico estudio 8H del Rockefeller Center de Nueva York, desde donde la cadena estadounidense NBC emite el ya mítico *Saturday Night Live*. Ahora, muchos de ellos vuelven a estar juntos en un maratón de tres horas que celebra los 40 años de existencia del programa, un especial que se emitirá en EE UU este domingo y que en España se podrá ver el 28 de febrero (16.40) en Canal + 1.

SNL es un gigante en la cultura estadounidense. Su primer programa se emitió el 11 de octubre de 1975, con el humorista George Carlin haciendo los honores. Desde entonces, ha recibido 40 premios y 175 nominaciones en los Emmy, cifras de récord para un programa que los premios Peabody reconocieron como "toda una institución nacional". Pese a llevar tantos años en el aire, el formato creado por Lorne Michaels, su productor ejecutivo, sigue atrayendo cada semana a millones de seguidores.

Michaels empezó a crear su imperio en un momento en que la televisión se inventaba constantemente. Como laboratorio utilizó el estudio de radio instalado en el rascacielos de la NBC, pensado para una orquesta sinfónica. Su éxito fue dar con una fórmula que combinaba comedia inteligente y música del momento y contar con guionistas de la talla de Conan O'Brien, Jim Downey, Al Franken, Greg Daniels o, actualmente, Colin Hanks. Salidos de las aulas de Harvard. Ahora el creador de *SNL* produ-



Jonah Hill (delante) y Leonardo DiCaprio, intérpretes de *El lobo de Wall Street*, recrean irónicamente en *Saturday Night Live*, en enero de 2014, la más famosa escena de *Titanic*, que el segundo protagonizó.

Es el programa más premiado en los Emmy, con 40 galardones

ce también el *Tonight Show* junto a Jimmy Fallon.

La reunión del 40º aniversario permitirá ver de nuevo a algunos de sus alumnos más ilustres. Eddie Murphy regresa a las tres décadas de su última visita: en diciembre de 1984 ejerció como anfitrión, 10 meses después de abandonar el reparto habitual. El actor empezó a hacerse un nombre universal en la temporada 1980-1981, cuando tenía 19 años, interpretando a personajes como Buckwheat, Gumbly

o Mr. Robinson, además de la memorable parodia de James Brown en su *Celebrity Hot Tub Party*. No es el único que ha salido de esta cantera interminable de talento: Ben Stiller, Bill Murray, Billy Crystal, Will Ferrell, Adam Sandler o Robert Downey Jr. también pasaron por *SNL*. De ahí hasta Will Forte, Kristen Wiig, Tina Fey o Jimmy Fallon, por citar a algunos nombres ilustres de este clásico en constante transformación. La celebración tendrá un toque nostálgico, pero la presencia de tanto nombre ilustre servirá para reconocer la fuerza de esta máquina creativa.

Robert Greenblatt, presidente de NBC Entertainment, explica que este evento será una manera más de celebrar ese legado. La última vez de una celebración de este tipo fue en 1999,

coincidiendo con el 25º aniversario, con Bill Murray al frente. Diez años antes, Chevy Chase empezó la fiesta del 15º cumpleaños con uno de los batacazos que le hizo famoso cuando comenzó en el programa en 1975.

La NBC no es la única que le rinde tributo estos días. La cadena VH1 Classic celebra el aniversario con un megamaratón, que empezó el 28 de enero y que durará hasta que comience el especial de *SNL*. Serán 433 horas de programación en 19 días, lo que supera el récord que FXX estableció con *Los Simpson*. Entre esos episodios, figuran seis con Justin Timberlake, uno de los invitados más populares del show, junto a Steve Martin, Tom Hanks o Alec Baldwin. Este último mantiene el título de presentador más habitual, con 16 ocasiones.



El silencio de 'Charlie Hebdo'

El semanario *Charlie Hebdo*, que hace cinco semanas ocupaba titulares, consignas y pantallas, se puso de inmediato al tajo, gracias a la entereza de un colectivo profesional masacrado y a la ayuda técnica de *Le Monde* y *Libération*, y salió en una semana, el 14 de enero. Desde entonces, en boca cerrada no entran moscas. No volverá a la calle hasta el 25 de este febrero. La redacción consideró incluso no fijar fecha para el nuevo número. Pero, nada, está decidido: saldrán antes de terminar febrero. Debate interno constante, silencio y recogimiento exteriores mientras tanto.

Algun superviviente quizá haya recordado a Voltaire: "El destino se ríe a menudo de nosotros". Su caso es ejemplar. Antes del atentado, la revista, que ha pasado etapas contradictorias como todas las empresas del negocio y más del ramo de la sátira, tenía unos 10.000 abonados, ahora tiene más de 200.000, que son unos 14 millones de euros. Las ventas no pasaban de los 60.000 ejemplares, lejos de las cifras gloriosas de antaño, pero del número post-atentado se tiraron 7,3 millones de ejemplares (impresos, no cuentan las descargas en pdf desde la web de la revista), una burrada



MERCÈ
IBARZ

El semanario satírico, que no saldrá de nuevo hasta el 25 de febrero, lleva un mes de debate interno

que, si se han vendido todos, les habrá aportado 10 millones de euros.

Han recibido además ayudas públicas y donaciones privadas, que juntamente con las ventas y los abonados suben los beneficios a más de 30 millones. En esta cifra los donativos privados, que se destinan a las víctimas, han sido de 2,3 millones.

Y sí que se ríe, el destino, sí. No me extraña que la redacción haya quedado paralizada. Sin di-

rector, sin sus viejos referentes al pie del cañón en las reuniones semanales del equipo, sin el gerente y sin colegas que veías cada día. Y el ruido de fondo: todos querían ser, y decían ser, *Charlie*. Encima. Vuelvo a mirar la portada del número post-atentado y me parece más profética todavía. Un musulmán, pongamos que Alá, manifiesta en un papel que lleva en las manos *Je suis Charlie* y llora. Tras él, pero no dicha por él (no sale de su boca) sino pintada en el verde base del dibujo, como una declaración editorial —de una revista satírica—, la revista proclama: "Todo ha sido perdonado". Seas quien seas, viene a decir, seas francés o no importa de dónde, hagas lo que hagas, hayas hecho lo que hayas hecho, si ahora dices que "eres *Charlie*", no te preocupes, que todo te será, te es, perdonado.

O sea que, venga, a continuar. Aquí paz y allá gloria. Pero no, no sin debate. La redacción del *Charlie Hebdo* ha entrado desde el 14 de enero en un proceso interno sobre la línea editorial a seguir. Ha salido lo que tenía que salir, hasta qué punto los combates personales, en este caso del malogrado director, Charb, un hombre de 46 años, dominaron su etapa en la dirección, marcada ahora para

siempre por el 7 de enero de 2015. Alguien nos explicará, en crónicas periodísticas o en libros y reportajes audiovisuales, qué lección ha extraído el periodismo de esta tragedia y de las estrategias informativas y vitales de la prensa de expresión propia.

¿Qué aspiran a hacer, con los quilos de euros que les han llovido del cielo de la sociedad bienpensante y del infierno de las americanas de los patrones de la prensa francesa y de Google? ¿Qué harán con la pasta y cómo lo notarán sus seguidores, qué creen que les están diciendo los nuevos abonados a mansalva que les han dado doce meses para renovarles o no la confianza y se lo han pagado por adelantado?

Sea como fuere, y esta es la modesta proposición que la gente del *Charlie* me parece que indirectamente nos hace y que ya se verá, el momento reclama las jóvenes palabras finales de Joyce: "Silencio, exilio y astucia". Merece respeto una redacción que se pone a pensar, debatir, discutir, acordar un alto, examinar cómo tirar adelante. Quizá lo encuentro relevante por provenir del periodismo, pero si fuera seguidora de la publicación me sentiría, ya me lo siento como lectora esporádica, respetada, muy respetada

por el silencio editorial y el debate interno.

PS: Un amigo me envía un blog. Leo, copio y traduzco: "En agosto de 2013 la Asamblea de Dones Feministes de Gràcia, en el marco de la Fiesta Mayor, iniciamos una campaña para la defensa del derecho al propio cuerpo y para hacer frente a las agresiones sexistas en espacios de fiesta. La campaña contaba con el apoyo de muchas de las calles adornadas de la Vila, que colgaron nuestros carteles y compartieron las cintas lila para adherirse a la reivindicación. Meses después, a la Asamblea se nos notificó las consecuencias políticas de la campaña: diversas multas que suman la **desorbitada cifra de 10.500**" (las negritas son suyas). Sucedió antes de ser derogada la *ley Gallardón*. El Ayuntamiento, siguiendo una obsesión meganormativa que hace décadas que aplica con manía digna de estudio e intensifica ahora al ritmo de la *Ley Mordaza*, alega que las señoras de Gràcia no podían utilizar la vía pública, y que a quién le importa que los vecinos estuvieran de acuerdo. Olé tú.

Y luego dirán del *Charlie*.

Mercè Ibarz es escritora y profesora de la UPF.



Més credibilitat i poca saturació de publicitat



FONT: IAB

Un terç dels internautes es connecta cada dia als mitjans de comunicació



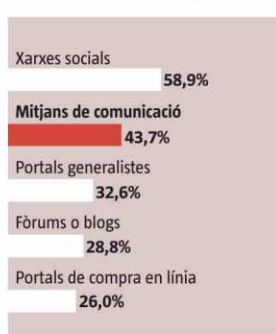
Principals consultes per...

ORDINADOR PC



Principals consultes per...

MÒBIL 'SMARTPHONE'



La credibilitat dels diaris en línia

Un estudi confirma que, a internet, els periòdics són el suport en què més confien els usuaris de la xarxa

SALVADOR ENGUIX

Els malastrucs del periodisme a internet van rebre ahir una molt mala notícia. Perquè els mitjans de comunicació en línia són el suport que més confiança genera en els usuaris de la xarxa. I d'entre aquests, els que despunten en credibilitat són les versions digi-

L'internauta es refia més dels mitjans a internet que de les xarxes socials o els portals

tals dels diaris o els diaris digitals nadius. Una confiança que supera la d'altres suports com les xarxes socials, portals generalistes, fòrums o blogs i portals de compra en línia.

Així ho confirma el II Estudi Anual de Mitjans de Comunicació elaborat per la firma IAB Spain (l'associació de la publi-

cat, el màrqueting i la comunicació digital a Espanya), realitzat a partir d'una mostra de 1.400 internautes de més de 15 anys. L'enquesta concreta que la confiança de l'usuari en els mitjans en xarxa va assolir una nota de 6,5 sobre 10, i en el cas dels diaris va ser de 7 sobre 10, seguit de les ràdios en línia amb una puntuació de 6,8. Molt superior a la confiança dels internautes en altres suports on també flueix la informació.

Els mitjans de comunicació a internet ocupen a més la segona posició quant a freqüència d'ús de l'internauta, davant altres suports i ofertes en línia. Segons els resultats de l'estudi, un terç dels internautes es connecta diàriament per consultar informació en els mitjans (des de notícies fins a opinió sobre fets d'actualitat) i més de la meitat ho fa almenys una vegada a la setmana. A més, els mitjans a internet són el suport digital amb un perfil d'audiència més madura (el 12,9% de 35 a 49 anys i més grans de 50 anys el 14%) i destaca tam-

bé l'afinitat més important amb el públic masculí.

Belén Acebes, directora de màrqueting i investigació, valorava ahir en la presentació de l'estudi que amb l'amplia fragmentació que existeix tant de continguts com de suports en línia, "els mitjans de comunicació s'han sentit amenaçats a inter-

net i amb por que altres suports menys qualificats i, per tant, amb models de negoci més econòmics, aconseguissin captar la seva audiència". Però va afegir que "queda clar que la qualitat, credibilitat, i percepció de marca que obtenen els mitjans de comunicació no deixa lloc a dubtes del valor afegit que ofereixen

aquests suports en línia respecte a la resta".

Antonio Traugott, director general d'IAB Spain, va afegir, per la seva banda, que la digitalització està dibuixant una nova foto en el panorama dels mitjans de comunicació. "Actualment, els mitjans de comunicació en línia són els suports que més confiança generen, i en els quals es presta més atenció a la publicitat. Aquesta és una tendència que s'intensificarà amb la contínua adaptació dels mitjans de comunicació a l'entorn digital".

La tendència assenyalada es confirma perquè internet és el mitjà més utilitzat: 8 de cada 10 internautes es connecten diàriament i 9 de cada 10 ho fan almenys una vegada a la setmana. A més, internet és considerat el mitjà més creïble i amb el qual més s'identifiquen els usuaris que busquen consumir informació. Pel que fa a les marques, productes o serveis, és també el més ben valorat per conèixer una marca amb una puntuació de 7,9 sobre 10, així com per obtenir infor-

EL PC S'IMPOSA A ALTRES DISPOSITIUS

■ L'estudi d'IAB Spain confirma que el dispositiu preferit de navegació per consultar suports (entre aquests els mitjans de comunicació) és el PC (71,2%), seguit del telèfon mòbil (24,2%), les tauletes (4,35%) i a molta distància les smart TV. Però hi ha altres dades interessants: les tauletes són el dispositiu preferit per consultar mitjans de comunicació (20,8%), xarxes socials (16,9%), fòrums o blogs (14,6%), portals generalistes (13,7%) i portals de compra

(12,6%). No és el cas dels smartphones, que es fan servir principalment per consultar, per aquest ordre, les xarxes socials, mitjans de comunicació, portals generalistes, fòrums o blogs, i portals de compra en línia. En el cas dels PC, que continuen sent el dispositiu per connectar-se a internet, l'activitat més destacada és la consulta de portals de compra en línia, seguit de mitjans de comunicació en xarxa, fòrums o blogs, portals generalistes i xarxes socials.



Principals consultes per...

TAULETA

Mitjans de comunicació

20,8%

Xarxes socials

16,9%

Fòrums o blogs

14,6%

Portals generalistes

13,7%

Portals de compra en línia

12,6%

LA VANGUARDIA

mació (8) o ampliar i detallar informació de la mateixa (8,2).

La credibilitat de l'internauta en els mitjans de comunicació condiona en lògica la credibilitat del missatge publicitari. L'estudi subratlla que els diaris en línia són els mitjans en els quals la publicitat genera més confiança, tot i això les revistes i la ràdios en línia són els mitjans de comunicació en els quals més atenció es presta a la publicitat.

Les revistes en línia són els mitjans de comunicació amb millor valoració en utilitat de la publicitat per a les compres, que superen la mitjana d'internet. D'altra banda, els diaris i les revistes en

La fiabilitat que atorguen les capçaleres en línia aporta un plus a la publicitat

línia són els més ben valorats per la coherència i adequació de la publicitat al contingut. L'informe d'IAB Spain desmunta la hipòtesi, molt estesa, que internet no és un bon mitjà per al periodisme de qualitat; ben al contrari es confirma que el públic atorga molta credibilitat als mitjans de comunicació on line.●



elradar



Jon Stewart presenta *The daily show* des del 1999. ARA

Jon Stewart deixarà de conduir 'The daily show' després de 16 anys

L'humorista Jon Stewart deixarà la seva feina com a presentador de l'espai d'humor *The daily show*, de la cadena nord-americana Comedy Central, aquest mateix any, segons ell mateix va explicar al final de l'emissió de dimarts. Stewart, de 52 anys, es va mostrar agraït per haver pogut conduir aquest espai durant 16 anys i va assegurar que no té plans professionals concrets per al futur. "Ha sigut un privilegi absolut -va dir, emocionat-. Ha sigut el gran honor de la meua vida professional, i us dono les gràcies per mirar el programa, sigui quina sigui la raó per la qual ho feu", va afegir. Stewart va arribar al capdavant del programa l'any 1999 i des de llavors ha guanyat 20 premis Emmy, entre altres guardons.

Segons la cadena, el programa, que s'emet de dilluns a divendres a les 23.00, continuarà en antena, tot i que de moment no s'ha anunciat qui serà el substitut de Stewart. "Gràcies a la seva veu i visió úniques, *The daily show* s'ha convertit en un referent cultural per a milions de seguidors i en una plataforma incomparable per a l'humor polític que continuarà en els pròxims anys", ha assenyalat la presidenta de Comedy Central, Michele Ganeles, segons recull Reuters. —

Austràlia participarà al Festival d'Eurovisió d'aquest any

Austràlia participarà a l'edició d'aquest any del Festival d'Eurovisió. La Unió Europea de Radiodifusió i la cadena austríaca ORF, organitzadora de la pròxima edició del certamen, han convidat la televisió australiana SBS a enviar-hi un representant, en commemoració del 60è aniversari del concurs i com a mostra d'agraïment per haver-lo emès durant més de 30 anys. El participant australià, que encara no s'ha escollit, competirà directament a la final, que tindrà lloc a Viena el 23 de maig.

Segons l'organització, la intenció és que la presència d'Austràlia no tingui continuïtat. Només si guanyés, la cadena SBS podria tornar a enviar un representant al concurs l'any que ve, tot i que la seu del certamen no es traslladaria en cap cas a Austràlia. El director executiu d'Eurovisió, Jon Ola Sand, considera que és una decisió "atrevida i increïblement emocionant", i el director general de l'ORF, Alexander Wrabetz, destaca que d'aquesta manera el certamen adquireix una dimensió "nova i global".

Amb la presència d'Austràlia, el Festival d'Eurovisió comptarà amb 40 participants. D'aquests, 33 es jugaran la plaça a la final en les semifinals dels dies 19 i 21 de maig. —



Edurne representarà Espanya al festival d'Eurovisió d'aquest any. TVE



De quin programa s'ocuparà Jordi Basté en l'especial 'RAC1 cap per avall?' ■ ARXIU

Dia Mundial de la Ràdio a RAC1 i a Catalunya Ràdio demà

■ Els editors de l'emissora privada s'intercanvien i els de la ràdio pública compartiran micros amb esportistes

Redacció
BARCELONA

L'emissora líder a Catalunya, RAC1, celebra avui el Dia Mundial de la Ràdio amb una graella especial: els editors dels programes s'intercanviaran per un dia. Jordi Basté, els Òscars o Elisenda Roca no ocuparan la seva franja horària ni se'ls podrà sentir en el seu registre habitual. Serà una sorpresa per als oients descobrir de quin programa s'ocupa cadascú. L'experiència, que es va fer per primer cop l'any passat, es podrà seguir a la xarxa social Twitter amb l'etiqueta #diarac1. RAC1 promou a aquest dia de ràdio diferent amb l'eslògan *RAC1 cap per avall. Qui farà què?*. L'any passat, per exemple, Raül Lli-mós, una veu de la ràdio esportiva, havia portat la tertúlia d'*El món a RAC1* i Dani Senabre havia can-

viat el *Tu diràs* de la mitjanit per una secció de música i internet a l'hora final d'*El món a RAC1*.

Aquest any, Catalunya Ràdio també s'afegeix al Dia Mundial de la Ràdio, i ho fa demà, divendres, amb una graella especial. L'emissora pública ho celebrarà amb els esportistes catalans, que seran els protagonistes de la programació. *El club de la mitjanit*, amb Pere Escobar i Oriol Rodríguez, obrirà i tancarà aquestes 24 hores, en què l'esport serà al costat de la ràdio. Des del primer minut del dia 13 de febrer, amb un programa des d'Andorra, els esportistes, noms que van des dels germans Marc i Àlex Márquez fins al blaugrana Xavi Hernández, compartiran els micròfons amb Mònica Terribas d'*El matí de Catalunya Ràdio*, *Els optimistes* o els tertulians de *L'oracle*. ■



Los anuncios más populares

Advert-Ido

YouTube se ha convertido en un canal importante para las marcas, sobre todo para llegar a determinados públicos como los jóvenes. Y en la red, los anuncios pueden convertirse en fenómenos virales que alcanzan millones de visionados gratuitos, con el añadido de que son los propios consumidores los que quieren verlos voluntariamente.

La revista «El Publicista» acaba de publicar los diez anuncios más populares de 2014 en YouTube en España, a partir del número total de reproducciones. La lista la encabeza un anuncio ya comentado en esta columna, «La otra carta», de Ikea y la agencia McCann, que es autora también del quinto más visto, «Bombería», de Campofrío. Hay otro anuncio de diciembre, «El bar de Antonio» para la Lotería de Navidad, de Leo Burnett. Los tres destacan por sus bonitas y emotivas historias, posiblemente la clave de su éxito. También hay varios anuncios divertidos, como dos de Nike Football plagados de estrellas para el mundial de Brasil y que, pese a estar en inglés y durar 4 y 5 minutos, son el segundo y tercero más vistos, seguidos de YouTube Rewind.

Hay también dos anuncios de bancos, el del Sabadell con la conversación entre Rafa Nadal y John Carlin; y el del BBVA con los jugadores de la NBA Kevin Durant & James Harden. Ambos están muy lejos de la publicidad financiera más tradicional, y demuestran una vez más la importancia de la creatividad para llegar al consumidor. Como el vídeo de Dove con mujeres que se sienten bellas gracias a un experimento en el que han llevado un parche con efecto placebo, que ocupa el noveno puesto. Cierra la lista el futbolista Andrés Iniesta jugando a la PS4 con su Sony Xperia, quizás el spot más clásico de todos.

En resumen, hay cuatro spots que se han emitido en televisión, y seis vídeos realizados para internet con una duración mucho mayor, que pueden calificarse como «branded content», o contenidos creados por las marcas. Como señala Manuel Roman, marketing manager de YouTube, está comprobado que «el consumidor se queda y reproduce el vídeo en su totalidad si le contamos algo interesante».

Seis anuncios de los diez más vistos son obra de agencias españolas, algo también muy importante al ser internet un medio sin fronteras. Y aunque no se puede concluir que los anuncios más populares sean también los más eficaces, cuando la publicidad gusta al consumidor, como es el caso, las marcas tienen mucho terreno ganado.



FUTBOL

Collet avisa que aturaran la Lliga si no s'arregla el contracte de TV

EL PERIÓDICO
BARCELONA

L'acord entre les televisions i els clubs de la Premier, pel qual aquests percebran un total de 6.900 milions d'euros en tres anys (2016-19), ha accentuat la sensibilitat dels equips espanyols, que estan pendants d'un nou contracte i un repartiment econòmic molt més equitatiu entre tots.

«Estem pendants que el Govern tregui el decret llei, però no surt. La seva capacitat de fer el ridícul, almenys en el terreny esportiu, no té límits», va dir ahir Joan Collet, el president de l'Espanyol, un dels clubs que es comencen a cansar d'esperar el nou barem que redueixi les grans diferències entre el Barça i el Madrid (cobren 140 milions anuals) i els altres: els següents (Atlètic i València) perceben al voltant de 42 i els que guanyen menys només reben 12 milions. L'Espanyol amb prou feines s'acosta als 14 milions, el 10% del seu rival ciutadà.

En declaracions a *El món a RAC1*, Collet va afirmar: «Fins i tot parariem la Lliga si això no surt en una, dues o tres setmanes. Ho hem parlat a l'assemblea i hi

**«Si el Govern espanyol
no es posa les piles, ho
plantejarem», adverteix**

ha clubs que hi estan d'acord. Si el Govern espanyol no es posa les piles, es plantejarà molt seriosament».

OMBRES ALLARGADES // El president de l'Espanyol va explicar que Miguel Cardenal, el secretari d'Estat per a l'Esport, va prometre fa mesos el decret llei, i va insinuar que hi ha interessos ocults perquè el nou contracte amb els operadors no es faci realitat. «Ningú sap qui l'està parant, però hi ha ombres allargades», va dir, encara que va negar que el Barça estigués darrere d'aquest retard segons el seu parer interessat. «El Barça està d'acord que s'ha de canviar mentre no hi perdi diners», va aclarir Collet, que va dir que té molt bona relació amb Josep Maria Bartomeu, el seu homòleg blaugrana.

El dirigent espanyolista lamenta que tots els clubs «estan lligats de peus i mans» i amb la impotència de veure que el retard amenaça d'impedir que s'avanci el nou repartiment. El club que va cobrar menys a la Premier (Middlesbrough) va rebre 34,9 milions. Amb el pròxim conveni, el menys afavorit incrementarà els seus guanys per sobre dels 100 milions. ■



La federación reclama sus derechos sobre la Liga

Villar sostiene que la **FIFA** le da poderes que el **CSD** ignoró

D. T., Madrid

El artículo 78 del Estatuto de la FIFA establece que los derechos de las competiciones de cada país corresponden a las federaciones nacionales "sin ninguna restricción". Según la federación española, presidida por Ángel María Villar, la norma condiciona la capacidad del Gobierno de legislar sobre reparto de derechos audiovisuales del fútbol, como pretendía hacer el CSD por medio de la Ley del Deporte Profesional. Cuando Villar se enteró de que solo le cedían el 2% de los derechos, sin siquiera consultarle, advirtió al Ejecutivo que estaba redactando una norma hueca. Susceptible de dejar a los clubes españoles fuera de la FIFA, sin gozar de arbitrajes independientes, ni de derechos sobre jugadores, ni de la posibilidad, por ejemplo, de jugar en la Champions.

En otros países, las federaciones monitorizan las Ligas al detalle. En España, Villar prefirió delegar en la LFP. Ahora quiere actuar. Se siente acosado por el presidente de la Liga, Javier Tebas, y por el secretario de Estado para el Deporte, Miguel Cardenal, de quienes sospecha que preparaban una Ley del Deporte Profesional para controlar hasta los árbitros. Esta norma también regularía la venta unificada de los derechos televisivos, rompiendo el esquema bipolar que tanto benefició al Madrid y al Barcelona desde 2006 bajo el impulso de Tebas.

La federación aprobó la venta unificada de los derechos en 2009. El Gobierno ha tardado en regularlo. La Constitución solo le da potestad de legislar el deporte aficionado. Villar debe participar. Y Villar espera la llamada del ministro José Ignacio Wert.



La prensa on-line, el soporte digital con más credibilidad

G. Granda

MADRID- La edición on-line de los periódicos impresos es la que tiene más credibilidad para los usuarios de internet, además de ofrecer la publicidad que ofrece más confianza. Ésa es la principal conclusión del «II Estudio Anual de Medios de Comunicación on-line», que se presentó ayer a partir de una muestra de 1.400 internautas mayores de 15 años realizado por la Asociación de la Publicidad, el marketing y la comunicación digital en España (IAB) junto a Kantar Worldpanel. Los medios de comunicación tienen una alta valoración (7 sobre 10) por encima de la radio digital y son los más seguidos sólo superados por las redes sociales. El nivel de confianza también es más que estimable, cifrándose en un 6,5. «Este informe demuestra la credibilidad de los medios on-line entre los españoles y su fiabilidad como soporte de difusión para las marcas», afirmó Beatriz Medina, miembro de la directiva de IAB Spain y directora de ventas digitales de Atresmedia.

Internet sigue creciendo como el medio más utilizado por los usuarios. En cuanto a la periodicidad de uso, un tercio de los internautas se conecta a diario a estos medios y más de la mitad lo hace al menos una vez a la semana. Un 71,2 por ciento utiliza el PC de sobremesa o portátil mientras que un 24,2 por ciento emplea el móvil y un 4,3 la tableta.



L'APUNT

L'ofici del fotoperiodisme

Jaume Vidal

A diferència de molts redactors, el fotoperiodista no té l'envaniment transcendental que solem tenir els *plumillas*. Van més a preu fet i han de córrer més. Qui redacta pot arribar tard, qui fotografia no. Aquest caràcter batallador, de trinxera, sempre m'ha fascinat. I per això estimo els fotògrafs de premsa. Pel vessant més mític i també pel meu interès personal. Considero

la fotografia una part fonamental d'un article. I per tant, una bona foto salva textos insubstancials. Com deia Joan Guerrero, i com ahir va insinuar Jordi Socas en la presentació de la seva exposició a la Virreina, el fotoperiodista no és un artista, però, al meu parer, les fotografies fan, més que els mots, que els diaris tinguin transcendència en el temps.





Quantis se adjudica la señal de TDT y radio de Aragón

El contrato asciende a 850.000 euros al año y durará dos ejercicios

eE MADRID.

El gobierno de Aragón ha adjudicado a la operadora Quantis en licitación pública el transporte de los dos canales de TDT y las tres radios autonómicas y la conexión, vía satélite, de 1.400 hogares a los que no les llega la señal terrestre.

El contrato, cuyo importe anual se acerca a los 850.000 euros al año, tiene una duración de dos años con posibilidad de prorrogarlos a otros dos. La empresa se encargará de instalar un total de 1.400 receptores de satélite en otros tantos hogares donde la señal terrestre no llega o es insuficiente.

En estos momentos Quantis distribuye para Europa y Oriente Medio, vía satélite, la señal de dos canales de TVE, Teledepor-te y TVE Internacional, y la de las cinco emisoras de Radio Nacional. "Con este contrato reforzamos nuestra posición en el mercado Broadcast, que consideramos estratégico para el crecimiento de la compañía", señala Aquilino Antuña, director general de Quantis.

El Gobierno de Aragón tuvo en cuenta en la resolución final la propuesta técnica y económica de Quantis. Un planteamiento que consiguió imponerse finalmente al de otro de los candidatos interesados en el proyecto, como Abertis.



Impugnado el concurso de la televisión autonómica murciana

J.M. Madrid

Marejada en el concurso para la gestión privada de 7RM, la televisión autonómica de Murcia, que el Gobierno regional adjudicó la pasada semana al grupo Secuoya. Mediapro y Tres60, que pujaron por el contrato, valorado en 36 millones de euros, impugnarán la adjudicación al entender que se han producido

“arbitrariedades e irregularidades” en el proceso.

Según Mediapro, su oferta era, “con diferencia”, la más barata de las cinco presentadas, con un ahorro para el Gobierno de 2,7 millones, un 8,7% por debajo de la media de todas las ofertas, si bien fue valorada en tercer lugar en el apartado de valoraciones objetiva. La productora catalana

recuerda su “demostrada experiencia, con programas de éxito en prácticamente todas las cadenas de ámbito estatal y autonómico”, que no ha sido tomada en consideración.

Para Tres60, que se presentaba a través de Videoreport, la puntuación “parece forzada extremadamente a la baja para otorgar la máxima diferencia a Secuoya”.



Time Warner guanya un 3,6% més el 2014

■ El grup de comunicació dels Estats Units Time Warner va anunciar ahir que va tancar l'any 2014 amb un benefici net de 3.827 milions de dòlars, que representa un augment del 3,6% respecte a l'exercici anterior. L'empresa, propietària de la productora Warner Bros i canals de televisió com HBO o CNN, va tenir el 2014 un benefici net per acció de 4,41 dòlars, comparat amb els 3,63 dòlars de l'any anterior, en què va guanyar 3.691 milions de dòlars. Time Warner va registrar uns ingressos de 27.359 milions en el conjunt de l'exercici, la qual cosa representa un augment del 3,3% respecte als 26.461 milions que va facturar durant l'any 2013. Quant als resultats de l'últim trimestre de l'any passat, el grup va guanyar 718 milions (86 cèntims per acció), un 26,9% menys que un any abans, quan el benefici va ser de 983 milions (1,03 dòlars per títol). L'empresa va obtenir una facturació de l'octubre al desembre passats de 7.525 milions, lleugerament per sota dels 7.604 milions de dòlars que va ingressar en l'últim trimestre del 2013. Els ingressos de la seva productora Warner Bros van baixar l'últim trimestre a 3.815 milions, però van tancar el 2014 amb un lleu augment de 12.526 milions, i els de la seva divisió de canals per cable Turner van pujar fins a 10.396 milions en el conjunt de l'any. / Efe



Sanción a una serie en Turquía por decir «Dios» y no «Alá»

El Alto Consejo de Radio y Televisión de Turquía (RTÜK), dependiente del Gobierno islamista de Erdogan, ha vuelto a demostrar su carácter ultraconservador al sancionar a la telecomedia francesa «Vous Les Femmes» («Vosotras las mujeres»), que el mes pasado ya fue objeto de una multa por una conversación mantenida por sus protagonistas sobre preservativos de sabores. En esta ocasión, el motivo ha dejado boquiabierto a todo el mundo: el malestar del RTÜK se debe al doblaje de uno de los episodios en el momento en el que uno de los personajes se refiere a la divinidad. Los traductores prefirieron utilizar la palabra turca «Tanrı» (que significa «dios») en lugar de «Allah» (Alá). De momento, el RTÜK se ha limitado a enviar una advertencia formal a la cadena TV2, aunque es común que también imponga penalizaciones económicas. **DANIEL IRIARTE**



Augusto Delkáder, presidente de la Asociación de Radiodifusión

EL PAÍS, Madrid

El presidente de PRISA Radio, Augusto Delkáder, ha sido nombrado presidente de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC), que agrupa a casi todas las emisoras privadas del país. Sustituye en el cargo a Javier González Ferrari, de Onda Cero, según ha informado la asociación.

La AERC celebró ayer su asamblea general anual en Madrid, durante la que la junta general hizo balance de los últimos seis meses de su gestión, entre cuyos asuntos destacan "los relativos a los derechos de propiedad intelectual y los asuntos tecnológicos sobre la recepción de la radiodifusión en los nuevos dispositivos en el nuevo entorno digital".

Delkáder fue miembro del equipo fundador de EL PAÍS, del que llegó a ser director adjunto. Posteriormente fue director general de la Cadena SER. Entre 1997 y 1999 ya ejerció como presidente de la AERC. Es presidente de PRISA Radio desde octubre de 2010.



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/02/15	El dret a la informació i la llibertat d'expressió són de la ciutadania / Sindicat de Periodistes de Catalunya	31	1



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

El dret a la informació i la llibertat d'expressió són de la ciutadania

Jueves, 12 de febrero de 2015

taula rodona Ser o no ser Charlie Lil·lustrador i president de l'Associació de Professionals de la Il·lustració a Catalunya (APIC), Miguel Gallardo; el secretari d'organització de la FeSP, Dardo Gómez i el professor de periodisme de la UAB, Carlos Zeller han participat a la taula rodona Ser o no ser Charlie: un abans i un després per a la llibertat d'expressió, organitzat per la Xarxa Ciutadana pel Dret a la Informació i a la Comunicació de la qual ISPC n'és membre. Miguel Gallardo ha repassat les il·lustracions publicades arran de l'atemptat contra el setmanari satíric Charlie Hebdo per interrogar-se sobre totes les persones que es van apuntar al Je suis Charlie i concloure que tots els polítics es van apuntar i, per aquesta raó, desconfio de la campanya. Gallardo ha defensat que l'humor serveix per molestar a tothom, una altra cosa són les conseqüències que se'n puguin derivar i que l'únic que se li ha d'exigir és que sigui bo. Lil·lustrador ha assenyalat que cal que hi hagi un nucli dur de gent que ho critiqui tot, com els bufons, tot i que es jugaven el cap, ha afegit. Tots hem de defensar la llibertat d'expressió, no només els periodistes, ha dit. El secretari d'Organització de la FeSP, Dardo Gómez, ha criticat a aquells que s'han aprofitat del martiri d'uns companys per imposar-nos la por i el terror. En aquest sentit, ha criticat el pacte antiterrorista signat recentment pel president del Govern, Mariano Rajoy, i el líder socialista, Pedro Sánchez, un pacte que caçarà pocs terroristes però ens ficarà a tots en el sac del terrorisme i ha acusat als falsos Charlie que pretenen imposar una llei que no defensa les llibertats sinó que les amenaça, referint-se a la llei mordassa. Gómez també ha criticat els mitjans de comunicació, s'han passat de rosca, han actuat com a trileros i la ciutadania ha vist llengany, i també els periodistes: ens costa admetre que som uns mindundis i que dins dels mitjans tenim molt poca importància. Per això, hi ha molts professionals que, per la crisi i per convicció, han decidit posar en marxa mitjans petits i independents des dels quals fer investigació. Per la seva banda, el professor Carlos Zeller ha dit que no és acceptable l'atac de lucidesa per l'atemptat a París davant la multitud de situacions molt més sagnants que succeeixen pràcticament a diari a alguna part del món i que ignorem perquè com a periodistes hem creat zones d'invisibilitat. El professor ha posat com a exemple el col·lapse d'un edifici a Bangladesh, fa prop de dos anys, en el qual van morir més de 1.200 dones que hi treballaven en situació gairebé esclavisme per empreses espanyoles i catalanes. Zeller ha presentat un desafiament: quant diaris recordaran el fet quan es compleixi l'aniversari i els familiars de les víctimes es manifestin per reclamar les indemnitzacions. Zeller ha afegit que s'utilitzarà qualsevol situació per restringir les llibertats, també la d'expressió, i ha destacar que el dibuix periodístic no és només humor, els seus autors han aconseguit defugir els mecanismes restrictius que han encapsulat el periodisme, la visió més lúcida de la crisi l'han donat els dibuixants periodístics