



RECULL DE PREMSA

24/02/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

18



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/02/15	EL ALCALDE OFRECE HOY SU CONFERENCIA SOBRE EL ESTADO DE LA CIUDAD / DIARI DE TARRAGONA	5	1

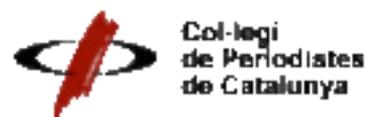
PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/02/15	ESCLAVOS DE LAS CRÍTICAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	7	1
24/02/15	PERIODISMO DE CALIDAD Y UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA / EL ECONOMISTA (FUNDACIONES)	8	2
24/02/15	LAURENT LEGER, SUPERVIVIENTE DE LA MASACRE DE 'CHARLIE HEBDO': «LOS MUERTOS Y HERIDOS VUELVEN UNA Y OTRA VEZ A MI CABEZA» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	10	1
24/02/15	ZETA ULTIMA SU REFINANCIACIÓN PARA DAR ENTRADA A LOS LARA EN 'EL PERIÓDICO' / EL ECONOMISTA	11	1
24/02/15	¿SE ESTÁ MIDIENDO BIEN LA AUDIENCIA EN TELEVISIÓN? / EXPANSION	12	1
24/02/15	GENI DEL REM DANIEL TOPOLSKI (1945-2015) REMER I PERIODISTA BRITÀNIC / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	13	1
24/02/15	UN LLIBRE PROPOSA REVISAR EL DISCURS ACADÈMIC DEL PERIODISME POLÍTIC / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	14	2
24/02/15	ALBERT SOLER, OPINADOR O PERIODISTA? / DIARI DE GIRONA	16	1
24/02/15	TENSIÓ ENTRE LUIS ENRIQUE I UN PERIODISTA BRITÀNIC / ARA	17	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





POLÍTICA

El alcalde ofrece hoy su conferencia sobre el estado de la ciudad

■ El alcalde de Tarragona, Josep Fèlix Ballesteros, ofrecerá esta tarde, a partir de las 19 horas en el Col·legi d'Advocats i Farmacèutics, su habitual conferencia sobre el estado de la ciudad (aunque en esta ocasión, al tratarse de un año electoral, no la organiza el Col·legi de Periodistes). El título de este año es *Primer Tarragona, Tarragona de primera*.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



TRIBUNA POLÍTICA El autor critica que Podemos base su éxito en desacreditar al resto. Recuerda los casos del Partido Laborista británico y de Richard Nixon, que ascendieron y luego cayeron presos de sus alegatos contra la corrupción

Esclavos de las críticas

CARLOS DOMÍNGUEZ LUIS

EN UN AÑO PLAGADO de citas electorales, las últimas encuestas vienen otorgando a una formación política de nuevo cuño –de apenas un año de vida– la primera posición en intención directa de voto, lo que, desde luego, va mucho más allá de una simple vocación de permanencia en el, hasta ahora, escasamente mutable mapa político español.

Esas encuestas ofrecen también un dato hartamente revelador. Los principales apoyos al joven partido no nacen de una adhesión a éste por razones ideológicas o de confianza en sus cuadros dirigentes, sino como reacción –en forma de decepción o desencanto– frente a las formaciones políticas tradicionales. Se explica, así, que las bases del discurso de este incipiente partido se centren en la crítica –a veces ciertamente feroz– al sistema institucional vigente desde hace más de treinta años y a sus principales representantes, a quienes hacen responsables, en última instancia, de la delicada situación económica por la que ha atravesado España en el último lustro y, en consecuencia, de las penurias padecidas por muchas familias. El discurso, además, se ve aderezado con constantes denuncias de corrupción y con una incesante apelación a la debida moralidad en la gestión de la cosa pública. Muchos, sin embargo, echan en falta en ese discurso propuestas concretas y factibles en orden a subvertir el negro panorama que los dirigentes de esta formación política divisan en el horizonte de nuestro país.

Crítica, crítica y crítica. Denuncia de lo mal que se han hecho y se hacen las cosas. Todo es «casta». Todo, menos los líderes de ese nuevo partido. Las próximas citas electorales serán, en su opinión, la oportunidad de «echar a la casta» y poner el interés público en manos de unos dirigentes repletos de moralidad y de transparencia.

Ahora bien, ¿se puede garantizar que, alcanzado el poder por esta joven formación, no se repitan conductas como las que ahora constituyen el foco de sus ataques? Hay ejemplos históricos de estrategias electorales similares que demuestran que esas garantías no existen. Al final, para bien o para mal, siempre somos esclavos de lo que decimos. Permitame el lector recordar algunos de esos ejemplos.

Desde inicios de los noventa, el Partido Laborista británico se había entregado a una potente campaña orientada a denunciar los constantes casos de corrupción *tory*, en un evidente intento de obtener réditos electorales a corto plazo. No es de extrañar que, tras ser aupado al poder ese partido en las elecciones generales de mayo de 1997, ellos mismos fueran objeto a su vez de un minucioso examen que trataba de detectar el más leve signo de corrupción. Quienes así procedían no tuvieron que esperar demasiado. A prin-

cipios de noviembre de 1997, se supo que el Partido Laborista había aceptado una donación de un millón de libras esterlinas por parte de un empresario de Fórmula 1. De repente, el nuevo gobierno de Tony Blair se situaba en el centro de todas las miradas. El primer ministro se vio obligado a pedir disculpas y exigió al partido la devolución de la donación.

En julio del siguiente año, el *Observer* publicó una información, según la cual, determinados ayudantes del Partido Laborista se habían convertido en miembros de diversos grupos de presión, con el propósito de acceder a documentos oficiales y a funcionarios clave. Muchos acusaron al Partido Laborista de haber creado su propio género de corrupción, bautizada por la oposición *tory* como «cultura del amiguismo». Obligado a enfrentarse a la perspectiva de que sus ataques a la corrupción *tory* a principios de los noventa se volvieran ahora en contra del Partido Laborista en el poder, el primer ministro trató de desactivar la polémica y urgió a que su gobierno fuese «más puro que puro», con la promesa de severas acciones contra cualquiera que fuese culpable de una conducta impropia.

La cosa, sin embargo, no quedó ahí. Seis meses más tarde, Mandelson, una de las figuras clave del nuevo laborismo y, para algunos, verdadero artífice de la exitosa campaña del partido en 1997, se vio envuelto en una ardua polémica. En diciembre de 1998, *The Guardian* reveló que, dos años antes, había aceptado un préstamo de un colega político con el fin de comprar una casa en una de las zonas más exclusivas de Londres, sin que el préstamo hubiese sido indicado en el Censo de los Intereses de los miembros del parlamento. Días después, Mandelson dimitió como ministro de Comercio e Industria. «Lamento esta situación –decía en su carta de dimisión–, pero hemos accedido al poder prometiendo mantener el más alto nivel ético posible en la vida pública. Y no sólo hemos de hacerlo, sino que también ha de verse que así lo hacemos».

EN ESTADOS UNIDOS, Nixon, por aquel entonces candidato a vicepresidente, también vinculó en exclusiva su carrera política a la honestidad y a la integridad de su comportamiento, por lo que pronto quedó expuesto a ser derrotado con sus propias armas. Obligado a hacer frente a unas denuncias que le perjudicaban y al creciente coro de voces que pedían su dimisión como candidato a la vicepresidencia, Nixon tomó la sorprendente decisión de pronunciar un discurso en directo y televisado por un canal de difusión nacional –discurso conocido como el del perro *Checkers*– y hablar directamente al electorado para exponer claramente los detalles de su situación económica personal y presentarse como un estadounidense corriente de medios modestos, víctima de una falsa acusación. Tras el detalle de su situación financiera, Nixon concluyó: «Bien, eso es todo. Eso es lo que tenemos, y eso es lo que debemos. No es demasiado, pero Pat y yo tenemos la satisfacción de que cada centavo que poseemos es honestamente nuestro».

Con su apuesta, Nixon sabía perfectamente lo que estaba haciendo: estaba pasando por encima de las cabezas de los periodistas y de los gestores políticos profesionales que clamaban por su dimisión, estaba apelando directamente al electorado, en su condición de cabeza de familia ordinario que había trabajado duro para llegar hasta donde estaba y cuya integridad personal estaba lejos del alcance de cualquier reproche. La apuesta salió bien y la candidatura de

Nixon quedó a salvo. Sin embargo, y al mismo tiempo, Nixon había cimentado su carrera política sobre un alegato de honestidad que, pese a servirle de ayuda en la crisis de los fondos surgida en 1952, actuó claramente en su contra en el desarrollo de la crisis del *Watergate*.

Resulta innegable que la crítica al adversario es parte sustancial del debate político. Como también lo es que, en estas prácticas, quienes no detentan responsabilidades de gobierno juegan con ventaja. Máxime en una atmósfera como la actual, tirante y, en ocasiones, muy cargada de tensión, donde el conflicto y la confrontación son la norma. Los partidos y los demás grupos de interés están a menudo absortos en la planificación de ataques contra sus oponentes y en la búsqueda del mejor aprovechamiento posible de los puntos débiles que han percibido. Demostrar o, incluso, pretender que un oponente político se halla involucrado en un caso de corrupción o fraude, por ejemplo, puede ser una forma eficaz de desacreditar. Como nos recuerda el viejo proverbio, difama que algo queda.

Ahora bien, basar el discurso político en la crítica, sin más, sin aportar elementos constructivos de una alternativa creíble y seria, puede convertirse, como se ha visto, en una apuesta demasiado arriesgada. Por otro lado, en las sociedades modernas y avanzadas, es esperable del elector el ejercicio del derecho al voto con responsabilidad. Votar a quien más y mejor critica, pero sin un programa de soluciones concretas que, de manera razonable, puedan contribuir a la supera-



JAVIER OLIVARES

«Votar a quien más y mejor critica pero sin un programa de soluciones concretas no parece la opción más saludable»

Desde inicios de los noventa, el Partido Laborista británico se había entregado a una potente campaña orientada a denunciar los constantes casos de corrupción *tory*, en un evidente intento de obtener réditos electorales a corto plazo. No es de extrañar que, tras ser aupado al poder ese partido en las elecciones generales de mayo de 1997, ellos mismos fueran objeto a su vez de un minucioso examen que trataba de detectar el más leve signo de corrupción. Quienes así procedían no tuvieron que esperar demasiado. A prin-

ción de los grandes problemas que aquejan al país, no parece que sea la opción más saludable en un momento en el que, sobre todo, ha de imperar la política con mayúsculas, la altura de miras y el esfuerzo por fortalecer, no sólo la economía, sino también nuestro modelo institucional y los principios y valores que toda sociedad cohesionada, que aspira a crecer, precisa. Para ello, hacen falta ideas, ideas originales, y proyectos realizables, no meras utopías.

Quedarse en la crítica es jugar a la política, no hacer política. Y es también obvio lo que Lin Yutang tan acertadamente advirtió: «Cuando alguien señala a una persona con un dedo, debería recordar que otros tres de sus dedos apuntan hacia él».

Carlos Domínguez Luis es abogado del Estado y académico Correspondiente de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación.



PERIODISMO DE CALIDAD Y UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA

Jill Abramson, exdirectora de 'The New York Times' y Arthur C. Brooks, presidente del American Enterprise Institute estuvieron en Madrid debatiendo la continuidad de estos dos desafíos globales.

CLAUDIA PREYSLER



J. MARTÍN

Dos ponencias llegadas del continente americano se dieron cita este mes en la Fundación Rafael del Pino. Jill Abramson y Arthur C. Brooks fueron protagonistas de una interesante jornada en la que se habló sobre el poder de la narrativa en el periodismo de investigación, y sobre la justicia social en la agenda conservadora.

"Todavía existe una audiencia ávida de grandes – y largas– historias envueltas en una buena narrativa". Jill Abramson, la primera mujer en dirigir *The New York Times* en sus 160 años de vida lo sabe bien. Su dilatada trayectoria la ha consolidado como una de las grandes reporteras y periodistas de investigación del último siglo. Avalada por ocho premios Pulitzer por su labor en este campo, Abramson sigue reivindicando el valor de la narrativa bien construida y humanizada a la hora de hacer periodismo.

Al hilo de este vibrante tema, la Fundación Rafael del Pino acogió la primera conferencia del día: *Conversaciones con Jill Abramson. La importancia de la narrativa*, organizada por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Nueve meses después de ser cesada como directora del periódico, que con ella al mando recuperó su estatus de "el más influyente del mundo", la periodista fue invitada el pasado 12 de febrero al auditorio de la madrileña calle Rafael Calvo.

Abramson, que actualmente es profesora de narrativa y reportaje en la Universidad de Harvard, recordó la importancia de mantener un periodismo de calidad, más allá de los cambios de soporte en la prensa. "No deberíamos preocuparnos por la supervivencia de los periódicos, es el periodismo de calidad el modelo que está en crisis", apuntó la "dama de hierro", apodo con el que era conocida en la redacción de *The New York Times*.

Abramson también comentó sus preocupaciones sobre dos tendencias que obstaculizan el florecimiento de la narrativa. La primera, el declive de las carreras de Humanidades, como Literatura o Historia, en detrimento de otras más prácticas. La periodista señaló que la aptitud de contar historias también puede ser "un buen ticket para un futuro trabajo, aunque pueda parecer menos obvio que estudiar un grado en Economía". "Es una lástima que los estudiantes se sientan presionados económicamente a la hora de elegir su futuro". La reportera comentó que, incluso en la publicidad, la tendencia en alza es contar una historia que le interese al público y que se parezca lo menos posible a un anuncio. "La publicidad quiere parecerse al periodismo. Se apoya en la capacidad del guionista de contar una buena historia. Esta publicidad ya genera millones".



Aparte de la importancia de la narrativa que va más allá de las noticias, la censura también es un tema que ocupa parte de las preocupaciones que la neoyorquina compartió con el auditorio. A estas alturas, la libertad de prensa puede parecer una condición obvia en un país desarrollado. Los últimos escándalos, como el caso Snowden, ilustran que aún existen muchas presiones por parte de los gobiernos para que los periodistas revelen sus fuentes, si bien en EEUU no pueden censurar las historias antes de ser publicadas. "Nunca la atmósfera de trabajo para los periodistas ha sido tan nociva y peligrosa como ahora". Abramson también lamentó que el gobierno chino cerrara -veto que ya dura dos años- la edición digital de *The New York Times*, como anteriormente había hecho con otros periódicos, por publicar una historia sobre la fortuna del ex primer ministro Wen Jiabao. "Lo más fantástico del mundo digital es que tienes una audiencia global", comentó tras verbalizar sus deseos por que el bloqueo termine pronto.

Pese a todo, la reportera se mostró optimista ante el reto de continuar trabajando en un periodismo de calidad, y elogió la labor de medios como *El Confidencial* al publicar los nombres de las personas que tenían cuentas ocultas en Suiza. "Estas son las historias por las que el público aún está dispuesto a pagar". Fue Abramson, precisamente, la que introdujo el modelo de pago en el *Times* americano. Actualmente está desarrollando un proyecto digital en el que se difundirá un reportaje mensual de gran calidad, por el que el autor cobrará 100.000 dólares.

Una red de oportunidades

Por la tarde, su colega estadounidense, el economista y presidente del AEI (American Enterprise Institute) Arthur C. Brooks, también acudió al auditorio para hablar sobre el concepto de la justicia social –tradicionalmente asociado a una política progresista– en la agenda conservadora. El presidente del *Think Tank* conservador más importante de Estados Unidos enfatizó la necesidad de construir una sociedad más caritativa con los pobres, en lugar de expandir la red de ayudas sociales que depende económicamente del Estado.

Brooks, que se define como un americano "típico": "patriótico, católico practicante y políticamente conservador" defendió el derecho de libre empresa y criticó la gestión de la administración Obama, para concluir que sólo los conservadores pueden y deben proveer soluciones para ayudar a los más vulnerables. Cuando Obama llegó al poder "sus principales prioridades eran mejorar la justicia, reducir la desigualdad económica ayudando a los pobres a salir de la miseria y controlar las ganancias desmesuradas de los



ELISA SERRA

estadounidenses más ricos". Según el economista, desde enero del 2009 las ganancias de la bolsa americana han aumentado más del doble y el 81 por ciento de ellas han acabado en manos de los más ricos. El número de personas que reciben ayuda nutricional es casi el doble que en 2009; uno de cada seis ciudadanos en uno de los países más ricos del mundo depende del gobierno para comer. El americano subrayó, además, que las familias conservadoras contribuyen en mayor medida que las progresistas a la caridad a pesar de tener menos ingresos. Pero aún no es suficiente, lo que lleva a fuertes programas gubernamentales de protección social, que, para Brooks, no son la solución. "Creo en una red de protección social para los pobres y construida a través de la oportunidad que brinda el trabajo", concluyó.

Dos laureadas trayectorias

■ Arthur C. Brooks

Se crio en Seattle pero vive en Washington, donde se encuentra la sede del American Enterprise Institute. Además de economista, Brooks es músico y ejerció 12 años. Durante su estancia en Barcelona, cuando tocaba en la orquesta de la ciudad, conoció a su esposa, a lo que atribuye su dominio del español y el catalán. Hasta 2009, fue Catedrático de 'Business and Government' en la Syracuse University, donde impartía clases sobre economía y emprendimiento social. Es autor de diez libros, incluyendo el 'New York Times Best-seller' 'El camino hacia la libertad: Cómo ganar la lucha por la Libre Empresa' (2012),

■ Jill Abramson

Estudió Literatura en la Universidad de Harvard, donde da clase actualmente. Tras ser reportera de 'Time', 'The American Lawyer' y 'The Wall Street Journal' en septiembre del 2011 pasó a ser la primera mujer en dirigir 'The New York Times', del que fue cesada en mayo de 2014. Ganó ocho premios Pulitzer, lanzó nuevas aplicaciones y lideró proyectos digitales de referencia, como el reportaje multimedia 'Snowfall'. En 2012, la revista Forbes la calificó como la quinta mujer más poderosa del mundo.

LAURENT
LÉGERSuperviviente de
la masacre de
'Charlie Hebdo'

«Los muertos y heridos vuelven una y otra vez a mi cabeza»

CARLOS HERRANZ PARÍS
ESPECIAL PARA EL MUNDO

En cuestión de décimas de segundo, tuvo el reflejo de acurrucarse debajo de una mesa y evitó las ráfagas de disparos. Minutos después, un silencio eterno y una imagen que nunca podrá borrar; la de una habitación llena de cadáveres y casquetes de bala. Laurent Léger sabe que el 7 de enero volvió a nacer tras salir con vida de aquella sala de reuniones del semanario *Charlie Hebdo* en la que asesinaron a varios de sus compañeros caricaturistas y periodistas. Léger (París, 1966), reportero experimentado en publicaciones como *Paris Match* o *Le Point*, atiende a EL MUNDO aún sin la capacidad de haber digerido todo lo sucedido en los últimos días: desde el horror del atentado hasta el homenaje multitudinario en las calles.

«La reacción de la gente en Francia fue formidable... Pero nos sentimos solos»

«Que todo el mundo pueda criticar una religión es garantía para la democracia»

P- Ha pasado más de un mes desde el horror, ¿cuáles son los pensamientos más frecuentes que le han venido a la cabeza?

R.- Son siempre los mismos, las mismas imágenes que van desfilando ante mis ojos una y otra vez, los muertos y los heridos, vuelven siempre a pasar por la cabeza. Y ahora, cuando ya ha pasado un tiempo y hemos enterrado a nuestros muertos, el recuerdo es de la emoción, el de esos momentos tan duros que han pasado sus familias, a las que ha habido que ayudar. Y al mismo tiempo mirar adelante sin saber qué íbamos a hacer, con quién vamos a contar para el próximo número... Y controlando el estado de shock.

P- ¿Los disparos eran indiscriminados o hubo algún tipo de objetivo?

R.- Tiraron indiscriminadamente contra la multitud, dispararon contra todo y contra todos. No pidieron que nos identificáramos [como se había afirmado en prensa].

P- ¿Vosotros sentíais el peso de la amenaza yihadista que pesaba sobre el semanario desde hacía años?

R.- Yo no. Quizás por la costumbre. Ver cada día a un oficial de seguridad armado en el edificio junto a nuestro director, para nosotros era suficiente en cuanto a seguridad. Y bueno, claro que nos llegaban muchos e-mails y cartas de locos a los que no das importancia y piensas que la guerra se libra en Siria o en el Sahel pero no en los locales de un periódico. Es una locura... ¿Cómo vamos a llegar a imaginar algo así?

P- ¿Cómo ha encontrado la reacción de la sociedad francesa y la de los medios de comunicación?

R.- La reacción de la gente ha sido formidable. Todo han sido apoyos de la gente. Nos han ofrecido ayuda, locales para trabajar, material, donaciones, subvenciones... Pero, paradójicamente, nos hemos sentido solos. Hemos sido los únicos en meternos en un terreno complicado. Nosotros no sólo hemos hecho caricaturas en referencia al islam. Lo hemos hecho siempre y con todas las religiones, sobre todo con el catolicismo.

P- Parece contradictorio evocar soledad dado el apoyo multitudinario que tuvieron...

R.- Digamos que hemos vivido con ese sentimiento de soledad y de repente hemos tenido todo lo contrario, muchos apoyos por las circunstancias vividas, pero sabemos que no va a durar mucho. Es efímero. Luego los grandes medios comerciales volverán a las historias que venden: las de las estrellas, la prensa de *celebrities*, el entretenimiento... No hay una verdadera apuesta por las ideas, el conocimiento y los valores de la manifestación del día 11 de enero.

P- ¿Qué opinión le merece que medios de comunicación de países democráticos como Francia que no se atreven a publicar las caricaturas de *Charlie*?

R.- Es una locura. Es incomprensible que medios de países democrá-



Laurent Léger, redactor superviviente del ataque a 'Charlie Hebdo'. EM



EM

«ESTÁ DE VUELTA!». La revista satírica francesa 'Charlie Hebdo', cuya redacción fue atacada el pasado 7 de enero por los hermanos Kouachi, con el resultado de 11 trabajadores muertos, desveló ayer la portada de su regreso mañana a los quioscos. El último número, realizado como homenaje a los caídos en las instalaciones del diario 'Libération', vio la luz el 14 de enero.

ticos, donde se presuponen valores republicanos y de libertad de expresión, no sean capaces de publicar una caricatura.

P- Hay un sector de la opinión pública que condena la barbarie pero al mismo tiempo dice «Yo no soy Charlie», reprochando que en ocasiones el semanario fue ofensivo con la libertad de culto. ¿Debatíais a nivel interno dónde estaban los límites?

R.- Sí, y pasó en varias ocasiones, pero no sobre este tema, sobre el que había unanimidad. La libertad de expresión sólo puede estar limitada por la ley. Sabemos que no se puede hacer apología del terrorismo, algo que está castigado. La libertad de expresión, por tanto,

sólo puede estar limitada por los valores republicanos.

P- Entonces, ¿cree que la provocación y la blasfemia son garantías que refuerzan la democracia?

R.- Sí. El hecho de que todo el mundo pueda libremente criticar cualquier religión es una garantía para la democracia.

P- ¿Tiene temor a que el propio Charlie se convierta en un emblema de la libertad de expresión? ¿Esto puede adulterar la propia esencia de la publicación?

R.- Temor, no. No somos un emblema de nada. Somos un periódico que dice las cosas como las siente y que siempre ha defendido una misma línea de valores.



Zeta ultima su refinanciación para dar entrada a los Lara en 'El Periódico'

El grupo espera cerrar en marzo la renegociación de la deuda de 117 millones

África Semprún / Jordi Sacristán
MADRID / BARCELONA.

Grupo Zeta, editora de *El Periódico de Catalunya* y diversas revistas, ultima la renegociación del crédito sindicado por valor de 117 millones que mantiene con diversos bancos, entre ellos Banco Popular, BBVA y CaixaBank. La refinanciación de este crédito es condición indispensable para que la familia Lara (propietaria de Grupo Planeta) entre en el accionariado de *El Periódico* con una participación del 23 por ciento y dos puestos en el consejo de administración de Ediciones Primera Plana, editora del rotativo.

La muerte del presidente de Planeta, José Manuel Lara, congeló una operación que, según fuentes financieras y del propio Grupo Zeta, estaba casi hecha. El crédito sindicado está liderado por CaixaBank cuyo presidente Isidro Fainé era íntimo de Lara. Además, el hombre fuerte de Zeta es Juan Llopert, presidente de la Comisión Ejecutiva del Grupo y nombrado en noviembre vicepresidente. Llopert ha desarrollado la mayor parte de su carrera en La Caixa, bajo la tutela de Isidro Fainé.

Marta Lara ha tomado el relevo de su padre en una operación en la que pretende que los bancos acepten la segregación de Ediciones Primera Plana del Grupo Zeta para, una vez separada, inyectar una cantidad de dinero equivalente a la quita que los bancos estén dispuestos a realizar. Este es el punto donde los intereses de los diferentes bancos son divergentes, ya que no todos están dispuestos a aplicar las quitas solicitadas.

En cualquier caso, las bases del acuerdo están cerradas por lo que, pase lo que pase con la quita, la familia Lara García se hará con el 23 por ciento de *El Periódico de Catalunya* y contará con dos asientos en el consejo. Uno lo ocupará Marta Lara, la hija del fallecido Jose Manuel Lara Bosh y el otro aún está por decidir. En este sentido, fuentes del grupo Zeta han explicado a

Resultados del Grupo Zeta

Millones €

	2012	2013	VARIACIÓN (%)
Importe neto cifra de negocios	229,69	207,65	↓ -9,60
Aprovisionamientos	93,244	84,81	↓ -9,05
Gastos de Persona	84,07	38,29	↓ -54,45
Otros Gastos de explotación	44,661	40,443	↓ -9,44
Resultado de explotación	4,18	-5,48	-
Resultado neto	-1,284	-7,253	↑ 464,88
Deuda con entidades de crédito	122,26	117,6	↓ -3,81

Ingresos por negocio

	2012	2013	VARIACIÓN (%)
Publicaciones	126,60	116,80	↓ -7,74
Publicidad	76,02	67,60	↓ -11,07
Productos complementarios	10,73	8,76	↓ -18,35
Prestación de servicios	16,35	14,49	↓ -11,37
Total	229,69	207,65	↓ -9,60

Ingresos por mercados geográficos

	2012	2013	VARIACIÓN (%)
España	221,71	194,67	↓ -12,20
Sudamérica	17,65	20,25	↑ 14,75
Total	239,36	214,92	↓ -10,21

Número de empleados al final del ejercicio

	2012	2013	VARIACIÓN (%)
Mujeres	576	540	↓ -6,25
Hombres	857	801	↓ -6,53
Total	1.433	1.341	↓ -6,42

Fuente: Grupo Zeta. Registro Mercantil.

elEconomista

Zeta se reunirá en los próximos días con los Lara Bosch para ultimar las negociaciones

este diario que esperan retomar las conversaciones con los Lara en los próximos días para ultimar los detalles del desembarco en el capital. Entre los puntos que se van a tra-

tar está aprobar quién ocupará el segundo sillón del consejo, definir las colaboraciones en temas de contenidos y editoriales y fijar cómo se pagará el desembarco: qué parte de la deuda asumirán los herederos de Lara Bosch y cuánto dinero inyectarán a la editora del diario. "Las negociaciones están muy avanzadas. Estamos a la espera de volvernos a reunir con la familia esta semana o a principios de la siguiente. Hay que cerrar algunos flecos pero, de momento, todo sigue igual", aseguran fuentes de Zeta.

Además de los contactos con los herederos de Lara Bosch, el grupo presidido por Antonio Asensio ultima la refinanciación de su crédito sindicado. El grupo asegura que las conversaciones están muy avanzadas y van "por muy buen camino" por lo que esperan cerrar la renegociación a lo largo del mes de marzo. En este punto, fuentes financieras confían en alcanzar un acuerdo de refinanciación antes de Semana Santa.

Según explican fuentes de toda solvencia, el aplazamiento de la deuda de 117 millones es una condición *sine qua non* para cerrar el desembarco de la familia Lara García en el capital del diario catalán y, a su vez, asegurar su futuro. Por su parte, desde Zeta han querido desvincular la deuda con la venta las acciones y han asegurado a este diario que "son procesos que van paralelos". Sea como sea, la editora de *El Periódico de Extremadura e Interviu*, que ha logrado que le retrasen abril algunos vencimientos, necesita el apoyo financiero de los herederos de Lara Bosch para afrontar el pago de su deuda y seguir con el negocio. No en vano, fuentes del mercado aseguran que el expresidente de Planeta ya pagó algunos intereses de la deuda de Zeta para facilitar la refinanciación.

Cerró 2013 en pérdidas

El grupo que preside Antonio Asensio no pasa por sus mejores momentos. La editora catalana cerró 2013 con unas pérdidas de 7,25 millones de euros después de haber realizado un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que supuso la salida de unas 90 personas.

Tras el emperamiento de los resultados —en 2012 tuvo unos *números rojos* de 1,28 millones—, se encuentra la caída de los ingresos en España del 12,2 por ciento impulsada por el descenso de la publicidad y la venta de ejemplares. En total, la facturación cayó un 9 por ciento ya que los negocios en Sudamérica tiraron del carro y subieron un 14 por ciento en 2013.



¿Se está midiendo bien la audiencia en televisión?

EN DIFERIDO

Javier Montalvo
jmontalvo@expansion.com

Cuando cualquier empresa del mundo se plantea acometer una inversión, del tipo que sea, lo primero que se plantea es su retorno. Y para calcularlo, necesita aplicar fórmulas que permitan medirlo, ya sea en términos monetarios o de activos, de la manera más exacta posible. Esta máxima, que parece tan obvia, no siempre se aplica.

El retorno de la inversión que los anunciantes hacen en televisión se mide en el incremento de ventas o de reconocimiento de las marcas que publicitan. La decisión de inversión se fundamenta en el número de hogares con televisión al que llegará la publicidad del producto o servicio anunciado. En España hay 14 millones de hogares y las audiencias se calculan con la información de 4.625 audímetros conectados a los televisores de otros tantos hogares. La muestra, desde luego, no es representativa.

Sin embargo, aunque no lo parezca, España es uno de los mercados que cuenta con un mayor número de hogares que participan en el proceso. Se sitúa en la quinta posición en el ranking de países con un mayor número de panelistas, solo por detrás de EEUU -que lidera el ranking con 11.500 hogares-, y de Alemania, Italia y Reino Unido.

La clave está en que, más allá de la representatividad de la muestra, el sistema de medición de audiencias se fundamenta en el principio de



Dreamstime

La medición de audiencia de televisión en España se realiza con audímetros en 4.625 hogares.

Los sistemas de medición de audiencia en Internet, mucho más precisos que en televisión, son cada vez más apreciados

confianza de un tercero. Un grupo de empresas, en este caso las cadenas de televisión, aceptan ser medidos por un tercero independiente, en este caso Kantar Media, y aceptan como buenos los datos, ya que la información que facilitan a los anunciantes es el reparto de un mercado que conforman ellos mismos.

El problema surge, primero, cuando el número de canales se multiplica hasta que la

muestra resulte del todo no representativa de la realidad, con porcentajes de audiencia bajísimos por la fragmentación de audiencias. Y, sobre todo, cuando la televisión no lineal, es decir, la oferta audiovisual por Internet, se ha convertido en primera opción de consumo para millones de personas.

En unas jornadas organizadas por EXPANSIÓN, José Manuel González Pacheco, director general en Atresmedia Digital, reconocía que, en el consumo de televisión no lineal, "la medición de audiencias es un frente importante que no está resuelto en España" y que "la publicidad en Internet es distinta, en cuanto al formato y a la forma de venta". Cuando la televisión tradicional e Internet compiten, de igual a igual, en las mismas pantallas, por la atención de los televidentes-internautas-consumidores, se hace necesario un nuevo sistema de medición de audiencias común, aceptado no solo por las cadenas de televisión, sino también por los operadores de telecomunicaciones y los proveedores de contenidos audiovisuales online. El perímetro del mercado a medir se ha ampliado.

Precisamente ayer, Kantar Media anunció un acuerdo con Ono para medir, con una nueva tecnología, el consumo audiovisual de sus abonados: audiencia lineal, diferida y vídeo bajo demanda, así como el uso de las aplicaciones interactivas de todos sus abonados a través de sus distintos dispositivos. Ya no hace falta un tercero de confianza para medir las audiencias. La tecnología lo ha resuelto y la solución viene de Internet. Falta que los anunciantes lo reclamen y las televisiones lo acepten.



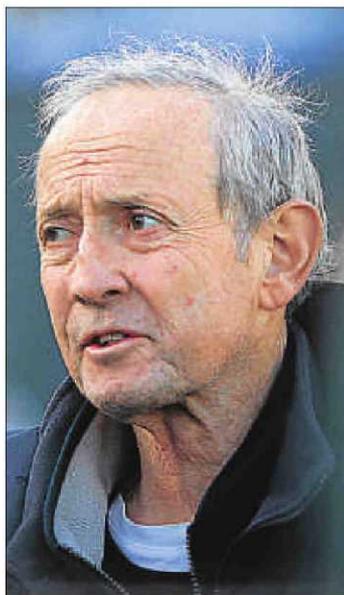
Geni del rem

DANIEL TOPOLSKI (1945-2015)

Remer i periodista britànic

La ciutat d'Oxford, situada a la riba del riu Tàmesi i a uns 100 quilòmetres a l'oest de Londres, és famosa perquè acull la universitat més antiga del món anglosaxó, acompanyada d'una bellesa i tranquil·litat única entre un paisatge verd i d'arquitectura rica.

Allà va créixer i es va formar Daniel Topolski, que forma part de la memòria col·lectiva de la localitat pel seu paper a l'equip de rem de la universitat, els Dark Blues d'Oxford. Mort dissabte passat 21 de febrer a Londres a 69 anys, va aconseguir la millor ratxa de victòries, 10 de consecutives, del club de rem en la celebrada Boat Race, que enfronta anualment les universitats d'Ox-



TOM SHAW / GETTY IMAGES

ford i Cambridge des del 1829.

Guanyador el 1967 com a remer, la seva passió el va portar a entrenar l'equip entre el 1972 i el 1987, any en què va patir de primera mà el motí d'Oxford, un esdeveniment que va traslladar a l'escriptura. *True blue: the Oxford Boat Race mutiny* (1989) va ser escollit com a llibre esportiu de l'any al Regne Unit.

L'obra explica la regata del 1987, l'última de Topolski, en què els membres dels Estats Units de l'embarcació van renunciar a participar sota les seves ordres. L'entrenador no es va arronsar i va col·locar sis suplents per al gran dia -molts canvis per a la modalitat de vuit amb timoner-. En una

cursa amb l'aigua marejada els blaus van triomfar contra tot pronòstic. "La premsa va agafar la història i la va esbombar", recordava per al *Daily Telegraph* el 2007. "Les regates van ser portada durant tres mesos", recorda el periodista Andrew Baker.

A més del llibre, *True blue* es va convertir en una producció de Hollywood el 1996, encara que va passar per les taquilles sense pena ni glòria. "L'Oxford-Cambridge és un esdeveniment molt seguit. La gent sempre s'excita i sempre apareix algun element dramàtic, enfonsaments i xocs", explicava Topolski. "El que va aconseguir el grup va ser una cosa de fantasia", va assegurar davant un repte per al qual les dues universitats es preparen durant més de 140 dies i pel qual no va cobrar mai. Ara el rem s'ha professionalitzat i mou diners com qualsevol altre esport.

Fill de la Segona Guerra Mundial, va néixer a la zona ocupada pels aliats, a Bonn, el juny del 1945. El seu pare, Feliks Topolski, va ser un pintor i dibuixant polonès molt reconegut al Regne Unit. De jove va estudiar al liceu francès londinenc i va capitanejar l'equip de rem de la Westminster School. Es va graduar en Geografia al New College de Oxford. Posteriorment va treballar per a la BBC, cadena en què va exercir de comentarista de regates del 1990 al 2013.

A més de les seves victòries el 1967 com a remer en la gran regata i les 10 consecutives com a entrenador entre el 1976 i el 1985, va representar el Regne Unit cinc vegades. Va guanyar la plata als mundials del 1975 i l'or el 1977. Apassionat dels viatges, que li van provocar seriosos problemes de salut, va escriure un llibre sobre l'Àfrica i un altre sobre Sud-amèrica.

El seu últim esforç el va dedicar a recuperar les obres del seu pare i exhibir-les, algunes de les quals a la prestigiosa galeria Tate Britain de Londres.

"M'entreno dues vegades el dia de Nadal perquè sé que els altres malparits no s'estan entrenant gens, així que em donen dos dies d'avantatge", resumia Topolski citant Daley Thompson, decatleta olímpic britànic, per definir la seva filosofia remera.

GUILLE ÁLVAREZ



Un llibre proposa revisar el discurs acadèmic del periodisme polític

BARCELONA Redacció

El periodista de *La Vanguardia* Salvador Enguix proposa al seu llibre *Periodismo político, fundamentos, práctica y perspectivas*, editat per Publicacions de la Universitat de València en la col·lecció Aldea Global (UV, UJI, UAB i Pompeu Fabra), una revisió del discurs del periodisme polític sota la perspectiva de l'exercici professional. Es tracta d'una obra que busca, en aquest sentit, ser un text orientatiu per als

estudiants de Periodisme i per als professionals de la informació, tant de mitjans de comunicació com de gabinets de comunicació, que vulguin entendre des de la teoria i des de la praxi professional el paper, les rutines o les relacions de conflicte del periodisme polític en les societats democràtiques.

El llibre ofereix per primera vegada una visió global d'aquesta especialització periodística a Espanya, integrant aspectes com les esferes informatives del periodis-

me polític (així com els actors), la seva relació amb els diferents models teòrics de democràcia, el paper del periodisme polític en la història del periodisme, la "complexa" relació entre el periodista polític i les fonts d'informació, els valors deontològics, les rutines productives i els canvis dinàmics que imposen les tecnologies digitals.

L'autor també planteja una clara definició entre els papers del periodisme polític i la comunicació política a la "trinxera comuni-



Salvador Enguix

cativa" de les democràcies modernes i defensa el periodisme polític com una àrea fonamental del periodisme per garantir els drets dels ciutadans davant els interessos partidistes dels actors polítics i institucionals.

Salvador Enguix, que és també professor associat de Periodisme Polític i doctor en Comunicació per la Universitat de València, assenyaia que "és fàcil trobar abundant bibliografia sobre comunicació política, però no sobre periodisme polític; d'alguna manera faltava una revisió profunda del discurs acadèmic". Però aquest treball, que es presentarà la propera setmana a València, "també és un text que explica al lector com es treballa en periodisme polític i per què s'ha de



considerar aquesta àrea de la informació una àrea especialitzada davant d'altres com ara el periodisme esportiu, cultural o econòmic”.

A més, afegeix Salvador Enguix que “hi ha hagut un cert corrent crític impulsat des de certs gabinets institucionals de demitjar el periodisme polític a Espanya”. I apunta que “sense aquesta especialització del periodisme, la salut de la nostra democràcia seria segurament pitjor”.

Moltes dades de l'obra procedeixen de la tesi doctoral que Enguix va realitzar sobre la situació de l'ensenyament del periodisme polític a Espanya que va defensar el maig del 2013 i que va dirigir el catedràtic Josep Lluís Gómez Mompert.●



Albert Soler, opinador o periodista?

RAM3N LABRADOR BELZUNCES. GIRONA.

■ Sr. Director, vol dir que no caldria canviar de secci3n els escrits del Sr. Soler a Cartes al Director, limitant-lo a 1.800 caràcters, en comptes d'oferir-li una columna massa generosa pels continguts del «periodista»?

A cap policia enganyarà, quan en el darrer escrit «Sindicats policials» denota una preocupaci3n per les condicions de treball que pateixen els policies. Autor de joies com «Estimat Kubotan» i «Confusions raonables» ha demostrat amb el seu estil literari una obcecaci3n contra els agents de l'autoritat.

Aquesta vegada toca rebre als sindicats policials, aprofitant el ganxo de *Ciutat morta*, que ha donat carnassa als enemics de la policia per revifar l'odi contra la nostra professi3n.

Aconsello als lectors que contrastin les perles que escriu Soler amb notícies objectives, comunicats o sentències judicials. Pel darrer escrit, consultin les webs dels sindicats, per exemple www.elsindi.cat, on podran comprovar que la major part de comunicats s3n den3ncies contra la DGP i Prefectura per les condicions laborals, manca de formaci3n, material... que pateixen els mossos.

Massa temps fa que suportem la campanya de menyspreu, descrèdits i insults. El mateix temps que fa que esperem una reacci3n dels comissaris per defensar la professi3n i la Policia de la Generalitat.

Diu: «La policia catalana està cada cop més sota sospita i el més curi3s és que és gràcies als seus sindicats». Curiosament, amb alguna variant la Prefectura i Govern també opinen que els sindicats som la causa del descrèdit del Cos per la informaci3n que donem a premsa. Per mi, és grat que les crítiques vinguin de persones com el Sr. Soler i dels responsables de la Policia, els quals encabeixo en el mateix sac dels que no valoren ni reconeixen la nostra professi3n: ser policia al servei dels bons ciutadans.



Tensió entre Luis Enrique i un periodista britànic

El moment més tens de la roda de premsa de Luis Enrique va ser quan un periodista de *The Guardian* li va preguntar si estava "content" de veure les imatges de Piqué i Messi al Casino l'anterior mitjanit. Luis Enrique va dir: "Segur que la pregunta és correcta? Segur que no la fa algú de la

Sexta o Cuatro? Dic el mateix que Piqué. És la seva vida privada. No m'interessen els *gossips*". El traductor, però, va traduir que Luis Enrique li deia "pallasso" al periodista. I aquest va presentar una queixa a la UEFA i al Barça. Al final però, es va aclarir el malentès: una mala traducció.



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/02/15	Quan la confidencialitat entra en conflicte amb la professionalitat / El blog del Col·legi Oficial de Metges de Barcelona	21	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/02/15	II Premio Befesa de Periodismo Medioambiental / Periodistas en Español	23	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Quan la confidencialitat entra en conflicte amb la professionalitat

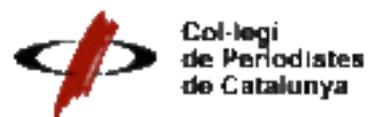
Martes, 24 de febrero de 2015

Medicina i Periodisme. Dues disciplines molt diferents, però amb un punt clau en comú: el secret professional. La confidencialitat entre metge-pacient i periodista-font d'informació és la base d'aquests professionals. No obstant, en determinats moments el secret professional es pot veure amenaçat per altres interessos o es poden sobrepassar els seus límits. En quins casos metges i periodistes han hagut de decidir entre mantenir el secret professional o fer-lo públic? De quina manera han afectat les Noves Tecnologies en aquestes relacions? Per resoldre aquest dubtes i reflexionar sobre el concepte de secret professional, el COMB i el Col·legi de Periodistes de Catalunya van organitzar el passat 11 de febrer la jornada Secret Professional. Drets i deures de metges i periodistes. En l'acte van participar experts en Deontologia, com ara el Dr. Joan Terès, president de la Comissió de Deontologia del COMB; el Dr. Joan Sala i el Dr. Joan Monés, membres d'aquesta mateixa comissió; i Ignasi Pidevall, en representació de l'Assessoria Jurídica del COMB. Ells van ser els encarregats de fer un repàs del Codi de Deontologia de la professió mèdica i de la legislació que empara els metges en relació amb el secret professional. De la banda periodística, Roger Giménez, president de la FCIC i dos testimonis en primera persona que es van trobar davant el dilema de respectar o no el consentiment de la afectat. Ramón Besa, redactor en cap del diari El País, va explicar com van tractar el cas de la malaltia de l'entrenador del FCB, Tito Vilanova; i Anna Macpherson, periodista de La Vanguardia especialitzada en temes de salut, va recordar l'episodi de Teresa Romero i el dilema que es va viure a la redacció de si publicar o no la foto de Romero a l'habitació de l'hospital. Aquí podeu veure la jornada sencera. [youtube <https://www.youtube.com/watch?v=videoseriest?list=PLYYGGoYc1QtyZABXoYL5UKRbQbCDpn90->]



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



II Premio Befesa de Periodismo Medioambiental

Martes, 24 de febrero de 2015

El Premio Befesa de Periodismo Medioambiental pretende reconocer el mejor trabajo periodístico de temática ambiental publicado en un medio de comunicación a lo largo de un año. Convoca: Befesa Gestión de Residuos Industriales S.L. Colaboran: Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía. Asociación de la Prensa de Huelva. Dotación: El autor/es del trabajo periodístico que resulte ganador recibirá una placa conmemorativa y 2.000 euros. Participantes: Podrán optar al II Premio de Periodismo Medioambiental los trabajos publicados a lo largo del año 2014 en medios de comunicación españoles o internacionales en cualquier soporte. Estructura y temática. Los géneros periodísticos que podrán aspirar al premio son: Reportaje. Entrevista. Informe. Artículo de opinión. Podrán presentarse los trabajos periodísticos que versen sobre cualquier temática relacionada con el medio ambiente. Plazo de presentación de candidaturas: Las candidaturas podrán presentarse del 10 de noviembre de 2014 al 11 de mayo de 2015. Los trabajos deberán remitirse en papel y en formato digital (PDF) si es de prensa escrita o digital, o en formato Windows Media si es de radio o TV, junto con los datos del autor, a la siguiente dirección postal: II PREMIO BEFESA DE PERIODISMO MEDIOAMBIENTAL Befesa Avenida de la Buhaira, 2 41018 Sevilla O bien por correo electrónico a: Jurado. Estará formado por periodistas que representan a las siguientes entidades: Asesoría de comunicación de Befesa. Asociación de la Prensa de Huelva. Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía. Fallo del jurado y entrega del premio: El jurado dará a conocer el nombre del ganador a finales del mes de mayo de 2015. El premio se entregará en un acto que tendrá lugar en Huelva en torno al Día Mundial del Medio Ambiente, a primeros de mes de junio. NOTAS: La participación en esta convocatoria supone la plena aceptación de las bases. Cualquier duda o aclaración podrá consultarse en el teléfono 955.600.203 (lunes a viernes de 10.00 a 14.00 horas) o en la siguiente dirección electrónica: Enlaces: www.escriitores.org