



RECULL DE PREMSA

27-02/02-032015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

92



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.
27/02/15	PREMIS AL PERIODISME GIRONÍ AMB REPERCUSSIÓ NACIONAL / EL PUNT AVUI (GIRONA)	9	1
27/02/15	RECONeixEMENT AL PERIODISME DE CASA / EL PUNT AVUI (GIRONA)	10	1
27/02/15	PREMIEN LES FOTOS DE PUJOL A QUERALBS I UN ESCRIT AL «SETMANARI DE LALT EMPORDÀ» / DIARI DE GIRONA	11	1
27/02/15	JUNYENT AUGURA QUE LA SORTIDA DEL CONFLICTE SALA CIUTAT SERÀ LLARGA / REGIO 7	12	1
26/02/15	L'INFORMATIU AL DIA COMARQUES DE GIRONA, FINALISTA ALS PREMIS RAHOLA / EL RIPOLLES	13	1
28/02/15	PERE DURAN GANA EL CARLES RAHOLA POR UNA FOTO DE PUJOL / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	14	1
28/02/15	PROGRAMA ESCOLAR SOBRE PERIODISME / SEGRE	15	1
01/03/15	CRISTINA PUIG VILARDELL, PERIODISTA: 'EL PODER INTERVIENE EN LOS MEDIOS' / DIARI DE TARRAGONA	16	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
27/02/15	RTVE, UNA CUESTIÓN DE IDEOLOGÍAS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	18	1
27/02/15	ATRESMEDIA NO AGUANTA EL TIRÓN DE MEDIASET / ABC (EDICION NACIONAL)	19	1
27/02/15	ATRESMEDIA Y MEDIASET DISPARAN SU RESULTADO POR EL ALZA DE LA PUBLICIDAD / EL ECONOMISTA	20	1
27/02/15	'CHARLIE HEBDO' DEBATE SU FUTURO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	21	1
27/02/15	LOS DERECHOS DEL DEPORTE EN TELEVISIÓN SE DISPARAN / EXPANSION	22	1
27/02/15	¡REMONTAMOS EL VUELO! Y CONTAMOS CON USTED A BORDO por Amador G. Ayora Director de 'elEconomista' / EL ECONOMISTA (SUPLEMENTO ESPECIAL)	23	1
27/02/15	TVE INCORPORA PERIODISTES PER A «HORARIS DIFÍCILS» / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	24	1
27/02/15	RAIMON MASLLORENS, PATRONAL PROA: "ES MUY DIFÍCIL BUSCAR COPRODUCCIONES SI EN TU PAÍS NO HAY INVERSIÓN" / EXPANSION (CATALUÑA)	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
27/02/15	CELOBERT per TONI SALA ESCRIPTOR / ARA (COMARQUES GIRONINES)	26	1
27/02/15	MEDIASET GUANYA 59,7 MILIONS EL 2014 I SUPERA ELS 46,7 D'ATRESMEDIA / ARA	27	1
27/02/15	'TAL CUAL', ÚLTIMA VÍCTIMA DEL CERCO A LA PRENSA / EL PAIS (ED. NACIONAL)	28	1
27/02/15	ATRESMEDIA INCREMENTA SU BENEFICIO NETO UN 76,3%, HASTA LOS 46,7 MILLONES DE EUROS / LA RAZON	29	1
27/02/15	IMPULS A L'AUDIOVISUAL LOCAL A LA XARXA / EL PUNT AVUI	30	1
27/02/15	TURISME BAQUEIRA ACULL EL MUNDIAL D'ESQUÍ DE PERIODISTES / SEGRE	31	1
27/02/15	LA XARXA DEPENDRÀ DE LES QUATRE DIPUTACIONS CATALANES / ARA	32	1
27/02/15	WUAKI.TV LLANÇAMENT DEL SERVEI DE'STREAMING' A ITÀLIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	33	1
27/02/15	'AUTOHEBDO SPORT' LLANÇA L'ANUARI DEL 2015 / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	34	1
27/02/15	LA XAL, PER A LES QUATRE DIPUTACIONS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	35	1
27/02/15	«MASTERCHEF», «EL OBJETIVO» I «UNA MÀ DE CONTES», PREMIS ZAPPING / REGIO 7	36	1
27/02/15	MEDIASET PAGARÀ UN DIVIDENDO ORDINARIO DE 0,1 EUROS / CINCO DIAS	37	1
27/02/15	ATRESMEDIA ELEVÓ SUS RESULTADOS EL 1,4% EN 2014 / EL PAIS (ED. NACIONAL)	38	1
27/02/15	MEDIASET OBTUVO UN RESULTADO DE 59,5 MILLONES / EL PAIS (ED. NACIONAL)	39	1
28/02/15	ABC REORGANIZA SU REDACCIÓN PARA CULMINAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL PERIÓDICO / ABC (EDICION NACIONAL)	40	1
28/02/15	NUEVE AÑOS LLENOS DE EMOCIONES, POR AMADOR G. AYORA / EL ECONOMISTA	41	1
28/02/15	Alerta a la CCMA per una possible despesa imprevista de 30 milions / ARA	42	1
28/02/15	TV3 ADEUDA 30 MILLONES A SUS TRABAJADORES / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	43	1
28/02/15	CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ ENVERS LES PERSONES AMB PROBLEMES DE SALUT MENTAL / REGIO 7 (LA SALUT)	44	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/02/15	SUPORT A L'HUMOR 'POLAC' / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	45	1
28/02/15	MEDIOS ACOSADOS Y ACALLADOS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	46	2
28/02/15	'TAL CUAL', CLARO Y RASPAO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	48	1
28/02/15	LA CCMA HAURÀ DE RETORNAR PROP DE 30 MILIONS D'EUROS DE RETALLADES SALARIALS / DIARI DE GIRONA	49	1
28/02/15	LA CCMA QUALIFICA LA SENTÈNCIA DEL TS COM UN «COP FORT» A LA SEVA VIABILITAT / REGIO 7	50	1
28/02/15	UN DESMAI EN DIRECTE / ARA	51	1
28/02/15	LA TERTULIA COMO SÍNTOMA por Judith Carrera / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	52	2
28/02/15	EL CAC AVALA COMPARAR A RAJOY CON HITLER / ABC (EDICION CATALUÑA)	54	1
28/02/15	CONVERGÈNCIES A RTVE / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	55	1
28/02/15	EL CAC VEU LLIBERTAT D'EXPRESSION EN EL GAG DE RAJOY AL BÚNQUER DE HITLER A 'POLÒNIA' / SEGRE	56	1
28/02/15	LA REMODELACIÓ DEL 33 PREVEU MÉS HORES DE CULTURA EN DOS BLOCS DIARIS. / ARA	57	1
28/02/15	La font anònima menys justificada de la història del periodisme / ARA	58	1
28/02/15	LA CCMA DEU ALS SEUS TREBALLADORS 30 MILIONS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	59	1
28/02/15	LA CCMA CALCULA EN 30 MILLONES SU DEUDA CON LA PLANTILLA DE TV-3 Y CATALUNYA RÀDIO / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	60	1
28/02/15	EL CAC REBUTJA LA QUEIXA SOBRE RAJOY I EL BÚNQUER DEL PP PEL GAG DE 'POLÒNIA' DE HITLER / ARA	61	1
01/03/15	LA TELE QUE SE'N RIU DEL PODER / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	62	2
01/03/15	Arturo San Agustín, escritor i periodista, publica "Tras el Portón de Bronce?: "ÉS UN PAPA QUE INTERESSA ALS PERIODISTES I ALS ANTICLERICALS" / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	64	1
01/03/15	¿ES ESTA LA MEJOR FOTO DEL AÑO? / ABC (XL SEMANAL)	65	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/03/15	LAS RISAS Y LOS LLANTOS VENDEN MÁS / EL PAIS (NEGOCIOS)	66	1
01/03/15	Juan Cal DIRECTOR EXECUTIU DE SEGRE-AUTOR D'EL EXILIO DE MONA LISA : «CROUS HAURIA SIGUT CAPAÇ DE COPIAR EL SOMRIURE DE MONA LISA» / SEGRE	67	1
01/03/15	EDU BAYER / EL PERIODICO CAT(ED. CAT) DOMINICAL	68	1
01/03/15	Giovanni Maria Vian, director de ?L'Osservatore Romano?: "CAL RESPECTAR LES CREENCES, SIGUIN RELIGIOSES O NO" / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	69	1
01/03/15	PULSA EL NEGOCI DELS VÍDEOS / ARA	70	1
01/03/15	ODI I NEGACIÓ DE LA LLIBERTAT D'EXPRESSION, PER PAU MISERACHS / EL PUNT AVUI	71	1
01/03/15	DEBAT. EL DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	72	1
01/03/15	LA REVISTA 'AUTÓDROMO' COMPLEIX DEU NÚMEROS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT) AIRBAG	73	1
02/03/15	ELECONOMISTA.ES RENUEVA SU IMAGEN SIN RENUNCIAR A LA ESENCIA DE SU ÉXITO / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	74	2
02/03/15	L'ÚLTIMA PARAULA DE JORDI TARDÀ / EL PUNT AVUI	76	2
02/03/15	PARAULA ETERNA DE STONE / ARA	78	2
02/03/15	Daniel Arasa, Periodista i escriptor: 'LA COBERTURA DE LA BATALLA DE L'EBRE FOU UN FRACÀS PERIODÍSTIC' / DIARI DE TARRAGONA	80	1
02/03/15	LA PRIMAVERA DE LOS MEDIOS DIGITALES EN VENEZUELA / EL PAIS (ED. NACIONAL)	81	1
02/03/15	FALLECE EL 'STONE' JORDI TARDÀ / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	82	1
02/03/15	MOR ALS SEIXANTA ANYS EL PERIODISTA JORDI TARDÀ / REGIO 7	83	1
02/03/15	TELECINCO ATRAPA TV3 EN EL LIDERATGE DE LES AUDIÈNCIES / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	84	1
02/03/15	LA ENTREVISTA TEODORO PETKOFF / DIRECTOR DEL DIARIO «TAL CUAL» «EL GOBIERNO SIENTE POR PRIMERA VEZ QUE VA A PERDER UNAS ELECCIONES» / LA RAZON	85	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/03/15	UN SULTÁN DE QATAR SERÁ EL SEGUNDO ACCIONISTA DE PRISA / EXPANSION	86	1
02/03/15	TELECINCO CONTINÚA LÍDER DE AUDIENCIA EN FEBRERO, SEGUIDA DE ANTENA 3 Y LA 1 / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	87	1
02/03/15	SANITAT PRESSIONA PERQUÈ LES TELEVISIONS PRIVADES TAMBÉ AVANCIN EL 'PRIME TIME' / ARA	88	1
02/03/15	EXPOSICIÓ DE 18 FOTÒGRAFS BANYOLINS / DIARI DE GIRONA	89	1
02/03/15	LA PERIODISTA NÚRIA CARNÉ SERÀ LA NÚMERO 2 D'ERC A CALDES / EL 9 NOU (VALLES ORIENTAL)	90	1
27/02/15	CONFERENCIA "EL PERIODISME FRÀGIL" / DIARI DE SANT CUGAT	91	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Premis al periodisme gironí amb repercussió nacional

■ Els sisens Premis Carles Rahola de Comunicació Local reconeixen les fotos de Pujol a Queralbs i un documental sobre la Jonquera ■ S'hi van presentar 83 treballs, més que l'any passat

Gemma Busquets
GIRONA

Els guardonats en la sisena edició dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local tenen en comú que són històries periodístiques amb l'origen a les comarques gironines però que transcendeixen l'àmbit local i tenen repercussió nacional. Els guardonats es van fer públics ahir en un gala a les vuit del vespre a l'Auditori de Girona. A la convocatòria d'aquest any dels premis, que organitzen al Diputació de Girona i el Col·legi de Periodistes a la demarcació, s'hi van presentar 83 treballs, més que l'edició passada.

El primer premi de la nit va ser a la millor informació digital, dotat amb mil euros, i que va ser per a Marc Serena i Edu Bayer, per la web www.microcatalunya.cat. El jurat va pronunciar-se unànimement a favor d'aquest projecte perquè reivindica "la presència dels pobles petits amb un format jove, avançat i dinàmic". El premi al millor projecte sobre comunicació periodística, dotat amb 2.000 euros, ha estat per a Samuel Colomer i Mercè Sibina, per *Temporada Alta: l'èxit de l'efímer*. El jurat, que va ser unànimement en la decisió, en va valorar "l'impacte, la influència i la possibilitat que té el projecte de mostrar al món la potencialitat del festival a escala social, econòmica i cultural, i a la vegada, perquè serveix com a estímul per promoure les arts escèniques". A la categoria de ràdio, el premi Miquel Diu al millor treball informatiu o divulgatiu, va ser pel periodista Màxim Castillo —que exercia de pre-



Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevila van rebre el premi de mans de Joan Ventura ■ MIQUEL MILLAN / DGGI

Les frases

“El periodisme és un dret com l'educació o la sanitat; hi ha un bon periodisme si se situa com a contrapoder”

Joan Ventura
PRESIDENT DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE GIRONA

“Els periodistes, garants de la llibertat d'expressió, són el pal de paller de la democràcia”

Joan Giraut
PRESIDENT DE LA DIPUTACIÓ DE GIRONA

sentador de la gala— pel programa *La carpeta de la SER*. El jurat va destacar “la concreció, informació, agilitat i dinamisme de les històries culturals que explica”. En l'apartat de televisió, el premi, dotat amb mil euros, va recaure per Vicenç Asensio, director i guionista del documental

La Jonquera: 20 anys sense frontera emès pel programa *Sense ficció*. El documental recull la reinvençió de la Jonquera arran de la fi de la frontera i analitza els canvis que va suposar per als veïns la desaparició de les agències de duanes. El jurat en va destacar “la manera com aborda la singularitat i la complexitat del dia a dia de la Jonquera amb un format àgil, dinàmic i modern”. En quant a premsa escrita, i dotat amb mil euros, el premi es va atorgar a Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla, pel recull de reportatges *The Secret Life of Figueres* publicat al *Setmanari de l'Alt Em-*

pordà. El jurat va destacar-ne “l'originalitat i creativitat, i la presentació gràfica i fotogràfica”. També va valorar que és “periodisme de proximitat amb valor literari que, a la vegada, fa descobrir aspectes inèdites i fa estimar la ciutat de Figueres”. L'últim premi de la nit va ser per a la millor fotografia publicada, dotat amb mil euros, que va guanyar Pere Duran per la sèrie *Pujol, caçat*, publicada a *El País*. Se'n va valorar “la perseverança, la qualitat fotogràfica, i l'actualitat del personatge”. El premi a la millor iniciativa de comunicació institucional va quedar desert. ■



COMUNICACIÓ

P38



Foto dels guardonats –amb el conseller Santi Vila– en els premis Carles Rahola de comunicació local ■ MIQUEL MILLAN

Reconeixement al periodisme de casa

Els sisens premis Carles Rahola de comunicació local, que es van lliurar ahir a la nit a Girona, reconeixen les fotos de Pere Duran per la sèrie *Pujol, caçat*, a Queralbs, per "la perseverança, la quali-

tat fotogràfica i l'actualitat del personatge", i un documental sobre la Jonquera arran de la fi de la frontera i com s'analitzen els canvis que va suposar per als veïns la desaparició de les agències de dua-

nes. També es va premiar un projecte de comunicació sobre Temporada Alta i els millors treballs en premsa escrita, ràdio i periodisme digital, però va quedar de-sest el de comunicació institucional.



Premien les fotos de Pujol a Queralbs i un escrit al «Setmanari de l'Alt Empordà»

► Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla reben el guardó Carles Rahola pel reportatge «The Secret Life of Figueres»

GIRONA | ACN

■ Fins i tot el conductor de la gala, el periodista Màxim Castillo, es va veure sorprès quan el seu treball a Ràdio Girona es va endur el premi. La 6a edició dels Premis de Comunicació Local Carles Rahola va premiar Pere Duran per les fotos de Jordi Pujol a Queralbs, poc després de confessar el frau fiscal. També es va reconèixer el recull de reportatges publicats a *Setmanari de l'Alt Empordà: The Secret Life of Figueres*, el documental *La Jonquera: 20 anys sense frontera* (Visual13) i el projecte de Mercè Sibina i Samuel Colomer titulat *Temporada Alta: l'èxit de l'èfimer*.

Els guardons estan organitzats per la Diputació de Girona i el Col·legi de Periodistes, que enguany han optat per canviar la fórmula i no han donat a conèixer els premiats fins al mateix moment de la gala, celebrada anit a l'Auditori de Girona.

El primer premi de la nit, a la millor informació digital, dotat amb 1.000 euros, va ser per a Marc Serena i Edu Bayer, per *www.microcatalunya.cat*. El jurat va pronunciar-se unànimement a favor d'aquest projecte perquè reivindica «la presència dels pobles petits de Catalunya amb un format jove». Els finalistes en aquesta categoria han estat Björn Göttlicher, David Aparicio, Pol Vancells i Helene Kofler, per *www.puntdefocus.com*, i Josep Maria Frigola Serra i Josep Maria Frigola Sèculi, per *www.ventdelnord.tv*.

El premi al millor projecte sobre comunicació periodística, dotat amb 2.000 euros, ha estat per a Samuel Colomer i Mercè Sibina, per *Temporada Alta: l'èxit de l'èfimer*, que s'ha de convertir en un docu-



Foto de família de tots els premiats al final de la gala de la comunicació local a l'Auditori de la Devesa.

mental sobre el festival de teatre de la tardor a Girona. El jurat va valorar «la qualitat dels materials» i «la possibilitat que té el projecte de mostrar al món la potencialitat del festival a escala social, econòmica i cultural».

El finalista és *#Tossudament, Converses sobre el procés*, de Joan Castro i Jordi Ribot (Iconna Comunicació).

El lliurament del premi Miquel Diumé al millor treball informatiu o divulgatiu en ràdio va ser un moment curiós de l'acte, ja que el guanyador va ser precisament el conductor de la gala, el periodista Màxim Castillo. El jurat va valorar per unanimitat que *La carpeta de la SER-Ràdio Girona* mereix el

premi per «la concreció, la informació, l'agilitat i el dinamisme de les històries culturals que explica». El premi està dotat amb 1.000 euros.

Els altres finalistes han estat Martí Masó i Josep Juscafresa, pel programa dedicat als esports minoritaris *Sense pilotes*, de Ràdio Banyoles, i Hugo Garcia i Marga Faixó, pel reportatge *Bullí Foundation, sí o no?*, de Ràdio Cap de Creus.

El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en televisió, dotat amb 1.000 euros, ha estat per a Vicenç Asensio, director i guionista de *La Jonquera: 20 anys sense frontera*, produït per Visual 13 i emès al *Sense ficció* de TV3. El jurat en va destacar la manera com

aborda alhora la singularitat i la complexitat de la realitat del dia a dia de la Jonquera amb un format àgil, dinàmic i modern.

Els altres treballs finalistes en aquesta categoria han estat el reportatge *RCR Arquitectes, des d'Olot a tot el món*, emès al programa *Tinc una idea* de La2 de TVE, dirigit per Miquel Peralta; i l'informatiu *Al dia, comarques de Girona*, de la Xarxa Televisions de Girona, que s'emet simultàniament a TV Ripollès, Olot TV, TV Costa Brava i TV Girona, amb Jordi Martí, Albert Brosa, Manel Rius i Àlex Martí com a responsables.

El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en premsa escrita, dotat amb 1.000 euros, ha es-

tat per a Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla, pel recull de reportatges *The Secret Life of Figueres*, publicat al *Setmanari de l'Alt Empordà*, del grup editorial Premsa Ibèrica. El jurat va destacar la seva «originalitat i creativitat, i la presentació gràfica i fotogràfica», alhora que va valorar el periodisme de proximitat amb valor literari que «fa descobrir aspectes inèdits i fa estimar la ciutat de Figueres».

Els altres finalistes d'aquesta categoria han estat Alfons Petit, per un recull de tres reportatges (*L'Erasmus dels savis gironins, Les vacances agredolces de Suárez a Begur* i *Les dues vides de Ramona Albareda*) que s'han pogut llegir al *Dominical del Diari de Girona*, i Tura Soler, per *Radiografia a la seguretat*, publicat a la *Revista de Girona*.

El jurat també va voler fer una menció especial al número 5 de la revista *El procés*, dirigida i coordinada per Joaquim Armengol, pel «treball rigorós, la qualitat artística i l'ambició cultural d'aquesta publicació».

El darrer premi de la nit va ser per a la millor fotografia publicada, dotat amb 1.000 euros, i va guanyar Pere Duran per la sèrie de fotografies *Pujol, caçat*, publicada a *El País*. El jurat en va valorar «la perseverança, la qualitat fotogràfica, i l'actualitat del personatge».

Els finalistes de la categoria són Jordi Ribot, per la fotografia *Inundació a les vies del tren*, publicada a *El Punt Avui*, i Carles Palació, per la fotografia *Festes de Sant Narcís*, publicada a *Nació Digital* i a *Girona.Info*.

El premi a la millor iniciativa de comunicació institucional va quedar desert.



Junyent augura que la sortida del conflicte Sala Ciutat serà llarga

► L'alcalde vol un procés de diàleg per trencar el mínim i recorda el consens per a l'enderroc

ENRIC BADIA | MANRESA

■ Voldria diàleg, però no en troba. L'alcalde de Manresa, Valentí Junyent, preveu «un conflicte llarg» en el tema de l'ocupació de la Sala Ciutat. Fins ara no ha volgut fer un cop de força i procedir a l'enderroc que ahir va recordar que tenia «el suport de tots els grups municipals» i «una majoria silenciosa» que també està a favor d'enderrocar una sala que ha deixat molts records al món de la cultura, però que ara hauria de ser un espai que obrís el Museu Comarcal a la ciutat. Junyent va fer aquestes refle-

xions en el primer balanç de la ciutat, un acte obert al públic, que ahir va organitzar la Demarcació del Col·legi de Periodistes amb el suport de tots els mitjans de comunicació de la ciutat.

Junyent va fer un balanç 'express' del seu mandat i en només quinze minuts va assenyalar les línies mestres del seu primer pas de quatre anys per l'alcaldia i va fer èmfasi en la millora de la situació econòmica. Amb una reducció de pressupost, amb una millora del dèficit molt notable, i una millora també del nivell d'endeutament,



ADRIÀ RODRÍGUEZ

Junyent al centre, amb els directors de mitjans al seu voltant

factors decisius per poder haver reduït el pagament als proveïdors de 420 a 56 dies. L'economia i l'atenció a les persones i a les inversions patrimonials han estat el triangle de l'equilibri del mandat Junyent. Un triangle que ha portat el seu govern, tal com ell mateix va admetre, a desatendre algunes inversions o, per exemple, al manteniment dels carrers.

Després d'aquesta intervenció inicial, es va iniciar un debat de temes múltiples plantejats pels directors dels diferents mitjans i moderats pel president del Col·legi

a la Catalunya Central, Gonçal Mazcuñán.

El tema possiblement més calent, la Sala Ciutat, va centrar bona part de les preguntes formulades. Junyent va situar el conflicte com el pitjor tema, «per les decisions que ja he pres [com ara fer precintat la sala] i les que hauré de prendre en els propers dies». «El que més por em fa és que la situació es mantingui temps com està ara», en què l'Ajuntament no troba interlocució a la part del col·lectiu que ocupa Sala Ciutat.

Entén que les forces no són

iguals, que la dels ocupes «és menor», però no està disposat a dur a terme una acció de força en aquest moment, ara vol «diàleg». L'altre conflicte d'ocupació que hi ha hagut a la ciutat, la casa Amigant, està en un període d'aturada que no es desencallarà «fins que la ciutat no tingui un projecte a fer-hi».

Junyent va atribuir algunes de les mancances que admet que hi ha a la ciutat a la manca de recursos, i fins i tot alguns fracassos dels darrers dies, com la presentació del pla 2022 a Barcelona.



L'informatiu *Al dia comarques de Girona*, finalista als Premis Rahola

RIPOLLÈS Redacció

L'informatiu *Al dia comarques de Girona*, coproduït per Televisió del Ripollès i cinc televisions gironines juntament amb La Xarxa ha quedat finalista dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local, que reconeixen el treball periodístic fet a la demarcació gironina.

Al dia comarques de Girona és un informatiu diari que Televisió del Ripollès, Televisió de Girona, Olot Televisió i Televisió de Costa Brava van posar en marxa l'any passat. Des fa alguns mesos també hi participen Empordà TV i Banyoles Televisió. De dilluns a divendres, aquest espai de 25 minuts acosta l'actualitat de les comarques gironines en un exercici de coordinació i col·laboració periodística per oferir una «visió completa de la informació de les comarques de Girona», explica el Conseller Delegat de Corisa Media Grup, Jordi Martí. De mitjana reuneix una quinzena de notícies, les més destacades de l'àrea que cobreix



cadascun dels canals implicats. Per Martí, aquesta candidatura reconeix «**la feina que es realitza a les televisions de proximitat des de fa molts anys**» ja que es fa una constant aposta per «**la qualitat i la proximitat amb el territori**». Els altres dos programes que opten al premi de televisió són *RC R Arquitectes, des d'Olot a tot el món* emès a La2 de TVE i el documental *La Jonquera: 20 anys sense frontera*, emès a TV3. Els premis, organitzats per la delegació gironina del Col·legi de Periodistes i la Diputació de Girona, es lliuraran el 26 de febrer a l'Auditori de Girona.



Pere Duran gana el Carles Rahola por una foto de Pujol

REBECA CARRANCO, **Barcelona**

Pere Duran (Banyoles, 1967) hacía tres semanas que subía y bajaba a Queralbs (Ripollès). Era agosto, y hacía dos semanas que Jordi Pujol había confesado que ocultó durante años una fortuna en el extranjero. Duran fue el primero en retratarle en Queralbs.

Una serie de imágenes del 7 de agosto, bajo el título *Pujol, cazado*, ha sido galardonada con el Premi Carles Rahola a la mejor fotografía publicada, que otorga cada año la Diputación de Girona y el Colegio de periodistas de la demarcación. "Tengo muy claro que si pude hacer la foto es porque Pujol quiso", explica por teléfono Duran. "Esperé el momento oportuno para salir. Se entregó a los medios", asegura.

Después que Duran lo fotografiara en su terraza y EL PAÍS publicara la exclusiva, Queralbs se convirtió en un no parar de periodistas. Finalmente, el expresidente decidió hablar en una improvisada rueda de prensa. "Estoy a disposición de la justicia", se limitó a decir.



EDUCACIO

Programa escolar sobre periodisme

|LLEIDA| Vuit centres educatius de Lleida participaran fins al 17 de març en la sisena edició del programa *La premsa a les escoles*, en el qual dos periodistes ofereixen una conferència sobre el món de la informació.



CRISTINA PUIG VILARDELL ■ PERIODISTA

‘El poder interviene en los medios’

CARLA POMEROL

- ¿Por qué ya no presenta *El Debat de La 1*?
- No lo sé. Es fuerte, pero no tengo respuesta. Cuando volví de las vacaciones de Navidad me llamaron de Recursos Humanos. Allí me encontré un hombre que decía que venía de Madrid y me entregó una carta. Era el despido, un despido disciplinario. Según la empresa me destituyeron por no seguir las directrices marcadas y por hacer objeciones. Recogí mis cosas y me fui. No he vuelto más, y nadie se ha dignado a darme más explicaciones.

- ¿Usted no siguió las directrices marcadas?
- Yo no he hecho nada malo. Yo me he quejado muchas veces de que los tertulianos que participaban en el debate no eran representativos en relación a los escaños del Parlament. Casi nunca llevaban representantes soberanistas. Yo pedí, en repetidas ocasiones, la intervención de algún diputado de la CUP. Esto nunca ocurrió. Siempre seguí las directrices, pero mostré mi incomodidad.

- ¿Pero aún así seguía capitaneando el barco?
- En diciembre comenté a mis superiores la posibilidad de que yo dejara de presentar *El Debat*. Yo estaría más cómoda y ellos más tranquilos. Mi intención era seguir conduciendo el programa *Gent de Paraula*.

- ¿Les molestaba?

PERFIL |

Cristina Puig VilardeLL (Barcelona, 1972) se licenció en **Ciències de la Comunicació** por la UAB. Ha ejercido de periodista en emisoras de radio como Cadena SER, COPE y RAC1. Ha trabajado en *El Club*, en TV3. En el año 2009, TVE fichó a la periodista catalana para presentar *El Debat* y *Gent de Paraula*. La polémica llegó cuando hace dos meses la despidieron.

- Viene un año electoral y las encuestas muestran una baja participación en los comicios. Nunca he hecho pública mi tendencia política, pero tampoco me he escondido. Me da la sensación de que el acto de echarme ha sido un aviso para el resto de los trabajadores. Parece que los mandamases quieren demostrar su poder.

- ¿Conoce a Eladio Jareño, director de RTVE Catalunya?
- No personalmente. Nunca lo he visto. Como mínimo me hubiera gustado que diera la cara en mi despido. No entiendo como tiene la poca vergüenza de afirmar, durante una entrevista en *El País* del pasado 11 de fe-

brero que no me han echado por motivos ideológicos sino porque no me había integrado con el resto correctamente. ¡Pero si llevaba cinco años trabajando en la cadena!

- ¿Existe censura en el periodismo español?



Quiero demostrar que mi caso ha sido un despido improcedente, no disciplinario

- Hay intervencionismo por parte de los gobiernos en las televisiones públicas. Y mientras lo aceptemos, esto no cambiará. La censura es mala, pero aún es peor la autocensura, el miedo a no ser despedidos. Entiendo que es complicado plantar cara; la gente tiene que pagar hipotecas y pañales. Pero los periodistas debemos ser valientes.

- ¿Y esto cómo se cambia?
- Es muy difícil porque los gobiernos se apoderan de los medios públicos. Pero no es imposible.

- Llegaste a TVE en la era de Zapatero. ¿Con el gobierno del PP ha cambiado la cosa?

- En la época socialista, cuando dirigía la cadena Fran Llorente, nunca tuve la sensación de abuso de poder y de control de la información. En ésta, sí.

- ¿Tomará acciones legales?
- Sí. Quiero demostrar que mi caso ha sido un despido improcedente, no un despido disciplinario. No merezco, y por lo tanto no quiero, tener una mancha en mi trayectoria.

- ¿Y ahora qué?
- Ahora a buscarme la vida como llevo haciendo desde los 18 años. Mi intención es seguir haciendo periodismo y mi deseo no tardar mucho en volver a empearar.



Cristina Puig protagonizará una conferencia mañana a las 19.30h en la Antiga Audiència de Tarragona. FOTO: CEDIDA



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





TV PÚBLICA ADELANTA EL PRIME TIME A LAS 22.15 H

RTVE, UNA CUESTIÓN DE IDEOLOGÍAS

El presidente dice que «no se despide a nadie por motivos políticos» y que contratar a 11 periodistas no es «desplazar a nadie de la casa»

RAÚL PIÑA MADRID ¿Pueden 11 periodistas constituir una redacción paralela en un área en la que trabajan 300 colegas? La pregunta, que a priori parece de respuesta sencilla, puede no serlo. Como todo, depende. En este caso, del color político con el que se mire la realidad en la corporación. Para el PP y el presidente de RTVE, la respuesta es clara: «No». Para todos los partidos de la oposición, también: «Sí». La reciente contratación de 11 profesionales en Informativos de TVE ha tensado el ambiente no sólo en la televisión pública, sino también en el Congreso.

Desde el PSOE, el Grupo Mixto, Entesa Catalana o CiU mostraron su preocupación por estas incorporaciones y por el despido disciplinario de la periodista de TVE en Cataluña Cristina Puig. «Se ha relegado a los profesionales de los Informativos. Sufren una discriminación. Usted me dirá que 11 periodistas no pueden crear una redacción paralela frente

a 400, pero yo le digo que sí, porque serán los que hagan las noticias más importantes», reflexionó la diputada del Grupo Mixto M^a Olaia Fernández Davila. «No se ha desplazado a nadie», opuso Sánchez ayer durante la comisión de control a RTVE. El directivo achacó las contrataciones a la experiencia vivida durante las Navidades. Según sus explicaciones, en esas fechas la pública tuvo dificultades para cubrir puestos. «El esfuerzo que necesitan los informativos es evidente y se han visto en las pasadas Navidades, ya que con las libranzas y los días libres hubo cuestiones difíciles de cubrir».

Esta explicación no terminó de convencer a los miembros de los grupos de la oposición. «El problema es que usted sólo contrata a profesionales de *La Razón*, *Intereconomía*, *Telemadrid* o *La Gaceta*. El objetivo es colocar a TVE al servicio del PP. Lo que está haciendo con los profesionales no tiene nombre, los está maltratando», fue la intervención de



José Antonio Sánchez, antes de una comisión de control a RTVE. LUIS CUERVO

Jordi Guillot Miravet, senador por Entesa. A ellos se unió las inquietudes mostradas por el PSOE y CiU por la polémica salida de Puig. «El despido por motivos ideológicos es una práctica que no se da en TVE. Si se dieran o alguna vez se hubieran dado me parecería mal. Pero como ahora no ocurre, no me preocupa. No soy experto laboral, pero en una institución pública nadie puede ser

despedido por motivos ideológicos. Sería ilegal e iría contra la Constitución. Nunca lo he hecho, no está en mi ADN. Se trata de un despido disciplinario por incumplimiento por parte de la señora Puig de las condiciones contractuales», contrapuso Sánchez, frente a las reiteradas acusaciones de diputados y senadores.

«Son contratos a profesionales de base, de forma temporal, con una

acreditada trayectoria. Hablar de una caza de brujas es desproporcionado. Hablar de purga, propaganda o miedo nos retrotrae a la época de Stalin, y eso no es bueno», señaló el presidente de RTVE.

En medio de estos rifirrafes sobre redacciones paralelas, manipulación, ideología... Sánchez confirmó que el Gobierno está estudiando fórmulas alternativas para resolver el «problema estructural» de la financiación. Sobre la mesa está una posible vuelta de la publicidad a TVE, si bien no de forma cotidiana, quizás en *prime time* sujeto a unos minutos. En todo caso, el Ejecutivo aún no ha resuelto la manera en que solucionará el déficit crónico de unos 100 millones de la corporación.

Sánchez aseguró que «El Gobierno dota de los recursos suficientes a RTVE para cumplir con su misión de servicio público», y se mostró esperanzado en cerrar en equilibrio presupuestario 2015. Cabe recordar que la previsión de cierre de 2014 es de 133 millones de pérdidas.

Asimismo, adelantó que desde este lunes 2 de marzo, TVE adelanta su *prime time*. Las series y programas de la noche comenzarán antes de las 22.15 horas –hasta ahora lo hacen a las 22.30 horas–. Esta apuesta coincide, además, con la reubicación de la serie *El ministerio del tiempo* en la noche de los lunes –su estreno esta semana fue el martes–. «RTVE se muestra sensible con su responsabilidad de fomentar actuaciones que desarrollen un uso saludable de la TV. Este uso saludable está basado en la racionalización de horarios que permita mejorar la conciliación de la vida familiar y laboral», expuso Sánchez. Una cuestión, la de la racionalización de horarios, en la que coinciden todas las ideologías.



Atresmedia no aguanta el tirón de Mediaset

► El grupo de Antena 3 y La Sexta pierde cuota publicitaria y de audiencia

M. V.
MADRID

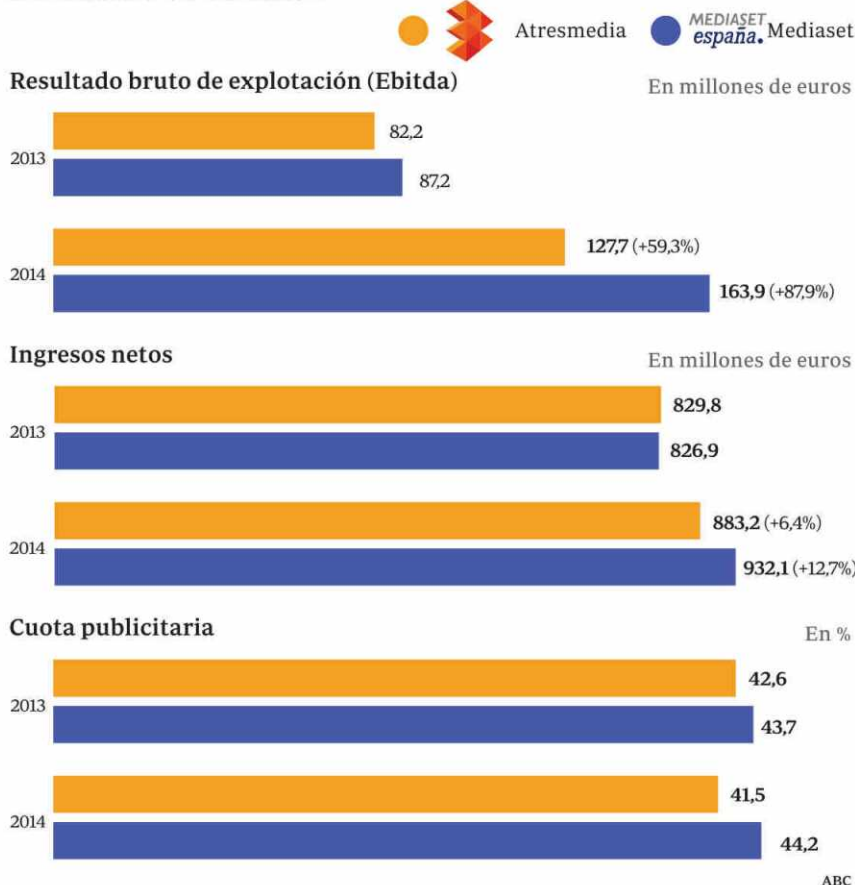
Mediaset España dio el año pasado un acelerón y puso tierra de por medio respecto a Atresmedia. El grupo propietario de Telecinco y Cuatro creció más que su principal rival tanto en las magnitudes que señalan la evolución de la actividad principal –cuota de audiencia y publicitaria– como en términos puramente financieros –facturación, beneficios y rentabilidad–, consolidando de esta forma su posición de líder de la televisión privada en nuestro país.

La compañía presidida por Paolo Vasile multiplicó por catorce sus ganancias en España el ejercicio pasado, disparándose hasta 59,5 millones de euros, frente al beneficio de 4,2 millones que obtuvo en 2013. El grupo editor de Antena 3 y La Sexta no fue capaz de seguir ese el ritmo y solo avanzó un 1,4%, de 46 a 46,7 millones.

Ambas empresas, que publicaron ayer sus resultados de 2014, tuvieron que computar en esas cuentas efectos extraordinarios. El primero el impacto de la venta de Canal+ a Telefónica y el ajuste hecho por impuestos anticipados, y el segundo también contabilizó ese efecto impositivo negativo. Sin todo ello, Mediaset España sale también mejor parada, pues habría disparado sus ganancias a 112,1 millones; Atresmedia alcanzaría los 81,2 (+76,3%).

Más significativo es que la actividad de uno y otro evolucionaron en 2014 de forma diametralmente opuesta. Mientras el grupo dirigido en España por Alejandro Echeverría mejoró su cuota de audiencia respecto a 2013 en 1,7 puntos porcentuales, hasta el 30,7% del total, Antena 3, La Sexta y el resto de canales del conglomera-

Resultados económicos



rado controlado por Planeta redujeron su porcentaje un punto, hasta el 27,7%. Así, Mediaset aventaja ya en tres puntos de cuota de Atresmedia.

Similar comportamiento registraron los dos integrantes del duopolio en cuanto a cuota publicitaria. Frente al avance del 0,5% logrado por la compañía cabecera de Telecinco, que ya aglutina el 44,2% del mercado, su seguidor redujo su participación en esa tarta en 1,1 puntos, hasta el 41,5%.

Ese diferente nivel de actividad per-

mitió a Mediaset España crecer en facturación el doble que su rival. En concreto, los ingresos de este grupo se incrementaron un 12,7%, hasta los 932,1 millones de euros. La cifra de negocio de Atresmedia mejoró un 6,4%, alcanzando los 883,2 millones, quedando así como segundo grupo de televisión privada por volumen de negocio.

Las cifras de ambas compañías ponen de manifiesto también que Mediaset España sigue siendo más rentable. Así, su margen sobre el resultado bruto de explotación (ebitda) creció un 7%, hasta el 17,6%, frente al avance menor (+4,8%, al 14,5%) de Antena 3-La Sexta. Pero además Telecinco-Cuatro continúa presentando al mercado una situación de caja positiva (265,7 millones) frente a la deuda de 134,3 millones que arrastra Atresmedia.

Situación financiera
Mediaset cerró 2014 con caja neta de 265,7 millones; Atresmedia arrastra una deuda de 134,3 millones



Atresmedia y Mediaset disparan su resultado por el alza de la publicidad

El 'ebitda' de la dueña de Telecinco sube un 88% y el de Antena 3 se eleva un 59%

Á. Semprún MADRID.

Atresmedia y Mediaset ponen punto y final a la crisis. Los dos gigantes televisivos han disparado sus resultados en 2014 gracias al alza del 11 por ciento de la inversión publicitaria y a las políticas de austeridad implementados en los últimos años. Ambas cadenas, que se reparten casi el 86 por ciento del mercado publicitario, han aumentado sus ingresos en el último ejercicio. La dueña de Telecinco, que explota seis canales, ha facturado un 12,7 por ciento más (932 millones) mientras que la propietaria de Antena 3, con cuatro canales, ha visto como sus ingresos subían un 6,4 por ciento hasta los 883,2 millones.

Al alza de los ingresos se suma que las cadenas han mantenido bajo control los gastos de explotación pese a la apuesta por los contenidos (series, cine, derechos deportivos), lo que les ha permitido registrar crecimientos de doble dígito en el resultado bruto de explotación (*ebitda*) y en el resultado neto operativo. En concreto, Mediaset ha cerrado 2014 con un *ebitda* de 163,9 millones, un 88 por ciento más

Resultados Atresmedia y Mediaset

2014 (enero-diciembre)

MILLONES €	ATRESMEDIA		MEDIASET España.	
	2014	VAR. 13/14 (%)	2014	VAR. 13/14 (%)
Ingresos netos	883,23	6,44	932,1	12,74
Gastos de explotación	755,55	0,79	768,2	3,87
Personal	119,09	7,40	106,2	1,24
Consumos dchos., programas y operativos	636,46	-0,36	662	4,30
Resultado bruto de explotación (<i>ebitda</i>)	127,67	59,28	163,9	87,96
Beneficio de explotación (<i>ebit</i>)	111,23	76,90	163,9	133,48
Beneficio neto	46,73	1,48	59,5	1.316,67
Deuda (+) /Caja (-)	134,25	-27,31	-265,7	-
Audiencia media (%)	27,7	-	30,7	-
Canales (número)	4	-	6	-
Mercado publicitario (Infoadex)				
Ingresos	784	8,14	836	12,21
Cuota de mercado (%)	41,5	-	44,2	-

Fuente: CNMV.

elEconomista

que en 2013, y Atresmedia ha terminado el año con un beneficio bruto de explotación de 127,6 millones, un 59,3 por ciento más.

La mejora del negocio no se ha visto reflejada en el resultado neto de los gigantes por el ajuste realizado por impuestos anticipados (ba-

ja la tributación de los créditos fiscales). Así, Atresmedia ha ganado 46,7 millones frente a los 81,2 millones previstos sin el efecto de la reducción de tarifa del impuesto y Mediaset ha obtenido un beneficio de 59,5 millones. La cadena de Fuen-carral asegura que el resultado incluye el impacto de la venta del 22 por ciento de Canal + a Telefónica y el ajuste del valor de los créditos fiscales, sin los cuales "el beneficio neto hubiese ascendido a 112,1 millones". En 2013 ganó 4,2 millones.

A su vez, Mediaset ha cerrado su mejor año cinematográfico: sus películas han logrado una taquilla de 76 millones, 60 por ciento del total. Por su parte, la radio de Atresmedia ha mejorado los ingresos un 0,8 por ciento hasta los 81,2 millones y ha logrado un *ebitda* de 15,7 millones, un 3,7 por ciento más.

Vuelta al dividendo

Mediaset celebra el *fin* de su crisis con la vuelta a los dividendos tras dos años. La cadena repartirá 36,9 millones entre los accionistas y propone la aprobación de un dividendo extraordinario con cargo a reservas por 10,63 millones.



FRANCIA RESPALDO TRAS EL ATENTADO

'CHARLIE HEBDO'
DEBATE SU FUTURO

La revista ha impreso 2,5 millones de su último número y supera los 220.000 suscriptores

IRENE HDEZ. VELASCO PARÍS
CORRESPONSAL

«El dinero puede volver loca a la gente», sentencia Gérard Biard, el redactor jefe de *Charlie Hebdo*. Y lo dice en explícita y directa referencia al ambiente que se masca en esa revista satírica, que a duras penas trata de volver a la normalidad tras el atentado del que fue víctima el siete de enero a y en el que murieron 12 personas, incluido Charb, su director.

Charlie Hebdo era hasta hace apenas dos meses una revista que languidecía fatalmente y con serios problemas financieros. Tiraba entre 24.000 y 50.000 ejemplares a la semana de cada uno de sus números, y sus suscriptores no pasaban de 8.000. Pero el brutal ataque que sufrió a manos de dos hermanos fun-

damentalistas islámicos, tras publicar unas caricaturas de Mahoma, desató una oleada de solidaridad hacia ella que la ha transformado en un gigantesco fenómeno editorial: del último número de *Charlie Hebdo* —a la venta desde el pasado miércoles y el primero que llega a los quioscos después del especial de ocho millones de copias que sacó tras el atentado con una caricatura de Mahoma en la portada bajo la leyenda *Todo se puede perdonar*— se han impreso 2,5 millones de ejemplares. El número de suscriptores con los que cuenta el semanario ahora supera los 220.000.

Todos se han volcado con *Charlie*. Por el momento, y mientras se remoda la sede escenario de los atentados, la redacción del semanario se ha trasladado a una esquina que les



Un ciudadano coge de un expositorio de quiosco un ejemplar de la revista. EFE

ha cedido el periódico *Liberation*, mientras que los ordenadores con los que trabajan les han sido suministrados por *Le Monde*. Pero, sobre todo, al semanario le han llovido 15 millones de euros entre donaciones privadas y públicas (algunas aún se tienen que concretar). ¿El problema? «*Charlie Hebdo* no está hecho para tener tanto dinero», en palabras del histórico abogado de la revista satírica, Richard Malka, en el cargo desde

hace 22 años. De hecho, las broncas a cuento del camino que debe emprender a partir de ahora la revista están empezando a aflorar.

El semanario ha decidido destinar los 4,2 millones de euros que ya han recibido en forma de donaciones a las familias de las víctimas: nueve miembros de la redacción, un administrador y dos policías. Hasta ahí, todos de acuerdo. El debate que agita a *Charlie Hebdo* tiene que ver con

el modelo de gestión de la revista. Charb, su director hasta que el 7 de enero una bala acabó con su vida, tenía en sus manos el 40% de las acciones del semanario. Laurent Sourisseau —conocido popularmente como Riss, nuevo director del semanario y una de las personas que resultaron heridas en el atentado— tiene en sus manos otro 40%. Y el 20% restante está en poder de Eric Porthault, el director financiero de *Charlie*.

El estatuto de la revista contempla que en caso de muerte de uno de los tres accionistas, su paquete le sea ofrecido a los otros dos. Riss y Porthault, sin embargo, no han querido quedarse con el trozo del pastel de Charb, y han propuesto que ese pedazo pase a Luz, el viñetista de las dos últimas portadas del semanario. Pero Luz se ha negado a convertirse en accionista, defendiendo la idea de transformar a *Charlie Hebdo* en una cooperativa. Pero para ello los otros dos accionistas deberían renunciar a su paquete. Y todo indica que Riss no estaría por la labor.

La discusión por ahora ha sido pospuesta hasta dentro de tres meses, cuando los familiares de Charb entren en posesión de su herencia y se conviertan en dueños del 40% de la revista. Pero está ahí.



Los derechos del deporte en televisión se disparan

H. Mance, M. Garrahan y R. Blitz.

Financial Times

Sky y BT firmaron la pasada semana un contrato por los derechos de retransmisión en directo de los partidos de fútbol de la Premier League durante tres temporadas por 6.900 millones de euros, un 70% más que la cifra actual.

Las asociaciones de los cuatro grandes deportes en Estados Unidos (fútbol americano, béisbol, baloncesto y hockey sobre hielo) también han conseguido grandes aumentos del precio que se paga por retransmitir sus partidos. Así, el nuevo acuerdo de NBA por nueve años con Time Warner y Walt Disney, que asciende a 20.300 millones de euros, triplica el anterior en términos anuales.

Desde 2010, el valor de los derechos mundiales de retransmisión de los eventos deportivos más importantes ha crecido un 33%, hasta 28.000 millones de dólares, según Deloitte, y "no hay signos de que la burbuja vaya a explotar", según Austin Houlihan, ejecutivo de Deloitte.

Este *boom* se debe a dos cambios fundamentales en la industria televisiva: que la gente ve cada vez más programas bajo demanda sin anuncios (por lo que los eventos deportivos en directo son cruciales para los anunciantes); y, el otro cambio, más evidente en Europa, por la competencia entre las compañías de TV de pago y los grupos de telecomunicación.

Los deportes son un gancho para que los consumidores contraten esos productos.

Así, destaca que desde que BT entró en este mercado hace tres años, los derechos de retransmisión de los partidos de la Premier casi se han triplicado en Reino Unido.

A corto plazo, puede que los inversores se pregunten si esos derechos están sobrevalorados. Pero la acción de Sky bajó solamente un 2% tras el anuncio del contrato y la compañía afirma que los televidentes pagarán más por ver los partidos (los paquetes deportivos de Sky ya cuestan mínimo 62 euros al mes).

En Estados Unidos, el asunto tiene dos caras. Los ingresos por publicidad de la CBS aumentaron un 4% en el último trimestre gracias en parte a los partidos de fútbol americano, pero los costes de

Desde 2010, el valor de los derechos mundiales de retransmisión de los eventos más relevantes ha cedido un 33%

retransmisión de los partidos provocaron que su beneficio operativo bajara un 33%. ESPN, la principal cadena de televisión por cable norteamericana, ha perdido dos millones de abonados en dos años: se han pasado a otros paquetes más baratos que no ofrecen deportes.

En los últimos días, tanto BT como SKy Sports han continuado incrementando su cartera de eventos deportivos; BT asegurándose los derechos de la Serie A italiana para Reino Unido hasta 2018 y Sky, los de la MLS, antes en manos de BT y ESPN.



La NBA ha triplicado el precio anual tras el acuerdo con Time Warner y Walt Disney.



Amador G. Ayora
Director de 'elEconomista'

¡Remontamos el vuelo! y contamos con usted a bordo

Seguramente esté ya cansado de oírlo: la economía enfila un magnífico 2015, con tasas récord de crecimiento y de empleo. Quizás sea uno de esos miles de ciudadanos en los que se cebó la crisis y su situación no mejora. Sea como fuere, lo cierto es que el despegue está ya en las grandes cifras macroeconómicas, aunque tarde en llegar al bolsillo de los ciudadanos. La crisis dejó maltrecha las cuentas de miles de empresas, que intentarán recuperar su situación de antaño antes de incrementar la remuneración de sus trabajadores. Por eso, al Gobierno le cuesta trasladar con credibilidad el mensaje de la recuperación.

Además, el panorama cambió de manera radical. La baja inflación quita presión sobre la subida de los salarios, por lo que el alza del consumo se producirá lentamente, a diferencia de antes de entrar en el euro. Pero hay que tener paciencia. Ya nadie pone en duda que España está volviendo a recuperar el ritmo que la locomotora de su economía alcanzó en los primeros años de la década. El esfuerzo de reducción de costes laborales acometido en los últimos años, unido a la bajada del precio de los carburantes y la avalancha de dinero que desde el próximo mes el BCE inyectará en los Tesoros europeos son los causantes del milagro.

En *elEconomista* no tenemos que ganar elecciones y podemos ceñirnos más a la verdad que los políticos. En sus nueve años de existencia, este diario siempre se caracterizó por llamar al pan, pan y al vino, vino. Fuimos de los primeros en anunciar la llegada de la crisis, lo que nos granjeó el calificativo de antipatriotas y sensacionalistas. El tiempo se encargó de darnos la razón, desafortunadamente. Ahora también queremos ser los primeros en contar la buena nueva y celebrar con nuestros lectores el cambio de ciclo.

El casi centenar de páginas que encontrará a continuación están dedicadas a repasar los principales hitos de la economía española en el último año. Los ministros de Economía, Empleo, Hacienda y Fomento nos dan su punto de vista sobre la situación. Hemos querido aprovechar el noveno aniversario de nuestro nacimiento para reunir lo más positivo de los doce últimos meses, con la esperanza de que en 2015 pasemos la página de la crisis. Estoy convencido que así será y queremos felicitarnos por ello y porque hemos sobrevivido juntos al episodio económico más complicado de la historia reciente. *elEconomista* enfila también sus primeros diez años de vida desbordante de ideas y con perspectivas brillantes. ¡Despegamos! y contamos con usted a bordo.



COMISSIÓ DE CONTROL AL CONGRÉS

TVE incorpora periodistes per a «horaris difícils»

► El president de RTVE defensa les polèmiques contractacions

AGÈNCIES
MADRID

El president de RTVE, José Antonio Sánchez, va dir ahir que les noves contractacions de periodistes obeeixen, en diversos casos, a la necessitat de cobrir horaris «difícils», i va recordar que «ningú pot acomiadar per motius ideològics». Sánchez va respondre així, durant la seva compareixença a la Comissió Mixta de Control Parlamentari de RTVE al Congrés, a la pregunta de la diputada Olaia Fernández (BNG) sobre les 11 incorporacions a TVE que, a parer seu, han «relegat professionals amb suficient coneixement i experiència del que ha de ser un mitjà públic».

Altres diputats, com Montserrat Surroca (CiU), van posar sobre la taula la destitució de la presentadora del programa *El debat* (TVE-Catalunya), Cristina Puig, incidint en la possibilitat que hagués sigut per motius ideològics.

De les contractacions, Sánchez va dir que «no s'ha desplaçat ningú», i va recordar que «no arriben ni al 10%» dels acords de convenis legals fixats a RTVE. En qualsevol cas, va defensar les incorporacions, recordant que són «redactors de base, sense responsabilitat afegida» i amb acreditada trajectòria professional. Així mateix, va recordar les dificultats recents de TVE per cobrir llocs per Nadal. En total, seran sis interins i



►► José Antonio Sánchez.

cinc eventuals els contractats i dos d'ells aniran al torn de matinada, que «és una franja horària molt difícil de cobrir». «És un tema voluntari, no obligat i a la gent subjecta a conveni no li va bé treballar els caps de setmana», va assenyalar el directiu.

LLISTES NEGRES // Sánchez va ser qüestionat pel nomenament de Cecilia Gómez al capdavant de l'àrea d'Economia de TVE, després que dimitís de la subdirecció d'Informatius el 2013 (per elaborar *llistes negres* de companys d'Informatius que va passar a una consellera del PP). El president de RTVE va justificar la decisió dient que «la cadena perpètua no existeix ni a Espanya ni per a ningú». «Si en un moment donat una redactora va cometre una falta i va ser destituïda, ¿què vol?, ¿que estigui allà tota la vida?».

Respecte a la sortida de Puig, va afirmar que «ningú pot ser acomiadat per motius ideològics», perquè és il·legal i va en contra de la Constitució. En aquest cas en concret, va dir que va ser un «acomiadament disciplinari» i que es tracta d'una rescissió per «incompliment dels compromisos contractuals», aplicant la clàusula prevista al seu contracte. ≡



Raimon Masllorens, presidente de la patronal Proa

RAIMON MASLLORENS PATRONAL PROA

“Es muy difícil buscar coproducciones si en tu país no hay inversión”

H.Bernal. Barcelona

Raimon Masllorens es, desde abril de 2014, presidente de la patronal Proa, que agrupa a las principales empresas del sector audiovisual catalán. A sus 49 años, Masllorens ya lleva 30 años de trayectoria como productor.

- ¿Cuál es la principal función de la patronal?

Nuestras funciones son crear *lobby* para negociar conjuntamente, intermediar con las administraciones y crear un marco regulador que favorezca nuestros intereses.

- ¿Qué ha modificado en la gestión de Proa desde que es su presidente?

La estructura interna en la que se agrupan las distintas productoras. Ahora habrá cuatro clasificaciones sectoriales: documentales, animación, flujo televisivo y ficción. Ya está aprobado y se hará efectivo en un mes aproximadamente.

- ¿Cuál es el mayor éxito conseguido desde que es presidente de la patronal?

La reestructuración interna, que parecía muy difícil, y el acuerdo sobre la aportación de 25 millones de euros entre la Generalitat y TV3. Hay que tener en cuenta que en 2013 aportaron un total de 9,5 millones.

- ¿Cómo ve el sector actualmente?

Hace cuatro años éramos 200 empresas en Proa; actualmente somos cien. Espero que hayamos tocado fondo y que pronto empecemos a notar la mejora.

- ¿Se ha acabado la crisis en el sector audiovisual

“También ha habido crisis en el modelo de negocio y distribución de nuestros productos”

catalán?

No, en absoluto. Los 25 millones están muy por debajo de los 35 o 40 millones que había en 2008. Todavía hay muchos deberes por hacer. También ha habido crisis en el modelo de negocio y distribución de venta de nuestros productos. Han cambiado los contenidos y la forma de producir y distribuir.

- ¿Cree que este año se producirán en Catalunya más productos audiovisuales que en 2014?

Creo y espero que sí. Se nota que las empresas empiezan a pedir más producciones; la aportación pública y privada van de la mano.

- ¿Hay inversión extranjera en el sector?

La inversión pública local tiene un efecto multiplicador. En el resto del Estado y en el extranjero es muy difícil buscar coproducciones si en tu país no hay inversión. Actualmente es básico pensar en coproducciones: provocan que los productos viajen. Pero hay una máxima: “Yo confiaré en ti si en tu casa también confían”.

- ¿Cómo definiría la relación actual con la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales?

Muy buena. Han entendido nuestra problemática y son conscientes de la importancia del sector.



CELOBERT



TONI SALA

ESCRIPTOR

Salutació el primer dia

EN CONTRA DEL TÒPIC, em pregunto si hi ha hagut mai uns temps dolents per al periodisme, la literatura o la lírica, i em sembla que no: hi ha hagut moments de canvi, i ja és un tòpic que en un moment donat el periodisme va perdre literalment els papers en l'huracà internàutic, mirant de competir-hi absurdament en un terreny que no era el seu, el terreny de la difusió. Amb els invents de l'escriptura i de la impremta ja va passar el mateix; de cop la difusió va semblar que guanyaria la partida al coneixement. Un tal Plató, un tal Montaigne van fer contraatacs: van oposar la concreció personal a la sobreinformació.

I un dia em truquen de l'ARA per si voldria omplir la columna setmanal d'aquest suplement. Vaig pensar que sí, i tant, que seria bona idea escriure des de la concreció personal i local -bisbat de Girona-. Només des del concret podrem prendre distància, des del concret tindrem, tenim, la independència.

La premsa s'ha literaturitzat. Val més pel que no diu que pel que diu, perquè ja som adults, les coses importants ja les sabem. Endreça el calaix o no t'hi cap res. Treu-te la brossa de l'ull. Primer la netja, després l'aportació.

Un bon exemple vam tenir-lo dissabte passat a la portada d'aquest diari jove i per tant viu: una imatge pixelada del vídeo de les decapitacions d'Estat Islàmic. Jo havia vist el vídeo feia pocs dies, el mínim que vaig ser a temps de veure abans de parar, i naturalment va pertorbar-me, però també vaig pensar que l'havia de veure, igual que un dia em va semblar que havia de veure les deu hores del *Shoah* de Lanzmann, perquè cada salvatjada demana una compensació. I al mateix temps va semblar-me que l'ARA havia fet molt santament de no publicar-ne imatges, perquè, de publicat, el vídeo ja ho estava, i no poc, i tots hi teníem accés i sabíem on era. Al contrari, va estar bé que el diari fes de sedàs, amb la reflexió que això comportava.

Un altre exemple. Últimament he tingut un ingrés imprevist i he decidit que em compraria una cafetera exprés automàtica. ¿Heu intentat mai informar-vos de quina és la millor cafetera exprés automàtica on més informació hi ha, o sigui, a internet? Els interessos dels venedors ho fan impossible. Has d'anar-te'n a la botiga del poble i preguntar.

Un sedàs honest no és censura, és criteri. Com ho són el localisme o el personalisme. Avui la senzillesa, l'ordre i la mesura costen de trobar. Vivim temps socràtics, de poca justícia i d'excés de sofisme, sabem que sabem poca cosa, i que encara pot anar pitjor. Ens retrobem la setmana que ve.



Mediaset guanya 59,7 milions el 2014 i supera els 46,7 d'Atresmedia

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Els dos principals operadors de televisió espanyols van presentar ahir el seu balanç econòmic corresponent al 2014. Les xifres de resultats demostren que la crisi de mitjans és més benigna en el sector de la televisió en obert. Així, Mediaset declarava un benefici net de 59,5 milions, la qual cosa convertia la propietària de Telecinco, Cuatro o Energy en l'empresa de mitjans més rendible d'Espanya. Els ingressos nets de Mediaset s'han enfilat fins als 932,1 milions d'euros, un 12,7% més que l'any passat. La majoria (855,7 milions) corresponen a facturació publicitària, que ha crescut un 11,6% respecte a l'exercici anterior. Mediaset ha aconseguit el 44,2% del mercat publicitari. L'impacte de les amortitzacions de Cuatro i Canal+ va fer que l'any anterior la companyia que comanda Paolo Vasile només declarés 4,16 milions de beneficis.

Atresmedia, per la seva banda, millora només un 1,4% els beneficis, que han quedat fixats en 46,7 milions. Els seus ingressos van pujar un 6,4%, fins als 883,2 milions d'euros. En una nota remesa a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV), la companyia explica que el fet que hagin perdut un 1,1% d'audiència (fins al 27,7%) es deu "a l'apagada de tres canals des del mes de maig i l'emissió dels Mundials de futbol i de bàsquet a altres cadenes". Mediaset, per contra, ha aconseguit un 30,7% de l'audiència i millora un 1,7% respecte al 2013. Atresmedia ja ha cancel·lat els deutes contrets per l'absorció de La Sexta. —



El conseller delegat de Mediaset,
Paolo Vasile. MEDIASET



‘Tal cual’, última víctima del cerco a la prensa

El periódico de Petkoff
deja de circular
como diario impreso

C. LOBO-GUERRERO, Caracas

“Hola Hugo”, fue el gran titular en letras negras de la primera edición de *Tal Cual*, que circuló el lunes 3 de abril del 2000. Nació como un periódico de opinión, provocador y crítico, en respuesta a los primeros intentos de Hugo Chávez de silenciar a quienes le resultaban incómodos. Hoy, quince años después, hoy de circular como diario impreso y se convierte en semanal, ante la falta de anuncios y el hostigamiento judicial del chavismo. El 75% de los empleados, que ya ganaban sueldo mínimo, se quedan sin trabajo.

El cierre de la edición diaria de *Tal cual* es otra baja para el periodismo venezolano, que ha sufrido las consecuencias de ser crítico con el gobierno de Nicolás Maduro, quien insiste en que es víctima de una guerra mediática en su contra. El cerco a la prensa viene de lejos. En 2007 revocó la licencia del principal canal opositor, Radio Caracas Televisión, a la que en los últimos años se han sumado las demandas millonarias presentadas contra otros medios, como el diario *El Nacional* o Radio Caracas Radio.

Acoso judicial

Hablar de *Tal Cual* es hacerlo de Teodoro Petkoff, quien lo fundó tras ser despedido, por presiones del Gobierno, de la dirección del diario *El Mundo*. Economista y militante de izquierda, exguerrillero, fundador del partido Movimiento al Socialismo (MAS), diputado y ministro de Gobierno, Petkoff ha sido uno de los hombres más influyentes en la vida nacional. Sus editoriales eran leídos como un compás para saber para donde iba el país, tanto por oficialistas como por opositores. Pero en los últimos meses, *Tal Cual* se ha quedado sin fuerza. La salud de su fundador, de 83 años, se empezó a deteriorar al mismo tiempo en que los anunciantes, afectados por la crisis económica, pero también por chantaje del gobierno, fueron retirando sus avisos.

“Los números no están en rojo, están en morado”, dice el jefe de redacción Xabier Coscojuela. La versión digital, a cargo de Omar Pinedo, antiguo compañero de lucha de Petkoff desde el MAS, continuará actualizándose a diario. Después del golpe a Chávez en 2002 y del paro petrolero contra el gobierno, a los cuales se opuso Petkoff —lo que le valió que sectores de la derecha lo tildaran de “chavista”—, el diario sufrió su primer revés económico y no volvería a recuperarse. Luego vinieron las investigaciones de la oficina de impuestos y las demandas judiciales, nueve en total.



Atresmedia incrementa su beneficio neto un 76,3%, hasta los 46,7 millones de euros

L. R. C.

MADRID- El grupo ha cerrado el ejercicio de 2014 con unos extraordinarios resultados económicos. Los buenos datos de audiencia conseguidos por los canales de televisión de Atresmedia (Antena 3, laSexta, Neox y Nova) han contrarrestado el cierre el pasado mes de mayo de tres canales (Xplora, laSexta3 y Nitro), en un año en el que Antena 3 ha cerrado su mejor año desde 2009 (13,6% de «share») y laSexta consiguió su mejor dato histórico (7,2%). De este modo, la división ha logrado un incremento de sus ingresos netos del 7,8% (785,3 millones de euros). La compañía, que ha vuelto a implementar en 2014 una estricta política de contención de gastos, aprovecha el repunte del mercado publicitario y sus ingresos netos crecen en línea hasta los 883,2 millones. Como en ejercicios anteriores, los costes se han mantenido respecto al mismo periodo del año pasado, y, como consecuencia, el resultado bruto de explotación (EBITDA) crece un 98,5% y se sitúa en 103,4 millones de euros. Por su parte, el beneficio consolidado alcanza los 46,7 millones, lo que supone un crecimiento del 1,4%. Además, los ingresos netos de Atresmedia Radio crecen hasta los 81,2 millones, mientras los gastos de explotación se mantienen. Como resultado, el EBITDA del negocio se incrementa un 3,7% hasta los 17,6 millones. La división de Atresmedia Cine ha conseguido que su producción haya recaudado el 27% de la taquilla del cine español.



Impuls a l'audiovisual local a La Xarxa

■ La Diputació de Barcelona hi aprova l'entrada de la resta de diputacions

Redacció
BARCELONA

El ple de la Diputació de Barcelona va aprovar l'entrada de la resta de diputacions catalanes a la Xarxa Audiovisual Local (XAL). Amb aquest gest, que ara hauran de ratificar les tres corporacions, es fa palesa la voluntat de les quatre entitats supramunicipals de sumar esforços per a la promoció de la comunicació de proximitat. Alhora, es reconeix el paper que La

Xarxa, entitat impulsada per la Diputació de Barcelona, ha jugat com a plataforma de suport a l'audiovisual local de tot el país. La previsió és que al llarg del mes de març la resta de corporacions aprovin el mateix acord en les respectives sessions plenàries, pas previ a la signatura del conveni pel qual la XAL modificarà la seva figura jurídica.

La Xarxa és una plataforma multimèdia de continguts i serveis per als mitjans de proximitat del país (televvisions, ràdios i suports en línia). L'oferta de programació es dissenya conjuntament amb les entitats adherides. ■



TURISME

Baqueira acull el mundial d'esquí de periodistes

Plataforma per promocionar el Pirineu

LLEIDA | L'estació de Baqueira Beret acollirà entre el 7 i el 14 de març la 62a Trobada Internacional de Periodistes de l'Ski Club International des Journalistes (SCIJ), en el qual participaran 220 periodistes de 32 països de tot el món que competiran en proves d'esquí adaptades al seu nivell. L'esdeveniment, tanmateix, servirà com a plataforma perfecta per a la promoció turística de la Val d'Aran i del Pirineu de Lleida, com va destacar ahir en la seua presentació l'alcalde de Rialp, Gerard Sabarich, que va explicar que l'organització aspira que els participants, periodistes de tots els àmbits, es converteixin en "ambaixadors" de l'experiència de la neu al Pirineu de Lleida. En aquesta línia, s'organitzaran jornades per donar a conèixer el territori i la seua cultura i tradicions, a més d'una excursió a la Vall de Boí i el seu conjunt monumental del romànic.

Aquesta és la tercera vegada que l'estació de Baqueira acull aquest certamen, que se celebra ininterrompudament des del 1963. Segons el director comercial, Xavier Ubeira, "serà el colofó perfecte" per a la temporada en què l'estació aranesa compleix 50 anys.



La Xarxa dependrà de les quatre diputacions catalanes

La Diputació de Barcelona va aprovar ahir amb el suport de CiU, ERC i ICV, i l'abs-tenció del PP i el PSC, que les altres tres di-putacions catalanes s'incorporin al con-sell d'administració de la Xarxa Audiovi-sual Local, que ara depèn exclusivament de l'ens barceloní malgrat que agrupa mit-

jans locals d'arreu de Catalunya. S'espe-ra que durant el mes que ve les diputaci-ons de Girona, Lleida i Tarragona aprovin el mateix acord i posteriorment es firma-rà el conveni pel qual la XAL es converti-rà en societat anònima i passarà a anome-nar-se Xarxa de Comunicació Local.

**WUAKI.TV****Llançament del servei de 'streaming' a Itàlia**

■ Wuaki.tv, companyia especialitzada en el servei de *streaming* (transmissió en directe) de pel·lícules i sèries a internet per veure en ordinadors i altres dispositius, ha anunciat l'inici d'operacions a Itàlia en el marc del seu pla d'expansió europeu. Wuaki.tv ja opera a Espanya, el Regne Unit, França i Alemanya i espera estar present en quinze països europeus a finals del 2015. / Redacció



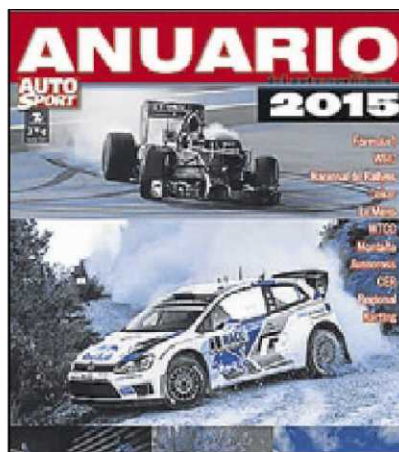
LLIBERT TEIXIDÓ / ARXIU

Jacint Roca, director general



'AUTOheβδο SPORT' llança l'anuari del 2015

MOTOR ► La revista *AUTOheβδο SPORT* acaba de publicar l'edició del 2015 de l'Anuari de l'Automobilisme. En les 148 pàgines que conté es recullen els resums dels campionats més importants del 2014, tant en l'àmbit nacional com en l'internacional, i es dona especial importància al WRC, la fórmula 1 i el campionat d'Espanya de ral·lis d'asfalt. L'anuari es pot adquirir als quioscos per 3,95 euros. E.P.





INFORMACIÓ LOCAL

La XAL, per a les quatre diputacions

|| EL PERIÓDICO
BARCELONA

La Diputació de Barcelona va aprovar ahir l'entrada de les diputacions de Tarragona, Lleida i Girona a la Xarxa Audiovisual Local (XAL). Amb aquest acord, que ara hauran de ratificar les tres corporacions, es busca sumar esforços per a la promoció de la comunicació de proximitat.

Així mateix, es reconeix el paper que la XAL, entitat impulsada per la Diputació de Barcelona, ha jugat com a plataforma de suport a l'audiovisual local de Catalunya. L'acord per a la integració de les tres diputacions en l'estructura de la XAL –que s'haurà de tancar al març– s'ha aprovat amb els vots a favor de CiU, ERC-AM i ICV-EPM. El PSC-PM i el PP s'han abstingut. ≡



«Masterchef», «El Objetivo» i «Una mà de contes», premis Zapping

EFE | BARCELONA

■ Els programes de televisió *El Objetivo* (La Sexta), *Masterchef* (La 1 de TVE) i *Órbita Laika* (La 2 de TVE) han estat guardonats amb els Premis Zapping, que es van lliurar dimecres en una gala en què també van ser premiats Megan Montaner, Francesc Orella i Helena García Melero. Els guardons que organitza Teleespectadors Associats de Catalunya (TAC) també van distingir *Una mà de contes* (Super3) i *Un, dos, chef!* (Disney Channel) amb el Premi al Millor Programa Infantil, i el guardó al Millor Programa de Televisió Local va recaure en *País km 0* de Xarxa de Comunicació Local.



Mediaset pagará un dividendo ordinario de 0,1 euros

CINCO DIAS *Madrid*

El consejo de administración de Mediaset España propondrá a su junta de accionistas el pago de un dividendo bruto ordinario de 0,10 euros por acción con cargo a los resultados de 2014.

Además, el grupo audiovisual acordó proponer el reparto de un dividendo extraordinario en efectivo con cargo a reservas de libre disposición por importe total de 10,6 millones de euros, el equivalente a 0,029 euros por título, informó la compañía.

Mediaset logró un beneficio neto de 59,5 millones de euros en 2014, cifra que multiplica por casi 15 a los 4,2 millones ganados en el ejercicio 2013.



COMUNICACIÓN

Atresmedia elevó sus resultados el 1,4% en 2014

El grupo de comunicación Atresmedia logró un beneficio neto consolidado de 46,7 millones de euros, lo que supone un aumento del 1,4% sobre el año anterior. El resultado bruto de explotación (ebitda) mejoró el 59,3% y se situó en los 127,7 millones de euros. Los ingresos del segmento de la televisión subieron el 7,8%.— EP



TELEVISIÓN

**Mediaset obtuvo
un resultado
de 59,5 millones**

El grupo de comunicación Mediaset logró un beneficio neto de 59,3 millones de euros en el pasado año, cifra que multiplica por casi 15 los 4,2 millones de euros del ejercicio anterior. El beneficio bruto de explotación fue de 163,9 millones con una mejora del 87,9% y los ingresos totales aumentaron un 12,7%. — EP



ABC reorganiza su redacción para culminar la transformación digital del periódico

► Dos nuevos subdirectores refuerzan la estructura para unificar la gestión del soporte papel y web

ABC
MADRID

El director de ABC ha decidido acometer una importante reestructuración en la redacción con el fin de culminar el tránsito hacia el modo de organización y cobertura informativa que requieren y posibilitan las nuevas tecnologías. Con una edición impresa que muestra el mejor comportamiento del sector en venta de ejemplares, en plena expansión de la plataforma digital Kiosko y Más y con una web que crece por encima de su competencia, Bieito Rubido pertrecha el periódico con dos nuevos subdirectores para afrontar un momento decisivo en su vocación de liderazgo, modernización y sintonía con el lector y su estilo de vida.

Montserrat Lluis, hasta ahora subdirectora de ABC.es, asume también responsabilidad sobre el diario impreso para impulsar la definitiva integración de soportes, iniciada hace tres años. Todos los redactores trabajan ya indistintamente para el periódico tradicional y el digital, y el reto ahora es lograr una plena planificación global y complementaria de formatos. También con este objetivo ha sido nombrada subdirectora Yolanda Gómez, en su última etapa redactora jefe de Economía. El redactor jefe de España, Adolfo Garrido, asciende igualmente a la subdirección. José Ramón Alonso, por su parte, continúa como subdirector de Expansión Territorial.

Manuel Marín deja la dirección adjunta del periódico para hacerse cargo del Máster de ABC, la principal cantera de la redacción, por donde han pasado en veinticinco años más de 300 alumnos, no pocos hoy en plantilla. Manuel Erice, actual subdirector, se incorporará a la corresponsalia de Washington tras el próximo regreso de Emili J. Blasco, y la también subdirectora, Mayte Alcaraz, asume plenas funciones de corresponsal política como adjunta al director. El puesto de Yolanda Gómez en Economía lo asume Fernando Pérez; y la vacante de Adolfo Garrido en Política, Juan Fernández-Miranda.

La apuesta de ABC por el futuro implica una transformación en profundidad, pero con la garantía de acreditados profesionales, con experiencia y trayectoria en la Casa. Periodistas solventes y reconocidos, dispuestos a adaptar su conocimiento y buen hacer a lo que piden los tiempos, sin perder independencia, rigor ni credibilidad.

Así, **Montserrat Lluis Serret** (Tarragona, 1975) suma diecisiete años en Vocento. Licenciada en Ciencias de la



MONTSERRAT LLUIS
SUBDIRECTORA

Ha sido subdirectora de ABC.es desde 2012 y en adelante asume también responsabilidades en la edición impresa del periódico.



YOLANDA GÓMEZ
SUBDIRECTORA

Ocupa la subdirección de ABC tras una larga y reconocida trayectoria dedicada al periodismo económico. Desde 2012 ha sido redactora jefe.



ADOLFO GARRIDO
SUBDIRECTOR

Desde 1989 en ABC, deja la sección de España, donde ha sido redactor jefe, para incorporarse a la subdirección del periódico.



JUAN FDEZ.-MIRANDA
RTOR-JEFE ESPAÑA

Con experiencia tanto en medios impresos como audiovisuales y especializado en política y tribunales, pasa a ser redactor jefe de España.



FERNANDO PÉREZ
RTOR-JEFE ECONOMÍA

A lo largo de más de veinte años en ABC, ha sido redactor de diversas secciones hasta asumir el puesto de redactor jefe de Economía ahora.



MANUEL MARÍN
DTOR. MÁSTER ABC

El nuevo director del Máster de ABC podrá transmitir a sus alumnos la experiencia y el saber de más de veinticinco años de servicio en ABC.



MANUEL ERICE
CORR. WASHINGTON

La experiencia de corresponsal completará la intensa y variada carrera profesional del hasta ahora subdirector de Información de ABC.



MAYTE ALCARAZ
ADJUNTA AL DIRECTOR

Tras pasar por casi todas las áreas del periódico, se dedicará de lleno a su faceta de corresponsal política, clave en este año de intensa vida electoral.

Información y Premio Nacional de Fin de Carrera, comenzó en «El Correo», donde llegó a ser jefa de sección. En 2007 se incorporó a la Dirección Editorial del grupo y, en 2011, tras ocupar la Dirección Editorial de La 10, pasó a ABC como adjunta al director. Desde febrero de 2012, ha sido subdirectora con responsabilidad directa sobre ABC.es.

Yolanda Gómez Rojo (Guadalajara, 1966) es licenciada en Ciencias de la Información por la Complutense. Tras sus inicios en «Nueva Alcarria», en 1988 entró en ABC en Economía, sección donde ha permanecido, además, como jefa desde 2012. Premio Joven y Brillante de Periodismo Económico, es habitual en tertulias económicas y vicepresidente de la Junta Directiva de la Asociación de Economistas de Información Económica (APIE).

Adolfo Garrido López (Madrid, 1968) es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad CEU San

Pablo de Madrid. Se incorporó en 1989 a ABC, donde ha desarrollado toda su trayectoria profesional. Ha desempeñado los cargos de jefe de Delegaciones, redactor jefe de la sección de Madrid y redactor jefe de España.

Manuel Marín de Vicente-Tutor (Huelva, 1969) entró en ABC, donde ha sido redactor de tribunales y política, jefe de sección de Opinión, redactor jefe de España y director adjunto. Profesor en la URJC hasta hace tres años, colabora asiduamente en COPE, TVE y RNE. Fue premio Jurídico del Colegio de Abogados de Madrid.

Manuel Erice Oronoz (Pamplona, 1966) comenzó en «El Día» de Tenerife y «Canarias 7». De las islas pasó a ABC en Castilla y León, donde dirigió a un tiempo ABC Valladolid y la edición regional. Fue después redactor jefe de España e Internacional, hasta ser nombrado subdirector, y se ocupó primero de internet, más tarde de Expansión Ter-

ritorial y, hasta ahora, de Información.

Mayte Alcaraz Hernández (Moutier, Suiza, 1965) es licenciada en Ciencias de la Información por la Complutense. Entró en ABC en 1987 tras pasar por Antena 3 Radio. Cronista oficial de la Villa de Madrid y premio Mesonero Romano de Periodismo, ha sido jefa de Madrid, España, Sociedad y Cultura, y Fin de Semana. Como subdirectora desde 2011, ha ejercido de corresponsal política y participa en tertulias.

Juan Fernández-Miranda (Madrid, 1979) ha trabajado en televisión, radio, agencia de noticias y prensa digital, siempre en política y tribunales. Durante el último año ha sido jefe de sección de España de ABC.

Fernando Pérez Medina (Madrid, 1972) es licenciado en Ciencias de la Información por la Complutense. En ABC desde 1994, ha sido redactor de Regiones, Televisión y Economía y jefe de Continuidad.



OPINIÓN

NUEVE AÑOS LLENOS DE EMOCIONES



Amador G. Ayora

Director de elEconomista
director@eleconomista.es
<https://twitter.com/AmadorAyora>
@AmadorAyora

ElEconomista cumple exactamente hoy nueve años. Un tiempo en el que nos consolidamos como el segundo medio económico online del mundo occidental, sólo por detrás de *The Wall Street Journal*, y por delante del alemán *Handesblatt*, el italiano *Il Sole-24Hore* o el francés *Les Echos*. Cada mes, alrededor de diez millones de personas diferentes son usuarios de *elEconomista* desde algún lugar del planeta. Una cifra impresionante, reflejo del empuje de los nuevos instrumentos para las empresas y los mercados financieros globales.

Hemos logrado en un tiempo récord el objetivo que nos fijamos en el nacimiento: convertirnos en líderes de la prensa económica en español. Nada de ello sería posible sin el extraordinario desarrollo en América. Estamos presentes con personal propio en seis países de Iberoamérica, además de Estados Unidos. El 40 por ciento del tráfico de nuestras webs procede del otro lado del charco. En estos momentos nuestro foco de crecimiento está en México. Un país cuya población casi triplica la española, con un futuro prometedor.

También somos líderes en redes sociales y el grupo español con mayor número de revistas especializadas en diferentes sectores económicos. Fuimos pioneros en el lanzamiento de revistas digitales. Antes del verano tenemos previsto contar con más de una veintena de cabeceras, que ustedes pueden descargar gratis a través de www.eleconomista.es o en nuestro el kiosko de Apple o Android. El periódico en papel es el segundo del merca-

do español, pese a su juventud, y el único que crece en cuota de mercado y en lectores: la difusión mejoró el 4 por ciento en enero, el último dato oficial.

Aquí no terminan las novedades: desde este lunes podrán disfrutar de un portal totalmente renovado, que amplía la profundidad de sus contenidos. Preparamos, además, el lanzamiento de productos novedosos para captar un público más amplio. Los detalles los revelaremos en el momento adecuado. No paramos

de crecer y de innovar, es algo que está en nuestro ADN.

Somos el único medio de comunicación español escrito que en la crisis mantuvo la plantilla estable y la incrementamos en los últimos meses, sobre todo gracias al crecimiento en América Latina.

Muchas veces me preguntan cuál es la fórmula, como en la Coca-Cola. Creo que es el premio a permanecer fieles a los principios fundacionales, que se resumen en una férrea defensa de la libertad de mercado. Fuimos

los primeros en criticar la politización de las cajas y la necesidad de profesionalizar su gestión. También en denunciar las artimañas heterodoxas del expresidente de Caja Madrid, Miguel Blesa, y su director de comunicación, Juan Astorqui, fruto de una mezcla de amiguismo y clientelismo político, como luego se vió.

Por supuesto, dimos el empujón final para la caída del expresidente de la CECA (la patronal de

Los principios fundacionales están detrás del éxito de 'elEconomista' en sus primeros nueve años



El presidente de 'elEconomista' sopla las velas del 9 aniversario junto al resto del equipo. NAPI

las cajas de ahorro), Juan Ramón Quintás, y de su director de comunicación, Carlos Balado, rehabilitado sorprendentemente por una entidad financiera privada. Detrás de la presunta Responsabilidad Social de las extintas cajas, que ambos defendieron a ultranza, hallamos en muchos casos una vía oculta para despilfarrar el dinero público.

Tampoco nos tembló el pulso en narrar las correrías de Teddy Bautista, el funesto expresidente de la Sociedad General de Autores (Sgae), cuya voracidad recaudatoria irrumpió en bodas y banquetes de millones de ciudadanos. O en denunciar los escandalosos sobrecostes en el almacén de gas Castor, frente a las costas de Castellón, que para más Inri hizo temblar las entrañas de la tierra.

Quizá fue el Gobierno de Zapatero el que nos brindó mayores oportunidades. Nos ganamos la animadversión de su Ejecutivo en pleno tras anunciar una y otra vez el cataclismo económico que sobrevino. También la del exgobernador del Banco de España, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, quien desmintió rotundamente que el FMI y el BCE prepararan una línea de liquidez para mantener a flote España, como luego se confirmó. Realmente, fueron días intensos desde el punto de vista informativo.

Recientemente destapamos los frágiles cimientos del Banco Espírito Santo, que lo hundieron para siempre; así como la trama urdida entre el Ministerio de Defensa actual y el presidente de la Fundación Everis, Eduardo Serra, para quedarse con Indra; o el dedazo utilizado por el ya felizmente expresidente del cementerio nuclear de Villar de Cañas para adjudicar contratos al grupo empresarial de Florentino Pérez.

Somos, por último, el primer medio en denunciar los presuntos fraudes fiscales de Pablo Iglesias, y de su lugarteniente, Juan Carlos Monedero. Después nos siguieron el resto, como ocurrió con Blesa o Teddy Bautista. Son nueve años llenos de emociones y de defensa de nuestros principios lo que nos granjeó su confianza. Gracias.



Brauli Duart (dreta) amb els directors de TV3, Eugeni Sallent, i de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, ahir al Parlament. PARLAMENT

Alerta a la CCMA per una possible despesa imprevista de 30 milions

El pressupost ordinari no pot fer front a l'anul·lació de la rebaixa salarial

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) anunciava el 19 de gener que havia aconseguit tancar el 2014 amb equilibri pressupostari, cosa que no passava des del 2010 i que s'havia assolit després de quatre anys de durs ajustos econòmics. Però només cinc setmanes després, la situació financera de la Corporació ha tornat a patir un "cop fort" que amenaça de desestabilitzar-la, segons va admetre ahir el president de l'ens, Brauli Duart.

L'origen d'aquesta situació és la sentència emesa dilluns pel Tribunal Suprem que declara "il·lícita" la reducció del 5% del sou que s'aplica als treballadors de Catalunya Ràdio des del 2013. El text obliga l'empresa a abonar de manera "immediata" les quantitats que els empleats haurien d'haver percebut i a iniciar un procés de negociació per buscar la fórmula que els permeti recuperar també el poder adquisitiu perdut per la reducció del 5% aplicada entre el maig del 2011 i el desembre del 2012. La plantilla de TV3, que ha patit una retallada idèntica, havia

presentat una demanda en el mateix sentit que ara, previsiblement, rebrà una resposta similar. Duart adverteix que l'impacte global d'aquestes sentències serà de 29,9 milions d'euros –el 10% del pressupost anual de l'ens–, una quantitat que, segons el president, la CCMA no està en condicions d'assumir.

Durant la seva compareixença a la comissió parlamentària de control a la Corporació, Duart suggeria als diputats que incrementessin la partida destinada a la CCMA en els pressupostos de la Generalitat per al 2015, que està previst que s'aprovi la setmana que ve. Tot i admetre que és una petició "complexa, especialment tenint en compte que als altres treballadors de la Generalitat sí que se'ls manté la rebaixa del 5% des del 2010", Duart considera que aquesta és l'única sortida. "Si aquest Parlament no decideix incrementar el pressupost de la Corporació, només ens quedaria l'alternativa de retallar en continguts audiovisuals i en despeses de funcionament. Però aquesta és una mesura que no podem aplicar, perquè afectaria de manera irreversible no només la viabilitat sinó també la competitivitat de la Corporació. Seria suïcida per



Avis
Retallar més en continguts seria "suïcida" per a la CCMA i la indústria audiovisual

als nostres mitjans i per a la indústria audiovisual de Catalunya", va advertir.

En aquest sentit, Duart va recordar que la despesa en continguts s'ha reduït en un 56% en quatre anys, i que actualment la producció externa representa el 26,7% de la programació de TV3, una proporció que la CCMA considera insuficient. "Estem incomplint el mandat de ser motor de la indústria audiovisual", va argumentar el president de la Corporació.

La fusió d'informatius, aturada

De moment, la CCMA s'ha vist obligada a "repensar o aturar de manera cautelar" totes les iniciatives "que comportin compromisos de despesa i que no siguin imprescindibles per al funcionament" dels seus mitjans. Entre les mesures que quedaran en suspens –tot i que no descartades de manera definitiva– hi ha el procés de confluència dels serveis informatius de TV3 i Catalunya Ràdio. Sobre aquesta matèria, Duart va avançar ahir que ja s'ha començat a treballar perquè aquest mateix procés s'apliqui també en el cas de les redaccions d'esports de tots dos mitjans. —



TV3 adeuda 30 millones a sus trabajadores

Deberá indemnizar a la plantilla si el Supremo se ratifica en contra de la reducción de sueldo

CRISTINA RUBIO BARCELONA

Nuevos problemas de flotación para la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), ente que gestiona TV3 y Catalunya Ràdio. Según se desprende de una sentencia del Tribunal Supremo, el ente regulador deberá indemnizar a la plantilla de la emisora al considerar ilegal la reducción del 5% del sueldo durante los últimos años. Si este varapalo judicial se extiende a los trabajadores de TV3, que tienen pendiente un litigio similar, la deuda ascenderá a los 30 millones de euros.

Un «fuerte golpe a la viabilidad» de la Corporació, según aseguró ayer su presidente, Brauli Duart, en sede parlamentaria. Hasta ahora, los medios públicos catalanes aplicaban el criterio de reducción del 5% salarial avalado por la Audiencia Nacional fijado por una sentencia de julio de 2013. De hecho, este recorte se sigue aplicando a todos los funcionarios del Govern.

Sin embargo, el caso de TV3 y Catalunya Ràdio es diferente al del resto de trabajadores públicos: la Corporació pactó con la plantilla de la emisora una rebaja del 5% desde mayo hasta diciembre de 2012. Pese al acuerdo, el ente continuó aplicando esta reducción una vez pasada la fecha bajo el argumento de que era «inviable» retor-

nar al pago íntegro de los salarios con un presupuesto menguante y los continuos recortes que llegaban por parte de la Generalitat.

Fue entonces cuando los trabajadores decidieron acudir a los tribunales, aunque no ha sido hasta ahora que el Supremo ha fallado a su favor. Una sentencia que ha supuesto un terremoto en el seno de la Corporació, que se las prometía felices después de cuatro años de ajustes ininterrumpidos. «Vuelve a situar a la CCMA en un escenario de incertidumbre», pronosticó Duart.

De hecho, la Corporació ya trabaja con una cantidad que rondaría los 30 millones de euros –en concreto, 29,9– si el fallo judicial se extrapolara a los trabajadores de TV3, lo que supondría «el 10% de la totalidad del presupuesto anual». El litigio



El presidente de la CCMA, Brauli Duart, junto al director de TV3, Eugeni Sallent, ayer. EL MUNDO

POLÉMICAS

En castellano. El PP reclamó ayer en sede parlamentaria que «uno de los canales de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) retransmita íntegramente en castellano», aseguró la diputada 'popular' Marisa Xandri ante la negativa de la dirección de la cadena.

'Polònia'. El CAC estima que el gag del programa que parodiaba una escena del filme 'El hundimiento', en el que Hitler era reemplazado por el personaje de, Mariano Rajoy, «está amparado por la libertad de expresión».

sólo quedaría la alternativa de una nueva reducción en contenidos audiovisuales y gastos de funciona-

abierto por los trabajadores de la cadena se encontraba en archivo provisional por parte del Tribunal Superior de Justicia de Catalunya a la espera de que el Supremo se pronunciasse con Catalunya Ràdio.

«Si el Parlament no decide incrementar los recursos para poder hacer frente al gasto, con efectos retroactivos, denunció ayer el máximo responsable de los medios públicos catalanes. Durante estos últimos cinco años, la CCMA ha acometido una reducción del 34% de los recursos para alcanzar la estabilidad presupuestaria, un tizeretazo ha afectado esencialmente a los gastos de personal, a los contenidos audiovisuales y a las inversiones y gastos corrientes. Tanto es así que se ha pasado de un presupuesto de 481 millones de euros en 2009 a una inversión de 232 millones por parte de la Generalitat.

Duart sostuvo ayer que una nueva reducción en el capítulo de producción de contenidos sería «suicida» para TV3 y Catalunya Ràdio,

además de para la industria audiovisual catalana. También aseguró que la rebaja en compra y producción de contenidos ha sido del 56% en el último lustro. «Una medida de este tipo y en esta proporción afectaría, de forma irreversible, no sólo a la viabilidad sino también a la competitividad de TV3 y Catalunya Ràdio», advirtió Duart en esta misma línea.

Por su parte, los trabajadores exigieron ayer a través de un comunicado que la dirección de TV3 y Catalunya Ràdio haga marcha atrás y retire un recorte «ilegal» sobre las nóminas de una plantilla de más de 2.000 personas. También reclaman frenar la unificación de redacciones entre la televisión y la radio.



Campanya de sensibilització envers les persones amb problemes de salut mental

► A Catalunya, el 23,7% de la població de més de 18 anys presentarà un trastorn mental al llarg de la seva vida

■ El Govern de la Generalitat col·labora amb el projecte Oberlament amb el llançament de la campanya «No facis com si res: Dóna la cara», que pretén evidenciar que existeix un tabú social respecte als problemes de salut mental i aconseguir canvis positius d'actituds i comportaments de la societat envers les persones amb malalties mentals.

Els problemes de salut mental són una realitat creixent a totes les societats europees. A Catalunya, el 23,7% de les persones més grans de 18 anys presentarà un trastorn mental al llarg de la seva vida. Tot i ser un problema bastant comú, existeixen prejudicis i actituds discriminatòries que de vegades poden tenir efectes més nocius per a la persona afectada que la mateixa malaltia.

Enquesta de Salut

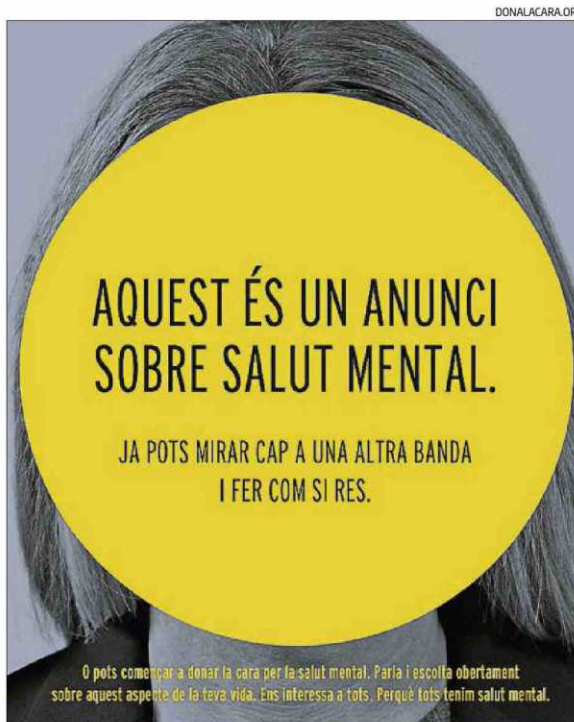
Segons les últimes dades de l'ESCA (Enquesta de Salut de Catalunya), un de cada sis catalans (16%) no estaria disposat a viure amb una persona amb problemes de salut mental i un de cada cinc no hi confiaria per a la cura d'altres (21%), un de cada tres (31%) no sap si treballaria amb algú diagnosticat amb un trastorn mental i més de la meitat de la població catalana (51%) no té clar si hi confiaria a l'hora de donar-li

una responsabilitat. Les campanyes de lluita contra l'estigma han demostrat uns resultats molt positius ja que el 20,4% de la població la recordava al cap de sis mesos i el 7,3% recordava espontàniament algun missatge. La població que la recordava tenia millor predisposició a relacionar-se amb persones amb trastorn mental que les que no van rebre el missatge.

L'estigma desencoratja les persones per demanar ajuda i es retarda el tractament; provoca exclusió i aïllament social i genera barreres a la recuperació del projecte de vida ja que redueix les oportunitats de feina o d'educació. La combinació d'aquests factors pot incidir en menys qualitat de vida, un increment de la utilització dels serveis i en uns nivells pobres de participació social i econòmica. La campanya es pot consultar a <http://donalacara.org>

El Govern de la Generalitat, en la mateixa línia que la Unió Europea, i conjuntament amb les entitats del sector de la salut mental (persones afectades, famílies, proveïdors i professionals) ha inclòs la lluita contra l'estigma com a prioritat del Pla Integral d'Atenció a les persones amb trastorns mentals i addicions els propers anys.

Els objectius d'aquest pla són millorar l'atenció a la salut men-



El cartell que anuncia la campanya

tal i la qualitat de vida de les persones afectades i les seves famílies; incorporar estratègies de promoció de la salut, prevenció de

la malaltia, atenció i reinserció social i laboral, potenciant un treball conjunt i complementari dels serveis de salut, socials, educati-

us, laborals i de la justícia; afavorir la participació ciutadana i social de les persones amb problemes de salut mental i la disminució de les desigualtats socials d'aquest col·lectiu, i disposar d'un instrument de planificació i prioritació de les polítiques públiques que s'han de desenvolupar des dels diferents departaments de la Generalitat per a l'atenció d'aquestes persones.

Departament de Salut

El departament de Salut ha tingut un paper rellevant en el suport al desenvolupament del projecte d'Oberlament i ha posat al seu abast instruments com l'Enquesta de Salut de Catalunya. A més el mes d'abril passat el departament de Salut i el Consell Audiovisual de Catalunya van signar un conveni per elaborar unes recomanacions sobre temes relacionats amb les malalties mentals amb l'objectiu de promoure la lluita contra l'estigma associat aquestes malalties.

En aquest sentit, campanyes com la que s'inicia són una eina molt valuosa per sensibilitzar la població sobre aquest aspecte de la nostra salut. Així mateix, planteja una solució senzilla i a l'abast de tothom: parlar-ne obertament i escoltar amb respecte i interès.



LA POLÈMICA SÀTIRA SOBRE 'EL HUNDIMIENTO'

Suport a l'humor 'polac'

► **El CAC diu que la llibertat d'expressió empara el gag amb Hitler i Rajoy**

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) considera que el polèmic gag del programa *Polònia*, que satiritzava el personatge de Mariano Rajoy i l'equiparava a l'Adolf Hitler que apareix a la pel·lícula *El hundimiento*, «està emparat per la llibertat d'expressió». Segons ha fet públic en una nota, el CAC «constata que l'esquetx es va realitzar en el context d'un programa d'humor i que estava clarament identificat com de sàtira política». Aquest acord es va aprovar amb un vot particular, el de Daniel Sirera, conseller a proposta del PP. El Partit Popular va presentar una queixa al CAC al considerar que el gag «banalitzava el nazisme i difama el president del Govern al compararlo amb un dictador».

En el controvertit gag del programa, que TV-3 va emetre el 13 de novembre de 2014, es reproduïa una de les millors i més aconseguides escenes de la premiada pel·lícula *El hundimiento*, centrada en els últims dies de Hitler: un histèric i descontrolat dictador esbronca els seus angoixats generals per no sortir-se'n a l'hora de frenar l'avenç soviètic sobre Berlín. En la sàtira *polaca*, un Rajoy (interpretat per Queco Novell) totalment fora de si crida als seus assessors pel seu fracàs a l'hora d'avortar la consulta del 9-N.

En la resolució, el CAC constata que l'esquetx «es va realitzar en el context d'un programa d'humor, identificat clarament com de sàtira



► Queco Novell (dreta), com a Mariano Rajoy, en el polèmic esquetx sobre Hitler de la pel·lícula 'El hundimiento'.

política i que, independentment del grau d'oportunitat que se li pugui atribuir en el context del debat polític actual, queda plenament emparat per la llibertat d'expressió, sense que en el cas analitzat s'hagués produït un incompliment de la legislació audiovisual vigent».

L'actuació del CAC es va iniciar arran d'una queixa de Santi Rodríguez. El diputat popular va assenyalar que la sàtira era una comparació inacceptable: banalitzava el nazisme i difama un dirigent democràtic

al compararlo amb un dictador. No obstant, el CAC considera que la «sàtira, i especialment la sàtira política, és expressió de les manifestacions creatives de l'ésser humà, que la utilitza com un instrument de denúncia i de crítica social, i, com a tal, constitueix una manifestació més de la llibertat d'expressió i de creació artística». I precisa: «Perquè es produeixi una vulneració del dret a l'honor no és suficient la mera crítica o burla, sinó que cal que es produeixi una desqualificació injuriosa».

El CAC conclou que les «crítiques que es produeixen, encara que sarcàstiques, no es poden reputar com a ofensives, una vegada valorades en el context del programa i donada la rellevància pública que va suscitar el procés de participació ciutadana del 9 de novembre».

Per Cirera, «el gag de *Polònia* no només banalitzava i normalitzava el nazisme, sinó que busca que els espectadors equiparassin el president del Govern amb el genocida més gran de la història» ≡



Medios acosados y acallados

● El régimen de Maduro acalla 'Tal Cual', la penúltima voz de la disidencia, forzada a convertirse en semanario por la presión ● Ya no quedan canales de TV ni emisoras de radio independientes

D. LOZANO / A. VÁSQUEZ
ESPECIAL PARA EL MUNDO

Han pasado 15 largos años desde la puesta de largo de *Tal Cual*, el diario de Teodoro Petkoff, y la principal noticia de aquella portada histórica («La cosa está que arde») resume con precisión la Venezuela de hoy. Una Venezuela convulsa que ya no podrá escuchar todos los días la voz crítica y poderosa de uno de los grandes intelectuales del país, ex ministro, ex guerrillero y creador del Movimiento Al Socialismo (MAS).

El diario *Tal Cual* pasa a convertirse a la fuerza en un semanario, aplastado por la bota militar en medio de una virulenta campaña del chavismo contra los medios de comunicación independientes, contra sus periodistas y también contra tuiteros antichavistas.

Los constantes desencuentros de Petkoff con el líder de la revolución dieron paso, con Maduro, a una persecución implacable. Diosdado Cabello, jefe militar del chavismo, presionó a una juez para que castigara a *Tal Cual* por un artículo de

opinión. Petkoff se debe presentar todas las semanas al juzgado, pese a su precario estado de salud. Incluso, fue amenazado por el tribunal con meterle preso por irrespetuoso. Con 83 años.

Reducido a un cuadernillo de 12 páginas y asfixiado económicamente, *Tal Cual* ha replegado velas, pero no se ha rendido. Una gesta heroica si se consideran las acusaciones constantes (incluso de asesinato), las multas contra su viabilidad económica, la exclusión de publicidad institucional (la más

fuerte en Venezuela), las amenazas veladas contra los anunciantes privados y contra los propios periodistas. Y, sobre todo, el bloqueo a la importación de papel.

Todo vale en la búsqueda de la hegemonía comunicacional, incluyendo la compra de los periódicos más importantes.

Recientemente, los trabajadores de *El Universal* (comprado por unos empresarios enriquecidos durante la revolución), en alianza con Espacio Público, comenzaron a recolectar firmas para exigir que res-

peten su trabajo y se haga apegado a la ética periodística. No se les permite titular con informaciones que afecten al Gobierno, ni hacer grandes trabajos sobre el desabastecimiento, ni que en la portada aparezca alguna noticia de sucesos, por importante que ésta sea. Un ejemplo fue el tratamiento de la reciente muerte de un menor en las protestas universitarias de Táchira.

La cadena televisiva Globovisión se ha convertido hoy en una sombra gris que languidece al margen de la realidad. No hay más canales



Una mujer venezolana denuncia la política del régimen contra los medios en una protesta reciente. MARTIN BERNETTI / AFP



independientes y las radios obedecen. El chavismo también compró la web más popular y estiró sus tentáculos hasta las redes sociales, con la detención de siete tuiteros opositores.

Los números no engañan: Maduro sí ha mejorado el modelo comunicacional de Hugo Chávez. El año pasado fue el peor para la libertad de expresión: 350 agresiones contra trabajadores de los medios y 569 violaciones a la libertad de expresión, según la ONG Espacio Público.

En 2015, el Gobierno mantiene la misma estrategia represiva: más de 50 ataques a periodistas y a ciudadanos que han intentado registrar lo que ocurre en las protestas o en las colas para comprar comida. «Lo preocupante es que a las limitaciones clásicas se añaden la compra de medios y fuerte censura y autocensura», señaló Carlos Correa, director de Espacio Público.

El Nacional, uno de los pocos medios independientes que quedan en el mercado, no recibe divisas desde 2013, por lo que, como pasa con muchos medios regionales, se ha visto obligado a reducir su paginación. Sobrevive gracias a préstamos de papel de periódicos del subcontinente. Nueve diarios del interior del país han cerrado por ese motivo. En una entrevista reciente con EL MUNDO, Otero recordaba que el régimen chavista persigue «la hegemonía comunicacional, que es el modelo cubano a largo plazo».

Reporteros sin Fronteras ha denunciado a Venezuela como el país donde más ha retrocedido la libertad de prensa en 2014. Además de ataques a periodistas, fueron detenidas ocho personas en 2014 por escribir mensajes contra el Gobierno en sus cuentas de Twitter. Seis continúan presas en el Servicio Bolivariano de Inteligencia. Entre ellos la archiconocida Inés González (@inesitaterrible), joven científica con 56.000 seguidores, imputada por instigación pública.

Correa considera que los procesos contra los tuiteros generan autocensura e inhibición, y buscan el silencio de toda la sociedad. «La libertad de expresión garantiza que nadie puede ser molestado a causa de sus opiniones y sus valoraciones», sentenció.



'Tal Cual', claro y raspao

LAUREANO MÁRQUEZ

Ése ha sido nuestro lema durante estos 15 años de vida. Un compromiso con decir lo que pensamos, moleste a quien moleste. Esto no es una despedida. Para usar el lenguaje que tan de moda ha estado en estos tres lustros: es un repliegue táctico. La edición del fin de semana continuará saliendo como de costumbre y nosotros volveremos pronto con un semanario que saldrá los viernes con el mismo espíritu crítico, agudo e incisivo que nos ha inspirado nuestro fundador, Teodoro Petkoff.

Los que aquí trabajamos lo hacemos por mística, aunque somos todos agentes de la CIA, la Agencia expropia nuestras conciencias y no paga ni medio partido por la mitad. No sé

si les suena familiar... Este diario ha sido un periódico pobre, pero nunca un pobre periódico. Aunque tenemos una sola cafetera, nuestro espíritu libertario permanece siempre en vigilia. No deja de sorprender que un medio tan pequeño constituya una amenaza tan grande para un Gobierno con poder ilimitado. Eso sólo tiene un nombre: miedo a las ideas y al debate. Uno a veces sólo sabe que avanza cuando los perros ladran -y muerden-, Sancho. Somos una referencia nacional e internacional de equilibrio y tenemos también el récord en multas, demandas y sanciones.

Cada una de ellas es como una condecoración recibida en la batalla por la libertad de

expresión en Venezuela. Esta lucha se ganará porque la razón siempre vence a la fuerza. Los pueblos que conocieron la libertad nunca renuncian a ella. Aquí nadie está amargado: nos encanta quedarnos sin trabajo, porque tendremos más tiempo para hacer cola en los supermercados. No hay mal que por bien no venga.

Se podrá decir de nosotros lo que se quiera, pero nunca nadie podrá decir que nos vendimos. Un grupo de extraordinarios comunicadores queda a disposición de otros medios; podemos ir acompañando a los demás de cierre en cierre. [...] Estamos mal, pero vamos bien. El que no está bien es el que acosa y cierra medios, encarcela arbitrariamente a funcionarios y líderes opositores y au-



toriza el uso de armas de guerra en manifestaciones. Si antes el mundo tenía alguna duda, hoy la comunidad internacional tiene absolutamente claro lo que sucede en Venezuela. Cómo será, que incluso los deudos guardan silencio. Hasta Podemos, antes asesores en la construcción de este *modelo*, hoy se desmarcan para borrar todo parentesco de su propuesta con la nuestra. Nadie defiende lo indefendible, especialmente los que ya cobraron y saben que billete ahora no hay. [...] Ánimo compatriotas, que nunca es más oscura la noche que cuando está a punto de amanecer.

Laureano Márquez es politólogo, humorista y columnista del diario 'Tal Cual' de Venezuela.



La CCMA haurà de retornar prop de 30 milions d'euros de retallades salarials

► Brauli Duart qualifica de «fort cop» a la viabilitat la sentència del Suprem que declara il·lícita la reducció del 5% dels sous

BARCELONA | EFE/ACN/DdG

■ El Tribunal Suprem ha declarat il·lícita la retallada de sou del 5% als treballadors de Catalunya Ràdio a partir de l'1 de gener del 2013. Aquesta sentència, que també afecta la plantilla de TV3, subratlla el «dret» dels treballadors a recuperar els diners que no han rebut des d'aleshores. La sentència va ser qualificada ahir pel president de la CCMA Brauli Duart, de «fort cop a la viabilitat» de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Duart va xifrar en gairebé 30 milions d'euros la recuperació del

5% del salari a Catalunya Ràdio i també a TV3, apuntant que això situa de nou als mitjans públics en la «inestabilitat pressupostària».

En la seva compareixença a la Comissió de Control de la CCMA al Parlament, Duart va fer una crida a totes les parts implicades a buscar fórmules per mantenir la competitivitat i garantir el futur de TV3 i Catalunya Ràdio. Segons va informar la Corporació, fins ara s'aplicava el criteri de reducció del 5% salarial avalat per l'Audiència Nacional fixat per una sentència de juliol del 2013, i que es continua aplicant a la res-

ta dels treballadors de la Generalitat de Catalunya.

Duart va explicar que la sentència del Suprem suposa un compromís de deute que altera l'estabilitat que s'havia aconseguit després de quatre anys d'ajustos i «torna a situar a la CCMA en un escenari d'incertesa». En aquest sentit, Duart va detallar que, «extrapolant les conseqüències de la sentència a tots els afectats de TV3 i Catalunya Ràdio des de maig del 2011 fins a aquest any, estariem davant un compromís de despesa de 29,9 milions d'euros, el 10% de la totalitat del

pressupost anual». Va advertir per això que, «si el Parlament no decideix incrementar els recursos de la CCMA per poder fer front a la despesa, amb efectes retroactius, només quedaria l'alternativa d'una nova reducció en continguts i despeses de funcionament».

Des de 2010, la CCMA ha emprès una reducció del 34% dels recursos per arribar a l'estabilitat pressupostària, que ha afectat essencialment a les despeses de personal, dels continguts audiovisuals i les inversions i despeses corrents. Brauli Duart va manifestar que aquesta

nova realitat obliga a aturar les iniciatives que comportin compromisos de despesa.

El PP vol un canal en castellà

El PPC va demanar ahir, a través de la diputada Marisa Xandri, que «un dels canals de la CCMA retransmeti en castellà». Xandri, que va intervenir a la comissió de control parlamentari, va argumentar que «s'ha de tenir en compte que més de la meitat de la població a Catalunya és castellanoparlant». La popular va demanar un esforç per connectar amb tots els ciutadans.



La CCMA qualifica la sentència del TS com un «cop fort» a la seva viabilitat

► El president de la corporació, Brauli Duart, estima en 30 milions d'euros la quantitat retallada a tornar als treballadors

EFE/ACN/DdG | BARCELONA

■ El president de la CCMA, Brauli Duart, va qualificar ahir de «fort cop a la viabilitat» de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) els efectes d'una sentència del Tribunal Suprem (TS) contra la reducció del 5% del sou dels treballadors, que va avaluar en quasi 30 milions, des de maig del 2011 fins a l'actualitat.

En la seva compareixença a la Comissió de Control de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) al Parlament, Duart va fer una crida a totes les parts

implicades a buscar fórmules per mantenir la competitivitat i garantir el futur de TV3 i Catalunya Ràdio.

Segons va informar la CCMA, fins ara la Corporació aplicava el criteri de reducció del 5% salarial avalat per l'Audiència Nacional fixat per una sentència de juliol del 2013, i que es continua aplicant a la resta dels treballadors de la Generalitat de Catalunya.

Duart va explicar que la sentència del Tribunal Suprem suposa un compromís de deute que altera la situació d'estabilitat que s'havia

aconseguit després de quatre anys de mesures d'ajust i «torna a situar a la CCMA en un escenari d'incertesa».

En aquest sentit, Duart va detallar que, «extrapolant les conseqüències de la sentència a tots els possibles afectats de TV3 i Catalunya Ràdio des de maig del 2011 fins a aquest any, estaríem davant un compromís de despesa de 29,9 milions d'euros, el 10% de la totalitat del pressupost anual».

Va advertir per això que, «si el Parlament no decideix incrementar els recursos de la CCMA per po-

der fer front a la despesa, amb efectes retroactius, només quedaria l'alternativa d'una nova reducció en continguts audiovisuals i despeses de funcionament».

Des de 2010, la CCMA ha emprès una reducció del 34% dels recursos per arribar a l'estabilitat pressupostària, que ha afectat essencialment a les despeses de personal, dels continguts audiovisuals i les inversions i despeses corrents. Brauli Duart va manifestar que aquesta nova realitat pressupostària obliga a detenir cautelament totes les iniciatives que comportin

compromisos de despesa i que no es considerin imprescindibles.

El PP vol un canal en castellà

El PPC va demanar ahir, a través de la diputada Marisa Xandri, que «un dels canals de la Corporació retransmeti íntegrament en castellà». Xandri, que va intervenir a la comissió de control parlamentari, va argumentar que «s'ha de tenir en compte que més de la meitat de la població a Catalunya és castellanoparlant». La popular va demanar un esforç per connectar amb el màxim nombre de ciutadans.



críticatv

MÓNICA PLANAS - PERIODISTA

Un desmai en directe

Ahir a *Els matins* la Lídia Heredia connectava en directe amb una residència de Valldoreix perquè la tarda abans hi havia desaparegut un noi amb autisme. La Fina Brunet començava la crònica explicant que encara no se sabia res del noi i que tot just la Guàrdia Urbana i els Bombers s'havien acostat al centre per demanar detalls i continuar les tasques de recerca. Mentre ens donava la informació van sortir dues dones visiblement nervioses de la porta que la Fina Brunet tenia al darrere i una d'elles va exclamar "¡Ya está, Milagros!" La Milagros era la mare del noi desaparegut i l'avisaven que acabaven de trobar el seu fill. Casualitats de la vida, a TV3 vam viure la notícia en directe i just quan la Fina Brunet ho anava a explicar la Milagros es va desmaiar i va caure a terra amb els braços estesos, d'una manera molt dramàtica. Va quedar estirada ben a prop de la Fina Brunet, que amb la veu nerviosa aclaria a l'audiència que havien trobat el nano i que se l'havien emportat a l'hospital per comprovar el seu estat de salut. El càmera, davant l'espectacularitat del desmai inesperat, va modificar l'enquadrament de seguida per no ensenyar la dona. La Fina Brunet procurava moure's estratègicament perquè no se la veiés. A la Milagros la vam veure només



'Els matins'
Quan la mare d'un noi desaparegut es va desmaiar en una connexió, el càmera va optar per no ensenyar-la

durant uns escassos quatre o cinc segons. La periodista va retornar la connexió al plató havent explicat en directe el succés. La Lídia Heredia, sense poder ocultar l'evidència, va comentar el desmai que tots havíem vist i va preguntar per l'estat de la dona. Brunet va informar-nos que ja s'estava recuperant i el càmera ens la va ensenyar uns quants segons més, asseguda a terra mentre l'ajudaven a refer-se. "No ha sigut res", ens deien. ¿S'imaginen aquesta mateixa escena en algun dels magazins matinals de Telecinco o Antena 3? Un noi autista desaparegut i una senyora gran desmaiant-se en directe als peus d'una reportera seria manà caigut del cel. La càmera hauria fet un primer pla de la dona inconscient i hauríem seguit en directe com la reanimaven. Fins i tot és possible que mig estabornida li haguessin posat el micròfon a la boca per preguntar-li si estava contenta, si tenia ganes de veure el fill i com és que s'havia perdut.

La tele en directe és extraordinària per tot el que té d'inesperat, espontani i sorprenent. Si a més a més es procura fer amb aquesta sensibilitat i prudència, sense amagar però també sense burxar, valorem la feina periodística. Les càmeres poden ensenyar la realitat però no abusar-ne.



OPINIÓN

La tertulia como síntoma

Por Judit Carrera

Laura y la nueva política

Por Guillem Martínez

PÁGINA 2



La tertulia como síntoma

La tertulia se ha convertido en el espacio de debate político por excelencia. Todas las radios y televisiones la han adoptado como formato principal y prácticamente exclusivo de discusión sobre la actualidad política y social. ¿A qué se debe esta multiplicación de la tertulia como género privilegiado de deliberación pública?

La primera y principal razón es económica. La tertulia es un formato sencillo, eficaz y muy asequible. La crisis de medios públicos y privados ha aumentado el recurso a un género que consiste en reunir a una serie de personas que, por discretos honorarios, ocupan horas en las parrillas de las programaciones, sin necesidad de guiones ni producciones complejas. Las tertulias se adaptan bien al lenguaje audiovisual fragmentado que, con intervenciones rápidas y cortas, proporciona gratificación inmediata al público, de manera que consiguen audiencia con facilidad y resultan muy rentables para el medio que las ofrece.

Pero también podríamos pensar que las tertulias se han multiplicado porque la sociedad está hoy mucho más politizada. El movimiento a favor de la independencia, los efectos de la crisis económica, las grietas del sistema político de la Transición y la emergencia de nuevos partidos, la corrupción o el cambio tecnológico serían las causas de un interés superior por la política que explicaría la mayor necesidad de espacios de debate crítico sobre la actualidad.

Las tertulias podrían así mismo ser una respuesta a un mundo cada vez más incierto y com-



JUDIT
CARRERA

La esfera pública digital aumenta la deliberación entre ciudadanos activos que no precisan intermediarios

plejo, en el que resultaría más necesario que nunca tener espacios de reflexión que permitan interpretar y traducir esta sociedad que cambia a gran velocidad.

Sea cual sea la razón, se parte de la hipótesis de que la tertulia es un buen formato para la deliberación política, entendida como ese espacio de información y formación de opinión que, a través del intercambio de ideas, es fundamental para la democracia. La pregunta es si las tertulias actuales sirven para tan importante función.

En realidad, la tertulia entendida como espacio de deliberación es un fenómeno tan viejo como la política. El ágora griega y los encuentros en salones y cafés de la Europa del siglo XVIII ejemplifican la larga tradición de este tipo de encuentros. Oradores, expertos y prescriptores también son figuras constantes en la historia de la política.

¿Cuál es entonces la novedad de las tertulias de los últimos tiempos? El cambio de contexto. Las nuevas tecnologías y, en particular, las redes sociales han creado nuevas formas de circulación de la información y han abierto circuitos paralelos para la discusión, la crítica y la vigilancia del poder. Hoy, los mecanismos de creación de opinión son mucho más dispersos, imprecisos y difíciles de controlar. Esta fragmentación de la esfera pública quita poder a los espacios tradicionales de mediación, difumina la dicotomía entre emisor y receptor de información y rompe barreras entre el experto y la sociedad.

Hoy, la voz pública está mucho más repartida. Hay más micrófonos y más ciudadanos con altavoz. También hay más ruido, claro, y el debate no está exento de simplificación, pero la esfera pública digital ha aumentado la deliberación entre ciudadanos informados, activos y exigentes que no necesitan estancias intermedias que determinen los temas ni los términos del debate. Las tertulias podrían de esta manera llegar a ser irrelevantes.

Y, sin embargo, hay más tertulias que nunca. ¿Por qué? Por las razones evocadas más arriba y porque todavía son espacios de poder. El ejemplo más evidente es el programa televisivo que ha encumbrado a Pablo Iglesias como líder de Podemos. Pero, en general, las tertulias sufren del equívoco que históricamente ha llevado a pensar que



Captura de una intervención de Pablo Iglesias en laSexta Noche.

los medios tienen un poder absoluto sobre los ciudadanos.

El problema de las tertulias es, pues, que probablemente tienen menos poder del que se les atribuye y que el cambio de contexto informacional las hace hoy más intrascendentes. Aquí tienen además la singularidad insólita de convocar a *expertos* que saben de todos los temas, los llamados *totólogos* según la expresión de Quim Monzó. En el otro extremo, están los verdaderos especialistas en áreas concretas que, por las características de esta discusión pública y por su frecuente aversión a la divulgación, se resisten a participar en el debate público.

Esta reducción de la figura del experto al tertuliano crea pequeños círculos de celebridades, pero empobrece los términos del debate y acaba creando lo que Pierre Bourdieu denominó "la circulación circular de la información": todos a remolque de la velocidad de la información, todos pendientes de las declaraciones de todos, en espacios llenos de sobrentendidos que favorecen la etiqueta fácil, provocan agrias polémicas o alimentan grandes consensos en un circuito finalmente muy cerrado.

El problema es que las tertulias siguen actuando como si tuvieran el monopolio del debate y se han replicado sin fin cuando más les convenía refundarse. Suelen justificarse por su audiencia, pero Estados Unidos ofrece múltiples ejemplos de buenos programas informativos, de diferentes temáticas y formatos, que cuentan buenas historias y gozan de audiencias envidiables. Aquí, mientras tanto, tienden a empobrecer el debate público en el momento en que más espacios críticos necesitamos.

Judit Carrera es politóloga.



Fotograma del polémico programa de TV3

TV3

CONSEJO AUDIOVISUAL DE CATALUÑA

El CAC avala comparar a Rajoy con Hitler

M. J. C. BARCELONA

El Pleno del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) considera que el gag del programa de humor «Polònia» que emite TV3, en el que se hacía una parodia del presidente Mariano Rajoy en el búnker de Hitler, está amparado en la libertad de expresión. La resolución cuenta con un voto particular contrario del consejero Daniel Sirera, propuesto por el PP.

El CAC considera que el espacio emitido el 13 de noviembre de 2014 «se realizó en el contexto de un programa de humor, identificado claramente como de sátira política» e «independientemente del grado de oportunidad que se le pueda atribuir en el contexto del debate político actual, queda plenamente amparado por la libertad de expresión, sin que en el caso analizado se haya producido un incumplimien-

to de la legislación audiovisual vigente». La actuación del CAC se inició a raíz de una queja del portavoz del PP en el Parlamento catalán, Santi Rodríguez, quien consideraba que el gag asimilaba de una forma muy clara a los miembros del Gobierno con una escena de la película «El hundimiento» en el que aparece el dictador Adolf Hitler junto a otros dirigentes nazis.

En su voto particular, Daniel Sirera advierte de que «cualquier comparación de Hitler con un representante político democrático, sea directamente o mediante actor interpuesto, debe merecer el rechazo común y unánime de todos». Añade que el programa «no solo banaliza y normaliza el nazismo, sino que busca que los espectadores equiparen al presidente del Gobierno con el genocida más grande de la historia de la humanidad».



L'ESTRANYA VOTACIÓ D' 'ESPAÑA OPINA'

Convergències a RTVE

El representant de CiU al consell de la corporació sorprèn al recolzar l'emissió d'un programa de debat polític que tres consellers del Partit Popular rebutgen

|| MANUEL DE LUNA
BARCELONA

Pot sorprendre que tres consellers de RTVE en representació del PP hagin rebutjat aprovar un programa de debat polític a TVE-1, moderat i produït per Ernesto Sáenz de Buruaga, i que estava recolzat pel mateix president de la corporació (José Antonio Sánchez). Però el que sí que ha provocat esglai en més d'un és que un dels consellers que va votar a favor que es realitzés aquest controvertit espai és el representant de CiU al consell, Òscar Pierre, empresari amb molta més experiència en l'administració d'empreses que en el món de la comunicació (en general) i de la tele (en particular), però que compleix estrictament la màxima amb què va

defensar la seva idoneïtat per al càrrec, el 2012: «**Jo no he vingut per ser un florero**».

Efectivament, Òscar Pierre Prats (Sabadell, 1956), enginyer industrial especialitzat en tecnologies de la informació, no ha sigut un florero des que va entrar al consell d'administració de RTVE: alguns dels seus vots han creat controvèrsia. Com l'últim: recolzar *España opina*, debat que Buruaga va dirigir i va produir a Telemadrid (*Madrid opina*), però que presenta dubtes: la llei de la corporació especifica que els informatius han de ser produïts íntegrament per la tele estatal.

«**Jo no vaig votar a favor de Sáenz de Buruaga, que ni tan sols sabia que estava darrere el projecte, sinó de la proposta d'un debat, que**



►► Òscar Pierre Prats.

«Em va proposar CiU, però no represento CiU, sinó a mi mateix, perquè no sóc polític»

en l'informe previ que se'm va presentar especificava que seria obert i plural i amb tertulians de tot l'espectre polític. I hi vaig votar a favor perquè crec que ja era hora que TVE fes un programa que veig important, de gran valor, ja que hi pot opinar l'audiència», explica Pierre, molt indignat per les informacions esbiaixades sobre el seu paper al consell de RTVE. Ell defensa la seva professionalitat per treballar per RTVE i fins i tot la seva independència: «**Em va proposar CiU, però no represento CiU, sinó a mi mateix, perquè no sóc cap polític, i per tant independent**», afirma. I d'aquesta forma justifica el seu vot, tot i que també reconeix que no sempre pot tenir totes les claus. «**En els informes que em van presentar no hi havia dubtes i vaig votar en consciència. Si després han aparegut aquests dubtes legals, doncs s'hauran de veure**».

El 17 de març el consell d'administració de RTVE es tornarà a reunir, i ja tindrà l'informe dels serveis jurídics sobre el programa. Així, es tornarà a votar i llavors se sortirà de dubtes. ≡



El gag estableix un paral·lelisme amb la pel·lícula 'El hundimiento'.

TV3 EMÈS AL NOVEMBRE

El CAC veu llibertat d'expressió en el gag de Rajoy al búnquer de Hitler a 'Polònia'

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va emetre ahir un comunicat sobre l'acord, amb un vot particular de Daniel Sirera, del PP, pel qual considera emparat en la llibertat d'expressió el gag del programa de TV3 *Polònia* que feia una paròdia del president del Govern, Mariano Rajoy, al búnquer de Hitler. Segons el CAC, la paròdia emesa el 13 de novembre es va realitzar "en un programa d'humor, identificat

clarament de sàtira política" i descarta que s'incompleixi la legislació audiovisual vigent. L'actuació es va iniciar per una queixa del portaveu adjunt del grup parlamentari del PP, Santi Rodríguez, que va assenyalar el gag com "una comparació inacceptable" amb una escena de la pel·lícula *El hundimiento*.

D'altra banda, El PPC va demanar ahir al Parlament, a través de la diputada Marisa Xandri, que "un dels canals de la

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) emeti íntegrament en castellà".

En la mateixa compareixença, el president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Brauli Duart, va qualificar de "cop fort" al procés d'estabilitat pressupostària la sentència del Suprem que obliga a reemborsar la reducció salarial del 5% des del gener del 2013 a la plantilla de Catalunya Ràdio.



La remodelació del 33 preveu més hores de cultura en dos blocs diaris

A.C.R.
BARCELONA

El director de Televisió de Catalunya, Eugeni Sallent, assegura que "l'oferta cultural del 33 guanyarà hores d'emissió" un cop es posi en marxa la remodelació de la graella que prepara la direcció de la cadena. Davant la comissió de control a la CCMA, Sallent va insistir ahir que es tracta d'"un projecte viu i obert" que encara no està "definit en tots els seus termes", però va avançar que a hores d'ara preveu un increment del temps d'emissió dedicat a continguts culturals, que es distribuïrien en dues franges diàries. El primer d'aquests blocs ocuparia "el més rigorós *prime time*" i seria "de curta durada" però "molt vinculat a l'actualitat" de l'àmbit cultural. L'altre s'emetria "més tard" i tindria la finalitat d'"aprofundir" en els continguts.

En referència al possible tancament de programes com *Anima*, *Cinema 3* i *Via llibre*, que serien substituïts per aquests nous espais, Sallent va reiterar que "podria ser que alguna capçalera desaparegués", però va subratllar que "això no vol dir que en desaparegui el contingut", i en qualsevol cas va remarcar que "no hi ha res decidit" sobre aquest punt. "En cap cas l'objectiu és eliminar res. L'objectiu és millorar l'oferta en el sentit d'ampliar la cobertura a tots els àmbits culturals i incidir més en l'actualitat. S'intenta impulsar un model de producció més transversal, millorar la presència d'aquesta producció al món digital i millorar els resultats del canal", va explicar Sallent, que va negar que hi hagi cap "motivació econòmica" darrere del projecte. —



Toni Puntí presenta *Anima*, que podria desaparèixer del 33. TVC



les claus del dia



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

La font anònima menys justificada de la història del periodisme



Les fonts anònimes són una prerrogativa que els periodistes han d'administrar amb cura: massa sovint els polítics les invoquen per criticar els seus correligionaris des de la seguretat de fer-ho rere una pantalla protectora. En periodisme són necessàries en moltes ocasions i és un deure primordial protegir-les. Però han d'estar al servei del mitjà –és a dir, del lector– i no al revés. En tot cas, la història d'avui és la d'un dels usos més divertidament injustificats que recordo. El *New York Times* feia una crònica sobre

l'estació d'autobusos Port Authority, que passa per ser un dels llocs més sordids del món (amb aquella dèria que tenen els novaiorquesos pels rànquings, siguin del millor *latte*, el millor pastís de llima o la millor hamburguesa de cangur esquerrà). Al text, una noia opinava sobre el lamentable estat del lavabo de noies. I el diari explicava: "La dona va demanar que no la identifiquessin perquè sempre havia desitjat ser algun dia una font anònima". Sensacional! I una genialitat del diari concedir-l'hi: va fer somriure més d'un lector, i el gènere de la crònica ho permetia.

La picada d'ullet, però, no ha estat exempta de polèmica. L'abús de fonts anònimes és un problema que el *New York Times* es pren prou seriosament perquè la defensora del lector creés l'etiqueta *AnonyWatch*, amb la qual recopila usos discutibles de fonts no identificades. I a Twitter es pot trobar un robot anomenat @NYTanon que publica una captura de pantalla quan en detecta un cas. A mi em segueix semblant una manera bastant enginyosa precisament d'assenyalar que els periodistes ens recolzem massa vegades en la comoditat de no desvelar qui és que llança la pedra i amaga la mà.

**CRISI ECONÒMICA**

LA CCMA deu als seus treballadors 30 milions

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Brauli Duart, president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), va qualificar ahir de «fort cop a la viabilitat» de la Corporació els efectes d'una sentència del Tribunal Suprem contra la reducció del 5% del sou dels seus treballadors, que va avaluar en quasi 30 milions d'euros, des del maig del 2011 fins a l'actualitat. Per això, en la seva compareixença a la comissió de control al Parlament, Duart va fer una crida a totes les parts implicades a buscar fórmules per mantenir la competitivitat i garantir el futur de TV-3 i Catalunya Ràdio.



►► Brauli Duart.

Segons va explicar, fins ara la CCMA aplicava el criteri de reducció del 5% salarial avalat per l'Audiència Nacional –fixat per una sentència del mes de juliol del 2013–, i que es continua aplicant a la resta dels treballadors de la Generalitat. Duart va reconèixer que la sentència del Suprem suposa un compromís de deute que altera la situació d'estabilitat a la qual s'ha aconseguit arribar després de quatre anys de mesures d'ajust i «torna a situar la CCMA en un escenari d'incertesa», va assegurar.

El president va xifrar el compromís de despesa en «29,9 milions d'euros més, el 10% de la totalitat del pressupost anual». Per això, va advertir que, «si el Parlament no decideix incrementar els recursos de la CCMA per poder fer front a la despesa, amb efectes retroactius, només quedaria l'alternativa d'una nova reducció en continguts audiovisuals i despeses de funcionament».

Duart va remarcar que veu absolutament inviable noves reduccions de les despeses de continguts audiovisuals. «Una mesura d'aquesta mena i en aquesta proporció afectaria, de forma irreversible, no només la viabilitat, sinó també la competitivitat de TV-3 i Catalunya Ràdio», va avisar. ▬



La CCMA calcula en 30 millones su deuda con la plantilla de TV-3 y Catalunya Ràdio

STEFANIA GOZZER, **Barcelona**

El presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Brauli Duart, aseguró ayer que la sentencia del Tribunal Supremo que le obliga a devolver a la plantilla de Catalunya Ràdio los recortes salariales "ilícitos" del 5% que aplica desde 2013 puede tener un impacto de 29,9 millones de euros en las cuentas del ente. Un "duro golpe" a la viabilidad de esta empresa pública, explicó el directivo a la comisión de control de la CCMA en el Parlament.

La compañía llegó en 2011 a un acuerdo con las plantillas de Catalunya Ràdio y TV-3 para reducir el 5% los sueldos entre el 1 de mayo de dicho año y el 31 de diciembre de 2012. A partir de 2013, los trabajadores no solo volverían a percibir el 100% de sus nóminas, sino que debían crear una comisión paritaria para negociar la devolución de lo recortado los años anteriores. La CCMA, sin embargo, continuó aplicando la reducción hasta ahora.

El despacho de abogados que representa a los empleados, el Col·lectiu Ronda, estima que el dictamen del Supremo obliga a la CCMA a desembolsar al menos 1,5 millones de euros —más el 10% de intereses— al personal de Catalunya Ràdio por lo recortado desde 2013. La sentencia también le exige formar la comisión negociadora.

Duart fue más allá y se adelantó a la posible repercusión del fallo sobre el litigio abierto entre la CCMA y los trabajadores de TV-3. "Extrapolando las consecuencias de la sentencia a los posibles afectados de TV-3 y Catalunya Ràdio desde mayo de 2011 hasta 2015, estaríamos ante un compromiso de 29,9 millones. Es decir, el 10% del presupuesto anual", aseguró. El comité de empresa y CC OO consideraron la cifra "exagerada". Según Duart, si el Parlament no incrementa los recursos de la CCMA "con efectos retroactivos", deberá reducir contenidos. Una medida "que afectaría de forma irreversible la viabilidad y la competitividad" de ambos entes.



El CAC rebutja la queixa del PP pel gag de 'Polònia' sobre Rajoy i el búnquer de Hitler

El gag de *Polònia* en què s'emulava l'escena més coneguda del film *El hundimient* –amb Hitler reclòs al seu búnquer, però amb Rajoy i membres del seu govern– no banalitza el nazisme ni difama cap dirigent democràtic perquè està clarament identificat com a sàtira po-

lítica. Així ho ha dictaminat el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) en un acord que ha rebut el vot particular en contra del membre Daniel Sirera –exdiputat del PP, el partit que havia presentat la queixa a través de Santi Rodríguez, el portaveu adjunt de la formació–. Se-

gons el CAC, “les crítiques que s’hi produeixen, tot i que sarcàstiques, no es poden reputar com a ofensives, un cop valorades en el context del programa i atesa la rellevància pública que va suscitar el procés de participació ciutadana del 9 de novembre”.



La fórmula de 'Polònia' es va intentar exportar a Espanya el 2005 amb 'Mire usté' a Antena 3



La tele que se'n riu del poder

GEMMA BUSQUETS

● La sàtira política compleix vint anys a la tele a l'Estat espanyol: el 5 de setembre de 1995 i com a secció del que es considerava el magazín més modern de la tele de l'època, *Lo + plus*, s'estrenaven uns titelles, que acabarien essent molt populars entre l'audiència i també entre la crítica. Els guinyols de Canal + es van convertir en em-

blema de la ironia política i referents de l'humor d'una dècada. Els ninots de làtex i el seu teatret, a més, van inaugurar un gènere televisiu, el de la paròdia de l'actualitat, que ha esdevingut els últims anys, atiat sobretot pels escàndols de corrupció política, l'estrella de l'humor.

El gag, com a metàfora, i les imitacions van ser les claus de l'èxit dels guinyols i també dels seus hereus més directes: *Polònia*. El programa de TV3, que el febrer del

2016 celebrarà deu anys en antena, és, tot i el desgast que suposen deu temporades, una de les peces angulars de la cadena. Tot i la pèrdua de seguiment per la fragmentació de la TDT, les audiències són notables (més de mig milió d'espectadors) i amb quotes superiors en cinc punts a la quota de TV3 (12,6% el 2014). I la crítica és efectiva perquè cou al poder. Ho demostren les últimes polèmiques: a finals de l'any passat, el PP es va queixar per un gag en



Els ninots de làtex es van fer molt populars a finals dels anys noranta



Els guinyols. Canal+ (1995-2008)

Els titelles, emblema de la sàtira política a Espanya, s'inspiraven en *Les Guignols de l'Info* del Canal + francès (al seu torn inspirats en *Spitting Image* britànic). Van aparèixer per primer cop com una secció del programa *Lo + Plus*.



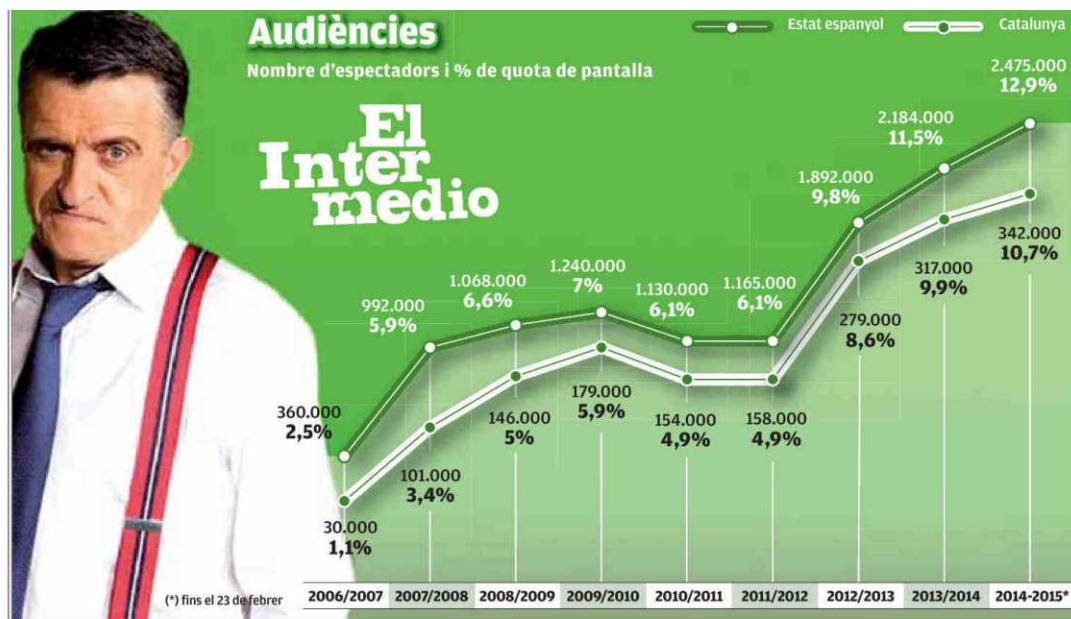
El informal. Tele 5 (1998-2002)

És el primer informatiu irònic de l'actualitat amb presentadors i col·laboradors i amb públic en directe. Va inaugurar un format i un concepte que continua amb *El Intermedio*. A més, va introduir la figura de la reportera de carrer.



Caiga quien caiga. Tele 5 (1996-2002)

Els seus moments de glòria són amb el govern d'Aznar. Hi va haver una segona etapa (2005-2008) amb Manel Fuentes i una tercera a La Sexta (2008) amb Frank Blanco. Cuatro, el 2010, va recuperar-ho amb presentadores.



La sàtira política, com a gènere televisiu, compleix vint anys a l'Estat espanyol i la força de la paròdia es manté quan encara ara irrita els estaments i contribueix a trencar tabús

què Rajoy emulava Hitler en una paròdia de la pel·lícula *El hundimiento*. Fa dos anys, el líder d'Unió, Josep Antoni Duran i Lleida, es va irritar per un gag en què suposadament es convertia a l'independentisme. Els Borbons han estat protagonistes destacats del programa que tampoc no ha esquivat el cas Millet o Pujol. I la productora Minoria Absoluta ha aprofitat l'èxit a la tele per fer el salt al teatre amb *La familia irreal* i amb el musical de *Polònia*.

Polònia és el referent a Catalunya: es van fer intents d'exportar la fórmula catalana a les televisions espanyoles amb *Mire usté* (2005-2006) a Antena 3 i es pot considerar com a embrió del programa de TV3 la secció que Julia Otero va incloure a *Las cerezas* (2004) a TVE. Actualment, a l'Estat espanyol, la referència és el Gran Wyoming i *El intermedio* de La Sexta. D'emissió de dilluns a dijous, es va estrenar el 30 de març del 2006 i va prendre com a for-

mat l'informatiu irònic d'*El informal* amb reporteres i col·laboradors. El govern del PP i els casos de corrupció han beneficiat el programa, que s'ha polititzat. A més, ha guanyat pes específic a Catalunya; és habitual que es col·loqui entre els més vistos del dia. *El intermedio* va incrementar l'audiència catalana la setmana posterior al 9-N amb una quota mitjana (13,6%) superior en sis punts a la quota mensual de La Sexta a Catalunya (7,6%).

El rei del gag

L'humor ha desmuntat els vells mites de la monarquia, una institució ara qüestionada però durant anys protegida amb excés de zel. Històric és ja el cas de *Persones humanes* de Miquel Calçada a TV3. El 20 de gener de 1994 s'hi va projectar una imatge de la infanta Helena plorant el dia dels Jocs Olímpics i Quim Monzó va recitar un monòleg sobre l'ofici de la monarquia: hípica, esquí i velers. El cap de la Casa del Rei va enviar una carta de protesta i el president Pujol va haver de demanar perdó a La Zarzuela. Tot plegat va fer que el programa passés a emetre's en diferit i que Quim Monzó fos vetat al programa



Toni Albà és el rei. LLUÍS SERRAT

de Wyoming a TVE. La figura d'intocable de l'ara rei pare va persistir fins a un punt d'inflexió que feia gràcia i no provocava polèmica: la imitació amb aire de bonhomia, i molt *campechana*, que en feia Manuel Fuentes a *Crónicas marcianas* (1997-2005) de Tele 5. A TV3 la caricatura, però, de Toni Albà a *Set de nit* (2002) va provocar un nou conflicte i el programa va acabar desapareixent. Dos anys més tard naixia *Polònia*. L'èxit d'audiència ha blindat qualsevol intent de censura; a la mofa dels Borbons també hi ha contribuït que els seus actes (Nóos, Botswana...) els han desligitimitat.



El govern del PP i els escàndols de corrupció fan que 'El intermedio' visqui la seva època daurada



ENTREVISTA

JOSEP PLAYÀ MASET
Barcelona

Publicitari, columnista, entrevistador, documentalista, poeta... periodista de la vella escola, Arturo San Agustín (Barcelona, 1949) ens sorprèn ara amb el llibre *Tras el Portón de Bronce* (Ed. Península), el subtítol del qual que ens aclareix el seu contingut: "La realidad vaticana en la era del papa Francisco".

El llibre es llegeix gairebé com una novel·la. Però fins a quin punt les nombroses converses i testimonis que expliquen les intrigues vaticanes són de primera mà?

Sóc un professional, molt clàssic, i m'agrada el rigor. És impossible recordar tot el que t'expliquen; per això totes les entrevistes estan gravades i reproduïdes fidelment, fins i tot les de personatges que van preferir l'anonimat.

D'on sorgeix la necessitat d'aquest llibre?

Després d'escriure *De Benedicto a Francisco. Una crònica vaticana* (2013), el meu editor Carles Revés em va proposar un llibre que tingués una doble lectura: explicar qui és el papa Francesc i alhora introduir el lector al Vaticà, una institució que generalment es percep com una cosa fosca, de la qual es parla a través de persones interposades. Està escrit a plena llum del dia, gràcies als amics i contactes, encara que algunes veus han preferit l'anonimat. Quan parles del Vaticà si no ets ortodox, no agrada. Però el que passa al Vaticà de vegades sembla una novel·la; hi ha personatges com els maçons o personatges vinculats a certs grups, famosos per les pel·lícules,

PERILLS

"Crec que el Papa se n'ha adonat i frenarà la seva presència als mitjans"

VATICÀ-JESUÏTES

"La seva relació amb els jesuïtes és dolenta: el consideren un Papa conservador"

que són reals.

Aquest és el seu tercer llibre de temàtica religiosa. D'on li ve a un veterà publicista i periodista aquest interès per l'Església?
Diria que neix d'una revolta personal, encara que quedí una mica pedant dir-ho així. És cert que el Vaticà sempre m'ha fascinat, és com la vida dels sants, que interessaven fins i tot als no creients. Tot va començar el 2011, quan hi va haver la Trobada Mundial de la Joventut a Madrid i em vaig adonar que en aquest país, que és on hi ha més anticlericals, no se li donava la importància que tenia a un fenomen social, amb mig milió de joves rebent el Papa en ple mes d'agost. Vaig recordar el meu pare, un anarquista utòpic, aragonès, que em va dir quan em volia dedicar al periodisme: "No oblidis que en aquest país quan no sabem resoldre un problema, ens mengem un capellà". I em vaig arriscar a fer una crònica, sense tenir una edi-

"És un Papa que interessa als periodistes i als anticlericals"

Arturo San Agustín, escriptor i periodista, publica 'Tras el Portón de Bronce'



PEDRO MADUENO

L'escriptor, fotografiat la setmana passada

BARCELONA, CATALUNYA...

El pes de l'Església catalana

■ Quina influència té Catalunya i l'Església catalana en el Vaticà?

Poca. Podria explicar algunes anècdotes del tripartit, amb Carod Rovira com a vicepresident, on hi va haver almenys dues topades importants amb alts càrrecs del Vaticà. Tampoc l'Església catalana no té massa pes.

Preocupa Espanya i les relacions amb Catalunya?

torial darrere. Els meus llibres són periodístics, ni religiosos ni teològics. He intentat que s'entengui el Vaticà, sense amagar res, en un sentit crític, des de la llibertat més absoluta.

Ha millorat el periodisme religiós en aquest país?

A Espanya, la religió no interessava, però alguna cosa està canviant. I especialment des del papa Francesc. És un Papa que interes-

sa més als periodistes i als més anticlericals que no pas als mateixos catòlics practicants, que diuen que abans que líder social ha de ser un Papa.

S'atreveix a fer un un pronòstic sobre el futur arquebisbe de Barcelona?

Diuen que els vaticanistes gairebé no l'encerten mai, així que això em tranquil·litza. Pense que hi pot haver una gran sorpresa.

És certa aquesta imatge d'un Papa que aprecien més a fora que a dins?

Un dels experts consultats em va dir: quan tenim un papa intel·lectual volem que sigui més popular perquè no se l'entén. I quan arri-

ba un papa popular volem que sigui més intel·lectual. Jo el vaig conèixer a Buenos Aires, quan era cardenal. No concedia entrevistes però ja tenia un bon equip de comunicació. No ha improvisat mai i sempre ha valorat la comunicació. Ha sabut utilitzar més que a la premsa, als periodistes, i ho fa amb un llenguatge entenedor. Alguns diuen que no té el nivell intel·lectual per ser papa, però a molta gent creient els és igual, perquè parla de l'evangeli i l'entenen. De vegades diu coses que sorprenen perquè és ell qui les diu. És el que ens passa amb una monja en concret a Catalunya, que li truquen per a la televisió no pel que diu, sinó perquè és monja i això és notícia. Si el Papa diu que "ser bon catòlic no implica tenir fills com conills" adquireix una força tremenda, quan si ho hagués dit qualsevol ens semblaria simplement vulgar. El Papa ha sabut utilitzar la premsa, encara que també diria -segons informacions que m'arriben últimament- que s'ha adonat de certs perills, i que ara serà més difícil accedir-hi.

De moment se'l coneix més per les seves paraules que pels seus fets. I en el llibre cita el consell que van donar en la cúria al cardenal veneçolà Castillo Lara: "Freni la seva impaciència llatinoamericana, no oblidis mai que Roma és eterna".

Persones ben informades em diuen que de moment només es perceben canvis administratius, però no de fons. Un monsenyor italià em va explicar en un restaurant romà, el qual havia freqüentat un conegut espia del KGB, que fins que no es facin realitat algunes reformes no haurà canviat res. I aquestes reformes eren: que els divorciats i separats puguin combregar; i que les dones tinguin un pes real en l'Església; que es replantegi el tema del celibat, almenys com en l'Església oriental catòlica, que permet que abans de l'ordenació es pugui decidir si casar-se o no, i que els laics tinguin un protagonisme real en la jerarquia i no només per ajudar als pobres. Això, diuen, demostraria canvis de fons. Sí que ha fet, em diuen, alguns canvis. Abans en tots els dicasteris i departaments que gestionaven diners sempre hi havia un italià al capdavant; ara ja no és així.

Es pot parlar doncs d'una política de gestos...

I alguna cosa més. El teòleg Leonardo Boff va escriure un article, que després m'han corroborat fins a tres testimonis, en el qual explicava el "pacte de les catacumbes", subscript el 16 de novembre del 1965, quan ja conclouia el Concili Vaticà II. Animats per Dom Hélder Câmara alguns

bisbes van celebrar una missa a les catacumbes de Domitila de Roma i es "van proposar per a si mateixos ideals de pobresa i senzillesa, i l'abandonament de palaus per viure en simples cases o apartaments". I aquell compromís d'"una Església serva i pobre" és avui el del papa Francesc. És a dir, que potser hi ha un guió.

Però el Papa mana realment en la cúria?

Un any després de ser nomenat Papa, quan vaig tornar a Roma, vaig tenir la sensació que una sèrie de persones em parlaven amb més reserves, com si hi hagués por. I vaig pensar que si hi ha por és que el Papa mana molt. Després m'han explicat històries que recorden temps de la inquisició, per la por a què et pengin l'etiqueta de la pederàstia, un instrument polític destructiu perquè qualsevol acusació, encara que sigui de complicitat, té validesa i legitimitat. I alhora, després de l'episodi de l'exmajordom, hi ha una certa paranoia conspiradora, de manera que sembla que s'ha de parlar més aviat als jardins que no pas als despatxos, per por dels micròfons. Fins i tot t'arriben a dir que vagis amb compte amb els correus electrònics. De manera que suposo que la meua primera impressió que el Papa

SECRETISME

"El pacte de les catacumbes explicat per Boff indica que potser hi ha un guió"

PROU CANVIS?

"Em diuen que només es perceben canvis administratius però no de fons"

manava no era certa, almenys per aquestes raons.

Bergoglio és el primer papa jesuïta...

Sí, però la relació del Vaticà amb els jesuïtes continua sent dolenta. El consideren un papa conservador. Al llibre explico que el dia de la seva elecció se celebrava una conferència amb la presència de tres destacats representants dels jesuïtes. En un moment determinat de l'acte es va acostar un quart jesuïta per comunicar l'elecció: "Males notícies per a la companyia, ha sortit Bergoglio".

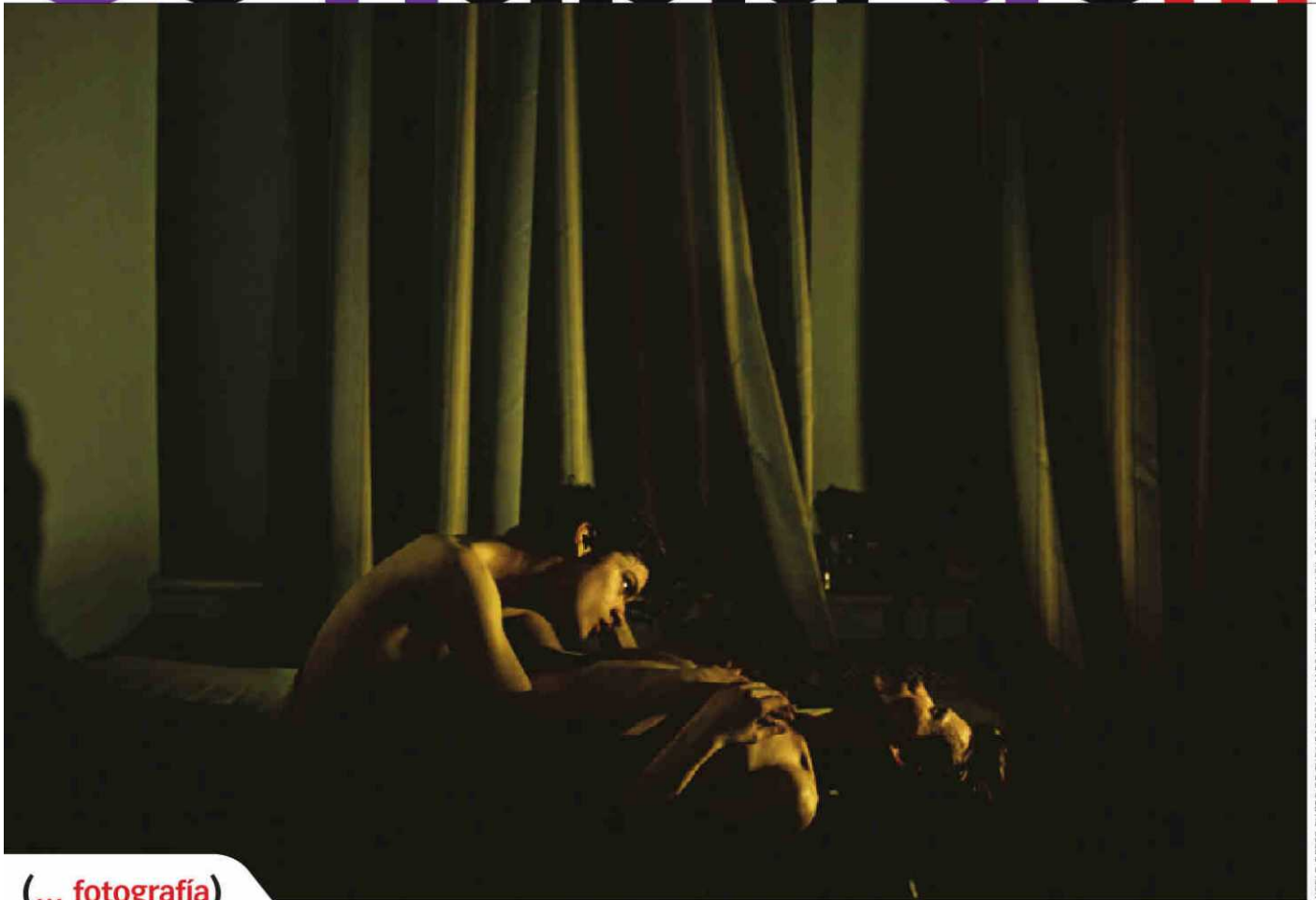
Aquesta capacitat comunicativa del Papa incidirà en l'Església?

Una vegada vaig dir en to provocatiu que prohibiria les homilies i vaig rebre per totes bandes. Ara estic satisfet perquè el Papa també s'ha referit a la necessitat de millorar en aquest aspecte. Molta gent va poques vegades a missa i l'homilia és el missatge que rep. I de vegades són interminables i avorrides. Però d'algun temps ençà percebo un intent de ser amens, una voluntat de ser més amè i breu, sinònim de cortesia. En l'àmbit comunicatiu és on més es nota la influència de Francesc. Fins i tot hi ha un cert intent de parlar de certs temes, abans proscrits, com la immigració. Encara que també percebo, almenys a Espanya, que no sempre hi ha convicció, que es fa perquè ara toca, per mimetisme.●



! MAGAZINE

Se habla de...



WORLD PRESS PHOTO OF THE YEAR 2014. MADS NISSEN, DENMARK. SCAMPX/PANOS PICTURES

(... fotografía)

¿Es esta la mejor foto del año?

LA IMAGEN GANADORA DEL WORLD PRESS PHOTO GENERA UNA INTERESANTE POLÉMICA.

Los World Press Photo nunca están exentos de polémica, pero este año el debate ha inundado las redes sociales. La imagen ganadora, del danés Mads Nissen, muestra a una pareja de homosexuales rusos en la intimidad. La presidenta del jurado, Michele McNally, calificó la foto de «increíblemente bonita, magníficamente ejecutada y con una composición impecable». El jurado está formado por 13 editores gráficos, fotógrafos y representantes de agencias sobre cuya cualificación nadie duda, pero el premio sorprendió hasta

al propio ganador. El editor de Associated Press y jurado Mark Baker asegura que es un mensaje para los nuevos fotógrafos: «No tienes que cubrir el drama del ébola o de Ucrania para hacer una buena foto. La premiada podría haberse tomado en la casa de tu vecino. No tienes que ir a una guerra para ganar el World Press Photo». Curioso argumento porque cubrir la homosexualidad en la homófoba Rusia tiene tantos riesgos como ir a Ucrania. El autor de la foto cuenta que empezó el reportaje al ver apalear a un gay. Y hasta se ha

comentado que el premio se ha dado porque la homosexualidad en Rusia ofende mucho más a Putin que mostrar cadáveres en Ucrania. Otro miembro del jurado, Pamela Chen, directora editorial de Instagram, explica que el mérito de la foto es que aborda «un tema contemporáneo

El jurado dice que es un mensaje a los fotógrafos: no hay que ir a una guerra para ganar el premio

que invita al diálogo». Pero quizá los argumentos más interesantes han venido de fotógrafos que defienden su estética, una estética que, en los últimos años, busca alejarse de la «épica» —porque la época actual, alegan, no es nada épica— y del «espectáculo», Photoshop incluido. La toma de Mads Nissen, dicen, es fotodocumentalismo clásico: una imagen directa, sin retoques, de un instante sutil, que recupera al ser humano alejado de todo espectáculo. Quizá merece una segunda mirada... ■ L. G.



Los actores Julián Valcárcel (izquierda) y Alfonso Delgado protagonizaron el anuncio de Lotería de Navidad del pasado año.

a las principales agencias de publicidad de Reino Unido) ha analizado 1.400 campañas de éxito y ha descubierto que las que tienen un contenido solo emocional duplican (31% frente al 16%) en rendimiento a las que se basan únicamente en la parte racional.

En este sensible universo, si existe una empresa que ha hecho del marketing de afectos su bandera es Coca-Cola. Hasta gestiona un Instituto de la Felicidad. Porque este sentimiento resulta único. Los neurólogos relatan que las emociones de tristeza y pena activan casi las mismas regiones del cerebro que la felicidad. Tanto es así que un trabajo de la publicación *Journal of Consumer Research* revela que los consumidores gasten más dinero, incluso sumas elevadas, por volver a sentirse niños otra vez. Algunas de estas razones sin duda deben estar detrás del éxito de anuncios de toda la vida como *Vuelve a casa por Navidad*, del fabricante de turrónes El Almendro. Quizá todo se resume —cuenta Miguel García Vizcaíno, socio fundador de la agencia Sra. Rushmore— en “apelar a emociones que tienen que ver con la realidad de la vida”. Mucho de eso hay en las aplaudidas campañas del Atlético de Madrid. Hablan de mil cosas, menos de fútbol.

De regreso a Coca-Cola, una de sus últimas propuestas con un enfoque emocional ha sido: “Desde siempre, mucho más que un refresco”. Un compromiso con la sociedad y la calidad de vida que suma en algo más de un año casi 1,4 millones de visitas en YouTube. “El objetivo de cualquier empresa es vender; pero no basta. Hay que ir más allá, generar confianza y responsabilidad entre los

La publicidad sentimental duplica la rentabilidad frente a la racional

Campañas como las de la Mutua, Nike y Loterías dispararon los resultados

consumidores y la gente”, reflexiona Miguel Mira, director de Relaciones Institucionales de Coca-Cola. Incluso en los malos tiempos. Por ejemplo, cuando la empresa tuvo que lidiar con el ERE (expectante de regulación de empleo) planteado por su embotelladora Iberian Partners. El daño a la marca fue evidente. Pero también este “tipo de marketing ayuda a reducirlo”, matiza Mira.

Tanto confían en esta estrategia las empresas que la primera campaña de publicidad de la historia de la Fundación La Caixa es una declaración de principios emocionales. *Dedicado a ti* da la voz y la palabra a los empleados, voluntarios y colaboradores que sostienen la obra social. “Apelar a las emociones es un camino para conectar con las personas”, analiza Montse Blanco, responsable de publicidad del banco. Al final se trata de algo sencillo y complejo a la vez, como entender que el principal factor es el humano. ■

Las risas y los llantos venden más

Las empresas recurren cada vez más al ‘marketing’ emocional para vincularse con la sociedad ● El sentido de pertenencia y la nostalgia de la niñez dan beneficios

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

A Jonah Berger, profesor de la prestigiosa Wharton Business School, de la Universidad de Pensilvania, se le ocurrió un sencillo experimento. Analizó 7.000 artículos del periódico *The New York Times* para averiguar qué tenían en común aquellos que figuraban en la lista de los más reenviados a través del correo electrónico. Descubrió algo sorprendente. Cuánto más positivo era el texto, más fácilmente se convertía en viral. ¿Cómo explicarlo? “Compartir cosas positivas hace que la gente se sienta mejor y ayuda a que los demás mejoren su estado de ánimo”, comenta Berger por correo electrónico.

Hablamos de sentimientos y emociones, pero también de dinero. El marketing emocional —activado a través de campañas de publicidad— se ha convertido en los últimos años en una estrategia básica para contribuir a los resultados de las grandes empresas. En la memoria y el presente de todos está el célebre *Soy de la Mutua*, de la aseguradora Mutua Madrileña. Aunque es complicado estimar el impacto real de la publicidad en la evolución del negocio, lo tangible es que en los últimos seis años (de 2008 a 2014), que son los que coinciden con la campaña, el grupo ha triplicado los ingresos (superan los 3.800 millones de euros), multiplicado por cuatro el número de asegurados (desde los 2,3 millones de 2009 hasta los 9,2 a cierre de junio de 2014) y diversificado su presencia por canales y productos. Mantiene José María Cantero, director adjunto del área aseguradora de Mutua Madrileña, que la “compañía se preo-

cupa por buscar una conexión emocional con sus clientes”.

El enorme valor de esa conexión ya lo sentía a finales de los años ochenta el grupo Loquillo y Los Trogloditas cuando cantaba aquello de “y búscame en las ondas a alguien que hable para mí”. Ese toque humano lo halló el último anuncio de la Lotería de Navidad. Juan García-Escudero, director general creativo de la agencia Leo Burnett y responsable de la campaña, sostiene que “es la más vírica de la historia de la publicidad española”. Tal vez el éxito de esas imágenes se encuentre en varios verbos en infinitivo: compartir, soñar, sonreír. Lejos de las palabras, en los números, Loterías y Apuestas del Estado ha vendido 110 millones de euros (5,5 millones de décimos) más que durante las Navidades pasadas gracias a esa propuesta de marketing emocional. Con la dificultad añadida de navegar a contracorriente. “A

la gente no le gusta la publicidad; la odia. Te interrumpe cuando ves la tele o lees el periódico”, relata García-Escudero.

Por eso el multimillonario mercado del deporte, astuto, recurre a los valores emocionales generando narrativas que anclen grandes deportistas con historias épicas. El contenido creado por Nike para el anuncio *Risk Everything* (donde estrellas como Neymar, Cristiano Ronaldo o Zlatan Ibrahimovic se enfrentan dentro del campo a algunos de los momentos que cambian la carrera de un futbolista) ha recibido 397 millones de visitas online. “El acierto de esta campaña puede medirse también por el éxito continuo del negocio de Nike”, afirma desde Londres un portavoz de la empresa. En el trimestre fiscal cerrado a finales del año pasado, que fue el que prececió al anuncio, los ingresos del área de Fútbol Global de la com-

pañía de la diosa alada crecieron a doble dígito.

Pero tocar la tecla de las emociones resulta complicado. Primero, por el ruido. Una persona recibe entre 2.000 y 4.000 impactos publicitarios al día. Se estima que un lector que analizara de cabo a rabo la edición del dominical *The Sunday Times* absorbería en esa lectura más información que un habitante del medioevo durante toda su vida. A este fenómeno, Luis Martínez-Ribes, profesor de marketing en Esade, lo llama “infoxicación”. Entre tanto sonido, “las emociones son el principal medio para que los seres humanos presten atención”, incide el especialista. Pero cuidado. Estas emociones, por sí solas, no venden, “lo que provocan es que seas percibido. Sin ellas, las consultas irrelevantes; no existes”.

Desde luego nadie puede restarle peso a las emociones. Al contrario. La asociación IPA (agrupa

El cerebro compra por impulso

¿Qué es mejor ser Microsoft o Apple? La primera está considerada una marca funcional; la segunda, emocional. “Una respuesta técnica” —sostiene David Falzani, profesor visitante en Nottingham University Business School— “puede ser que sí el mercado se halla saturado con productos que tienen casi idéntica funcionalidad la competencia estará basada en el precio, con lo que (al menos en un mercado eficiente) los

beneficios se reducen a cerca de cero. Una forma de evitarlo es utilizar valores emocionales. Lo que permitirá diferenciar los artículos y, a su vez, mayores precios e ingresos”.

Desde luego lo emocional ayuda a vender, pero también revela, de forma sorprendente, su importancia en cómo tomamos las decisiones. En su libro *Thinking, Fast and Slow* (Pensar rápido, pensar despacio) Daniel Kahneman, premio Nobel de Economía en

2002, relata los dos sistemas que, conviviendo, activan la mente humana y guían su forma de pensar y tomar decisiones. El primero es rápido, intuitivo, asociativo y no puede ser desconectado. El otro resulta lento, deliberativo y lógico. Ambos mecanismos trabajan a la par y cabría pensar que es el sistema lógico el encargado de las decisiones. Un error. Es el rápido e intuitivo quien lo hace. Un cerebro compra por impulso. ■



ENTREVISTA

El director executiu de SEGRE, Juan Cal, s'estrena en la literatura amb la novel·la *El exilio de Mona Lisa* (Ed. Milenio), ambientada a Montauban (França) entre el 1939 i el 1940, en un dels moments més convulsos de l'inici de la II Guerra Mundial. Una obra de

ficció que aviat sortirà a la venda construïda sobre la base de personatges reals (un d'ells inspirat en Enric Crous), de la mateixa manera que són reals moltes de les històries viscudes. És el fruit d'anys de treball, molta documentació i passió per la literatura.

«Crous hauria sigut capaç de copiar el somriure de Mona Lisa»

Juan Cal

[DIRECTOR EXECUTIU DE SEGRE-AUTOR D'EL EXILIO DE MONA LISA]

R. BANYERES

Què trobarà el lector a 'El exilio de Mona Lisa'?

En la novel·la conflueixen bàsicament tres grans històries. Una d'aquestes és la relació entre dos personatges aparentment tan diferents com un artista lleidatà revolucionari marxista i militar [inspirat en Enric Crous] i un sacerdot republicà i catalanista [inspirat en Josep Maria Llorens], que havia estat també a Lleida. Es troben a França a l'exili. Volia plasmar el contrast entre tots dos en un ambient envoltat de guerra, dolor, exili... fins i tot l'art se'n va a l'exili.

Avanci'm la segona història.

La presència a Montauban del president de la II República a l'exili, Manuel Azaña, amb qui Llorens té una relació directa. Al morir, el govern de Vichy li denega un funeral d'Estat. La viuda va acceptar l'oferta del bisbe Théas de Montauban de fer un funeral solemne. Tanmateix, els refugiats ho van impedir emportant-se el fèretre i enterrant-lo al cementiri. Acceptar l'oferta de Théas hauria representat una rendició d'Azaña, tenint en compte el paper de l'Església durant la Guerra Civil.

I la tercera?

El periple per diferents castells que viuen les obres del museu del Louvre quan el seu director ordena evacuar-les per evitar que desapareguin o se les quedi l'exèrcit nazi en cas d'ocupació alemanya. La Mona Lisa acaba a Montauban. Tambien hi ha una sèrie de peripècies, un intent de robatori, un rescat.

Què té Crous per novel·lar-lo?

Una vida fascinant, però m'agradaria deixar clar que en cap moment he intentat fer una biografia. Hi ha molt d'ell i de Llorens en la trama però ni els anomeno pel seu nom ni hi ha voluntat de descriure la seua vida. Per no confondre, el llibre acaba amb un capítol que explica les semblances evidents.

Crous hauria pogut imitar l'enigmàtic somriure de la Mona Lisa, que tants artistes han intentat i ningú ha aconseguit?

El títol té molt a veure amb ell. Des del punt de vista de la tècnica crec que sí, i també de restaurar-la. Evidentment, no era Leonardo però tenia una gran capacitat com a copista, grafista i pintor, amb una capacitat de



LEONARD DELSHAMS

L'AUTOR

Nom: Juan Cal.
Edat: 58 anys.
Lloc de naixement: Pontevedra.
Càrrec: Director executiu de SEGRE.
Obra: S'estrena com a escriptor de ficció amb la novel·la *El exilio de Mona Lisa*.

■ Periodista, ha exercit tota la seua carrera al grup SEGRE, on actualment n'és el director executiu. Ha impartit classes i conferències en diverses universitats catalanes. President de l'Associació Catalana de Televisió Local i vicepresident de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal. Coautor del llibre *L'antifranquisme i la transició a Lleida*, juntament amb Antonieta Jarne.

LES CLAUS



Portada

■ La il·lustració de la portada és obra de la biòloga i il·lustradora científica Clara Cerviño i porta per títol *Què dura és la guerra*.

reconstruir magnífica. En les seues memòries descriu amb precisió i una enorme emoció la sensació que li produeix obrir una capsa a Montauban i veure allà la Mona Lisa. La trobada entre un artista i l'obra mestra m'inspira el títol, el paral·lelisme entre els dos exilis, el de l'art, el de l'artista, el dels republicans, el desplaçament de les famílies jueves...

Què és realitat i què és ficció?

Jo tenia una foto immensa en blanc i negre, detallada, que vaig tardar dos anys a construir a base de molta documentació. Una vegada vaig tenir la foto més exacta possible, vaig acolorir a mà amb ficció tota la resta. Això sí, amb gran respecte perquè darrere del personatge hi havia persones reals a qui jo no volia desvirtuar.

Com ha treballat?

Al no ser professional, necessi-

to mètode. Durant dos anys, a la nit, vaig destinar a escriure un mínim d'entre una i tres o quatre hores diàries. De vegades l'endemà ho tires tot. Vaig passar dos anys més corregint. Vaig començar a mà, però quan ja sumava cinc llibretes, em vaig passar a l'ordinador i vaig crear una història completament diferent. Llavors van ser quatre fulls diaris, mínim.

Què el va impulsar a escriure ficció?

Era un deute que tenia amb mi mateix. Volia ser escriptor des dels 17 anys. No podia ser que amb l'excusa del dia a dia no complís el meu somni.

Repetirà l'experiència?

És la intenció, però acabo de començar amb la segona novel·la. Estic escrivint una història ambientada en el narcotràfic a Galdàcia als 80. Una història d'herois narcotraficants.



iDom

10 preguntes a...



FOTO CARLA TRAMULLAS

Edu Bayer

EL SEU TREBALL FOTOGRÀFIC SOBRE LA GUERRA DE LÍBIA FORMA PART D'UNA EXPOSICIÓ A NOVA YORK SOBRE SEGURETAT I PRIVACITAT

1/ ¿Què és *Watching you, watching me*? Una exposició fotogràfica a l'Open Society Foundations de Nova York que, a partir del conflicte de Snowden i la soldat Manning, se centra en un dels grans debats d'avui: seguretat versus privacitat.

2/ Estem vigilats constantment. Els EUA estan escombrant molts drets conquistats espionant tercers països i ciutadans. Si no hi ha espais de privacitat, ¿què fem? És un dels fonaments de la democràcia.

3/ ¿Vostè com participa en aquesta mostra? Amb imatges que vaig fer durant la guerra de Líbia per a un reportatge al *Wall Street Journal*, que, a més, és candidat al Pulitzer.

4/ ¿Quan les va fer? L'estiu del 2011, quan els rebels van atacar Trípoli i feien fora els lleials a Gaddafi. Vam visitar dos edificis: el centre de vigilància d'internet i el Ministeri de l'Interior, on es feien reunions d'intel·ligència.

5/ Són imatges de sales buides, regirades... Sí, els antics ocupants havien marxat i encara no havien arribat els nous. Es pot dir que aquestes sales són la cuina d'una dictadura. Intento que representin l'absurditat i la lletjor dels mecanismes de control i vigilància.

6/ ¿Aquesta és la seva primera exposició a Nova York? Sí, ja treballava per a mitjans com *The New York Times* o *The Wall Street Journal*, però no hi havia exposat mai. La diferència entre el periodisme i l'art és molt curiosa.

7/ ¿Quina és? Estava acostumat als mitjans de difusió massiva, on el meu paper com a autor queda en un tercer pla. Però en una exposició, la visió de l'autor es veu, i em permet anar més enllà del paper del fotoperiodista clàssic.

8/ ¿Un rol que està canviant? Amb les xarxes socials i totes les càmeres que portem a sobre (mòbils, tauletes...), ja no pots ser el primer a arribar a res. Ser testimoni d'un fet ha perdut valor monetari, i hem guanyat en responsabilitat. De generadors de dades n'hi ha milers, s'ha de saber quines són les veus autoritzades en cada camp.

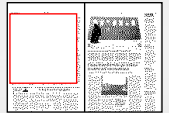
9/ ¿Quan va descobrir la fotografia? A l'acabar la carrera d'enginyeria química. Em va obrir un camp més humanista, i això em va agradar. Va ser un joc, una passió, vaig intentar treballar d'això i em va sortir bé.

10/ ¿Líbia va ser el seu primer conflicte? No. Quan vaig començar a treballar amb mitjans, m'autoassignava cobertures internacionals, com Ruanda en l'aniversari del genocidi, les dones del PKK a l'Iraq... Líbia va ser un més. — IRENE CRESPO



EL GRAN GERMÀ D'AVUI

"¿Quin dret tenen els governs, les corporacions i els individus a recopilar informació de les teves comunicacions diàries?", es pregunten a *Watching you, watching me*, 22a mostra fotogràfica de l'Open Society Foundations (fins al 8 de maig a Nova York). Les imatges dels centres d'intel·ligència de Gaddafi abandonats durant la guerra del 2011 fetes pel català Edu Bayer [Barcelona, 1982] són "la quota de fotografia documental" entre nou propostes més que, de manera més artística, també reflexionen sobre la societat hipervigilada en què vivim.



ENTREVISTA

JOSEP PLAYÀ MASET
Barcelona

Giovanni Maria Vian (Roma, 1952), historiador del cristianisme i periodista, catedràtic de Filologia Patristica de La Sapienza de Roma, i director de *L'Osservatore Romano*, diumenge va ser a Barcelona per fer la conferència quaresmal "El sínodo dels pares i el sínodo dels mitjans".

El diari que dirigeix és conegut com el diari oficial de la Santa Seu, però també com el "diari del Papa" o el "diari menys llegit i més citat". Com li agrada definir-lo?

Segons Montini, que després va ser el papa Pau VI i tenia un gran coneixement i sensibilitat periodística, és un "singularissimo giornale". És diari (però no sortim els diumenges) i es publica setmanalment en sis idiomes més, amb dos mensuals, en polonès i un femení en italià. I un lloc on es descarrega gratuïtament tot en italià i es llegeixen notícies en set idiomes. És un diari de comentaris i idees, que té sobretot lectors laics. Difon de 12.000 a 15.000 exemplars al dia, però amb les seves edicions arriba a 400.000 còpies setmanals. Segons un rànquing americà està entre els deu diaris més influents. És més oficiós que oficial.

Quan Benet XVI el nomena director el 2007 li demana més informació internacional, més atenció a les esglésies orientals i més articles de dones. S'han mantingut aquestes recomanacions? N'han arribat d'altres per part del papa Francesc?

Sí, aquestes van ser les seves tres peticions. I més tard va enviar una altra carta en ocasió del 150 aniversari del diari en la qual ens parla de la història del diari subratllant-ne la importància. Pel que fa al papa Francesc, ens anomena el "diari del partit" i mig fent broma ens va dir: "No em facin gaire propaganda", en la línia del que diu quan veu pancartes que diuen "Visca Francesc", i convida a escriure "Visca Jesús". No li importa la seva persona sinó l'evangeli, és un papa missioner. Som el diari que més informa sobre el papa, sobre les seves activitats i les seves intervencions, lògic. Publiquem en la forma més àmplia les seves homilies de Santa Marta, que tant inter-

"Cal respectar les creences, siguin religioses o no"

Giovanni Maria Vian, director de 'L'Osservatore Romano'



Giovanni M. Vian, a l'església de la Concepció de Barcelona abans de fer la conferència quaresmal

rès desperten, i és normal que *L'Osservatore Romano* compleixi aquests objectius.

Projectes de futur?

El diari es renova cada dia d'alguna manera, perquè cada dia ha de suscitar l'interès dels lectors.

S'han plantejat donar notícies les 24 hores al web i de manera immediata?

Les introduïm a poc a poc, amb el personal que tenim i buscant una formació continuada. Som vint periodistes per a l'edició diària i vint per a les edicions setmanals i mensuals.

El papa Francesc ha demostrat que és molt comunicatiu. Sembla que li agrada el diàleg directe amb els periodistes.

Jo no ho diria així, val més dir que practica molt, i ell mateix diu que de vegades sembla com Daniel entre els lleons... però la relació que ha establert amb els mitjans és molt interessant.

I perillosa. Com quan en aquell viatge amb avió va dir: "Si el Dr. Gasbarri diu una mala paraula de la meua mare, pot esperar-se un cop de puny". Com s'ha d'interpretar?

Ell mateix va explicar que va voler apel·lar a la sensatesa i a la prudència. Es referia al respecte de les creences en una situació molt delicada, rebutjant clarament la violència.

Sembla com si existís una certa coincidència entre catòlics i musulmans respecte a la necessitat de posar límits a la llibertat d'expressió.

Seria oportú, que tots, laics i religiosos, i per descomptat els mateixos periodistes, trobessin un equilibri. És de sentit comú que la llibertat de cada un acaba on s'atropella la de l'altre. Moralment el respecte als altres és fonamental. No hi ha d'haver censura, és clar que no, però cal res-

pectar l'altre i les seves creences, siguin religioses o no. I tots ho hem de fer, cristians, musulmans, jueus.

Fins a quin punt l'arrel de la violència islamista no troba camp adobat en la religió?

N'hi ha que sembren violència, això és evident. Però no crec que cap religió autèntica pugui sustentar la violència. En el món islàmic s'ha obert un debat. I és normal, perquè moltes víctimes són musulmanes i aquests atemptats causen repulsa a l'islam. És una de les grans religions del món i no és assenyat atribuir-los culpes. Encara més, crec i espero que els musulmans puguin superar aquesta crisi que els fa tant de mal, també a la seva imatge. I amb tot el respecte hem d'ajudar-los en aquest camí.

La culpa de la violència és troba en les situacions de pobresa i marginació que viuen molts

musulmans als seus països d'origen o a Europa?

Per la informació que tenim no crec que siguin violències que s'expliquin principalment per la pobresa. És cert que la predicació fonamentalista pot aprofitar situacions de corrupció i condicions de vida difícils, però no és aquesta la causa del fonamentalisme. És interessant analitzar com a fenomen social el fonamentalisme entre els joves musulmans que viuen a Europa. Són joves que se senten decebuts i escandalitzats també pel materialisme occidental que no ofereix grans ideals, i això representa un desafiament

RECOMANACIONS

El Papa ens anomena "el diari del partit", i ens diu: "No em feu gaire propaganda"

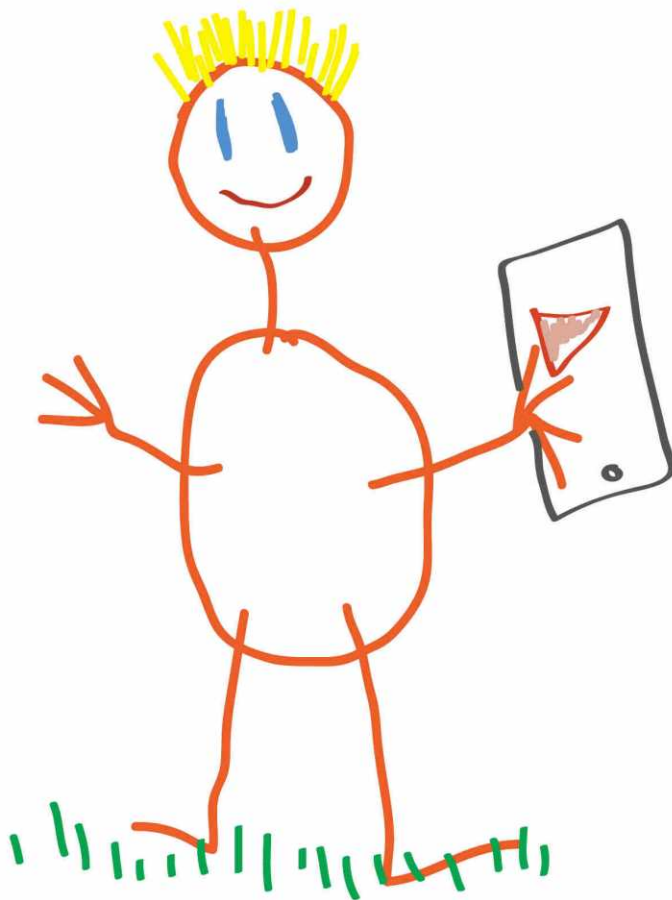
JOVES MUSULMANS

Estan decebuts pel materialisme occidental, que no ofereix grans ideals

ment per a aquestes societats, generalment d'origen cristià.

L'Església ha de quedar-se al marge de processos polítics com el que viu Catalunya?

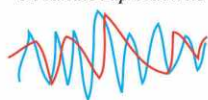
El camí que segueix l'Església a Catalunya és equilibrat. Els bisbes catalans són molt respectuosos amb el debat polític, de la mateixa manera que ningú no s'ha d'aprofitar de l'Església per a finalitats polítiques. La relació entre l'Església i el debat polític a Catalunya es desenvolupa amb respecte i autonomia. És una gran peculiaritat de la tradició cristiana saber distingir els àmbits i està bé que existeixi una distinció clara, tot i que sempre hi ha contradiccions i temptacions de barrejar les coses. Ho deia el polític i historiador Giovanni Spadolini respecte al debat Església-Estat a Itàlia: atès que a Roma el poder religiós està a un costat del Tíber i el polític a l'altre, la millor imatge és que el Tíber sigui cada vegada més ample. Això no significa que no hi hagi ponts, però la distància és bona, com diuen els evangelis: al Cèsar el que és del Cèsar i a Déu el que és de Déu.●



VÍDEO 'ONLINE'

YouTube Kids: de com el mòbil impulsa el negoci dels vídeos

La plataforma de Google, que cada cop és més rendible gràcies als 'smartphones', madura i es diversifica en canals i aplicacions



EL VÍDEO DIGITAL s'està enlairant per fi, però en lloc de fer-ho a l'ordinador, com s'esperava fa deu anys, l'impuls prové del telèfon i de les xarxes socials. I el que la gent veu són bàsicament vídeos de YouTube. Google, el seu propietari, ja fa anys que hi va inserir publicitat sense que la seva audiència se'n ressentís. D'altra banda, el cercador experimenta des del 2013 amb un canal YouTube de pagament i sense publicitat que s'espera que molt aviat passi a ser oficial. S'hi podran veure vídeos i també sèries i pel·lícules en *streaming* i en descàrrega a canvi d'una subscripció.

Fa uns mesos Google també va llançar YouTube Music Key, un servei de música tipus Spotify per al qual va fixar l'estrella pop Taylor Swift -que, precisament, va retirar les seves cançons de Spotify- i en el qual es poden escoltar les cançons sense necessitat de veure els vídeos. I ara acaba de presentar YouTube Kids, una aplicació per a mòbils enfocada als nens que els ofereix vídeos i dibuixos animats i filtra possibles continguts que els podrien ferir la sensibilitat. Una garantia per als pares, molts dels quals no deixen el nen davant la tele sinó davant del telèfon o la tauleta.

PODEM CONCLoure, DONCS, que YouTube és cada cop més important en el model de negoci de Google, i que potser encara ho serà molt més en el futur. La raó és que potència com cap altre servei la presència del cercador al mòbil i la tauleta, uns dispositius on no té tant protagonisme com a l'ordinador. Fins i tot, potser, Google espera quedar-se una porció del negoci dels continguts en aquest suport gràcies a YouTube.

Algun lector podria pensar que la creació de YouTube ha sigut la gran jugada estratègica dels fundadors de Google després del mateix cercador. I tindria raó si no fos pel fet que la presència del portal de vídeos dins de la corpora-

ció obeeix més als hàbits competitius que a la visió a llarg termini. La de YouTube va ser la primera gran compra que va fer Google, però no per aquest motiu va ser diferent de les altres. Cada vegada que una *start-up* li pot ser remotament útil, Google la compra, ja sigui per completar el seu trencaclosques corporatiu o bé per neutralitzar la competència a cop de talonari.

Precisament, la compra de YouTube va ser del segon tipus. Google va pagar 1.700 milions de dòlars per una plataforma que l'octubre del 2006 tenia una difícil monetització. Google ho va fer per evitar que YouTube anés a parar a les mans de Yahoo!, que pocs anys abans ja s'havia apropiat del banc de fotografies Flickr. Ha plogut molt, moltíssim, des d'aleshores, i Yahoo! ha perdut tot el seu poder fins a convertir-se en un espectre, però el 2006 encara plantava cara a Google i si hagués adquirit YouTube potser avui estariem parlant d'una empresa molt diferent.

Així que és possible que Google veïés ja el 2006 el model de negoci darrere dels vídeos, però el seu objectiu era clarament un altre: evitar que YouTube anés a parar a les files de l'enemic. Ara, en canvi, YouTube és probablement l'única clau que té Google per accedir a un futur que passa per força pel telèfon mòbil.

PER ENTENDRE-HO MILLOR caldria imaginar sobre un eix cartesià dues trajectòries: una per als beneficis publicitaris de Facebook i una altra per als de Google. Veuríem aleshores que hi ha un punt d'inflexió en què la primera es dispara i la segona comença a estancar-se. Aquest punt coincideix en el temps amb els últims tres anys, en els quals s'ha produït el salt definitiu de les dues empreses des de l'ordinador a les pantalles mòbils. Per a Facebook el salt ha sigut un èxit que s'ha reflectit en un 70% d'augment del benefici net publicitari.

En canvi, Google no ha sabut acollir tan bé la mobilitat. Tot i que continua presentant increments anuals del benefici, l'augment no ha superat el 20% des del 2011. A més, el benefici prové majoritàriament de les cerques des d'ordinadors, un negoci amb data de caducitat.

Google no troba la manera de colar el seu negoci tradicional als *smartphones*. Encara que posseeix el control absolut sobre Android, la publicitat en les aplicacions és molt poc rendible.

Així doncs, de moment l'amo del mòbil és Facebook, almenys pel que fa a la publicitat. Tot un problema per a Google, que haurà de fer alguna cosa aviat per revertir aquesta tendència si no vol caure de l'Olimp tecnològic. I aquesta vegada no n'hi ha prou comprant una nova empresa, sinó que es tracta d'augmentar el seu cabal d'ingressos perquè els accionistes no comencin a posar-se nerviosos després de veure que el preu de l'acció queia un 8% durant el 2014. En aquest context, YouTube pot ser no tan sols una bona compra sinó també un pont cap al futur.—**Jordi Sabaté**





LA VIOLÈNCIA TERRORISTA
COM A ACTE DE
REIVINDICACIÓ I CENSURA

Pau Miserachs

Polític i escriptor

Odi i negació de la llibertat d'expressió

L'atac terrorista que va patir a la seva redacció de París el passat 7 de gener la publicació francesa *Charlie Hebdo*, amb dotze morts, la majoria d'ells periodistes i dibuixants satírics, és una demostració més de l'estèril odi religiós i de la més brutal negació de la llibertat. No hi ha cap dubte que la publicació ha estat víctima d'un acte de revenja per haver dit, fet i defensat el dret a la crítica lliure. Els creatius de *Charlie Hebdo* han pagat amb la vida el seu amor per la llibertat d'expressió sense límits.

TAMBÉ HAN ESTAT ASSASSINATS a sang freda diversos servidors de l'ordre; un d'ells l'hem vist executat en ple carrer, estès ferit a terra. Era musulmà com els seus executors. L'única diferència era portar l'uniforme d'agent de la policia. Els assaltants no han respectat cap llei humanitària i van disparar a mort sense cap consideració ni pietat al policia ferit. Els executors s'han mostrat als ulls del món com a assassins per molt que cridaven invocant el nom d'un déu.

L'EXERCICI DE LA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ és una via necessària per arribar a la veritat de les qüestions, trobar respostes on es vol fer fosc. Com deia John Stuart Mill en el seu estudi *On liberty* sobre la llibertat, la veritat es descobreix mitjançant el debat i la confrontació de les idees. Quan en lloc de debat només parlen les armes per silenciar els discòls, no hi ha debat, no hi ha llibertat. Quan només parla la violència som davant un nou totalitarisme encara que la violència es ves-



JORDI SOLER

teixi de reivindicació.

HAN VOLGUT FER CALLAR PER SEMPRE *Charlie Hebdo* amb la força de les armes, assassinant la seva gent i amb aquest mitjà, esclafar la llibertat de pensament i d'expressió. Han fet en un país civilitzat el que estan fent cada dia al territori d'Estat Islàmic. La mort per actes violents dels que no es

confessen islàmics radicals és el que els fa notar. És l'islamisme partidari de la tirania. És el nou totalitarisme del segle XXI, destructor de la cultura, del coneixement i de la llibertat de paraula.

L'EXPRESSIÓ LLIBRE ÉS UN MITJÀ per millorar la societat, la democràcia, el coneixement, distingir el que és banal

del que és important, la tolerància de la intolerància. Amb l'intercanvi d'idees podem construir una veritat, desenvolupar idees noves. En la nostra societat no és admissible que l'ús de la llibertat d'expressió quedi només en mans d'uns quants. Però la democràcia també sabem que no interessa als terroristes.

AMB L'ASSALT TERRORISTA a *Charlie Hebdo* s'ha volgut crear un altre límit a la llibertat d'expressió: la violència terrorista com a acte de censura. El terrorisme islàmic amb aquest assassinat múltiple, volent imposar la tirania de les armes reconeix no ésser aquesta l'ètica del progrés, és l'antilibertat i el retrocés, la destrucció de la cultura i el coneixement.

L'expressió lliure és un mitjà per millorar la societat, la democràcia, el coneixement, distingir el que és banal del que és important, la tolerància de la intolerància

AQUEST ASSASSINAT COL·LECTIU de periodistes i creatius de *Charlie Hebdo* ha de merèixer la condemna més unànime de la nostra societat democràtica, com també les morts de cristians capturats per Estat Islàmic, pel sol fet de no ser musulmans. Cal que els quedi clar als terroristes que per molts atemptats que puguin voler dur a terme contra mitjans de comunicació i membres d'altres religions, mai no podran liquidar la llibertat d'expressió, inclosa la sàtira com a forma de crítica humorística, ni les altres religions. Aquest dret reconegut a tots els ciutadans forma part de la nostra identitat col·lectiva.



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Debat

No n'hi ha prou amb atendre i respondre "directament les queixes dels lectors". Ho diu el catedràtic d'Ètica Norbert Bilbeny. I afegeix: "Quan sigui professionalment exigible, la premsa ha de donar totes les explicacions i admetre el debat amb el seu públic i en públic" (*Ètica del periodisme*, Universitat de Barcelona, 2012).

Les vacances de Bárcenas. La cita és interessant perquè el lector Agustí Carbonell expressa la voluntat d'un debat més que no pas una queixa: "A *La Vanguardia* d'avui -ens deia diumenge passat- escriuen que Luis Bárcenas no ha anat al xalet de Baqueira tal com estava previst. És tant important -pregunta- que els lectors sapiguem que un presumpte delinqüent hagi anat o no de vacances? Crec -afegeix- que no cal fer-li tanta propaganda".

Quan la frivolitat i l'espectacle s'han apoderat de bona part del periodisme és fàcil d'entendre la pregunta del lector de Sitges. Acostumats a actituds de tota mena protagonitzades per personatges mediàtics amb l'única intenció d'obtenir presència als mitjans, podem creure que les vacances de l'extresorer del PP són més pròpies de la premsa rosa que no pas d'aquest diari.

David González, redactor en cap de Política, no ho veu així: "Estic d'acord en què la vida privada no és d'interès públic, però en aquest cas la importància no són les vacances del senyor Bárcenas. La notícia és transcendent perquè el seu protagonista està imputat per un dels casos de corrupció més importants a Espanya, ha estat preventivament a la presó més d'un any i mig i ara s'ha de presentar al jutjat tres cops per setmana".

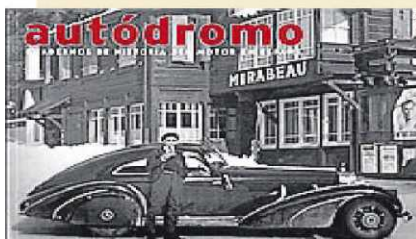
Al llibre citat, Bilbeny indaga sobre la utilitat del periodisme i diu que la seva finalitat va "molt més enllà d'estar al corrent d'allò que passa". Ens ha de permetre, diu, "entendre el món complex on vivim" i "si ho volem -afegeix- contestar a la pregunta d'on som?". Bárcenas ha anat finalment a la Val d'Aran. I veure'n la foto, el dimarts, davant del jutjat de Vielha es pot interpretar de moltes maneres. Però informar dels "moviments i la capacitat de despesa de Bárcenas -explica David González- és públicament rellevant, més enllà de la seva vida privada. Es tracta de respondre a la pregunta 'on és Bárcenas', atès l'evident risc de fuga que justifiquen les mesures cautelars que li han imposat. Tant si està esquiant -com és el cas- o a casa seva". Cal deixar clar el límit amb la premsa rosa i entendre que no va ser el morbo el detonant de la informació.

El rescat de la C-17. És difícil entendre una novel·la començant pel mig. Una telesèrie es pot comprendre sense veure'n el principi, perquè cada capítol conté referències dels anteriors. Els diaris s'haurien d'assemblar a les sèries. Marta Ollic i Castanyer, lectora de Vic, es queixa que en la informació del dissabte 21 (pàg. 65) "*La Vanguardia* parla del rescat de la C-17 sense especificar que només afecta al tram Centelles-Ripoll". La informació estava centrada en l'impacte que el rescat tindrà en els comptes de la Generalitat i era la continuació de la primera pàgina d'Economia del dia anterior, on s'explicaven les característiques d'aquesta via i un mapa en mostrava el recorregut i el tram afectat. Un diari és el relat seqüencial de l'actualitat. La novetat és el que compta. Però cal que hi hagi un equilibri entre la informació del dia i els referents explicats, sobre la mateixa història, els dies anteriors. I no sempre s'encerta. La lectora es queixa també que la fotografia que il·lustrava la informació del dissabte no correspon a l'autovia de Vic a Ripoll, sinó que mostrava la inauguració del desdoblament de l'eix transversal (C-25), a Osormort. I aquí no ni ha debat possible. Té raó. Va ser un error que cal assumir i demanar disculpes.●

Els lectors poden escriure al Defensor del Lector
(defensor@lavanguardia.es) o trucar al 93-481-22-99



La revista 'Autódromo' compleix deu números



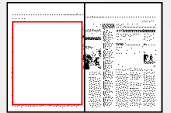
Títol: Autódromo, cuadernos de historia...

Pàg.: 68 color i b/n

Text: espanyol

Preu: 15,00 euros

Desè número de la revista trimestral *Autódromo*, especialitzada en temes històrics del món del motor a Espanya. Tema central espectacular: els cotxes del famós oftalmòleg barceloní Ignacio Barraquer, gran aficionat a la velocitat i als automòbils. Entre la seva esplèndida col·lecció hi figurava un exclusiu Mercedes 540 K que encara es conserva.



EN ECODIARIO.ES

El plan de fichajes de Bartomeu se centran en devolverle el golpe al Real Madrid

IBEX 35 11.115,40 ▼ -0,22%	EUR/USD 1,1198 ▼ -1,05%	DOW JONES 18.188,64 ▼ -0,14%	NIKKEI 225 18.797,94 ▲ +0,06%	NASDAQ 100 4.461,90 ▼ -0,01%	EURO STOXX 50® 3.578,84 ▲ +0,11%	DAX 11.340,3
-------------------------------	----------------------------	---------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	-----------------

DEBATE SOBRE EL ESTADO DE LA NACIÓN

El Gobierno anuncia una bonificación para los nuevos contratos indefinidos



91 Comentarios

Según la medida planteada por Rajoy, el empresario no tendrá que cotizar a la Seguridad Social por los primeros 500 euros del sueldo del trabajador. La medida podría aprobarse el próximo

INVERSIÓN



elEconomista.es renueva su imagen sin renunciar a la esencia de su éxito

Nuestra página web presenta un ambicioso rediseño para facilitar la navegación y mejorar la experiencia de los lectores con importantes novedades y los recursos más vanguardistas del sector

elEconomista.es presenta desde este lunes una nueva cara, un rediseño del líder indiscutible de la prensa económica en español con casi cinco millones y medio de usuarios en todo el mundo y que lo convierten en el segundo diario financiero con más lectores a nivel global, tan sólo por detrás del estadounidense *Wall Street Journal*.

Este cambio del portal está enfocado a potenciar los elementos que han convertido a *elEconomista.es* en el medio preferido por los lectores interesados en información económica: las mejores noticias de actualidad para entender la realidad económica y de mercados, la más completa información de bolsa con cotizaciones de los princi-

Un cambio para potenciar las fortalezas del líder indiscutible de la prensa económica

pales mercados europeos, americanos y asiáticos, cotizaciones de divisas, materias primas, renta fija... En definitiva, todo aquello que los lectores pueden necesitar para tomar mejores decisiones.

Nueva portada

El mayor cambio se produce en la puerta de entrada, la portada de *elE-*

conomista.es. Desde hoy los lectores encontrarán una puesta en página más limpia, con retoques tipográficos que mejoran la legibilidad de las noticias, pero sin perder la identidad a la que ya estaban acostumbrados. Una nueva portada más moderna que se ha reestructurado para ofrecerles más servicios y donde gana espacio la información con nuevos módulos de apertura que permiten entender de un sólo vistazo cuáles son las claves de la actualidad diaria, pero sin perder el espacio de análisis y opinión, que a partir de ahora acompañarán algunos artículos, para que el lector tenga una visión global de lo que está pasando y forme su propio punto de vista.

Nuevos módulos de apertura para entender de un vistazo las claves de la actualidad diaria

La información de los mercados también tiene más presencia, con una nueva barra de cotizaciones en la que se podrán consultar no sólo las bolsas españolas y los principales mercados mundiales como se venía haciendo hasta ahora, sino también las cotizaciones de las principales bolsas latinoamericanas. Un despliegue informativo que no en-

contrará en ningún otro medio.

El flash del mercado, la herramienta con la que desde que nació *elEconomista.es*, hace nueve años, tomamos el pulso a los mercados, sigue siendo uno de los protagonistas de la portada y su presencia se destaca más ya que pasa a tener una posición central. Pero también añadimos más información de bolsas, con módulos que le informarán de las principales subidas y bajadas de los mercados mundiales, o que también le permitirán conocer el precio de la prima de riesgo de los países europeos.

El análisis y los contenidos de opinión también ganan espacio en la página para facilitar la interpretación de las informaciones más re-



Las ocho claves del nuevo diseño

- 1 Portada**
Nada más entrar al portal se perciben los cambios más relevantes. La portada, tras el rediseño, permite entender las claves informativas del día en un solo vistazo.
- 2 Fotografía**
La imagen gana peso en sintonía con las nuevas tendencias de la información en Internet.
- 3 Video**
Los vídeos cobran mayor relevancia con módulos mejorados y más contenidos propios que sacarán el máximo partido a las nuevas características.
- 4 Secciones**
Las secciones favoritas de los lectores ganan peso y se muestran con mayor claridad en la portada de la web para facilitar el acceso a ellas.
- 5 Noticias**
El interior de las informaciones mejora la visualización de los contenidos complementarios y ofrece una lectura más cómoda y ágil.
- 6 Autores**
La página empleará un nuevo método de clasificación que permitirá conocer mejor a nuestros periodistas y seguir su actividad.
- 7 Tipografía**
Algunos cambios tipográficos permitirán una lectura más cómoda.
- 8 Estabilidad**
Pese a la importancia de los cambios, es clave lo que se mantiene, la esencia de los contenidos que han hecho de elEconomista.es un portal líder.

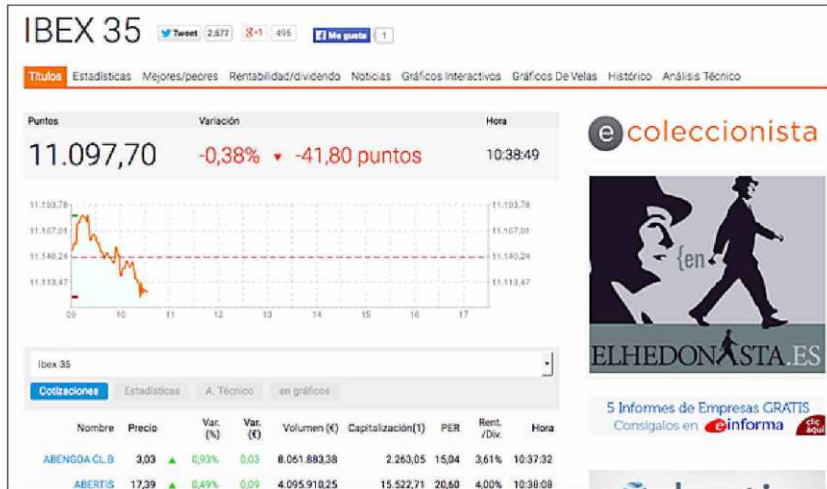


levantes. Para que el lector disponga de todos los medios a su alcance para interpretar la actualidad económica.

Nuevas secciones

Con esta nueva portada se mantiene el espíritu que ha hecho de *elEconomista.es* el referente de la información económica en Internet. Así, la información de Ecotrader, el servicio para inversores que ayuda a tomar las mejores decisiones con consejos sobre cómo y dónde invertir, pasa a tener una presencia fija destacada en la home, lo que permitirá conocer mejor el servicio por parte de los usuarios. También ganan peso la información de emprendedores y pymes, que ahora contará con un acceso directo desde portada con las noticias más importantes del día de esta temática, y la información de legal con un nuevo módulo en el que se repasarán las claves de día de los tribunales y legislación.

Pero no todo es información financiera, ya que los lectores de *elEconomista.es* encontrarán a partir de ahora también toda la información del mundo del motor, con noticias, pruebas, análisis de coches y un acceso directo a una completa base de datos de coches con todas



Capturas de la portada, el interior de una información y la cotización del Ibx 35, ya con los cambios en el diseño.

su características.

Pero estos cambios no se quedan en su portada, ya que los usuarios encontrarán una importante mejora en el interior de las noticias. Hemos prestado especial cuidado a dos de los elementos claves del portal: las páginas de noticias y las fichas de valores. Las nuevas páginas de noticias también se han limpiado y reorganizado para facilitar la lectura y se adaptarán con distintos tipos de información asociada para dar todas las piezas que el lector necesite para tener una imagen clara de la realidad, lo que ocurre, su contexto, sus consecuencias.

Los cambios, no obstante, están dirigidos a mejorar la experiencia manteniendo una imagen reconocible para los lectores. En este punto el esfuerzo ha sido especialmente significativo dado que cinco millones y medio de usuarios avalan nuestra forma de presentar la información. Y por tanto, las mejoras que pide la evolución de la web debía respetar los usos del lector fiel.

Por otra parte y en esta misma línea, las fichas de valor se han mejorado para que de un solo vistazo los inversores puedan encontrar el precio de la cotización, el gráfico que da la evolución diaria del valor, y toda la información complementaria

Videos y fotos más grandes, gráficos e infografías tomarán el pulso económico de la actualidad

taria con datos estadísticos del valor, noticias, recomendaciones, gráficos interactivos y análisis que ayudarán a tomar mejores decisiones de inversión.

Contenidos para todos

Con la nueva imagen de *elEconomista.es* se permite además un acceso más rápido y sencillo a las informaciones que más interesan a cada lector. Blogs, servicios, firmas, cotizaciones, encuentros digitales... Cada lector de *elEconomista.es* tiene sus preferencias, sus propios usos y sus secciones favoritas, necesidades que se verán satisfechas con un diseño que facilita el acceso directo a los distintos tipos de contenidos que se ofrecen.

En este sentido, las nuevas fichas de autor también permitirán poner rostro y conocer mejor a los periodistas que firman las informaciones de *elEconomista.es* y seguir su

actividad, ya que en su perfil podrá encontrarse una relación con todos sus artículos.

Más imagen, más información

elEconomista.es fue el primer portal de su sector que apostó por los contenidos gráficos de calidad: vídeos y fotos más grandes, gráficos e infografías le tomarán el pulso a la economía y a las finanzas. En un contexto y un tiempo eminentemente visuales, la presencia del vídeo también cobra especial relevancia en este cambio de cara y el internauta podrá disfrutar cada día de destacados análisis propios sobre la sesión bursátil así como los últimos comentarios sobre lo que está ocurriendo en Wall Street.

Nueve años de experiencia

En definitiva, el nuevo diseño resume y plasma la experiencia de nueve años de trabajo en *elEconomista.es*. Saber qué es más útil e interesante para los usuarios ha permitido que el diseño esté perfectamente adaptado a ellos. Meses de trabajo y estrecha colaboración entre diseñadores, programadores y los propios periodistas han dejado como fruto esta nueva imagen que seguro cumplirá las expectativas de los internautas más exigentes.



Desaparició d'un impulsor de la música rock a Catalunya

Consternació per la mort del periodista musical, director del veterà programa de Catalunya Ràdio 'Tarda Tardà'

L'última paraula de Jordi Tardà

Montse Frisach
BARCELONA

Amb un "hola, familia" començava el seu programa. I l'acabava amb el cèlebre "paraula de Stone". El periodista i crític musical Jordi Tardà, mort ahir per problemes respiratoris a la seva casa de Mataró als 60 anys, va consolidar una manera de fer periodisme musical al ràdio en català amb el programa *Tarda Tardà*, que s'ha emès durant 30 anys a Catalunya Ràdio i que era el programa radiofònic de rock més veterà a Europa. Tardà, que a principi del mes de febrer va anunciar a Facebook que aturava la seva activitat per un temps per problemes de salut, va deixar enregistrat l'últim programa, dedicat a la gira de presentació del disc *Born to run*, de Bruce Springsteen, del 1975, que es va penjar dissabte al web de la ràdio.

Malgrat la seva malaltia, la mort de Tardà va agafar ahir per sorpresa companys de la professió periodística i del sector musical perquè el crític havia tocat moltes teclès: locutor, promotor musical, escriptor i col·leccionista d'objectes relacionats amb la música, cosa que

l'havia portat a organitzar durant vint anys la popular Fira del Disc i del Col·leccionisme a Barcelona, Girona i Reus. L'èxit d'aquestes fires, famoses per les seves subhastes de *memorabilia*, era molt gran, com ho demostra la xifra de les 83.000 persones que van passar per l'última edició barcelonina.

Museu del Rock

Tardà també va poder tirar endavant un dels seus somnis: inaugurar un museu dedicat a la història del rock. Va ser el 2011, coincidint amb l'obertura del recinte del centre comercial de les Arenes, a la plaça Espanya de Barcelona. L'aventura, però, va durar menys d'un any per problemes econòmics. En tot cas, Tardà va ser un lluitador nat, mogut sempre per la seva passió per la

Per l'última Fira del Disc i del Col·leccionisme hi van passar 83.000 persones

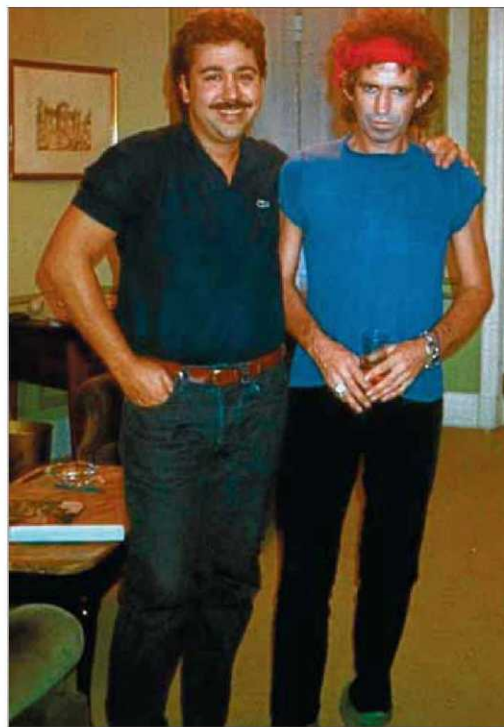
música i per altres àmbits, com ara la seva afició pel personatge Tintín.

Nascut el 1955 a Mataró, Jordi Tardà ja era un col·leccionista de discos empedreït de petit i havia explicat molts cops que quan tenia vuit o nou anys ja reunia els seus amics al despatx del seu pare per fer-los escoltar discos de rock i llegir els àlbums de *Tintín*. Així que Tardà va aconseguir fer de la seva passió i aficions la seva professió. "La meua vida no tindria sentit sense el rock", havia afirmat.

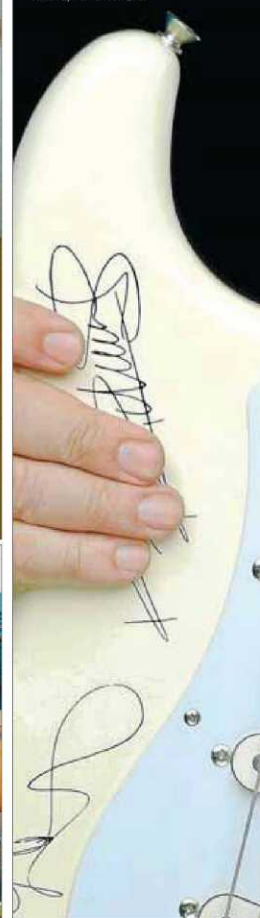
Keith Richards

El seu pas per la promotora musical de Gay Mercaader als anys setanta li va permetre conèixer personalment molts artistes d'abast internacional, uns contactes que posteriorment serien fonamentals per a la seva feina posterior com a periodista musical. Els que més el van marcar van ser els Rolling Stones, en les seves gires espanyoles del 1976 i el 1982, i amb els quals Tardà començaria a tenir una relació personal, sobretot amb Keith Richards.

Una de les trobades de Tardà amb els Stones, segons havia explicat moltes vegades el mateix perio-



Tardà, amb Keith Richards i amb el bateria dels Beatles Pete Best (a sota). Aquí, amb una guitarra dels Stones ■ CATALUNYA RÀDIO/PERE VIRGILI



distista, va coincidir quan a ell li havien diagnosticat un càncer limfàtic. Els metges li havien donat tres mesos de vida i ell sempre donava a entendre que haver conegut el mític grup l'havia ajudat a refer-se de la malaltia. Quan Richards va saber que el músic s'havia recuperat, va dir que potser havia fet un miracle.

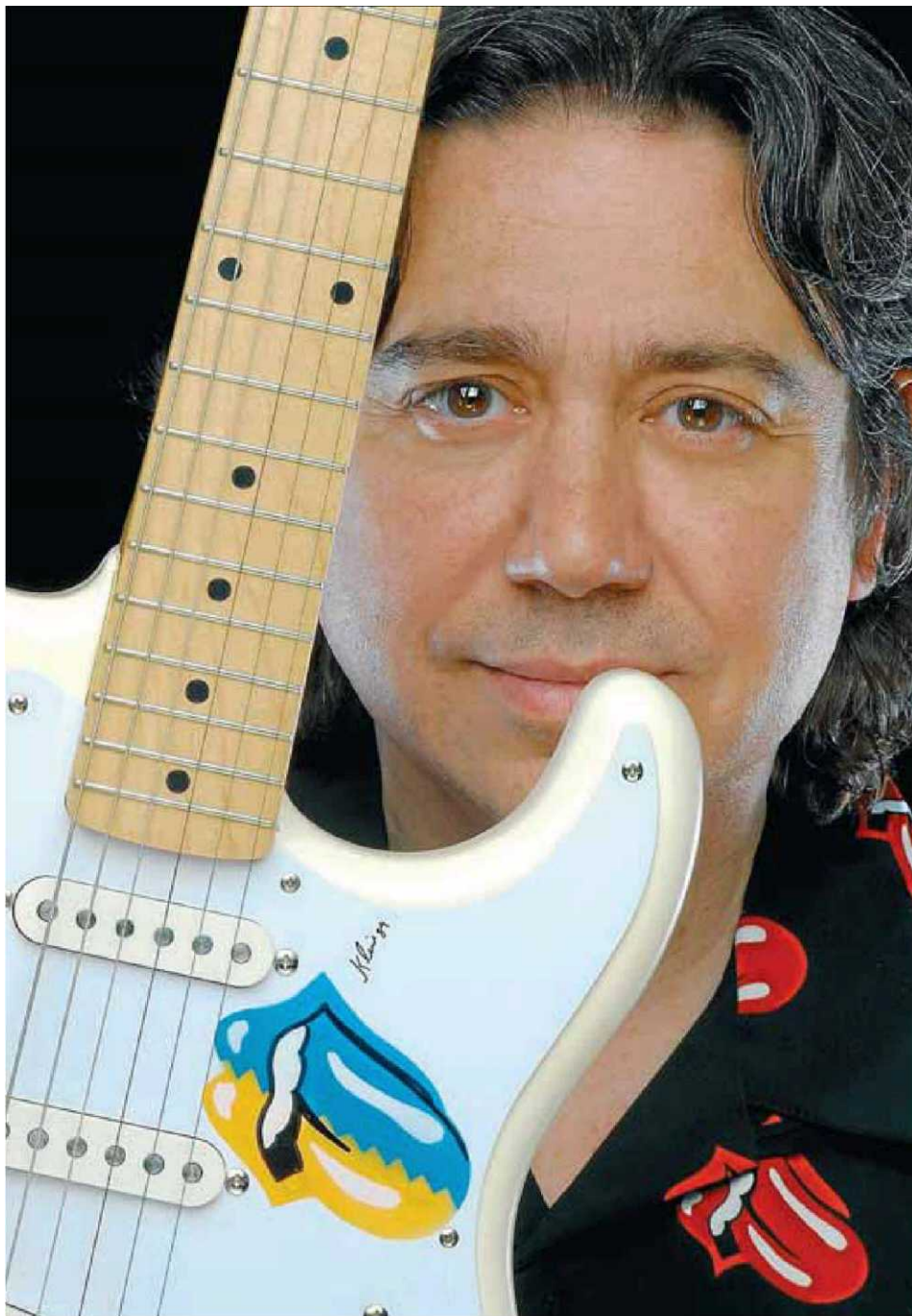
Posteriorment, Tardà es va incorporar al projecte de Catalunya Ràdio i el 1985 va engagar el que seria un dels programes més emblemàtics de la cadena, *Tarda Tardà*, que al prin-

cipi ocupava tota la franja horària de tarda dels dissabtes. Amb els anys, però, a causa dels cada cop més freqüents canvis d'horari de les retransmis-

El programa 'Tarda Tardà' complia enguany la seva trentena temporada

sions esportives, el programa va passar a Catalunya Cultura, després a Icat.cat i finalment al web de l'emissora.

El programa *Tarda Tardà* mai es va plantejar com un programa d'actualitat musical, ja que sovint es recuperaven concerts antics o discos mai publicats. En el primer programa es va retransmetre el festival Live Aid des de l'estadi Wembley de Londres. Aquesta temporada, al setembre, el programa va obrir amb una exclusiva mundial entrant a l'estudi de gravació



del nou disc dels U2 a l'estudi de Niça. En el programa s'havien donat notícies com que els Beatles supervivents estaven gravant noves cançons amb una cinta amb la veu de John Lennon.

L'altra faceta de Jordi Tardà va ser la de col·leccionista d'objectes relacionats amb la música. Havia aconseguit un fons amb més d'un milió de documents, 80.000 vinils i nombrosíssims objectes de *memorabilia*, entre els quals l'últim piano de John Lennon. La col·lecció havia estat nomenada patri-

moni cultural de la Generalitat. Després del tancament del museu de Barcelona, Tardà havia explicat que havia rebut ofertes des de Brussel·les per exposar tot aquest fons.

Tardà també havia publicat llibres sobre música, com ara *John Lennon, la biografia d'un geni*, *Paraula de Stone* i *Diari d'un col·leccionista* i la novel·la *La porta de l'infern*.

Reaccions

Les reaccions per la mort de Tardà ahir van remarcar especialment la seva feina com a pioner del pe-

riodisme musical en català. El director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, va dir que "no es pot explicar" la història musical de l'emissora sense la figura de Jordi Tardà.

El president de la Generalitat, Artur Mas, va definir Tardà com "un gran entusiasta de la música i la ràdio", i el conseller de Cultura, Ferran Mascarell, va destacar que "tota una generació del rock passés per Catalunya". Per exprés desig de la família, Jordi Tardà serà enterrat en una cerimònia íntima. ■



Paraula eterna de Stone

Mor als 60 anys Jordi Tardà, el principal cronista català de la història del rock

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

"Només és rock and roll, però m'agrada", cantaven els Rolling Stones. Però no: Jordi Tardà sabia que es tractava d'alguna cosa més que de simple rock and roll i, per això, va decidir abocar-hi l'existència. Més que música, era un estil de vida. Ahir va morir qui quedarà com a principal cronista radiofònic en aquest país de la història del rock, víctima d'unes complicacions respiratòries. Tres setmanes enre s'havia operat la pleura, una intervenció que havia superat positivament. Però diumenge a la matinalada va patir una recaiguda de la qual no es va poder recuperar. Tenia 60 anys.

Nascut a Mataró el 1955, Tardà va aterrar a Catalunya Ràdio el febrer del 1983 procedent del programa *Musical Express*, de TVE, que presentava Àngel Casas. El seu primer espai a la casa va ser *Inèdits i pirates*, en el qual ja explotava el seu gust per capbussar-se en arxius a la recerca de

l'últim tema ocult dels grans grups de la música. Dos anys més tard posava en marxa el mític *Tarda Tardà*, tres hores de magazín musical -dues hores, posteriorment-, que enguany celebrava la 30a temporada i es convertia en el programa del seu gènere més veterà d'Europa. Ell mateix era el locutor més veterà encara en actiu de l'emissora.

El seu grup de referència van ser els Rolling Stones. El riff inicial de *Satisfaction* era el que servia per identificar el programa. I el locutor deixava anar sovint el seu lema, "Paraula de Stone", que es va convertir en el nom de la seva empresa. Va conèixer els membres del grup mentre treballava per al productor de concerts Gay Mercader, l'any 1982. I considerava que acompanyar la banda per la seva gira va ser un dels factors que el van ajudar a superar un càncer del qual es recuperava.

Pel *Tarda Tardà* hi van desfilar infinitat de músics de primera línia internacional. La seva dilatada trajectòria li va permetre travar amistat amb moltes celebritats de la música popular, que sovint van corres-

pondre-hi amb cançons o concerts en exclusiva. En un dels seus últims programes hi va incloure cançons inèdites de David Bowie, com una singular versió semiacústica del *White light, white heat*, de la Velvet Underground. Ho explicava a aquest diari en conversa telefònica fa unes setmanes, i el to de veu delata una excitació que anava més enllà del mer compliment professional: hi havia també la vibració del fan davant una joia oculta.

Remenant entre vinils

Col·leccionista empedreït, el seu fons té el reconeixement de Patrimoni Cultural de la Generalitat. Va ser el creador de la Fira del Disc, ja el 1985, per la qual van desfilar milers i milers de persones que compartien la passió d'embutrar-se els dits desenterrant vinils incunables. La trobada era comercial, però també mitòmana: en la tradicional subhasta de marxandatge musical hi podien emergir les pertinences més peculiars de les estrelles del rock. Un altre dels seus projectes va ser el Museu del



Conservat Catalunya Ràdio reunirà a la web el seu llegat radiofònic

Rock, que va tenir una curta durada, de poc més d'un any.

El periodista alimentava una segona filia, eclipsada per la melomania: el personatge de Tintín, creat per Hergé. El 25 de desembre va entrevistar l'actor que havia encarnat el singular reporter a les pel·lícules dels anys 60. Jean-Pierre Talbot, però, no va respondre com a in-

Les reaccions

Jordi Basté

PERIODISTA

"Avui la banda sonora original de Catalunya hauria de ser el 'Satisfaction' dels Stones. Descansi en pau, amic Jordi Tardà. Tants dissabtes amb tu, la Romy i el Cutillas"



Xavier Graset

PERIODISTA

"El dolor torna a picar la porta. L'adéu sentit per Jordi Tardà i la seva dèria musical i radiofònica"

Pere Gener

MÚSIC

"Hi havia una relació tan maca, amb mi i amb tots els músics... Sempre tenies les portes obertes, d'ell i del seu programa"



Ferran Mascarell

CONSELLER DE CULTURA

"Ha fet una aportació extraordinària a la vida cultural del nostre país com a periodista de ràdio, però també com a persona que als anys 60 va connectar amb la música que es feia al món i sense cap complex ens la va portar a Catalunya"



Ramoncín

MÚSIC

"El Jordi no va ser un hipòcrita, que és el que més es porta en aquest negoci. I hi ha sigut sempre. Teníem una relació molt interessant sobre com passen les coses. Érem germans"

Joaquim Nadal

POLÍTIC

"Cada 31 de gener, i sempre, afegiré un altre trist buit a la panxa. Jordi Tardà ja no passejarà els paisatges estimats"

Neus Bonet

DEGANA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES

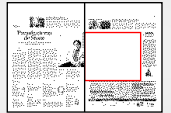
"Mossegada al cor per la mort massa aviat del company Jordi Tardà de Catalunya Ràdio. Bon viatge"



Gorka Knörr

CANTAUTOR I POLÍTIC

"Trasbalsat per la mort de l'amic Jordi Tardà. La música, la ràdio i la cultura catalana estan de dol"



tèrpret sinó que es va posar en la pell de personatge per emular que era el mateix Tintín qui concedia l'entrevista.

El locutor va radiar també una maratoniana crònica del rock and roll més clàssic en el seu programa *Dia a dia, rock a rock*, en què anava desgranant amb detall les efemèrides més significatives d'aquest estil.

En uns temps de grans canvis en els consums culturals, Tardà es considerava un resistent. "La radiofórmula s'ha imposat i costa molt trobar programes especialitzats, que han acabat en mans dels mateixos músics, com Bob Dylan, que té el seu programa de ràdio", explicava al setembre a una entrevista amb l'ARA. "De discjòqueis especialit-

Tardà, amb una de les peces del Museu del Rock que va impulsar. SCOTT

CHASSEROT

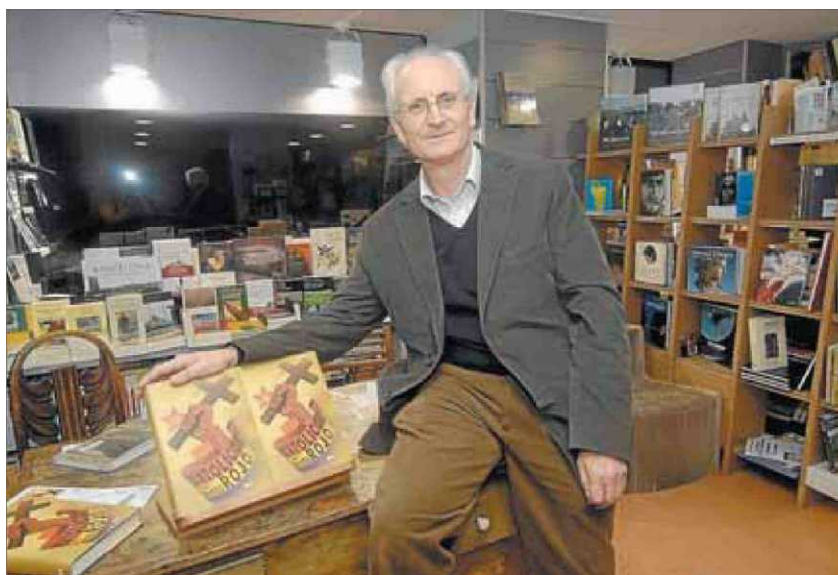
zats en rock en quedem pocs, però resistim!"

En els últims anys els seus programes s'havien desplaçat de les ones a internet. El cronista va patir un canvi substancial quan els partits de futbol van deixar d'estar concentrats en el diumenge i van envair també el dissabte a la tarda. Això va fer que el programa marxés a Catalunya Cultura, on tenia garantida la regularitat setmanal. Va continuar amb el canvi a iCatFM i també quan l'emissora va passar a ser exclusivament *online*. Amb motiu de la trentena temporada el *Tarda Tardà* s'allotjava aquests mesos a la web de l'emissora mare.

El director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, destacava per a aquest diari la "passió" amb què Tardà feia el seu programa. "Només duent als límits aquesta passió s'entén l'elevat grau de coneixement d'algú per una matèria com tenia ell. I aconseguia explicar-ho tot des d'un punt de vista concret. Narrava la història de la civilització des del prisma del rock: era capaç d'estirar el fil d'una anècdota per fer-te veure que tot plegat era més complex del que podia semblar".

Segons explicaven fonts de l'emissora a l'ARA, Catalunya Ràdio recuperarà el principal llegat radiofònic de Tardà i el posarà a disposició dels oients al seu Arxiu Sonor, l'apartat de la web que destaca part dels fons generat per les ràdios de la Generalitat.

Amb la mort de Jordi Tardà, Catalunya Ràdio encadena en tot just un any la tercera desaparició prematura d'alguna de les seves veus més significatives, després de les morts de Tatiana Sisquella i Joan Barril. —



L'escriptor Daniel Arasa, en una imatge d'arxiu, amb un dels seus llibres sobre la Guerra Civil. FOTO: JOAN REVILLAS

ENTREVISTA | Daniel Arasa Periodista i escriptor

'La cobertura de la batalla de l'Ebre fou un fracàs periodístic'

ANDREU CARALT

- 'Según el plan previsto. La información y la propaganda en la batalla del Ebro'. Feia anys que treballava en aquesta tesi, de 650 folis?

- Feia anys que treballava en un llibre sobre la batalla de l'Ebre i anava recollint informació. De fet, el 2008, arran d'un congrés internacional celebrat a Móra d'Ebre, vaig decidir fer-ne un i publicar-lo el 2013. Tanmateix, vaig rebre altres encàrrecs i l'obra no es va acabar. Impartia classes a la Universitat Pompeu Fabra i a l'Abat Oliba. En aquesta última em van proposar escriure una tesi doctoral... en un inici no m'interessava però vaig pensar en la idea del llibre.

- I ho va fer en forma de tesi per obtenir el doctorat?

- El format de tesi t'obliga a seguir una metodologia estricta i sotmetre't a un tribunal molt qualificat... em va semblar interessant. La tesi ha estat qualificada com a *summa cum laude*. He obtingut el doctorat quan m'he jubilat, vaig deixar de fer classes el passat estiu.

- I ara, se'n farà un llibre?

- És possible que la mateixa tesi s'editi sencera. Ara bé, a partir de la tesi es publicaran diversos llibres. N'hi ha un que es publicarà el proper 19 de març 'La batalla de las ondas en la Guerra Civil Española'. El llibre parlarà d'un treball de màster i part de l'obra apareix a la tesi. També se'n publicarà un sobre les claus polítiques i militars de

PERFIL | El periodista Daniel Arasa (Jesús, 1944) ha publicat una vintena de llibres, alguns sobre la Guerra Civil. Ha estat redactor en cap d'Europa Press durant 26 anys i professor a la Pompeu Fabra i l'Abat Oliba. Acaba d'escriure una tesi doctoral sobre la premsa i la propaganda a la batalla de l'Ebre.

la batalla de l'Ebre i un tercer sobre els corresponsals estrangers a la batalla de l'Ebre.

- Quins aspectes més rellevants creu que aporta la tesi?

- D'una banda, documentar que el bàndol nacional coneixia perfectament que seria atacat i, de l'altra, que la batalla de l'Ebre va ser un fracàs del periodisme. Diuen que la veritat és la primera víctima d'una guerra, doncs la Guerra Civil i la batalla de l'Ebre fou un paradigma extrem del que va ser la manipulació i la desinformació.

- Hi havia molts corresponsals estrangers.

- El seu paper va ser negatiu. N'hi havia bastants, cert, però no tants com a l'inici de la guerra. Els del bàndol republicà no informen sobre el terreny, ho fan des de Barcelona i només realitzen algun viatge a l'Ebre. Les informacions es nodreixen de comunicats de guerra i del que els hi explicaven els republicans. Al bàndol nacional era similar, tot i que trobem corresponsals més propers, a Gandesa i Casp, però també a Saragossa i Burgos.

- I periodistes catalans?

- Ben pocs. Algun viatges al front però no una cobertura

completa. És una guerra molt ideològica i a vegades es barreja el rol de soldat amb el de periodista.

- Com s'informava la població?

- Dels comunicats oficials o de les cròniques de guerra dels periodistes. Hi ha tres periodistes del bàndol nacional que feien bones cròniques per Ràdio Nacional d'Espanya, creada el 1937 pel bàndol nacional. Aquestes cròniques eren transcrites als diaris i es llegien.

- Els soldats rebien informació del que succeïa?

- De ràdios no n'hi havia al front. A vegades s'informaven a través dels altaveus que col·locaven els dos bàndols i 'punxaven' la ràdio. Els soldats rebien diaris. En el bàndol republicà les unitats (divisions, brigades) editaven butlletins.

- Quin diari va realitzar la millor cobertura?

- Entre els estrangers, el *New York Times*. Com a mínim tenia corresponsals als dos bàndols. Entre els espanyols, cap, tot i que n'hi havien de ben escrits com *La Vanguardia* i l'*ABC* de Madrid. Estaven completament polaritzats i només s'oferia una versió dels fets.



La primavera de los medios digitales en Venezuela

Varias cabeceras desafían en Internet el bloqueo informativo del Gobierno

MARIANGELA PAONE
Madrid

Las cada vez mayores restricciones a las que se enfrentan los medios tradicionales en Venezuela están teniendo un inesperado efecto colateral. Ante la caída de la publicidad y las crecientes presiones del poder político y económico, florecen en el país las iniciativas de grupos de periodistas que buscan en la Red un espacio de independencia en un sistema informativo en crisis. Son varias las nuevas cabeceras digitales lanzadas en los últimos meses, especialmente tras el bloqueo informativo posterior a las protestas que sacudieron Venezuela entre febrero y julio del año pasado.

“La situación de los medios tradicionales ha provocado que muchos periodistas abandonen sus redacciones, bien sea por haber sido despedidos al no acatar órdenes de censura, o por una decisión voluntaria, y están migrando hacia medios que comienzan a desarrollarse en las plataformas digitales”, explica Marianela Balbi, directora ejecutiva del Instituto Prensa y Sociedad Venezuela (Ipsy-Venezuela). “En el último año, a raíz de los cambios en la propiedad de medios y los flagrantes casos de censura, han surgido medios digitales que buscan sustituir la oferta informativa que no

están ofreciendo los medios tradicionales”, añade. Según un estudio de Ipsy-Venezuela, publicado en octubre del año pasado, el 34% de los periodistas encuestados reconocen que han sido censurados por poderes estatales, especialmente por el Ejecutivo.

Es el caso de Laura Weffer, periodista de investigación que dejó su periódico tras ver censurado un reportaje sobre las llamadas *guarimbas*, las protestas callejeras. “Trabajaba en *Últimas Noticias* y escribí una crónica en la que retrataba a los protagonistas de la protesta y a los agentes. Y finalmente no gustó porque consideraron que yo estaba comparando a unos *delincuentes* con la policía. La humanización resultó subversiva en un contexto en el que existe la tendencia por parte del poder a deshumanizar al otro, a aumentar la desconfianza”, relata. Un año y medio después, Weffer ha estado en Madrid para presentar su nuevo proyecto y lanzar una campaña de *crowdfunding* (mecenasazgo colectivo) para financiarlo: el diario digital *Efecto Cocuyo*. El nombre es una declaración de intenciones. El cocuyo es un insecto parecido a las luciérnagas. “Descubrimos que antiguamente los indígenas agarraban un puñado de cocuyos y andaban con ellos para aclarar el camino. Así que pensamos que muchos co-



Varios opositores escriben en un mural, en una protesta el 28 de febrero en Caracas. / C. G. RAWLINS (REUTERS)

Un 34% de los periodistas admite haber sido objeto de la censura estatal

cuyos reunidos crean el *efecto cocuyo*, la posibilidad de traer luz en medio de la oscuridad”, explica.

A esta nueva galaxia de medios pertenecen también *Poderopedia*, versión venezolana de la homónima plataforma de periodismo de investigación chilena; *Runrun.es*, fundada por el conocido periodista Nelson Bocaranda, y *Armando.info*. La idea de Armando nació hace cuatro años y se ha convertido en un proyecto profesional. Sus fundadores, Jo-

seph Poliszuk, Alfredo Meza y Ewald Scharfenberg —estos últimos colaboradores de este diario— pretenden publicar con frecuencia semanal investigaciones y reportajes que no tienen cabida en los medios tradicionales. “Durante las protestas tuvimos un *boom* y ahora vamos por oleadas, ya que no queremos competir con medios que cubren el día a día, sino contar historias que no han sido tratadas”, comenta Poliszuk, por teléfono desde Caracas.

Distinto es el planteamiento de *Contrapunto*, un portal de noticias generalista, lanzado en junio de 2014. “En un país fuertemente polarizado y con los medios de comunicación atrincherados, sea para hablar a favor del Gobierno o en contra y definir así su forma de ser, nosotros queríamos ocu-

par un espacio que estaba abandonado, tratando no de estar en el centro sino de hablar a ambos sectores, con las dificultades que esto implica”, comenta su director, Felipe Campos. Nueve meses después tienen 600.000 visitas al mes y 50 empleados. A diferencia de otros proyectos, *Contrapunto* cuenta con financiación tanto pública —tienen anuncios del Estado de Miranda, gobernado por el excandidato opositor a la presidencia Henrique Capriles, como de la alcaldía de Sotillo, cuyo regidor es chavista— y privada. “Cualquier medio vive de la inversión pública y privada. Y bienvenida sea, porque como yo no tengo por qué aceptar presiones de Coca Cola, tampoco las tengo que aceptar de Pdvsa [la compañía petrolera estatal]”, dice.



Fallece el 'stone' Jordi Tardà

El periodista presentó durante 30 años el programa de música 'Tarda Tardà'

MIQUEL JURADO
Barcelona

"Paraula de Stone!". Una frase que durante mucho tiempo ha tenido un significado muy especial en los ambientes catalanes del rock ya no volverá a sonar con la misma intensidad en las ondas radiofónicas catalanas. Su creador y defensor, Jordi Tardà, falleció en la madrugada del domingo en su domicilio de Mataró, ciudad en la que había nacido en 1955 y en la que siempre residió a pesar de centrar la mayor parte de su actividad en Barcelona.

"Paraula de Stone!", fruto de su gran admiración por los Rolling Stones y pronunciada con su peculiar entonación gangosa, fue siempre la rúbrica de todas sus opiniones rockeras y sirvió de signo de admiración para concluir todos sus programas en Catalunya Ràdio y otras emisoras del grupo radiofónico de la Generalitat en las que trabajaba.

Tardà fue de los primeros en incorporarse a esa emisora cuando aún estaba naciendo. Si bien últimamente se emitía desde la página web, su programa *Tarda Tardà* se ha emitido ininterrumpidamente desde 1985, estaba a punto de celebrar los treinta años en antena, centrándose siempre en

primicias de actualidad y gran cantidad de retransmisiones de conciertos nunca editados en disco. Entre las primeras, que los The Beatles supervivientes grababan nuevas canciones con una cinta con la voz de John Lennon, o que a Freddie Mercury le quedaban pocas horas para morir.

La actividad radiofónica de Tardà, que había comenzado su vida profesional trabajando en la productora de conciertos de Gay Mercader, le había convertido en un icono del panorama musical catalán pero probablemente las actividades por las que más se le recuerden sean las relacionadas con el coleccionismo. Primero, alrededor del rock y de sus estrellas y, en los últimos años, a partir de la figura de Tintin.

Con el alma de coleccionista irredento, Tardà fundó desde Catalunya Ràdio la Fira del Disc de Col. leccionista de Catalunya, evento que comenzó de forma tímida en el Hotel Oriente de las Ramblas barcelonesas en 1985 y que llegó a convertirse en una de las ferias de la especialidad más concurridas del mundo. Un certamen anual que tenía su punto álgido en la subasta que el propio radiofonista dirigía y en la que fueron vendidos los objetos más dispares e increíbles, desde pelos de los compo-



Jordi Tardà, ante un vestido de Madonna que sorteaba en una feria. / EFE

mentos de The Beatles hasta bañeras de ídolos del pop, junto a rarezas discográficas.

Discutidos problemas de gestión acabaron con esa feria en 2004 y los comerciantes del ramo montaron una nueva que todavía se sigue celebrando con mucha menos repercusión mediática, pero Tardà no tiró la toalla de su afán coleccionista y se lanzó a la aventura de crear en 2011, con su propia e inmensa colección, un Museo del Rock en el centro comercial Les Arenes de Barcelona que tampoco llegó a consolidarse, probablemente la mitomanía rockera no alcanza en la capital catalana el nivel de otras urbes del planeta. El Museo del Rock tuvo una vida corta, poco más de un año, y fue, en realidad, la continuación

Impulsó el Museo del Rock de Barcelona y creó la Fira del Disc

de una idea previa de café-museo que Tardà había puesto en marcha años antes en el Port Olímpic.

Siempre entre ese coleccionismo y la mitomanía rockera, Tardà publicó varios libros y una novela, *La puerta del infierno*, y, en estos últimos años, destacó por su vertiente *Tintinófila* organizando varias exposiciones, siempre con curioso y sumamente valioso material propio, sobre la figura del héroe del cómic creado por Hergé.



Mor als seixanta anys el periodista Jordi Tardà

► El també crític i promotor de fires de discos de col·leccionista era el responsable del programa musical més veterà de la ràdio europea

Gent

AGÈNCIES | MANRESA

El periodista i crític musical Jordi Tardà va morir la ahir, diumenge, a la matinada als 60 anys a causa de problemes respiratoris, segons va confirmar Catalunya Ràdio, l'emissora a la qual va estar vinculat des de l'any 1983. Nascut el 1955 a Mataró, era director del programa *Tarda Tardà*, en antena des del 1985 i que recentment va estrenar la seva trentena temporada, i així es va convertir en el programa musical més veterà d'Europa.

El també impulsor del ja desaparegut Museu del Rock de Barcelona coneixia molt bé als integrants dels seus admirats The Rolling Stones, a qui va entrevistar les dues primeres vegades que van ser a Espanya, el 1976 i el 1982. El seu vincle amb la música va quedar palès amb la publicació de diversos llibres

del gènere: *John Lennon, la biografia d'un geni*, l'any 1987; *Paraula de Stone*, el 1996; *Diari d'un col·leccionista*, el 2002; i *La porta de l'infern*, el 2007.

L'1 de febrer passat, a través de Facebook, Tardà va agrair les felicitacions pel seu seixantè aniversari i va reconèixer que estaria uns dies «fora de circulació» per problemes de salut. Aquella no era la primera vegada que l'acèrrim fan de les aventures de Tintín afrontava una etapa delicada: en una entrevista al programa *El cafè de la República* va explicar que el 1977 un metge li havia donat tres mesos de vida, i el 1982 va superar un càncer.

Exclusives mundials

Durant els trenta anys de *Tarda Tardà*, el programa va projectar grans notícies musicals, com que els Beatles supervivents estaven gravant noves cançons amb una cinta amb la veu de John Lennon o quan va anunciar que a Freddie Mercury li

Tardà, gran admirador dels Rolling Stones, va impulsar el ja desaparegut Museu del Rock de Barcelona

El conseller Ferran Mascarell va destacar ahir l'«aportació extraordinària» del finat a la vida cultural catalana

quedaven poques hores per morir. «Era un home que estava tocat per una de les coses més importants, la passió per una cosa i la seva passió era el rock, la música», va recordar ahir el director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, al programa *El Suplement*, on també va remarcar que no es pot entendre la història de l'emissora en l'àmbit musical sense la figura de Tardà. «Va ajudar a consolidar la idea d'un rock universal i molt proper a través del seu programa», va afegir.

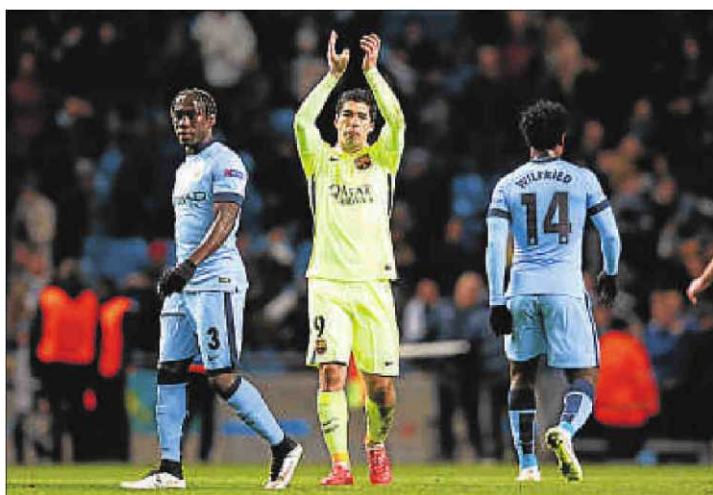
Des del Govern català, el portaveu



Jordi Tardà havia nascut el 1955 a Mataró

Francesc Homs va definir el periodista com «tot un referent en el món de la música», destacant un «gran amor» pel rock que li va permetre travar amistat amb moltes celebritats i que, fins i tot, li va brindar cançons o concerts en exclusiva.

També va tenir unes paraules el conseller de Cultura, Ferran Mascarell, qui va agrair la seva «aportació extraordinària» a la vida cultural catalana i va destacar la faceta del crític per normalitzar «els grans noms» de la música internacional al país.



El Manchester City-Barça va tenir l'audiència més alta del mes

Telecinco atrapa TV3 en el lideratge de les audiències

REDACCIÓ Barcelona

Només el partit de Champions League que va enfrontar dimarts passat el Barça amb el Manchester City ha evitat el que semblava cantat: que Telecinco tornés a superar TV3 en les audiències globals d'un mes. Amb els bons resultats d'audiència obtinguts pel Barça, la cadena pública ha pogut empatar in extremis. Això es produeix només sis mesos després de l'última vegada que Telecinco va superar TV3 en el global d'un mes. Així, sembla que la supremacia de TV3 en el

Cuatro, La Sexta i 8tv són les cadenes amb més progressió aquests primers mesos de l'any

lideratge de les audiències ha desaparegut, ja que cinc dels darrers dotze mesos Telecinco ha estat la cadena més vista a Catalunya, en dues ocasions empatant amb TV3.

Mentrestant Telecinco ha millorat els seus resultats en tres mesos en 1,7 punts, passant d'11 a 12,7 punts de quota,

la cadena pública catalana en aquell mateix període ha empitjorat en 0,4 punts, i ha passat dels 13,1 que obtenia el desembre als 12,7 punts de quota al febrer.

Una altra de les cadenes que ha perdut força és Antena 3, que empitjora 0,8 punts respecte al mes anterior, passant d'1,9 a 11,1 punts. La 1 també perd 0,3 punts en relació amb el gener, i es manté estable amb 7,6 punts, molt lluny de les altres tres grans cadenes. Destaca la tendència creixent en els resultats de Cuatro, La Sexta i 8tv.

Cuatro ja obté el 7,4% del temps dedicat al consum de televisió, i millora en 0,3 punts els resultats del mes anterior. I La Sexta, malgrat que només creix 0,1 punts, ja n'obté 6,8. Una de les cadenes més emergents és 8tv, que torna a créixer per tercer mes consecutiu i ja obté el 3,7% del pastís televisiu, i supera la comparativa amb l'any anterior. La força d'aquests bons resultats la trobem en els dos grans pilars de la cadena, *Arucitys* i *8 al dia* amb Josep Cuní, i el cinema en *prime time*.

A tot Espanya el programa més vist del mes ha estat el partit entre Manchester City i el FC Barcelona, amb 5.312.000 espectadors.●

MARÍA-PAZ LÓPEZ

Berlín. Corresponsal

Aquesta vegada no va d'ocells furiosos llançats contra porcs lladres, però, tractant-se d'aventures de pirates al segle XVIII, pot ser que surtin lloros o alguna illa amb el nom de Tortuga. Tampoc no es tracta de jocs per a mòbil –almenys, de moment–, sinó de llibres en paper, amb portada i llom. Rovio Entertainment, la companyia finlandesa responsable dels exitosos *Angry birds*, es llança ara al mercat editorial amb una sèrie de novel·les per a adolescents: *Storm sisters* (Germanes de la tempesta). El primer títol de la sèrie veurà la llum durant aquest any.

Per als observadors de la indústria de l'entreteniment tecnològic, l'objectiu de Rovio és evident: recórrer el camí invers del dels *Angry birds*. La nova sèrie de novel·les –escrita per una autora novella, Mintie Das, a partir del concepte desenvolupat per l'empresa– vol fer populars les cinc pirates protagonistes a través de la lectura, per portar-les després a altres suports. “De moment mirem aquest projecte com una sèrie de novel·les, però com que Rovio és el que és, sempre tenim la possibilitat de parlar amb els nostres experimentats col·legues de les altres branques de negoci; no descartarem oportunitats per endavant”, va concedir Laura Nevanlinna, directora de publicacions de Rovio durant una recent trobada amb *La Vanguardia* a Berlín.

Els creadors de l'exitós joc per a mòbil opten per començar en paper amb els personatges nous

Al costat, l'autora assentia. Mintie Das, de 39 anys, va néixer a l'Índia, va créixer als Estats Units i viu a Hèlsinki. Havia treballat al món editorial; per això Rovio s'hi va fixar per a l'encàrrec. “Per a un escriptor, que és una tasca solitària, és una benedicció poder dedicar-se a escriure una novel·la d'aquesta manera”, va dir Das.

El punt de partida de la història és truculent: “Després dels tràgics esdeveniments del que es va donar a conèixer com el Dia de la Destrucció –dia en què estaven



La entrevista *Teodoro Petkoff/ Director del diario «Tal Cual»* «El Gobierno siente por primera vez que va a perder unas elecciones»

Goyo G. Maestro

MADRID- Teodoro Petkoff, de 83 años, es uno de los personajes más relevantes de la izquierda venezolana. Ha sido guerrillero, miembro del Partido Comunista de Venezuela —de donde le expulsaron—, diputado y ministro con Rafael Caldera. Hoy es uno de los irreductibles enemigos mediáticos del Gobierno de Maduro. En el año 2000 fundó el diario «Tal Cual», azote del chavismo. Desde esta semana, sin embargo, desaparece de la circulación diaria para convertirse en publica-

ción semanal y centrarse en la edición digital.

—¿El chavismo ha cortado las alas al periódico «Tal Cual»?

—Para ser honestos, la situación de «Tal Cual» no se debe a ningún tipo de presión o acción gubernamental. Simplemente el periódico cubrió una etapa y llegó el tiempo de dedicarnos a internet.

—¿La situación de la Prensa en Venezuela se ha deteriorado?

—Nosotros tenemos un país en el que se da la paradoja de tener libertad de expresión, pero muy acosada con las presiones del Gobierno, que

es bastante intemperante porque no soporta bien la crítica.

—¿Chávez era más respetuoso con las críticas que Nicolás Maduro?

—Yo diría que era un estilo distinto. Chávez polemizaba, se metía en el tráfico mediático. Maduro tiene otro estilo. El Gobierno ahora tiene una política de compra de medios. Y le está funcionando. Los compran e inmediatamente los transforman en medios oficialistas.

—¿Se pueden contar con los dedos de una manos los diarios críticos que hay en el país?

—Sí, más o menos. Pero no es una

situación distinta a la tradicional. No hay una tradición en el país de Prensa explícitamente política. «Tal Cual» marcó un momento especial porque es un periódico político de marcada oposición.

—El ex presidente José Mujica decía que es posible un golpe militar desde la izquierda.

—No veo ahora un clima

protogolpista. En Venezuela hay miedo, pero es normal, el que se tiene siempre frente al poder. Sería injusto decir que vivimos en una situación de terrorismo de Estado.

—¿Las elecciones de este año acabarán con la hegemonía chavista en la Asamblea Nacional?

—Las parlamentarias serán muy importantes porque el Gobierno siente por primera vez que va a



perder. Esperemos que si pasa esto su reacción sea la normal. Lo cierto es que ha perdido apoyo en su base de votantes. Maduro no es Chávez. Chávez era en sí mismo un espectáculo político. Hacía política, le gustaba la polémica. Los chavistas herederos son puestos públicos. No hay políticos

en el sentido convencional de la palabra. El único que tiene parte de la metodología de Chávez es Diosdado Cabello, que tiene un talante bastante autoritario.

—¿Los países latinoamericanos han abandonado a Venezuela?

—Digamos que estamos como siempre. No esperamos más de lo que se está haciendo. América Latina es un continente de 32 islas.



Un sultán de Qatar será el segundo accionista de Prisa

J.M. Madrid

El accionariado del grupo Prisa vuelve a sufrir un vuelco. El hóliding árabe International Media Group, propiedad del multimillonario sultán qatari Ghanim Al Hodaifi Al Kuwari, se convertirá en el segundo accionista del grupo de comunicación, sólo por detrás de la familia Polanco.

En su primera incursión en el sector de los medios de comunicación, y sin negocios conocidos en España, el sultán qatari controlará un 10% del grupo Prisa, al comprometerse a suscribir íntegramente una ampliación de capital de 75 millones aprobada, por sorpresa, por el consejo de administración de Prisa el pasado viernes.

La entrada del sultán qatari, que a través de su hóliding tiene intereses en los negocios de obra pública, gas y petróleo, ingeniería, alimentación y tecnología, entre otros sectores, diluirá al resto de accionistas de Prisa. La operación, con la que el grupo busca reequilibrar su balance y obtener recursos, es idéntica a la que dio entrada, el pasado verano, al empresario mexicano Roberto Alcántara, que se hizo con un 9,3% de Prisa tras suscribir una ampliación de 100 millones de euros.

Accionariado

El capital del grupo está ahora dominado por grupos financieros y fondos de inversión. Tras varios acuerdos de canjes de deuda por acciones, como única vía para refinanciar la empresa, HSBC, Santander y CaixaBank se han convertido en socios de referencia de Prisa, al controlar, entre los tres, un 19% de la compañía. Telefónica mantiene un 4,5% del capital, tras canjear una emisión de bonos convertibles de 100 millones.

Los hedge fund controlan

Controlará el 10% del grupo de comunicación, sólo superado por la familia Polanco

Suscribe una ampliación de capital de 75 millones, aprobada por el consejo

El hóliding qatari tiene intereses en obra pública, gas, petróleo, ingeniería y alimentación

también un porcentaje significativo del capital, con Monarch y Amber Capital como máximos exponentes, con un 3,6% y un 3%. Estos fondos, que han ido reduciendo sus participaciones, forman parte de un acuerdo de refinanciación de 2014, con el que Prisa logró una línea de liquidez de 353 millones de 17 hedge fund, que habían comprado un 11% de la deuda de Prisa en el mercado secundario.

Entre diluciones de capital por ampliaciones y canje de deuda por acciones, Rucandio, la sociedad de la familia Polanco en la que también participa el presidente de Prisa, Juan Luis Cebrián, que controlaba hace menos de un lustro el 70% del grupo, participa ahora con un 19,4%.

En 2014, Prisa registró unas pérdidas netas de 2.236 millones de euros, frente a los 648 millones del año anterior, tras reducir en el primer semestre el valor contable de Canal+, que ha pactado vender a Telefónica. Los ingresos cayeron un 6,2%, hasta 1.452 millones, y el ebitda alcanzó los 183 millones, un 28,8% menos.



Telecinco continúa líder de audiencia en febrero, seguida de Antena 3 y La 1

Telecinco ha sido la cadena más vista en febrero, con un 15,4% de cuota de pantalla, y sigue siendo la más vista por sexto mes consecutivo, seguida de Antena 3 y La 1, que se sitúan con un 13,2% y un 10,2%, respectivamente, según el informe de Barlovento Comunicación con datos de Kantar Media.

Tanto Antena 3 como La 1 pierden cuota respecto al mes de enero, y por detrás de ambas se sitúa

Más vista por sexto mes consecutivo

la Sexta, que con un 8% de cuota de pantalla adelanta al grupo de Autonómicas Públicas FORTA, con un 7,7%, en tanto que Cuatro al-

canza un 7,5 %. Por grupos televisivos, encabeza la audiencia Mediaset España (31,9%), seguido de Atresmedia, con un 26,7 %, CRTVE, con un 16,5%, Unidad Editorial, con un 3,8%, y el Grupo Vocento, con un 3,3%.

En cuanto a los informativos, los de Telecinco han sido los más vistos en febrero. Las cinco emisiones más vistas de febrero han sido el partido entre el Manchester y el Barcelona de Champions League; la edición de *Salvados* dedicada a Esperanza Aguirre; un episodio de la serie *Velvet* de Antena 3; el informativo de las 21.00 de Telecinco; y el primer capítulo de la serie de Antena 3 *Bajo sospecha*.



Sanitat pressiona perquè les televisions privades també avancin el 'prime time'

Després de la decisió de TVE d'avançar el seu *prime time*, el ministeri de Sanitat ha demanat que les privades facin el mateix i deixin d'emetre els seus programes estrella passats dos quarts d'onze de la nit, cosa que fa que sovint els espais acabin entrada la matinada. En concret, en un comunicat advoca perquè els horaris televisius siguin "més racionals" amb

l'objectiu d'afavorir la conciliació de la vida familiar, personal i laboral. A partir d'avui, els programes de *prime time* de La 1 començaran a les 22.15, a tot estirar. Per aconseguir-ho, s'ha decidit retallar la durada de l'informatiu del vespre. La decisió s'emmarca en la voluntat de fomentar "un ús saludable de la televisió".



JOAN COMALAT

Exposició de 18 fotògrafs banyolins

► La sala d'exposicions de la Llibreria l'Altell mostra, des del passat dissabte, l'exposició de 18 fotògrafs banyolins que, a través de les seves càmeres, mostren la ciutat i el seu entorn. La mostra, titulada *Plein Air*, també recull alguns dels aspectes naturals més característics de la població. Els fotògrafs formen part del col·lectiu banyolí creat per Manoli Montilla i en destaquen Tino Soriano, Joan de la Parra, Abellan, Visa i Anna Bahí, entre altres.



La periodista Núria Carné serà la número 2 d'ERC a Caldes

Caldes de Montbui

Núria Carné, periodista i publicista de Caldes, és la número 2 de la llista d'ERC per a les eleccions municipals. Isidre Pineda, regidor de Turisme, Acció Social, Cooperació, Habitatge i Patrimoni. Pineda, finalment, és el tercer, tot i que s'havia apuntat que podria anar de segon. El segueixen els regidors Pilar Anar, Vicenç Personat, Jaume Mauri, Josep Ramon Marañés i Roser Guiteras. Les regidores Montserrat Grau i Sara Marcé no són a la llista. Marcé plega per motius laborals i personals, mentre que Grau ha preferit no fer declaracions sobre la seva absència. El partit farà una roda de premsa per presentar Carné en els propers dies. **J.H.**

**Ponència****Conferència "El periodisme fràgil"****4 DE MARÇ A L'ARXIU NACIONAL DE CATALUNYA**

La periodista i professora de la UPF i de la Univeristat de Vic, a més de redactora del diari ARA, Carme Colomina, parlarà de la seva professió en una conferència organitzada pels Amics de la Unesco. La xerrada es farà a les 19.00 h. a l'Arxiu Nacional de Catalunya.



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.
27/02/15	Si vaig fer la fotografia és perquè Pujol va voler / Cat.El País	95	2
27/02/15	Valentí Junyent: No hi ha un manual per a saber com sha dactuar davant de casos d'ocupació / ElSetmanari.cat	97	2
27/02/15	L'AUGA acull una sessió sobre la transformació dels mitjans / Anoiadiari.cat	99	1
27/02/15	L'alcalde assegura que Manresa ha guanyat projecció a Catalunya / ManresaInfo.cat	100	1
27/02/15	El periodisme gironí lliura els Premis Carles Rahola / Comunicació 21	101	2
27/02/15	Al Valentí li toca respondre / ManresaInfo.cat	103	1
27/02/15	En defensa del periodisme / Núvol	104	3
27/02/15	Premien les fotos de Pujol a Queralbs i un escrit al Setmanari de l'Alt Empordà / Diari de Girona	107	2

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
27/02/15	El CAC rebutja la denúncia del PP contra el gag del Polònia que parodiava Lenfonsament / Comunicació 21	110	1
27/02/15	Dropcoin: el botó que monetiza el 'me gusta' / 233grados.com	111	1
27/02/15	El CAC veu llibertat d'expressió comparar Rajoy amb Hitler / E-notícies	112	1
01/03/15	De Boris Nemtsov y la evolución de los medios en Rusia / Periodistas en Español	113	3
01/03/15	¿Cuáles son las diez noticias de Comunicación que no has debido perderte esta semana? / PRNoticias	116	2
02/03/15	Mor l'escriptor i periodista, Francisco González Ledesma / NacioDigital.cat	118	1
02/03/15	Detingut un periodista a Madrid mentre cobria un desnonament / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	119	1
02/03/15	Monica Gonzalez (Axicom): La función del dircom evoluciona hacia una figura más estratégica / PRNoticias	120	2
02/03/15	Periodistas alemanes denuncia al Bild por su campaña contra Grecia / Periodistas en Español	122	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Si vaig fer la fotografia és perquè Pujol va voler

Viernes, 27 de febrero de 2015

Una de les imatges guardonades de Pere Duran sobre Pujol. Pere Duran (Banyoles, 1967) feia gairebé tres setmanes que pujava i baixava a Queralbs (Ripollès), que no és precisament al costat de Banyoles, on viu el fotoperiodista, de 48 anys. Era agost, i feia poc més de dues setmanes que el president de la Generalitat durant 23 anys, Jordi Pujol Soley, havia confessat que havia ocultat durant anys una fortuna a l'estranger. Des de llavors ningú havia aconseguit retratar l'expresident, reconvertit en el gran traïdor de la pàtria. Duran va ser el primer a fer-ho. Una sèrie d'imatges del 7 d'agost, a Queralbs, sota el títol Pujol, caçat, ha estat guardonada amb el prestigiós Premi Carles Rahola a la millor fotografia publicada, que atorga cada any la Diputació de Girona amb el Col·legi de Periodistes de la demarcació. Tinc molt clar que si vaig fer la foto és perquè Pujol va voler, explica per telèfon Duran. Al seu parer, "Pujol va esperar el moment òptim per sortir". "Ell es va lliurar als mitjans", assegura. Aquells dies d'agost van ser una bogeria perquè no es sabia a quina de les seves cases, o bé a la Cerdanya o bé al Ripollès, passaria l'estiu l'expresident. "Utilitzant els contactes locals per la vall en vaig tenir prou", recorda Duran. Un amic li va dir que normalment pujava el 2 o 3 de cada agost a Queralbs, i finalment els anys d'ofici i carrer van acabar d'ajudar per encertar-la. "És tracta una mica d'ensumar-ho", diu el fotoperiodista. Això i tenir memòria, una virtut preuada. En una de les guàrdies Duran va reconèixer "un dels segurates de tota la vida" de Pujol. Llavors ja no va tenir cap dubte: Pujol era a Queralbs. Només calia esperar que sortís. I ho va fer a primera hora de la tarda del 7 d'agost. Després que Duran el fotografiés a la seva terrassa i EL PAÍS publicés l'exclusiva, Queralbs es va convertir en un no parar de periodistes. Finalment l'expresident va decidir parlar amb els mitjans, en una improvisada roda de premsa. "Estic a disposició de la justícia", és gairebé tot el que va dir. La portada d'EL PAÍS amb la primera imatge de Pujol. Duran va rebre el premi ahir, acompanyat de la seva família. "La veritat és que estic molt reconfortat. Me l'he agafat com un reconeixement també a la meua carrera, aquest any faig 30 anys d'ofici", assegura, content. Duran ha estat finalista tres o quatre vegades, amb diferents informacions, als Rahola. "Però sempre penses que arribarà una altra foto millor, un tema millor", assegura el fotògraf. A més, aquest any els premis tenien un nou sistema de veredictes. En les edicions anteriors, els guardonats ho sabien un dia abans. Duran se'n va assabentar a la gala, en directe, quan el president de la Diputació de Girona, Joan Giraut, va llegir el seu nom. "Fins i tot va trigar una mica a llegir-ho, per posar-hi emoció", riu el periodista. El jurat va tenir en compte la "perseverança, la qualitat fotogràfica, i l'actualitat del personatge". "En diferents moments, les comarques de Girona es posen al capdavant de la informació i és llavors quan surt el periodista que portes dins, es lautoexigència de fer-ho molt bé, que les imatges expliquin moltes coses, fer periodisme exhaustiu", explica Duran sobre la seva feina com a fotoperiodista del diari EL PAÍS a les comarques de Girona. "El periodisme en general, i el de comarques potser més, està molt trinxat. Però has d'anar més

enllà, encara que saps que en algunes guàrdies el teu dinar serà un panet i un fuet, i també l'esmorzar, i que si has de dormir allà serà un problema...", reflexiona Duran. "Però sha de ser allà per ser el primer, perquè el teu mitja tho exigeix. Jo no he estudiat periodisme ni fotografia, però he tingut un mitjà molt gran que mha format. L'exigència del nostre diari és total. I a mi la cosa del periodisme depurat, que sigui perfecte, matrau molt", afirma aquest fotoperiodista gironí de mena, per qui Girona "no és Barcelona ni és Madrid, però és molt especial". La resta de treballs guardonats van ser el projecte Microcatalunya.cat, de Marc Serena i Edu Bayer (informació digital); Temporada Alta: lèxit de lefímer , de Samuel Colomer i Mercè Sibina (comunicació periodística); La carpeta , de la SER-Ràdio Girona de Màxim Castillo (ràdio); el documental La Jonquera: 20 anys sense frontera , de Vicenç Asensio (televisió); els reportatges The Secret Life of Figueres , de Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla (premsa escrita).

Valentí Junyent: No hi ha un manual per a saber com sha dactuar davant de casos docupació

Viernes, 27 de febrero de 2015

Hem buscat un equilibri entre el servei a les persones, la hisenda municipal i les actuacions en el territori, amb aquestes paraules l'alcalde Valentí Junyent va començar el debat en què va repassar els punts forts del mandat. Entre les accions dutes a terme, va destacar: la potenciació del Centre Històric, la capitalitat cultural, les obres dutes a terme, les partides de serveis socials, els ajuts a la normalització escolar, l'índex de transparència de l'Ajuntament, etc. El debat va tenir lloc a la seu de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes en un acte obert al públic. L'alcalde va repassar les principals accions dutes a terme pel seu govern els darrers quatre anys. L'acte, anomenat L'alcalde passa comptes, va consistir en un debat entre els directors de tots els mitjans locals de Manresa i va ser moderat, pel president de la Demarcació Catalunya Central, Gonçal Mazcuñán. Quan es va parlar del barri antic, va assegurar que la falta de recursos els havia jugat una mala passada. És un tema de destinar-hi recursos, va confessar l'alcalde. Un dels altres temes calents va ser la problemàtica de les infraestructures (tren i carretera), fent èmfasi, en el trajecte Manresa-Barcelona. L'alcalde va explicar que ahir mateix shavia reunit amb membres de la Plataforma de la C-55 i del govern per veure quines millores es podrien aplicar de cara als propers mesos. La dinàmica del debat era senzilla, Junyent havia de respondre a les preguntes plantejades pels directors dels diferents mitjans: Marc Marcè, director de Regió 7; Pilar Goñi, directora del Grup Taelus; Pere Fontanals, director de Manresainfo.cat; Sergi Vázquez, director de TLB Grup i Jaume Puig, president de l'Associació Cultural El Pou de la Gallina. El president de la Demarcació Catalunya Central, Gonçal Mazcuñán va llegir una vintena de preguntes enviades per la ciutadania als mitjans dies abans del debat. L'alcalde va parlar del POUM, de la capitalitat, de la seva tasca com a regidor desports, del Parc Tecnològic, de les barreres arquitectòniques, de les zones blaves, de l'evolució de la universitat Catalunya Central, retenir i ampliar la plantilla de la Policia Local, etc. Tot i així, un dels temes que més el preocupen és el conflicte amb el grup dokupes de la Sala Ciutat. No hi ha un manual per saber com sha dactuar davant de casos docupació, va dir Junyent. Al llarg de tot el debat, va reiterar en determinades ocasions que havien estat un govern que sempre ha tingut voluntat de diàleg. El projecte 2022 i la campanya Manresa cor de Catalunya van estar presents al debat. L'alcalde va lamentar que la presentació de la campanya, duta a terme dies enrere a Barcelona, va tenir poc ressò "perquè no vam comprar publicitat a les principals capçaleres del país". Finalment, l'alcalde va confessar sentir-se orgullós de la feta assolida fins a dia d'avui. Vostès que estimen la ciutat, saben que no es fàcil tirar endavant projectes, va dir. Dilluns, balanç de l'alcalde d'Igualada La Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes repetirà dilluns l'acte amb l'alcalde d'Igualada el qual participarà en un debat amb els representants dels mitjans de comunicació de l'Anoia. Serà a les 8 del vespre, a l'auditori del Museu Comarcal de l'Anoia. L'acte és obert a

Audiencia: 189

Ranking: 3

VPE: -

Página: 2

Tipología: online

tothom.

L'AUGA acull una sessió sobre la transformació dels mitjans

Viernes, 27 de febrero de 2015

El ponent va ser Gonçal Mazcuñán. D'un cop d'ull, L'Aula Universitària de la Gent Gran de l'Anoia (AUGA) va dedicar la sessió de dilluns 23 a la transformació dels mitjans de comunicació en la nova era digital. La substitució, inexorable?, del paper per la digitalització va ser el tema central. Gonçal Mazcuñán, President de la Delegació del Col·legi de Periodistes a la Catalunya Central, fundador del diari Regio7 i del seu grup mediàtic, va ser a l'AUGA per parlar del futur dels mitjans de comunicació. Va exposar els seus raonaments recolzant-se en un document fet fa 15 anys on es feia un supòsit de com seria una redacció d'un diari en el futur. Aquelles previsions s'han acomplert i superat ràpidament. El món digital ho informa tot i el paper té els anys comptats amb les últimes generacions de lectors. Perquè un jove d'avui s'ha de desplaçar a un quiosc i gastar diners en un producte que l'informa del que va passar ahir? Des de la invenció de la impremta fins a la impressió dels primers diaris van passar 300 anys. Des de l'aparició dels diaris electrònics fins a la virtual desaparició del paper passaran pocs anys. Les xifres de vendes de diaris decauen trimestre a trimestre. I la publicitat als rotatius encara cau més ja que han perdut les pàgines d'ofertes de treball, de contactes, de vendes i lloguers immobiliaris, d'ofertes de cotxes i l'oferta comercial en general. Internet ho ha capgirat tot. El mot Internet es va repetir moltes vegades al Teatre de l'Ateneu i Mazcuñán va encoratjar emfàticament als assistents a sumar-s'hi decididament. El proper dilluns a l'AUGA, '100.000 paraules traduïdes cada dia': Magí Camps, responsable lingüístic de La Vanguardia i del Grup Godó, parlarà a la concurrència de la complexitat de traduir un diari de cent pàgines i els seus suplementes en unes poques hores i sempre pendents de l'actualitat i els canvis de darrera hora. Magí Camps ja va ser a l'Ateneu per presentar La Vanguardia en català i ara torna per fer-ne un balanç al cap de tres anys. [Altres notícies](#) [0 Comentaris](#)

L'alcalde assegura que Manresa ha guanyat projecció a Catalunya

Viernes, 27 de febrero de 2015

L'alcalde de Manresa entrevistat pels responsables dels mitjans. Foto: DCCCP "Amb més recursos s'hauria pogut fer més", aquesta va ser una de les frases més repetides per l'alcalde durant l'acte de balanç que va protagonitzar ahir al vespre. Valentí Junyent va obrir el debat fent una breu exposició de les accions realitzades durant el mandat. Junyent va dir que la feina del seu govern ha estat trobar un equilibri entre l'atenció a les persones, la hisenda i el territori. Del que es va mostrar més satisfet va ser del redreçament de les finances municipals, i del que menys, del conflicte obert amb el grup d'okupes de la Sala Ciutat. Junyent va anant responen les preguntes que li van plantejar els periodistes participants: Marc Marcè, director de Regió 7; Pilar Goñi, directora del Grup Taelus; Pere Fontanals, director de Manresainfo.cat; Sergi Vázquez, director de TLB Grup i Jaume Puig, president de l'Associació Cultural El Pou de la Gallina. El president de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, Gonçal Mazcuñán, va ser l'encarregat de moderar l'acte i de fer-li a l'alcalde la vintena de preguntes enviades per la ciutadana als mitjans de comunicació local els dies anteriors al debat. Durant l'acte es va parlar del POUM, de la degradació del centre històric, del tancament de comerços, del tren, de les carreteres, de la capitalitat, de la vinculació de la FUB amb la Universitat de Vic, de l'incivisme, del Parc Central, del preu de la zona blava, de les barreres arquitectòniques... Junyent va admetre que s'havia donat poc suport a l'emprenedoria i que no s'havia fomentat prou l'ocupació dels sectors més necessitats. També va reconèixer que no s'havia protegit suficientment el comerç tradicional. El projecte 2022 i la nova campanya Manresa cor de Catalunya també va ser tema de debat. L'alcalde va dir que l'acte de presentació de la campanya, que es va fer dies enrere a Barcelona, va tenir poc ressò "perquè no vam comprar publicitat a les principals capçaleres del país". Malgrat això va dir que el camí de promoció que s'havia iniciat era positiu. "Estic convençut que hem guanyat notorietat de la ciutat i de l'entorn i que ens hem reafirmat davant de Catalunya". En el tancament de l'acte, Junyent va apel·lar a la responsabilitat individual de cada ciutadà per fer avançar Manresa. "Els responsables de la ciutat -va dir- no són només els polítics". L'exnúmero dos de Ros s'asseu a la primera fila de butaques del grup del PSC abans de l'inici del ple ordinari | L'alcalde ni saluda ni mira la socialista

El periodisme gironí lliura els Premis Carles Rahola

Viernes, 27 de febrero de 2015

Foto de família dels guanyadors dels Premis Carles Rahola (autor: Miquel Millan). L'Auditori de Girona va acollir aquest dijous al vespre el lliurament de la sisena edició dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local, atorgats per la demarcació gironina del Col·legi de Periodistes i per la Diputació de Girona. Enguany, a les set categories dels guardons hi optaven un total de 83 treballs de 68 autors. En aquesta edició, el premi al millor treball informatiu o divulgatiu en premsa escrita ha estat per al recull de reportatges *The Secret Life of Figueres*, de Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla, publicat al setmanari *Empordà*. El jurat ha destacat la seva originalitat i creativitat, i la presentació gràfica i fotogràfica, alhora que ha valorat el periodisme de proximitat amb valor literari que, a la vegada, fa descobrir aspectes inèdits i fa estimar la ciutat de Figueres. En aquesta categoria s'ha fet una menció especial al número cinc de la revista *El procés*, dirigida i coordinada per Joaquim Armengol, pel treball rigorós, la qualitat artística i l'ambició cultural d'aquesta publicació. El Premi Miquel Diumé al millor treball en ràdio enguany ha estat per al programa *La carpeta*, de Ràdio Girona-Cadena SER, dirigit per Màxim Castillo, que a més era el conductor de la gala de lliurament. El jurat valora l'espai per la concreció, la informació, l'agilitat i el dinamisme de les històries culturals que explica. En la categoria de televisió, aquest any s'ha premiat *La Jonquera: 20 anys sense frontera*, de Vicenç Asensio, emès al Sense ficció de TV3. El veredicta destaca la manera com aborda alhora la singularitat i la complexitat de la realitat del dia a dia de la Jonquera amb un format àgil, dinàmic i modern. Quant al premi a la millor informació digital, el guardó ha estat per *microcatalaunya.cat*, de Marc Serena i Edu Bayer, un projecte del qual el jurat en destaca la presència dels pobles petits de Catalunya amb un format jove, avançat i dinàmic que, a més, incorpora micromecenatge i pinzellades de comerç electrònic. En la modalitat de fotoperiodisme enguany s'ha distingit la fotografia *Pujol, caçat*, de Pere Duran, publicada a *El País*. El veredicta en ressalta la perseverança, la qualitat fotogràfica, i l'actualitat del personatge. Finalment, el premi al millor projecte sobre comunicació periodística ha estat per a Samuel Colomer i Mercè Sibina per *Temporada Alta: lèxit de l'efímer*. El jurat en valora la qualitat dels materials recollits durant tota la història del *Temporada Alta*; l'impacte, la influència i la possibilitat que té el projecte de mostrar al món la potencialitat del festival a escala social, econòmica i cultural, i, a la vegada, perquè serveix com a estímul per promoure les arts escèniques. En aquesta edició, el guardó a la millor iniciativa de comunicació institucional ha quedat desert. Tots els premis estan dotats amb 1.000 euros, a excepció del millor projecte de comunicació periodística, que té una dotació de 2.000 euros. El jurat estava format per Mita Casacuberta, coordinadora de comunicació cultural de la Universitat de Girona; Kim Manresa, fotoperiodista; Agnès Marquès, periodista; Enrique San Juan, expert en xarxes socials, mitjans socials (social media) i màrqueting en línia; Guillem Terribas, president del consell d'administració de Gironina de Llibres i Papers; Joan Ventura, president de la junta de la demarcació de Girona

Comunicació 21

<http://comunicacio21.cat/noticies-comunicacio21/109831-el-periodisme-gironi-lliura-els-premis-carles-rahola>

Vie, 27 de feb de 2015 11:12

Audiencia: 12.570

Ranking: 4

VPE: 70

Página: 2

Tipología: online

del Col·legi de Periodistes; Albert Vilar, cap de l'oficina de comunicació de la Diputació de Girona, i Jordi López, tècnic de comunicació de la Diputació de Girona, com a secretari.

Al Valentí li toca respondre

Viernes, 27 de febrero de 2015

Aquest dijous Valentí Junyent rendirà comptes. Foto: AFT. El dia ha arribat. Avui dijous, a les vuit del vespre a la seu de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, l'alcalde de Manresa, Valentí Junyent farà balanç del seu mandat polític en el marc d'un debat organitzat per la mateixa entitat on els directors dels mitjans de comunicació locals li faran preguntes, tan a títol periodístic com en nom de la ciutadania, ja que a través dels correus electrònics de cada mitjà, els manresans podien fer arribar qüestions perquè es formulessin al batlle. Marc Marcè, director del Regió 7; Pilar Goñi, directora del Grup Taelus; Pere Fontanals, director de Manresainfo.cat; Sergi Vázquez, director de TLB Grup i Jaume Puig, president de l'Associació Cultural El Pou de la Gallina seran els que interpel·laran a Junyent durant el debat. Un debat que té una intenció, segons el president de la Demarcació Catalunya Central, Gonçal Mazcuñán, de repetir-se cada dos anys a totes les capitals de comarca de la demarcació, com fa l'alcalde de Barcelona a la seu del Col·legi de Periodistes de Catalunya. "CiU, ERC, la CUP, compleixen les meves expectatives. Veurem els propers dies què en surt de les converses que mantindré amb ells", apunta el jutge després de conèixer la sanció

En defensa del periodisme

Viernes, 27 de febrero de 2015

Nervis, sorpreses i molta emoció en l'acte de lliurament de la sisena edició dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local, que organitzen la Diputació de Girona i la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya. A diferència d'altres anys, el nom dels guanyadors no shavia avançat, i això ha fet que l'expectació hagi estat màxima a l'Auditori de Girona. Millor informació digital El primer premi de la nit, a la millor informació digital, dotat amb 1.000 euros, ha estat per a Marc Serena i Edu Bayer, per www.microcatalunya.cat. El jurat va pronunciar-se unànimement a favor d'aquest projecte perquè reivindica «la presència dels pobles petits de Catalunya amb un format jove, avançat i dinàmic que, a més, incorpora micromecenatge i pinzellades de comerç electrònic». Els altres finalistes en aquesta categoria han estat Björn Göttlicher, David Aparicio, Pol Vancells i Helene Kofler, per www.puntdefocus.com, i Josep Maria Frigola Serra i Josep Maria Frigola Sèculi, per www.ventdelnord.tv. Millor projecte sobre comunicació periodística El premi al millor projecte sobre comunicació periodística, dotat amb 2.000 euros, ha estat per a Samuel Colomer i Mercè Sibina, per «Temporada Alta: lèxit de l'efímer». El jurat, que va ser unànimement en la decisió, n'ha valorat «la qualitat dels materials recollits durant tota la història del Temporada Alta; l'impacte, la influència i la possibilitat que té el projecte de mostrar al món la potencialitat del Festival a escala social, econòmica i cultural, i, a la vegada, perquè serveix com a estímul per promoure les arts escèniques». L'altre projecte finalista que optava als premis era «#Tossudament, Converses sobre el procés», de Joan Castro i Jordi Ribot (Iconna Comunicació). Premi Miquel Diumé al millor treball informatiu o divulgatiu en ràdio El lliurament del premi Miquel Diumé al millor treball informatiu o divulgatiu en ràdio, dotat amb 1.000 euros, ha estat un dels moments més curiosos de l'acte, atès que el guanyador ha estat el conductor de la gala, el periodista Màxim Castillo. El jurat ha valorat per unanimitat que La carpeta de la SER Ràdio Girona es mereix el premi per «la concreció, la informació, la agilitat i el dinamisme de les històries culturals que explica». Els altres finalistes han estat Martí Masó i Josep Juscafresa, pel programa dedicat als esports minoritaris Sense pilotes, de Ràdio Banyoles, i Hugo Garcia i Marga Faixó, pel reportatge Bulli Foundation, sí o no?, de Ràdio Cap de Creus. Millor treball informatiu o divulgatiu en televisió El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en televisió, dotat amb 1.000 euros, ha estat per a Vicenç Asensio, director i guionista de La Jonquera: 20 anys sense frontera, produït per Visual 13 i emès al Sense ficció de TV3. El jurat n'ha destacat «la manera com aborda alhora la singularitat i la complexitat de la realitat del dia a dia de la Jonquera amb un format àgil, dinàmic i modern». Els altres treballs finalistes en aquesta categoria han estat el reportatge RCR Arquitectes, des d'Olot a tot el món, emès al programa Tinc una idea, de La2 de TVE, dirigit per Miquel Peralta, i l'informatiu Al dia, comarques de Girona, de la Xarxa Televisions de Girona, que semet simultàniament a TV Ripollès, Olot TV, TV Costa Brava i TV Girona, amb Jordi Martí, Albert Brosa, Manel Rius i Àlex Martí com a responsables. Millor treball informatiu o divulgatiu

en premsa El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en premsa escrita, dotat amb 1.000 euros, ha estat per a Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla, pel recull de reportatges *The Secret Life of Figueres*, publicat al Setmanari de l'Alt Empordà. El jurat ha destacat «la seva originalitat i creativitat, i la presentació gràfica i fotogràfica», alhora que ha valorat el «periodisme de proximitat amb valor literari que, a la vegada, fa descobrir aspectes inèdits i fa estimar la ciutat de Figueres». Els altres finalistes d'aquesta categoria han estat Tura Soler, per *Radiografia a la seguretat*, publicat a la Revista de Girona, i Alfons Petit, per un recull de tres reportatges (*LErasmus dels savis gironins*, *Les vacances agredolces de Suárez a Begur* i *Les dues vides de Ramona Albareda*) que shan pogut llegir al Dominical del Diari de Girona. El jurat també ha volgut fer una menció especial al número 5 de la revista *El procés*, dirigida i coordinada per Joaquim Armengol, pel «treball rigorós, la qualitat artística i l'ambició cultural d'aquesta publicació». Millor fotografia publicada El darrer premi de la nit ha estat per a la millor fotografia publicada, dotat amb 1.000 euros, i l'ha guanyat Pere Duran per la sèrie de fotografies «Pujol, caçat», publicada a *El País*. El jurat n'ha valorat «la perseverança, la qualitat fotogràfica, i l'actualitat del personatge». Els altres finalistes en aquesta categoria han estat Jordi Ribot, per la fotografia *Inundació a les vies del tren*, publicada a *El Punt Avui*, i Carles Palacio, per la fotografia *Festes de Sant Narcís*, publicada al *Nació Digital* i a *Girona.Info*. El premi a la millor iniciativa de comunicació institucional ha quedat desert. El periodisme, un dret fonamental Lacte sha iniciat amb la benvinguda del president de la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes, Joan Ventura, que en un breu parlament ha fet una defensa del periodisme «com un dret fonamental dels temps que vivim», i ha destacat que la feina dels periodistes «és un dels valors indispensables en la defensa de la democràcia». També ha intervingut el president de la Diputació de Girona, Joan Giraut, que ha celebrat que el Premi «no només es consoliden amb aquesta sisena edició, sinó que són capaços d'obrir nous horitzons, encaixant la Setmana dels Rahola a la Universitat de Girona i fent participar l'Ajuntament amb la convocatòria de la Beca dels Premis Carles Rahola». Giraut ha remarcat que els periodistes, com a màxima expressió de la llibertat d'expressió i informació, són el pal de paller de la democràcia, i sha referit a la gran responsabilitat que tenen de comunicar una realitat complexa i polièdrica. En total, enguany shan presentat als premis 83 treballs, que han estat valorats per un jurat format per Mita Casacuberta, coordinadora de Comunicació Cultural de la Universitat de Girona; Kim Manresa, fotoperiodista; Agnès Marquès, periodista; Enrique San Juan, expert en xarxes socials, mitjans socials (social media) i màrqueting en línia; Guillem Terribas, president del Consell d'Administració de Gironina de Llibres i Papers; Joan Ventura, president de la Junta de la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya; Albert Vilar, cap de l'Oficina de Comunicació de la Diputació de Girona, i Jordi López, tècnic de Comunicació de la Diputació de Girona, com a secretari. Els Premis de Comunicació Local Carles Rahola es van crear el 2009 amb l'objectiu de reconèixer la tasca de la professió periodística a les comarques gironines i fomentar la creativitat informativa i les iniciatives per difondre, recuperar, gestionar o aplegar informació de tipus periodístic en qualsevol format, àmbit i estructura. Des de la seva primera edició van tenir una gran acollida, i shan instituït com un dels principals guardons gironins en l'àmbit de la comunicació. + Trending + Populars Deixa un comentari Cancel·la les respostes L'adreça electrònica no es publicarà Els camps

necessaris estan marcats amb *

Premien les fotos de Pujol a Queralbs i un escrit al Setmanari de l'Alt Empordà

Viernes, 27 de febrero de 2015

Foto de família de tots els premiats al final de la gala de la comunicació local a l'Auditori de la Devesa. marc martí GIRONA | ACN Fins i tot el conductor de la gala, el periodista Màxim Castillo, es va veure sorprès quan el seu treball a Ràdio Girona es va endur el premi. La 6a edició dels Premis de Comunicació Local Carles Rahola va premiar Pere Duran per les fotos de Jordi Pujol a Queralbs, poc després de confessar el frau fiscal. També es va reconèixer el recull de reportatges publicats a Setmanari de l'Alt Empordà: The Secret Life of Figueres, el documental La Jonquera: 20 anys sense frontera (Visual13) i el projecte de Mercè Sibina i Samuel Colomer titulat Temporada Alta: l'èxit de l'efímer. Els guardons estan organitzats per la Diputació de Girona i el Col·legi de Periodistes, que enguany han optat per canviar la fórmula i no han donat a conèixer els premiats fins al mateix moment de la gala, celebrada anit a l'Auditori de Girona. El primer premi de la nit, a la millor informació digital, dotat amb 1.000 euros, va ser per a Marc Serena i Edu Bayer, per www.microcatalunya.cat. El jurat va pronunciar-se unànimement a favor d'aquest projecte perquè reivindica "la presència dels pobles petits de Catalunya amb un format jove". Els finalistes en aquesta categoria han estat Björn Göttlicher, David Aparicio, Pol Vancells i Helene Kofler, per www.puntdefocus.com, i Josep Maria Frigola Serra i Josep Maria Frigola Sèculi, per www.ventdelnord.tv. El premi al millor projecte sobre comunicació periodística, dotat amb 2.000 euros, ha estat per a Samuel Colomer i Mercè Sibina, per Temporada Alta: l'èxit de l'efímer, que s'ha de convertir en un documental sobre el festival de teatre de la tardor a Girona. El jurat va valorar "la qualitat dels materials" i "la possibilitat que té el projecte de mostrar al món la potencialitat del festival a escala social, econòmica i cultural". El finalista és #Tossudament, Converses sobre el procés, de Joan Castro i Jordi Ribot (Iconna Comunicació). El lliurament del premi Miquel Diumé al millor treball informatiu o divulgatiu en ràdio va ser un moment curiós de l'acte, ja que el guanyador va ser precisament el conductor de la gala, el periodista Màxim Castillo. El jurat va valorar per unanimitat que La carpeta de la SER-Ràdio Girona mereix el premi per "la concreció, la informació, l'agilitat i el dinamisme de les històries culturals que explica". El premi està dotat amb 1.000 euros. Els altres finalistes han estat Martí Masó i Josep Juscafresa, pel programa dedicat als esports minoritaris Sense pilotes, de Ràdio Banyoles, i Hugo Garcia i Marga Faixó, pel reportatge Bulli Foundation, sí o no?, de Ràdio Cap de Creus. El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en televisió, dotat amb 1.000 euros, ha estat per a Vicenç Asensio, director i guionista de La Jonquera: 20 anys sense frontera, produït per Visual 13 i emès al Sense ficció de TV3. El jurat en va destacar la manera com aborda alhora la singularitat i la complexitat de la realitat del dia a dia de la Jonquera amb un format àgil, dinàmic i modern. Els altres treballs finalistes en aquesta categoria han estat el reportatge RCR Arquitectes, des d'Olot a tot el món, emès al programa Tinc una idea de La2 de TVE, dirigit per Miquel Peralta; i l'informatiu Al dia, comarques de Girona, de la Xarxa Televisions de Girona, que s'emet simultàniament a TV Ripollès, Olot TV,

TV Costa Brava i TV Girona, amb Jordi Martí, Albert Brosa, Manel Rius i Àlex Martí com a responsables. El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en premsa escrita, dotat amb 1.000 euros, ha estat per a Josep M. Dacosta i Joan Manel Soldevilla, pel recull de reportatges The Secret Life of Figueres, publicat al Setmanari de l'Alt Empordà, del grup editorial Prensa Ibérica. El jurat va destacar la seva "originalitat i creativitat, i la presentació gràfica i fotogràfica", alhora que va valorar el periodisme de proximitat amb valor literari que "fa descobrir aspectes inèdits i fa estimar la ciutat de Figueres". Els altres finalistes d'aquesta categoria han estat Alfons Petit, per un recull de tres reportatges (L'Erasmus dels savis gironins, Les vacances agredolces de Suárez a Begur i Les dues vides de Ramona Albareda) que s'han pogut llegir al Dominical del , i Tura Soler, per Radiografia a la seguretat, publicat a la Revista de Girona. El jurat també va voler fer una menció especial al número 5 de la revista El procés, dirigida i coordinada per Joaquim Armengol, pel "treball rigorós, la qualitat artística i l'ambició cultural d'aquesta publicació". El darrer premi de la nit va ser per a la millor fotografia publicada, dotat amb 1.000 euros, i va guanyar Pere Duran per la sèrie de fotografies Pujol, caçat, publicada a El País. El jurat en va valorar "la perseverança, la qualitat fotogràfica, i l'actualitat del personatge". Els finalistes de la categoria són Jordi Ribot, per la fotografia Inundació a les vies del tren, publicada a El Punt Avui, i Carles Palacio, per la fotografia Festes de Sant Narcís, publicada a Nació Digital i a Girona.Info. El premi a la millor iniciativa de comunicació institucional va quedar desert. Compartir a Twitter Compartir a



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



El CAC rebutja la denúncia del PP contra el gag del Polònia que parodiava Lenfonsament

Viernes, 27 de febrero de 2015

[embedded content] El Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha desestimat la denúncia del PP pel gag del Polònia on es parodiava una escena de la pel·lícula Lenfonsament, en aquest cas protagonitzada per Mariano Rajoy. El CAC assenyala que l'esquetx es va realitzar en el context d'un programa d'humor, identificat clarament com de sàtira política i que, independentment del grau d'oportunitat que se li pugui atribuir en el context del debat polític actual, queda plenament emparat per la llibertat d'expressió, de manera que sense no es va incomplir la legislació audiovisual vigent. L'acord del ple del Consell s'ha aprovat amb cinc vots a favor i un en contra, el del conseller secretari, Daniel Sirera, expresident del Partit Popular a Catalunya. La queixa presentada pel PPC afirma que en el gag del Polònia es fa una comparació inacceptable entre Rajoy i Hitler (protagonista de l'escena del film, molt parodiada a les xarxes), que difama d'una manera impròpia a un dirigent democràtic per comparar-lo amb un dictador totalitari, per la qual cosa, al seu entendre, el president espanyol rebia un tracte vexatori. Cal recordar que Ciutadans també va denunciar que el gag banalitzava el nazisme, però en el seu cas va portar la qüestió davant la Comissió Europea. El CAC diu que no és suficient la mera crítica o burla. El Consell de l'Audiovisual també recorda que, l'esquetx, no incloïa cap al·lusió verbal ni simbologia d'aquella època o del règim nacionalsocialista, de manera que les crítiques sarcàstiques que s'hi produeixen no es poden reputar com a ofensives. El CAC remarca que la sàtira, i especialment la sàtira política, és expressió de les manifestacions creatives de l'ésser humà, que la utilitza com un instrument de denúncia i de crítica social, i, com a tal, és una manifestació més de la llibertat d'expressió i de creació artística. A més, afegeix que perquè es produeixi una vulneració del dret a l'honor no és suficient la mera crítica o burla, sinó que és necessari que es produeixi una desqualificació injuriosa. Les discrepàncies de Sirera. Per la seva part, el conseller secretari Daniel Sirera, discrepa de l'acord assolit pels seus companys: L'esquetx del Polònia no s'ha limitat a criticar el president del Govern de l'Estat o a burlar-sen, assegura en el seu vot particular, sinó que quan se'l parodia comparant-lo amb l'assassí genocida més gran de la història es produeix una desqualificació injuriosa sobre ell i sobre el conjunt dels espanyols. L'expresident del PPC considera que el gag banalitza i minimitza el nazisme, i afirma que l'associació que suposadament s'hi fa entre Hitler i Rajoy és pejorativa, repugna la societat actual i no resulta admissible, com a regla general, en l'exercici de la llibertat d'expressió. Sirera argumenta que tots els espectadors i tots els mitjans de comunicació que s'han fet ressò de la denúncia del PPC contra aquest esquetx de Polònia van entendre, amb independència que existís simbologia nazi o no, que s'hi estava comparant Rajoy amb Hitler.

Dropcoin: el botón que monetiza el 'me gusta'

Viernes, 27 de febrero de 2015

Es simple. Y prometedor. Dropcoin nació hace pocos días, pero ya ha comenzado a llamar la atención de algún que otro gran medio y de la 'fauna' periodística en Twitter. Lo usan ya Politikon, Jot Down y LaCaffe , pero se augura que serán muchos más los medios que implanten el pequeño botón. Un pequeño botón que, con una sencillez pasmante, podría solucionar ese dilema (que parece ya eterno) del periodismo: cómo encontrar un modelo de negocio en la era digital. O, lo que es lo mismo, como monetizar el click. Lo que intenta: "generar una forma de colaboración entre gente que tiene propuestas online, que tiene contenidos, y gente que los busca y los valora", explican desde Dropcoin, a través de Iñaki Sebastián. Un botón que permite dar de 10 céntimos a dos euros a productos en la red, a artículos. Es decir: consigue transformar los 'me gusta' en una fuente de ingresos para el periodista o creador. "Es una forma de simplificar al máximo el gesto, la aportación", explica, "aportar un click sonoro, un compromiso mayor" , explica Sebastián. Y parece que está teniendo éxito. "Estamos teniendo ya bastantes solicitudes, primero evidentemente de curiosidad" cuenta, pero añade ya el interés de varios medios, uno de los cuales, el primero, tiene hasta 2 millones de visitas al mes "está generando interés", explica, "pero con la prudencia de que la gente se vaya acostumbrando ", cuenta. Es, si no otra cosa, una novedad. "Es el primer proyecto de este tipo, en España y a nivel mundial no hemos encontrado nada con un planteamiento como este ", explica Sebastián, que lleva casi tres años con la idea en la cabeza. Surgió "cuando empecé a tantear en Twitter, de forma casual, y empecé a seguir a gente que me aportaba contenidos interesantes. Muchos de ellos periodistas, escritores... fui teniendo interacción con ellos", explica. Descubriendo un periodismo que no conocía. "Entonces, fui consciente de que la realidad social y política cómo provocaba que la gente consumiese información como nunca se había dado y sin embargo la situación de los medios era durísima", cuenta y "pensé esta posibilidad", explica. La solución es algo muy simple. Desde Dropcoin trabajan "primando la sencillez, para que todo el mundo pueda dar 25 céntimos. No todo el mundo puede dar 60 euros al año" cuenta. "Es el planteamiento, que sea asequible y que haya voluntariedad ". El botón está dirigido a productos periodísticos, porque "el periodismo es donde millones de personas buscan información, con una recurrencia diaria", cuenta. Aun así, "estamos estudiando ampliarlo a proyectos solidarios, por ejemplo". Es decir, a " cualquier persona que tenga una propuesta, que tenga algo que aportar" .

El CAC veu llibertat dexpressió comparar Rajoy amb Hitler

Viernes, 27 de febrero de 2015

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha aprovat un acord segons el qual es constata que el gag del programa Polònia en què es feia una paròdia del president del Govern central en el búnquer de Hitler està emparat per la llibertat d'expressió. En concret, el CAC constata que lesquetx, emès per TV3 el 13 de novembre de 2014, es va realitzar en el context d'un programa d'humor, identificat clarament com de sàtira política i que, independentment del grau d'oportunitat que se li pugui atribuir en el context del debat polític actual, queda plenament emparat per la llibertat d'expressió, sense que en el cas analitzat shagués produït un incompliment de la legislació audiovisual vigent. L'actuació del CAC es va iniciar arran d'una queixa del portaveu adjunt del diputat del PPC, Santi Rodríguez, que va assenyalar que lesquetx assimilava d'una manera clara una reunió del president del Govern central amb membres del seu govern amb una escena de la pel·lícula Der Untergang (L'enfonsament), en què apareixia Adolf Hitler reunit amb dirigents nazis. Segons afegeix Rodríguez, es tracta d'una comparació inacceptable, perquè banalitza el nazisme i difama un dirigent democràtic en comparar-lo amb un dictador. El CAC considera que la sàtira, i especialment la sàtira política, és expressió de les manifestacions creatives de l'ésser humà, que la utilitza com un instrument de denúncia i de crítica social, i, com a tal, és una manifestació més de la llibertat d'expressió i de creació artística. L'acord afegeix que perquè es produeixi una vulneració del dret a l'honor no és suficient la mera crítica o burla, sinó que és necessari que es produeixi una desqualificació injuriosa. El Consell afirma que lesquetx utilitza el llenguatge de la sàtira política per mostrar, en forma de paròdia, una situació en què un governant es veu superat per determinats esdeveniments contraris als seus interessos, sense incloure cap al·lusió verbal ni cap símbol propi d'aquella època històrica ni del règim nacionalsocialista alemany. En aquest sentit, conclou el CAC, les crítiques que shi produeixen, tot i que sarcàstiques, no es poden reputar com a ofensives, un cop valorades en el context del programa i atesa la rellevància pública que va suscitar el procés de participació ciutadana del 9 de novembre. L'acord del CAC es va aprovar amb un vot particular.

De Boris Nemtsov y la evolución de los medios en Rusia

Domingo, 1 de marzo de 2015

La oposición no tiene mucha influencia en la opinión pública de Rusia, confesó Boris Efimovich Nemstov en su última entrevista. Estaba ante un micrófono en la emisora Eco de Moscú (Ekho Moskvyy), apenas tres horas antes de ser asesinado junto al Kremlin. @BorisNemtsov En ese diálogo radiofónico, sus interlocutores y los oyentes tuvieron la impresión de que tenía prisa por reafirmar su discurso, antes de la manifestación prevista el domingo 1 de marzo. Impaciente por reafirmar sus ideas. Dicen que apenas dejó hablar a sus entrevistadores. La crisis rusa tiene su origen en la agresión a Ucrania, porque de ahí surgieron las sanciones y a continuación la fuga de capitales. Todo surge de esa agresión insensata contra Ucrania que lleva a cabo Putin, dijo quien decía tener pruebas de la implicación de tropas regulares rusas en el conflicto ucraniano. Y cuando una periodista le preguntó por Crimea, para recordarle a Nemtsov que los habitantes de esa península deseaban unirse a la Federación Rusa, él respondió: Estoy de acuerdo, la población de Crimea quería (mayoritariamente) unirse a Rusia; pero la cuestión no es esa. No se trata únicamente de saber lo que querían, sino de respetar la ley y del respeto a la comunidad internacional. En Rusia, la ley se vuelve a retorcer o se esquiva, cuando es necesario castigar a quienes disienten, sean defensores de los derechos humanos, tenaces políticos opositores o periodistas empeñados en ejercer su oficio (de verdad). Y cuando se produce un asesinato como este último, los medios favorables al Kremlin se lanzan rápidamente al despliegue de una pluralidad de teorías de la conspiración. Nemstov, sugiere Pravda (28 de febrero) ha sido asesinado por un lío amoroso o para desestabilizar a su país. Y apuntan a la mano de Washington y al paralelismo del asesinato moscovita con otros crímenes similares destinados a desencadenar protestas masivas de la población, como los orquestados en Argentina y Venezuela. Hipótesis a confirmar por parte de redactores con mentalidad de agentes de los servicios secretos. ¿O escriben al dictado? Nemtsov y su pasado político La oposición de Nemtsov a la guerra ha sido valerosa en un contexto político muy hostil. Pero a pesar de las sospechosas circunstancias de su asesinato- hay que recordar que no estuvo siempre en la oposición. Ocupó varios altos puestos en la caótica administración del presidente Boris Yeltsin, de quien llegó a ser considerado un posible delfín. Como Yeltsin, también se alineó contra los golpistas de 1991 desde el primer momento. Luego, entre otros cargos, fue gobernador de Nizhny Novgorod; ministro de Petróleo y Energía en la época de las privatizaciones más fulgurantes y truculentas. Y estos barros vienen de aquellos lodos. Se ha recordado ahora que recibió grandes elogios de Margaret Thatcher (Liberal martyr , The Economist , 28 de febrero). Fue el tiempo del crecimiento de los oligarcas que tanto han influido en la evolución de Rusia, desde la decadencia acelerada de la burocracia soviética. Un tiempo, que sucedió a la perestroika : se marcaron entonces las fronteras entre unos y otros. En los negocios y en la política. Nemtsov evolucionó hacia la oposición mientras Putin se convertía en el auténtico heredero. Ucrania y crisis en Rusia De Nemtsov, sin embargo,

hay que retener su consideración de que los problemas de su país no han surgido del vacío, sino de una política -la de Putin- en la que la crisis que sufre Rusia y el conflicto en Ucrania conforman dos caras de la misma moneda. En su entrevista-testamento, Nemtsov dejó claro que la débil influencia de la oposición en la mayor parte de la ciudadanía rusa tiene que ver con el control creciente de la mayor parte de los medios y de la información en general. Y eso antecede a los choques de Crimea y la región de Donbass; a partir de los cuales Putin ha realzado ciertamente su popularidad. Esta mañana, sin embargo, oímos a un experto que nos advertía que tampoco son fiables del todo las encuestas relativas a ese apoyo popular masivo. La mayoría de los rusos sabe casi siempre lo que tiene que responder; aunque solo sea por trayectoria histórica, por cultura política. Ataques, leyes, presiones y servilismo La semana pasada nuestros colegas del Sindicato de Periodistas de Rusia denunciaban de nuevo la ley de 2012 que permite declarar agente extranjero a cualquier organización no gubernamental, si recibe ayuda del exterior. No se trata únicamente de las medidas administrativas que puedan llevar al cierre (de sus oficinas) o al despido de su personal, sino la posibilidad de ser condenado a diez o más años de cárcel por las razones más vagas, tales como compartir información elemental con organizaciones que no sean rusas, decía una nota firmada conjuntamente con la Federación Europea de Periodistas. La denuncia tenía que ver con la amenaza oficial contra el Centro de Defensa de los Medios, que dirige la abogada Galina Arapova, experta defensora de los medios en casos de difamación periodística. Recientemente, Arapova, denunciaba el sometimiento de la mayoría de los periodistas y medios, por la presión legal y económica. La autocensura se convierte en fenómeno dominante. Los asesinatos de periodistas, tristemente ejemplificados por los casos de Anna Polikovskaya y Natalya Estemirova (ambas de Novaya Gazeta) son la punta del iceberg. En los informes anuales de la Federación Internacional de Periodistas, así como de otras organizaciones como Reporteros Sin Fronteras o Article 19, las cifras varían; pero el número de periodistas asesinados supera las 200 víctimas mortales desde la época de Yeltsin. Más de 350 si se añaden los nombres de los que murieron en actos terroristas o conflictos armados en territorios de la Federación Rusa. Y no siempre hay eco suficiente de esas muertes. Por ejemplo, la docena de periodistas asesinados en Daguestán en los últimos años no son casi citados. La autocensura se convierte en método de supervivencia para quien tiene que informar desde o en zonas muy alejadas de Moscú o San Petersburgo. Y la limitación de información tiene otras caras. El uno de enero ha entrado en vigor, otra ley que obliga a las redes sociales, servicios de mensajería y motores de búsqueda extranjeros a almacenar los datos personales de sus usuarios en un servidor de Rusia. El mismo objetivo tienen las limitaciones legales relativas a la publicidad o a la copropiedad de medios por parte de socios no rusos. Afectan a la misma emisora en la que Nemtsov hizo sus últimas declaraciones, al diario económico Vedomosti o al periódico en lengua inglesa, The Moscow Times. Los legisladores lo justificaban ya hace meses así: Es la guerra fría desatada ahora contra Rusia la que nos dicta determinadas leyes (crónica de Pilar Bonet en El País, 25 de septiembre de 2014). El Sindicato de Periodistas de Rusia estimaba hace pocas semanas que 54 medios independientes, incluyendo cadenas de televisión como, TV-2 o TV Dozhd, están abocados al cierre, por culpa de la nueva normativa. En diciembre, Natalya Sindeeva, editora de TV Dozhd, anunciaba que continuaría emitiendo

Audiencia: 4.190

Ranking: 4

VPE: 11

Página: 3

Tipología: online

desde su domicilio en Moscú. Ni siquiera se desarrolla el pluralismo oligárquico al modo del pasado yeltsiniano. Cada oligarca ha obtenido su imperio mediático, pero cada vez es menos así. Cada vez están más unificados en lo que piensan, citaba Isabelle Mandraud del diario francés Le Monde (26 de septiembre de 2014): Todo se hace para mostrar que Rusia se defiende contra agresiones exteriores (artículo titulado Contre l'ingérence étrangère Moscou renforce sa pression sur les médias). Nuestros colegas del Sindicato de Periodistas de Rusia citan también la Ley contra las Actividades Extremistas y la modificación del artículo 282 del Código Penal ruso, que habrían desviado una aceptable prevención contra los discursos del odio hacia el castigo de las voces disidentes o para impedir el uso de la libertad de expresión cuando se manifiesta contra los puntos de vista del gobierno. Reforzar la RT internacional Por el contrario, y

¿Cuáles son las diez noticias de Comunicación que no has debido perderte esta semana?

Domingo, 1 de marzo de 2015

Una semana más, desde pnnoticias te ofrecemos un resumen de las noticias más destacadas que han tenido lugar a lo largo de los últimos siete días en el sector de la Comunicación: estudios, Comunicación política, nombramientos, cambios de identidad corporativa o nuevas estrategias son algunos de los temas que no has debido perderte. ¿Cuál fue la estrategia de Comunicación del ex presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, cuando surgió la crisis? ¿Cuáles fueron los fallos en la comunicación de la crisis económica? Los dos máximos responsables de la estrategia de Comunicación del Gobierno en el inicio de la crisis, la ex secretaria de Estado de Comunicación, Nieves Goicoechea, y Gonzalo Vázquez, ex director del Gabinete de la Secretaría de Estado de Comunicación, han respondido a estas incógnitas durante la sesión del Aula de Liderazgo Público organizada por la Asociación de Comunicación Política (ACOP) y la consultora Mas Consulting. Carmen Martínez Castro, Secretaria de Estado de Comunicación, ha roto la tendencia de los predecesores en su cargo. Hasta la fecha la gran mayoría de los predecesores de Martínez Castro tan solo aguantaban en el cargo una media de dos años. A día de hoy, la mano derecha de Rajoy en todo lo que tenga que ver con la Comunicación del Gobierno lleva en el puesto tres años consecutivos. Si buscas trabajo en el sector de la Comunicación esta semana no dudes en consultar las ofertas de empleo que hemos seleccionado para ti, en las que algunas de las agencias y compañías más importantes del país buscan profesionales cualificados como tú: Hill + Knowlton, Mazda Automóviles España, Nautalia o bq son algunas de las empresas que requieren expertos del sector. La consultora de Comunicación y Relaciones Públicas reunió anoche en sus oficinas de Madrid al Presidente ejecutivo, Peje Emilsson, y a la CEO global, Charlotte Erkhammar, en una fiesta en la que la firma celebró sus 45 años de vida y sus 15 años de presencia en España. Ya lo contábamos en pnnoticias: WhatsApp se ha convertido en una vía de Comunicación entre los candidatos de los diferentes partidos políticos y la sociedad. No en vano, Ramón Marcos, candidato de UPyD a la presidencia de la Comunidad de Madrid, para estar en contacto directo con los ciudadanos, según rezaba su eslogan. Le siguió su compañero de partido Toni Cantó. Y ahora son los del PSOE y el PP los que se suman a esta oleada de candidatos 3.0. Esta mañana se ha presentado en el Edificio La Refinería, sede del Grupo pnnoticias, el Informe PR 2015 en el marco de la IX edición de Desayunos Club Agencias. Según el informe, realizado por la consultora Torres y Carrera en colaboración con pnnoticias, las principales firmas de Comunicación y Relaciones Públicas (RRPP) en España han reducido el conjunto de su facturación en 2013 respecto al ejercicio anterior en casi un 1,5%. Sin embargo, el conjunto del sector de la consultoría de Comunicación y RRPP continúa con su senda ascendente. Los datos del informe han sido presentados por Xurxo Torres, director general de Torres y Carrera y coordinador del estudio, y Luis Quintanilla Sánchez-Villacañas,

economista, colaborador del IESE Business School y consultor especializado en procesos de transformación y reestructuración de empresas. Esta herramienta de Comunicación, que nació en un piso de Barcelona en 2012, tiene como objetivo simplificar la relación entre los generadores de contenido y cualquier medio de Comunicación. Se trata de una idea, diseñada por tres amigos, que después de tres años en España cruza el charco para desembarcar en México, puerta de entrada al mercado latinoamericano. Núria Vilanova, presidenta de Inforpress, ha presentado la nueva imagen de marca y nombre de la agencia de Comunicación y Relaciones Públicas que fundó hace 26 años. Bajo el nombre de ATREVIA, la nueva marca supone un paso más en la transformación de la agencia en una empresa global. El claim de la nueva marca la consultora global de Comunicación con espíritu latino número uno en España ha generado polémica en el sector. Project&Comm no ha cumplido todavía un año en el sector pero, poco a poco, se está haciendo un hueco en un mercado en el que hacen falta más emprendedores como Caterina Crespo, directora de la consultora, que con tan sólo 23 años ha entrado pisando fuerte en el terreno de la Comunicación. Con ella hablamos en esta entrevista sobre los motivos que le han hecho poner en marcha este negocio, así como sobre las grandes deficiencias que están poniendo en peligro la credibilidad del sector en la actualidad. Algo está cambiando en la estrategia de Comunicación de RTVE. Durante mucho tiempo el Departamento ha guardado silencio respecto a las numerosas cuestiones surgidas en torno a la Corporación, pero ahora los escuetos comunicados zanjando polémicas parecen su nueva línea a seguir. A este cambio se le une la creación de un perfil oficial en Twitter y se produce en uno de los momentos más críticos por RTVE envuelta en acusaciones de manipulación y con un aumento de su deuda que a cierre del ejercicio de 2

Mor l'escriptor i periodista, Francisco González Ledesma

Lunes, 2 de marzo de 2015

El president anuncia deu projectes estratègics i nomena Viver i Pi-Sunyer, comissionat per a la Transició Nacional. L'escriptor i periodista barceloní Francisco González Ledesma (1927-2015) ha mort aquesta matinada. Està considerat un dels principals impulsors de la novel·la negra i és el pare del famós inspector Méndez, de qui va publicar la seva darrera història el 2013 ("Pitjors maneres de morir"). Al llarg de la seva vida va fer servir diversos pseudònims com el de Silver Kane, el qual utilitzava per signar relats ambientats en l'Oest americà. Rosa Alcázar i Fernando Robles són dos dels altres sobrenoms vinculats amb González Ledesma: les novel·les de gènere romàntic escrites per l'autor porten aquest segell. Llicenciat en Dret va entrar al món del periodisme de la mà de "Correo Catalán". Més tard el va fitxar "La Vanguardia" on va treballar 25 anys, arribant a ocupar el càrrec de redactor en cap.

Detingut un periodista a Madrid mentre cobria un desnonament

Lunes, 2 de marzo de 2015

Jaime Alekos, reporter de Periodismo Humano, va ser detingut a Madrid mentre gravava aquest vídeo dun desnonament a Madrid.

Monica Gonzalez (Axicom): La función del dircom evoluciona hacia una figura más estratégica

Lunes, 2 de marzo de 2015

El papel del Director de Comunicación en España sigue evolucionando y transformándose a la velocidad que marcan los constantes cambios en la forma en que las empresas y organizaciones necesitan comunicarse con sus múltiples stakeholders. El estudio Retos y oportunidades de los departamentos de Comunicación en España pretende arrojar algunas pistas sobre cuál es situación actual que viven los departamentos y profesionales de esta disciplina y a que realidades y retos se enfrentan. Algunas conclusiones interesantes apuntan como en 2014 todavía el 34% de las empresas tuvo un presupuesto para comunicación menor que en los años anteriores, pero también se apunta un nada desdeñable 30% de las empresas que destinaron mayor presupuesto a esta disciplina. Quizá llama la atención como en el 12% de los casos la función de comunicación en la empresa recae en profesionales cuya formación está en principio menos relacionada con esta función y cómo aunque cuentan con reconocimiento estratégico, todavía muchos dependen de funciones de marketing. El estudio señala como las cuatro funciones a las que más se dedican en el día a día son a la labor de gabinete de prensa, elaboración de contenidos, gestión de la relación con influenciadores y de canales propios (redes sociales, blogs, webs) como las principales funciones de su día a día. De hecho, destaca notablemente cómo a día de hoy la mayoría de las empresas confían al departamento de comunicación este cometido y no a otros como el de marketing o RRHH. Sin embargo, los departamentos de comunicación apuntan pocas competencias en lo relacionado con a gestión de actividades de pago (acuerdos, eventos, estudios, embassadors, con medios, blogs y/u otros canales) y abogan por ejemplo por que las tarifas en blogs o con bloggers y otros influenciadores online, sean transparentes pues señalan existe mucha confusión y falta de claridad al respecto. La medición de resultados sigue siendo también de los ámbitos de mayor dificultad para la profesión. El 67% de los directores de comunicación encuestados señala como en muchas empresas se pretenden establecer objetivos, KPIS y métricas de disciplinas afines. Otros retos apuntan a la capacidad de storytelling y contenidos de valor, periodismo de marca, branded content o comunicación móvil. Uno de los puntos en los que la gran mayoría (86%) de directores de comunicación coincide es que sería muy interesante que la formación dirigida a directivos (MBAs etc) aportara mayor profundidad y conocimiento sobre la disciplina y área de comunicación para mayor y mejor comprensión de la misma por parte de los directivos de primer nivel. El porcentaje que no está de acuerdo con esta afirmación apenas alcanza el 14%. La razón es que el 80% de la muestra encuestada, piensa que función del Dircom evoluciona más que nunca hacia una figura mucho más estratégica en la compañía, relacionada con la gestión integral de reputación (tan solo un 16% piensa que la función del Dircom quedará diluida entre nuevos perfiles como marketing, RRHH o el community manager) y sin duda una mejor formación de los CEOS y directivos al contribuiría a

Audiencia: 83.800

Ranking: 5

VPE: 1.433

Página: 2

Tipología: online

un mejor entendimiento de la profesión, capacidades y realidades. El estudio apunta asimismo como las agencias de comunicación y relaciones públicas son consideradas como un partner estratégico clave para para más de la mitad de los encuestados. De hecho cerca del 40% trabaja con una agencia de comunicación y el 22% lo hace con varias. Lo más valorado a la hora de contratar una agencia es la experiencia y profesionalidad del equipo humano el cumplimiento de objetivos así como el conocimiento del sector de negocio (42%). Aspectos que aparentemente tienen menor relevancia son el precio (14%), o la amplitud de oferta de servicios (6%), así como el carácter internacional (4%). Confío que estos apuntes hayan captado vuestro interés por conocer mejor las inquietudes, motivaciones, frenos y retos de todos los que nos dedicamos a esta apasionante profesión. Confío os guste Monica Gonzalez Ortin, directora general AxiCom en España

Periodistas alemanes denuncia al Bild por su campaña contra Grecia

Lunes, 2 de marzo de 2015

El tabloide alemán Bild ha puesto en marcha una campaña contra los ávidos griegos, denuncia el digital Okeanews sumándose la postura de la Unión de Periodistas alemanes y muchos internautas, así como diarios y revistas de otros países europeos, que consideran indecente la campaña que con grandes titulares sensacionalistas proclama como un grito No a más miles de millones para los ávidos griegos. La edición del 26 de febrero de 2015 del periódico amarillista ha pedido a sus lectores que inunden las redes sociales con sus fotografías (selfies) acompañadas de un NO. Bild Bild-Zeitung (de Bild: imagen et Zeitung : periódico) es un diario conservador y sensacionalista alemán que tiene la mayor tirada, no solo de su país sino de toda Europa occidental, editado por el grupo Axel Srpinger Verlag. Por su formato y contenido forma parte de la prensa dedicada a los escándalos y la vida privada de los personajes (People press). La Unión de Periodistas alemanes ha pedido que el periódico interrumpa inmediatamente su campaña contra Grecia. La política alemana en relación con Grecia puede gustar a unos y no gustar a otros, ha manifestado el presidente de los periodistas Michel Konken , añadiendo que una campaña que pretende influir directamente en las decisiones políticas no es acorde con la misión de los periodistas. Es evidente que los tabloides utilizan otro lenguaje y hacen otro periodismo. También ha agregado que la campaña de los selfies del Bild rebasa los límites de una campaña política, sin ignorar que es moralmente criticable que se insulte a todo un pueblo por los errores cometidos por sus políticos en la gestión de las finanzas del país. En las redes sociales, añade la información de Okeanews , la campaña del No a los ávidos griegos, auspiciada por el Bild, se ha transformado en otra de No al Bild, No a más 0,80 ¢ para el estúpido Bild (#NeinZurBild), poniendo de manifiesto la irritación de una parte de la sociedad alemana contra el tabloide que desde 2010 lleva a cabo una particular campaña contra Grecia y los griegos.