



# RECULL DE PREMSA

17/03/2015



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

16



# PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
17/03/15	EL GRAN DILEMA DE CÓMO CONTAR UNA HISTORIA MAÑANA ARRANCA KOSMÓPOLIS / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	5	1
17/03/15	LAS PLATAFORMAS DE VÍDEO SON EL FUTURO DEL NEGOCIO / EL MUNDO (ED. CATALUNYA) INNOVADORES	6	1
17/03/15	LA EDICIÓN DIGITAL DE LA RAZÓN CRECE UN 79% EN EL ÚLTIMO AÑO / LA RAZON	7	1
17/03/15	UNIDAD EDITORIAL SE REFUERZA / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	8	1
17/03/15	ENRIQUE CEREZO Y EL POPULAR ACUDEN AL RESCATE DE 13TV Y SE HACEN CON UN 17% / EL ECONOMISTA	9	1
17/03/15	KOSMOPOLIS SALE DE ÓRBITA CON GROSSMAN, SEBALD Y EL PERIODISMO / ABC (EDICION CATALUÑA)	10	1
17/03/15	UN JUTGE DECLARA INTERECONOMÍA EN CONCURS DE CREDITORS / ARA	11	1
17/03/15	AIXÒ ÉS TV PÚBLICA: LA BBC REGALA UN MILIÓ D'ORDINADORS / ARA	12	1
17/03/15	¿ANEM AL LLIT? per Francesc Escribano / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	13	1
17/03/15	CARLES PALACIO, UN 'JOVE FOTÒGRAF TRIAT PER INSPAI / EL PUNT AVUI (GIRONA)	14	1
17/03/15	EL JUEZ DECLARA A INTERECONOMÍA EN CONCURSO DE ACREEDORES / EL ECONOMISTA	15	1



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





# El gran dilema de cómo contar una historia

Mañana arranca Kosmópolis, gran fiesta de la literatura que estará dedicada al 150º aniversario de Alicia, al futuro del periodismo y al legado de W. G. Sebald

Carlos Sala

Si la literatura fuera un mono, sería uno de esos gorilas que se rascan demasiado las piernas en el zoo. Si fuera un insecto, sería uno de esos escarabajos peloteros que hacen un ruido espantoso cuando los pisan. Si fuera unos zapatos, sería uno puntiagudo que daría la patada siempre a las personas correctas, aunque a veces fallase. Si la literatura fuera un actor en horas bajas, un coche del futuro, un pájaro sin alas, un pollo con seis, un número primo, un amigo de un primo, un... Así podríamos llegar hasta el infinito porque la pregunta correcta es, ¿qué no es literatura? Nada lo es, porque lo que no lo es, no es nada.

Así lo piensa Juan Insúa, director del Festival Kosmópolis, que mañana arranca su octava edición con más ambición que nunca (con un presupuesto de 150.000 euros) y un salto cualitativo importante en cuanto a sus invitados e intenciones (doblado su número de días). Hasta el 22 de

marzo, en que todos se irán a ver el F. C. Barcelona-Real Madrid, la gran fiesta literaria de literatura amplificada recibirá la visita, entre otros, de David Grossman, William T. Vollmann, Robert Coover, Rachel Kushner, Alberto Manguel, y Vanessa Tait, biznieta de Alice Lidell, que acaba de publicar «The Looking Glass House», donde ficciona la vida de la familia Lidell en aquellos años victorianos. «La literatura amplifica la realidad. Junto a la música, es la que mejor refleja el pasado, el presente y el futuro de la condición humana. Queremos hacer una fiesta de modelo horizontal, para que todos los amantes de la literatura, de todos los tipos, niveles y escalas, se sientan como en casa», afirma Insúa.

La edición de este año, que inaugura Juan Marsé hablando sobre la reciente biografía de su vida que ha firmado Josep Maria Cuenca, está dividida en apartados temáticos. Por un lado están los «Diálogos K» en que grandes escritores hablarán de cómo refleja la narrativa los problemas contemporáneos. Javier Cercas y Mathias Enard hablarán de la impostura; Taiye

Selasi y Xavier Aldekoa hablarán de África y las migraciones; o Pailo Giordano y Lucía Ramis, que indagarán en el concepto de familia en el siglo XXI.

El punto fuerte será la celebración del 150 aniversario de la publicación de «Alicia en el país de las maravillas». Alberto Manguel y Mina Holland, directora del suplemento gastronómico de «The Guardian» repasarán sus misterios desde varias perspectivas. El Gran Slam poético estará dedicado al clásico de Lewis Carroll, con la participación de Bohden Piasecki. Además, se realizará una introducción a la criptografía cuántica a través de Alicia. Aunque la visita de la biznieta de Lidell será lo más esperado.

Además, también se indagará en las nuevas vías del periodismo y su relación con la literatura. Jon Lee Anderson y Martín Caparrós hablarán de hambre, pobreza y guerra y se organizará un «Hackathon» de periodismo de datos y cómo esa información puede traducirse en una gran historia. Paralelamente, el Canal Alfa, suplemento audiovisual de Kosmópolis, programará dos grandes documentales como «For no good Reason» y «Citizenfour», que este año se llevó el Oscar.

Por último, y coincidiendo con la exposición dedicada a W. G. Sebald. Escritores como David Grossman, Carles Torner, Cristina Rivera Garza o Camille de Toledo hablarán de la influencia de sus enseñanzas y se proyectarán dos películas centradas en Sebald, como «Austerlitz» o «patience (After Sebald)».



Jon Lee Anderson hablará de periodismo



David Grossman hablará de Sebald



CULTURA

## Medalla de oro póstuma a García Márquez

El Ayuntamiento de Barcelona entregó ayer la Medalla de Oro de la Ciudad a título póstumo al escritor Gabriel García Márquez, que llegó a Barcelona en 1967 y vivió durante siete años. El consistorio justificó el reconocimiento al escritor colombiano, fallecido en abril de 2014, por su especial contribución al enriquecimiento del patrimonio literario barcelonés y universal. Su hijo, Gonzalo García Barcha, recogió la distinción.



La biznieta de la niña que inspiró «Alicia en el país de las maravillas» estará en Kosmópolis



De izquierda a derecha William Baker, Carmen DiRienzo y Christopher Vollmer. JORDI SOTERAS

### >DISTRIBUCIÓN AUDIOVISUAL

## Las plataformas de vídeo son el futuro del negocio

Expertos del sector analizan en IESE las tendencias de la industria audiovisual y apuntan a la innovación y a modelos como Netflix para distribución de vídeo. Por **Lidia Montes**

La industria audiovisual está atravesando un cambio de paradigma, y es que echando la vista atrás el usuario ha pasado a tener a su disposición, ya no sólo un gran abasto de canales televisivos sino también una serie de plataformas que le permiten acceder al contenido que quiera en el momento que le apetezca. Precisamente la identificación de estos retos guiaron la conferencia que en IESE se centró en la globalización de los contenidos y los nuevos modelos de negocio audiovisual.

«Creo que en los próximos 5 años la industria del vídeo será una de las que más crecerá. Hay muchos contenidos de gran calidad que es lo que los usuarios prefieren y, por ello, el modelo de suscripción seguirá creciendo» apuntó Christopher Vollmer, director de Strategy&'s Digital Services, quien inició en que es necesario identificar qué tipos de público consumen cada producto para que la industria publicitaria se adapte al usuario ofreciéndole contenidos que le interesen. «Será un tipo de publicidad mucho más agresiva, pero primarán las plataformas que ofrezcan los mejores contenidos».

Vollmer pronostica que se producirá una explosión de formatos cortos, especialmente para dispositivos como el móvil. William F. Baker, presidente de Westinghouse Television, incide en la importancia del término *over the top*, utilizado para designar la distribución de contenidos de audio y vídeo a través de internet sin la intervención de un operador de control ni de un distribuidor. «Con internet y su rapidez, el usuario no ve la televisión sino que ve contenidos en internet en *streaming*, esto es lo que se denomina *over the top*. Este hecho cambia la dinámica económica del mundo de la televisión. El usuario decide qué quiere ver y cuándo quiere».

En este punto Vollmer pronosticó que se trata de un gran cambio para la industria audiovisual y para las compañías de *software* y será quien entienda realmente el producto, lo desarrolle de forma disciplinaria y sea capaz de dar un *feedback* al usuario quien gane la

apuesta. «Este formato de plataformas de contenidos a través de la red produce una gran fragmentación de públicos. Es muy difícil saber cómo te encuentra el usuario, cómo llega a ti».

En esta línea, la constante referencia en los discursos de los ponentes fue Netflix y su plataforma, como ejemplificación de un cambio de modelo de negocio. «Ellos han optado por ofrecer contenido original, tienen

«El futuro del entretenimiento se encamina a tecnologías de realidad virtual y 'oculus rift'»

millones de usuarios en EEUU y están creciendo en el resto del mundo. Están constituyendo su propio servicio de contenidos» señala Vollmer. Mediante una suscripción de pago los usuarios pueden encontrar en Netflix el contenido que deseen pero «es necesario crear un campo para la publicidad donde se puedan meter las marcas, para que se puedan convertir en parte de la experiencia que

recibe el usuario» apunta Allan Glazer, fundador de Glazer Creative Studios.

Precisamente en cuanto a la experiencia del usuario Baker considera que el futuro del entretenimiento pasa por la realidad virtual. Como parte de la previsión, la industria del videojuego se articula como una de las fuentes de contenidos: «Hay grandes comunidades de interés alrededor de los videojuegos, incluso los usuarios visualizan contenidos para averiguar trucos para jugar». En una panorámica analítica Vollmer apunta que cada vez cuentan con mejores animaciones y mejores guiones «la industria del videojuego está entrando en el sector del vídeo y yo creo que esto irá en auge porque las historias son interactivas y participan muchos jugadores» y concuerda con su compañero de mesa al concluir que nuevas plataformas como la realidad virtual o el negocio del *oculus rift* crecerán.

Sin embargo, el cambio de modelo plantea una serie de inconvenientes para los artistas: «hay que encontrar la forma de romper con esta tendencia porque el artista no está ganando dinero» reclama Glazer quien hace hincapié en que aunque su arte sí evoluciona y se adapta a los nuevos formatos no reciben a penas retribución por su trabajo. «El problema es que el artista siempre quiere ser pobre», bromea Glazer.



# La edición digital de LA RAZÓN crece un 79% en el último año

En el resto del mercado, sus competidores directos sólo subieron un 22%

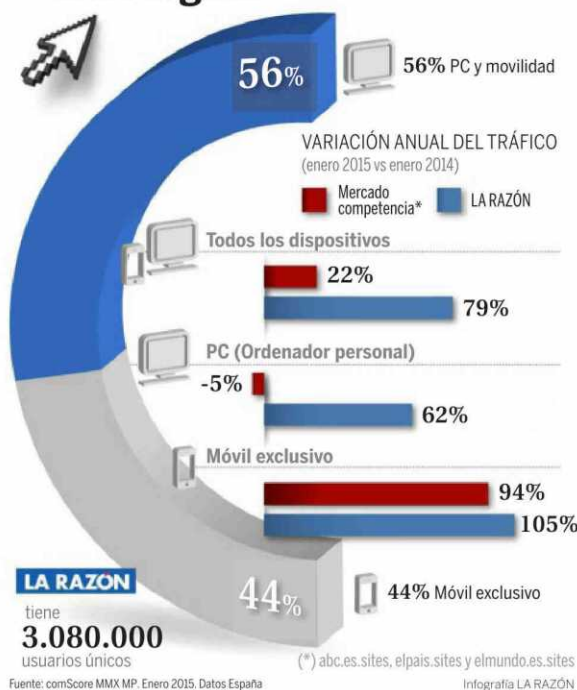
A. Luis de Santos

MADRID- Un 79%. Ése es el incremento general del tráfico de LARAZÓN.es Sites, la edición digital del diario LA RAZÓN, en el arranque de 2015. Una cifra que, si ya de por sí supone un rotundo éxito, lo es más si la comparamos con el comportamiento de sus competidores, que en grupo crecen tan sólo un 22%.

Así, LARAZÓN.es Sites sumó este mes de enero 3.080.000 usuarios únicos –según los datos de comScore MMX, MP. Enero 2015, datos España, medidor oficial de audiencias digitales–, prácticamente tantos como habitantes tiene una ciudad como Madrid. Un año antes, en enero de 2014, esa cifra se situaba en 1.722.000 usuarios únicos. El dato correspondiente a enero de 2015 incluye nuevas incorporaciones de «sites» a partir de abril de 2014, fruto de distintas colaboraciones.

Pero si desglosamos esta cifra en función del soporte desde el que acceden a la edición digital los lectores, el dato es aún más positivo, puesto que aquellos que entran a través del ordenador se han incrementado un 62%, mientras que el resto del mercado presenta un descenso del 5%. Esto supone que en un segmento como el del PC, que se encuentra estancado por tratarse de un mercado maduro y consolidado, LARAZÓN.es Sites continúa sumando nuevos lectores, frente a su competencia más directa, que

## Tráfico digital



presenta abultadas caídas.

En lo que se refiere al tráfico exclusivo procedente de dispositivos móviles, es decir, tanto smartphones como tabletas, el incremento en el número de lectores también es espectacular, ya que crece entre enero de 2014 y enero de 2015 en un 105%, es decir, más del doble. En este caso, la varia-

## INGRESOS PUBLICITARIOS

### La edición digital del diario cerró 2014 con una subida del 128,3% con respecto al año anterior

ción también es superior a la del resto del mercado, que sube un 94%. Si bien es cierto que en este soporte el crecimiento es generalizado en el sector, no lo es menos que el de LARAZÓN.es Sites está por encima del que muestra la mayoría de sus competidores directos.

Este crecimiento del tráfico desde el móvil cobra mayor importancia si tenemos en cuenta que se trata de un soporte emergente y en el que tiene puestos sus

ojos el mercado publicitario, pues el perfil de sus usuarios es el de una persona joven y que utiliza su smartphone o tableta para informarse.

Pero estas cifras no son fruto de la casualidad. Detrás está una clara y decidida apuesta de LA RAZÓN por el soporte digital, que se ha traducido en el desarrollo de nuevas aplicaciones para dispositivos móviles, una estrategia para ganar presencia en las redes sociales y una mejora en el posicionamiento en buscadores; así como la implementación de nuevas herramientas de análisis capaces de mostrar en tiempo real el comportamiento de la web y sus lectores; la creación de nuevos portales verticales dedicados a

contenidos como salud, viajes o lifestyle; la adaptación del diseño de la web a las nuevas tendencias, y una mayor interacción con las ediciones digitales de Antena 3 y Onda Cero.

## Calidad de los contenidos

Todas estas acciones han supuesto un aumento en la calidad de los contenidos, que se ha traducido directamente en un crecimiento en el número de lectores.

Además, este espectacular aumento del tráfico se ha traducido en un incremento proporcional de los ingresos publicitarios de la edición digital, de modo que LARAZÓN.es cerró 2014 un 128,3% más con respecto al año anterior, muy por encima de su competencia. Si comparamos enero de 2015 con el mismo mes de 2014, los ingresos de publicidad de LARAZÓN.es han crecido un 68,5%.

Todas estas acciones han supuesto un aumento en la calidad de los contenidos, que se ha traducido directamente en un incremento en el número de lectores.

## La versión en papel, compatible con la versión on-line

Según los resultados de la décimo séptima encuesta de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) a los usuarios de internet, el 40,7 por ciento leen ambas versiones de los periódicos: la de papel y la digital. También se ha experimentado un ascenso de los lectores que acceden a los diarios a través de su versión electrónica, exactamente un 42 por ciento, una opción que cobra más fuerza. Además, cabe destacar que cada vez hay más internautas que navegan a la vez que ven la televisión, actualmente un 72% reconoce que compagina ambas plataformas frente al 66,3% de hace dos años. El 40,4% lo hace frecuentemente y el 31,6% ocasionalmente.





## NOMBRAMIENTOS GRUPO DE EL MUNDO

# UNIDAD EDITORIAL SE REFUERZA

Aurelio Fernández asume la dirección general de Publicaciones; Gabriela Bolognese, la Estrategia digital; y Carmela Ríos lidera Nuevas narrativas

**E. M. MADRID** Unidad Editorial se reorganiza y refuerza. El área editorial culmina este proceso con el nombramiento de Aurelio Fernández como nuevo director general de Publicaciones, en dependencia directa del presidente ejecutivo, Antonio Fernández-Galiano. La designación tiene lugar en un momento en el que el grupo de prensa multimedia líder en España afronta una etapa de crecimiento y transformación caracterizada por el impulso decidido de su estrategia digital. La remodelación se completa con dos fichajes: Gabriela Bolognese asume la Dirección de Estrategia digital de EL MUNDO y Carmela Ríos se incorpora al grupo como responsable de Nuevas narrativas.

Fernández, hasta ahora director de Coordinación Editorial y Comunicación, participará activamente en todos los proyectos de contenidos de la compañía editora de EL MUNDO, del deportivo *Marca* y el económico *Expansión*, así como en

la identificación y fortalecimiento de sinergias entre el conjunto de las publicaciones del grupo, que edita *Diario Médico* y *Correo Farmacéutico*, y revistas como *Telva*, *Yo Dona*, *Fuera de Serie*, *Actualidad Económica*, *Marca Motor* y *La Aventura de la Historia*.

Fernández potenciará los procesos de producción de contenidos audiovisuales, la implantación de Unidad Editorial en redes sociales, la coherencia informativa entre las publicaciones y la difusión internacional de las informaciones. Como hasta ahora, permanecen bajo su responsabilidad la gestión de recursos técnicos y humanos de las redacciones, así como la comunicación externa.

Natural de Baracaldo (Vizcaya), Fernández ha desarrollado buena parte de su carrera en EL MUNDO. Fundador y director de la edición del País Vasco, ya en Madrid ha sido subdirector de Información y secretario general de Redacción. Posteriormente, fue nombrado



Aurelio Fernández, nuevo director general de Publicaciones. FOTOGRAFÍAS: EL MUNDO

subdirector general de Coordinación Editorial.

La estrategia digital de Unidad Editorial se apunala gracias a dos incorporaciones. Carmela Ríos, nombrada responsable de Nuevas narrativas, impulsará proyectos de periodismo móvil y nuevos formatos de información y promoción de contenidos. La profesional compaginará esta labor con la de profesora de Periodismo en dispositivos

móviles y redes sociales, una materia que imparte en el Máster de Periodismo CEU/EL MUNDO. A Ríos la avalan una experiencia de más de 20 años en información televisiva y una dilatada trayectoria como corresponsal en Francia. Buen ejemplo de su trabajo es la cobertura realizada en Twitter del movimiento 15-M, que le valió el premio Ortega y Gasset de Periodismo Digital 2011.



Gabriela Bolognese (Estrategia).



Carmela Ríos (Nuevas narrativas).

En la misma línea de refuerzo *online*, trabajará Gabriela Bolognese. Como directora de Estrategia digital de ELMUNDO.es, coordinará iniciativas y recursos editoriales para liderar la transformación digital. Hasta ahora, Bolognese ha sido *head of Media* en Yahoo! España. Formada periodísticamente en Argentina, Bolognese cuenta con más de 15 años de experiencia en medios *online*.



# Enrique Cerezo y el Popular acuden al rescate de 13tv y se hacen con un 17%

## La Conferencia Episcopal aprobó ampliaciones de capital por 15 millones en 2013

África Semprún MADRID.

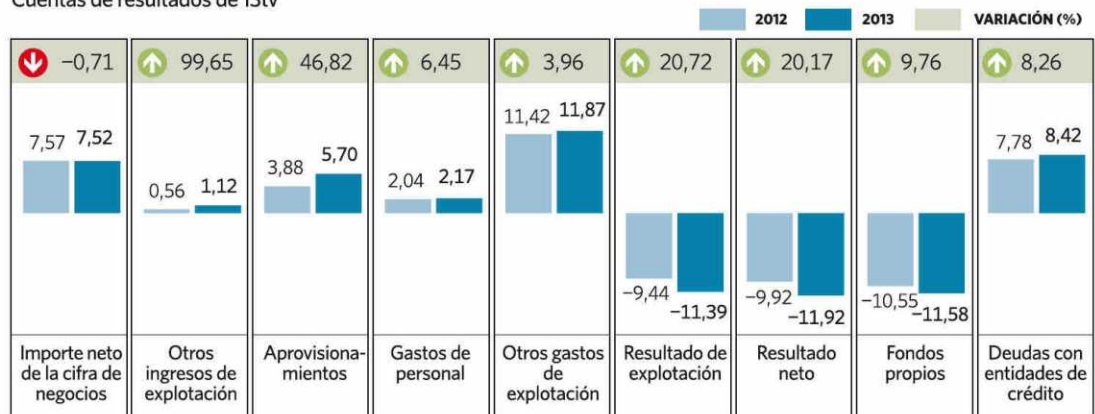
Los problemas económicos que atraviesa 13tv –en 2014 acumulaba pérdidas de 38 millones– han obligado a la Conferencia Episcopal a acumular ampliaciones de capital por más de 24 millones y a buscar nuevos accionistas. Así, a lo largo de 2013 la televisión de los obispos aprobó la inyección de 10,9 millones de euros con la que, entre otras cosas, dieron entrada a su accionariado a Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid, y al Banco Popular. El empresario madrileño y la entidad financiera acudieron al rescate de la cadena y suscribieron sendas ampliaciones de capital con la que se hicieron con hasta un 17 por ciento. “Durante 2013 la sociedades ha llevado a cabo ampliaciones de capital más prima por importe de 10,9 millones, incorporando a su accionariado a Video Mercury Films y a la Fundación Hispánica Grupo Banco Popular”, asegura la televisión.

En concreto, el presidente del club rojiblanco suscribió, a través de Video Mercury Films, una ampliación de 900.000 euros que llevó a hacerse con un 3 por ciento de 13tv en marzo de 2013. El desembarco de Cerezo responde a la conversión en acciones de una deuda que 13tv tenía con Video Mercury Films por el consumo de derechos de emisión –la firma del presidente del Atlético vende un catálogo de películas antiguas y de vaqueros, que también explota *Telemadrid*–.

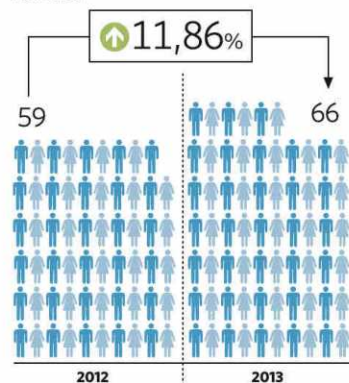
Por su parte, el banco que preside Ángel Ron se hizo en abril de 2013 con un 14,3 por ciento del capital de 13tv tras inyectar casi cuatro millones de euros a través de la Fundación Hispánica Grupo Banco Popular. Actualmente, la fundación ostenta un 11,8 por ciento de la televisión de los obispos ya que se vio diluida su participación por una serie de ampliaciones de capital que se llevaron a cabo entre diciembre de 2013 y enero de 2014. De cara a esos meses había aprobado una nueva inyección de 4,2 millones más,

### La tele de los obispos, en cifras

Cuentas de resultados de 13tv

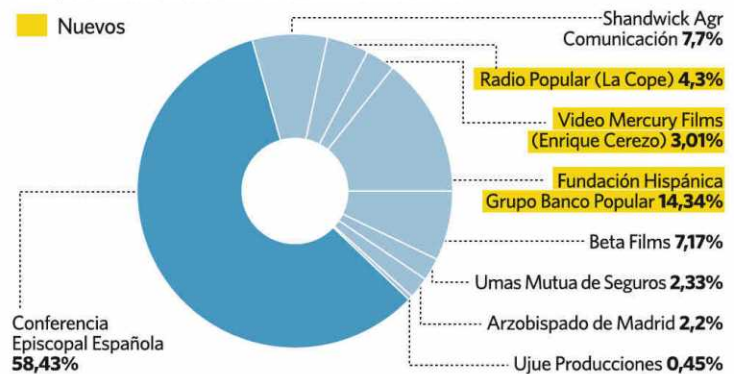


### Plantilla



Fuente: 13tv.

### Composición accionarial de 13tv (diciembre 2013)



elEconomista

La televisión de los obispos cerró 2013 con unas pérdidas de 11,9 millones y en causa de disolución

lo que eleva a 15,1 millones los fondos inyectados entre 2013 y 2014.

Además de la entrada del Popular y Enrique Cerezo, 13tv tiene como nuevo accionista a La Cope que se hizo en febrero de 2014 con el 4,3 por ciento de los títulos que estaban en manos de la firma de inversión Spinnaker.

La mayor parte de los fondos que 13tv necesitaba para evitar la quiebra llegaron de la caja de la Confe-

rencia Episcopal, que es primer accionista con un 58,43 por ciento de los títulos. Así, y según consta en las cuentas de la televisión, los obispos inyectaron 5,65 millones de euros en dos ampliaciones de capital, prima de emisión incluida, a lo largo de 2013. El año anterior, la televisión de los obispos también aprobó cuatro ampliaciones por unos 7,36 millones. Así, entre 2012 y 2013 la prima de emisión de 13tv pasó de 6,14 millones de euros a 22,9 millones y el capital se elevó desde los 1,2 millones a los 3,98 millones.

Pese a los nuevos fondos, la compañía no logró equilibrar su patrimonio y cerró el año con un fondo de maniobra negativo de más de 4 millones de euros. La situación se vio agravada con las pérdidas de 11,9 millones registradas en 2013, lo que

Redujo capital por 26 millones en 2014 para compensar unos números rojos de 38 millones

supone un aumento del 20 por ciento con respecto a 2012. En enero de 2014 se aprobaron las otras ampliaciones de capital de 4,2 millones ya mencionadas y suscritas por la Conferencia Episcopal, que tampoco “solventaron el desequilibrio”. Así y para compensar las pérdidas acumuladas de 38 millones, la firma aprobó una reducción de capital de 26 millones (las primas emitidas) en diciembre de 2014.



David Grossman

JAIME GARCÍA

## Kosmopolis sale de órbita con Grossman, Sebald y el periodismo

► El festival crece y celebra 150 años de «Alicia en el país de las maravillas»

DAVID MORÁN  
BARCELONA

Se presenta como la fiesta de la literatura amplificada, nombre que, por lo menos en esta ocasión, le sienta como anillo al dedo: no hay más que ver el listado de más de 120 participantes y un programa de actividades altamente concentrado y, claro, amplificado, para convenir que entre los días 18 y 22 de marzo será más fácil tropezarse con un escritor en los alrededores del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) que verse asaltado por un turista desorientado.

No es de extrañar que el director del CCCB, Vicenç Villatoro, hablase de una suerte de *big bang* literario, aunque en versión reconcentrado, ni que el festival haya tenido que crecer en el calendario para pasar de los tres días de la pasada edición a los cinco de la presente. Así las cosas, a partir de mañana la capital catalana será termómetro de las diferentes realidades literarias de la mano de Kosmopolis, certamen bienal que estrena el miércoles su octava edición siguiendo los pasos del escritor alemán W. G. Sebald, celebrando el 150 aniversario de «Alicia en el País de las Maravillas» y ahondando en los nuevos retos del periodismo a la hora de contar historias. Un menú degustación cargado de nombres de primera y diálogos transversales que llevará a

Juan Marsé a charlar con Josep Maria Cuenca, responsable de la monumental biografía del autor de «Últimas tardes con Teresa»; reunirá a Javier Cercas y Mathias Enard en torno a las imposturas literarias; pondrá a prueba los límites de la narración con Juan Francisco Ferré y William T. Vollmann; y explorará el peso de la familia en la literatura contemporánea de la mano de Paolo Giordano y Lluçia Ramis.

Aprovechando la exposición que el mismo centro dedica a Sebald, Kosmópolis indagará en la figura y la influencia del autor de «Austerlitz» con un guía de excepción: David Grossman. El escritor israelí, que presentará en Barcelona su novela «Cabaret», explorará la herencia de Sebald en un diálogo con Carles Torner y abrirá una nueva senda temática que también recorrerán Cristina Rivera Garza y Camille de Toledo, John Lee Anderson y Martín Caparrós, por su parte, encabezan el apartado dedicado al periodismo con un diálogo sobre el hambre y las guerras. De este modo, los «herederos de Kapucinski», en palabras del director de Kosmopolis, Juan

Insúa, debatirán sobre un oficio sacudido por los cambios tecnológicos.

La conmemoración del 150 aniversario de «Alicia en el País de las Maravillas», cima popular de Lewis Carroll y obra de referencia sobre la que reflexionarán Alberto Manguel y Vanessa Tait, bisnieta de Alice Liddell, la niña a la que Carroll dedicó el libro, completa el tronco central de un certamen que se ramifica en laboratorios de escritura, excursiones a través de la traducción, retratos del panorama editorial contemporáneo e incluso una jornada de clausura dedicada al «boom» de las series de televisión.



LEWIS CARROLL



elradar

Javier Algarra presenta *El gato al agua* a Intereconomía. INTERECONOMÍA

## Un jutge declara Intereconomía en concurs de creditors

A.C.R.  
BARCELONA

El jutjat mercantil número 11 de Madrid ha declarat Intereconomía Corporación en concurs voluntari de creditors, segons publicava ahir el *Butlletí Oficial de l'Estat*. Intereconomía conservarà les facultats d'administració i disposició del seu patrimoni, però les tindrà sotmeses a la intervenció de l'administrador concursal. Des de la publicació d'aquest edicte, els creditors d'Intereconomía disposen d'un termini màxim d'un mes per comunicar els seus crèdits.

Després que es fes pública la seva nova situació, fonts d'Intereconomía van assegurar ahir que el grup continuarà la seva activitat amb total normalitat i, en aquest sentit, subratllaven que el concurs de creditors és l'eina adequada per garantir la futura viabilitat

de l'empresa. Segons diuen, l'actual marc de la llei concursal permet refinançar el deute amb més garanties, i recorden que altres empreses han entrat anteriorment en concurs de creditors i avui en dia són viables.

Des del febrer de l'any passat, Intereconomía només emet per TDT al País Valencià i a Madrid, tot i que es pot sintonitzar també a través d'internet i d'algunes plataformes de pagament. Aquest canvi d'estratègia va ser conseqüència de la gravíssima situació econòmica que vivia ja llavors el grup, que va provocar continuats impagaments a Net TV, la plataforma a la qual tenia llogada la seva freqüència de TDT. Els problemes financers també havien obligat Intereconomía a aplicar dos ERO en pocs mesos, a deixar de pagar nòmines i indemnitzacions a treballadors acomiadats, i a tancar el diari *La Gaceta* i el programa *Punto pelota*, l'espai que tenia més èxit de tota la seva oferta televisiva. —



## CRÍTICA XARXES

ALBERT  
CUESTA

@ALBERTCUESTA

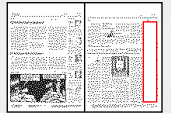
## Això és TV pública: la BBC regala un milió d'ordinadors

**A** principis del curs que ve, un milió d'alumnes britànics d'11 anys rebran un miniordinador bàsic com a regal de benvinguda a l'ensenyament secundari. El dispositiu, provisionalment anomenat Micro Bit, pretén incentivar l'interès dels estudiants per la programació informàtica, mostrant-los que a més de consumir tecnologia i contingut digitals també poden crear-ne. Serà un equip petit amb pantalla de leds que els nens podran connectar a un ordinador per programar-lo de diverses maneres i connectar-lo amb altres Micro Bit i amb aparells més sofisticats, com els Arduino i els Raspberry Pi.

El més destacable de la campanya és que qui proporcionarà els aparells és la BBC. El Micro Bit forma part de la iniciativa *Make it digital* de la corporació britànica de mitjans audiovisuals, que també emetrà contingut relacionat, des de cursos de programació en el canal infantil fins a un documental sobre Bletchley Park –el bressol de l'espionatge electrònic britànic– i una sèrie basada en el videojoc *Grand Theft Auto*. La BBC compta amb el suport d'empreses com Barclays, Microsoft i Samsung per fabricar i distribuir el milió de Micro Bit, i d'institucions acadèmiques per desenvolupar els materials formatius. L'objectiu: corregir el dèficit de professionals digitals al Regne Unit de cara al futur immediat.

El Micro Bit recordarà als lectors més veterans una altra iniciativa de la TV pública britànica: l'ordinador personal BBC Micro del 1981, que va iniciar milions d'escoles i llars en l'ús de la microinformàtica i va donar lloc a tota una indústria que ha arribat fins avui. Gairebé tots portem a la butxaca un hereu d'aquell equip: la majoria dels *smartphones* actuals –i també el Micro Bit– fan servir un processador amb arquitectura ARM, creada per una filial d'Acorn, el fabricant del BBC Micro.

Francament, amb les teles que tenim aquí, preferiria ser britànic. Allà sí que saben donar un bon ús als 200 euros que paga cada llar amb televisor per mantenir la BBC. ■



## La roda



### ¿Anem al llit?

**A**na Mato va dir fa uns mesos que anem a dormir massa tard i que la culpa és de la tele. Per tant, i pel bé de la salut física i mental dels espanyols, va demanar a les televisions privades que avancessin entre 30 i 60 minuts el seu *prime time*. Ho va demanar i, com passa habitualment amb aquest sector, no li van fer ni cas. Doncs bé, ara que em pensava que tothom s'havia oblidat d'aquella petició, resulta que TVE ha anunciat que avançarà 15 minuts la programació per contribuir a la millora de la conciliació familiar. No crec que la ministra pugui cantar victòria, les televisions públiques són les menys problemàtiques en aquesta matèria, especialment TV3, que és un cas a part.

Només cal repassar la programació nocturna de les diferents cadenes privades espanyoles per comprovar que la majoria dels programes de *prime time* comencen entre les 22.30 i les 23.15. Un horari que s'ha anat retardant cada vega-

### L'incompliment de les televisions privades sobre l'horari nocturn és constant i sistemàtic

da més i que, a sobre, cada vegada és més impuntual. Els incompliments de les privades en relació a l'horari que elles mateixes anuncien cada nit és constant i sistemàtic, entre 10 i 20 minuts de diferència. Això és així perquè la decisió de quan començar l'acostumen a prendre el mateix dia en funció de la programació de la competència i de la tria del millor moment per ubicar els blocs publicitaris. També ho fan, és clar, perquè el públic sembla que s'hagi acostumat a aquesta impuntualitat i no la penalitza en absolut.

Però per fer-nos una idea de fins a quin punt han canviat els horaris nocturns televisius només cal recordar aquells famosos dibuixos de la família Telerín que marcaven l'hora d'anar a dormir als nens de les dècades dels 60 i dels 70. ¿Sabieu a quina hora els passaven? ¡A dos quarts de nou! Que els ho expliquin al prop del milió de nens que, segons els audímetres, estan davant la tele cada dia entre les deu i les dotze de la nit. ≡



# Carles Palacio, un 'jove fotògraf' triat per Inspai

## Redacció

GIRONA

Carles Palacio ha estat el guanyador, amb el projecte *Polvorins*, de la 13a convocatòria de Joves Fotògraf(e)s de les Comarques Gironines, que organitza Inspai, Centre de la Imatge de la Diputació de Girona. Segons Palacio,

*Polvorins* vol "mostrar el dia a dia de la comunitat gitana que viu a la zona del disseminat dels Caputxins, a Girona: la seva vida calmada, humil i apartada de la resta de la ciutat i la seva gent". La comissió avaluadora n'ha destacat, d'una banda, el valor documental de les imatges i la seva execució, i, d'una al-

tra, l'aproximació del fotògraf al tema tractat.

Inspai programarà una exposició i editarà un catàleg amb les imatges del projecte *Polvorins*, que es presentaran al maig al claustre de la Diputació de Girona. Posteriorment, l'exposició es podrà veure als municipis gironins que la sol·licitin. ■



## El juez declara a Intereconomía en concurso de acreedores

eE. MADRID.

El juzgado de lo mercantil número 11 de Madrid ha declarado a Intereconomía Corporación, Radiodifusión Intercontinental y Sauzal 66 en concurso voluntario de acreedores, tramitado como ordinario, según consta en el BOE. Intereconomía conserva las facultades de administración y disposición de su patrimonio, pero sometidas a la intervención de la administración concursal Fernando Martínez Sanz, informa *EP*.

La compañía asegura que el Grupo va a continuar con su actividad con total normalidad y, en esta línea, apuntan que el concurso de acreedores es la herramienta adecuada para "asegurar su viabilidad futura".





# INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
17/03/15	Malestar en el Consejo de Vocento por las críticas de Bieito Rubido contra las televisiones / PRNoticias	19	1
17/03/15	#EmpoderaLive: cambiando el mundo a través del uso social de la tecnología / Periodismo Ciudadano	20	2
17/03/15	Els diaris han mort: visca el paper! / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	22	2



# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Malestar en el Consejo de Vocento por las críticas de Bieito Rubido contra las televisiones

**Martes, 17 de marzo de 2015**

Se puede tener una batallita a nivel personal, pero no puedes hipotecar el prestigio de ABC en luchas personales. Es el comentario repetido por más de un miembro del Consejo de Administración de Vocento tras las críticas del Bieito Rubido contra las cadenas privadas. El viernes pasado os contamos que el director de la cabecera conservadora había emprendido una incomprensible campaña contra las televisiones privadas, ante lo que miembros del Consejo han pedido medida. Ellos creen que se están tirando piedras contra su propio tejado ya que Vocento alquila dos frecuencias, una a Disney Channel y otra a Paramount Channel. El viernes os contábamos que las televisiones privadas habían estallado contra el director de ABC, Bieito Rubido. UTECA, la patronal de las teles, le envió una carta de protesta formal por sus últimas opiniones respecto de las cadenas. Rubido ha cuestionado, les ha criticado por sus contenidos, además de meterse con el duopolio televisivo. Frente a esta situación, Luis Enríquez jefe de Rubido- no tiene una papeleta fácil. El Consejero Delegado de Vocento es desde hace unos meses el presidente de UTECA y en tal condición debe defender a las teles. Es más, Vocento tiene importantes ingresos precisamente por su sociedad NET TV, que alquila a dos frecuencias: Disney Channel y Paramount Channel, cadenas que indirectamente se ven afectadas por las críticas de Bieito al modelo. Un malestar que ya ha llegado al Consejo de Vocento. Miembros del dividido cónclave del Grupo critican en privado esta batallita de Bieito Rubido, cruzadas que no le hacen nada bien al diario y que afectan a su prestigio en el mediano plazo. Lo que más se critica es que Rubido no sólo utilice su nombre sino también el diario que dirige publicando editoriales en esta misma línea. Los consejeros más experimentados recuerdan los tiempos de la lucha entre Federico Jiménez Losantos y José Antonio Zarzalejos, la última gran batalla que a título personal emprendió un director de ABC. Estos consejeros también tienen presente que en esta disputa el más perjudicado fue el diario de Vocento, que además perdió una buena cantidad de lectores que luego le fue muy difícil recuperar. Seguiremos Informando

## #EmpoderaLive: cambiando el mundo a través del uso social de la tecnología

### Martes, 17 de marzo de 2015

Hoy comienza en el Teatro Echegaray de Malaga, ( @TeatroEchegaray ), EmpoderaLive, ( @Empodera\_org ), el symposio, organizado por la Fundación Cibervoluntarios, ( @ cibervoluntario ), en el que líderes mundiales, activistas e innovadores sociales nos acercarán sus experiencias sobre cómo cambiar el mundo a través del uso social de la tecnología. Si no puedes asistir, puedes seguir la conversación en Twitter, ( @Empodera\_org ), a través del hanstag # EmpoderaLIVE, o a través del streaming del evento. Amel Fahmyl, cofundadora de HarassMap, ( @ harassmap ), y directora gerente del Centro de Investigación de la Mujer, Tadween, nos hablará de cómo usar la tecnología para luchar contra el acoso sexual y la violencia de género a través de la creación de herramientas como Harassmap en Egipto. Se trata de una interesante iniciativa que le da una aplicación novedosa al uso de las redes sociales a través de la telefonía móvil. El proyecto combina FrontlineSMS y la plataforma de mapas Ushahidi para dar voz a las mujeres egipcias para que puedan así denunciar casos de malos tratos de forma anónima a través de Twitter ( #harassmap ), Facebook, correo electrónico o mensajes de texto SMS. NEW talk from #EQUILIBRIUM | Amel Fahmy, co-founder of @HarassMap, on the myths and facts of #sexualharassment <http://t.co/dk74yZIMru> TEDxCairo (@TEDxCairo) junio 22, 2014 A lo largo de la jornada nos adentraremos en el Parlamento Abierto y Hacking Cívico Legislativo a través del Hacker Lab de la Cámara de Diputados de Brasil. Cristiano Ferri Faria, ( @CristianoFaria ), Director del Laboratorio Hacker de la Cámara de Diputados de Brasil, ( @edemocracia ), nos mostrará cómo funciona esta forma de entender la comunicación política en un mundo cada vez más participativo. Se trata de una iniciativa creada en 2013, con el fin de mejorar la transparencia de las instituciones del Estado permitiendo el libre acceso a los datos públicos para generar acciones ciudadanas en favor de la transparencia legislativa y de la participación popular. Corin Faife, ( @corintxt ), Gerente de Desarrollo Técnico de Radar, ( @OnOurRadar ), nos acercará al funcionamiento de esta organización de defensa de los Derechos Humanos con sede en el Reino Unido, que ha encontrado en la telefonía móvil una herramienta especialmente valiosa para empoderar a la ciudadanía y fomentar el periodismo ciudadano a través del periodismo hiperlocal. Su experiencia nos ha mostrado cómo sacar a la luz historias de gran impacto que han llegado incluso a la prensa internacional. La crisis del Ébola les ha dado una nueva oportunidad de mostrar cómo la participación ciudadana puede contribuir a mejorar la vida y la comunicación de las personas que viven aisladas en pequeñas comunidades de bajos recursos. Daniel Lombraña, ( @teleyinex ), Cofundador de Crowdcrafting, ( @crowdcrafting ), nos acercará a una forma de concebir la investigación y la Tecnología Open-science: Ciencia Ciudadana abierta y accesible. Crowdcrafting es una plataforma web para proyectos de ciencia ciudadana 100% open-source abierta a todos los ciudadanos y basada en el trabajo de voluntarios. Busca la contribución de los ciudadanos a proyectos científicos de otros ciudadanos, profesionales o instituciones

**Audiencia:** 4.190

**Ranking:** 4

**VPE:** 9

**Página:** 2

**Tipología:** blogs

que necesitan la ayuda de personas (no ordenadores) para poder solucionar problemas, analizar datos o completar otra serie de tareas. El Colectivo Artístico La Galeria de Magdalena , ( @lagaleriade ), presentará por la tarde nuevas formas de educación y creación colectiva. Se trata de una plataforma cultural formada por dos arquitectas, que generan proyectos creativos con los que acercan el arte y la cultura a todas las personas y que son de gran impacto social gracias a una de sus constantes que es la participación ciudadana. Además, puedes descargarte de forma gratuita en la web de Empodera , ( @Empodera\_org ), el nuevo libro de la Fundación Cibervoluntarios , ( @ cibervoluntario ), Innovación ciudadana: Inteligencia Colectiva para Empodeamiento Glocal . Un conjunto de destacadas experiencias en el campo de la innovación y la participación ciudadana.

## Els diaris han mort: visca el paper!

**Martes, 17 de marzo de 2015**

Acabem amb l'estereotip que tot allò imprès és antic i tot allò digital és magnífic, deia Arsenio Escolar, director de 20 minutos, al Congrés de Periodisme Digital de Huesca. Aquest tòpic és una mostra més del maniqueisme amb què la professió s'ha mirat internet en les últimes dècades: primer, la xarxa era l'origen de tots els mals i acabaria amb lofici; després, era la solució caiguda del cel i on calia centrar tots els esforços d'innovació. A hores d'ara, però, què té de cert aquest estereotip? I si el periodisme imprès fos, precisament, el més modern que s'està fent ara mateix? Que no tot el periodisme digital és magnífic ho sabem de sobres. Les fotos descots pronunciats per tenir més visites, les declaracions a cop de tweet, les informacions inexactes per dir-ho primer que ningú i els repicats de teletips ens ho fan notar cada dia amb constància i eficiència. A l'altra plat de la balança, però, el paper no pot competir amb internet a l'hora de distribuir l'actualitat de manera ràpida, barata i eficient. Imprimir les notícies d'ahir no té cap sentit. Les grans capçaleres busquen la manera d'agafar posicions en aquesta guerra desigual, valent-se de la influència en la presa de decisions i la agenda mediàtica que encara conserven. La pregunta és: per quant de temps? Ara mateix, la majoria de llocs de poder els ocupen encara persones d'una generació que ha fet la migració al digital si l'ha fet a edats molt tardanes. Però la generació perduda nascuda durant la Transició, que ja treu el cap per rellevar-la, també pensarà allò de si no ha sortit a La Vanguardia no existeix? Quan els millenials siguin presidents del govern o directores d'una empresa, demanaran tenir el recull de premsa imprès cada matí sobre la taula del despatx? La resposta cau pel seu propi pes. Mentrestant, els magazines de ràdio i televisió segueixen explicant-nos cada matí què diuen les portades en paper i parlant dels temes que s'hi destaquen. Però el concepte de portada comença a ser cosa del passat, fins i tot a internet. Cada vegada més, ja no entrem als digitals per la pàgina principal i ens fixem en les notícies que hi apareixen més grans o més amunt, sinó que cada vegada més hi accedim directament per pàgines interiors, perquè hem buscat a Google el tema que ens interessa o hem clicat un enllaç a les xarxes socials. El portadista també el 2.0- ha mort. Fa només una mica més de 4 anys, quan al novembre del 2010 va néixer el Diari Ara, al nostre país era impensable que un diari pogués esdevenir el mitjà de referència d'un públic generalista sense una edició en paper. Ara, aquesta percepció ha estat superada i hi ha mitjans digitals nadius ambiciosos i amb vocació clara de ser influents, com El Español de Pedro J. Ramírez, que ha recaptat 3,6 milions d'euros abans de sortir, batent el rècord mundial de crowdfunding en un projecte periodístic. L'autora de Print is Dead. Long Live Print, Ruth Jamieson de qui copio el títol del llibre per aquest article-, en una entrevista al blog d'Slow Journalism, acaba taxativament amb el debat sobre si el periodisme imprès té futur. Sí, un cert tipus de mitjans impresos està morint, però a qui li importa? ( ) Matant aquest tipus específic de mitjà imprès [que intenta competir amb internet per explicar notícies d'actualitat], el mitjà digital ha deixat espai perquè aflorin uns mitjans impresos nous, molt més interessants i engrescadors. A l'Estat

tenim mostres diverses daquests projectes engrescadors, destils diversos però segurament amb una cosa en comú: els seus lectors són molt més joves que els de la premsa tradicional en paper. Revistes com Alternativas Económicas, Mongolia, JotDown o Panenka, amb relacions diferents amb els seus webs respectius però amb una aposta clara pel paper. I també mitjans digitals nadius que publiquen de tant en tant en paper per posar-hi articles reposats, centrar-se en un tema o fer anàlisis a fons, com Crític. Basar-se en el suport de la comunitat, dirigir-se a un target específic i cuidar al màxim tant els continguts com la forma són algunes de les seves claus. Diuen que tot torna, i el paper torna a ser modern. Però els diaris convencionals i els projectes de periodisme imprès nascuts recentment comparteixen poc més que lolor de tinta. El temps dirà com evolucionen uns i altres, però una cosa està clara: intentar fer el mateix que ja fa internet, però més lent i més car, vol dir convertir-se en paper mullat.