



22/05/2015

RECULL DE PREMSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

25



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
22/05/15	ÇAÇA DE BRUIXES A L'EQUADOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	6	1
22/05/15	FACEBOOK RETA A YOUTUBE EN LA BATALLA DEL VÍDEO ONLINE / EXPANSION	7	1
22/05/15	TRADICIONS I FINIS I TOT L'ASSOCIACIÓ DE PERIODISTES CASTELLERS HA EMÈS UN COMUNICAT CENSURANT-LO D'AMBAIXADOR A 'ENEMIC' / DIARI DE TARRAGONA	8	1
22/05/15	LA GUERRA TAMBIÉN ESTÁ AQUÍ por SANDRA MILÁN I MASSAGUÉ / DIARI DE TERRASSA	9	1
22/05/15	CONVIRTIÓ RADIO 3 EN EMISORA MUSICAL. José Antonio Visuña (1952 2015) / ABC (EDICION CATALUÑA)	10	1
22/05/15	ACORD DEL GRUP ZETA I EL COL·LEGI D'ECONOMISTES / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	11	1
22/05/15	MEDIASET TANCA AMB EL GRUP GODÓ LA COMPRA DEL 40% DE 8TV / DIARI DE GIRONA	12	1
22/05/15	«L'ÚLTIMA BALA ÉS PER A MI» / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	13	1
22/05/15	EL PAÍS Y THE GUARDIAN' SE UNEN ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	14	1
22/05/15	MEDIAPRO Y HERALDO HARÁN LOS CONTENIDOS DE ARAGÓN TELEVISIÓN / EXPANSION	15	1
22/05/15	MEDIASET TANCA AMB EL GRUP GODÓ LA COMPRA DEL 40 % DE 8TV / REGIO 7	16	1
22/05/15	PERIODISME, RACISME I EVANGELIS / EL 9 NOU (OSONA I RIPOLLES)	17	1
22/05/15	NICARAGUA PROHIBEIX L'ENTRADA A UN CARICATURISTA DE 'CHARLIE HEBDO' / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	18	1
22/05/15	UGT EXIGEIX A TVE QUE "COMPLEIXI" I FACI SERVEI PÚBLIC / EL PUNT AVUI	19	1
22/05/15	PRISA AGRUPA HOY 30 TÍTULOS EN UNO PARA EVITAR FUERTES VAIVENES / EXPANSION	20	1
22/05/15	LA TELE DE PAGAMENT ARRELA POC A ESPANYA, I MENYS A CATALUNYA / EL PUNT AVUI	21	1
22/05/15	BLOQUES ELECTORALES / LA RAZON (NACIONAL) EDICION CATALUÑA	22	1
22/05/15	ELS BLOCS ELECTORALS / EL PUNT AVUI	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
22/05/15	TROBEN DECAPITAT UN PERIODISTA BRASILER / SEGRE	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





HISTÒRIES DEL MÓN

Caça de bruixes a l'Equador



DOLORES OCHOA / AP

El diari, que es defineix com a "liberal agnòstic", s'ha declarat "en resistència" i ha demanat a la justícia la suspensió cautelar de la sanció. Vivanco assegura que pensen "mantenir la resistència fins al final" i estan disposats a portar el cas davant el Tribunal Interamericà de Drets Humans perquè entenen que es tracta d'una "batalla de l'ofici periodístic".

Fins ara l'únic precedent en què la llei de Comunicació havia estat esgrimida per haver qüestionat la no-publicació d'una notícia va tenir com a denunciants ni més ni menys que Correa en persona. El maig del 2014 es va queixar que *El Universo*, *El Comercio* i *La Hora*, els tres principals diaris de l'Equador, només havien escrit notícies breus del seu viatge oficial a Xile. De tota manera, la superintendència inquisitorial no es va pronunciar mai.

En els gairebé dos anys de vigència, la llei de Mitjans ha sancionat humoristes gràfics, columnistes, redactors, caps de redacció i editors. El discurs d'esquerres que enarbora Correa queda en qüestió quan ataca la llibertat d'expressió. "És un populisme totalitari vestit de progressisme", assegura Vivanco, que recorda que Correa sempre diu que la premsa

crítica és "el pitjor enemic de la revolució".

En els seus més de vuit anys de mandat, el president ha deixat clara la seva baixa tolerància a la crítica. L'últim exemple va ser el Primer de Maig passat, quan al pas de la seva comitiva un jove de 17 anys li va fer botifarra. Correa va recriminar el gest al noi, que després va denunciar que el mandatari l'havia agafat del coll i li havia dit: "Aprèn a respectar, noieta malcriada! Sóc el teu president!". La premsa opositora va recollir aquesta versió, cosa que va provocar la indignació i el desmentiment de Correa, que va negar haver agredit el jove i va sostenir que simplement li havia recriminat: "Per què ho fas, això? Per què faltes al respecte al president?". Una altra vegada dues versions... però només una és legal.

ROBERT MUR
Buenos Aires. Corresponsal

La polèmica llei de Mitjans continua asfixiant la llibertat de premsa a l'Equador. Lluny de l'objectiu de democratitzar la informació, la norma s'ha acabat convertint en una eina de pressió del Govern de Rafael Correa als periodistes crítics, que comencen a optar per l'autocensura per no tenir problemes. L'enèsim episodi provocat per aquesta llei aprovada el 2013 afecta el diari *La Hora* i exemplifica l'assetjament que pateixen els mitjans, que poden ser sancionats pel que diuen... i també pel que no diuen.

La Superintendència de Comunicació, transformada en la institució dedicada a caçar les bruixes que sobrevolen la revolució ciutadana de Correa, acaba de multar *La Hora* per no haver informat d'un acte de l'alcalde de la ciutat meridional de Loja, el correista José Bolívar Castillo. L'alcalde va denunciar el diari davant l'organisme per "omissió deliberada i recurrent de la difusió de temes d'interès públic", segons indica la llei.

"Respecte al president".

Rafael Correa el Primer de Maig, escenari de l'últim exemple de la seva baixa tolerància a les crítiques

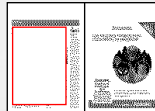
Multa al diari 'La Hora' per no haver publicat res sobre un discurs d'un alcalde correista



El diari, que competeix pel tercer lloc en difusió nacional i és el que té més influència en les regions, ja ha rebut una dotzena de sancions i ha pagat més de 12.000 euros de multa per diferents motius, alguns de basats en arguments tan fràgils com la utilització d'una paraula o una altra. Tot i això, els editors de *La Hora* han dit prou i es neguen a pagar la multa de 3.200 euros per no haver cobert l'acte de l'alcalde, que va consistir en una espècie de discurs de l'estat del municipi que els ajuntaments han de celebrar una vegada a l'any.

"Cobriem puntualment la gestió de l'alcalde, però en aquest cas vam decidir no publicar-ho; primer per l'hora de tancament, però també perquè s'acaba convertint en un esdeveniment festiu per autopromocionar-se, i tot el que havia de dir l'alcalde ja havia estat recollit anteriorment pel diari", explica per telèfon des de Quito el jove director de *La Hora*, Luis Eduardo Vivanco, que té 31 anys i és membre de la família propietària del rotatiu.

Pel president Correa, la premsa crítica és "el pitjor enemic de la revolució"



Facebook reta a YouTube en la batalla del vídeo online

La red social, en la que se ven diariamente más de 4.000 millones de vídeos, empieza a explotar publicitariamente el soporte audiovisual, abriendo así un nuevo frente en su batalla con Google.

M.Prieto. Madrid

El vídeo es el nuevo objetivo de Mark Zuckerberg, consejero delegado de Facebook, en su estrategia de exprimir publicitariamente el valioso activo que supone contar con 1.440 millones de usuarios únicos mensuales.

Facebook está dispuesto a convertirse en un jugador de peso en el universo del vídeo para hacerse con un pedazo del mercado publicitario audiovisual. Zuckerberg reta así a YouTube, la plataforma propiedad de Google, que cuenta con más de 1.000 millones de usuarios. Según eMarketer, YouTube tiene un 20% del mercado estadounidense de la publicidad digital en formato vídeo.

“El vídeo es una gran oportunidad. Creemos que los formatos de nuestros anuncios deben seguir a los formatos que usan nuestros usuarios y lo cierto es que consumen mucho vídeo”, explicó Sherly Sandberg, directora de operaciones de Facebook, durante la última presentación de resultados.

Facebook asegura que diariamente registra 4.000 millones de visualizaciones de vídeos (contabiliza un vídeo si el usuario lo ve al menos durante 3 segundos). Más del 75% de estas visualizaciones se realizan desde dispositivos móviles.

Mahou e Ikea

Por eso, está empezando a explotar publicitariamente este formato. Marcas como Hyundai, Mahou, Iberia, McDonald's e Ikea ya han mostrado vídeo anuncios en Facebook España. Fuentes de la filial confirman que su foco en el próximo año está en desarrollar capacidades de vídeo para los anunciantes, a los que ya ofrecen herramientas de medición específicas y posibilidades de segmentación de audiencia. Su objetivo: convencer a los anunciantes de “extender su inversión en televisión al vídeo en móvil”.

Además, la red social quiere llegar a acuerdos con los grandes creadores de contenido audiovisual, que hasta la fecha usan YouTube, para



Mark Zuckerberg, consejero delegado de Facebook.

que suban vídeos a Facebook, según *The Wall Street Journal*. Facebook repartiría con los propietarios de ese contenido los ingresos obtenidos al utilizar estos vídeos como soporte publicitario, siguiendo el modelo de YouTube.

“YouTube puede salir perjudicado ya que Facebook le está robando tráfico, anunciantes y el público joven afín a sus canales”, opina Laura Vázquez, directora de Social Media de Havas, quien destaca que, por primera vez, las marcas están subiendo más vídeos a Facebook que a YouTube. Según su experiencia, la red social obtiene un mejor rendimiento en el lanzamiento de la campaña de vídeos online, pero la plataforma de Google gana la partida en una campaña a largo plazo.

Facebook se ha preparado para esta guerra con medidas como la de permitir la visualización de vídeos sin abandonar la plataforma, la repro-

YouTube, propiedad de Google, es el líder del sector, con más de 1.000 millones de usuarios

Facebook asegura que el 75% de los vídeos de la red social son vistos desde dispositivos móviles

ducción automática y el cambio de algoritmo para promocionar sus propios vídeos y penalizar los de YouTube. Además, la facilidad de interacción de los usuarios con los vídeos es algo muy apreciado por los anunciantes.

Las bazas de YouTube

En YouTube defienden sus fortalezas frente al nuevo competidor y destacan la predisposición de ver publicidad

El caso Iberia

Iberia realizó una campaña internacional de vídeo en Facebook las pasadas Navidades para construir imagen de marca. Los dos primeros días de campaña, el vídeo tuvo 2,7 millones de visitas y 250.000 'Me gusta'. En la totalidad de la campaña, logró 4 millones de visitas y llegó a 46 millones de personas. Según Facebook, generó para Iberia un gran conocimiento de marca entre los jóvenes de 18 a 24 años.



Susan Wojcicki, consejera delegada de YouTube.

audiovisual que se presupone a los usuarios que entran a una plataforma exclusiva de vídeos, que cobra a los anunciantes sólo si el usuario ve el anuncio completo.

“Son modelos distintos. A diferencia de Facebook, YouTube es un producto que ha nacido para ver vídeo y que siempre ha ofrecido la publicidad en este formato”, defiende Manuel Román, director de Marketing de YouTube, quien destaca que en el último ranking anual de los vídeos más vistos en YouTube se han situado los de cuatro marcas, lo que en su opinión muestra la potencia de la plataforma como soporte publicitario.

Vázquez también destaca otros puntos fuertes, como son la facilidad para compartir vídeos de YouTube en otros canales o la posibilidad de aplicar técnicas de posicionamiento para que se sitúen bien en los motores de búsqueda.

YouTube registra “miles de millones” de visualizaciones diarias (alcanzó las 4.000 millones en 2012 y, asegura, se incrementan un 50% cada año) y, cada minuto, se suben 300 horas de vídeo a una plataforma en la que la mitad del consumo audiovisual se hace ya desde el móvil.

Spotify irrumpe en escena

La compañía de música en streaming Spotify ha irrumpido en el jugoso negocio de vídeos online. El fundador y presidente del grupo, Daniel Ek, anunció el miércoles que Spotify ha comenzado a ofrecer vídeos con noticias, pequeños cortos de humor y podcast, como parte de su catálogo. Asimismo, Ek anticipó el rediseño de la plataforma, que ya cuenta con más de 60 millones de usuarios activos y 10 millones de clientes de pago. El objetivo de Spotify es competir con YouTube y Facebook y conseguir nuevas fuentes de ingresos, además de fortalecer su negocio ante la entrada de Apple en el negocio de música en streaming.



TRADICIONS | Fins i tot l'associació de periodistes castellers ha emès un comunicat censurant-lo

D'ambaixador a 'enemic'

El món casteller, indignat amb el tractament periodístic rebut aquesta setmana per part del programa de Josep Cuní, el qual va ser Padrí dels Xiquets de Valls el 2011

F. MONTOYA

El món casteller s'ha indignat en bloc aquesta setmana arran del que ha considerat un tractament injust i poc rigorós per part del programa *8 al dia*, de 8TV, un espai que curiosament dirigeix i presenta el qui fou, l'any 2011, Padrí dels Xiquets de Valls, Josep Cuní.

La polèmica va sorgir dilluns, quan al programa es va entrevistar l'excastellera Nativitat Tapia, autora del llibre *L'últim castell*, en què explica com, arran d'una caiguda amb la seva colla, la Jove de Vilafranca va patir greus lesions i, fins i tot, va perdre un ronyó.

Les xarxes socials no van tardar a bullir de reaccions de castellers i aficionats indignats, no tant pel que explicava la Nativitat, com sobretot per com Josep Cuní –suposat ambaixador dels castells– i els seus col·laboradors van jutjar l'activitat i els seus riscos a partir d'afirmacions inexactes, si no directament falses; tot plegat, a més, sense que a la tertúlia s'hi hagués convidat cap representant del món casteller.

Tal va ser el rebombori que, l'endemà, Cuní va reprendre el tema, aquest cop sí, convidant el director mèdic de la Coordinadora de Colles Castelleres de Catalunya (CCCC), Dani Castillo. Però, lluny de rectificar, Cuní i els seus col·laboradors van insis-



Captura de pantalla de l'edició de dilluns del programa '8 al dia', presentat per Josep Cuní. FOTO: DT

tir en les seves opinions i, altre cop, en afirmacions alarmistes i en cap cas contrastades.

Rebuig dels companys

Aquesta vegada ja no van ser només les xarxes socials les que van reaccionar, sinó que fins i tot l'Agrupació de Periodistes especialitzats en el fet casteller va mostrar el seu «rebuig» a l'actitud de Cuní. «Es va malmetre la imatge del fet casteller repetidament, comparant-lo amb els esports d'aventura i, fins i tot, amb les curses de braus», denuncien

els periodistes castellers, que afegeixen que durant l'entrevista a Nativitat Tapia «es van fer afirmacions categòricament falses com que l'accés de la canalla al fet casteller ha estat causat per l'inici de la 'competició' i que cada cop es busquen nens més petits per fer-los pujar als castells».

Ja respecte del programa de dimarts, el comunicat dels professionals recorda que «Cuní va asseverar de manera clarament desinformada que 'd'una polèmica en va sortir la normativa que les enxanetes anessin amb casc',

afirmació que va haver de ser rectificada pel doctor Castillo».

El comunicat també critica que «les afirmacions tant del presentador com dels col·laboradors es van basar essencialment en la percepció personal i no van estar contrastades», i que Cuní «només va convidar un expert en la matèria en segona instància, després de la pluja de crítiques dins i fora del món casteller». «Lamentem que el format de tertúlia serveixi de paraigua per a tot tipus d'afirmacions falses i no contrastades», conclouen els periodistes.



La guerra también está aquí

SANDRA MILÁN
I MASSAGUÉ



E STABA a punto de irme a dormir. Cabeceaba en el sofá ante la última ronda de zapping. Es lo que hacemos en casa para decidir si ha llegado el momento de claudicar. Si del canal uno al ocho no hay nada que nos enganche, se acabó. No pintaba bien, ya habíamos hecho una ronda hacía unos minutos y entre los programas malos, las películas a punto de acabar y la publicidad no habíamos detectado rastro de vida inte...resante detrás de la pantalla. De repente me doy de bruces con una entrevista a periodistas de guerra y entonces sí, me tuve que quedar hasta el final, luchando contra los ojos que se me cerraban por las lentillas ya secas.

Admito que el programa me daba un poco de miedo, "Españoles contra la Yihad" sonaba a una mezcla de "Españoles en el mundo", junto con "Equipo Investigación", "Callejeros", "Policía internacional" o "Cárceles". Los documentales son como la pseudociencia, parecen lo que no son, se hacen pasar por programas informativos cuando, de hecho, son shows sensacionalistas "basados en hechos reales" que no analizan seriamente la realidad, sino que la exhiben obscenamente para

una audiencia que ya no se contenta con el drama y el suspense ficticio de las telenovelas.

Pero hablamos de la guerra y hablamos de Siria y no me pareció, aunque no vi el programa entero, que Lluís Miquel Hurtado o Antonio Pampliega, y el equipo que los acompañaba, estuvieran jugando a hacer periodismo de investigación. Me fascinan los hombres y mujeres como ellos - no olvido a Javier Espinosa, Jon Sistiaga o a las reporteras Mónica García Prieto y Mónica Bernabé y tantos otros que no me caben - que van a lugares de donde todo el mundo huye para que sepamos lo que allí pasa. Admiro su optimismo, ellos que piensan que su viaje vale la pena, que sus noticias interesan a un espectador que confunde Siria con Afganistán (o con Irak o con Gaza), que se juegan la vida pensando que sus reportajes puedan ejercer presión internacional y con ello cambiar la situación de los pueblos que se matan con kalashnikovs, con granadas de

**Me fascinan
los hombres
y mujeres que van
a lugares de donde
todo el mundo
huye para que
sepamos lo que
allí pasa**

mano y en chanclas. Yo no sé si sus corresponsalías transforman la situación internacional, incluso ellos admiten que los oriundos del país han perdido las esperanzas de que su trabajo sirva de algo, por eso tratan de sacarles una utilidad más inmediata, los secuestros formarían parte de esta lógica utilitarista que ya no cree en las promesas de la información como un detonante de la acción, que está desengañado y sabe que los periodistas volverán para cubrir los actos terroristas de los que ahora son niños, cuando dentro de unos años sean adultos enfadados con el mundo que les ignora. Temo pensar que sus informes sólo sirvan para que aquí nos cubramos las espaldas: estemos preparados para los atentados que reivindican el califato y no se repitan los sietes o los onces sangrientos en el calendario. Me preocupa mi seguridad tanto como la de cualquier otro ciudadano que quiere llegar a viejo y recorrer el mundo en autocaravana con su pareja, sin hipoteca, felizmente jubilados, pero no querría saber que vivo sobre los cadáveres innecesarios y previsibles de otros. Siento la necesidad de exigirme que eso no pase, de hacer algo para salvarme la vida de verdad. De momento sólo se me ocurre escribir esto, espero ser más eficaz en breve porque hay prisa: a muchos se les acaba el tiempo.

www.animasalus.com
@animasalus



José Antonio Visuña (1952-2015)

Convirtió Radio 3 en emisora musical

► Su vida siempre estuvo vinculada a la radio pública

José Antonio Visuña fue director de Radio 3 entre 1991 y 1994, y responsable de Política Musical de TVE entre 1994 y 1997. Visuña fue la persona que convirtió la emisora de Radio Nacional de España en musical. Llegó allí procedente de Radio 4, donde era el jefe de Programas, nombrado por su amigo Jordi García Candau, y cambió la filosofía de su parrilla, entonces mucho menos especializada.

Visuña, perteneciente a la primera promoción de periodistas que estudió en la Facultad de Ciencias de la Información, en la Universidad Complutense de Madrid, llegó a trabajar en el diario «Pueblo», aunque su vida siempre estuvo vinculada a la radio. En Radio Cadena Española llegó a director de Informativos y de Baleares. Asimismo, fue director de comunicación del ente público Radiotelevisión Castilla-La Mancha.

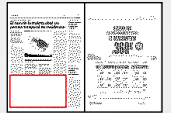
Después de cambiar la filosofía de Radio 3, fue director de Política Musical en Televisión Española, cargo que ejerció entre los años 1994 y 1997. Sus compañeros lo definen como un



José Antonio Visuña Sánchez nació en Gijón en mayo de 1952 y falleció el 17 de mayo de 2015 en Toledo. Estudió periodismo en la primera promoción de la Facultad de Ciencias de la Información de la Complutense. Trabajó en «Pueblo», Radio Cadena Española, Radiotelevisión Castilla-La Mancha y Radio Nacional.

hombre trabajador, con la música como gran pasión. Cantaba boleros, tocaba el piano e incluso fue tuno, actividad que no abandonó del todo ni siquiera después de graduarse. Su padre, Aurelio Visuña, fue concejal del Ayuntamiento de Gijón.

FEDERICO MARÍN



FERRAN NADEU

ACORD DEL GRUP ZETA I EL COL·LEGI D'ECONOMISTES

Barcelona ◦ El degà del Col·legi d'Economistes, Joan B. Casas, i la directora de la Unitat de Revistes del Grup Zeta, Esther Tapia, van renovar ahir la confiança entre les dues institucions amb la firma (foto) del conveni que permetrà a ZETACORP (Unitat de Revistes Corporatives del Grup Zeta) seguir editant les publicacions tècniques i corporatives d'aquesta corporació durant dos anys més. Aquesta acció s'emmarca en l'acord marc subscrit i impulsat pel director de la Unitat de Premsa del Grup Zeta, Joan Alegre, el 2013, i Casas, perquè EL PERIÓDICO es convertís, des d'aleshores, en un dels principals patrocinadors de la construcció de la nova seu del Col·legi d'Economistes a Barcelona.





Mediaset tanca amb el Grup Godó la compra del 40% de 8tv

► El grup audiovisual de Berlusconi té per objectiu «desenvolupar i potenciar» la televisió privada a Catalunya

BARCELONA | EFE/DDG

■ El Grup Godó i Mediaset España van tancar ahir un acord pel qual la companyia que gestiona els canals Telecinco i Cuatro adquireix un 40% del capital d'Emissions Digitals de Catalunya, que opera el canal generalista 8tv, amb la finalitat de «desenvolupar i potenciar la televisió privada a Catalunya».

Segons va informar *La Vanguardia*, capçalera del Grup Godó, l'entrada de Mediaset España, que

pertany a l'exprimer ministre italià Silvio Berlusconi, en el capital d'Emissions Digitals de Catalunya (EDC), que fins ara estava participada exclusivament pel *holding* de comunicació català, significarà «un pas endavant per desenvolupar el canal de televisió de 8tv» i accelerar el seu creixement.

Paolo Vasile, conseller delegat de Mediaset España, va destacar, en declaracions facilitades pel mateix grup en un comunicat de premsa, «la importància d'aquest acord en els plans futurs de la nostra companyia, ja que ens permetrà ampliar les sinergies entre continguts i publicitat en el destacat i estratègic mercat de Catalunya, aplicant el nostre *know how* en la

gestió d'una televisió catalana feta per als catalans».

Emissions Digitals de Catalunya posseeix la concessió de l'exploració d'un canal multiplex amb cobertura a tota la comunitat catalana pel qual, a més de 8tv, emeten els canals RAC 105 TV, centrat exclusivament en els vídeos musicals, i Barça TV, la cadena oficial del club blaugrana. De la seva banda, Mediaset opera 6 canals de televisió en obert (Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy, Boing i FDF) i produeix pel·lícules de cinema, entre elles els èxits *Ocho apellidos vascos* i *Lo imposible*, a més d'altres activitats audiovisuals.

L'operació ha estat aprovada pel Consell Audiovisual de Cata-

lunya (CAC) i ha rebut l'autorització de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC), que va donar llum verda a l'acord sense restriccions ni limitacions. En l'actualitat, la graella de 8tv inclou programes de producció pròpia, com *Arucitys* i *Baldia*, conduïts i dirigits per Alfons Arús i Josep Cuní, respectivament, així com pel·lícules i sèries antigues.

Una amenaça per TV3

L'aliança entre els dos grups de comunicació privats suposa a més un acord perquè la comercialització dels espais publicitaris de 8tv estigui gestionada per Mediaset. Aquest factor, sumat al salt endavant que la cadena podria fer en audiència, podria comportar una amenaça per TV3.

La televisió pública manté per ara el lideratge en audiència a Catalunya, el que comporta que s'emporti la major part dels ingressos per publicitat.

PUBLICITAT

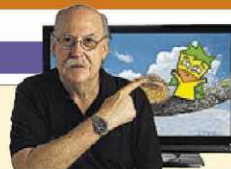
Atresmedia i Mediaset van superar els límits

► La Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC) ha obert nous expedients als grups Atresmedia i Mediaset per superar els límits d'emissió de publicitat. L'organisme expedienta Atresmedia perquè Antena 3 va superar els 12 minuts de publicitat per hora natural permesos. Mediaset també va excedir aquests temps a través dels canals Telecinco i Cuatro. Les infraccions, de caràcter lleu, van tenir lloc entre el novembre i el desembre del 2014 en el cas d'Antena 3 i entre octubre i desembre del 2014 en el cas de Telecinco i Cuatro. Els dos grups tenen un període de 15 dies per presentar al·legacions als expedients, que podrien acabar en una sanció per als dos. **ddg**



tu i jo som tres

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

FERRAN
Monegal

«L'última bala és per a mi»

El meu comentari crític d'avui és per a l'audiència. Per a tots nosaltres, sords televidents, que hem sigut garrepes i hem deixat en un escassísim 5,9% de *share* el treball que Melchor Miralles, com a productor, i els periodistes Ricardo García Vilanova, Lluís Miquel Hurtado i Antonio Pampliega, ens acaben de presentar a la cadena Cuatro (*Infiltrados*). La seva incursió a Síria, entre les brigades que s'enfronten i planten cara al feixisme de l'Exèrcit de l'anomenat Estat Islàmic, ha si-



►► Paco, brigadista comunista espanyol a Síria ('Infiltrados', Cuatro).

gut un retrat que mereixia molta més atenció per part nostra. La trobada amb el camarada Paco, militant del partit Reconstrucció Co-

munista d'Espanya, ens ha donat una visió diferent, singular i mediatable, d'allò que hem anomenat la diàspora de joves que es veuen forçats a abandonar Espanya. Paco no ha marxat per la crisi econòmica. Paco ha marxat per compromís amb la llibertat. «La classe obrera ha d'ajudar. La classe obrera és internacional. Faig com van fer aquells brigadistes que el 1936 van arribar a Espanya a lluitar per la República», deia a l'entrevista que li van fer, en unes ruïnes que li serveixen de parapet i trinxera del front de batalla. Al costat de kurds, al costat de cristians, al costat de les uni-

tats de protecció del poble –les YPG i les YPJ– el camarada Paco lluita per un ideal. I té assumit, i meditat, el que farà si l'Estat Islàmic l'atrapa: «L'última bala és per a mi. L'última bala és per a nosaltres. Així ho hem decidit tots».

Després de la incursió a Síria –dantesques imatges les que vam veure de Kobane, per cert, una ciutat arrasada pels gihadistes– ens van oferir una reflexió important, en una taula moderada per Javier Ruiz amb el títol de *Las claves*. Allà va quedar explícita la terrible paradoxa que viu Síria en l'actualitat: la ferocitat criminal de l'Estat Islà-

mic ha fet bo –o menys dolent– el dictador Baïxar al-Assad. Efectivament. Fa pocs anys, una coalició internacional intentava enderrocar Assad en nom dels drets humans. Però la irrupció de l'Estat Islàmic –a qui Assad combat– ha canviat la percepció del mal. A la Barcelona bohèmia dels anys 50 un pintoresc personatge anomenat Cristóbal González de Grau, de professió corrector tipogràfic, crec que a *La Vanguardia*, va escriure una novel·la i li va posar per nom *Los malos no son los peores*. ¡Ahh! Títol inquietant. Val per retratar la terrible paradoxa de la Síria actual. ≡



EL PAÍS y 'The Guardian' se unen ante el cambio climático

Lideran una red de 25 medios mundiales para ampliar la cobertura

EL PAÍS, Madrid Veinticinco organizaciones periodísticas de todo el mundo, lideradas por EL PAÍS y *The Guardian*, han creado una nueva red de editores para colaborar en su cobertura del cambio climático. La iniciativa está coordinada por la Red Mundial de Editores, y está orientada a mejorar la información sobre este problema de cara a la Cumbre del Cambio Climático de

la ONU (COP 21), que se celebrará en París en diciembre.

La Red de Editores sobre el Clima (CPN, por sus siglas en inglés) proporcionará un sistema de intercambio de artículos relacionados con el cambio climático gratis durante el periodo previo a la COP 21. Cada medio de comunicación podrá publicar el material sin tener que preocuparse de los derechos de publicación. El objeti-

vo de esta colaboración es ampliar la cobertura que cada medio haga desde ahora hasta la cumbre, para una cobertura lo más completa y rigurosa posible.

Los 25 socios fundadores de esta red CPN —reunida por la Red Global de Editores, EL PAÍS y *The Guardian* (Reino Unido)— mantendrán esta iniciativa por un periodo de seis meses, finalizando el 11 de diciembre, el último día de

la cumbre. Los socios fundadores representan una variedad de tendencias —desde el *China Daily* en China hasta *Politiken* en Dinamarca, pasando por *Al Ahram* en Egipto y *Clarín* en Argentina— y están repartidos por todo el mundo: África, Asia, América del Norte, América del Sur, Europa y Oriente Próximo. Otros medios participantes son *Le Monde* en Francia, *La Repubblica* en Italia, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* en Alemania, *The Seattle Times* en EE UU o *India Today*.

Antonio Caño, director de EL PAÍS; Alan Rusbridger, director de *The Guardian*, y Ricardo Kirschbaum, presidente de la Red Mundial de Editores, invitan a más medios a unirse a esta red: "Tenemos muchas esperanzas de que otras publicaciones de todo el

espectro político se unan a nosotros, ya sea en el uso de nuestro material periodístico o, lo ideal, ofreciendo también su propio material a la red". "El cambio climático es el mayor desafío a la sociedad contemporánea, incluso al sistema democrático", sostiene Antonio Caño; para Rusbridger es "la mayor noticia del mundo".

El calentamiento global ha aumentado la temperatura del planeta 1°C desde 1850. La reunión de París debe alcanzar un acuerdo que sirva para sustituir al de Kioto, después del fracaso de la cumbre de Copenhague de 2009, la última a la que acudieron todos los líderes mundiales. "Lo que se juega en París en diciembre es la transformación del mundo", dijo ayer el presidente francés, François Hollande, en la Unesco.



Mediapro y Heraldo harán los contenidos de Aragón Televisión

J. Montalvo. Madrid

Mediapro y el grupo Heraldo se han adjudicado los dos lotes del contrato de externalización de Aragón Televisión, tras ganar el concurso convocado por la televisión autonómica aragonesa en el que han competido con media docena de compañías.

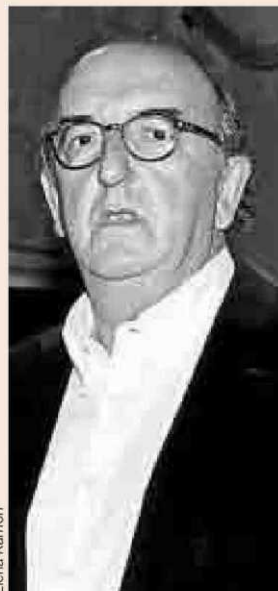
En la puja por el contrato de contenidos, Mediapro se ha impuesto a Atresmedia, Grupo Zeta, Secuoya y Grupo Heraldo, al ofrecer un descuento del 5% sobre el precio de salida planteado en el concurso y obtener más puntos en la calificación técnica. Este servicio, presupuestado en 2,4 millones de euros, supone la producción de 320 horas anuales de programación de entretenimiento y divulgación. Mediapro ya produce para Aragón TV el programa *La Báscula*, que ha obtenido cuotas de pantalla cercanas al 15%.

La productora catalana destinará un equipo de cuarenta personas a la producción de estos programas, que según consta en la oferta, serán "contenidos de proximidad de alta calidad, basados en el entretenimiento y la pluralidad". Además, proveerá todos los medios técnicos necesarios para la producción.

El contrato se ha firmado por un periodo inicial de dos años, prorrogables otros dos años más. Hasta ahora, este servicio era prestado por Factoría Plural, la productora de Heraldo e Ibercaja, y por Zeta Audiovisual.

Informativos

Por el mismo periodo de tiempo, Factoría Plural ha logrado renovar el contrato de producción de los servicios informativos de Aragón Televisión. Este contrato prevé cubrir 1.300 horas anuales de emisión. Al menos el 50% de estos contenidos se producirán en los centros que Aragón TV ponga a disposición del



Elena Ramón

Jaume Roures, socio fundador de Mediapro.

Mediapro se ha impuesto en la puja a Atresmedia, Secuoya y Zeta Audiovisual

adjudicatario en Zaragoza, Huesca y Teruel, con disponibilidad para producir el 100% de los contenidos en estas instalaciones.

Atresmedia

Por otra parte, el grupo Atresmedia ha llegado a un acuerdo con Fever para incorporar la plataforma móvil de planes de ocio a su *portfolio* de empresas participadas. Fever ha cerrado una ronda de financiación por valor de más de siete millones de euros.

Con este acuerdo, el grupo audiovisual se suma al grupo de socios de Fever, entre los que se encuentran el exvicepresidente de Google y fundador de Idealista y Tuenti, Bernardo Hernández; Jeff Pulver (primer inversor de Twitter), la presidenta de Microsoft España, Pilar López, y las firmas de capital riesgo Accel Partners, Fidelity Growth Partners y 14W Ventures.



Mediaset tanca amb el Grup Godó la compra del 40 % de 8tv

► El grup audiovisual de Berlusconi té per objectiu «desenvolupar i potenciar» la televisió privada a Catalunya

EFE/DdG | BARCELONA

■ El Grup Godó i Mediaset Espanya van tancar ahir un acord pel qual la companyia que gestiona els canals Telecinco i Cuatro adquireix el 40% del capital d'Emissions Digitals de Catalunya, que opera el canal generalista 8tv, amb la finalitat de «desenvolupar i potenciar la televisió privada a Catalunya».

Segons va informar La Vanguardia, capçalera del Grup Godó, l'entrada de Mediaset Espanya, que

pertany a l'exprimer ministre italià Silvio Berlusconi, en el capital d'Emissions Digitals de Catalunya (EDC), que fins ara estava participada exclusivament pel holding de comunicació català, significarà «un pas endavant per desenvolupar el canal de televisió de 8tv» i accelerar el seu creixement.

Paolo Vasile, conseller delegat de Mediaset Espanya, va destacar, en declaracions facilitades pel mateix grup en un comunicat de premsa, «la importància d'aquest acord en els plans futurs de la nostra companyia, ja que ens permetrà ampliar les sinergies entre continguts i publicitat en el destacat i estratègic mercat de Catalunya, aplicant el nostre *know how* en la

gestió d'una televisió catalana feta per als catalans».

Emissions Digitals de Catalunya posseeix la concessió de l'explotació d'un canal multiplex amb cobertura a tota la comunitat catalana pel qual, a més de 8tv, emeten els canals RAC 105 TV, centrat exclusivament en els vídeos musicals, i Barça TV, la cadena oficial del club blaugrana. De la seva banda, Mediaset opera 6 canals de televisió en obert (Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy, Boing i FDF) i produeix pel·lícules de cinema, entre aquestes els èxits *Ocho apellidos vascos* i *Lo imposible*, a més d'altres activitats audiovisuals.

L'operació ha estat aprovada pel Consell Audiovisual de Cata-

lunya (CAC) i ha rebut l'autorització de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC), que va donar llum verda a l'acord sense restriccions ni limitacions. En l'actualitat, la graella de 8tv inclou programes de producció pròpia, com *Arucitys* i *Baldia*, conduïts i dirigits per Alfons Arús i Josep Cuní, respectivament, així com pel·lícules i sèries antigues.

Una amenaça per a TV3

L'aliança entre els dos grups de comunicació privats suposa a més un acord perquè la comercialització dels espais publicitaris de 8tv estigui gestionada per Mediaset. Aquest factor, sumat al salt endavant que la cadena podria fer en audiència, podria comportar una amenaça per a TV3.

La televisió pública manté per ara el liderat en audiència a Catalunya, el que comporta que s'emporti la major part dels ingressos per publicitat.



A corre-cuita

jcomajoan.blogspot.com

**Josep Comajoan**

Sempre he estat partidari de no convidar representants dels partits

que practiquen el discurs de la discriminació, de l'odi, contra els drets humans, a tertúlies. Representa normalitzar la seva presència a la societat i, de rebot, el seu discurs. Els mitjans tenim la responsabilitat de no ferne d'altaveus. Altra cosa, però, són les entrevistes, on si l'entrevistador és un bon periodista, pot replicar el discurs al xenòfob en qüestió. I és que si les tertúlies penso que no són ben bé un gènere periodístic, l'entrevista sí

Periodisme, racisme i evangelis

que ho és. I en aquest nostre ofici, no hi ha bon periodisme ni mal periodisme. Hi ha periodisme i prou. La resta, és una altra cosa, propaganda o directament un xou mediàtic camuflat de periodisme. Tot plegat ve a tomb de les entrevistes que ha fet EL 9 TV als candidats xenòfobs a les eleccions a Vic. Alguns pensen que hauria estat millor obviar-los. Però penso, per exemple, en l'entrevista que se li va fer a Josep Anglada. Totes les respostes d'aquest, buides de contingut i només carregades de prejudicis i mala fe, per dir-

ho suaument, van tenir contrarèplica de l'entrevistador. A la que parlava de casta: "Què és la casta? Vostè parla de regeneració, però porta 12 anys i va pels 16, però vostè no és casta...". Sobre els ajuts a la immigració: "Les ajudes van a la gent de fora o van a la gent que ho necessita?". I l'altre, que hi tornava, amb la gent de fora. "La gent necessitada!", li insistia el periodista. I dels de fora, a la gent de casa. "Què vol dir gent de casa? Qui són els de fora?". Els Mohamed... I el periodista: "Encara que sigui nascut a Vic, encara que

treballi, encara que cotitzi i gràcies a ell un dia pugui pagar la seva pensió?!", tot en to dur i incisiu. "Encara li estranya quan li diuen que vostè està al capdavant d'un partit xenòfob?", li etziba a la següent resposta. I encara una altra: "Vostè també ha dit que és creient, que va a missa; aquest discurs casa amb l'Evangelí?". I així fins al final. I parlant de missa i evangelis, Càritas Diocesana de Vic ha fet públic un comunicat denunciant un augment d'actituds racistes en empreses i partits polítics. Del discurs que "perjudica sistemàticament els més dèbils" que busquen "el més elemental pet poder viure (treball, aliment, sostre)". Diumenge, doncs, pensem-hi i obrem en conseqüència.



Nicaragua prohibeix l'entrada a un caricaturista de 'Charlie Hebdo'

ELISABET SABARTÉS
Mèxic. Corresponsal

El Govern de Nicaragua va prohibir l'entrada al país del caricaturista francès Julien Berjeaut, conegut com a *Jul* i col·laborador de la revista satírica *Charlie Hebdo*, la redacció de la qual va ser atacada el gener passat per extremistes islàmics. Jul estava convidat a participar en el fòrum sobre llibertat d'expressió Centroamèrica Cuenta, que aquesta setmana

se celebra a Managua. "Es pot veure la meua foto al programa del festival, però és una llàstima que no pugui estar amb vosaltres. Sembla que les autoritats no volen que sigui a Managua, per això ara em quedo a Costa Rica", va explicar el dibuixant en un vídeo que es va projectar en l'esdeveniment.

Ni el caricaturista ni els organitzadors del fòrum no van rebre explicacions del Govern nicaragüenc sobre les raons que van

impedir que Jul intervingués en el col·loqui. Les autoritats de migració tampoc no van respondre les trucades dels mitjans que van intentar obtenir una versió oficial sobre l'incident.

L'ambaixador de França a Managua, Antoine Joly, va dir que no sabia el motiu de la prohibició. "Realment no entenc les raons per no deixar-lo entrar", va dir el diplomàtic, que també va demanar una explicació al Govern. El seu president, Daniel

Ortega, va reprovar al gener l'atemptat contra *Charlie Hebdo*, en el qual van ser assassinades dotze persones. "Condemnem el terrorisme en totes les seves formes", deia el missatge que Ortega va enviar al seu homòleg francès, François Hollande.

"Jul venia de França, la pàtria de la llibertat, i podia haver estat entre els assassinats el dia de l'atac brutal contra *Charlie Hebdo*. La seva visita més aviat honorava Nicaragua", va dir l'escriptor Sergio Ramírez, organitzador del fòrum i vicepresident en la primera administració sandinista que va governar el país entre el 1979 i el 1990. Ramírez, que va abandonar l'oficialisme fa anys, va afegir: "Hem de continuar llui-

tant per obrir espais de llibertat d'expressió a l'Amèrica Central".

Convidat a la mateixa taula rodona en què havia de participar Jul, el periodista nicaragüenc Carlos Fernando Chamorro va censurar la prohibició com "un acte d'intolerància" i va demanar al Govern que expliqui la incongruència entre el seu discurs i els fets. També va recordar que aquest no és un cas aïllat: la setmana passada van ser expulsats violentament del país per agents de migració dos activistes del Centre per la Justícia i el Dret Internacional, quan arribaven a Managua per afegir-se a la celebració del 25è aniversari de la fundació del Centre Nicaragüenc de Drets Humans.●



UGT exigeix a TVE que “compleixi” i faci servei públic

■ Critica que durant el 24-M la cadena estatal farà una única connexió territorial

Redacció
SANT CUGAT DEL VALLÈS

La secció d'UGT a RTVE-Catalunya ha exigít a la direcció d'informatius de Televisió Espanyola que “compleixi” i faci servei públic i “no vulneri” el dret dels ciutadans a la informació després que la direcció de la cadena hagi pres la decisió d'establir una única connexió després del *Telediario* del migdia durant la jornada electoral i de no fer cap desconnexió territorial a la nit. El sindicat subratlla que RTVE té una estructura territorial capaç d'informar els ciutadans de les dades dels seus territoris i lamenta que amb aquesta decisió “es nega” a donar una informació local “vital” per a la “salut demo-



Eladio Jareño, director de RTVE a Catalunya ■ ARXIU

cràtica” d'unes eleccions. El sindicat està enviant cartes als partits polítics de cada territori en què els demana que exigeixin a TVE el compliment d'aquest servei públic. A més, també s'està fent arribar una carta a la direcció de cada centre territorial de RTVE com a “primers responsables” del fet que el seu centre compleixi i faci servei públic. ■



Prisa agrupa hoy 30 títulos en uno para evitar fuertes vaivenes

D.Esperanza. Madrid

Los accionistas de Prisa deben saber que hoy la empresa realiza un *contrasplit*, es decir lleva a cabo la agrupación de sus acciones en la proporción de 30 títulos en uno. Con la operación, la compañía de comunicación ha aumentado el valor nominal de cada una de sus acciones, al tiempo que ha reducido en la misma proporción el número de títulos en circulación. Así, un inversor que ayer tuviera 3.000 acciones de Prisa, de 0,27 euros cada una (cierre anterior), hoy se encontrará con que cuenta en su poder con 100 acciones de la empresa de 8,1 euros cada una (precio de partida).

Desde el punto de vista financiero, tiene un impacto neutral para el accionista ya que el valor de su inversión no ha variado. Y tampoco afecta a la capitalización de la compañía: el valor de Prisa será el

Un inversor que ayer tuviera 3.000 títulos, de 0,27 euros, hoy contará con 100 acciones de 8,1 euros

mismo, de 582,7 millones de euros, a cierre de ayer.

La operación tiene como finalidad elevar el valor de las acciones en términos absolutos para ganar estabilidad en la cotización y mitigar la volatilidad. Además, la empresa se desligará de la percepción poco favorable que hay en el mercado de las compañías cuyos títulos cotizan por debajo de un euro.

Prisa se mantiene rezagado este año en el parque: sus acciones se revalorizan un 4,65% desde el inicio de 2015, frente al alza del 12,68% que sube el Índice General en el ejercicio.



La tele de pagament arrela poc a Espanya, i menys a Catalunya

■ Segons un estudi de la UPF, el nombre d'abonats s'ha estancat

Redacció
BARCELONA

La televisió de pagament arrela poc a Espanya i encara menys a Catalunya. Aquesta és la principal conclusió a què arriba Joan M. Corbella, professor del departament de comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, en un article publicat per l'Observatori de la Producció Audiovisual. L'estudi es basa en les dades de la Co-

misió Nacional de los Mercados y la Competencia, autoritat reguladora de l'àmbit comunicatiu espanyol. En espera dels resultats del 2014, l'estudi indica que el 2013 el nombre d'abonats a la televisió de pagament a Espanya s'havia estancat respecte al 2007. En totes dues ocasions, les xifres eren inferiors als quatre milions de subscriptors. La situació empitjora a Catalunya, on l'any 2013 hi havia poc més de 584.000 subscriptors, un 1% menys que el 2007. L'article indica que és la televisió per IP la que compta amb uns pronòstics més positius. ■



Bloques electorales

Las campañas electorales en España (incluida Cataluña, la única comunidad que no tiene ley electoral propia porque a CiU y PSC ya les ha ido bien) tienen una serie de absurdos que siempre son ampliamente comentados: prohibición de difundir encuestas los últimos

seis días, jornada de reflexión (sábado) el día antes de votar (domingo) y bloques electorales con minutaje acotado en los informativos públicos (según los resultados de los últimos comicios). Yo me quiero centrar en los bloques, quizás la medida más injustamente criticada por el amplio eco que los profesionales de medios como TV3 le dan cada día. A mí, que me gusta el periodismo, que lo practico como amateur desde hace años y ahora también académicamente, los bloques electorales me garantizan un pluralismo político imprescindible para la confrontación de ideas. Aún tenemos pendiente un debate riguroso sobre qué son criterios periodísticos, pero sin que el anuncio de «huelga» de firmas ocupe más minutos que algunas informaciones.

Pau Planelles Oliva / Barcelona



mesura més injustament criticada per l'ampli ressò que els professionals de mitjans com TV3 hi donen cada dia. A mi, que m'agrada el periodisme, que el practico com a amateur fa anys i ara també acadèmicament, els blocs electorals em garanteixen un pluralisme polític imprescindible per a la confrontació d'idees. Sigui com sigui, tenim pendent un debat rigorós sobre què són criteris periodístics, però sense que l'anunci de "vaga" de firmes ocupi més minuts que algunes informacions.

PAU PLANELLES OLIVA
Barcelona

Els blocs electorals

■ Les campanyes electorals a l'Estat espanyol (inclosa Catalunya, l'única comunitat que no té llei electoral pròpia perquè a CiU i el PSC ja els ha estat bé) tenen una sèrie d'absurds que sempre són àmpliament comentats: prohibició de difondre enquestes els últims sis dies, jornada de reflexió (dissabte) el dia abans de votar (diumenge) i blocs electorals amb minutatge acotat als informatius públics (segons els resultats dels darrers comicis). Jo em vull centrar en els blocs, potser la



Troben decapitat un periodista brasiler

[SAO PAULO] El periodista brasiler Evany José Metzker, que investigava en temes de corrupció política, va aparèixer ahir decapitat a prop de la ciutat de Medina, en una zona rural de l'estat de Mines Gerais.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
22/05/15	Grup ED renova la cúpula periodística / Economía Digital	28	1
22/05/15	Las propuestas del Sindicato de Periodistas de Andalucía a los candidatos de estas elecciones municipales. Medios públicos plurales, democracia transparente y luchar contra la precariedad laboral / Revista el Observador	29	3

Periodisme i Mitjans de comunicació



Grup ED renova la cúpula periodística

Viernes, 22 de mayo de 2015

Grup ED ha renovat aquest dimecres la seva direcció periodística. Ha nomenat Ismael García Villarejo (Barcelona, 1978) director de publicacions. Al mateix temps, l'empresa editora ha aprovat la designació de Manel Manchón (Barcelona, 1969) com a director d'Economia Digital, la capçalera més alta del portafoli. Tots dos professionals prenen el relleu de Xavier Salvador, que ha liderat les funcions editorials des de juny de 2010 fins avui. Villarejo (es va incorporar el 2011) i Manchón (es va incorporar el 2012) formaven equip amb l'anterior director amb responsabilitats de sotsdirector del diari digital i com a cap de l'àrea de política, respectivament.

Model informatiu i empresarial El director general, Juan García, ha informat dels canvis als periodistes i professionals de la resta d'àrees de Grup Ed. "Són uns moviments necessaris per potenciar l'expansió de l'empresa una vegada aquesta s'ha consolidat com a líder informatiu a Catalunya i referent a la resta d'Espanya". Davant els seus companys, ha reconegut la dedicació i professionalitat de Salvador. Les capçaleres incloses al Grup ED sumen , segons dades auditades per OJD. La setmana passada l'empresa va agregar a la família de productes Mesa de Negocis, el portal especialitzat al món gourmet. Des del punt de vista del negoci, es tracta de les poques mercantils de l'àmbit comunicacional espanyol que presenta beneficis.

Nous formats i suports El consell d'administració considera clau el moment per obrir un nou cicle que posicioni els productes --02B i GOL, a més d'Economia Digital i Taula de Negocis-- com a líders en els respectius segments "des d'un model innovador", a través d'altres suports "amb especial incidència a les xarxes socials, pantalles mòbils i apostant per nous models informatius i narratius".

Las propuestas del Sindicato de Periodistas de Andalucía a los candidatos de estas elecciones municipales. Medios públicos plurales, democracia transparente y luchar contra la precariedad laboral

Viernes, 22 de mayo de 2015

El SPA ofrece un listado de iniciativas que comparte con el Foro Andaluz de la Comunicación y la Educación y con la Federación Internacional de Periodistas 22 /05/15. Comunicación . El Sindicato de Periodistas de Andalucía y la Federación de Sindicatos de Periodistas española han hecho públicas una serie de medidas y propuestas para que los candidatos en las elecciones municipales del domingo tomen nota. EL OBSERVADOR / www.revistaelobservador.com las ofrece a sus lectores. El SPA y la FeSP explican que... ... el derecho a la información está por diversas causas gravemente alterado, y recuerda que los poderes locales tienen también sus obligaciones y capacidades para hacer efectivo este derecho. Lea a continuación las propuestas.

Medios públicos locales GARANTÍA de viabilidad económica. Es preciso evitar la precariedad en la que se ven sumidos muchos medios locales, poniendo en riesgo la estabilidad y la calidad del servicio que prestan. Para ello, las corporaciones locales establecerán medidas económicas que garanticen la estabilidad presupuestaria y los recursos suficientes para cumplir la labor de servicio público que tienen encomendada los medios de comunicación locales. Un objetivo que se puede alcanzar mediante presupuestos plurianuales.

CONSEJOS de Participación. Para garantizar el derecho a la información y la comunicación de la ciudadanía, se pondrán en marcha Consejos de Participación. Estos consejos, independientes del equipo de gobierno, serán un instrumento de participación ciudadana, fijarán las líneas de la política informativa y serán elegidos por organizaciones y colectivos sociales, en línea con el modelo ya establecido en otros países de nuestro entorno y en línea de los que ya funcionan en el Reino Unido. Estos consejos serán los garantes de la independencia y el pluralismo de los medios de comunicación públicos locales.

CONSEJOS Profesionales. Los consejos profesionales o consejos de información, cauce de participación de los y las profesionales en la orientación editorial y la calidad de la información, son instrumentos fundamentales para el funcionamiento democrático de los medios de comunicación. Aunque habituales en otros países de nuestro entorno europeo, en España son escasos y también en Andalucía, donde sólo Canal Sur lo tiene. Por ello pedimos que se promuevan en todos aquellos medios públicos de carácter local con más de diez personas en la redacción o en la elaboración de contenidos.

VOZ a todos los colectivos. Establecer criterios en la programación de los medios de comunicación locales para que tengan cabida en los contenidos todos los colectivos, fomentando la diversidad y la pluralidad. Independientemente del derecho de acceso, que también deberá garantizarse.

DERECHO de acceso. Tanto la Constitución como el Estatuto de Autonomía de Andalucía garantizan el derecho de acceso a los medios de comunicación públicos de asociaciones, organizaciones e instituciones representativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía. Se trata de ofrecer

gratuitamente espacios de participación directa a la sociedad civil a fin de garantizar su derecho constitucional a difundir ideas. Ello supone establecer los mecanismos necesarios y la puesta a disposición de las organizaciones sociales de los medios necesarios para que se pueda ejercer de manera eficaz. LICENCIAS: gestión directa. Contra la frecuente práctica de algunos ayuntamientos de externalizar la explotación de las licencias, de manera especial las emisoras de radio, tenemos que recordar que se trata de una práctica ilegal, y que las emisoras de radio municipales deben ser de gestión directa por parte de los ayuntamientos. En este sentido desde el Sindicato de Periodistas de Andalucía hemos instado reiteradamente a la Junta de Andalucía a través de la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual (MOISA) andaluz, de la que formamos parte, a extremar la vigilancia y el cumplimiento de la legalidad en esta materia. PROYECTOS mancomunados. La puesta en marcha de proyectos mancomunados sería una alternativa para reactivar las emisoras municipales cerradas actualmente en Andalucía por falta de medios. Se potenciaría así la información de proximidad, que ayuda al equilibrio comunicativo frente a la línea informativa única que imponen los grandes grupos financieros y de comunicación, que predominan en un mercado cada vez más monopolizado. Esta posibilidad fue incluida en las demandas que desde el Sindicato de Periodistas de Andalucía hicimos a los partidos políticos ante las pasadas elecciones autonómicas del 22 de marzo. MEDIDAS contra la publicidad en radio y televisión sobre juego y apuestas. El Sindicato de Periodistas de Andalucía se suma a la petición del Consejo Audiovisual de Andalucía para que adopten medidas de manera urgente sobre la publicidad en radio y televisión referida a juego, loterías y páginas webs de apuestas online. El consejo, en su reciente Informe sobre comunicaciones comerciales de actividades de juegos de azar, constata graves irregularidades y vulneraciones que exponen a colectivos especialmente vulnerables, como la infancia. En la actualidad estos anuncios están sometidos a un código de conducta no vinculante. Contra la precariedad laboral PLAZAS de periodistas en la Administración. A diferencia de otras profesiones, la de periodista apenas cuenta con puestos de estructura en las administraciones públicas, sobre todo en las administraciones locales, donde suele proliferar la contratación de profesionales del periodismo en condiciones laborales y categorías de lo más variopinto y a veces surrealista. Por ello reclamamos la creación de plazas de estructura de periodista en la relación de puestos de trabajo de las administraciones locales, acordes con su titulación y el trabajo que desempeñan. Estas plazas se cubrirán por sistema libre concurrencia y con criterios de publicidad, capacidad y mérito. PROTECCIÓN de las y los becarios. Gran parte de la mucha precariedad que se vive en el sector sucede bajo fórmulas de becas o contratos de formación. Por ello recordamos que los estudiantes en prácticas, tanto en los gabinetes de prensa locales como en los medios de comunicación públicos, deberán tener un tutor que vigile el cumplimiento de los convenios de prácticas pactados con los centros de formación. Calidad democrática y transparencia TERCER sector, radios libres. Se promoverán y apoyarán las llamadas radios comunitarias o radios libres, emisoras sin ánimo de lucro que pertenecen al movimiento asociativo y que tienen como objetivo promover la expresión de ideas y opiniones e impulsar la información local. Aunque no es competencia de los Ayuntamientos conceder licencias, sí pueden estos ofrecer facilidades e impulsar este tipo de radios, que fomentan la participación ciudadana. El SPA ha incluido en sus reivindicaciones a los

partidos ante las elecciones autonómicas, la reserva del 30% del espectro radioeléctrico a este tipo de emisoras. TRANSPARENCIA en la concesión de publicidad. Todas las administraciones locales y provinciales deberán informar en un listado anual de todas las subvenciones, ayudas y publicidad que reparten entre cada uno de los medios de comunicación. Se evitarán así los fondos de reptiles y la tentación por parte de quienes ejercen el poder de influir en la línea editorial de los medios, o discriminar a aquellos que son críticos con sus planteamientos. EDUCACIÓN en comunicación. Proponemos fomentar la existencia de una opinión pública informada, crítica y participativa. Para ello se promoverán desde los equipos de gobierno, en colaboración con la Junta de Andalucía, la educación mediática y la educación en medios de comunicación en todos los sectores de la sociedad. Ello implica campañas sobre el derecho a la información, la educación para el uso responsable de internet y una visión crítica de los medios de comunicación. ERRADICAR la desigualdad entre hombres y mujeres. Las administraciones locales deberán promover las medidas necesarias encaminadas a promover la igualdad real entre hombres y mujeres mediante acciones dirigidas