



02/10/2015

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

28



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/10/15	SI ALGÚ ESPERAVA MIKIMOTO, ES VA TROBAR MIQUEL CALÇADA / Regió7	6	1
02/10/15	ROGER JIMÉNEZ, PREMIO DE PERIODISMO «CÁTEDRA MANU LEGUINECHE» / Abc (Ed. Castilla La Mancha)	7	1
02/10/15	ROGER JIMÉNEZ GUANYA EL PREMI MANU LEGUINECHE / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/10/15	EN EL CUARTEL GENERAL DE NETFLIX / El País	10	1
02/10/15	TV3 ENGEGA LA TEMPORADA COM A LÍDER / Ara	11	1
02/10/15	EL PAÍS MÁS PEQUEÑO, CON LA RADIO MÁS INFLUYENTE / El Mundo	12	1
02/10/15	MAJORIA ABSOLUTA PER A TV-3 / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	13	1
02/10/15	MEDIASET AUMENTA SU VENTAJA SOBRE ATRESMEDIA Y TVE MEJORA / Abc	14	1
02/10/15	EL FOTÒGRAF DEL GRUP DE BARRANQUILLA. NEREO LÓPEZ (1920-2015) FOTOPERIODISTA / La Vanguardia.cat	15	1
02/10/15	8TV, UNA CADENA DE RÈCORDS / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	16	2
02/10/15	XAVIER SALA I MARTÍN BUSCARÀ EL COSTAT DIVERTIT DE L'ECONOMIA A PARTIR DE DIUMENGE A TV3 / Regió7	18	1
02/10/15	PARTIDARIS D'ERDOGAN ATAQUEN UN PERIODISTA / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	19	1
02/10/15	LOS DESTELLOS DE LUZ DE RICARD GARCÍA VILANOVA / Expansión (Cataluña)	20	2
02/10/15	EL ACOSO A LA PRENSA CRÍTICA EN TURQUÍA AUMENTA ANTE LAS ELECCIONES / El País	22	1
02/10/15	TELECINCO ENCADENA 13 MESES LÍDER DE AUDIENCIA / El Mundo	23	1
02/10/15	L'AGRESSIÓ A UN PERIODISTA AGREUJA L'ASSETJAMENT A LA PREMSA A TURQUIA / La Vanguardia.cat	24	2

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/10/15	TVE MEJORA LA AUDIENCIA DE SUS INFORMATIVOS EN SEPTIEMBRE / La Razón	26	1
02/10/15	RENOVACIÓ DE L'ACORD PEL PREMI MANUEL BONMATÍ / Diari de Girona	27	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





Si algú esperava Mikimoto, es va trobar Miquel Calçada

El comunicador escenifica el seu vincle amb la política en una conversa que repassa la seva trajectòria i acaba amb una fervent defensa del procés

Crònica

SUSANA PAZ | MANRESA

Un home del president. I no qualsevol. Miquel Calçada (Sabadell, 1965), el popular Mikimoto ha deixat enrere, molt enrere, els dies de ràdio. Posar-se novament davant d'un micro no li provoca pessigolles a l'estómac. No ho troba a faltar gens ni mica. Desvinculat no fa gaire del grup Flaix, del qual va ser cofundador, tampoc no sembla que gaudixi en excés parlant de batalletes del passat, quan portava el vestit de Mikimoto. Perquè aquell burleta d'*Oh Bongònia!*, *Pastagansa* o *Persones Humanes*, si és que algú esperava retrobar-lo... no hi és.

No se li pot negar la ironia però ja sense esma de mala lluna. A la mira del seu teleobjectiu hi ha el «servei» al país i a la política. Miquel Calçada va arribar a Manresa amb un guió ben après: país i independència. I per aquest corriol van passar Artur Mas, els entrebancs del vot per correu, la «sort» del nostre sistema sanitari, Escòcia, Espanya i el Capità Enciam: «els petits canvis són poderosos». Res estrany si pensem que va ser el comissari dels actes del Tricentenari i que el President Mas li va trucar per demanar-li si volia anar a la llista de Junts pel Sí. No li va importar ser el número 74; el que fes falta. L'expectació per escoltar-lo i saber de la seva vida, mitjançant una conversa amb el locutor manresà Xavier Serrano, va fer que dimecres al vespre la sala d'actes del Centre Cultural El Casino de Manresa s'omplís fins a... l'estelada.

Calçada, impecablement vestit amb americana i corbata negra, va relacionar tota la seva trajectòria professional (des de la seva primera intervenció radiofònica a Catalunya Ràdio -va ser la primera veu de l'emissora- fins al programa *Afers Exteriors* -que tornarà a TV3 a partir del gener) amb l'objectiu de veure Catalunya com a país independent. Convençut que «Mas ha



SALVADOR REDÓ

Miquel Calçada va ser convidat pel Casino i la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes dins els cicle «Pessics de vida»

Calçada va conversar amb Xavier Serrano en un Casino ple que el va acomiadar amb molts aplaudiments

estat la persona que ha fet possible» arribar fins aquí, Calçada no té cap dubte que s'arribarà a un acord amb la CUP, i Mas «tornarà a ser president, l'últim de la Catalunya autonòmica. Jo no contemplo un altre escenari». Encara més: «d'aquí a un temps s'estudiarà el patró català». És a dir, el procés per arribar a la independència.

No gaire còmode mentre el públic escoltava els talls de veu d'un joveníssim Miquel Calçada en els seus primers dies de ràdio -«ningú no s'agrada quan sent la seva veu»-, Serrano va recordar l'estrena del protagonista als 17 anys a Ràdio Terrassa -després que a Ràdio Sabadell li diguessin que es dediqués a una altra cosa- i li va demanar quins eren els seus records quan, no gaire després, es va

posar davant del micro de Catalunya Ràdio. I va respondre: «una sensació força semblant a la que podem sentir en aquests moments. Molts ens ho preniem com una estructura d'estat: era la ràdio nacional de Catalunya». I així amb Flaix o amb *Afers Exteriors*. Declarat admirador de *La competència*, un Calçada crític amb ell mateix (per no vocalitzar, per arribar tard, per la manca d'experiència a posar en marxa un producte audiovisual), el comunicador va remarcar el seu pas pels Estats Units per estudiar formació política a la Universitat de Siracusa: «tenia 45 anys i m'ho demanava el meu rellotge vital. No ho havia pogut fer abans». T'hi veus com a conseller de relacions internacionals?, li va demanar Serrano. Ni sí, ni no, ni tot el contrari. Però li agradaria aportar la seva experiència en la gestió privada a l'administració pública. I al final un adéu amb eslògan: «compromís i paciència. Això sortirà bé». I molts, molts aplaudiments.



Cultura

Roger Jiménez, Premio de Periodismo «Cátedra Manu Leguineche»

ABC GUADALAJARA

El periodista Roger Jiménez ha sido elegido ganador del III Premio Internacional de Periodismo 'Cátedra Manu Leguineche' tras la deliberación del jurado que ha concluido otorgar este reconocimiento por unanimidad. Así lo comunicó ayer el presidente de la Diputación Provincial de Guadalajara, José Manuel Latre, que fue el encargado de presidir el jurado formado por María Teresa del Val, directora general de la Fundación General de la UAH, como vicepresidenta; y los vocales Jesús Picatoste, secretario general de la FAPE; Pedro Erquicia, periodista, fundador de Informe Semanal y de conocida trayectoria profesional en TVE; Marisa Ciriza, periodista, vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid; Jesús Coterón, periodista, presidente de la Asociación de Periodistas del País Vasco y decano del Colegio Vasco de Periodistas; y Mariano Guindal, periodista, ex redactor jefe de Economía de La Vanguardia; actuando como secretario Carlos Sanz, periodista, vicesecretario general de la FAPE.

Roger Jiménez Monclús (Catllar, Tarragona, 1938) fue subdirector de La Vanguardia y después corresponsal en el extranjero y defensor del lector en el mismo diario. Mantuvo una larga y estrecha relación personal y profesional con el periodista y escritor Manu Leguineche, relación que se mantuvo durante la prolongada enfermedad y últimos días de Leguineche en Brihuega.



Roger Jiménez guanya el premi Manu Leguineche

El periodista Roger Jiménez ha estat designat guanyador del tercer premi internacional de periodisme Càtedra Manu Leguineche “pel seu treball constant en defensa del lector, reivindicació de l'ètica i l'autoregulació en l'exercici del periodisme i professionalitat en la seva dilatada trajectòria al diari *La Vanguardia*”. El premi li va ser comunicat ahir pel president de la Diputació de Guadalajara, José Manuel Latre, i li va ser concedit amb l'acord unànim del jurat. Roger Jiménez té una dilatada carrera professional de més de 40 anys, que ha compaginat amb les classes de periodisme, on va aprofitar per divulgar l'obra de Leguineche.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Un mural de la serie *Orange Is the New Black*, en uno de los pasillos del cuartel general de Netflix en Los Gatos (California). / PAUL SAKUMA

Así son las entrañas del gigante de la televisión por Internet, que desembarca en España el 20 de octubre

En el cuartel general de Netflix

PABLO XIMÉNEZ DE SANDOVAL
Los Gatos (California)

Netflix es un museo. Una vuelta por los pasillos de la empresa deja la sensación de que aquí hay alguien a quien le gusta mucho el cine y la televisión. Los despachos tienen nombres de estrellas de cine, personajes de series, directores o películas. Grandes fotos de personajes de la pantalla adornan las cristaleras de los despachos. A la vuelta de la esquina espera un mural de la esquina espera un mural de *House of Cards*. Este es el lugar donde alguien le da a un botón y sirve videos por Internet, sin horarios ni publicidad, a 65 millones de personas. Entre mesas ergonómicas, ambiente universitario y comida gratis se da forma al futuro de la televisión.

A mediados de julio pasado, Netflix decidió abrir para varios medios europeos las puertas de sus dos oficinas: la de Los Gatos, en el corazón del californiano Silicon Valley, donde reina un ambiente técnico y empresarial, y

la de Beverly Hills, en Los Ángeles, sede de la productora donde se decide el contenido. EL PAÍS fue el único periódico español invitado.

La compañía ha anunciado tras meses de suspense que activará su servicio en España el 20 de octubre. La suscripción básica costará 7,99 euros mensuales para conectar a la plataforma un aparato con una definición de imagen estándar. Por 9,99 se pueden conectar dos pantallas

en alta definición. La oferta más cara permite hacer cuatro conexiones simultáneas (con contenidos diferentes) en Ultra HD 4K por 11,99 euros al mes. La calidad final del *streaming* dependerá de la conexión a Internet del usuario.

Netflix quiere que todo el mundo pueda verlo, explican sus responsables. La exclusividad o los vetos no forman parte de su lenguaje. Su objetivo es hacerse un hueco en todos los televisio-

res, en todos los móviles, en todo lo que tenga una pantalla. En España, comenzará en Vodafone TV, aunque se podrá contratar a través de cualquier proveedor de Internet y ver en casi cualquier pantalla conectada a la Red.

"Aquí no podéis hacer fotos", indica una guía de relaciones públicas de la empresa al entrar en el laboratorio en el que la compañía se prueba a sí misma. Se trata de una habitación llena de televisores, incluyendo modelos que aún no han salido al mercado. Netflix prueba absolutamente todos los aparatos en los que está disponible. Comprueba cómo se ve, cómo se oye, a qué velocidad se cargan los contenidos, la facilidad de manejo del mando.

Con 100 horas de contenidos que se renuevan constantemente, las posibilidades de saturar y aburrir al cliente son muchas. La clave está en la personalización. Netflix lo registra todo: qué ha mirado un espectador,

qué ha visto a medias, qué ha visto durante horas, qué ha seleccionado para ver luego, de qué se ha arrepentido. Su objetivo es conocer a cada uno de sus 65 millones de clientes, al igual que Facebook o Google conocen a los suyos.

Hunt calcula que un cliente medio revisa unos 12 títulos antes de perder la paciencia si ninguno le ha convencido. Más en concreto: Netflix cree que tiene entre 30 y 90 segundos para convencer a un espectador que tiene exactamente lo que le apetece ver en ese momento. El 80% de lo que sus clientes siguen sus recomendaciones y el 20% restante búsquedas directas.

Productor de contenidos

Netflix no lo da todo. De hecho, es un chiste habitual que cada vez que uno tiene un antojo justo ese título no está. Lo que busca es lograr "un equilibrio entre un catálogo alucinante y precios bajos", entre mantener los precios del servicio y comprar todo lo que pueda, explica el director de contenidos, Ted Sarandos. La promesa al usuario no es que va a encontrar lo que busca; es que el canal le va a ofrecer algo que le interesa antes de que lo busque.

Netflix se propone realizar contenidos originales en cada país, pero no promete desembarcar como productora en España y empezar de la noche a la mañana a comprar ideas para series y documentales. En México, tardó cuatro años en encontrar un proyecto por el que apostar fuerte (la serie *Club de Cuervos*). En este apartado se percibe la ambición de la empresa por ser una fuente de creación global. Las producciones están disponibles para los 65 millones de usuarios de la firma y se convierten en escaparates únicos de sus países.

Todo esto, los edificios, las horas de programación alojadas en servidores, los 1.900 empleados, los cientos de millones invertidos en series, los algoritmos para personalizar... es lo que hay detrás del cuadrado rojo que el 20 de octubre aparecerá en las tiendas de aplicaciones españolas. En el centro pone Netflix. Solo se trata, como dice Hunt, de "pinchar y ver".

TED SARANDOS Director de Contenidos

"No creo que la mayoría de los piratas sean deshonestos"

P. X. DE SANDOVAL, Los Gatos
Cuando Netflix se lanzó a producir contenidos propios dejó de ser una empresa de fanáticos de la tecnología y abrió oficina en Hollywood. En su sede de Beverly Hills se deciden tanto las producciones en que se embarca como las adquisiciones. En una pared figura un diagrama con todo el final de *Mad Men*. En la entrada, los Emmy que ha ganado. En una vitrina, el borrador de la ley de

educación con el que Frank Underwood liquidó a un enemigo en *House of Cards*.

Al frente de la división de Contenidos se halla Ted Sarandos (Phoenix, Arizona, 1964). Explica que Netflix decidió empezar en la producción porque, a largo plazo, necesitaba competir en algo más que en tecnología. "Somos la mejor tecnología, pero en algún momento se hará estándar". Por eso en 2012, la empresa que se fundó



Ted Sarandos, director de Contenidos de Netflix. / REUTERS

como videoclub a domicilio decidió invertir una cifra nunca revelada (más de 100 millones de euros) en crear *House of Cards*, estrenada en 2013 —su primera serie de producción propia fue *Lilyhammer* en 2012—.

Al diseñar la oferta para un país, una de las cosas en las que la compañía se fija es en qué es lo más pirateado en cada lugar. explica. "La piratería, España es un muy buen ejemplo, viene sobre todo de la frustración. Lo que la gen-

te quiere ver no está disponible, ni siquiera por un precio. Lo creo firmemente. No creo que la gente que lo hace sea deshonesto en su mayoría; lo que quieren es acceso a ver lo que el resto del mundo está viendo". Sarandos pone ejemplos de países nórdicos donde hay que esperar dos años para ver *The Walking Dead*. "¿Cómo crees que lo ven? Internet ha acostumbrado a la gente a tener el mundo en la punta de sus dedos, y si le das alternativas a la gente escogerán la alternativa honesta".

A partir de estudiar esas frustraciones deciden sobre el contenido. Así, Netflix constató que la serie *Fargo* no había sido distribuida en Francia y Alemania y compró los derechos para salir allí con ella. En España, su oferta no incluirá series de éxito que, como *House of Cards* u *Orange Is the New Black*, ya dan en exclusiva otros operadores de pago.



TV3 engega la temporada com a líder

El 27-S i la Champions salven la primera plaça per al canal, que fins aleshores tenia Antena 3 a tocar

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

La nova temporada ja està en marxa i, de moment, no s'aprecia un canvi significatiu entre les tendències –siguin seculars o més intermitents– de les diferents cadenes televisives. Així, TV3 recupera un any més la primera posició a l'inici del curs després d'haver-lo cedit a l'agost, en favor d'Antena 3, per una sola dècima.

CCMA

TV3 lidera amb un punt de marge i fa màxim històric amb el 3/24

No pintava bé la cosa per a TV3 a les acabades del mes: Antena 3 estava a una sola dècima d'atrapar-la i liderar. Però els resultats electorals del 27-S i la transmissió del Barça-Bayer Leverkusen van permetre-li enlairar-se a l'últim moment i tancar el setembre amb un 12,5% d'audiència, un punt més que Telecinco.

La intensitat política a l'entorn del 27-S també ha beneficiat el canal 3/24, que aconseguí el seu màxim històric amb un 2,1% de mitjana. El dia de les eleccions, la cadena tot notícies de la Corporació va assolir un 8,4% de *share* mitjà, dues dècimes més que l'anterior rècord per a un sol dia, corresponent al 9-N. En aquest 27-S, el 3/24 va ser el tercer canal més vist del dia. Esport3 puja una dècima respecte a l'agost i se situa en l'1% i el Super3/33 millora en dues dècimes respecte a l'1,2% registrat a l'agost i que va suposar aleshores el seu mínim històric.

Segons el panel de GKF, que avalua la qualitat dels programes percebuda pels espectadors, TV3 continua sent el canal generalista més ben valorat: al setembre iguala el seu rècord històric amb un 8,3.

8TV

Les eleccions ajuden la cadena a obtenir un bon resultat

El primer canal del Grupo Godó ha engegat la temporada amb un 3,9% d'audiència, cosa que suposa el seu millor resultat des del novembre del 2014. De nou, la dada depèn molt de la tensió política a Catalunya. Si aleshores amb el 9-N la cadena va enfilarse fins al 4,1%, les eleccions del 27-S (amb el duel Junqueras-Margallo com a *hit* destacat) l'han feta pujar al 3,9%. 8TV acumula una mitjana, en el que portem del 2015, del 3,2%, quatre dècimes per sota de



La nit electoral a TV3 i el 3/24 va ser el programa més vist del mes, amb 1.254.000 espectadors de mitjana. TV3

l'aconseguida el 2014. El programa *Trencadís*, estrella de la nova graella, no està elevat la mitjana del canal, ans al contrari. Els canals en català (Corporació+8TV) van sumar un 20,9% d'audiència.

TVE

Nou mal resultat per a La 1, que és superada per La Sexta i Cuatro
La 1 no aixeca el cap i, amb un 6,5%, queda ben a prop del 6,3% que va suposar el mínim històric per a la pública, l'agost del 2013, però aquest cop sense el pretext de l'estiu. La cadena ha sigut sisena, per darrere de La Sexta i Cuatro, els segons canals d'Atresmedia i Mediaset, respectivament. La 2 també cau i, amb un 2,1%, obté el seu pitjor resultat des de l'abril de l'any passat.

Privades espanyoles

Mediaset guanya tant amb el primer com amb el segon canal
Els últims dies de setembre han frustrat les expectatives d'Antena 3,



Crisi
La 1 frega el mínim històric i cau per darrere de Cuatro i La Sexta

ja que d'estar fregant el lideratge s'ha hagut de conformar amb una tercera plaça, amb un 11,3% de quota, dues dècimes per darrere de Telecinco. Tampoc no va tenir sort amb La Sexta, que va perdre el seu duel amb Cuatro: amb un 6,6% va quedar quatre dècimes per sota de la seva rival.

Resultats a Espanya

La 1 cau per sota del 10% mentre Telecinco segueix líder

Tal com ha passat a Catalunya, Mediaset marca una doble victòria respecte a Atresmedia en aquest primer mes de curs. Telecinco tanca setembre amb un 14,9% mentre que Antena 3 només arriba fins al 13,4%. I Cuatro suma el seu tercer mes de victòria respecte de La Sexta: 7,4% contra 6,7%. La 1 ha sigut la tercera televisió més vista, però amb un 9,7% que la situa per sota del llinar psicològic dels dos dígits. Mediaset suma un 31,4% del *share* amb els seus canals i Atresmedia un 26,8%. —

Espais més vistos al setembre

	ESPECTADORS	'SHARE'
01 E15: Els resultats TV3+3/24 27/09	1.254.000	37,0%
02 Futbol: Barça - Bayer Leverkusen TV3 29/09	1.055.000	31,9%
03 8 al dia: cara a cara Margallo-Junqueras 8TV 23/09	892.000	28,2%
04 E15: El sondeig de TV3 TV3+3/24 27/09	814.000	32,6%
05 Telenotícies cap de setmana migdia TV3+3/24 27/09	708.000	30,7%
06 El objetivo de Ana Pastor amb Artur Mas LA SEXTA 13/09	690.000	22,3%
07 Telenotícies vespre TV3+3/24 28/09	684.000	23,6%
08 La Voz kids TELECINCO 07/09	671.000	26,4%
09 E15: L'anàlisi TV3+3/24 27/09	664.000	33,4%
10 Píromusical de la Mercè TV3 24/09	651.000	20,7%
11 Telenotícies migdia TV3+3/24 30/09	642.000	31,9%
12 Bàsquet: Espanya-Lituània TELECINCO 20/09	634.000	29,3%
13 Bàsquet: Espanya-França (Pròrroga) CUATRO 17/09	620.000	20,5%
14 Telenotícies cap de setmana vespre TV3+3/24 13/09	612.000	22,2%
15 E15: El debat TV3 20/09	610.000	22,3%



MEDIOS EL ALTAVOZ DE LA IGLESIA CATÓLICA

EL PAÍS MÁS PEQUEÑO, CON LA RADIO MÁS INFLUYENTE

Radio Vaticana, emisora en la que trabajan cada día 330 profesionales de 60 países, emite en 40 lenguas diferentes, algo que sólo iguala la estadounidense Voice of America

MÓNICA BERNABÉ ROMA

Si Jesús hubiera dispuesto de un micrófono y de un altavoz como Radio Vaticana, el Nuevo Testamento se hubiera escrito de otra manera. La emisora del Estado más pequeño del mundo es paradójicamente y, aunque pocos lo sepan, la más influyente. La radio del Papa emite hasta en 40 lenguas diferentes y, en ese sentido, sólo la iguala la estadounidense Voice of America. Eso permite que, en cuanto el Pontífice abre la boca, sus palabras lleguen a todos los rincones del planeta.

«Ninguna otra gran Iglesia o religión tiene una capacidad de comunicación tan organizada, coordinada e intensa», reconoce el director de Radio Vaticana, el padre jesuita Federico Lombardi, quien dispone de una maquinaria de difusión que obra el milagro de que la voz del Papa sea omnipresente.

En la actualidad la emisora estudia radiar también en coreano, según adelanta Lombardi a EL MUNDO. Sería el último idioma que se sume al rosario de lenguas en el que ya emite: inglés, francés, español, chino, indio, suajili, vietnamita, árabe... La lista incluye hasta el esperanto.

Radio Vaticana nació en el año 1931 de la mano del considerado inventor de la radio, Guillermo Marconi, a quien Pío XI le encargó la construcción de la emisora. El 12 de febrero de ese año el Pontífice la inauguró con un discurso en latín, pero fue durante la Segunda Guerra Mundial cuando ganó influencia. Entonces empezó a emitir en nueve idiomas, y se convirtió en uno de los pocos medios que burlaban la censura de la época, además de difundir mensajes de familiares que buscaban a personas desaparecidas o prisioneros que se encontraban en campos de concentración.

«Con el establecimiento del comunismo en los países de la Europa Oriental que impedía la libertad religiosa, Radio Vaticana empezó a emitir en muchas otras lenguas», explica el padre Lombardi que, como una letanía, enumera algunas: «Húngaro, búlgaro, polaco, rumano, croata, esloveno, albanés, ruso, letonio, lituano...». «El hecho de que el Papa desde Roma se dirigiera a los creyentes de esos países en su propia lengua suponía un revulsivo para ellos», añade el sacerdote italiano. En definitiva, un regalo caído del cielo que ayudaba a reforzar su fe.

Poco a poco Radio Vaticana se convirtió en la Torre de Babel que es ahora. Emite en 40 lenguas y en sus



Dos religiosos que trabajan en Radio Vaticana, en un estudio de la emisora en Roma. MÓNICA BERNABÉ

DESDE LA PLAZA DE SAN PEDRO, PARA TODO EL MUNDO

Desde escuchar misa sin moverse de casa, u oír las palabras del Papa durante el tradicional Angelus de los domingos como si se estuviera en plena plaza de San Pedro en Roma, pero sin necesidad de trasladarse a la capital italiana. Éstas son algunas de las posibilidades que ofrece Radio Vaticana, pero también una infinidad más. Sus noticiarios en lengua francesa se han convertido en referente por la calidad de su información generalista, y no solamente la religiosa. La radio también tiene un gran éxito en

italiano, idioma en que emite las 24 horas del día. Y los esperantistas no se pierden sus programas en esperanto. «Los amantes de esta lengua siguen cualquier medio que use este idioma», justifica el director de Radio Vaticana, el padre Federico Lombardi. Por una razón u otra, la emisora se ha convertido en un modelo a seguir en muchos aspectos, sabiendo combinar el uso de las nuevas tecnologías con las necesidades de los fieles a los que intenta llegar. Un ejemplo: Radio Vaticana incluso emite en malayalam, que es la lengua de la zona de Kerala, en el sur de India, donde el 20% de la población es católica. De esta manera consigue una audiencia fiel. **M. B.**

estudios trabajan periodistas de hasta 60 países distintos. Es una mina de culturas. «No es lo mismo el español que se habla en México que en Argentina», apunta su director.

La información que se difunde en un idioma no es la misma que se retransmite en otro. Los contenidos no son simples traducciones, sino que se elaboran de forma específica teniendo en cuenta los intereses y gustos de cada país. Una auténtica locura informativa que hacen posible los 330 profesionales que trabajan en Radio Vaticana cada día.

Todo se cocina en los estudios que la emisora tiene en Roma, a unos centenares de metros de la plaza de San Pedro. Desde allí tam-

bién se retransmiten todas las intervenciones del Papa.

«En Japón hemos dejado de emitir en onda corta, pero hemos potenciado nuestra web porque los japoneses prefieren informarse por internet», explica el director de Radio Vaticana. Se trata de llegar a los fieles como sea. En China la emisora utiliza las redes sociales alternativas a Facebook y Twitter que existen en ese país. La radio también tiene un canal en YouTube, y hay una aplicación para el móvil.

El resultado es una audiencia que seguro se cuenta por millones, aunque no existe ningún estudio que lo confirme ya que, según Lombardi, la Santa Sede no dispone de recursos

para realizarlo, ni tampoco de las garantías para obtener unos resultados fiables. «En China nadie dirá que escucha Radio Vaticana», afirma el sacerdote como ejemplo. Es lógico, la religión está prohibida en este país.

En América Latina centenares de radios locales retransmiten los programas de Radio Vaticana. Son altavoces del propio altavoz del Papa. También es imposible saber cuántos oyentes realmente la escuchan. En España, en cambio, la emisora ha tenido poco éxito hasta ahora. El jesuita italiano lo achaca al hecho de que «ya existe una red de radios católicas muy potentes», que hace innecesario impulsar la emisora del Pontífice.



INFORME MENSUAL D'AUDIÈNCIES

Majoria absoluta per a TV-3

► La tele autonòmica encapçala el setembre amb la cita del 27-S i el Barça



EL PERIÓDICO BARCELONA

Una gran expectació mediàtica que han generat les eleccions autonòmiques catalanes d'aquest 27 de setembre, unit al valor segur que sempre és el Barça (especialment a la Champions), són els dos pilars sobre els quals s'ha fonamentat l'indiscutible liderat d'audiència que TV-3 ha aconseguit al setembre, un primer lloc que recupera després d'un mes d'agost de *refregits* en què va cedir davant l'oferta d'Antena 3.

En el conjunt d'Espanya, Tele 5 és la que segueix com a reina absoluta de l'audiència, gràcies sobretot a la seva aposta pel *reality show* i una guinda: el *pelotazo* de l'Eurobasket, en què la selecció espanyola es va proclamar campiona d'Europa.

Segons les dades d'audiència de Kantar Media, TV-3 ha pujat 0,8 punts de quota al setembre, un creixement que coincideix amb l'estrena de les novetats de la nova temporada i, sobretot, per l'indubtable interès, *in crescendo*, que ha tingut el 27-S, un seguiment que s'ha plas-

ELS INFORMATIUS Els 'telediari', líders a Espanya

►► L'indubtable interès per la informació política que s'ha viscut a Catalunya sembla que també ha tingut el seu reflex en el conjunt d'Espanya, especialment a TVE-1, cadena en la qual els seus *telediari*s han iniciat la temporada superant l'audiència «respecte a la temporada passada», segons informa la mateixa televisió estatal.

►► Segons Kantar Media, el *Telediario-1* (el de sobretaula), que s'emet simultàniament per TVE-1 i Canal 24 hores, de dilluns a divendres, és l'informatiu més vist d'Espanya. Així mateix, són líders en el conjunt de l'Estat el TD-1 i el TD-2 (el de nit) dels dissabtes i diumenges, també en la seva emissió conjunta a TVE-1 i el Canal 24 H.

mat amb claredat en les excel·lents dades de tots els seus *Telenotícies*, els més seguits, sense rival, a Catalunya. Així, dels 30 dies de setembre, en 20 el líder de la jornada va ser un TN. A més, el TN *migdia* ha tancat el setembre amb una quota de pantalla del 28,5%, la seva millor dada des del novembre del 2013.

La ratificació d'aquesta clara preferència del gruix de l'audiència de Catalunya per la informació que ofereix TV-3 va quedar reflectida en la jornada electoral: l'especial eleccions de la tele autonòmica va reunir una mitjana d'1.254.000 espectadors (37%). Amb els informatius, el Barça va ser l'altre gran valor de TV-3 (el partit contra el Bayer Leverkusen va congreguar una mitjana d'1.055.000 persones), al qual s'han unit l'insub-

L'interès per les eleccions va quedar reflectit en el gran seguiment dels 'TN' i de la nit electoral

mergible Polònia (579.000 seguidors) i el nou èxit de la temporada, *Merli* (566.000 espectadors).

En el conjunt d'Espanya, Tele 5 consolida el seu liderat (és durant 13 mesos consecutius la cadena més vista de l'Estat) gràcies, en aquesta ocasió, a l'empenta de la final de l'Eurobasket i dos clàssics: *La Voz kids* i l'immortal *Gran hermano*. La segueix Antena 3, que té els principals valors en la Champions (uns cinc milions de mitjana en els partits del Barça i del Madrid) i en l'estrena de la seva nova sèrie *Mar de plástico* (quatre milions de seguidors).

TVE-1 segueix tercera, malgrat pujar set dècimes, gràcies als partits de *la Roja* i la bona acollida del programa *En la tuya o en la mía*.



Mediaset aumenta su ventaja sobre Atresmedia y TVE mejora

► A la cadena pública no solo le funcionan los estrenos. Sus informativos superan a los de Antena 3

F. MARÍN
MADRID

El mes de septiembre terminó con un nuevo triunfo de Telecinco, que además de acumular trece victorias consecutivas, creció más que nadie respecto a agosto y se aleja de su más directa competidora, Antena 3. La cadena de Mediaset culminó el primer mes de la temporada con una cuota media del 14,9%, tras ganar casi 1,7 puntos. Antena 3, que sube cuatro décimas, está ya a punto y medio (13,4%), mientras que TVE se mantiene por debajo del 10% (9,7%), pero da síntomas de recuperación. Cuatro, por su parte, rebasa con claridad a La Sexta, e incluso Divinity ha adelantado a Nova.

Para la cadena pública, la mejor noticia es que le empiezan a funcionar sus estrenos, algo casi inédito en las últimas temporadas. Esta recién adquirida puntería se refleja sobre todo en el horario de máxima audiencia, y eso que TVE renuncia a colocar sus mejores productos casi a las once de la noche, como hacen sus competidores, y trata de con-



Gasol y España acapararon el minuto más visto del mes, con 8,5 millones



P. GARCÍA MUÑIZ

ciliar horarios. La 1 terminó septiembre con una media del 11,5% en el *prime time*. Al buen comportamiento de los estrenos de «Carlos, Rey Emperador», «Olmos y Robles» y «En la tuya o en la mía» se suma la fidelidad del público futbolero en el España-Eslovaquia (33,1%) y la recuperación de «Informe Semanal», que con el 9,6% logra su mejor cuota en tres años. Incluso sus series de sobremesa siguen creciendo, poco a poco.

Los informativos diarios de TVE, por último, han experimentado subidas en todas sus ediciones, y han su-

perado a los de Antena 3, que se quedan en tercera posición, con los de Telecinco como líderes.

Lo más visto del mes fue la victoria de España en la final del Europeo de Baloncesto, ante Lituania. Los regresos de «La voz kids» y de «Gran Hermano», inagotable después de 16 ediciones, apuntalaron la victoria de la cadena de Mediaset.

Mención aparte merece el consumo en diferido. Aquí Antena 3 domina entre las generalistas, aunque La 1 y Telecinco se le acercan y todas están lejos de las temáticas de pago, que acaparan el 40% de esta forma, cada vez más extendida, de ver la televisión.



El fotògraf del Grup de Barranquilla

NEREO LÓPEZ (1920-2015)
Fotoperiodista

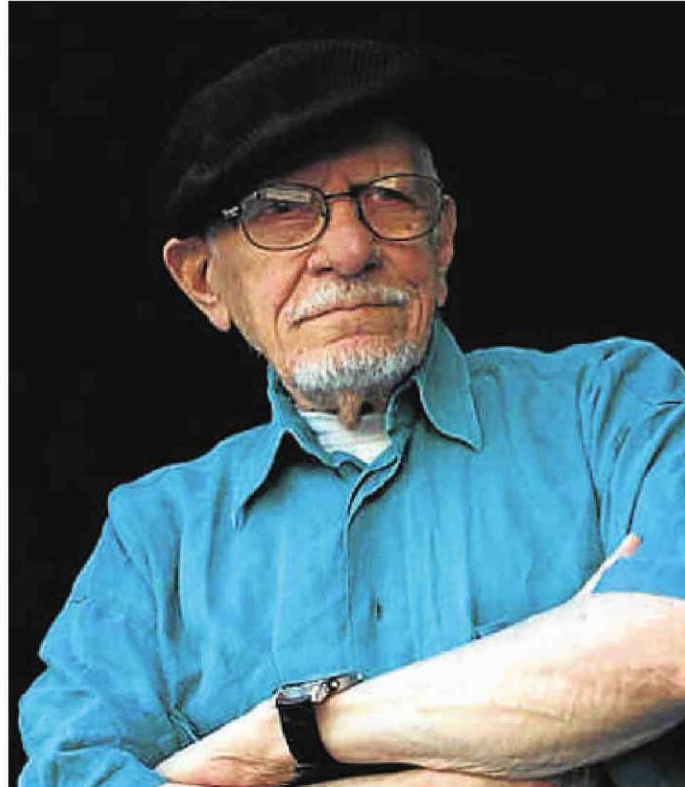
El fotògraf colombià Nereo López, un dels més importants a l'Amèrica Llatina del segle passat, va destacar per la reivindicació del fotoreportatge. Va ser, a més, membre del Grup de Barranquilla, on va coincidir amb l'escriptor Gabriel García Márquez.

Nascut el 1920 a la ciutat de Cartagena, Nereo López va viure amb dificultats els seus primers anys de vida, ja que es va quedar orfe als sis anys. Un oncle, xofer d'autobusos, el deixava dormir al vehicle, ja que no tenia lloc a la casa seva per al petit a causa del gran nombre de fills que tenia.

Aviat va tenir accés a una càmera de fotos. Amb ella, i amb l'ajuda d'alguns llibres sobre fotografia, López es va anar formant durant tota la seva vida, la qual cosa el va portar a formar una gran biblioteca especialitzada. El seu interès cada vegada més gran pel medi el va portar a viatjar a Nova York el 1947, on va presentar una tesi sobre fotografia infantil.

Poc després, l'any 1950, la revista *Cromos* va publicar el seu primer reportatge. D'aquella època daten els seus primers viatges a l'interior del país i a la costa atlàntica. En ells retrata la gent senzilla, anònima, com els camperols, una temàtica habitual al llarg de tota la seva obra. Durant la seva carrera va treballar per a altres mitjans de comunicació important com *O Cruzeiro*, *Life* o *Tiempo*.

Una vegada establert a Barranquilla, va freqüentar el bar La Cueva on es reunien els membres d'una tertúlia que constituïa l'anomenat Grup de Barranquilla, al qual pertanyien escriptors com García Márquez, Alejandro Obregón o Álvaro Cepeda Samudio; el pintor Enrique Grau o el llibreter català Luis Vicens. Alguns, capitanejats per aquest últim, van dur a terme la pel·lícula *La langosta azul*, en què López interpretava un paper i feia de



codirector i cap de fotografia.

De totes les influències que va rebre, en destaca la fotografia mexicana de Manuel Álvarez Bravo, d'una banda, i la dels fundadors de l'agència Magnum, com Henri Cartier-Bresson, de l'altra. Al llibre *Nereo López, un contador de historias* (La Silueta, 2015), Santiago Rueda traçava un curiós paral·lisme: si per als escriptors del Grup de Barranquilla el capítol d'influències l'encapçalava la literatura nord-americana (William Faulkner, John Steinbeck), en el cas de López van ser, de manera significativa, els fotògrafs que van treballar dins del programa FSA, creat pel Govern de Roosevelt el 1935, com Dorothea Lange o Walker Evans. El seu interès per la fotografia com a document social coincideix amb el de la literatura que llegien els seus amics.

El premi Kodak, que va guanyar el 1964, va arribar acom-

panyat del seu primer llibre, *El libro de los oficios infantiles*. Després en van venir d'altres com *Los que esperan y su imagen* (1965), *Cali, ciudad de América*, *Herederos del mañana* (amb textos de Germán Arciniegas, 1979) o *La Cueva, crónicas del Grupo de Barranquilla* (escrit per Heriberto Fiorillo). El 1997 va rebre l'Homenatge Nacional de Fotografia –que incloïa la publicació d'un gran catàleg–, així com la Gran Ordre del Ministeri de Cultura colombià.

La seva amistat i complicitat amb Gabriel García Márquez el va portar a acompanyar-lo a Estocolm per rebre el premi Nobel el 1982. Un any més tard va veure la llum un llibre que recollia les imatges d'aquest viatge, *Aracataca / Estocolmo*.

Nereo López va morir el passat 25 d'agost a Nova York. Des del 2000 havia fixat la seva residència als Estats Units.

RAFA MARTÍNEZ



La cadena del Grup Godó i Mediaset obté al setembre unes dades de seguiment històriques

8tv, una cadena de rècords

BARCELONA Redacció

8tv, la cadena de televisió explotada conjuntament pel Grup Godó i Mediaset, ha assolit aquest mes de setembre els seus rècords d'audiència. El dia 23 passat va arribar al seu rècord històric de quota diària amb un 7,9%. Aquell dia, el cara a cara entre el ministre d'Afers Exteriors del Govern espanyol, José Manuel García-Margallo, i el líder d'Esquerra Republicana de Catalunya, Oriol Junqueras, organitzat per *8 al dia* amb Josep Cuní no només va ser el programa més vist a Catalunya, amb un 28,3% d'audiència, sinó que es va convertir en el més vist en la història de 8tv. L'entrevista al president de la Generalitat, Artur Mas, del dia 25, també va esdevenir el programa més vist del dia, ja que va congrega 498.000 espectadors davant del televisor i una quota de pantalla del 16,7%.

D'aquesta manera, la cadena tanca el mes de setembre amb una quota total de pantalla (*share*) del 3,9%

En un mes de setembre marcat des del punt de vista informatiu per les eleccions autonòmiques catalanes del 27-S, *8 al dia* amb Josep Cuní s'ha consagrat com a referent informatiu de centenars de milers de catalans, i ha estat l'impulsor d'un dels esdeveniments que més expectació han aixecat en el món de la televisió en els últims temps: el cara a cara entre el ministre d'Afers Exteriors, José



Josep Cuní va moderar el cara a cara entre el ministre d'Exteriors, José Manuel García-Margallo, i el líder d'ERC, Oriol Junqueras

Manuel García-Margallo, i el líder d'ERC, Oriol Junqueras. Un debat que va tenir un gran ressò mediàtic no només a Catalunya, sinó també a tot l'Estat, i ho prova que va ser notícia en diversos

EL DEBAT DE '8 AL DIA'

El cara a cara entre García-Margallo i Junqueras, vist per 1,5 milions d'espectadors

informatius i programes d'actualitat de tot Espanya.

Aquest duel dialèctic va batre tots els rècords d'audiència en la història de 8tv, i va ser seguit, en directe, per televisió o mitjançant *streaming*, per més d'un mi-

lió i mig d'espectadors, fet que el va convertir en l'espai més vist d'aquest any 2015 a Catalunya (exceptuant els partits del FC Barcelona i el festival de la cançó d'Eurovisió). Com no podia ser d'una altra manera, a les xarxes socials també va suscitar un gran interès, fins al punt que va superar els 90.000 missatges en només unes hores.

L'aliança entre 8tv i la CNN ha servit perquè la influència informativa del programa dirigit i presentat per Josep Cuní traspassi fronteres, com ho demostra que les imatges de la jornada reivindicativa de l'11-S, de la nit electoral del 27-S i de tota l'actualitat catalana d'aquest últim mes hagin estat subministrades al reconegut canal infor-

matiu internacional per *8 al dia*.

En totes les cadenes, l'inici d'una nova temporada televisiva és sempre sinònim de grans estrenes, i 8tv ha apostat per l'entreteniment de qualitat amb una

EL PROGRAMA 'TRENCADÍS'

Sandra Barneda fa cada dia la 'selfie' més original de la societat catalana

nova i mediàtica incorporació: Sandra Barneda, una gran professional del món de la comunicació que presenta cada tarda *Trencadís*, un espai fresc, divertit, proper i desinhibit, que pren com a inspiració la catalanitat i

la universalitat de Gaudí. Un programa que ha omplert les tardes televisives d'històries insòlites, divertides i emocionants, i de personatges plens de carisma com els actors Imanol Arias i Quim Gutiérrez, l'humorista Carlos Latre o la xef que ha rebut més estrelles Michelin del món, Carme Ruscalleda. En només unes setmanes, *Trencadís* ha aconseguit fer la *selfie* més original de la societat catalana, la qual cosa l'ha convertit en una gran finestra de Catalunya.

Un any més, i ja en són catorze, l'humor i l'optimisme contagiós continuen sent la senya d'identitat dels migdies de 8tv de la mà d'Alfons Arús, un dels presentadors més admirats del món de la televisió, que amb el



seu *Arucitys* va directe cap a una fita històrica: arribar als 3.000 programes en directe.

El programa, guanyador d'un premi Ondas, continua sent el magazín en català preferit dels catalans a l'hora de la sobretaula, i gran part del seu èxit es deu, sens dubte, a la seva filosofia: riure de tot, començant per ells mateixos, i abordar de manera desenfadada tots els temes i seccions, ja siguin de crònica social, del món del cor o de la televisió.

Aquesta temporada 8tv seguirà sent una marca associada al bon cinema. Cada nit, els espectadors de la cadena podran gaudir d'una àmplia varietat de gèneres cinematogràfics i d'històries, protagonitzades per grans estrelles de Hollywood, entre les quals destaquen per a aquest mes d'octubre: *Contact*, amb Jodie Foster; *Pactar amb el diable*, que compta amb la presència d'Al Pacino, Keanu Reeves i

'ARUCITYS'

L'espai d'humor i entreteniment d'Alfons Arús és a punt d'arribar als 3.000 programes

Charlize Theron; *Despertares*, amb Robert De Niro i Robin Williams, i *Mad City*, amb Dustin Hoffman i John Travolta.

A més, grans sèries s'han afegit a l'oferta de 8tv per als seus televidents, amb produccions internacionals de gran qualitat com *Galerías Paradise* de la BBC, o èxits nacionals com *Acusados*, amb José Coronado i amb Blanca Portillo, i *Homicidios*, amb Eduardo Noriega.

Després dels bons resultats d'aquest últim mes, no hi ha dubte que 8tv encara l'octubre amb el clar objectiu de consolidar-se com la televisió amb més projecció del moment a Catalunya.●



Xavier Sala i Martín buscarà el costat divertit de l'economia a partir de diumenge a TV3

DdG | GIRONA

■ L'economista i comunicador Xavier Sala i Martín presenta el nou programa de TV3 *Economia en colors*, que pretén explicar als espectadors els secrets de l'economia de manera distesa i entretinguda, segons va informar ahir la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). El format s'estrenarà aquest diumenge, a partir de les 22.35 h a TV3, i és una producció de Televisió de Catalunya (TVC) amb El Terrat.

Amb la coloració del periodista Tian Riba, Xavier Sala i Martín intentarà demostrar que l'economia no és una disciplina abstracta i llunyana, sinó interessant i molt

present en la nostra vida quotidiana. Cada programa començarà amb Sala i Martín en una aula universitària, on oferirà una petita «màster class», que servirà d'introducció per endinsar-se en el món de l'economia.

Una vegada introduït el tema, Sala i Martín i Tian Riba sortiran al carrer, a escenaris que ajudin a entendre el tema exposat, a la manera de *road movie* econòmic. Aquí conversen amb persones relacionades amb el tema del programa. En la primera entrega, per exemple, hi apareixerà l'entrenador de futbol Pep Guardiola. Alguns dels conceptes tindran el suport gràfic d'estadístiques, quadres, vídeos, llistes



L'equip del programa en la presentació celebrada ahir a Barcelona

i percentatges que s'integraran al lloc on es trobin els protagonistes.

A tall d'exemple, un pont pot ser el marc d'una estadística que ens parla d'inflació o les gràfiques poden aparèixer en un edifici o en un passeig. Tot plegat, immers en un tractament estètic que vol ser ga-

irebé cinematogràfic, amb uns enquadraments i llum molt cuidats per atrapar els espectadors. Després d'aquest viatge i amb el bagatge adquirit, l'economista tornarà a l'aula universitària i tancarà la *master class* amb les conclusions fonamentals.



PERSECUCIÓ DE LA PREMSA A TURQUIA

Partidaris d'Erdogan ataquen un periodista

► El ferit treballa al diari 'Hurriyet', que està assetjat pel president islamista

EL PERIÓDICO
ISTANBUL

Un destacat periodista turc va ser hospitalitzat ahir després de patir un atac a les portes del seu domicili, en el que constitueix un nou exemple del deteriorament de les condicions que pateixen els mitjans de comunicació a la Turquia del president islamista Recep Tayyip Erdogan.

Ahmet Hakan, un columnista del diari secular *Hurriyet* i col·laborador de la cadena CNN Turk, va ser seguit dimecres a la nit en el recorregut des de la cadena televisiva fins a casa seva per quatre homes que viatjaven

en un cotxe negre i que el van atacar a prop del seu domicili, segons ha explicat el director de *Hurriyet*, Sedat Ergin. «És clar que va ser un atac organitzat», va assenyalar Ergin.

Hakan va acabar amb el nas i unes quantes costelles trencades i va haver de ser hospitalitzat. L'atac es va produir setmanes després que la fiscalia iniciés una investigació sobre l'empresa propietària de *Hurriyet*, Dogan Media Group, per suposada «propaganda del terrorisme».

ATACS AL ROTATIU // El mes passat, hordes progovernamentals van atacar la seu de *Hurriyet*, i van acusar el rotatiu de simpatitzar amb l'il·legalitzat i insurgent Partit dels Treballadors del Kurdistan (PKK). *Hurriyet* ha centrat les crítiques del Govern de l'islamista Erdogan, que intenta controlar una nova onada de violència a les zones kurdes del sud-est del país. ≡



Cultura

La guerra de Siria
desde el ojo
fotográfico de

García Vilanova P8



LA EXPOSICIÓN SOBRE LA GUERRA DE SIRIA DEL FOTOPERIODISTA BARCELONÉS CERRARÁ EL PRÓXIMO 18 DE OCTUBRE EN LA VIRREINA CENTRE DE LA IMATGE CON ÉXITO DE PÚBLICO Y CRÍTICAS.

Los destellos de luz de Ricard García Vilanova

Eric Galián. Barcelona

La guerra de Siria no sólo se ha cobrado víctimas, también ha engendrado héroes. Este es el caso del fotoperiodista barcelonés Ricard García Vilanova, que fue secuestrado por el autodenominado Estado Islámico y pasó cautivo más de seis meses antes de ser liberado en marzo del año pasado junto al periodista del diario *El Mundo*, Javier Espinosa. Pero García Vilanova no es un héroe por haber sido secuestrado, sino por su trabajo periodístico, donde retrata sin ambages el sufrimiento del pueblo sirio a través de los destellos de luz de su cámara fotográfica.

La exposición de este periodista sobre el conflicto sirio que puede verse en La Virreina Centre de la Imatge de Barcelona, desde el pasado mes de julio, cerrará sus puertas el próximo día 18 con más de 25.000 visitantes, una cifra que ha superado las expectativas según el propio comisario de la muestra, Ricard Mas. La exposición, denominada *Destellos en la oscuridad*, está formada por 42 fotografías y 10 vídeos que muestran escenas cotidianas de la guerra: desde el entierro de un padre



Santi Cogelludo

El fotógrafo Ricard García Vilanova, durante la inauguración de la muestra 'Destellos en la oscuridad'.

La muestra ha incluido 42 fotografías, y ha recibido más de 25.000 visitantes

de familia, hasta milicianos en pleno combate. "La fotografía documental hace que el espectador entre con una mirada y salga con otra", argumenta Berta Sereda, comisionada de Cultura de Barcelona. "En

Siria ha habido más de 215.000 muertos, cuatro millones de refugiados y siete millones de desplazados", señaló García Vilanova al inaugurar la exposición. "Al comienzo del conflicto la población estaba tan atemorizada con la policía política del régimen de Al Asad que pedían a los periodistas que sólo retratasen a los niños para no aparecer ellos en los periódicos", expuso García Vilanova.

El fotoperiodista también

aconsejó a los jóvenes reporteros que quieran cubrir un conflicto bélico hacerlo de una manera escalonada. "Lo ideal sería ir primero a un conflicto medio, no directamente a Siria", indicó el fotógrafo barcelonés.

Tras documentar el conflicto en Siria desde 2011, García Vilanova sigue viajando al país árabe y alterna la cobertura de este conflicto con viajes a otros destinos como Irak, Chad o Nigeria.



El acoso a la prensa crítica en Turquía aumenta ante las elecciones

ANDRÉS MOURENZA, Estambul

En la recta final hacia las elecciones del próximo 1 de noviembre, la presión contra la prensa no alineada con el Partido de la Justicia y el Desarrollo (AKP), la formación conservadora que gobierna Turquía desde 2002, se ha intensificado con detenciones, amenazas e incluso la deportación de varios periodistas extranjeros.

La última víctima ha sido el presentador de televisión y columnista Ahmet Hakan, muy crítico con el Gobierno y quien, tras sufrir una dura campaña de difamación, recibió una paliza la pasada medianoche y ha sido hospitalizado con fracturas en las costillas y la nariz. "Es un ataque por motivos políticos y que se veía venir, dadas las continuas amenazas vertidas por los medios conservadores contra determinados periodistas", sostiene el representante en Turquía de Reporteros Sin Fronteras (RSF), Erol Onderoglu.

El grupo mediático Dogan, uno de los más importantes de Turquía, ha sido objeto de multitud de invectivas por parte del presidente turco, Recep Tayyip Erdogan, quien acusa a su fundador, el magnate Aydin Dogan, de "robar al país", apoyar el terrorismo y derribar Gobiernos. A raíz de estas acusaciones, el edificio de *Hürriyet*, diario del grupo, fue apedreado por una muchedumbre de seguidores de Erdogan en dos ocasiones.

Detenciones

Los periodistas del grupo Dogan, cercano a sectores laicos de centroizquierda, no son los únicos afectados. El pasado mes, siete directivos del grupo Koza Ipek, que posee varios canales y diarios islamistas contrarios al Ejecutivo, fueron detenidos en el marco de la investigación sobre la orden religiosa del predicador Fethullah Gülen, antaño aliado de Erdogan y hoy su archienemigo. La plataforma digital *Tivibu* —de la empresa semipública Türk Telekom— retiró los canales del grupo, lo que ha motivado una investigación de la OSCE por posible censura.

Casi todas las webs informativas vinculadas al nacionalismo kurdo y varios medios izquierdistas han visto bloqueado su acceso en Internet, pese a no existir una decisión judicial, y el pasado martes 32 periodistas kurdos fueron brevemente detenidos. En las cárceles turcas hay 21 periodistas y un centenar de personas, la mayoría de medios, están siendo procesados por "insultar al presidente", una forma de silenciar a los críticos con Erdogan, acusa el Comité para la Protección de los Periodistas.



DATOS SEPTIEMBRE

TELECINCO ENCADENA 13 MESES LÍDER DE AUDIENCIA

Los informativos
de la cadena
de Mediaset son
los más vistos

E. M. MADRID

Por decimotercer mes consecutivo, Telecinco se mantiene como líder de audiencia. La cadena de Mediaset ha obtenido en septiembre un 14,9% de cuota de pantalla, lo que supone una subida de 1,7 puntos con respecto a agosto, según el informe mensual elaborado por Barlovento Comunicación realizado con datos de Kantar Media.

Por detrás de Telecinco, en este arranque de temporada, ha terminado Antena 3, con un 13,4% de espectadores –cuatro décimas más que en el mes anterior–, seguida de de La 1 de RTVE, que ha registrado un 9,7% de cuota de pantalla –siete décimas por encima de su dato de agosto–.

En las siguientes posiciones del ranking se sitúan las televisiones autonómicas de la Força, (con un 7,4% de cuota de pantalla, cifra idéntica a la registrada el mes anterior), Cuatro (también con un 7,4%, lo que supone una décima más que en agosto) y La Sexta (6,7%, con tres décimas de crecimiento).

TEMÁTICAS DE PAGO

Las cadenas temáticas de pago, agrupadas en este estudio bajo un epígrafe común, ocupan la séptima posición de la lista con un 6,7% de cuota, un dato que supone un descenso de siete décimas respecto al mes anterior. Cierran los diez primeros puestos en la medición de audiencia de septiembre, por este orden: FDF (de Mediaset) con un 3,6%, La 2 con un 2,7% y Clan (el canal infantil de RTVE) con un 2,6%.

En cuanto a los informativos, los de Telecinco han sido los más vistos en septiembre, en la ponderación de la audiencia media de las dos ediciones de mediodía y noche. Por su parte, La 1 ha sido líder en las sobremesas de los fines de semana.

Las cinco emisiones más vistas de septiembre han sido partidos de baloncesto del Eurobasket 2015 y de la Champions de fútbol. El espacio que más espectadores congregó frente al televisor fue la prórroga del España-Lituania, emitido por Telecinco, con 6,4 millones de espectadores y un 40,1% de cuota de pantalla.



L'agressió a un periodista agreuja l'assetjament a la premsa a Turquia

RICARDO GINÉS
Istanbul. Corresponsal

Un altre periodista crític amb el Govern d'Ankara ha estat atacat a Turquia. Aquesta vegada les amenaces a través de les xarxes socials van donar pas a un assalt en tota regla: Ahmet Hakan, un influent presentador de televisió i columnista del diari *Hürriyet*, va ser agredit per quatre individus, que li van trencar el nas i diverses costelles.

L'atac s'emmarca en un creixent assetjament de la llibertat d'expressió al país euroasiàtic a un mes de les eleccions generals anticipades, previstes per al pròxim 1 de novembre.

Aquest atac va tenir lloc abans d'ahir a la nit, quan Hakan, conductor del programa de debat polític *Tarafsiz Bölge* (zona imparcial) abandonava la seu central del canal CNN TÜRK i es dirigia a casa amb cotxe acompanyat pel

seu xofer i el seu guardaespalles.

Les càmeres de l'edifici mostren com el vehicle és seguit al cap de poca estona de començar el trajecte per un altre de negre. D'aquest cotxe en baixen quatre energümens quan Hakan ja és al portal de casa seva, al centre d'Istanbul. Són alts, fornits i coneguts en mitjans policials per tràfic de drogues i amenaces. Un d'ells reté el guardaespalles i sense dir res el que passa durant 15-20 segons és una autèn-

tica pallissa. Hospitalitzat, Hakan va ser donat d'alta ahir. I va llançar un missatge de resistència: "No tennim por. Continuarem el camí que ens hem marcat".

Els quatre esbirros han estat detinguts i estan sent investigats per "atac organitzat". Hakan havia estat objecte de nombroses amenaces en els últims mesos entre les quals destaca la d'un columnista progovernamental, Cem Küçük, que va escriure al diari *Star*: "Si volem, et liquidem com una mosca".

Es dona la circumstància, a més, que Hakan també és un influent columnista al *Hürriyet*, un diari que a començaments de setembre va patir dos atacs per part de militants enfurides. Els assalts, que van

ser organitzats a través de Twitter i van deixar diversos vidres trencats, van unir adeptes del president Recep T. Erdogan: un dels atacants, Abrurrahim Boynukalin, era un diputat del partit de la Justícia i Desenvolupament (AKP), el partit controlat per Erdogan.

Ahir, l'AKP —i Boynukalin, que ja no serà candidat al novembre— van condemnar la pallissa a Hakan. Després de nombroses amenaces per part de l'entorn de l'AKP, Hakan havia demanat fa dues setmanes —i sense èxit fins ara— una es-corta oficial a les autoritats.

Es dona la circumstància a més que el consorci Dogan —al qual pertany tant la CNN Türk com el *Hürriyet*, els dos mitjans de ten-



dència laica i crítics amb el Govern d'arrels islamistes— està sent investigat per “presumpta propaganda terrorista” per un tribunal turc a Istanbul, que va obrir el cas a instàncies del que va publicar al diari progovernamental *Günes*.

La pallissa també va ser condemnada pel columnista Küçük, encara que va afegir que “l’assetjament del grup mediàtic Dogan continuarà”.

Segons l’índex de l’organització Reporters Sense Fronteres (RSF) sobre el respecte a la llibertat d’expressió, fet públic el mes passat, l’Estat turc se situa en el lloc 149 d’un total de 180 països, entre Mèxic i l’africana República Democràtica del Congo.●



TVE MEJORA LA AUDIENCIA DE SUS INFORMATIVOS EN SEPTIEMBRE

S. LORENZO- Madrid

El curso televisivo ha comenzado bien para RTVE, cuyos datos de audiencia se han afianzado durante este mes y han cerrado septiembre con un incremento de espectadores en los informativos de TVE, tal y como informa el ente público en una nota de prensa.

De cuatro telediarios que ofrece la cadena, se ha proclamado líder de audiencia en tres de ellos, superando en el arranque de esta temporada 2015/2016 los 428.000 espectadores y con dos décimas más de cuota de pantalla respecto al mismo periodo del año pasado.

Es necesario puntualizar que, aunque sí es cierto que los registros de audiencia de la cadena pública han mejorado, los datos que ha facilitado la corporación se corresponden a la suma de la cuota de pantalla de La1 y el Canal 24 horas. De este modo, la primera edición del telediario, de lunes a viernes, anota un total de 1.872.000 espectadores y un 14,6 por ciento de «share», un incremento de 294.000 personas y nueve décimas más que en 2014. Por otro lado, el Telediario 2 subió la audiencia en dos décimas respecto a la temporada pasada.

En cuanto al fin de semana, la primera edición de informativos mejora sus resultados en 238.000 espectadores y la segunda edición fue lo más visto en su franja, con más de medio millón de seguidores.



PERIODISME

Renovació de l'acord pel premi Manuel Bonmatí

GIRONA | DdC

■ L'Ajuntament de Girona i el Rotary Club han renovat la col·laboració per a les properes tres edicions del premi Manuel Bonmatí de periodisme. Es tracta d'un guardó que es va crear l'any 1981 per tal de reconèixer els articles periodístics publicats durant l'any i que tenen com a temàtica la ciutat de Girona. L'alcalde, Carles Puigdemont, i el president del Rotary, Josep Maria Cantó, han signat l'acord per aquest 2015 i també per a 2016 i 2017.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/10/15	El periodista Roger Jiménez, Premio Internacional de Periodismo Cátedra Manu Leguineche por unanimidad del jurado / Henares Al Día	31	2

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/10/15	La Fundació Grífols premia un reportatge del 30 minuts sobre les llistes despera / Comunicació 21	34	1
02/10/15	Perdonans, lector / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	35	2

Col·legi de Periodistes de Catalunya



El periodista Roger Jiménez, Premio Internacional de Periodismo Cátedra Manu Leguineche por unanimidad del jurado

Viernes, 2 de octubre de 2015

Roger Jiménez / Foto: Consell de la Informació de Catalunya El periodista Roger Jiménez ha sido elegido ganador del III Premio Internacional de Periodismo Cátedra Manu Leguineche tras la deliberación del jurado que ha concluido otorgar este reconocimiento por unanimidad. Así lo ha comunicado hoy el presidente de la Diputación Provincial de Guadalajara, José Manuel Latre, que ha sido el encargado de presidir el jurado formado por María Teresa del Val, directora general de la Fundación General de la UAH, como vicepresidenta; y los vocales Jesús Picatoste, secretario general de la FAPE; Pedro Erquicia, periodista, fundador de Informe Semanal y de conocida trayectoria profesional en TVE; Marisa Ciriza, periodista, vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid; Jesús Coterón, periodista, presidente de la Asociación de Periodistas del País Vasco y decano del Colegio Vasco de Periodistas; y Mariano Guindal, periodista, ex redactor jefe de Economía de La Vanguardia; actuando como secretario Carlos Sanz, periodista, vicesecretario general de la FAPE. El máximo responsable de la Institución Provincial ha felicitado vía telefónica a Roger Jiménez quien se ha mostrado agradecido por haberle sido otorgado este reconocimiento, al tiempo que el presidente ha reconocido la figura de Manu Leguineche y ha recordado que este premio, que está dotado con 8.000 euros, se incluye dentro de una Cátedra universitaria, de reciente creación, a través de la que se está trabajando ya para llevar a cabo diferentes iniciativas en torno a la figura de Manu Leguineche. Del mismo modo, ha agradecido el trabajo del jurado reunido esta misma mañana en la Sala de Juntas de la Diputación de Guadalajara y la disposición de la familia de Leguineche en la persona de su hermana Rosa para colaborar en todo el proceso de creación de la Cátedra. Este Premio ha sido convocado por la Diputación Provincial de Guadalajara, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España, la Universidad de Alcalá, la Fundación General de la Universidad y el Ayuntamiento de Brihuega. Hay que recordar que la primera y segunda edición del Premio fueron para la periodista mexicana Lydia Cacho y el periodista Javier Espinosa, respectivamente. El jurado ha acordado otorgar este reconocimiento, del que se hará entrega a mediados del próximo mes de noviembre en la localidad de Brihuega, por su trabajo constante en defensa del lector, reivindicación de la ética y la autorregulación en el ejercicio del periodismo y profesionalidad en su dilatada trayectoria en el diario La Vanguardia. Todo ello sin olvidar los principios de solidaridad y responsabilidad social que exige el ejercicio profesional del periodismo. Sobre Roger Jiménez Roger Jiménez Monclús (Catllar, Tarragona, 1938) fue subdirector de La Vanguardia y después corresponsal en el extranjero y defensor del lector en el mismo diario. Mantuvo una larga y estrecha relación personal y profesional con el periodista y escritor Manu Leguineche, relación que se mantuvo durante la prolongada enfermedad y últimos días de Leguineche en Brihuega. A lo largo de los años 80, en que Roger Jiménez fue subdirector de información

Audiencia: 1.048

Ranking: 4

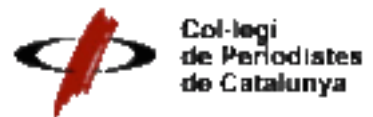
VPE: 2

Página: 2

Tipología: online

general y director adjunto de La Vanguardia y Manu Leguineche dirigía la agencia Lead (después Fax Press), se estableció entre ellos una concordancia de objetivos y proyectos periodísticos que se materializaban en las crónicas que sobre política española y como enviado especial a numerosos países firmaba Leguineche. De ahí nació espontáneamente en la Redacción la llamada escuela Manu, que tenían muy presente los jóvenes profesionales de aquel tiempo. Roger Jiménez es un gran divulgador de la obra periodística y literaria de Manu Leguineche a través de sus columnas periodísticas, en sus clases de Periodismo en la Universidad y en otras intervenciones públicas. Graduado en periodismo por la Universidad de Navarra ha desarrollado su actividad profesional en diversos campos durante más de 40 años, la mitad de este periodo en agencias de información como redactor jefe de Europa Press y después en la dirección de Efe en Cataluña. También estuvo encargado de la corresponsalía en Londres, ha sido profesor de Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona y presidente de la Asociación de la Prensa de Barcelona.

Periodisme i Mitjans de comunicació



Comunicació 21

<http://comunicacio21.cat/noticies-comunicacio21/112950-la-fundacio-grifols-premia-un-reportatge-del-30-minuts-sobre-les-llistes-d-espera>

Vie, 2 de oct de 2015 09:33

Audiencia: 3.603

Ranking: 4

VPE: 22

Página: 1

Tipología: online

La Fundació Grífols premia un reportatge del 30 minuts sobre les llistes despera

Viernes, 2 de octubre de 2015

| Actualitzat el 02/10/2015 a les 9:10h El treball Pacients en espera de Ramon Anglès, Sandra Rierola i David Roig, emès al programa 30 minuts de TV3 I1 de juny de 2014, ha estat guardonat amb la 1a edició del premi a una obra periodística sobre bioètica que atorga la Fundació Víctor Grífols i Lucas. El guardó, dotat amb 3.000 euros, serà lliurat el 27 de octubre a l'Ateneu Barcelonès, en el marc del lliurament de premis i beques de bioètica. El reportatge de 30 minuts, que analitza l'increment de les llistes despera a causa de les retallades, ha estat guardonat tant pel seu contingut rigorós i plural com per la plena actualitat de la temàtica, la qual considera ha estat ben il·lustrada des del punt de vista ètic i de qüestionament del principi de justícia. Grífols també destaca el fet que la televisió pública d'un país expliqui al gran públic una problemàtica que afecta tota la ciutadania com és aquesta. [Escriure un comentari](#)

Perdonans, lector

Viernes, 2 de octubre de 2015

Estimat lector: Tescric per demanar-te disculpes en nom de la professió periodística. Bé, o de bona part della. Ho faig sincerament, perquè el que has estat llegint, escoltant i mirant per part d'alguns no és digne de la nostra professió. Suposo que nets conscient, però qui tenim per dalt (ja saps, el director, qui paga a final de mes) es creu que tempassarà i dirà amén els idearis precuinats pel poder que ell posa en el menú informatiu del dia. Nosaltres, els matxaques de la informació, els que piquem pedra diàriament, sabem que per molts blocs electorals, per molts programes compensatoris imposats per la Junta Electoral Central, per molts discursos de la por infundats i per molta merda publicitària camuflada de rigor informatiu que et posin, no ets imbècil. I el que encara és pitjor, també som conscients que no tagrada que et tractin com a tal. Però si l'home és lúnic animal que sentrebanca amb la mateixa pedra, alguns directors de diari que es deuen als seus accionistes tenen un màster en llençar-se de cap contra la pedrera sencera només per complaurels. Perquè quan manen, distribueixen feina i decideixen enviar les planxes a impremta només pensen en què diran a les plantes nobles de les seues bancàries. I a tu només et vol perquè fagocitis el seu discurs sense piular massa. Per sort, estimat lector, encara tens eines per combatre-ho. I el més important de tot, encara et deixen votar. La teua resiliència és admirable. No entenc com no tafartes de donar sempre la mateixa classe. Perquè per molt que La Vanguardia es passi mig mes (o potser mitja vida) allixonant-te sobre la força del seny, o per molt que la pública del país es vegi obligada a retransmetre minuts i minuts de sobrerrepresentació parlamentària, tu els hi has dit mil vegades no. També thas alçat contra El Periódico i els seus intents damagar la relliscada antològica de Rajoy en campanya o de colar-te aquella enquesta dubtosa durant la precampanya. I, per descomptat, tampoc no els hi vas comprar aquell argumentari on pintaven la independència com l'arribada dels genets de l'apocalipsi a ritme de les valquíries de Wagner. Curiosament, just el dia abans de les eleccions. Com nés de casual, la vida, oi?. Bé, potser l'Oriol Soler, expresident de Cultura03, exconseller delegat d'RBA i coordinador de campanya de JxSí, no anava massa errat quan va criticar-los amb una rotunditat inapel·lable. Suposo que ell sabrà alguna cosa sobre com funciona el món de les lletres impreses. No et pensis que moblido daltres casos igualment flagrants, però no tinc massa més espai. Passat per aquest enllaç i en podràs llegir més. Tot el que vull fer és disculpar-me en nom de qui mai es disculparà, perquè no som pocs els que ens avergonyim daquesta manera de fer. Reconec que tothom es pot equivocar i té dret a rectificar. Fins i tot, reconec que tothom té el dret dobstinar-se i negar l'error. Però aquells que cremen el codi deontològic per atiar les brases del dubte ciutadà amb traïdoria i premeditació no haurien docupar segons quines poltrones i, encara menys, donar-te lliçons de vés-a-saber-què. Gràcies. De debò, gràcies per la paciència, per les ganes dinformar-te i de no perdre la fe en el periodisme. Perquè lofici és això: fe en què aquella persona que es dirigeix a tu per explicar-te un bocinet fidedigne de realitat, amb rigor, des del seu punt de vista. Pd. Sabies

Audiència: 2.933

Ranking: 4

VPE: 8

Página: 2

Tipología: blogs

que els diaris anglosaxons fa molt temps que demanen obertament el vot per a alguna candidatura? De tots, Vilaweb va ser l'únic mitjà del país que ho va fer. No creus que tot seria més fàcil i, sobretot, més transparent?