



13/11/2015

# Recull de Premsa



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**accesso**  
INTELLIGENCE TO SHINE

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

34



# PRENSA



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

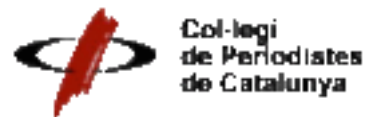
Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
13/11/15	MIQUEL HERRADA CAP DE DIGITAL A LA XARXA I EXDIRECTOR DE CUGAT.CAT "EN MOMENTS DE CONVULSIÓ, COM ARA, EL PERIODISME HA DE SER LLIURE I FORT" / Diari de Sant Cugat	6	2
13/11/15	BUENAS NOTICIAS EN EL SECTOR AUDIOVISUAL, POR SANTIAGO R. BAJÓN / El Economista -Iuris & Lex	8	1
13/11/15	EL JUEZ ORDENA INVESTIGAR LOS PAGOS DE JOSEP PRAT A UN PERIODISTA / Diari de Tarragona	9	1
13/11/15	FOTOPERIODISMO A PESAR DEL CLIC / El Mundo	10	1
13/11/15	PETITS FRAGMENTS DE REALITAT / La Vanguardia.cat -Què fem?	11	1
13/11/15	FILTRACIONS, LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ I ÈTICA, PER JOSEP M. BOIXAREU / El 9 nou (Ed. Vallès Oriental)	12	1
13/11/15	EL JUEZ DEL «CASO INNOVA» INVESTIGA LA RELACIÓ DE PRAT CON UN PERIODISTA / La Razón (Cataluña)	13	1
13/11/15	LOS EDITORES RESPONDEN A LAS ACUSACIONES DE 'THE NEW YORK TIMES' / El País	14	1
13/11/15	ENTENDIENDO LA PUBLICIDAD ONLINE, POR ELSA BAHAMONDE / Cinco días	15	1
13/11/15	FOTOGRAFIA EL MILLOR PERIODISME S'INSTAL·LA AL CCCB / Regió7	16	1
13/11/15	LA CÁMARA COMO TESTIGO DE LA VIOLENCIA / El País (Madrid)	17	1
13/11/15	LAS WEBS DE VÍDEOS DE LA PRENSA SE SOMETEN A LA NORMATIVA AUDIOVISUAL / El Economista -Iuris & Lex	18	1
13/11/15	EL JUTGE INVESTIGA SI PRAT VA PAGAR A UN PERIODISTA PER RENTAR LA IMATGE / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	19	1
13/11/15	MULTAS DE 300.000 E A ATRESMEDIA Y A MEDIASET POR INCUMPLIR LA LEGISLACIÓN / El Mundo	20	1
13/11/15	LA ASOCIACIÓN DE EDITORES ESPAÑOLES DEFIENDE LA CALIDAD DE LA LIBERTAD DE PRENSA / Abc	21	1
13/11/15	MIQUEL PERALTA HABLÓ DE PERIODISMO EN ROTARY I / Diari de Terrassa	22	1
13/11/15	MULTA PARA MEDIASET Y ATRESMEDIA DE 300.000 EUROS / El Economista	23	1
13/11/15	CULMINA AMB ÈXIT EL REFANÇAMENT DE GRUP ZETA / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	24	1



## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
13/11/15	JOSEP PRAT PAGÓ DEL ICS A UN PERIODISTA PARA LIMPIAR SU IMAGEN / El País (Catalunya)	25	1
13/11/15	ORANGE SE ALÍA CON WUAKI.TV Y HACE FRENTE ANETFLIXY MOVISTAR TV / Cinco días	26	1
13/11/15	AEDE DEFIENDE LA LIBERTAD DE PRENSA ANTE LAS CRÍTICAS DE THENEWYORKTIMES / La Razón	27	1
13/11/15	EL FUTURO DE LOS MEDIOS: SERVICIO A LA CARTA PARA LOS LECTORES / El País	28	1
13/11/15	BARCELONA TV DEMANA QUE COLAU S'IMPLIQUI EN EL CONFLICTE LABORAL / Ara	29	1
13/11/15	ATRESMEDIA I MEDIASET HAURAN DE PAGAR UNA MULTA DE 300.000 EUROS / Ara	30	1
13/11/15	ORANGE 'FICHA' A WUAKI MIENTRAS SIGUE NEGOCIANDO CON NETFLIX / El Economista	31	1
13/11/15	ENTREGA DEL PREMI DE PERIODISME MAÑÉ I FLAQUER DE LA TORRE / Diari de Tarragona	32	1
13/11/15	BERTELSMANN DUPLICA SU RESULTADO / Cinco días	33	1

# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





## Miquel Herrada

Cap de digital a La Xarxa i exdirector de Cugat.cat

# "En moments de convulsió, com ara, el periodisme ha de ser lliure i fort"



**Trajectoria** Aquest santcugatenc que ha passat per diverses redaccions, entre les quals la del DIARI de Sant Cugat, ens parla de la seva trajectòria passada i futura

### Com entoma el nou càrrec?

És un nou rèpte personal i professional que em fa molta il·lusió. Fa molts anys que estic vinculat als mitjans locals de Sant Cugat, principalment a Cugat.cat, i ara em ve de gust fer el salt a una estructura d'abast nacional que està al servei del sector de la comunicació de proximitat al país. La meua feina consisteix a donar eines perquè els mitjans adherits a La Xarxa enfortixin les seves estratègies digitals i consolidin la seva posició en un entorn en constant canvi.

### Ara que parla de canvi, cap a on creu que s'encamina el periodisme?

No tinc la resposta... ja m'agradaria! Penso que el periodisme no està en crisi; és més, probablement ara hi ha més interès que mai per accedir a informació sobre el que passa al nostre voltant, i la nostra societat està travessant uns moments de forta convulsió que requereixen un periodisme lliure, fort, independent. El que està en crisi és la indústria: el model de grans empreses periodístiques sostingudes per ingressos publici-

taris i amb públics massius. Sembla que anirà morint... ja veurem. Sempre necessitarem el periodisme, i estan sorgint projectes molt interessants a partir de l'especialització que cal seguir de prop.

### El periodisme passa per un moment de reinvençió...

Els periodistes hem de repensar la nostra funció en un panorama més obert i plural. Si fem bé les coses, reivindico el nostre paper com a guies i referents per a una audiència que corre el risc de perdre's en un mar d'informació que ens pot arribar a aclaparar.

### Després d'anys de crisi i tancament de capçaleres, el periodisme revifa?

Els models antics d'empresa periodística segueixen tenint moltes dificultats, i tothom té força clar que cal canviar el model de negoci. El que no sabem és com fer-ho sense que tot s'ensorri. Com deia abans, hi ha nous projectes que estan començant a funcionar raonablement bé, tot i que lluny de les grans estructures empresarials i, per tant, generant poca ocupació

per als periodistes.

### Com a directiu d'un mitjà públic, en algun moment ha rebut pressions?

Sempre he treballat amb la llibertat necessària per exercir les meves responsabilitats amb independència i prioritant els criteris periodístics per sobre de qualsevol altra consideració. Probablement, no sempre he encertat en totes les decisions, és innegable... però he intentat tenir clar que el criteri periodístic s'havia d'imposar, i he procurat dialogar molt amb el meu equip perquè crec que les decisions són més encertades quan se sotmeten a un procés deliberatiu intens i fet en comú. Els professionals dels mitjans públics de Sant Cugat tenen molt clar que treballen al servei de la ciutadania, i no de cap sector polític o social concret, i aquesta defensa d'un servei públic independent i plural és un dels aspectes que més m'engulleix de Cugat.cat.

### Deixa un segell propi a Cugat.cat?

La feina és col·lectiva i el projecte de Cugat.cat, com a servei públic

### Periodisme a la sang

Aquest santcugatenc, nascut el 1981, va començar a col·laborar amb Ràdio Sant Cugat, l'antecedent de Cugat.cat amb només 13 anys, pel que considera aquest mitjà "casa meua" i la seva escola periodística. "M'ha servit per conèixer grandíssims professionals i per implicar-me a fons amb la ciutat". El periodista format a la UAB va anar assumint responsabilitats, fins a arribar a ser el director el 2011. Un càrrec que deixa per ser el cap de digital a La Xarxa, des d'on s'encarregarà de "dissenyar i desplegar l'estratègia digital ajudant totes les seves entitats adherides, ràdios i televisions locals de Catalunya, a projectar els seus continguts i projectes al web, xarxes socials, televisió connectada..."





Herrada en una fotografia als estudis de Cugat.cat, on ha crescut professionalment

• A. GIMPERA

“

**“M’agradaria poder informar del final del procés de protecció de la Torre Negra, i que s’esvaeixi l’amenaça”**

**“Per a la ciutadania sempre és una bona notícia que hi hagi pluralitat de mitjans”**

**“Reivindico el nostre paper com a guies i referents per a una audiència que pot perdre’s en un mar d’informació”**

audiovisual de Sant Cugat, no pot ser personalista. El nostre mitjà és com és gràcies a l’esforç de molta gent: periodistes, tècnics, col·laboradors, estudiants en pràctiques... Puc dir amb molt d’orgull que en pocs llocs he conegut professionals tan implicats amb la seva feina com a Cugat.cat. I la peça fonamental és la ciutadania de Sant Cugat: sense la seva complicitat i participació, Cugat.cat no seria el que és. Espero haver-hi pogut aportar el millor de mi mateix i tant de bo hagi contribuït a fer d’aquest un mitjà plural, amb vocació de servei públic i obert a tots els sectors de la ciutat.

#### **Quina nota posa als mitjans de comunicació locals?**

Sant Cugat té una bona oferta de mitjans de comunicació, amb alguns mitjans de llarga trajectòria molt ben posicionats i d’altres que han emergit fa poc i que completen l’oferta. Penso que una ciutat com Sant Cugat és un ecosistema prou ric com perquè puguin coexistir diverses ofertes potents, des del sector públic i privat, i per

a la ciutadania sempre és una bona notícia que hi hagi pluralitat de mitjans que es complementin els uns amb els altres.

#### **Quina és la clau perquè s’hagin desenvolupat tants mitjans aquí?**

L’ecosistema sancugatenc és molt ric: hi ha moltes entitats, clubs esportius, empreses i comerços, iniciatives culturals... i un percentatge elevat de població que vol viure la ciutat, no només venir-hi a dormir. Això ens dona els ingredients principals perquè hi hagi mitjans de comunicació d’èxit. A més, no es pot obviar que hi ha un nivell socioeconòmic procliu al consum d’informació, i una aposta de l’administració local per potenciar uns mitjans públics forts.

#### **Els mitjans de comunicació local són els més adequats per radiografiar un territori concret?**

No hi ha cap mitjà que s’aproximi tant a la realitat com els mitjans locals. Poden fer un periodisme que no farà ningú més, i si ho fan bé, connectaran amb les necessitats de la seva ciutadania i tin-

dran èxit.

#### **Això fa que aquests mitjans competeixin amb grans corporacions mediàtiques?**

Aplicant el model de «Llarga cua», els mitjans locals, que normalment són petits, poden ser molt forts concentrant-se en un nínxol específic de públic i especialitzant-se. Aquí no ens guanya ningú. Un bon exemple són les dades d’audiència digital que tenen mitjans com Cugat.cat o el TOT Sant Cugat: aconsegueixen una penetració sobre el seu públic objectiu molt més forta que els grans mitjans digitals del país. I, a més, els mitjans locals poden agrupar-se i treballar coordinadament per ser més forts, com fem a La Xarxa.

#### **Quina ha estat la notícia que més l’ha impactat?**

Recordo una notícia molt desagradable que em va tocar donar en directe: la mort d’una parella atropellada per un autobús a la cantonada de la plaça d’Octavià amb el carrer de la Torre. Fa una pila d’anys, i jo m’estava estrenant en

la professió. Em va causar molt d’impacte.

#### **Quina notícia li agradaria donar?**

M’agradaria poder informar del final del procés de protecció de la Torre Negra, i que d’una vegada per totes aquest tema desaparegui de l’agenda local i s’esvaeixi l’amenaça urbanística en aquest sector.

#### **Quins requisits ha de complir qui ocupi el seu càrrec a Cugat.cat?**

S’ha obert un procés selectiu amb concurrència pública, i el consell d’administració de Cugat.cat haurà de triar el millor candidat.

#### **La nova feina farà que es desvinculi de la informació local?**

Formalment sí. Seguiré molt dependent de l’actualitat sancugatenc com a usuari i espectador, perquè m’interessa mantenir-me informat de tot allò que passa a Sant Cugat. A Sant Cugat comptem amb molt bons mitjans locals! //

➔ **Mariona Sagalés**

redaccio@diarientsugat.cat  
@marionasagalés





73 IURISLEX

[A fondo]

elEconomista

## Buenas noticias en el sector audiovisual

POR SANTIAGO R. BAJÓN Abogado de Cremades &amp; Calvo-Sotelo. Área de Sectores Regulados

El pasado viernes el Consejo de ministros aprobó la adjudicación de seis nuevas licencias para el servicio de televisión en abierto con cobertura nacional. Las entidades Real Madrid, Centra Broadcaster Media y Radio Blanca se estrenarán en breve con cobertura nacional en las pantallas de nuestras televisiones. El resto de empresas adjudicatarias ya nos son conocidas (Atresmedia, Mediaset y Canal 13), aunque ahora con estas nuevas adquisiciones consolidan su posición. El acuerdo del Gobierno tiene algunos efectos especialmente positivos. Soluciona la famosa sentencia del Tribunal Supremo que anuló la última asignación de canales y pone en valor a todo un sector.

El sector audiovisual vuelve a cobrar movimiento. El pasado viernes el Consejo de ministros aprobó la adjudicación de seis nuevas licencias para el servicio de televisión en abierto con cobertura nacional. Las entidades Real Madrid, Centra Broadcaster Media y Radio Blanca se estrenarán en breve con cobertura nacional en las pantallas de nuestras televisiones. El resto de empresas adjudicatarias ya nos son conocidas -Atresmedia, Mediaset y Canal 13-, aunque ahora con estas nuevas adquisiciones consolidan su posición.

El acuerdo del Gobierno tiene algunos efectos especialmente positivos. Soluciona la famosa sentencia del Tribunal Supremo que anuló la última asignación de canales y pone en valor un sector que, tras un pasado reciente muy movido, viene atravesando desde hace un

lustro una andadura bastante gris. La crisis ha mermado mucho los ingresos de publicidad de los operadores generalistas.

**Pero lo cierto es que el sector -salvo en el ámbito local- ha conseguido aguantar y, en buena medida, mantenerse a flote. Y además lo ha hecho cumpliendo de un modo más que digno las reglas del juego. Una de esas reglas, tal vez de las más importantes para el desarrollo cultural del país, es la de contribuir a la financiación de películas. En efecto, nuestra Ley General Audiovisual impone a los operadores audiovisuales la obligación de aportar fondos de sus ingresos a los presupuestos de producciones cinematográficas y obras para televisión.**

En su reciente informe, el Regulador del sector -la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia-, encargado de velar por el correcto cumplimiento de la citada obligación, constata que en el último ejercicio auditado, el correspondiente al año 2013, los operadores audiovisuales obligados -como por ejemplo, RTVE, Atresmedia, Mediaset, Ono, Sony pictures, Net tv, Telefónica, La Sexta, etc.- han cumplido satisfactoriamente, en líneas generales, con lo que les pide la ley. Y no sólo han cumplido, sino que en algunos casos la contribución a la producción de películas ha experimentado un aumento.

Según el interesante informe del Regulador, el volumen total de ingresos en 2013 de los operadores auditados fue de 2.571.556.248,52 euros, lo que supone una reducción del 15,92 por ciento con respecto a los ingresos del ejercicio anterior. A pesar de ello, como decimos, los prestadores del servicio audiovisual obligados a financiar obras audiovisuales invirtieron en ello un 2,63 por ciento más que en el periodo anterior, es decir, un total de 188,3 millones de euros (54,87 millones de euros más que en 2012). Según los cálculos del regulador -el informe ya está disponible en su web- la tasa promedio anual de inversión ha sido del 7,32 por ciento; muy superior a la del año anterior que fue del 6 por ciento y también al del ejercicio precedente de 2011 que fue del 6,70 por ciento.

Evidentemente, estas cifras están permitiendo un aumento en la producción de películas españolas y europeas. Sin embargo, este empuje tan valioso no ha sido ratificado por la asistencia del

La CNMC constata que en el último ejercicio los operadores audiovisuales obligados han cumplido satisfactoriamente

El sector está cumpliendo con el papel que la norma europea y nacional le otorga como uno de los motores de cultura



CORDON PRESS

público a disfrutar de los resultados, pues, como alerta convenientemente el citado informe, en el año 2013 la recaudación del cine español descendió aproximadamente un 6 por ciento, lo que supone una cuota de mercado de casi el 20 por ciento frente a la amplia cuota del 70 por ciento que ostenta el cine norteamericano.

En conclusión, el sector audiovisual está cumpliendo con el papel que la legislación europea y nacional le otorga como uno de los motores principales de la cultura europea, de crecimiento y empleo. Y ello a pesar de las evidentes dificultades que padece. Estos datos demuestran que se trata de un ámbito con mucha capacidad para desarrollar estrategias de inversión duraderas a largo plazo, además de configurarse como una extraordinaria plataforma de impulso tecnológico y cultural.

El Regulador propone acertadamente como siguiente paso que la relación entre los operadores audiovisuales y el séptimo arte se intensifique de un modo bidireccional o multidireccional, de modo que esa colaboración refuerce el circuito de distribución de las producciones, aportando mayor valor y visión de mercado a través de los canales de los propios operadores financiadores, logrando así una verdadera industria nacional o europea, más integrada y coherente. Sin duda, este ha de ser uno de los principales retos a los que se enfrente el sector audiovisual español, ahora que parece que recupera impulso.

**El sector se configura como una extraordinaria plataforma de impulso tecnológico y cultural. El Regulador propone como siguiente paso que la relación entre los operadores audiovisuales y el séptimo arte se intensifique de un modo bidireccional o multidireccional, de modo que esa colaboración refuerce el circuito de distribución de las producciones, aportando mayor valor y visión de mercado a través de los canales de los propios operadores financiadores, logrando así una verdadera industria nacional o europea, más integrada y coherente. Este ha de ser uno de los principales retos a los que se enfrente el sector audiovisual español, ahora que parece que recupera impulso.**





CASO INNOVA ■ LEVANTA EL SECRETO DE SUMARIO SOBRE UNOS CORREOS ELECTRÓNICOS INTERVENIDOS EN LA PIEZA SEPARADA NÚMERO UNO

# El juez ordena investigar los pagos de Josep Prat a un periodista

Contrató a Carles Flo, exdirector del 'Avui', para una campaña de comunicación sobre la reforma del Institut Català de Salut

JOSEP CRUSET

El juez Diego Álvarez, titular del Juzgado de Instrucción 3 de Reus que investiga el caso Innova, pide a la Fiscalía que estudie si hay indicios de delito en la contratación y pago por parte de Josep Prat, expresidente del Institut Català de Salut (ICS), de una campaña de comunicación sobre la «reformulación» del organismo sanitario, un proyecto muy polémico en aquel entonces. El plan de comunicación costó 15.000 euros.

En un auto emitido ayer, el magistrado levanta parcialmente del secreto de sumario para las actuaciones no relacionadas con el núcleo de la Pieza Separada 1, centrada en el caso Shiota.

Las citadas diligencias recogen varios correos cruzados entre Prat y el periodista Carles Flo, exdirector del diario 'Avui'. En los e-mail, datados entre el 22 de marzo de 2012 y el 27 de febrero de 2013, el periodista sugiere diversas fórmulas para cobrar el trabajo.

En el primer correo, Flo envía a Prat un borrador sobre la reformulación del ICS y con posterioridad se suceden los correos en los que se conciertan reuniones entre ambos para discutir el tema. Igualmente, según refleja el sumario, hay otros correos en los que Flo le pide a Prat que le mantenga informado del contenido de las reuniones que mantenga con «conseller; Cabana; Martí...», en relación al trabajo que debe hacer para el ICS.

## 'L'empresa del Cabana'

El 21 de mayo de 2012, el periodista sugiere al presidente del ICS un posible sistema para hacer efectivo el pago: «Crec que hauríem de buscar una fórmula o manera de liquidar-ho quan abans i no facturar-ho dins de l'empresa del Cabana» -se refiere a un gabinete de comunicación de Francesc Cabana Pujol, sobrino de Jordi Pujol. «Vas dir-me en el seu



El periodista Carles Flo, en una imagen de archivo. FOTO: VIMEO

## 'Si sacas papeles, los que tú señales contestarán y volveremos a empezar'

■ Los correos electrónicos intervenidos se corresponden a las semanas posteriores al estallido del caso Innova. En ellos, el periodista Carles Flo aconseja a Josep Prat como encarar su posición ante la opinión pública a raíz de las informaciones sobre las presuntas irregularidades en su gestión como director general del holding municipal de Reus.

«Tal com temia, Convergència s'ha fet l'orni i no ha sortit en la teva defensa», escribe Flo a Prat el 29 de junio de 2012. «És possible que durant el cap de setmana se'n torni a parlar. Crec però que després ja seràs història. Si surts en un programa d'abast nacional (Catalunya) tornaràs a estar en la primera

línia. Si treus papers, els que tu senyalis contestaran i hi tornarem a ser». Cabe deducir que los papeles en cuestión estarían relacionados con el Ayuntamiento de Reus e Innova.

## Carles Flo aconsejó a Prat sobre su respuesta mediática ante el estallido del caso Innova

«Si no treus papers i únicament reivindiques la teva honorabilitat, els que t'han atacat diran: 'ho veieu, no ha tret ni un sol paper que refuti les nostres

acusacions'», insiste el periodista. «Ja sé que el cos demana venjança; és el més normal. El cap, però, està per donar-li dues voltes. Pensa en la teva família (si et llences a rebatre acusacions, tornaràs a estar en la primera línia de foc). Pensa en tu (el pitjor ja ha passat, o passarà en un parell de dies)». Carles Flo no estuvo muy atinado en esta predicción.

El periodista también recomendó a Prat que se mueva en el ámbito político. «Demana/exigeix a Convergència, i al PSC (Pérez), que no et posi als peus dels cavalls. Ja sé que el més fàcil és tirar-s'hi de cap; a vegades però la venjança és un plat que cal servir ben fred i que no s'acabi tornant en contra teva».

moment que ja havies trobat una manera mitjanant una fundació o quelcom similar. Mira, doncs, si us plau, si ho podem liquidar. En el fix mensual si que hi estan inclosos els 1.500 euros i també està parlat amb en Cabana». Flo también le pide a Prat información sobre «trobada amb el conseller; pla; pagaments...»

El 8 de junio, el periodista remite un plan económico al respecto: «Crec que hauríem de buscar una fórmula o manera de liquidar-ho quan abans i no facturar-ho dins de l'empresa del Cabana. Vas dir-me en el seu moment que ja havies trobat una manera mitjançant una fundació o quelcom similar. Mira doncs, si us plau, si

ho podem liquidar. En el fix mensual si que hi estan inclosos els 1.500 euros i també està parlat amb en Cabana».

El 20 de junio, Carles Flo se queja a Josep Prat sobre la marcha del asunto y nueve días después solicita «una altra qüestió: en el darrer dinar amb en Cabana Pujol vas dir que et fèssim la

## EL APUNTE

### Secreto para más diligencias

■ El juez Diego Álvarez definió en el auto de ayer el mantenimiento del secreto de sumario en el grueso del caso Innova por «la necesidad de practicar nuevas diligencias de instrucción que, en caso de no realizarse bajo secreto de actuaciones, su práctica se perjudicaría por el riesgo de destrucción de pruebas». El magistrado argumenta que la macrocausa Innova «participa de una inusitada complejidad que a ido aumentando con cada diligencia de instrucción practicada» y recuerda de «esta pieza tiene 21 tomos, más de 8.000 folios, otros 5.000 de anexo de documental y casi 30 imputados».

factura de baixada de bandera i del mes i que te l'enviessim a tu. Com vols que ho fem? I una última: que li dic al Cabana?»

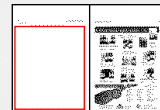
Finalmente, el 31 de agosto de 2012, Flo pregunta a Prat cómo «liquidar el tema» y el 23 de septiembre el periodista propone poner unas facturas a nombre de su mujer en lugar de al suyo: «Divendres vaig parlar amb el doctor Casanovas pel tema de les factures. Jo, dimarts li enviaré la factura i el concepte. Com és lògic la

## 'Como es lógico la factura no iría a mi nombre sino al de mi mujer', escribió Flo en un e-mail

factura no anirà al meu nom sinó al de la meva dona. Va demanar-me el document, el Pla, per si l'auditor li posava pegues. El tinc al despatx i fins a la primera setmana d'octubre no hi aniré. En principi li enviaré els papers sense el document i ja anirem fent. Et sembla bé?»

Por último, el sumario recoge que el 27 de febrero de 2013, día de la detención de Prat, Carles Flo le envió un correo electrónico para darle apoyo moral y quedar a su disposición.





Un grupo de mujeres se divierte en un parque de atracciones en un pase sólo para féminas en Yemen. CATALINA MARTÍN CHICO

# Fotoperiodismo a pesar del clic

La muestra 'Upfront' explora la obra de la mejor generación de reporteros hispanos

ALBERTO ROJAS MADRID

Las fotografías que se hacen cada cinco minutos en nuestro mundo (*selfies*, robados, desnudos para páginas de contactos, paisajes con filtro de Instagram, platos desde arriba, pies de chicas en la playa...) superan todas las instantáneas rea-

lizadas durante el siglo XX. Ante tal estruendo icónico, la exposición *Upfront* plantea dejar de «ver» para empezar a «mirar», algo que ya casi no hacemos por la saturación a la que estamos sometidos por la llamada «democratización de las imágenes».

Sin embargo, hay esperanza: durante años muchos editores de fotografía insistieron en que la fotografía de reportajes estaba muerta, que el vídeo había ganado la batalla. El impacto sobre la opinión pública de la instantánea de Aylan Kurdi, el niño ahogado en el Egeo, por ejemplo, desmiente a los agoreros. El fotoperiodismo actual hace décadas que superó a los clásicos y, sin embargo, batalla más que nunca por la dignidad de la profesión y un espacio de reflexión, de explicación, de contexto y de precisión entre el ruido insustancial, la imagen viral y la burda manipulación expandida por las arterias de las redes sociales.

La muestra *Upfront*, recién inaugurada en el centro Conde Duque de Madrid, presenta lo mejor del reportaje español actual, una generación para la que no hay fronteras, que ha sido reconocida con los premios más prestigiosos y las portadas de los medios internacionales, pero que no ha superado las condiciones de precariedad que impone el mercado actual. Son los



Enfrentamientos en Raba Al Adaweya (Egipto). ANDRÉS MARTÍN CASARES



Un soldado de EEUU observa el cuerpo de un insurgente en Afganistán. RODRIGO ABD

mejores fotoperiodistas del mundo, la élite del disparador, pero muchos de ellos siguen viviendo con sus padres y viajando *low cost* a los lugares más peligrosos e inaccesibles del mundo.

La mayoría de los autores de las

74 fotos expuestas están trabajando lejos. Los que no, se encuentran en tránsito entre un encargo y otro, el estado más habitual para ellos, la mayoría freelances sin mayor contrato que su compromiso con la profesión. Manu Brabo, Alvaro

Ybarra Zabala, Catalina Martín Chico, Maysun, Olmo Calvo, Ricardo García Vilanova, José Colón, Rodrigo Abd o JM López, actualmente secuestrado en Siria... La mejor generación de fotoperiodistas hispanos rodean con sus fotos una vitrina donde se guardan algunos objetos personales de Miguel Gil, reportero de leyenda muerto en una emboscada en Sierra Leona en el año 2000.

«Por pocos «Me gusta» que tenga una imagen publicada, el dolor de la persona que aparece en ella sigue siendo real», dice Ramiro Villapadierna, reportero y comisario de la exposición, que está planteada como un recorrido que contiene varios «juegos para el espectador». Las «trampas» a las que se le somete con el montaje son irreales, pero todas tienen mucho de verdad por la propia colocación de las imágenes. Lo que se busca es la reflexión, la curiosidad ante la imagen. El pie de foto de la misma está al otro lado. La exposición te obliga a ser curioso. Primero se lee el texto, después la imagen.

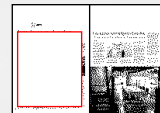
El fotógrafo ya no es alguien que se limita a cumplir un encargo, caer en un país en guerra como un paracaidista y hacer clic. Ahora elabora una obra de largo recorrido, con un discurso meditado, un mensaje, una narración. Se documenta, produce sus propias historias, lee, escribe, graba entrevistas, edita su trabajo con mimo pulcro de artesano.

La exposición colectiva *Upfront*, que girará por muchos países (por eso no se ha traducido el nombre), es un andamiaje que da sentido a un trabajo coral y lo saca del ruido iconográfico de nuestro mundo, donde cada día vemos miles de instantáneas pero no las conseguimos retener más de un segundo en nuestra memoria.

Las fotografías están suspendidas del techo en una atmósfera oscura, retroiluminadas y cosidas argumentalmente a un poema de Gracia Morales («La imagen queda quieta y en silencio, condenada por siempre a recordar el presente terrible de los hombres»). Son un recorrido desde el drama de la in-

migración africana a las dictaduras de Yemen o Egipto, de la matanza siria hasta las invasiones de Irak y Afganistán. Un paseo por la geografía de un horror que debe ser entendido y repensado, no sólo valorado con un «Me gusta».





# Petits fragments de realitat

EL CCCB TORNA A ACOLLIR EL WORLD PRESS PHOTO I MOSTRA ELS MILLORS TREBALLS INTERNACIONALS DE FOTOPERIODISME

LAIA ANTÚNEZ

La vida per a lesbianes, gais, bisexuals i transsexuals és difícil a Rússia, un país on les **minories sexuals** han d'afrontar la discriminació legal i social, l'assetjament i fins i tot atacs violents per part d'alguns grups nacionalistes i religiosos. Aquesta realitat és la que va voler fer patent el fotògraf danès **Mads Nissen**. La seva fotografia del Jon i l'Alex, una parella homosexual que comparteix un moment d'intimitat en el seu apartament de Sant Petersburg, li ha valgut el reconeixement com a foto de l'any en la 58a edició del certamen de fotoperiodisme World Press Photo.

L'exposició de les **134 fotografies i els set treballs multimèdia** guanyadors del concurs s'instal·la ara al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), gràcies a la tasca organitzativa de la **Fundació Photographic Social Vision**, per mostrar els principals esdeveniments socials, polítics, culturals i esportius de l'últim any, des de la mirada dels millors fotoperiodistes internacionals.

## Diverses realitats

El nord-americà **Pete Muller** va retratar les conseqüències que el virus de l'Ebola va tenir en els habitants de **Siera Leone**, un dels països més pobres del món, on van morir gairebé tres mil persones. La seva obra s'ha endut el primer premi en la categoria de Temes d'Actualitat.

El xinès **Yongzhi Chu**, per la seva banda, ha guanyat en la categoria Natura per la imatge d'un macaco aterrit davant del seu entrenador en un circ de Suzhou, a la Xina. Chu denuncia com, després d'anys de pressió dels grups de benestar animal, el govern xinès ha prohibit els **circs amb animals** i ha implementat regulacions per detenir l'abús en els zoològics. Molts entrenadors, però, diuen que desconeixen la prohibició i



El curtmetratge documental de Carlos Spottorno segueix l'operació de rescat de prop de 200 immigrants que l'any 2013 van ser trobats a la deriva entre Lampedusa i Tunísia.

## + entrevista

### Carlos Spottorno, fotògraf

És un dels pocs fotògrafs espanyols presents al World Press Photo. El seu projecte *At the gates of Europe* ha rebut el tercer premi al millor curtmetratge documental dins de la secció Multimèdia del certamen.

#### Què s'hi veu, al vídeo?

El curtmetratge és part d'un projecte més ampli sobre les fronteres d'Europa, tot i que aquí es mostra específicament com un vaixell de la marina italiana intercepta en alta mar una pastera que ve de Líbia i en rescata els ocupants.

**El projecte parla dels actuals moviments de refugiats?**

Sí, la part que ara mateix existeix del projecte està centrada gairebé exclusivament en els moviments migratoris de refugiats. Ens hem apropat a les portes d'Europa des de Melilla fins a Bulgària. Tot i això, la segona part del projecte arribarà fins a Finlàndia. A l'est i al nord d'Europa els problemes no són migratoris; vénen més per la por dels possibles moviments expansionistes de Rússia.

**Dius que els premis no només serveixen per alimentar l'ego dels fotògrafs. Què més t'aporta aquest guardó?**

Els premis són fonamentals per als fotògrafs. Ens distin-

gim per les publicacions que hem fet i els premis que hem rebut. Aquests generen un impacte positiu en la percepció que els altres tenen de tu, i sent el de fotògraf un ofici tan precari, en què sempre has d'estar pedallant costa amunt, els guardons t'obren la possibilitat de tenir més feina.

#### Fotografia o vídeo?

Treballo els dos formats, tot i que em complica molt la feina. Les coses succeeixen en un instant, i no pots fotografiar i gravar vídeo alhora. Has d'estar constantment calculant, anticipant-te..., però un fotògraf professional s'ha d'enfrontar a reptes difícils, no?

que no penses canviar.

Aquestes són algunes de les **moltes realitats** que veuen la llum gràcies al World Press Photo que en aquesta ocasió també ha premiat diverses obres vinculades a les **migracions de persones**. És el cas de l'espanyol Carlos Spottorno i el seu curt *At the gates of Europe*, i del fotògraf establert a Madrid **Gianfranco Tripodi**, que ha estat premiat en la categoria de Temes d'Actualitat per la imatge d'un emigrant, a Melilla, amagat sota un cotxe, que aconsegueix escapar de la Guàrdia Civil.

#### WORLD PRESS PHOTO

CCCB. MONTALEGRE, 5. BARCELONA. DEL 12 DE NOVEMBRE AL 13 DE DESEMBRE. DE DT. A DJ., D'11 A 20H; DV., D'11 A 21H; DS. I DG., DE 10 A 21H. MÉS INFORMACIÓ: [www.cccb.org](http://www.cccb.org)





# Filtracions, llibertat d'expressió i ètica



**Josep M. Boixareu**  
Editor i escriptor

Ha estat la lectura de la columna de Carles Capdevila al diari que dirigeix, l'*Ara* del proppasat diumenge 1 de novembre, el que m'ha empès a escriure a l'entorn del tema del títol. Capdevila, que per la seva qualitat professional i humana sempre mereix una lectura (es nota que va passar per EL 9 NOU), quan no destria i aprofundeix en la realitat, és suggeridor de reflexions com la que intento fer aquí. Després de posar-ne un exemple, Capdevila diu, entre altres coses: "Els poders tenen al·lèrgia a la llibertat de premsa, [...] Els poders estan obsessionats amb el relat. Decideixen d'una banda què fan i de l'altra què expliquen, el divorci entre la realitat i el discurs s'accentua. [...] Calen més periodistes valents i honestos que es puguin permetre escriure el que pensen, però també calen mitjans independents, i per tant calen subscriptors, lectors que paguin els continguts i valorin el risc i les veritats incòmodes. [...] el periodisme coratjós és un regal per a la democràcia. [...] El país que volem necessitarà poders sense por de la veritat, i mitjans lliures per explicar-la".

Amb aquestes frases de Carles Capdevila potser n'hi hauria prou per posar a reflexionar els poders, els mitjans i alguns periodistes. Goso, però, afegir-hi algunes coses que Capdevila em suggereix. Si els poders tenen al·lèrgia a la llibertat de premsa i no expliquen exactament el que fan, apareixen les filtracions. La llàstima és que aquestes, normalment, són per interès de qui les fa, per revenja o per desqualificar un adversari. Les filtracions, són sempre ètiques? Estan sempre en la línia de la llibertat d'expressió? De vegades, és difícil de destriar entre la xafarderia, l'espionatge o la simple difamació; donant per entès que les filtracions responen a la veritat perquè, quan no és així, es tracta de vulgars calúmnies. Però, tot i ser veritats, no sempre les filtracions són ètiques. En posaré alguns exemples ben coneguts perquè el lector opini o reflexioni.

Recordeu el cas Banca Catalana? Va esclatar

per via del diari *El País*, en aquella època molt afí al PSOE de Felipe González. Va ser una filtració interessada. De judicis, ja he dit que no en faré. I el Watergate que va fer caure el president Nixon? Qui va filtrar la informació als periodistes del *Washington Post*? Va ser una informació emparada per la llibertat d'expressió, va destapar corrupcions, però els filtradors van actuar amb pura ètica? Més recentment i que encara belluga, el cas Wikileaks, un portal de filtracions, creat pel con-



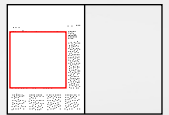
trovertit Julian Assange, australià, perseguit per la justícia sueca per delictes sexuals i des del 2012 asilat a l'ambaixada equatoriana a Londres, no se sap fins quan. Alguns, el consideren un "heroi" de la llibertat d'expressió perquè publica documents filtrats de tota mena. El cas Snowden és també de categoria internacional i política. Havia treballat

per la CIA i per la NASA. Va filtrar documentació molt *sensible*: programes de vigilància estratègica, va revelar espionatge a gairebé tots els polítics i gent poderosa de tot el món, la més famosa de les quals va ser la cancellera Merkel, a la qual tenia punxat el telèfon. Quan els EUA el van descobrir, va fugir rondant per mig món i sembla que, finalment, la Rússia de Putin l'està protegint, suposo que amb gran cura i interès. És legítima o ètica l'acció de Snowden? Pot ser que en alguns casos sí i en altres no?

Ara, passem pel Vaticà. Durant el sínode sobre la família que s'hi celebra, el dia 13 d'octubre es va filtrar una carta privada dirigida per un grup de cardenals al Papa en la qual es mostrava la preocupació dels sectors més resistents als possibles canvis que es puguin produir i desitjant posar en guàrdia el Sant Pare, perquè no es faci cap reinterpretació doctrinal a remolc dels vents culturals vigents, segons informa l'amic Ramon Ollé des de Roma. Qui, o quins, són els interessats en aquesta filtració? Jo ho tinc bastant clar! No sé si vosaltres... Ara resulta que, també al Vaticà, ha estat detingut un capellà per haver filtrat documents reservats relatius a temes econòmics i financers. Aquest capellà és l'espanyol Àngel Vallejo Balda, alt càrrec del Vaticà i membre d'una associació vinculada a l'Opus Dei. Sembla que els documents filtrats apareixeran en dos llibres de pròxima publicació. Esperar i veure.

Passant per Madrid, hi trobem el més gran filtrador espanyol de l'època contemporània, el ministre Fernández Díaz, que, a través de la seva policia i de la seva premsa més propera (*El Mundo*, *La Razón*, etc.), filtra tota classe de difamacions i calúmnies, alerta els mitjans de comunicació de les actuacions policials que li interessin i escampa tota mena de porqueria que pugui afectar Catalunya. Arribant a casa nostra, veiem que tampoc no som impunes a aquest tipus d'accions. D'una de les darreres reunions del govern de la Generalitat, s'han filtrat les manifestacions d'alguns membres de l'executiu en les quals expressaven la seva disconformitat sobre la signatura, per part de CDC, de la "declaració independentista" que, juntament amb la CUP, ha aprovat el plenari del Parlament. No passa res, però...





# El juez del «caso Innova» investiga la relación de Prat con un periodista

Se levanta parte del secreto de sumario de una pieza separada de esta macrocausa judicial

L.R. Barcelona

El juez del caso Innova levantó parte del secreto de sumario de una pieza separada de esta macrocausa para pedir al fiscal si ve delito en unos correos intercambiados en 2012 entre el director general de Innova, Josep Prat, y un periodista por un plan de comunicación elaborado por éste para el Institut Català de la Salut (ICS).

El Tribunal Superior de Justicia de Cataluña (TSJC) levantó ayer parcialmente el secreto de sumario de la pieza separada número 1 del «caso Innova», y se basa en unos correos intercambiados

## EL CASO PARTE DE LA GESTIÓN DEL GRUPO DE EMPRESAS DE REUS CREADO EN EL AÑO 2002

entre Prat y el periodista Carles Flo, intervenidos en el registro domiciliario del primero, expresidente del ICS y ex director general de Innova.

El «caso Innova» parte de la gestión de Innova, el grupo de empresas municipales de Reus creado en 2002 y desmontado en 2014, que acumula diez piezas separadas, una cincuentena de imputados y salpica a numerosas localidades de la provincia de Tarragona, dentro de una macrocausa de casos de presunta corrupción en la adjudicación de

obras públicas en el ámbito sanitario.

En estos correos electrónicos, que se enviaron en mayo y junio de 2012, Prat y Flo—que entre otras responsabilidades fue anteriormente director del Avui—comentaban cómo cobrar un plan de comunicación que el periodista había hecho para el ICS, por un coste, según el auto, de 15.000 euros.

En esos correos, Flo pregunta a Prat cómo se cobraría y desde

dónde y, además, detalla cómo hará la factura, que no será a su nombre, y mediante qué empresa lo quiere cobrar.

En uno de esos correos el periodista le dice a Prat: «me dijiste en su momento ya habías encontrado una fórmula mediante una fundación o algo similar. Mira si lo podemos liquidar. En el fijo mensual sí que están incluidos los 1.500 euros y también está hablado con Cabana». Asimismo, el periodista le da ánimos a Prat tras

su detención por el «caso Innova» y aconseja a este alto cargo sobre cómo encarar su defensa mediática y le recomienda que actúe con «cabeza» frente a quienes le están acusando. En algunos de los correos desvelados en el auto el periodista le recomienda a Prat que exija a CiU y al PSC que no le pusiera «a los pies de los caballos». «Piensa en tu familia (si te lanzas a rebatir acusaciones, volverás a estar en la primera línea de fuego)», le dijo.



Agentes de la Guardia Civil registraron al director general de Innova, Josep Prat





# Los editores responden a las acusaciones de 'The New York Times'

La AEDE defiende la "calidad de la libertad de prensa" en España

EL PAÍS, Madrid

La Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) respondió ayer a un reportaje publicado por *The New York Times* la semana pasada titulado "Los medios en España se encuentran ahogados por el Gobierno y la deuda", en el que se cuestionaba la libertad de prensa. El diario estadounidense afirmaba que "la industria se ha enfrentado a una tormenta perfecta: enormes deudas y la firmeza del Gobierno conservador de Mariano Rajoy y su Partido Popular, que ha reaccionado agresivamente a las críticas". Además, señalaba que esas "presiones" han generado preocupación por la libertad de expresión y se preguntaba si los periódicos tradicionales, en otros tiempos los más influyentes del país, "han sido ya metidos en cintura".

Para la AEDE, *The New York Times* realiza "una caricatura de la realidad informativa" española, donde las principales cabeceras han destapado "numerosos casos de corrupción política y empresarial". Algunos, como Gürtel o Púnica, están directamente relacionados con el partido en el Gobierno. Enfatizan los editores españoles que, pese a la doble crisis que ha afectado a la prensa (la económica y la derivada del nuevo ecosistema digital), la libertad de prensa no se ha visto afectada.

*The New York Times* hace referencia en su artículo a las dificultades experimentadas por los medios para ajustarse a la tecnología digital y a la disminución de los ingresos publicitarios y afir-



Ejemplares de diarios españoles en sus ediciones de ayer. / CLAUDIO ÁLVAREZ

## Comunicado de la AEDE

"La Asociación de Editores de Diarios Españoles reacciona a las acusaciones emitidas por *The New York Times* contra la libertad de prensa en España, al considerar que en su artículo hace una caricatura de la realidad informativa. AEDE defiende la libertad de prensa en España, un país caracterizado por la pluralidad mediática, en el que continuamente están naciendo nuevos medios de comunicación con líneas editoriales variadas. Además, destaca los numerosos casos de corrupción política y empresarial que las principales

cabeceras españolas han destapado en los últimos años.

Los editores de prensa españoles reivindican su labor informativa y ponen en valor la investigación y la rigurosidad por las que se rigen sus redacciones para actuar como conciencia crítica del poder. Una misión que ha sido especialmente notoria durante los años de crisis, cuando el cuestionamiento de las estructuras tradicionales ha sido especialmente intenso por parte de los medios de comunicación.

La crisis económica general junto con la particular reconversión de los medios en los últimos años, ha mantenido al margen 'lo más preciado de nuestro trabajo, la libertad de prensa'. Según los editores, 'el artículo no describe la realidad' y lo encuentran 'desafortunado y lleno de convencionalismos sin contrastar', algo 'particularmente sorprendente en un medio de tanto prestigio'.

La libertad de prensa goza de muy buena salud y lo demuestran los más de 17 millones de lectores fieles que eligen la prensa como el mejor medio para informarse".

ma que existe inquietud por el hecho de que los periódicos tradicionales españoles hayan "perdido su independencia en medio

de la creciente presión financiera". La AEDE concluye afirmando que el rotativo estadounidense no "describe la realidad" de la

prensa y considera que el reportaje es "desafortunado" y está lleno de "convencionalismos sin contrastar".



# Entendiendo la publicidad online

**ELSA BAHAMONDE**

'Managing director' en Criteo España &amp; Portugal

La publicidad online ha impactado de tal manera en la industria publicitaria que la publicidad de hoy nada tiene que ver con la de hace 10 años. Desde el momento en que los anunciantes dieron el primer paso incierto hacia el mundo digital, el panorama del marketing cambió para siempre. Frente a los medios tradicionales, las plataformas digitales, como los sitios web y las redes sociales, ofrecen ahora a los anunciantes un alcance amplio y significativo, permitiéndoles dirigirse e influir en audiencias de todo el mundo.

No obstante, aunque la tecnología ha ido evolucionando para aumentar el alcance y la capacidad de la publicidad, al igual que los mensajes de marca, también han cambiado las expectativas y actitudes de los consumidores. Hay tácticas antiguas que ya no funcionan. Las organizaciones

que siguen empleando este método, ahora arcaico, solo consiguen frustrar y molestar a los clientes potenciales y, en el peor de los casos, generar retroalimentación negativa que habla mal de la marca.

Hoy en día, el consumidor ha tomado las riendas. Demanda un enfoque personalizado con mensajes, productos e incluso un color que sea relevante para él. Este gran cambio de poder ha llevado a la industria de la publicidad a tener que recurrir a los datos para encontrar una solución. Solo a través de grandes volúmenes de datos, junto con su análisis, los comerciantes pueden alcanzar con éxito a sus clientes de una forma individual, en el momento adecuado, con el mensaje correcto y al precio justo.

Muchos han visto en este cambio el sello distintivo de la automatización y la eliminación del

elemento humano y algunos andan preocupados con que el elemento creativo de la publicidad se haya reducido a fórmulas matemáticas y a números binarios. Sin embargo, la realidad es

**El consumidor ha tomado las riendas. Demanda un enfoque con productos relevantes para él**

**El 'big data' y el neuromarketing pueden ofrecer información del consumidor más voluble**

muy distinta. No solo no presenta una amenaza para el elemento humano, sino que se trata del

principio de optimización inteligente donde los anunciantes utilizan la información proporcionada por los análisis para crear y mejorar el contenido de sus campañas. Dada la grandeza y capacidad del *big data* es imposible que los humanos puedan hacer un análisis efectivo del mismo en un tiempo adecuado. En cambio, lo que sí pueden hacer los departamentos de marketing es concentrar sus esfuerzos en diseñar campañas creativas mejor orientadas y dejar en manos de este poderoso sistema el análisis automatizado de los datos.

Esta mejor comprensión puede concretarse de muchas maneras, ya sea ayudando a las marcas a identificar cuál es el mejor momento para hablar con su público objetivo, creando la mejor estrategia entre dispositivos o incluso estableciendo qué colores usar (en el caso de Reino Unido, sería

el color rojo). A menudo el *big data*, en combinación con el neuromarketing, puede ofrecer información hasta del consumidor más voluble. El *big data*, junto a las mentes de los publicistas y creativos, ofrece la oportunidad de conectar con los consumidores de una manera más personalizada. Esto garantiza que las marcas sean capaces de lograr una ventaja competitiva.

A pesar de las especulaciones acerca de si la tecnología ha eliminado el elemento creativo de la industria de la publicidad, la verdad es que ha permitido que los publicistas puedan explorar cómo y dónde aplicar sus ideas para conseguir el mayor impacto. La adopción de los motores de análisis y automatización cada vez más inteligentes solo fortalecerá la industria, la hará más eficiente y conducirá a mejores resultados en campañas específicas.





## Fotografia

# El millor periodisme s'instal·la al CCCB

► El World Press Photo torna a Barcelona amb una exposició que mostra les 134 fotografies guanyadores del certamen

**L'EXPOSICIÓ**  
**World Press Photo 15**  
► Centre de Cultura Contemporània (CCCB), c. Montalegre, 5. Barcelona. Fins al 13 de desembre. Obert de dimarts a dijous, d'11 a 20 h; divendres, d'11 a 21 h; dissabte i diumenge, de 10 a 21 h. Entrada: 6 euros. Consulteu els descomptes a [www.cccb.org](http://www.cccb.org).

EFE | BARCELONA

■ Un total de 134 fotografies guanyadores del World Press Photo 2015 s'exhibeixen al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona en una exposició organitzada per Photographic Social Vision. La capital catalana acull la mostra per onzè any consecutiu, un testimoni dels fets socials, polítics, culturals i esportius de l'últim any.

L'exposició és considerada la més important en l'àmbit del foto-periodisme i destaca per la qualitat de les seves fotografies, així com pel debat i la crítica que generen cadascun dels treballs exposats. Aquest any, amb el lema *Veure i entendre*, a més de fotografies es poden veure set treballs multimèdia guanyadors del concurs internacional, entre els quals destaca el del fotògraf espanyol Carlos Spottorno *At the Gates of Europe*, amb el qual va obtenir el



El danès Mads Nissen posa amb la seva foto «Jon i Alex», guanyadora del World Press Photo 2015

tercer premi en la categoria de curts-metratges. El treball tracta de la recerca i el rescat de prop de 200 immigrants, principalment del Pakistan i de Síria, que es van trobar a la deriva al mar Mediterrani.

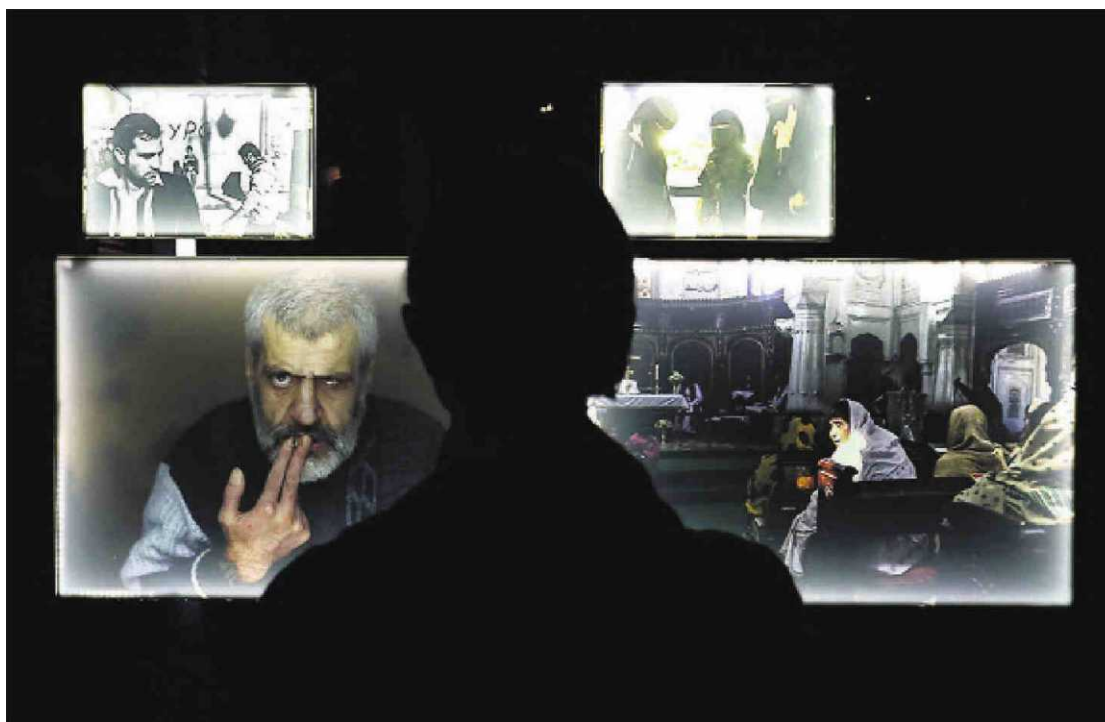
Spottorno va explicar a Efe que el curt, de 6 minuts 19 segons, és part d'un reportatge més ampli fet per a El País Semanal, i que quan el va fer va ser la primera vegada que va presenciar un rescat al mar, encara

que com a fotògraf ja havia estat en successos tan extraordinaris com, el 2011, a la frontera de Tunísia i Líbia fent un altre treball sobre refugiats. L'autor va reconèixer que el premi li ha fet molta il·lusió i que és un re-

coneixement honorífic que suposa que li servirà per tenir més feina, perquè «ser fotògraf és una professió que es mesura en funció de les publicacions i els premis».

En aquesta edició s'ha reconegut, a més, el fotògraf danès Mads Nissen, que ha retratat una parella homosexual formada per Jon i Alex, compartint un moment d'intimitat al seu apartament de la ciutat russa de Sant Petersburg, i que ha guanyat el World Press Photo en modalitat fotografia. La vida per a lesbianes, gais, bisexuals i transsexuals (LGBT) és molt difícil a Rússia, on les minories sexuals han d'afrontar discriminació legal i social, assetjament i fins i tot atacs violents i crims per part d'alguns grups nacionalistes i religiosos.

World Press Photo 2015 ha atorgat 45 premis a 41 autors de 17 nacionalitats diferents: Austràlia, Bangladesh, Bèlgica, la Xina, Dinamarca, Eritrea, França, Alemanya, l'Iran, Irlanda, Itàlia, Polònia, Rússia, Suècia, Turquia, el Regne Unit i els Estats Units. El certamen, en les seves vuit categories fotogràfiques, ha rebut 97.912 imatges enviades a concurs per part de 5.692 fotògrafs de 131 països.

Un espectador observa en el Centro Cultural Conde Duque varias imágenes de la muestra **UPFRONT**./KIKE PARA

# La cámara como testigo de la violencia

*'UPFRONT', una exposición colectiva de fotoperiodistas hispanos de guerra*

NATASHA R. SILVA, **Madrid**

“¿Una vida vale una portada?”, pregunta el periodista Ramiro Villapadierna. Conocido por cubrir algunas de las más importantes revoluciones en Europa Central y los Balcanes, el reportero ya ha sentido el miedo y la adrenalina de estar en un campo de batalla para informar al mundo de lo que sucede. Con esa mirada, Villapadierna, que ahora es director del Instituto Cervantes en Praga, ha creado la exposición **UPFRONT**, en el Centro Cultural Conde Duque. La muestra reúne imágenes de 23 fotoperiodistas hispanos que han registrado conflictos armados y dramas sociales.

Cadáveres, soldados armados hasta los dientes, familias destrozadas y heridos ilustran los conflictos de Siria, Gaza, Afganistán y Líbano. No todas las imágenes se tomaron sin embargo en países en guerra. Muchas de las 74 foto-

grafías de la muestra son de lugares en los que los villanos son la pobreza, el hambre, la violencia y la crisis.

Para Villapadierna, lo que une a los fotoperiodistas seleccionados es, además de su trabajo, el español —hay dos argentinos, un colombiano, un peruano y 19 españoles—. Además, la mayoría de los países retratados son de América Latina: Brasil, Argentina, Guatemala, Haití, Honduras y Nicaragua. “Tratamos de pensar en el idioma como una nación. Las instituciones culturales no suelen colaborar, pero eso es algo que nos ha unido en esta iniciativa”, afirma el comisario.

La laberíntica exposición hace que los visitantes reflexionen sobre la realidad que viven personas en localidades lejanas, al obligarles a mirar detrás de la fotografía para saber en qué momento y local fue tomada. “Una foto puede engañar a alguien que no sabe del

contexto”, alerta Villapadierna. Eso es parte del concepto de la muestra, que también se plantea sobre la calidad de la información sobre dramas humanos que inunda los medios de comunicación diariamente.

Para los tres fotoperiodistas cuyos trabajos están expuestos en **UPFRONT** que estuvieron presentes en la inauguración, el gran enemigo de su oficio es la precariedad de la profesión. Catalina Martín-Chico, José Colón y Luis de Vega comentaron lo difícil que es mantenerse en la profesión con lo que los medios están dispuestos a pagar por un trabajo de calidad. “Lo que nos mueve es la pasión por el oficio. Pero es difícil. Hay que colgar muchos teléfonos cuando no dan valor a nuestro trabajo para mantener la dignidad”, sostiene Colón.

**UPFRONT**, Centro Cultural Conde Duque, hasta el 31 de enero.





## Las webs de vídeos de la prensa se someten a la normativa audiovisual

Las páginas web de la prensa que difundan vídeos se someterán a la legislación de los servicios de comunicación audiovisual, aunque dicho portal no se dedique principalmente a los servicios audiovisuales. Únicamente quedarán excluidas aquellas webs en las que los vídeos tengan un papel incidental y actúen como apoyo del objeto principal de la página. Así lo determina el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), en respuesta a la consulta planteada por un tribunal de Austria, tras la demanda de un periódico digital contra la decisión de las autoridades del país de considerar como un servicio de comunicación audiovisual un subdominio de dicho medio dedicado a la difusión de vídeos. Las grabaciones tenían una duración breve y, en su mayoría, no guardaban relación con los artículos contenidos en el periódico digital.



dico digital. En la sentencia, el ponente, el magistrado Lenaerts, recuerda que el concepto programa se refiere secuencias de vídeo "comparables a la forma y el contenido" de la radiodifusión televisiva, pero no exige que se trate de una compilación completa de vídeos con un horario de programación elaborado por un operador. Por ello, el que los vídeos sean breves "no excluye que puedan calificarse de programa". Tampoco el hecho de que el usuario pueda acceder a ellos en el momento que desee o a través de un catálogo. En este sentido, la sentencia dictamina que la Directiva tiene la finalidad de aplicar "las mismas reglas a los operadores que compiten por la misma audiencia" y evitar que, videotecas como las del litigio, ejerzan "una competencia desleal contra la televisión". El TJUE tampoco aprecia que se trate de una web en las que los vídeos sean elementos incidentales o sirvan únicamente para completar la oferta de artículos de prensa escrita, portales excluidos del ámbito de aplicación de la Directiva. Admitirlo, afirma, supondría "correr el riesgo de que los operadores que presenten servicios de comunicación audiovisual recurran a portales de información multimedia para eludir la normativa". (TJUE, 22-10-2015)



## LA PLAGA DE LA CORRUPCIÓ

## El jutge investiga si Prat va pagar a un periodista per rentar la imatge

► El magistrat aixeca el secret de part del sumari del 'cas Innova'

RAFAEL MORALES  
TARRAGONA

El jutge que investiga la macrocausa del cas *Innova* per presumptes irregularitats en el conglomerat d'empreses municipals de Reus (Baix Camp) ha aixecat parcialment el secret de sumari de la primera peça per investigar si l'exdirector de l'Institut Català de la Salut (ICS), Josep Prat, va pagar al periodista Carles Flo, exdirec-

tor del diari *Avui*, perquè elaborés el 2012 un pla de comunicació per rentar la seva imatge.

En una interlocutòria que va donar a conèixer ahir el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya, el magistrat revela el contingut de diversos correus electrònics dels quals es desprendria que Prat va pagar a Flo amb diners de l'ICS per serveis informàtics per netejar la seva pròpia imatge, quan ja estava imputat pel cas *Innova*. Del contingut del document judicial es desprèn que Prat i Flo haurien pactat una campanya informativa per 15.000 euros. En alguns mis-

satges, Flo també es refereix a una factura que, «com és lògic», no anirà amb el nom del periodista, sinó amb el de la seva dona. «Em vas dir en el seu moment que havies trobat la manera de facturar-ho a través d'una fundació o alguna cosa similar», detalla un *e-mail* de Flo a Prat el 2012.

En un altre dels correus reproduïts en català en l'acte, Flo explica a Prat la necessitat de buscar una fórmula de liquidar el cost de la campanya, i no facturar-ho dins de l'empresa de Cabana. I en un altre *e-mail* es refereix a un dinar amb «Cabana Pujol», els mateixos cognoms d'un nebot de l'ex-



►► Josep Prat.

president de la Generalitat Jordi Pujol, en què Prat li hauria dit a Flo i Cabana que fessin «la factura de baixada de bandera».

El jutge explica que els documents van ser intervinguts en el primer registre domiciliari que es va practicar el febrer del 2013 a l'ex-president de l'ICS i director general d'*Innova*. El nom de l'exalcalde socialista de Reus Lluís Miquel Pérez, que està entre el mig centenar d'imputats en el cas, és un dels que també s'esmenten als correus de Flo. Aquest aconsella a Prat que demani a Pérez i a CDC que «no el posin als peus dels cavalls».

El magistrat del jutjat d'instrucció número 3 de Reus, Diego Álvarez de Juan, justifica l'aixecament de part del secret de sumari per tal d'alleugerir parts d'una peça que consta de 21 toms, 8.000 folis, 5.000 més d'annex documental i gairebé 30 imputats. ≡



## CNMC EN NEOX, NOVA, DIVINITY Y ENERGY

# MULTAS DE 300.000 € A ATRESMEDIA Y A MEDIASET POR INCUMPLIR LA LEGISLACIÓN

Los operadores alojaron publicidad sin respetar la integridad de los programas en los que se incluían

**EL MUNDO MADRID**  
Competencia intensifica su vigilancia sobre los operadores privados de televisión por el tratamiento dado a la publicidad en sus emisiones. La Comisión Nacional de los Mercados y la Com-

petencia (CNMC) ha aprobado imponer una sanción de 300.000 euros a Atresmedia (grupo de Antena 3 y La Sexta) y otra por el mismo importe a Mediaset (Telecinco y Cuatro, por emitir mensajes publicitarios sin respetar la in-

tegridad de los programas de televisión en los que se insertan esos anuncios, ni de las unidades que los conforman.

Según ha concretado la comisión, la sanción a Atresmedia se refiere a interrupciones publicitarias

en diferentes espacios de los canales Neox y Nova durante el mes de agosto de 2014; mientras que la sanción a Mediaset tiene que ver con interrupciones publicitarias en diferentes programas de Divinity y Energy en el mismo periodo.

Asimismo, el organismo regulador ha recordado que el artículo 14 la Ley General de la Comunicación Audiovisual establece que las interrupciones publicitarias que se realicen durante los programas deben respetar su integridad y la de las unidades que los conforman, de manera que no se perjudiquen los intereses de los espectadores que los siguen.

Finalmente, la CNMC ha apuntado que tanto Atresmedia como Mediaset podrán interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional contra esta decisión, en un plazo de dos meses.



## Reacción frente a «The New York Times»

# La Asociación de Editores Españoles defiende la calidad de la libertad de prensa

ABC MADRID

La Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) reacciona a las acusaciones emitidas por el rotativo estadounidense «The New York Times» contra la libertad de prensa en España, al considerar que en un artículo publicado recientemente hace una caricatura de la realidad informativa. AEDE defiende la libertad de prensa en España, «un país caracterizado por la pluralidad mediática, en el que continuamente están naciendo nuevos medios de comunicación con líneas editoriales variadas». Además, destaca los numerosos casos de corrupción política y empresarial que las principales cabeceras españolas han destacado en los últimos años.

Los editores de prensa españoles reivindican su labor informativa y ponen en valor la investigación y la rigurosidad por las que se rigen sus redacciones para actuar como conciencia crítica del poder. Una misión que ha sido especialmente notoria durante los años de crisis, cuando el cuestionamiento de las estructuras tradi-

cionales ha sido especialmente intenso por parte de los medios de comunicación. Según AEDE, la crisis económica general junto con la particular reconversión de los medios que se ha registrado en los últimos años, ha mantenido al margen «lo más preciado de nuestro trabajo, la libertad de prensa».

### Lleno de convencionalismos

De acuerdo con los editores, el citado artículo de la cabecera «no describe la realidad» como es. Además, AEDE lo describe como «desafortunado» y lo encuentra «lleno de convencionalismos sin contrastar» sobre nuestro país, algo «particularmente sorprendente en un medio de tanto prestigio» y al que se supone una gran reputación internacional.

«La libertad de prensa goza de muy buena salud», como así lo demuestran, al entender de AEDE, los más de 17 millones de lectores fieles que eligen la prensa como el mejor medio para informarse y estar al día cada jornada.





El periodista terrassense Miquel Peralta, durante su charla.

## Miquel Peralta habló de periodismo en Rotary

### Redacción

El periodista de Terrassa, Miquel Peralta, director del programa "Tinc una idea" en la TV2, protagonizó una conferencia titulada "La realidad que nos muestra la televisión. Las noticias desde dentro", en una nueva sesión del Rotary Club. Peralta ha subrayado de su profesión que "un buen periodista es el que retrata la realidad pero que, a veces, no es suficiente con ello y que es necesario hacer más aportaciones y ampliar la información". También explicó los criterios periodísticos por los que una información es noticia y ocupa un lugar destacado. En este sentido se refi-

rió a conceptos como novedad, repercusión, prestigio y trascendencia. Matizó aquí que también influyen otros criterios que no son estrictamente de la profesión y que van asociados a cuestiones del medio de comunicación, o sea a la empresa, su línea editorial, su potencial económico y su destinatario. Peralta habló también de la evolución de los medios de comunicación para adaptarse a las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Consideró que la red abre grandes ventanas a la información pero que también hay que estar alerta porque, a veces, un exceso de información puede ser contraproducente. ▀



## Multa para Mediaset y Atresmedia de 300.000 euros

### Competencia sanciona a las compañías por infringir la publicidad

E. D. MADRID.

Mediaset y Atresmedia vuelven a aparecer en la *lista negra* de la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia (CNMC). El organismo multó ayer a los dos grupos de

comunicación con 300.000 euros, respectivamente, por incumplir la legislación en materia de contenidos publicitarios.

Las dos sanciones son idénticas. Competencia acusa a ambas compañías de "emitir mensajes publicitarios sin respetar la integridad de los programas en los que se insertan, ni de las unidades que los conforman". En concreto, la sanción a Mediaset se refiere a interrupciones publicitarias en diferen-

tes programas de los canales *Divinity* y *Energy* en el mes de agosto de 2014. Atresmedia fue multada también por interrupciones publicitarias en distintos programas de *Neox* y *Nova*, también durante el mes de agosto del pasado año.

### Dos meses para recurrir

Tanto la empresa encabezada por Paolo Vasile, como la capitaneada por Silvio González tienen un plazo de dos meses para presentar un

recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional.

Con esta última sanción, Mediaset ya suma 50 multas en los últimos tres años, que ascienden a más de 21,4 millones de euros. La mayoría de las sanciones que acumula la cadena de Fuencarral también fueron por infringir las regulaciones en materia publicitaria, aunque una de las mayores -la impuesta en febrero de 2013 por 15,6 millones de euros- se debió al incumplimien-

to de los acuerdos de la fusión entre *Telecinco* y *Cuatro*.

Competencia, además, abrió el pasado 4 de noviembre un expediente sancionador a Mediaset por emitir publicidad de bebidas alcohólicas de graduación inferior a 20 grados en horario protegido.

Por su parte, Atresmedia también hace números redondos y acumula con esta sanción un total de diez multas en los últimos tres años, que ascienden a 1,09 millones de euros.



## COMUNICACIÓ

**Culmina  
amb èxit el  
refinançament  
de Grup Zeta**EL PERIÓDICO  
BARCELONA

Grup Zeta ha culminat el procés de reestructuració del seu deute bancari i l'entrada de nous inversors a EL PERIÓDICO DE CATALUNYA. Al final de l'any actual, el deute se situarà per sota dels 100 milions d'euros, i el percentatge de capital que Zeta manté a EL PERIÓDICO amb la participació de nous accionistes se situa al voltant del 85%. Entre els nous accionistes figuren la família Lara, amb el 5,75%; el mateix Antonio Asensio, a títol personal, amb un 5,12%, i l'empresari Domingo Muguira, amb el 3,5%.

Grup Zeta ja havia ultimat el mes de juliol passat aquests acords i el dimecres 11 de novembre van ser ratificats amb la totalitat d'entitats financeres. Amb aquesta operació és important



► Antonio Asensio Mosbah.

ressaltar que s'ha aconseguit una reducció important del deute i un enfortiment dels Fons Propis de la companyia.

El suport del conjunt d'entitats bancàries i dels nous inversors permet a Grup Zeta abordar amb confiança i seguretat projectes de futur que ja s'estan desenvolupant a la companyia.

L'objectiu és seguir sent un dels principals grups de comunicació a Espanya i amb projecció internacional, adaptant-se als nous usos i tendències de caràcter periodístic i tecnològic que s'estan produint en un sector com el de la comunicació, que està en constant transformació.

Grup Zeta, fundat el 1976 per Antonio Asensio Pizarro, és una de les companyies editorials més importants del nostre país amb una facturació del voltant de 200 milions d'euros i una plantilla de 1.250 empleats. Presidit per Antonio Asensio Mosbah, compta amb una unitat de premsa diària amb set diaris d'àmbit nacional i regional; una unitat de revistes, amb més de 50 publicacions dirigides a segments molt diversos; l'editorial de llibres Ediciones B; cinc plantes d'impressió; una agència exclusivista de publicitat, i una potent unitat d'Internet que serveix al desenvolupament de les pàgines web i xarxes socials. =



## Josep Prat pagó del ICS a un periodista para limpiar su imagen

O.GÜELL / M. PÉREZ, **Barcelona**

El juez del *caso Innova*, la macrocausa judicial contra la corrupción en la sanidad pública, ha pedido a la Fiscalía que aclare si existen "indicios de delito" en el acuerdo alcanzado para realizar una campaña de comunicación entre Josep Prat cuando era presidente del Instituto Catalán de la Salud (ICS) y el periodista Carles Flo, exdirector del diario *Avui*.

En un auto hecho público ayer, el juez Diego Álvarez de Juan incluye correos electrónicos entre Prat y Flo fechados entre marzo de 2012 y febrero de 2013. Estos meses coinciden con el estallido del *caso Innova* por la contratación irregular por Prat desde Innova —empresa del Ayuntamiento de Reus— del exdirector del CatSalut Carles Manté. Entonces el ICS también se hallaba sumido en una fuerte polémica por las intenciones de Prat de trocearlo en una veintena de sociedades abiertas a la participación del capital privado.

En este contexto, según el auto, Prat y Flo pactaron una "campaña de comunicación" por 15.000 euros. "Me dijiste que habías encontrado la forma de facturarle a través de una fundación o algo similar", le escribe Flo a Prat el 21 de mayo de 2012. "Como es lógico, la factura no irá a mi nombre sino al de mi mujer", añade en otro mensaje.

En los correos electrónicos, Flo también da consejos a Prat ante los problemas judiciales que este afronta. "Si sacas papeles, aquellos a los que señales contestarán y la cosa continuará", suscribe Flo. "Píde/exíge a Convergència y al PSC [aquí el correo cita a Pérez, en referencia a Lluís Miquel Pérez, exalcalde socialista de Reus] que no te pongan a los pies de los caballos", remacha.

### "Fórmula de liquidarlo"

Flo también alude a una sociedad de Francesc Cabana Pujol, sobrino del expresidente de la Generalitat, Jordi Pujol, a través de la que podían canalizar los pagos. "Deberíamos buscar una fórmula de liquidarlo cuanto antes y no facturarle por de la empresa de Cabana", le escribe Flo. Este revela una comida a la que asistió el sobrino de Jordi Pujol. "En la comida con Cabana Pujol dijiste que hiciésemos la factura de bajada de bandera y del mes y que te la enviásemos".

El juez destaca en el auto que el *caso Innova* es de una "inusitada complejidad". Los correos entre Prat y Flo forman parte de la pieza separada 1, que "tiene 21 tomos, 8.000 folios, otros 5.000 de anexo documental y casi 30 imputados".





## Orange se alía con Wuaki.tv y hace frente a Netflix y Movistar TV

S. M. Madrid

Orange ha dado un nuevo paso para ampliar su oferta de contenidos en su plataforma de televisión de pago. La compañía anunció ayer una alianza con Wuaki.tv, una de las principales empresas españolas que ofrecen servicios de *streaming* de películas, series y contenido infantil través de acuerdos con los grandes estudios y distribuidores internacionales.

La plataforma de televisión de Orange ofrecerá así un catálogo con más de 5.000 contenidos bajo demanda, nacionales e internacionales (1.200 películas y 4.000 episodios de series).

La teleco quiere aprovechar el movimiento para captar nuevos usuarios para su servicio Orange TV y ya ofrece agresivas promociones comerciales. En un comunicado, la operadora que dirige Jean Marc Vignolles indicó que sus clientes podrán acceder al contenido de Wuaki Selection sin coste hasta el 30 de abril de 2016, y después a un precio exclusivo de 4,99 euros al mes.

### CARTERA DE CLIENTES

● **En el ámbito** de la televisión de pago, Orange España concluyó septiembre con 215.000 clientes, frente a los 137.000 de final de junio, gracias al tirón de las nuevas ofertas. El fútbol ha pasado a ser una palanca de relevancia para atraer clientes.

De esta manera, Orange responde a las ofertas en este segmento de Telefónica, con su Movistar TV, y Vodafone, que tiene una alianza con Netflix. Precisamente, la popular plataforma de televisión por internet estadounidense aterrizó en el mercado español durante el pasado mes de octubre.

El consejero delegado de Wuaki.tv, Jacinto Roca, señaló que la empresa es "uno los proveedores de contenidos de suscripción con más títulos en España". La plataforma ofrece en la actualidad series televisivas de relevancia como *True Blood*, *Los Soprano*, *The Wire*, *Entourage*, *Peaky Blinders*, *The Game*, *Gomorra* y *Halt and Catch Fire*. También dispone de los títulos de Walt Disney así como contenidos infantiles como *Bob Esponja*, *Dora la Exploradora*, *Pocoyó* o *Little Einstein*.

Wuaki.tv fue adquirida a mediados del año 2012 por Rakuten, el gigante japonés del comercio electrónico.



## AEDE DEFIENDE LA LIBERTAD DE PRENSA ANTE LAS CRÍTICAS DE THE NEW YORKTIMES

S.T.- Madrid

La Asociación de Editores de Diarios Españoles defendió ayer la libertad de prensa en España ante las acusaciones emitidas por The New York Times. Los editores consideran que el diario americano no describe la realidad de nuestro país y solicitan que contraste adecuadamente las fuentes antes de publicar. Aede, en una nota, defiende la libertad de prensa en España, «un país caracterizado por la pluralidad mediática, en el que continuamente están naciendo nuevos medios de comunicación con líneas editoriales variadas». La asociación añade que «la publicación de numerosos escándalos y corrupciones frente a los poderosos, junto con la cada vez mayor pluralidad informativa, son ejemplos de la buena salud de la prensa».

Los editores de prensa españoles ponen en valor la investigación y la rigurosidad por las que se rigen sus redacciones para actuar como conciencia crítica del poder. Una misión que consideran notoria durante los años de crisis, «cuando el cuestionamiento de las estructuras tradicionales ha sido especialmente intenso por parte de los medios de comunicación». La buena salud de la libertad de prensa la demuestran los más de 17 millones de lectores fieles que eligen la prensa como el mejor medio para informarse.





## El futuro de los medios: servicio a la carta para los lectores

LUIS BARBERO, **Miami**

La transformación digital de los medios va a velocidad de vértigo; aunque siguen las incertidumbres sobre cómo garantizar la rentabilidad de las firmas periodísticas, las nuevas tecnologías ayudan en esa tarea: permiten conocer cuándo se conecta un lector, desde dónde, cuánto tiempo lee una noticia y por cuál se interesa.

Esta información es vital para que las empresas de comunicación puedan prestar servicios, prácticamente a la carta, a los millones de usuarios que consumen información. Un congreso celebrado en Miami está analizando las potencialidades que el entorno digital ofrece a los medios. En las jornadas, John Paton, presidente de IVA Ventures y miembro del consejo de administración de PRISA, grupo editor de EL PAÍS, subrayó la importancia de ofrecer buenos contenidos y servicios a los lectores. El futuro está lleno de riesgos, pero también de oportunidades para los medios, si son capaces de interpretar sus gustos y preferencias informativas, dijo.

Noelia Fernández Arroyo, responsable de la transformación digital de PRISA, explicó el caso de EL PAÍS. Destacó que la personalización de la información, basada en el comportamiento de los lectores, aún está en una etapa incipiente, pero que es un camino ineludible para garantizar un futuro sólido para las empresas periodísticas, que tendrán que ser más flexibles y ágiles en el nuevo entorno digital.



BTv

## Barcelona TV demana que Colau s'impliqui en el conflicte laboral

La tensió laboral a Barcelona Televisió suma un pas més. El consell d'administració que gestiona el canal va decidir ahir recórrer la sentència del jutjat social número 14 de Barcelona segons la qual es condemnava la televisió per la "cessió il·legal" de quatre treballadors a la productora Antena Local, del grup Lavínia. Una seixantena de persones estan en aquesta situació d'externalització i han denunciat els seus contractes, per la qual cosa els administradors temen una cascada de sentències condemnatòries. En la reunió del consell d'ahir, que presideix Josep Maria Carbonell, es va decidir traslladar a l'alcaldeessa els motius de la seva decisió "entenen que aquesta sentència comporta unes implicacions estratègiques, programàtiques i pressupostàries [...] que traspassen les competències del consell".



ATRESMEDIA

## Atresmedia i Mediaset hauran de pagar una multa de 300.000 euros

La Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC) ha imposat una sanció de 300.000 euros a Atresmedia i una altra pel mateix import a Mediaset per haver emès publicitat sense respectar la integritat dels seus programes. La multa està relacionada amb emissions de diferents programes dels canals Neox i Nova, del grup Atresmedia, i Divinity i Energy, del grup Mediaset, durant l'agost del 2014. La sanció fa referència a l'article 14 de la llei general de la comunicació audiovisual. Aquest article estableix que les interrupcions publicitàries que s'efectuïn durant els programes han de respectar la integritat de l'espai televisiu i la de les unitats que el formen amb l'objectiu de no perjudicar els interessos dels espectadors. Els dos grups audiovisuals podran presentar un recurs a l'Audiència Nacional contra de la sanció.



## Orange 'ficha' a Wuaki mientras sigue negociando con Netflix

A. L. MADRID.

Orange España acaba de mover pieza en el negocio de la televisión de pago con la incorporación de Wuaki, desde diciembre gratuito durante cinco meses para los abonados de televisión del operador de telecomunicaciones. De alguna forma, Orange enriquece su oferta audiovisual y sigue la estela de sus competidores que en los últimos meses y semanas han integrado Yomvi (Telefónica) y Netflix (Vodafone) en sus parrillas. No obstante, el fichaje del videoclub *online* no cierra la puerta a la contratación de Netflix por parte de Orange, según indicaron fuentes de la compañía. Por lo pronto, el operador proporcionará a sus clientes de televisión la posibilidad de disfrutar -sin coste adicional hasta primavera-, del servicio de suscripción *Wuaki Selection*, que dispone de más de 1.200 películas y 4.000 episodios de series. Según explican fuentes de Orange, "los clientes que añadan hasta el 31 de enero este catálogo de series y cine a su oferta de canales temáticos, podrán disfrutar del mismo sin coste adicional hasta mayo".



**HOY**

## Entrega del Premi de Periodisme Mañé i Flaquer de la Torre

■ Los Premis Vila de Torredembarra llegan a su recta final. La concejalía de Cultura ha querido darles un nuevo formato, otorgando más protagonismo al Premi de Periodisme Mañé i Flaquer. Asimismo, organiza un acto específico que tendrá lugar hoy, a las 20 horas, en el Casal Municipal, con entrada gratuita. Actuará el grupo Deudeveu, ganador de la primera edición del programa Oh happy day, y lo presentará el periodista Ricard Lahoz. Repsol es el patrocinador.



## Bertelsmann duplica su resultado

CINCO DÍAS *Madrid*

El gigante mediático alemán Bertelsmann ha cerrado los nueve primeros meses del año con 573 millones, lo que supone prácticamente duplicar las ganancias del mismo periodo de 2014 e igualar lo que ganó en todo el ejercicio pasado.

La empresa explicó que la ausencia de extraordinarios ha permitido mejorar el resultado. La compañía facturó un 2,8% más, hasta 12.200 millones, una cifra no alcanzada desde 2007. El ebitda subió un 7,4%, hasta los 1.600 millones.



ONLINE



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

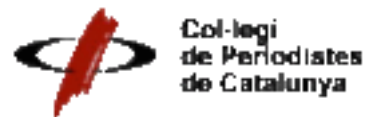
**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE



<b>Fecha</b>	<b>Titular/Medio</b>	<b>Pág.</b>	<b>Docs.</b>
13/11/15	Don dius que és? / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	37	2

# Col·legi de Periodistes de Catalunya



## Don dius que és?

### Viernes, 13 de noviembre de 2015

Parlen de la detenció de quatre homes, dintre 17 i 37 anys i nacionalitat marroquina, pel robatori amb violència i lesions que va patir un jove 27 anys de nacionalitat moldava. La notícia és daquesta setmana però hi ha un detall sobrant que es repeteix dia sí dia també. El text és dun mitjà públic però el patró es repeteix en un fotimer de diaris, ràdios, televisions, periòdics, digitals privats. Podríem debatre si esmentar que els quatre homes tenen entre 17 i 37 anys és rellevant però ara em centro en una de les rutines acrítiques que veiem més repetides als mitjans: assenyalar unes suposades nacionalitats. Què aporta saber que els presumptes -també caldria parlar del presumpte ús de la presumpció dinnocència- agressors són de nacionalitat marroquina? La tipologia de succès o el modus operandi són propis del regne de Mohammed VI? O dalgun dels pobles que controla, com ara amazics o saharians? I saber que la víctima és de nacionalitat moldava, què? Els ciutadans expatriats de la república de Nicolae Timofti són especialment susceptibles a rebre atacs? Quina imatge donem de les persones migrades? Per al cas dels delictes comesos per immigrants, és especialment adequada, doncs, la recomanació que ens ocupa i posa el periodista davant un dilema: Com no contribuir al reforçament del discurs racista o, si es vol, dels corrents racistes del discurs -pel fet de dir, per exemple, que un atracador és marroquí- sense alhora faltar a la veritat o deixar de donar tota la informació disponible?, plantejava Xavier Giró, professor de la Universitat Autònoma de Barcelona, en un monogràfic del 2002 sobre la qüestió del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Dentrada, a lhora d'exercir la professió ens trobem que les fonts dels successos són, bàsicament, policials, duns cossos que tenen tendència a estereotipar i etiquetar-ho tot, a donar informacions en comptagotes i facilitant, tan aviat com poden, el sexe, ledat, la nacionalitat, el lloc de residència i el rol que se li atribueix. I es fa seguidisme. Si es burxa una mica, a més, es pot arribar a aconseguir les inicials dels protagonistes. Només falta un mitjà amb viratges groguencs per acabar publicant noms, cognoms, fotos i parlar amb els seus veïns perquè diguin que ja es veia que era estranyot o que mai ho hauria dit, no en teníem cap queixa. Lany 1996 un grup de companys ja es va plantejar la qüestió i va fer un manual, més endavant el Col·legi de Periodistes de Catalunya va publicar una guia per ampliar el punt 12 del codi deontològic, que demana actuar amb especial responsabilitat i rigor en el cas dinformacions o opinions amb continguts que puguin suscitar discriminacions per raons de sexe, raça, creences, extracció social i cultural i malaltia []. La guia és clara: no sha dincloure en la informació el grup ètnic, el color de la pell, el país d'origen, la religió o la cultura si no és estrictament necessari per a la comprensió global de la notícia. El document desenvolupa aquest i cinc punts més: · Cal evitar les generalitzacions, els maniqueïsmes i la simplificació de les informacions · No shan de potenciar les informacions negatives ni sensacionalistes. Sha evitar la creació de conflictes o dramatitzar-los · Impulsar la pluralitat de les fonts dinformació, pròpies duna societat diversa · Els professionals han de ser conscients de la importància de la



ubicació física de la informació i la utilització del material gràfic · Cal millorar els mecanismes periodístics que afavoreixen la interculturalitat Tot amb tot, abans de remarcar les nacionalitats, algú sha plantejat si els protagonistes en tenen més d'una? Si han nascut al país o fa molt que són entre nosaltres? I els seus sentiments de pertinença? Quan tots tenim identitats i pertinences múltiples que evolucionen al llarg de la nostra vida, voleu dir que té gaire sentit danar simplificant-les? O, encara pitjor, destacar les que marquen que no són dels nostres?