



16/11/2015

Recull de Premsa Cap de Setmana



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

63



PRENSA



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/15	EL FÒRUM 10 DE RÀDIO PUIG-REIG ARRENCA AVUI AMB MÒNICA TERRIBAS / Regió7	7	1
14/11/15	JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS EN LA UDL PARA PERIODISTAS / La Mañana	8	1
15/11/15	VISITA GUIADA DE SOROLLA / La Mañana	9	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/15	UN ASSAIG SOBRE LA INFLUÈNCIA DEL MÓN DIGITAL EN LA SOCIETAT ACTUAL S'EMPORTA EL PREMI VALLVERDÚ / La Mañana	11	1
14/11/15	LA PREMSA DE PROXIMITAT CATALANA ENTRA EN LA VIA DE LA RECUPERACIÓ / Ara	12	1
14/11/15	Carlos Humanes (1954-2015). CORAZÓN GRANDE Y PASIÓN POR EL PERIODISMO / Abc	13	1
14/11/15	GUERRAS Y VENTURAS DE UN GRAN EMPRESARIO / El País -Babelia	14	2
13/11/15	DEBAT PERIODÍSTIC SOBRE SUCESSOS / Tot Sant Cugat	16	1
14/11/15	UNIDAD EDITORIAL MEJORA SU EBITDA EN 19,2 MILLONES / Expansión	17	1
14/11/15	MOVISTAR TV CRECE EN CLIENTES EL 148% EN UN AÑO, CON 14.000 ALTAS CADA DÍA / El Economista	18	1
14/11/15	¿NO HAY AHORA MÁS MUJERES EN LOS MEDIOS QUE HACE 20 AÑOS" / El País (Catalunya)	19	1
14/11/15	TV3 ESTUDIARÀ ANAR A LA SUBHASTA DELS PARTITS DEL BARÇA DE LA LLIGA / Ara	20	1
14/11/15	CARLOS HUMANES, REFERENTE DEL PERIODISMO BURSÁTIL / El País	21	1
14/11/15	ACUERDO ENTRE VOCENTO Y ZETA PARA POTENCIAR LA DIFUSIÓN DEL FIN DE SEMANA / Abc	22	1
14/11/15	UNIDAD EDITORIAL BAJA UN 8,7% SUS INGRESOS, HASTA LOS 234 MILLONES / El Economista	23	1
14/11/15	ELS EDITORS ESPANYOLS CONTRADIUEN EL 'NEW YORK TIMES' I DEFENSEN LA CREDIBILITAT DELS SEUS DIARIS / Ara	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/15	'EL PAÍS', CONTRA EL 'NEW YORK TIMES' / Ara	25	1
14/11/15	EL TS ANULA LA CONDENA A LOS RESPONSABLES DE YOUKIOSKE.COM / La Razón	26	1
14/11/15	CRISTINA SEN, PREMI DE COMUNICACIÓ NO SEXISTA / La Vanguardia.cat	27	1
14/11/15	L'ARA, PRIMER DIARI A INTERNET I TERCER EN PAPER SEGONS EL CEO / Ara	28	1
15/11/15	FOTÒGRAF AMB ESPUMA EL LLEGAT EN BLANC I NEGRE D'UN CERVESER / El Periódico de Catalunya (Ed. Català) -Dominical	29	2
15/11/15	TE GUSTA LA PRENSA ROSA. NO LO NIEGUES / El Mundo -Papel	31	2
15/11/15	LA CE(N)SURA DE ESPAÑA, POR ARCADI ESPADA / El Mundo	33	1
15/11/15	EL VALOR DE LA PARAULA, EL VALOR D'ESCOLTAR / Ara -Ara diumenge	34	1
15/11/15	PERIODISTES DE BATA BLANCA / Ara	35	1
15/11/15	Victoria Prego: «LOS PERIODISTAS HAN SUFRIDO UN TRATO INDIGNO, ES HORA DE LEVANTARSE» / Abc	36	1
15/11/15	EL FINAL DE UNA COLABORACIÓN. LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán / El País	37	1
15/11/15	EL MACBA DESGRANA EL PROCÉS CREATIU DEL FOTÒGRAF XAVIER MISERACHS / Diari de Tarragona	38	1
15/11/15	MASCLISTA EL QUE HO LLEGEIXI. Joaquín Luna / La Vanguardia.cat	39	1
15/11/15	TVC i Catalunya Ràdio Rigor i professionalitat / El Punt avui (Ed. Girona)	40	1
15/11/15	ENTREGADAS LAS ANTENAS DE ORO EN EL CASINO DE ARANJUEZ / Abc	41	1
15/11/15	EL GRUPO PRISA AMPLÍA CAPITAL EN 64 MILLONES DE EUROS / El País	42	1
15/11/15	TAC 12 I MAS MAG, PREMIS DE PERIODISME MAÑÉ I FLAQUER / El Punt avui (Ed. Camp i Ebre)	43	1
16/11/15	PREMI EUROPEU DE DISSENY PER A L'ARA / Ara	44	1
16/11/15	¡COPA, LLIGA, CHAMPIONS!, I 250 'CRACKÓVIES' / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	45	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/11/15	LA BARCELONA DE LA GUERRA, SEGÚN PÉREZ DE ROZAS / El País (Catalunya)	46	1
16/11/15	LA SEXTA Y SU LUCHA CONTRA EL CÁNCER / La Razón	47	1
16/11/15	LAS ARTES MARCIALES RETORNAN A LA TELEVISIÓN / El País	48	1
16/11/15	LA MEJOR INFORMACIÓN PARA ANDROID / El País	49	1
16/11/15	LA NOTÍCIA GUANYA EN FACEBOOK / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	50	2
16/11/15	LA CBS CAMBIA DOS SERIES POR LOS ATENTADOS / Abc	52	1
16/11/15	COBERTURA DESIGUAL, PER ALFRED REXACH / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	53	1
16/11/15	SANG A LA 'RUE' ALIBERT, PER FERRAN MONEGAL / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	54	1
16/11/15	JORDI MOLET, DIRECTOR GENERAL D'EL 9 NOU, PARTICIPA EN UNA TAULA RODONA SOBRE PREMSA LOCAL A LA JORNADA DE L'ASSOCIACIÓ CATALANA DE PREMSA COMARCAL / El 9 nou (Ed. Osona i Ripollès)	55	1
16/11/15	VOCENTO Y GRUPO ZETA SE UNEN PARA POTENCIAR SUS SUPLEMENTOS / El Economista el Superlunes	56	1
16/11/15	LES AUDIÈNCIES / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	57	1
16/11/15	EL LECTOR EXPOSA / La Vanguardia.cat	58	1
16/11/15	PRISA ANUNCIA UNA AMPLIACIÓN DE CAPITAL DE 64 MILLONES DE EUROS / El Economista el Superlunes	59	1
16/11/15	MIKI NADAL I ANA MORGADE FARAN LES 'PRECAMPANADES' DE NEOX / Ara	60	1
16/11/15	LA POLICIA I L'EXÈRCIT, A TVE-1 / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	61	1
16/11/15	ORANGE OFERIRÀ LES PEL·LÍCULES I SÈRIES DE WUAKI.TV / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	62	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





El Fòrum 10 de Ràdio Puig-reig arrenca avui amb Mònica Terribas

► L'edició del 25è aniversari de les jornades tracta d'«Els mitjans de comunicació davant els nous reptes»

REDACCIÓ | MANRESA

■ L'edició especial del 25è aniversari de les jornades del Fòrum 10, sota el títol «Els mitjans de comunicació davant els nous reptes», arrenca avui a les 8 del vespre a la sala d'actes Dr. Llaverías amb la presència de la periodista i directora d'*El Matí* de Catalunya Ràdio Mònica Terribas. En la seva conferència, la periodista explicarà com es prioritza l'actualitat del dia a dia, amb la xerrada «Em pots fer un titular?».

La programació de les jornades es complementarà amb la participació de Vicenç Villatoro i de Gonçal Mazcuñán i Salvador Alsius en dues sessions més aquest novembre.

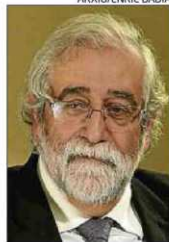
El divendres 20 de novembre el periodista i escriptor Vicenç Villatoro, amb una llarga trajectòria al sector de la comunicació, parlarà de l'aposta pel català als mitjans de comunicació amb la conferència *Llengua i comunicació, l'aposta pel català*.

ARXIU PARTICULAR



Mònica Terribas

ARXIU/ENRIC BADIA



Vicenç Villatoro

ARXIU/LAURA FARRERAS



Gonçal Mazcuñán

ARXIU PARTICULAR



Salvador Alsius

ARXIU/D.C.



Josep Genescà

La darrera sessió, el 27 de novembre, estarà protagonitzada per Gonçal Mazcuñán, fundador i ex-director de **Regió7** i president de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, i per Salvador Alsius, periodista i vicepresident del Consell Audiovisual de Catalunya. Ells, junt amb Josep Genescà, periodista, director de Ràdio Puig-reig i coordinador de IFòrum 10, s'encarregaran d'analitzar els canvis als mitjans de comunicació al llarg dels anys, pa-

ral·lelament a l'evolució de la societat. «Aquí és on també podem destacar el paper que ha tingut el Fòrum 10», diu Genescà, «ja que tots aquests anys hem parlat de temes cabdals al sector, com la digitalització dels mitjans, la formació dels periodistes a la universitat o la introducció de noves maneres de comunicar».

Genescà assegura que «la constància i l'alt nivell a què s'ha arribat» han estat el secret per poder portar a terme any personalitats

del panorama de la comunicació a Puig-reig. «Cada any costa, però sempre ens n'acabem sortint», assegura. Es mostra amb «ganes i força» per continuar però té clar que «tot plegat no hauria arribat als 25 anys si no hagués estat pel suport de les institucions locals i autonòmiques, els mitjans de comunicació i el públic que omple la sala en cada sessió de les jornades».

Tots els actes seran retransmesos en directe per Ràdio Puig-reig i a www.radiopuig-reig.net.



FOTO: Tony Alcántara / Una decena de periodistas asistieron a la visita

Jornada de puertas abiertas en la UdL para periodistas

La UdL abrió ayer sus puertas a una decena de periodistas en una nueva edición del programa *Pròxima Estació: UdL*, una iniciativa para dar a conocer la univer-

sidad. Por otro lado, la ETSEA, ha convocado un premio de movilidad para facilitar a los graduados estancias de tres meses en universidades europeas.



Visita guiada de Sorolla

El Col·legi de Periodistes de Lleida va organitzar ahir una visita guiada a l'exposició *Sorolla*. *Apunts a la sorra* del CaixaFòrum.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Un assaig sobre la influència del món digital en la societat actual s'emporta el Premi Vallverdú

El periodista de TV3 Xavier Duran signa aquest treball i Jordi Virallonga guanya el Màrius Torres amb el poemari 'Amor Fet'

ROSA PEROY

@RPeroy

Lleida



El químic i periodista Xavier Duran i Escribà (Barcelona, 1959) ha estat guardonat amb el 32è Premi d'Assaig Josep Vallverdú, i el doctor en literatura Jordi Virallonga Eguren (Barcelona, 1956) ha obtingut el 20è Premi de poesia Màrius Torres.

Els guardons estan dotats amb 9.000 i 6.000 euros respectivament, finançats al 50% per les dues institucions convocants: l'Ajuntament i la Diputació de Lleida, aquesta darrera a través de l'IEI.

Amb el títol *L'individu transparent, dels raigs X al Big Data* i sota el pseudònim *Leonardo Selvaggio*, Xavier Duran va presentar l'assaig guanyador que, en paraules de l'autor, "vol ser una reflexió de com la genètica i la tecnologia mèdica fan avançar la ciència i com el món digital, que hi contribueix, també pot posar en risc la nostra intimitat, per la qual cosa cal una societat conscienciada que vegi els perjudicis i beneficis d'aquesta pèrdua de privacitat". En relació a aquest tema, l'autor ha esmentat el llibre *Mort Certa. Hora Incerta*, de Miquel Pueyo i Ernest Benach, que va guanyar el Vallverdú en l'edició del 2012.

Es dona la circumstància que és el segon cop que Duran guanya aquest Premi d'Assaig. El 1991 va ser guardonat per un treball sobre genètica.

Xavier Duran és llicenciat en Ciències Químiques i Doctor en Ciències de la Comunicació. Va ser director del programa *El medi ambient* fins l'any passat i actualment és redactor especialitzat en ciència i tecnologia als serveis informatius de TV3.

A més del Vallverdú, Duran ha guanyat el premi Joan Fuster, el Marià Vayreda de narrativa i



FOTO: Tony Alcántara / Els guardonats, en la tertúlia literària amb l'escriptor Màrius Serra

el premi europeu de divulgació científica *Estudi General*.

Les seues obres es caracteritzen per compaginar els avenços científics i el seu impacte social, amb un clar sentit transversal i divulgatiu. Actualment, col·labora amb *Sapiens*, *Àncora* i fa altres col·laboracions esporàdiques.

Amb el poemari *Amor Fet*, presentat sota el nom de *Cap de creus*, Jordi Virallonga va guanyar el Màrius Torres. L'autor va declarar que el llibre està fet "amb temps" i que posa en qüestió "molts dels tòpics amb els quals vivim les persones d'una manera usual, basant-nos en conceptes com l'amor o l'esperança, que sovint no ens permeten gaudir d'una vida molt més plena".

Virallonga ha intentat transmetre "una vida que fos versemblant perquè el lector pogués fer-la seva".

El guardonat és doctor en literatura, catedràtic de la Universitat



FOTO: Tony Alcántara/ Josep Vallverdú va assistir a la Gala Literària

de Barcelona i president de l'Aula de poesia de Barcelona d'ençà de la seva fundació el 1989.

Ha publicat deu poemaris en llengua castellana i ha estat antologat en diferents reculls. Ha guanyat tres premis internacionals, *El Ciudad de Irún*, el *Valencià*

Alfons el Magnànim i els *Hermanos Argensola*, amb l'obra *Incluso la muerte tarda*, que ha estat traduïda a 12 llengües. És autor de l'antologia de 20 poetes catalans *Sol de sal*, de l'antologia Poetes Catalans i de la Poesia completa de Joan Salvat-Papasseit. Ha es-

Ovidi Montllor, protagonista aquest any de la Nit Literària

El jurat del Premi d'Assaig Josep Vallverdú ha estat format per Salvador Cardús, Lluïsa Julià, Cristina Pujades, Josep M. Sala-Valldaura i Xavier Antich. Per la seua banda, el jurat del Premi de poesia Màrius Torres l'han integrat Eduard Sanahuja, Xavier Macià, Josefa Contijoch, Xulio Ricardo Trigo i Cèlia Sánchez-Mustich.

Els guardons es van lliurar en el decurs de la celebració de la Nit Literària de Lleida, que ha tingut lloc a l'Auditori Enric Granados. L'escriptor i comunicador Màrius Serra ha estat, com en les darreres edicions, l'encarregat de conduir la vetllada, donant a conèixer els guardonats i mantenint amb ells una tertúlia que ha acostat el públic a les dues obres premiades i als seus autors.

La segona part de l'acte va estar dedicada aquest any a recordar al poeta i cantautor Ovidi Montllor, del qual enguany es commemora el 20è aniversari de la seua mort, amb la participació de Toti Soler, Joan Massotkleiner i Gemma Humet.

crit també un assaig sobre José Agustín Goytisolo a més de traduir literatures romàniques al català i castellà.

Als premis d'enguany s'han presentat un total de 67 originals, 20 al Premi Vallverdú i 47 al Màrius Torres.



La premsa de proximitat catalana entra en la via de la recuperació

Les últimes dades indiquen un augment del nombre de capçaleres i la fi de la caiguda dels ingressos

ÀLEX GUTIÉRREZ
 BARCELONA

La premsa de proximitat catalana va celebrar ahir el seu dia, en una jornada al Born Centre Cultural, i ho va poder fer des de l'optimisme que implica començar a veure la llum al final del túnel. Hi ha dos indicadors que fan pensar en una recuperació del sector. En primer lloc, el nombre de capçaleres. Al començament de la crisi n'hi havia 133 d'adherides a l'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC), l'entitat que agrupa la pràctica totalitat de mitjans locals i comarcals de pagament. Els associats, però, van baixar fins a 119 l'any 2012. Des d'aleshores, el catàleg de capçaleres ha revifat fins a situar-se en les 137 actuals.

El segon factor és el de la facturació. En aquest cas no hi ha una inflexió, perquè el sector continua perdent volum, però el descens del 2014 va ser de només 400.000 euros, el diferencial més baix dels últims exercicis. A més, la publicitat ha remuntat un tímid 0,2% (però la caiguda del 4,1% en ingressos per venda de diaris ha influït negativament en el resultat global). Són dades d'un estudi elaborat per Media Hot Line, presentat ahir, i que analitza les disset capçaleres principals, que sumen el 80% de l'audiència i també de la facturació.

En aquest grup de publicacions, la dependència de la premsa local i comarcal de la publicitat continua sent alta: un 59% dels seus ingressos provenen dels anuncis. Ara bé, la venda d'exemplars, tot i ser la segona via, té una fortalesa: un 54%

dels exemplars que edita els col·loca a través de subscripció, mentre que el quiosc, sempre més volàtil, només representa el 33% dels diners recollits venent exemplars. En total, els diaris i revistes locals sumen 525.000 lectors.

Més xifres que retraten aquest sector: hi treballen 836 persones i tres de cada quatre (74%) ho fan des de la redacció, implicats en l'elaboració del producte. El domini del paper encara és aclaparador: 102 publicacions són premsa impresa (per molt que tinguin web), mentre que només 35 són exclusivament

Evolució de la premsa comarcal catalana



Gruix
 Les diferents capçaleres comarcals sumen 525.000 lectors

digitals. Si es miren els ingressos d'aquestes disset marques més grans, el paper representa el 98% del seu negoci. En total, la premsa comarcal catalana suma 1,2 milions d'usuaris únics mensuals. 200.000 usuaris de Facebook són seguidors d'alguna pàgina de premsa local o comarcal catalana i les capçaleres sumen més de 90.000 seguidors a Twitter.

Relleu generacional en marxa

El president de l'ACPC, Carles Ayats, creu que el pitjor de la crisi ja ha passat: "Hi ha estabilització i una petita repuntada. No hem baixat tan ràpid com la premsa generalista, però també ho hem fet. I la recuperació es preveu lenta. Però a l'associació constatem que hi ha un relleu generacional evident". En concret, en els dos últims anys publicacions com *L'Om*, *Revista de Riudoms*, *La Comarca d'Olot* o *777 Comunica* d'Esparreguera han viscut un relleu amb equips directius renovats formats primordialment per gent jove. "Creiem també que estem treballant en el relleu dels lectors -explica Ayats-. Teixim complexitats, per exemple, amb el món de l'esport. Hi ha tot de ju-

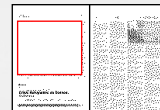
gadors de futbol de tercera o quarta regional que llegeixen les cròniques dels seus partits amb nosaltres, i només amb nosaltres, de manera que tenen un primer contacte ja de joves amb la premsa comarcal i a partir d'aquí podem construir un hàbit de lectura".

La ponència central de la jornada va anar a càrrec de Jaume Roures, soci fundador de Mediapro, que va voler reivindicar el paper que han jugat les televisions de proximitat i que, en alguns casos, operen les mateixes editores de premsa. Per a Roures, "a Catalunya hi havia una gran xarxa de televisions locals que eren avantguarda i que malauradament amb el canvi de model de negoci es van desmantellar i han perdut el seu paper vertebrador".

El seu vaticini és que "la premsa comarcal pot resistir millor que la generalista, per costos i pel tipus de lector", ja que al seu parer "és una gran agitadora social, fa molta més feina que la merament informativa" i, a més, "té un valor estratègic que la premsa generalista no té". La jornada, que arribava a la segona edició, va comptar amb l'assistència de 150 professionals vinculats a la premsa de proximitat.



Jaume Roures durant la seva ponència. ACPC



Carlos Humanes (1954-2015)

Corazón grande y pasión por el periodismo

► Fue el «negro» que escribía para su jefe el comentario semanal de bolsa de la CECA

A principios de semana un colega me comentó que Carlos estaba mal, que esta vez no salía adelante. A primeras hora de ayer Pepi, alma y motor de la Asociación de Periodistas Europeos, uno de los hogares de acogida de Carlos, nos escribía, emocionada que «Nuestro Carlitos nos ha dejado esta madrugada, ha peleado como un campeón pero su enfermedad le ha vencido» Inmediatamente me asalta la imagen de Carlos Humanes con 23 años (invierno de 1977), sentado delante de una máquina de escribir (mecánica, por supuesto) en la redacción de «El País» original, redactando la crónica de la Bolsa del día. Sé que nunca olvidó ese día, le estábamos contratando para ser periodista, primero para contar la Bolsa de forma original y profesional y luego... Se verá. Así que llegó al periodismo por accidente, por oportunidad no buscada, para ser luego periodista de vocación, con entrega sin reserva, con pasión, decidido y dispuesto a lo que fuera menester por una información, y con la misma disposición para emprender nuevos proyectos por cuenta ajena y propia.

Humanes trabajaba entonces en la CECA, auxiliaba a los que llevaban la Bolsa para la Confederación de las Ca-



ABC

jas, andaba cerca de Marcelino Poo que era el jefe de valores. Le servía para un roto y un descosido. Como era despierto, diligente y atento a lo que tenía alrededor, Carlos preparaba a su jefe el comentario diario de lo que pasaba en la Bolsa, cuando era un mercado presencial, de corros voceados. Un comentario que se repartía a todas las cajas de ahorro. Carlos era el «negro» que escribía para su jefe. Me lo explicó Petra Mateos que entonces era economista

de la Bolsa, que rechazó mi oferta para ser periodista, aunque me sugirió el nombre de un tal Humanes, de la CECA.

Le conocí y a primera vista me pareció un madrileño decidido, capaz de todo aquello que le emocionara, incluso ser periodista. Por si acaso le dije que no dejara la CECA por unos meses y que viniera a la redacción por las tardes para hacer la crónica de la Bolsa y lo que tocara, que aprendiera el oficio, que probara (y probára-

Carlos Humanes Fernández nació el 9 de septiembre de 1954 en Madrid, donde ha muerto el 13 de noviembre de 2015. Era el director de Elboletín.com portal de información económica que él mismo había fundado en 1992. Anteriormente había sido director de «La Gaceta del Norte» y redactor de «El País» y «Antena 3 Radio».

mos) por si no le iba. Que no quemara las naves de un empleo fijo con 18 pagas. No le impresionó aquella redacción tumultuosa; al poco me dijo que dejaba la CECA y se centraba en el periodismo. Hubo que contenerle porque el director tardó en aceptar un nuevo periodista a plena dedicación con tan corta trayectoria en la profesión.

Luego la trayectoria de Carlos Humanes en el periodismo ha sido completa, en Madrid, en Bilbao y en América. Volví a llamarle el año 1985 para hacer cosas nuevas en el Grupo 16, lo pasamos bien y creamos algún producto distinto y novedoso. Luego Carlos pasó por las televisiones, por la radio y por sus propios medios a los que ha dedicado las últimas dos décadas. Buena gente, decidido, leal, intuitivo, original, quizá irreplicable. Un caso del que convendría hablar en las facultades, para poner en valor el talento y la vocación, que se acreditan y acrecen con el ejercicio, con pruebas. Aunque solo le ganaba por pocos años siento como que he perdido un hijo, o un hermano pequeño.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA



intrincados laberintos: compra de empresas, fusiones, envidias y rencores, luchas por el reparto del pastel del fútbol, acciones que suben y bajan, balances y una deuda en continuo crecimiento. Desde el Gobierno del PP se decide que es menester no ya detener esa carrera, sino liquidar al primero de los competidores. Una de las páginas más oprobiosas de la enfermiza relación entre Gobiernos y medios de comunicación será el intento de José M. Aznar y de Pedro J. Ramírez, tras el pacto de Nochevieja de 1996, de fabricar su propio conglomerado multimedia metiendo en la cárcel —con la ayuda del juez Gómez de Liaño, luego condenado por prevaricación continuada— a Cebrián y Polanco, los dos responsables del éxito de PRISA.

Fracasaron, y aquí se cuentan muy bien no solo los motivos, sino lo que cada cual dijo o cómo actuó en aquella perversa circunstancia. Es ahora el Polanco endurecido por la resistencia el que, después de aguantar y ganar la más dura batalla, se lanza a la conquista de los nuevos territorios abiertos por la revolución digital, un empeño que solo la enfermedad y la muerte podrán trancar. Su biografía como empresario, desde los primeros pasos de Santillana por tierras de América hasta la expansión de PRISA por el ciberespacio, se convierte en un gran fresco de las batallas que han punteado la transformación experimentada por el mundo de la edición, la comunicación y el entretenimiento desde los planes de desarrollo hasta las vísperas de la Gran Recesión. Quizá Mercedes Cabrera se sienta algún día con ánimo de contarnos qué ocurrió con todo este legado después del muy sentido adiós a Jesús de Polanco que cierra esta larga historia. •



Jesús de Polanco (1929-2007). Capitán de empresas
Mercedes Cabrera
Galaxia Gutenberg
Barcelona, 2015
480 páginas. 24 euros

superaba los 60.000 oyentes. No iba a pasar de ahí fácilmente. Para entonces, Polanco había llegado a la conclusión de que la manera de entrar con fuerza en el medio radiofónico era hacerse con el control de alguna de las grandes cadenas ya establecidas. De ahí vino la compra de acciones de la SER”.

Conservador y demócrata

“Jesús de Polanco nunca se tuvo por una persona de izquierdas, sino por alguien conservador o incluso ‘de derechas’, eso sí, demócrata y defensor de la apuesta por la modernización y europeización de España. Había tenido buenas relaciones con muchos políticos de Unión de Centro Democrático (UCD), incluso con Adolfo Suárez, y había conocido a Felipe González muy pronto. Habían almorzado y cenado juntos en bastantes ocasiones, pero no eran amigos entonces. Lo fueron más tarde, cuando el líder socialista abandonó el Gobierno”.

(Fragmentos de la biografía de Jesús de Polanco escrita por Mercedes Cabrera)



Cultura

Debat periodístic sobre successos

Tura Soler, periodista d'investigació d'El Punt Avui; Toni Muñoz, periodista de successos i tribunals de Rac1 i Mariona Sagalés, periodista i responsable de la secció "Poble" del TOT Sant Cugat i el DIARI de Sant Cugat, van coincidir a afirmar que la frase feta "la realitat supera la ficció" és ben certa.

Els tres periodistes van formar part de la taula rodona que es va celebrar el 7 de novembre a Cal Temerari, en el marc del primer festival de novel·la negra local, el Sang Cugat.

En un acte distès, moderat per la periodista de Cugat.cat Maria Cusó, els tres periodistes van explicar les seves experiències dins el periodisme de successos.

Els problemes, les dificultats, la importància de tenir la millor font, la situació actual i l'exigència de la immediatesa són alguns dels aspectes que es van posar sobre la taula. Mariona Sagalés va explicar el procediment que segueix el TOT quan arriba una informació d'aquest tipus a través de les xarxes. "Nosaltres primer ens posem en contacte amb la persona que ens envia la informació i després la contrastem amb les parts implicades. A partir d'aquí decidim la veracitat de la informació".

En aquest cas, Tura Soler afirmava que "s'ha d'anar molt amb compte perquè et pots trobar informacions manipulades o que siguin falses". ■ Mireia Puente



Sagalés, Muñoz, Cusó i Soler durant la taula rodona LALI PUIG



Unidad Editorial mejora su ebitda en 19,2 millones

EN LOS NUEVE PRIMEROS MESES/ El grupo de comunicación obtiene unos ingresos de 234,7 millones de euros.

Expansión. Madrid

Unidad Editorial encara los últimos meses del año con unos datos económicos que avalan su estrategia empresarial a nivel de grupo, el liderazgo de sus cabeceras y la tendencia positiva registrada en la consolidación del mercado publicitario a lo largo de los trimestres anteriores.

Durante los primeros nueve meses del año, el ebitda del grupo editor de EXPANSIÓN, *El Mundo* y *Marca*, entre otros medios, mejoró en 19,2 millones de euros, pasando de los -21,5 millones de euros de 2014 a los -2,3 millones de euros. El ebitda operativo antes de gastos no recurrentes se incrementó en 3,3 millones, hasta los 8,5 millones. Unidad Editorial cerró los

El grupo avanza en su estrategia digital y un 16% de sus ingresos proceden ya del negocio online

El ebitda antes de gastos no recurrentes creció hasta los 8,5 millones de euros

tres primeros trimestres del año con unos ingresos consolidados de 234,7 millones de euros, de los que un 16% proceden del negocio online. Precisamente esta cifra, que mejora en dos puntos el porcentaje del ejercicio anterior, respalda el plan impulsado por la

dirección del grupo para la evolución del negocio digital, el aprovechamiento de los recursos del *big data* y el proceso de transformación de la prensa escrita.

Entre las prioridades del desarrollo web destacan la potenciación de los dispositivos móviles como soporte de visualización de contenidos y el protagonismo del vídeo como herramienta indispensable de distribución de la información. Asimismo, el grupo ha llevado a cabo diferentes iniciativas editoriales, entre las que sobresalen *Marca Buzz*, *Telva Shots* o el relanzamiento del portal *DMedicina.com*.

El negocio publicitario del grupo permanece estable, en términos homogéneos, res-



Imagen de la sede de Unidad Editorial en Madrid.

pecto al año anterior. Especialmente relevante resulta el buen comportamiento de las campañas digitales, que suponen ya el 29,8% del total de ingresos netos por publicidad. En concreto, esta división ha experimentado un crecimiento del 11,8% respecto a 2014, un porcentaje que supera en 1,8 puntos las cifras registradas por el resto del sector.

En lo que se refiere a la prensa escrita, y enmarcado en el escenario de situación económica que experimenta el sector, el grupo acusó un re-

troceso del 4%. El dato contrasta con la caída del 5,9% vivida por el segmento de los diarios nacionales durante este periodo.

EXPANSIÓN mantiene el liderazgo como primer periódico económico, con 39.000 ejemplares de promedio difundidos. En el apartado online, EXPANSION.com logra un 27,5% más en el número de navegadores únicos, llegando a los 7,8 millones.

El Mundo consolida su puesto como segundo diario a nivel nacional, con una difusión total de 156.000 ejempla-

res promedio, incluidas las copias del quiosco multisector Orbyt. Su edición digital, *El Mundo.es*, registra una media de 37,4 millones de navegadores únicos mensuales, con un aumento del 15,9% respecto al periodo anterior. *Marca*, el diario más leído de la prensa española, contabiliza 163.000 copias promedio durante los nueve primeros meses del año. La edición digital *Marca.com* alcanza los 40,8 millones de navegadores únicos al mes, lo que representa un incremento del 5,3% en comparación con 2014.



INFORME DE LA CNMC DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2015

Movistar TV crece en clientes el 148% en un año, con 14.000 altas cada día

El conjunto del mercado de la televisión de pago bate récords tras crecer el 25%

Antonio Lorenzo MADRID.

Los departamentos de contratación de la televisión de pago de Movistar echaron humo durante el primer trimestre del año, ya que activaron el alta de 1,27 millones de abonados entre los pasados meses de enero a marzo. Eso equivale a más de 14.100 suscriptores al día o casi 10 nuevos clientes cada minuto. Semejante vigor comercial elevó la suma total de abonados de televisión del operador hasta los 2,13 millones, frente a los 861.252 del primer trimestre de 2014, lo que arroja un crecimiento interanual del 148 por ciento. Los anteriores datos se desprenden del último informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), del primer trimestre de 2015.

En los cálculos referidos a Movistar TV no se incluye la aportación de DTS (Canal+), cuya formalización de la compra se realizó posteriormente, en abril de 2015, lo que supuso a partir de entonces la inmediata incorporación de otros 1,74 millones de suscriptores.

Número de accesos de televisión de pago

OPERADORA	I TRIM. 2012	I TRIM. 2013	I TRIM. 2014	I TRIM. 2015
Movistar	809.446	656.499	861.252	2.136.286
DTS	1.782.817	1.704.935	1.661.386	1.742.320
Vodafone	14.035	0	0	791.460
GolTV	366.383	260.098	232.084	225.177
Orange	67.736	68.454	86.496	132.032
TeleCable	137.608	132.582	127.424	129.951
Euskaltel	154.972	130.935	102.154	112.651
R	94.925	99.296	95.483	105.023
Ono	915.702	853.750	781.850	0
Resto	26.225	20.295	21.694	22.554
Total	4.369.849	3.926.844	3.969.823	5.397.454

Fuente: CNMC. Los datos de Vodafone incluyen los de Ono a partir del III trim. de 2014. elEconomista

En el mismo periodo de tiempo, Vodafone ganó 791.000 clientes de televisión de pago, de los que el 98,7 por ciento procedían de Ono. Por su parte, Orange ganó 45.536 nuevos abonados para su negocio audiovisual durante los tres primeros meses del año, con un crecimiento interanual del 52,6 por ciento.

Según las cifras del conjunto del sector, la televisión de pago formalizó el alta de 3.750 suscriptores diarios en el primer trimestre del año. Esa cifra equivale a más de 156 clientes cada hora. En total, el mercado español ya alcanza el récord de 5,39 millones de usuarios. El crecimiento interanual de la televisión de pa-

go en España en el último trimestre de referencia se eleva al 25 por ciento, porcentaje que viene a sumarse a los repuntes del 31 por ciento y del 25 por ciento de los dos últimos trimestres de 2014 respecto a los mismos periodos de 2013.

Por su parte, la televisión por satélite perdió 82.000 abonados (casi mil al día), entre los pasados ene-

Orange elevó su cifra de suscriptores el 52,6% y Vodafone sólo creció gracias a la clientela de Ono

ro a marzo, mientras que la televisión por cable y la televisión digital terrestre congelaron las cifras del trimestre respecto al mismo periodo anterior. El fútbol y las series de televisión fueron el gran reclamo de un sector de la TV de pago español que, poco a poco, recorta distancias respecto a sus vecinos.



Milagros Pérez Oliva recibe el premio Margarita Rivièrre de mano de la periodista Teresa Rubio. / M. MINOCRI

“No hay ahora más mujeres en los medios que hace 20 años”

Milagros Pérez Oliva recibe el primer premio Margarita Rivièrre

CARLOS ORQUÍN, **Barcelona**
La periodista de EL PAÍS Milagros Pérez Oliva (Eriste, 1955) recibió ayer el primer premio Margarita Rivièrre que otorga la Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC). La redacto-

ra jefa de Opinión del rotativo recibió la recompensa por su “rigor, independencia y visión de género”, según la presidenta de la entidad, Carolina Barber. Pérez Oliva destacó la figura de Margarita Rivièrre, una de las pioneras en el

mundo del periodismo en Cataluña que da nombre al galardón y alertó de un “retroceso” de la presencia femenina en las redacciones: “Sin datos en la mano, creo que no hay ahora más mujeres en los medios de comunicación que

hace 20 años”.

El recuerdo de Margarita Rivièrre, columnista de EL PAÍS y escritora hasta su fallecimiento en marzo de este año, estuvo presente en varios momentos de la gala. La galardonada prometió hacer “todo lo que pueda” para mantener vivo el espíritu de “una mujer valiente que ejerció con rigor y alegría la profesión”, destacó.

La gala se convirtió en un llamamiento a la presencia de las mujeres en los puestos directivos en la prensa. También hubo momentos para acordarse de la violencia de género, y en concreto de las 45 asesinadas por sus parejas en lo que va de año.

El galardón se enmarca en la 23ª edición de los premios de Comunicación no Sexista que la ADPC da cada año. La directora del programa *Hoy por Hoy* de la Cadena Ser, Pepa Bueno; la creadora del blog *Micromachismos* de eldiario.es, Ana Requena Aguilar; y el periodista del diario AS Juan López Mora, fueron algunos de los distinguidos por “buenas prácticas”. La entidad también dedica cada año un “toque de atención” que esta vez recae en el columnista de *La Vanguardia* Joaquín Lu-na Morales.

Pepa Bueno resumió con una cita de Amelia Valcárcel la respuesta que, según explicó, da cuando le preguntan qué queda por reclamar desde el del feminismo: “Queremos la mitad de todo”.



El Barça i el Madrid podrien tornar a la televisió en obert. EFE

TV3 estudiarà anar a la subhasta dels partits del Barça de la Lliga

Els partits de Lliga del Futbol Club Barcelona i del Real Madrid es podrien tornar a veure per televisió en obert a partir de l'estiu vinent. La Lliga de Futbol Professional (LFP) va fer públic ahir el plec de condicions definitiu per optar als drets audiovisuals de la Lliga i la Copa del Rei per als cursos 2016-17, 2017-18 i 2018-19, i entre els lots que ofereix n'hi ha un que inclou, per a cada temporada, l'emissió de 18 partits de Lliga del Barça, 18 del Madrid i un dels dos clàssics, és a dir, un partit d'algun d'aquests dos equips per cada jornada, excepte un dels enfrontaments directes. Aquest paquet és l'únic dels deu que ha dissenyat la LFP al qual poden optar tant els canals en obert com els de pagament.

Segons ha pogut saber l'ARA, TV3 estudiarà participar a la subhasta d'aquests drets. Queda per determinar si ho farà en solitari o, més probablement, juntament amb alguna televisió estatal per oferir en català els partits que aquest canal emeti en castellà, com ha fet enguany amb els drets de la Champions, que se'ls reparteix amb Antena 3.

La LFP, doncs, ha fet cas a la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC), que la setmana passada havia demanat que es modifiqués el punt de l'esborrany de les bases que reservava aquest lot -que inclou també un partit de segona divisió per jornada- exclusivament a les plataformes de pagament. Els horaris previstos per als partits d'aquest lot, tant si acaben en mans d'un canal de pagament com d'un d'obert, seran, per norma general, els dissabtes a les 16.00 o els diumenges a les 20.30.

Si finalment aquest paquet s'acaba assignant a la televisió en obert, se sumará al partit que ja s'ofereix actualment de manera gratuïta cada jornada, que no podrà comptar amb la presència del Barça, el Madrid, el València, l'Atlètic de Madrid ni altres equips que juguin competicions europees i que, a partir de la temporada que ve, s'ofereix sempre els divendres a les 20.30.

La LFP preveu adjudicar els drets per a les tres temporades el 3 de desembre. El termini es podria allargar si per a algun dels lots no s'aconsegueix el preu mínim fixat en secret pels organitzadors. **A.C.R./À.G.**



Carlos Humanes, referente del periodismo bursátil

Trabajó en los primeros años de EL PAÍS y fundó 'El Boletín de la Bolsa'

MIGUEL ÁNGEL NOCEDA, **Madrid** Aunque en los últimos días había empeorado su estado, el mazazo es rotundo. Carlos Humanes, referencia del periodismo bursátil, murió ayer en Madrid a los 61 años tras cerca de dos años luchando contra un cáncer que le devoró. Este madrileño sintió desde muy joven la pasión por la información económica, posiblemente proveniente de su experiencia como empleado de la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA), donde empezó de botones. Con 20 años se movía con soltura por el parque de la Bolsa madrileña y, desde allí, saltó al periodismo como especialista de la información bursátil de EL PAÍS, a cuya redacción se incorporó en 1977, cuando este medio transitaba por sus primeros meses.

Y, como cronista bursátil, Carlitos Humanes se aficionó al periodismo en toda su extensión. Al tiempo, desarrolló una vocación empresarial que se plasmaría en el lanzamiento de varios proyectos periodísticos y un plan de vida que le permitió disfrutarla sin dejar deberes pendientes.

Tras dejar EL PAÍS en 1984, pasó a dirigir, por 30 años, la extinta *La Gaceta del Norte* de Bilbao, entonces decana de la prensa vasca. De vuelta a Madrid, en 1986, trabajó durante una década en el Grupo 16. Inquieto como pocos y con corazón y alma de emprendedor, en 1992 lanzó *El Boletín de la Bolsa* (luego *El Boletín.com*), una publicación de pequeño formato donde afilaba la pluma y que llegaba a los despachos principales de políticos y empresarios a pri-

mera hora de la tarde. También dirigió en los noventa el semanario *El Economista*, el medio más longevo de la prensa económica que tocaba a su fin.

Descubrió un atractivo especial por Latinoamérica. Fruto de ello y con *El Boletín* como plataforma creó el grupo editorial Asertos, desde el que puso en marcha *Cuba Económica* en

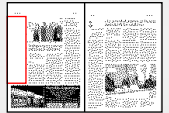


Carlos Humanes.

1998 y *America Económica* en 1999, a las que dio soporte electrónico como *Americaeconomica.com* y *Cubaeconomica.com*.

Sus estancias en la región le granjearon muchos amigos y conocimientos de esos países, sobre todo Cuba y Venezuela. Colaboró en medios televisivos. Presentó junto a Miguel Ángel Aguilar un informativo nocturno en Tele Cinco. También participó en el programa *Antena de la Bolsa* y el Canal 24 Horas de TVE, edición América.

En todos los medios dejó testimonio de su bonhomía. Buen comedor y fumador de habanos, le gustaba la tertulia y profundizar en los temas.



Medios de comunicación

Acuerdo entre Vocento y Zeta para potenciar la difusión del fin de semana

ABC MADRID

Los grupos Vocento y Zeta han alcanzado un acuerdo empresarial que pretende potenciar y favorecer conjuntamente sus sinergias comerciales y las de productos editoriales, sobre todo en lo tocante a los suplementos de fin de semana.

En concreto, «El Periódico de Cataluña» integrará a partir del próximo 1 de enero de 2016 la revista «Mujer Hoy», publicada por Taller de Editores, dentro de su oferta de fin de semana, poniendo a disposición de sus compradores en esa comunidad autónoma la revista femenina más leída del país, así como el suplemento trimestral «MujerhoyModa».

Además, la venta de publicidad del suplemento dominical «XLSeamánal» y «El Dominical» de «El Periódico» pasará a gestionarse a través del equipo comercial del Grupo Vocento.

Ambos grupos de comunicación trabajan en otros proyectos con el objetivo de mejorar sus coberturas geográficas, con una decidida visión editorial que satisfaga a los lectores y sirva como plataforma de desarrollo para los anunciantes.





Unidad Editorial baja un 8,7% sus ingresos, hasta los 234 millones

Su matriz pierde 126,4 millones en los tres trimestres del año

Eva Díaz MADRID.

Los ingresos de Unidad Editorial han caído un 8,7 por ciento durante los tres primeros trimestres del año. La compañía presidida por Antonio Fernández-Galiano ha pasado de facturar 257,1 millones de euros hasta septiembre de 2014 a ingresar 23 millones menos este año, hasta los 234 millones, según publica su matriz RSC Group en sus cuentas trimestrales. Por otro lado las cuentas de la italiana han cerrado el tercer trimestre de 2015 con un resultado neto negativo de 126,4 millones de euros.

El *ebitda* de Unidad Editorial ha mejorado un 89,3 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior, aunque aún continúa en *número rojos*. La empresa acumuló un *ebitda* negativo hasta septiembre de 2014 de 21,5 millones de euros, mientras que en 2015 se redujeron hasta los 2,3 millones de euros, también

15

POR CIENTO

Es la caída de la difusión del diario 'El Mundo', principal cabecera del grupo editorial.

en negativo. Sin embargo, comparando el *ebitda* del último trimestre, es decir, desde julio a septiembre, los *números rojos* han aumentado. Unidad Editorial pasó de tener un negativo de 4,9 millones de julio a septiembre de 2014 a ser de 5 millones en los mismos meses de este año.

Caída de la difusión

Los tres periódicos de la compañía han perdido difusión en los tres primeros trimestres del año, según revela el grupo matriz. El diario *El Mundo* ha sufrido una caída del 15 por ciento, tras pasar de una difusión de 184.000 ejemplares hasta septiembre de 2014, a 156.000 ejemplares.

El deportivo *Marca* le sigue muy de cerca con una reducción de la difusión del 1,3 por ciento, pasando de los 188.000 ejemplares de 2014 a los 163.000 de este año. Finalmente, *Expansión* se ha desplomado un 6 por ciento. El económico ha pasado de tener una difusión de 41.000 ejemplares hasta septiembre de 2014 a los 39.000 ejemplares en el mismo periodo de 2015.



Els editors espanyols contradiuen el 'New York Times' i defensen la credibilitat dels seus diaris

L'Associació d'Editors de Diaris Espanyols (AEDE) va emetre ahir un comunicat en què defensa "la llibertat de premsa a Espanya, un país que es caracteritza per la pluralitat mediàtica". El document és una resposta a l'article publicat la setmana passada pel *New York Times*, en què el diari nord-americà alertava de la pèrdua d'objectivitat dels mitjans espanyols. Els editors espanyols titllen aquestes acusacions de "caricatura de la realitat informativa" espanyola. El diari nord-americà donava veu a diversos periodistes espanyols que constataren la pèrdua d'independència derivada dels ajustaments que havia necessitat el sector, entre altres factors. Una de les fonts era el veterà periodista Miguel Ángel Aguilar, d'*El País*, que, arran la publicació de l'article, ha vist com es prescindien dels seus serveis a la capçalera del grup Prisa.

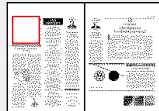
En tot cas, per defensar el seu punt de vista, els editors destaquen "els nombrosos



EFE

casos de corrupció" que han destapat els diaris, i reivindiquen "la investigació i la rigorositat per les quals es regeixen les seves redaccions".

D'altra banda, ahir *El País* va deixar de publicar per sorpresa el quadernet setmanal amb continguts del *New York Times* que distribuïa des del 2004, que ja no tornarà a aparèixer. Alhora, el diari de Prisa dedicava un article a relatar els "problemes econòmics" que "limiten l'expansió" del rotatiu dels Estats Units en el mercat llatinoamericà (al qual també aspira *El País*). **À.G./A.C.R.**



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

‘El País’, contra el ‘New York Times’

Article a *El País*: “Els problemes econòmics limiten l’expansió del *New York Times*”. Arriba una setmana després que la Dama Grisa recollís els problemes de credibilitat de la premsa espanyola i assenyalés, entre els afectats, *El País*. El rotatiu de Prisa ha dictat dues represàlies, contra el *NYT*: eliminar el quadernet amb temes seus traduïts a l’espanyol i aquest article sobre els problemes econòmics que travessa. Uns problemes que ja els voldria *El País* perquè, en el cinquè paràgraf, la peça admet que el *Ti-mes...* està en beneficis! Ells en canvi arrossegueu 12 milions de pèrdues fins al setembre. L’article, a més, fa un retrat ben poc falaguer de Carlos Slim, l’inversor mexicà amb qui el diari novaiorquès vol atacar el mercat llatinoamericà. El to no té res a veure amb el que, el 19 de novembre del 2011, feia servir *El País* quan Slim es convertia en accionista seu: aleshores en lloaven la gran labor filantròpica, per exemple. Què ha passat entremig? Doncs que Slim ha diluït al mínim la seva participació al diari espanyol, en no acudir a les successives ampliacions de capital. La peça d’*El País* obviava, per cert, esmentar aquesta relació del magnat amb el diari. Ja ho diu la dita: Roma no cita traïdors.



EL TS ANULA LA CONDENA A LOS RESPONSABLES DE YOUKIOSKE.COM

F. VELASCO- Madrid

El Tribunal Supremo ha anulado la condena de seis años de cárcel que impuso la Audiencia Nacional a dos administradores de la web www.youkioske.com por difundir a través de internet sin autorización el contenido de periódicos y libros. La Audiencia los consideró culpables de un delito contra la propiedad intelectual y otro de promoción y constitución de una organización criminal.

Sin embargo, ahora el Supremo anula esa sentencia y obliga a que se dicte una nueva resolución porque en la ahora revocada «no relaciona libros sobre los que se haya realizado la conducta típica del delito, ni señala los objetos de la propiedad intelectual transgredidos».

La Sala de lo Penal del TS destaca que si se afirma que se han comunicado públicamente libros deberá señalarse qué libros han sido objeto de un acto lesivo: si de revistas, cuáles e, igualmente, de periódicos, especificando si, en concreto, sus contenidos de propiedad intelectual habían sido o no divulgados en internet por sus titulares. También deberá motivarse en la nueva sentencia, subraya la Sala, si el acto realizado puede considerarse un acto de comunicación pública en la medida en que los contenidos objeto de protección penal ya habían sido comunicados por los titulares del derecho, además de la regularidad de la clausura de la página, y en qué medida esa actuación policial ha impedido la acreditación de los hechos.



Cristina Sen, premi de Comunicació No Sexista

► La periodista de *La Vanguardia* Cristina Sen va rebre ahir el premi de Comunicació No Sexista 2015 que atorga l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya. L'organització destaca el "periodisme rigorós i de qualitat" de la periodista en els reportatges publicats en les secció de Tendències d'aquest diari sobre temes socials, amb inclusió d'homes i dones. L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya atorga anualment aquests guardons des de fa 23 anys per promoure i recompensar els mitjans de comunicació, les institucions i els professionals que amb la seva tasca diària ajuden a construir una realitat sense biaixos sexistes. Els premis



La periodista Cristina Sen

tenen en compte tots els mitjans de comunicació actuals, des dels diaris generalistes fins a les publicacions especialitzades en temes de gènere. Igualment, el periodisme que promociona l'esport femení. / Redacció



L'ARA, primer diari a internet i tercer en paper segons el CEO

Les últimes dades del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat situen l'ARA.cat com el diari *online* preferit pels catalans a l'hora d'informar-se d'assumptes polítics: el 14,1% dels enquestats declaren escollir-lo, per sobre del 13,0% que opten per Vilaweb i l'11,6% que es decanten

per l'edició digital de *La Vanguardia*, que cau a la tercera plaça després de liderar en l'onada anterior. Pel que fa a l'edició en paper, l'ARA millora notablement els seus resultats i passa del 7,4% de les respostes fins al 10,5%, la qual cosa el consolida com a tercer diari de Catalunya.



espia
GASTRONOMIA

FOTÒGRAF AMB ESPUMA

EL LLEGAT EN BLANC I NEGRE D'UN CERVESER

TEXT LUIS BENAVIDES



Un jove posa a l'estudi amb l'artefacte de moda: una càmera.

CINC LLETRES: MAHOU. Des de fa 125 anys, ni més ni menys, associem aquest cognom a una marca de cervesa i, encara que té origen francès, ara sona tan castís com ballar un xotis a la Puerta de Alcalá. Bastant més desconeguda és la relació del cognom amb la fotografia. Però el cert és que Alfredo Mahou i Solana (1850-1913), fundador

juntament amb la seva mare i germans de l'empresa, passarà a la història com un dels fotògrafs costumistes més importants del segle XIX.

Mahou va descobrir la fotografia amb només 20 anys després de viatjar per Europa buscant maquinària per al negoci familiar, una fàbrica de paper pintat amb un

nom tan artístic com altisonant: *Arco iris. Gran fàbrica de colors al temple y al olio.* En aquest revelador viatge de negocis va descobrir la màgia de la fotografia, una tècnica en auge, capaç de conservar moments per a l'eternitat a cop de pols de magnesi.

Poc després, el 1870, un jove Mahou va obrir el seu propi estu-

di fotogràfic, Almayso, acrònim format amb les dues primeres síl·labes del seu nom i cognoms, en una fàbrica situada al número 29 del carrer d'Amaniel, on dues dècades després la seva família començaria a elaborar litres i litres de cervesa seguint una exitosa recepta alemanya.

Per sort, Don Alfredo va poder



Una família (1), sobre unes roques d'atrezzo, posa a l'estudi Almayso. En aquest mateix espai també es van preparar els retrats de la dona de camp (2) i del jove amb la bicicleta (3). Don Alfredo també treia la càmera al carrer per retratar usos i costums d'una època. El berenar campestre (4) i les tres noies de bona família (5) a la Puerta del Sol en són bons exemples.

compaginar aquesta afició amb les seves obligacions al capdavant de la nova empresa familiar: una fàbrica de gel i cervesa originalment coneguda com a Hijos de Casimiro Mahou.

EL FONDS D'ALMAYSO, amb més de 6.000 originals i negatius, retrata la societat espanyola i, més concretament, la ciutat de Madrid des de finals del segle XIX fins a principis del XX. I és que l'estudi de Don Alfredo es va convertir en un lloc de pelegrinatge obligat per als seus veïns. Lluny de ser un espai exclusiu, només accessible per a les butxaques acabalades, Almayso obria les seves portes a tot el poble madrileny. Així, pel seu plató van desfilar i van posar persones de totes les edats i estrats socials.

Es deixaven immortalitzar en el paper, la majoria per primera vegada, sense saber que aquella captura transcendiria en el temps i constituïria més de 100 anys després un esplèndid document gràfic, entre la història visual i la sociologia. L'única pega de l'arxiu de la família Mahou, per posar-ne alguna, és la falta d'informació complementària. Les identitats dels retratats, així com la majoria de les dates, es van perdre pel camí. En qualsevol cas, una imatge val més que mil paraules, i una observació atenta a qualsevol de les fotos d'Almayso descobreix una pila de detalls més.

Don Alfredo va ser un pioner pel que fa a la tècnica, ja que en els seus primers treballs s'observen les primeres experimentacions amb l'edició i el muntatge fotogràfic. També proporcionava material fotogràfic als seus col·legues a través de la seva botiga Mahou i Salvi al carrer d'Espoz y Mina, al barri de Las Letras. En aquesta botiga, asseguren els entesos, es va posar la llavor de la Reial Societat Fotogràfica, fundada el 1899 i encara en actiu. **DOM**



MAÑANA MEDIOS JORGE BENÍTEZ



cero, según se mire. En esta clasificación impacta vernos en el último puesto. Si la realidad pone en duda esta posición de España en este ranking de 12 países, surge una incógnita: ¿por qué los españoles no reconocen consumir este tipo de noticias?

«La gente tiende a lo políticamente correcto. Por eso se miente mucho más en una encuesta, porque no hay nada que perder», apunta Enrique García Huete, terapeuta clínico y director de psicólogos del proceso de selección de *Gran Hermano*.

La información rosa cuenta con dos gigantes televisivos que desmontan ese poco interés declarado. *Sálvame* (Telecinco) en sus distintas versiones tiene una audiencia media del 17,6% y el decano del género —*Corazón* (12,5% de audiencia)— ya ha superado los 5.000 programas en la televisión pública. Fuentes de TVE confirman que más de 28 millones de españoles lo han visto al menos una vez este año.

EFEECTO 'TERCERA PERSONA'. Los sociólogos consultados advierten que es necesario saber cómo se plantea la pregunta y el perfil del encuestado. Sin embargo, reconocen que en un tema como el del corazón el «prestigio social» es determinante. Esto es conocido como el efecto *tercera persona*, nombre técnico del «yo no, eso le pasa a los demás». Un automatismo que se utiliza cuando una persona considera que un mensaje persuasivo no le influye, cuando en realidad sí lo consigue. Resulta muy común en publicidad y en consultas sobre temas que provocan rechazo o pudor.

«Hay que tener en cuenta que el prestigio social no sólo es exterior, es también la imagen de lo que pensamos de nosotros mismos. Muchas veces nos hacemos trampas al solitario», aclara José Miguel de Elías, director de análisis de Sigma Dos.

La prensa escrita también tiene mucho que decir sobre gustos. Exhibe un *collage* que incluye todo tipo de lectores y visiones. Desde el glamour del posado *jet set* que se ve en el *Hola!* hasta la mala leche del *Cuore* con la que un pie de foto

ADICTOS AL CORAZÓN

TE GUSTA LA PRENSA ROSA. NO LO NIEGUES

Sólo un 7% de los españoles admite que consume información de famosos. La realidad lo desmiente

LOS ANUNCIANTES SE equivocan. Los programadores de las cadenas también se equivocan. Los audímetros sufren oscilaciones inexplicables que distorsionan sus mediciones. La información rosa es un fenómeno paranormal socio-

lógico. Se oye, se siente, pero nadie la ve. O, al menos, eso se deduciría del informe anual sobre periodismo del Instituto Reuters, que apunta que sólo el 7% de los españoles consultados muestra interés por las noticias del corazón, mientras que Japón (29%) es el más apasionado por el mundo *celebrity*... o el más sin-



El corazón, en cifras

1997

nace 'Tómbola', el programa que revoluciona el mundo rosa.

70

países donde se distribuye 'Hola!', la publicación más internacional

3,2

millones de lectores semanales tiene 'Pronto'. Es líder

5.000

programas de 'Corazón' en TVE

1º

'¡Qué me dices!' fue pionero en pasar de la TV al kiosko

1,5

millones por la exclusiva de la boda de Borja Thyssen

dedicado a Kim Kardashian se transforma en una oda a la celulitis. Un dato sobre la fortaleza de papel *couché*: la suma de las cuatro revistas más vendidas (*Pronto*, *Hola!*, *Lecturas* y *Diez Minutos*) superan los siete millones y medio de lectores semanales.

Es cierto que se ha registrado un descenso en la oferta televisiva en los últimos años, pero su seguimiento e influencia siguen siendo indiscutibles. Que se lo digan a Pedro Sánchez, secretario general del PSOE, que llamó en directo a *Sálvame* cuando Jorge Javier Vázquez dijo que dejaría de votar a los socialistas si estos no prometían la prohibición del Toro de la Vega de Tordesillas. «*Sálvame* es un referente social» declaró Sánchez poco después.

La popularidad de las andanzas de Belén Esteban o de una noche en la ópera con Vargas Llosa y la Preysler se debe, según el profesor

28 MILLONES DE ESPAÑOLES HAN VISTO 'CORAZÓN' A LO LARGO DE 2015

Fermín Bouza, especialista en Opinión Pública y Comunicación de masas, al regreso a la comunidad perdida. «Antes, en los pueblos, la cercanía y los chismes estaban en la calle. Estos programas restauran de cierta forma esta vida comunitaria», explica. Hemos pasado de cotillear sobre la vecina del quinto al juicio sumario en *prime time*.

La emisión más vista de *Sálvame* de 2015 fijó a más de dos millones y medio de personas delante del televisor. Aquel día los colaboradores del programa hicieron de modelos en una pasarela. En este desfile *Victoria Secret del cotilleo*, María Patiño fue elegida la mejor modelo por la audiencia y Karmele Marchante la peor. La periodista catalana aceptó el veredicto con deportividad.

Los datos de Reuters dicen que otros países reconocen más su pasión por lo frívolo. Pero esto no im-

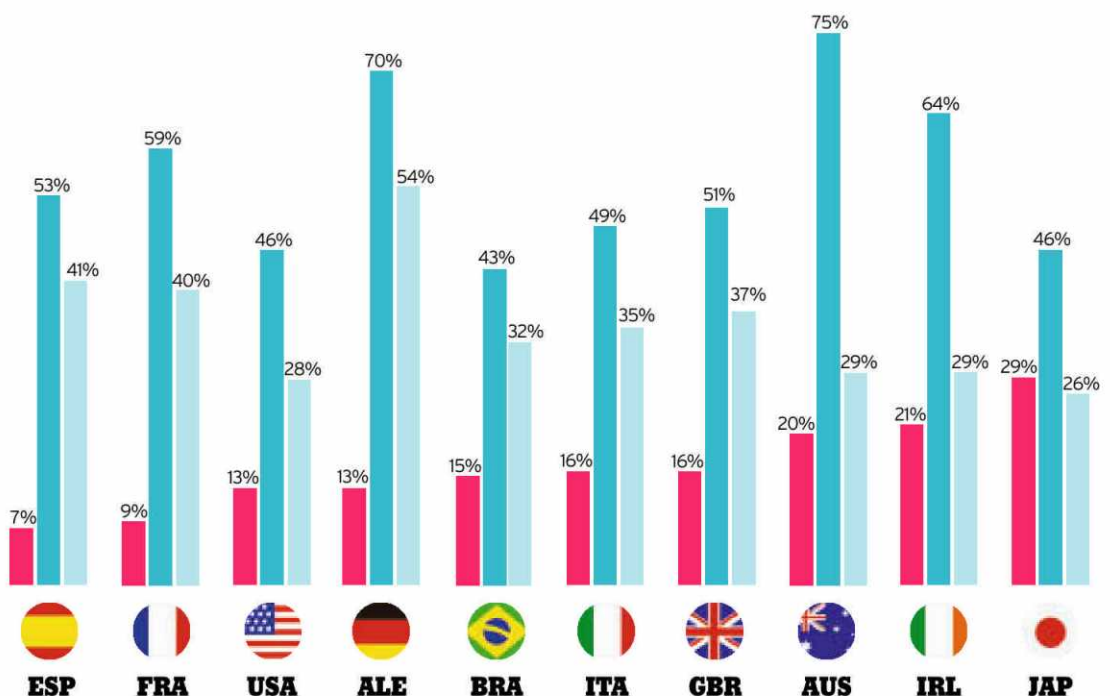
plica que los españoles mientan más. Para Bouza es tan sencillo como que este tipo de información está más desprestigiada en España que en otros países.

Para Josu Mezo, profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha y editor del *Malaprensa*, blog que denuncia las malas interpretaciones estadísticas publicadas en los periódicos, el *Spain is different* es una leyenda urbana que circuló mucho tiempo entre los sociólogos. «Antes se pensó que las equivocaciones de las encuestas electorales se debían a que al venir de una dictadura la gente era más reacia a hablar con sinceridad de política. Se ha demostrado que no. En otros países con más tradición democrática también se equivocan las encuestas».

El corazón late. Si la curiosidad es el impulso humano que oscila entre lo grosero y lo sublime, la estadística parece incapaz de derrotar a lo políticamente correcto. De hacerlo, Jorge Javier Vázquez estaría buscando un empleo. Quizás como locutor de los documentales de La 2. @jorgebmontanes

NOTICIAS QUE DICES QUE TE INTERESAN

● CORAZÓN
 ● NOTICIAS INTERNACIONALES
 ● INFORMACIÓN REGIONAL



FUENTE: REUTERS



SANTIAGO SEQUEIROS

CARTAS A K.

ARCADI
ESPADA

La ce(n)sura de España

Mi liberada:

Recuerdo de modo vívido aquella vez en que hablando del *New York Times*, y queriendo yo mortificarte, te comuniqué que el *Times* era un gran diario de provincias. Me mandaste que callara y aprendiera inglés. Pero la sentencia era irrevocable. Si el *Times* aplicara a los asuntos locales la falta de atención, de ecuanimidad y de rigor que aplica a los españoles y a otros muchos asuntos internacionales, sería un pobre diario provinciano. Su grandeza reside en que su rigor provincial es notable y que América es la primera provincia del mundo. El *Times* es hoy el representante principal, como lo era antes *Le Mon-*

de, de la *prensa extranjera*, ese argumento de autoridad del antifranquismo, convertido hoy en una garantía bastante fiable de imprecisión y, a veces, de inmoralidad. Esa prensa tiene dos debilidades: la Guerra Civil española y la dictadura de Franco, un único asunto que incluye sol, flamenco y sexo, que se proyecta a cualquier forma de la actualidad y del que solo escapan las secciones importantes del periódico, como la gastronómica, capaz de darle a Ferran Adrià la portada del *Magazine* el año crucial del aire de zanahoria.

Hace una semana, el corresponsal del *Times*, Raphael Minder, escribió una nota sobre el estado de la libertad de expresión en España. La nota, ni-

destacaba por la selección de personal. Una de las especialidades de Minder es la de elegir, entre los que poco cuentan, a los que menos tienen que contar. De ello ya había dado sobradas muestras en alguna de sus crónicas sobre la tumoración nacionalista. Me preocupó, liberada, el no verte citada entre las 20 personas que Minder juzgaba como imprescindibles para entender las elecciones catalanas, al lado de gigantes como Liz Castro, Edward Hugh, Salvador García Ruiz o Pau Gasol. Para armar sus crónicas un periodista puede elegir a gente de importancia aunque lo que digan no la tenga. O bien a gente cuya única importancia esté en lo que diga. Aunque lo más sencillo es dar con gente irrelevante que solo diga cosas irrelevantes, y en España, además, tenemos la suerte de que Ignacio Escolar esté siempre a mano.

La nota de Minder tenía otro objetivo, ya muy convencional: demostrar que el Gobierno de la derecha atenta contra la libertad de expresión. La combinación de un poder político que amordaza por ley y unos medios endeudados, en manos de bancos y multinacionales, habría producido el colapso. El aparato fáctico de la nota era prácticamente nulo: unas protestas archisabidas del Comité profesional de RTVE sobre el tratamiento del caso Gürtel, y unos artículos sobre Qatar y Telefónica (de los que no se ofrecen más datos) que el diario *El País* no habría querido publicar porque Qatar y Telefónica contribuyen decisivamente a su negocio. Las opiniones, por contraste, eran abundantes. Y a uno de los opinantes le salieron caras. Miguel Ángel Aguilar, el columnista de *El País*, formulador brillante de la ley de gravitación informativa, dijo: «Trabajar en *El País* era el sueño de cualquier periodista español. Pero ahora hay gente tan desesperada que se está yendo, a veces incluso con la sensación de que la situación ha alcanzado niveles de censura». A los pocos días le llamó el subdirector José Manuel Calvo y le dijo que si estaba tan incómodo en el diario mejor que se fuera. Él trató de convencerles, como gato viejo, de que iba a ser peor el remedio que la enfermedad, pero fueron inflexibles. Y ha sido peor, en efecto. Porque el único elemento fáctico, veraz e importante, de la crónica de Minder ha sido el despido de Aguilar.

En el *Times*, gran periódico, hay de todo: están los Jayson Blair y luego estos *minders*, fenómenos que consiguen que la realidad les premie una infima historia. El director de un periódico tiene el derecho, y sobre todo tiene el poder, de no publicar lo que le desagrada y no está obligado a dar mayores explicaciones públicas. Comprendo que algunos columnistas crean que escriben en régimen de copropietarios, pero se trata de una ilusión que da despertares ácidos. En cambio un director de periódico si tiene la obligación de dar cuentas de las mentiras que publica. Por ceñirnos al que nos ocupa: no debe dar cuentas de las columnas de Aguilar que no publicará, sino de las 169 portadas calumniosas que dedicó al ex presidente Francisco Camps. Algo que los *minders* de nuestro mundo no están en disposición de comprender es que la libertad de expresión en las democracias está mucho más amenazada por las mentiras exhibidas que por las verdades

ocultas. Más por la conjura de los necios que por la conspiración de los torvos. Y que el castigo, social, jurídico, profesional, por la diseminación de las mentiras es uno de los graves problemas pendientes que tiene la democracia. Hace pocos días, y a propósito de una información que había publicado este periódico que no lees y debieras, el auto de un juez decía que los periodistas no tienen la obligación de la verdad. Cuando desatado de los nudos de su gramática imposible recuperé la libertad y el sentido, comprendí que la declaración solo era el paso previo para separar la Justicia de la verdad, un asunto en el que ya hay muchos jueces empeñados, sobre todo por vagos. Por lo demás, el despido de Aguilar es feo y jorobado: la cau-

«El director de un periódico tiene el derecho de no publicar lo que le desagrada»

«En cambio tiene la obligación de dar cuenta de las mentiras que publica»

«En torno a la libertad de expresión el excepcionalismo existe»

sa no ha sido una columna publicada o silenciada en su periódico sino un entremuchado, bastante trivial por lo demás, recogido en una nota. Al trasluz del asunto se vislumbra un castigo más *ad hominem* que *in texto* y esa manera de acabar con el trabajo de alguien es especialmente injusta y desagradable.

Uno de los tópicos por los que has sentido siempre más cariño, liberada, es el excepcionalismo español, al que con fervor se apunta siempre la *prensa extranjera*. He de reconocerte, sin embargo, que en torno a la libertad de expresión el excepcionalismo existe. La libertad de expresión estuvo bajo mínimos durante muchos años en el País Vasco del miedo. Hazte con el informe que ha coordinado Maite Pagaza sobre los profesores de la universidad vasca que estuvieron frente y debajo de ETA. Los que hablaron. Los que callaron. Y pásaselo a Minder. Yo le pasaré también algún telegrama (y *El libro negro sobre el periodismo en Cataluña*, que publicó Jordi Pérez en *El Español*) para que aprenda cómo los medios de comunicación catalanes construyeron la ficción del separatismo y cómo aún hoy siguen ignorando obscenamente el punto de vista político de la mayoría de los ciudadanos catalanes.

El problema de la libertad de expresión de España. El único existente, si hablamos del asunto. Y el único que merece la atención de América, porque es el único sin Enmienda.

Sigue ciega tu camino, tú.

A.

Ps/. *Aux larmes, citoyens*. No vayamos a criminalizar al Islam.



CARRETERES SECUNDÀRIES BRU ROVIRA

EL VALOR DE LA PARAULA, EL VALOR D'ESCOLTAR

EL FET QUE EL NOU PREMI NOBEL DE LITERATURA l'hagi rebut una escriptora, Svetlana Aleksíevitx, que només tenia un llibre traduït al castellà -ara ja en té dos: *correm-hil-*, i fins fa unes quantes setmanes no se n'havia publicat cap en català, és prou significatiu de l'escàs valor que avui donem a la paraula.

La paraula enraonada, s'entén. La paraula com a relat de les emocions i de l'experiència humana de la vida. La paraula que serveix per explicar-nos a nosaltres mateixos i fer-ho amb el màxim de punts de vista possibles. La nostra percepció del món -deia Hannah Arendt- està condicionada pel lloc on ens toca viure. I són només les paraules, el fet de parlar -afegia-, el que ens permet experimentar el món com un espai comú. La pèrdua de la narrativa general sobre el món reforça la sensació de fugacitat i fa que la vida se'ns presenti sense sentit, adverteix el filòsof Byung-Chul Han quasi un segle després d'Arendt.

Potser el jurat del Nobel coincideix amb aquest fatal diagnòstic de Han sobre la fragilitat del valor de la paraula. Potser per això mateix, aquest any ha decidit cridar l'atenció fixant-se precisament en una escriptora de llengua russa que converteix la paraula, la paraula de la gent, la paraula del poble, en el relat d'una obra colossal dedicada a la història viscuda per ella mateixa; el seu país -abans l'antiga URSS-, els seus veïns, els seus contemporanis. Una història que transita per la guerra com a tragèdia i continua amb el relat al·lucinant de la catàstrofe nuclear de Txernòbil: la crònica del futur.

"A tot arreu hi ha textos. Als apartaments de la ciutat, a les cases del camp, als carrers, al tren... Estic escoltant... Em converteixo en una gran orella ben oberta que escolta una altra persona. *Llegeixola veu*", escriu Aleksíevitx en el llibre que recull els testimonis de les dones que van lluitar a l'Exèrcit Roig durant la Segona Guerra Mundial. No li interessa, però, la veu dels poderosos. Ella vol convertir en literatura la veu de la gent senzilla. Escriure la Història a través de les percepcions dels més humils, dels protagonistes anònims.

"En el seu llibre -li recrimina el censor de *La guerra no té rostres de dona-*, la nostra victòria és espantosa... Què pretén?" "Busca la veritat", respon Aleksíevitx. "Per a vostè, la veritat és en la vida. Sota els nostres peus. Al carrer. És una veritat tan baixa, tan terrenal. Vostè s'equivoca. La veritat és el que somiem. És com volem ser!", s'exalta el censor.

"Nosaltres esperàvem que ens ho expliquessin per la televisió -diu un dels afectats de Txernòbil-. Que ens diguessin com ens podíem salvar. En canvi, els cucs... Els cucs més comuns s'enterraven a la terra, a més de mig metre de fondària i fins i tot a un metre. Però nosaltres

no enteníem res. Cavàvem i cavàvem. I no trobàvem ni un sol cuc per anar a pescar..."

Nascuda l'any 1948 a Bielorrússia, Aleksíevitx, que escriu en llengua russa, és la primera periodista que rep el premi Nobel de literatura. Mai el periodisme -que és l'escriptura de la realitat sense el recurs de la ficció- havia merescut aquest guardó consagrat a la literatura. Però, com el lector descobrirà aviat, el periodisme d'Aleksíevitx -emparentat amb el del polonès Kapuscinkí, nascut també a Bielorrússia- és avui un periodisme que va contra corrent. I no només va contra corrent perquè, com diem en començar l'article, és una escriptura que es fonamenta en el valor de la paraula -pensar, escoltar, parlar, escriure, llegir... quina lentitud tan insuportable per als mitjans de comunicació actuals!, sinó també perquè la posició és humanista, parteix del valor de les persones com a subjectes d'una Història que només elles poden expressar. El periodista, com diu Aleksíevitx, "és una gran orella".

Aquesta voluntat irrenunciable de donar la veu a les persones significa, d'altra banda, una posició política ben definida. "Ens agradaria -explica Aleksíevitx- que el mal fos una cosa simple: Bèria, Stalin... Però el mal és més difús, el trobem de manera dispersa a dins de cadascun de nosaltres. És per això que jo escric. No pas per oferir un catàleg dels horrors. Ho faig perquè cadascú pugui trobar per si mateix la seva part d'humanitat i aprendre a preservar-la. Són decisions que ens concerneixen en cada instant de la vida: si et diuen que has d'anar a una manifestació per donar suport a Putin, fes-te tu mateix algunes preguntes!"

Pensar per tu mateix!, aquest hauria de ser el lema del periodisme. No cal que hi donem gaires voltes: avui els mitjans no s'interessen per la vida de les persones, ni els preocupa "experimentar el món com un espai comú"... Avui, el consum, el control, la Veritat del censor -aquesta deformació de la realitat que exerceixen els poderosos per perpetuar el seu poder- ocupa el lloc de la paraula. Potser els llibres d'Aleksíevitx animaran alguns periodistes joves a recórrer el país amb una gravadora per tal de donar la veu a la nostra gent, habitants tots nosaltres d'un nou espai comú molt variat, amb massa ombres, grans silencis i un excés de propaganda de pa sucat amb oli. ■



L'escriptora bielorrussa Svetlana Aleksíevitx, en una imatge del 8 d'octubre, el dia que va saber que li havien concedit el premi Nobel, mentre esperava que comencés la roda de premsa.

VASILY FEDOSENKO REUTERS



Jaume Vilalta, al centre, amb els dos col·laboradors del Quèquicom, Pere Renom i Georgina Pujol. CCMA

Periodistes de bata blanca

El periodisme científic acostava la ciència a la ciutadania, però continua tenint poc pes als mitjans

MARTA ROCA
BARCELONA

Va néixer l'any 2006 i des de llavors no ha parat de rebre reconeixements. L'últim ha sigut el premi Boehringer Ingelheim al periodisme en medicina, un dels guardons més prestigiosos en l'àmbit del periodisme científic. És el programa *Quèquicom*, del 33. Malgrat tot, el seu director i presentador, Jaume Vilalta, defensa que ell no fa un programa de ciència, sinó un programa sobre la vida, i en declaracions a l'ARA reconeix que aquest és el format més difícil que ha fet mai. "Cada emissió és diferent perquè hem de pensar la història que ens portarà a construir el tema. Això vol dir que el cap no se'n pot rovellar mai".

Una de les claus del *Quèquicom* és l'ús de la metàfora. Vilalta recorda, per exemple, que per explicar la retirada de les bombetes incandescentes van introduir-ne una en un taüt. "Hauria sigut més fàcil dir que la UE volia retirar les bombetes in-

candescentes, però el llenguatge del programa és la metàfora i això és el que ens ha acostat a la gent".

Hi ha temes que els han requerit una dedicació d'entre dos i quatre anys abans de trobar com explicar-los. Són conceptes televisivament invisibles, com els àtoms i el temps. Però més enllà de la dificultat estètica per explicar la ciència, pel que fa al contingut l'exigència persisteix, i els temes que es tracten són tan amplis que cal reduir els conceptes, així com simplificar el llenguatge.

En la mateixa línia, Cristina Sáez, periodista *freelance* especialitzada en ciència i recent guanyadora del premi Boehringer Ingelheim en la categoria de periodisme imprès per un reportatge a *La Vanguardia*, opina que "l'únic que cal pensar és el sentit i l'interès de tractar certs temes". Tanmateix, Sáez reconeix que és difícil publicar una notícia sobre ciència en un mitjà imprès, i admet que, més enllà de les principals capçaleres, encara hi ha molts diaris que no disposen de periodistes especialitzats en ciència. "A Espanya

Difusió
Les notícies científiques encara costen de publicar als mitjans espanyols

Retallades
Espanya és l'únic país europeu que ha reduït la inversió en R+D

la ciència està menys valorada que als països anglosaxons. Els telenotícies locals de San Diego, per exemple, emeten notícies sobre ciència cada dia. En canvi, perquè això passi aquí, la notícia ha de ser molt transcendent", explica Sáez.

Aquesta infravaloració podria atribuir-se a la manca de tradició científica espanyola, un llast que ha crescut amb la crisi. Segons l'últim informe de la Fundació Cotec per a la Innovació, la inversió en R+D a l'Estat ha caigut fins a arribar als nivells de l'any 2003, i de fet Espanya és l'únic país europeu que ha reduït la despesa en aquest àmbit. Vladimir de Semir, director del màster en comunicació científica, mèdica i ambiental de la UPF, critica la separació entre la cultura científica i la lingüística existent al sistema educatiu espanyol. "En realitat tot forma part de la mateixa cultura, però en el nostre ensenyament no hem sabut incloure-hi la ciència, sempre s'ha vist com una matèria massa complexa". De Semir relaciona la discriminació del periodisme cien-

tífic amb l'organització dels mitjans: "La política i l'economia dominen les redaccions per una qüestió d'influències. Això provoca que la ciència es continuï veient com una cosa rara o com una secció en què només es parla de curiositats".

Amb la intenció d'acostar la cultura científica a la ciutadania, l'any 2008 la Fundació Espanyola per a la Ciència i la Tecnologia va crear SINC, la primera agència pública d'àmbit estatal especialitzada en notícies científiques. La seva coordinadora, Pampa García, es mostra optimista amb la situació actual del periodisme científic: "Cada vegada es fa més i millor periodisme científic en els mitjans estatals. Penso que s'ha entès la necessitat de dedicar-li un espai". En el terreny televisiu, hi ha múltiples programes d'entreteniment que dediquen part del seu temps a la ciència, un fet que García valora positivament: "El món de la ciència no és sagrat. Podem alegrar-nos que hi hagi gent que, en pijama i amb els peus sobre la taula, es diverteixi amb la ciència".



La conocida periodista, durante un receso de la entrevista concedida a ABC

ISABEL PERMUY

«Los periodistas han sufrido un trato indigno, es hora de levantarse»

Entrevista

Victoria Prego Candidata a presidir la APM

- ▶ La periodista defiende una asociación con más voz, un acuerdo estable para mantener el servicio médico y el amparo a jóvenes y mayores

FEDERICO MARÍN BELLÓN
MADRID

Victoria Prego (Madrid, 1948) recibe a ABC en su casa, donde explica con su característico timbre de voz –imposible no evocar los años de la Transición– las líneas maestras de su programa. El jueves concurre como candidata en las elecciones de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). Se enfrenta a la actual presidenta, Carmen del Riego. Es una mujer agradecida, después de superar un cáncer de pulmón y un ictus. «Estoy agradecida a los médicos, pero también a la Asociación. Y ahora que tengo un poco de tiempo y salud perfecta, quiero devolver un poco de lo recibido. Me presento por muchas cosas, pero mi motivo íntimo es ese».

Su salud no es la única que necesita recuperarse. «La profesión está en un momento muy complicado», diagnostica, «y la Asociación debe ser una voz que se escuche en defensa de la dignidad de la profesión, de sus derechos y de sus intereses, que están muy mermados». Casi retirada en un oficio en el que fue corresponsal de TVE en Londres y presentó el Telediario, por

poner dos ejemplos, se declara entregada a la causa, pero se niega a criticar a su rival. Prefiere disparar contra el gran enemigo: «Aprovechando la crisis, en su momento con motivo, se ha empezado a contratar a periodistas a unos precios intolerables. Se les somete a un trato indigno y hay que levantar la voz. Han sido subempleados y proletarizados», denuncia. El efecto es especialmente grave: «Es un oficio imprescindible en democracia. Para que una democracia sea tal, tenemos que tener un ámbito de ejercicio respetado y digno, para poder ser ecuanímenes y cumplir nuestra función».

Una vez señalado el mal, falta hallar la cura. «Para empezar, debemos



Labor fundamental
«Es un oficio imprescindible en democracia. Por eso es necesario que la asociación tenga una voz más potente»

protestar y crear un clima de opinión que permita un respaldo al periodista». Victoria Prego no hace demasiadas promesas, sin embargo. No quiere un programa demasiado político. «En primer lugar, no he ganado las elecciones. En segundo, no sé hasta dónde llegaremos. Pero que la Asociación debe tener una voz más potente, de eso no me cabe ninguna duda».

¿Están peor los mayores o los jóvenes de las redacciones digitales, por ejemplo? «Ambos grupos necesitan la atención intensa de la APM y su amparo». Sobre el convenio con la Comunidad por el servicio médico, anuncia que en 2017 volveremos a estar «colgados de la brocha». «Vamos a intentar un acuerdo estable que nos permita planificar el futuro con cierta tranquilidad». A la Comunidad de Madrid también le interesa, porque 7.500 asociados más los cónyuges y los hijos son veintitantas mil personas que de repente desembarcarían en el sistema público de salud, que pagan y ahora no usan», resume.

Prego abrirá asimismo el debate de la creación de un colegio profesional. «Me comprometo a estudiarlo, pero los colegios exigen una titulación muy precisa y no permiten el servicio médico». ¿Era más difícil en los años de la Transición? «No. Estábamos muy considerados y éramos respetados. Teníamos una libertad muy grande», dice. Ahora vivimos ruedas de prensa sin preguntas: «No deberíamos ni acudir. Es una pérdida de tiempo y de dignidad. A los periodistas los han tratado como carne de cañón, como personas sin criterio, como recaderos. No acuso a nadie, pero ha llegado el momento de levantarse».



El miércoles por la mañana recibí de un lector, Pedro Brañas, un correo con un enlace a un medio digital donde se informaba de que EL PAÍS había suprimido las columnas de Miguel Ángel Aguilar. De ser cierta la noticia, decía el lector, "ruego comunique mi más enérgica protesta a la dirección de ese diario". No era el único mensaje, más o menos condenatorio, que llegaba a mi buzón, en referencia a un tema que había revolucionado ya Internet.

La noticia procedía del diario digital *infoLibre*, y citaba "fuentes del entorno" del periodista, que decían: "Le llamó José Manuel Calvo, el jefe de Opinión, y le dijo que para liberarle de la presión que denunciaba en el artículo del *New York Times* quedaba suspendida su columna".

La información relacionaba la marcha del columnista con unas declaraciones tuyas contenidas en un artículo publicado el 6 de noviembre por *The New York Times* bajo el título *Los medios españoles se encuentran ahogados entre el Gobierno y la deuda*. Aguilar decía: "Trabajar en EL PAÍS era el sueño de muchos periodistas españoles. Pero ahora, hay gente tan molesta que se está yendo, a veces, incluso con la sensación de que se ha llegado a niveles de censura".

El fichaje o la marcha de colaboradores no es tema que me competa, pero Aguilar era una firma familiar y admirada por muchos lectores, algunos de los cuales se han dirigido a mí para

LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán

El final de una colaboración

La repentina supresión de las columnas de Miguel Ángel Aguilar ha provocado quejas de lectores y revuelo en Internet

pedirme datos y comunicarme su disgusto o su decepción.

Por ese motivo he contactado con Aguilar, quien, en un mensaje como respuesta a un correo mío, me advertía: "De ninguna manera querría incorporarme a lo que Rafael Sánchez Ferlosio llama el *victimato*". "Ni tampoco", añadía, "reescribir en términos hostiles mi historia de 25 años en EL PAÍS—de 1980 a 1984 en la Redacción y desde 1994 como columnista semanal—, llena de satisfacciones personales y profesionales". En conversación telefónica, más tarde, negó que sus declaraciones fueran una provocación y confirmó que lo publicado por *infoLibre* sobre su conversación con el jefe de Opinión de EL PAÍS se ajusta a la verdad.

Prescindir de Aguilar fue decisión del director, Antonio Caño, que explica sus razones en el siguiente mensaje: "Miguel Ángel Aguilar es el fundador y máximo responsable del periódico semanal *Ahora*, dedicado, como se describe en su cabecera, a la infor-

mación política, económica y cultural, y por tanto un competidor directo de EL PAÍS. En las semanas previas a la aparición de ese periódico, se le comunicó a Aguilar que su participación en ese proyecto era incompatible con la continuación de sus colaboraciones en EL PAÍS, puesto que ambos medios eran competencia. Posteriormente, el propio Aguilar confirmó esa rivalidad en una comunicación interna a los socios de *Ahora* en la que les manifestaba que su periódico venía a llenar un hueco existente en España, donde, según sus palabras textuales, no había en este momento ningún periódico 'que se pudiera llevar con orgullo bajo el brazo'. Aunque, por consideración a la buena relación con Aguilar, se le siguieron publicando artículos a la espera de que él mismo encontrara el momento apropiado para cumplir con nuestra petición de suspender la colaboración, nos vimos obligados a hacerlo finalmente tras leer sus comentarios en un artículo de *The*

Aguilar edita un periódico que es "competencia" de EL PAÍS, subraya Caño

New York Times que resultaban altamente injuriosos para este periódico, tan injuriosos y falsos que, desde luego, hubieran sido razón suficiente como para que dejara de colaborar".

"Nunca he puesto en cuestión el trabajo de Aguilar, ni tengo nada que objetar a sus ambiciones profesionales. Este periódico recogió, tanto en su edición impresa como digital, la salida de *Ahora* al mercado, y yo mismo saludé la aparición del nuevo periódico en mi cuenta de Twitter. A día de hoy, sigo deseándole lo mejor a ese proyecto. Aunque, tal y como establece el Estatuto de la Redacción de EL PAÍS, el director tiene derecho de veto sobre todos los contenidos del periódico, jamás permití o solicité que se tocara

una sola coma de los artículos de Aguilar, estuviera o no de acuerdo con su contenido. Este periódico ha mantenido una larga y satisfactoria relación de colaboración con Aguilar que solo ha tenido que ser interrumpida porque Miguel Ángel Aguilar ha creado su propio periódico, que, lógicamente, es el espacio más adecuado para que publique sus artículos. Que ese final haya resultado abrupto y haya sido motivo de la preocupación de algunos lectores se debe únicamente a la decisión de Aguilar de opinar sobre este periódico de forma injusta, como él sabe perfectamente".

"Los espacios de opinión de EL PAÍS no son propiedad de nadie, tampoco de los colaboradores que los ocupan durante un determinado periodo de tiempo. Sustituir a un columnista por otro no es un acto de censura, sino la lógica evolución de un producto informativo que trata de ir acompañado con los tiempos. Entiendo que algunos lamenten que Aguilar haya dejado de colaborar en EL PAÍS, pero estoy seguro de que su espacio será bien ocupado por otro periodista a la espera de una oportunidad".

Lo que no sé es el tiempo que se hubiera mantenido la columna de Aguilar de no haber existido esas declaraciones a *The New York Times*.

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico defensora@elpais.es o telefonar al número 913 378 200.



CULTURA ■ LA MOSTRA EN DÓNA UNA VISIÓ ÀMPLIA QUE COMPRÈN ELS ANYS D'ACTIVITAT DEL 1948 AL 1998

El Macba desgrana el procés creatiu del fotògraf Xavier Miserachs

Fins al 27 de març exposa imatges, fulls de contacte, revistes, articles i documents personals de l'artista barceloní

EFE

El Museu d'Art Contemporani de Barcelona (Macba) desgrana el procés de treball del fotògraf Xavier Miserachs a la mostra 'A.XMI', que es podrà veure fins al 27 de març. El museu presenta una selecció d'imatges, fulles de contacte, revistes, articles i documents personals extrets de l'arxiu Miserachs. A més, incorpora panells interactius que permeten al públic accedir a una part de l'extens fons del fotògraf que s'ha digitalitzat «per afavorir la difusió del material», segons explicà la responsable del Centre d'Estudis i Documentació del Macba, Maite Muñoz. El fons, que compta amb



El Macba exposa la mostra 'A.XMI, el Fons Xavier Miserachs', una selecció d'imatges, documents, llibres i revistes. QUIQUE GARCÍA/EFE

80.000 imatges fotogràfiques, 60.000 tires de negatius i 20.000 diapositives, va ser cedit per la família del fotògraf al museu el 2011, «amb l'objectiu de conservar, catalogar i investigar» el material. La selecció dóna una visió àmplia de l'obra del fotògraf català i recull

els seus anys d'activitat, del 1948 al 1998. Miserachs, que es va fer membre de l'Agrupació Fotogràfica de Catalunya amb només 17 anys, va col·laborar amb publicacions com *La Actualidad Española*, *Gaceta Ilustrada*, *La Vanguardia*, *Interviú*, *Boccaccio* i *Triunfo*.

El procés de treball analògic de Miserachs s'aprecia en els fulls de contacte. «Gràcies a això podem veure que potser la seva foto més coneguda, *El Born*, va ser presa en un primer intent, i com enquadrava les seves fotos amb tinta de bolígraf», explicà Maite Muñoz, la responsable de la documentació del Macba.

La mostra «vol fer visible la varietat d'àmbits en els quals Miserachs va desenvolupar la seva obra», que abraça des dels retrats de la vida quotidiana a treballs com a corresponsal, com la cobertura de les manifestacions del 68 a París per a la revista *Triunfo*», afegí Muñoz.

A banda d'un acostament a la figura de Miserachs, l'exposició reconeix la labor arxivística del Macba, que ha classificat i adaptat al públic el fons. El Macba continua així el seu reconeixement al fotògraf català després d'inaugurar el mes passat l'exposició '*Xavier Miserachs: Barcelona Blanco y Negro*', que reuneix les instantànies del fotollibre del mateix nom.



Joaquín Luna



Masclista el que ho llegeixi

Abandonat pels lectors i les lectores, sense colla –on éreu quan tant us necessitava?– i un divendres 13, l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya em va *distingir* a la gala dels Premis de Comunicació no Sexista 2015 amb el seu “toc d'atenció” per columnes “en les quals es transmet un discurs masclista i de poc respecte a les dones”.

Vostès són formidables, però ja estan avisats.

A més de rebre “un regal simpàtic”, havia de dir, naturalment, unes paraules a manera de ventafocs. I en una sala atapeïda del CaixaForum, aclaparadorament femenina, on les premiades –vuit– i els premiats –dos– compartien la seva alegria i rebien regals bonics.

Com s'agraeix la distinció per transmetre un “discurs masclista”? La dedico als meus pares? Al director de *La Vanguardia*, per apostar per les meves frivolitats, o a la directora adjunta, per ser dona i estar on està?

L'aplaudiment cortès em va fer pensar: sincera't i deixa de banda el text. Potser hauria de vigilar amb el llenguatge, però tampoc fins al punt d'es-

Com s'agraeix una distinció per “transmetre un discurs masclista”? La dedico als meus pares?

criure ‘explotador sexual’ allà on die “putero” (i ho faig pensant en el lector, lector de diaris).

El que no em veig és canviant de repertori: les paradoxes homes/dones. Riure'm d'elles i, encara més, de nosaltres, dels salts al buit d'un món on la família tradicional ja no és norma, i reflectir la perplexitat de gorilles com jo davant les relacions movedisses. I fer-ho amb la llibertat de les columnistes (va per vostè, Luz Mellado).

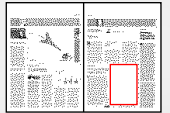
Vaig ser l'últim a qui van convidar a pujar a l'escenari. Tot un detall: de teloner, com suposava, res de res.

I vaig rebre sobre l'escenari el regal sorpresa. Jo m'esperava una molla que fes saltar un guant de boxa llançaganyos, una col·lecció de les ranxeres més masclistes de Jorge Negrete o un bon llibre de Margarita Rivière; i la capsua contenia el CD *Eines per visibilitzar les aportacions de les dones* i una còpia de la “Llei 17/2015 del 21 de juliol d'igualtat efectiva de dones i homes”. Suposo que l'hauria de llegir per evitar la caiguda irreversible en la delinqüència (diria que aquesta és una de les lleis no derogades per la República).

Vaig provar d'explicar-me sense entrar en justificacions: un lliurament de premis periodístics mai no pot convertir-se en un tribunal. I vaig citar la frase antològica de Giscard d'Estaing en el seu debat amb Mitterrand: “Vous n'avez pas le monopole du coeur”. Els sentiments no són monopoli de ningú. Vaig rebre un aplaudiment cortès i l'afecte d'algunes col·legues.

Nit llarga. Festa d'aniversari de Mònica C. Balsámica. Trucada d'en Basté: fem un especial París a RAC1. Adéu festa. Pas previ per la redacció, a mitjanit, fragor gloriós de l'hora de tancament en dies grans. Hi ha set periodistes, colze a colze: Elisenda Vallejo, Mayka Navarro, Gemma Saura i quatre homes, director inclòs.

Pas mal, mesdames, pas mal.



Les cares de la notícia



PRESIDENT DE LA REPÚBLICA DE FRANÇA

François Hollande**Dol i fermesa**

El president de la República, evacuat ahir de l'Estadi de França, va comparèixer públicament quan els atemptats s'estaven cometent i tant divendres com ahir va donar mostres de fermesa davant els atacs terroristes i de dol per la mort de tantes víctimes innocents. Avui, la gent de bé ha d'estar amb França.



CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS

TVC i Catalunya Ràdio**Rigor i professionalitat**

Periodisme i de primera és el que van fer divendres els professionals dels mitjans públics de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Mentre les cadenes espanyoles emetien programes d'entreteniment, el 3/24 i Catalunya Ràdio primer i TV3 després van mostrar què han de fer els mitjans públics.



CONSELLER D'INTERIOR

Jordi Jané**Pedagògic i conciliador**

El conseller d'Interior, Jordi Jané, va fer ahir una exposició serena i pedagògica de les mesures de seguretat adoptades per la policia catalana pels atemptats a França. I es va mostrar col·laborador amb el ministre de l'Interior reiterant que els Mossos i l'Ertzaintza han d'estar en el gabinet antiterrorista.





PREMIOS

Entregadas las Antenas de Oro en el Casino de Aranjuez

S. T. MADRID

La Federación de Asociaciones de Radio y Televisión de España entregó anoche sus Antenas de Oro en la XLIII edición de estos premios, en una gala que volvió a celebrarse en el Casino de Aranjuez. Entre los premiados, destacan Sergio Martín y Ángel Expósito, quien subió a Twitter un autorretrato de ambos, en el que felicitaba al responsable del canal 24 Horas por su cobertura de los atentados de París. El galardón, creado en 1962, reconoce la labor de los mejores profesionales de la industria audiovisual española.

Otros de los premiados fueron, en la categoría de radio, Alfredo Menéndez, Carles Francino, Javier Cárdenas y Luis Vicente Muñoz. En televisión, la lista incluía a Karlos Argui-



Ángel Expósito y Sergio Martín, dos de los ganadores

ñano, María Teresa Campos, Isabel Durán, la serie «La que se avecina» y el programa «Zapeando». Miguel de la Cuadra Salcedo, Luis del Olmo, José Ramón Díez y Manolo Jiménez se llevaron otra Antena por su trayectoria profesional.



El grupo PRISA amplía capital en 64 millones de euros

EL PAÍS, Madrid

PRISA, grupo editor de EL PAÍS, refuerza su capital. La empresa comunicó ayer a la Comisión Nacional del Mercado de Valores la decisión de llevar a cabo una ampliación de capital con la que la empresa captará 64 millones de euros. Las nuevas acciones serán suscritas por International Media Group, que podrá designar a dos consejeros de PRISA.

El consejo de administración del grupo, reunido ayer, acordó llevar a cabo una ampliación de capital por importe de 64 millones mediante la emisión de 6,4 millones de nuevas acciones a un precio de 10 euros por título. La ampliación se realiza con exclusión del derecho de suscripción preferente.

La ampliación sustituye a la anunciada el 27 de febrero pasado, cuyos términos quedan sin efecto, según explica la empresa. La operación se dirige a International Media Group, que, según el contrato de suscripción firmado el jueves 12 de noviembre con PRISA, suscribirá íntegramente la ampliación de capital.

Por medio del contrato de suscripción, PRISA ha asumido ciertos mecanismos antidilución por un periodo de tres años en favor de International Media Group, en los términos habituales en este tipo de operaciones.



TAC 12 i Mas Mag, premis de periodisme Mañé i Flaquer

Redacció / Infocamp

TORREDEMBARRA

L'Ajuntament de Torredembarra va lliurar divendres el premi de periodisme Mañé i Flaquer. La modalitat de periodisme turístic es va donar *ex aequo* a l'article *Nápoles: capital del Mediterráneo*, de la periodista Tiziana Trotta, publicat a la revista *Mas Mag*, la tardor de 2014, i al reportatge *Visitar un far del segle XXI*, realitzat per Neus Saltó i coordinat per Xavier Abelló, emès a TAC 12 el 22 de maig d'enguany. Els dos treballs es reparteixen un premi de 6.000 euros, patrocinat per Repsol. ■



Premi europeu de disseny per a l'ARA

El diari ha sigut distingit com la capçalera d'àmbit regional més ben dissenyada del continent



ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

El diari ARA ha sigut reconegut amb el premi European Newspaper of the Year, que anualment distingeix els rotatius més ben dissenyats del continent europeu. En concret, ha sigut premiat com la millor capçalera en la categoria de publicacions regionals, reservada als diaris d'àmbit subestatal, segons va fer públic ahir a la nit l'Oficina per al Disseny de Diaris, una entitat amb seu a Alemanya que organitza els premis des de fa 17 anys.

El jurat, format per una dotzena de periodistes i dissenyadors de diversos països europeus, ha reconegut l'ARA per "la seva excel·lència en el periodisme visual", i destaca que "moltes de les històries no estan escrites segons el model de reportatge tradicional, sinó que són una combinació de textos, fotografies i infografies", la qual cosa dona al diari un "estil semblant al d'una revista". El jurat considera "especialment remarcable" la "potència" de les portades de l'ARA, que molt sovint estan "centrades en un únic te-

ma", i es converteixen així en "pòsters que anuncien el contingut" d'aquella edició del diari.

El president de l'Oficina per al Disseny de Diaris, Norbert Küpper, hi afegeix encara un altre element, en aquest cas vinculat a l'edició digital, com els interactius especials dedicats a analitzar a fons alguns temes destacats de l'actualitat.

Segons els organitzadors dels premis, en aquesta edició s'hi van presentar 196 diaris de 26 països diferents, la qual cosa representa un lleuger increment en relació amb els últims anys. Els guardons es lliuraran la primera setmana de maig a Viena, en el marc del Congrés Europeu de Diaris, que se celebrarà aquells dies a la capital austríaca.

Küpper subratlla la rellevància que té per a una publicació el fet d'estar ben dissenyada: "És molt important, perquè fa més funcional el contingut i ajuda el lector a entendre millor el que se li vol explicar", assenyalava, en declaracions a l'ARA. En aquest sentit, considera que cal apostar per "una nova manera d'explicar històries", més visual, en què "les imatges juguin un paper més important", un element que, en la

La "potència" de les portades, que són com "un pòster" que anuncia els continguts del diari, i el pes de les imatges i les infografies a les pàgines interiors han sigut claus perquè el disseny de l'ARA fos reconegut. ARA

seva opinió, és fonamental especialment en un moment en què el periodisme s'està traslladant des del paper cap a internet. Malgrat tot, Küpper alerta que hi ha molts diaris que no han adaptat el disseny a les noves formes de consum. "A Europa hi ha uns 1.800 diaris, i d'aquests uns 200 s'han presentat al premi. Però això vol dir que n'hi ha 1.600 que no hi són, i que encara fan el mateix que fa 50 anys". "És una mica perillós per a ells", adverteix.

Abans de rebre el premi European Newspaper of the Year, el disseny de l'ARA -incloent-hi els suplementos i la web- ja havia sigut reconegut en altres ocasions: la filial ibèrica de la Society for News Design li ha atorgat 12 premis entre les edicions del 2012, el 2014 i el 2015, i els dos últims anys també ha sigut distingit pels premis Laus en diverses categories. Al marge d'això, la setmana passada el director del diari, Carles Capdevila, va rebre el guardó Marta Mata per la seva contribució al món educatiu, i la crítica de televisió Mònica Planas va ser distingida amb un dels premis de comunicació no sexista de l'Associació de Dones Periodistes. ■

El palmarès

Quatre diaris més han sigut distingits en altres categories

'Kvinnheringen'

En l'apartat de diaris locals, s'ha endut el premi Kvinnheringen, un rotatiu que es publica des del 1973 a la ciutat noruega de Husnes i que té una tirada de 5.000 exemplars.



'De Morgen'

El diari belga De Morgen s'ha imposat en la categoria de rotatius estatals. Editat a Brussel·les, és un dels dos diaris de referència per a la comunitat flamenca del país.



'Expresso'

El portuguès Expresso ha aconseguit el guardó en la categoria de setmanaris. Aquesta capçalera, fundada el 1973 a Lisboa, és el periòdic de més tirada al seu país.



'Público'

Després d'haver guanyat el premi al millor diari estatal en l'edició de l'any passat, el portuguès Público torna a rebre el suport del jurat, ara en forma de reconeixement especial.





CLONS ► Alguns personatges que han passat per 'Crackòvia': Núñez (Carlos Latre), Joan Gaspart (Pep Plaza), la plantilla de Guardiola (Plaza); Joan Laporta (Queco Novell), Leo Messi (Latre), Carles Rexach (Toni Albà) i Johan Cruyff (Jordi Rios). A sota, Luis Enrique (Ivan Labanda) i l'ovella Queca.

ESPECIAL

¡Copa, Lliga, Champions!, i 250 'Crackòvies'

► **El programa recupera avui personatges com Núñez, Laporta i Cristiano**

MARISA DE DIOS
BARCELONA

Copa, Lliga i Champions», cantaven Puyol, Iniesta i la resta de la plantilla blaugrana de *Crackòvia* esperant aconseguir el triple en la temporada 2008-2009, que havia sigut precisament la del debut del programa. El famós gag va ser premonitori i el Barça es va alçar amb els tres títols, mentre que l'espai humorístic de TV-3 també va conquistar l'audiència catalana i ha mantingut el joc durant aquests set anys, per arribar avui a les 250 edicions (21.55 hores).

Per celebrar l'efemèride, el xou recupera per un diàtres dels actors que han fet dels seus personatges uns clàssics del programa: Queco Novell, que es posa en la pell de Joan Laporta; Bruno Oro, que torna a vestir-se de blanc per clonar-se en Cristiano Ronaldo, i Carlos Latre, que es transforma en Josep Lluís Núñez.

«Tots aniran passant pel bar de Los



Manolos per unir-se a la festa», avança Joan Rufas, director del programa, una cita a la qual tampoc faltaran altres personatges del passat com ara Gaspart (Pep Plaza) i Zubizarreta (Cesc Casanovas) i els fitxatges d'aquest any, com Josep Pedrerol (Raül Pérez), Mascherano (Casanovas), Stegen (Albert Mèlich) i Nico Abad (Alan Lillo). Un dels moments àlgids serà el retrobament de Lama (Pérez) i el seu *bitxo*, Cristiano Ronaldo (Or).

Quan *Crackòvia* es va estrenar el 15 de setembre del 2008, seguint l'estela del *Polònia*, Guardiola debutava com a entrenador del Barça, Cristiano no havia fitxat pel Madrid i Daniel Sánchez-Llibre presidia l'Espanyol. «Vam tenir la sort de començar en un moment en el qual el Barça va tenir un èxit brutal», rememora Rufas.

Un parell d'anys abans, TV-3 no havia tingut la mateixa fortuna amb *Barsòvia*, un *late show* en to d'humor que no va aconseguir convèncer l'audiència.

«Vam aprendre unes quantes coses amb aquell programa», reconeix



Rufas. Igual que l'any passat amb *Crackòvia*, quan van apostar per un informatiu paròdic que no va obtenir el resultat desitjat. «Una part de l'audiència tenia la percepció que no era exactament el *Crackòvia* que esperava, que ha sigut sempre un programa de ficció humorística –reconeix el director–. Així que a meitat de la temporada passada vam anar virant i aquest any, amb la lliçó apresada, hem tornat als orígens, a fer més gags i crear personatges, i estem contents amb el resultat».

Gags que han passat a la història com els de Puyol (Jordi Rios) amb la seva inseparable Queca, *els euros!*, el *Putu Gusi Luz* (Oriol Cruz), el *Què és lleigir?* de Messi (Latre) o el *Pim-pam* de Guti (Xavi Serrano), entre molts altres. Perquè, en les vuit temporades, l'equip ha gravat més de 2.600 esquetxos, protagonitzats per més de 30 actors, que han donat vida a més de 400 personatges. «*Crackòvia* és una verdadera escola», afirma Carlos Latre quan parla d'un programa que viu marcat per l'actualitat esportiva, que es concentra majoritàriament en el cap de setmana.

De fet, l'edició d'aquesta nit s'ha gravat avui mateix, com acostuma a ser habitual. «El repte és fer 30 minuts de ficció humorística i servir-los calentets, acabats de sortir del forn», conclou Rufas. ≡

La Barcelona de la guerra, según Pérez de Rozas

El Archivo Fotográfico de la ciudad expone imágenes inéditas del patriarca de la saga periodística

BLANCA CIA, **Barcelona**
Ojo clínico —y político— tuvo el Ayuntamiento de Barcelona en 1931 cuando decidió crear *Crónica Gráfica* para dar fe fotográfica de la ciudad, de la vida social y de los cambios que llegarían de la mano de la recién proclamada Segunda República. Ojo, tradición —desde 1919 ya tenía un incipiente archivo fotográfico— y una subvención de cinco mil pesetas de la Generalitat de Cataluña que hizo posible organizarlo. Uno de los fotógrafos que generó miles de imágenes que se incluyeron en la *Crónica Gráfica* fue Carlos Pérez de Rozas, el patriarca de la saga periodística, que ya había trabajado para el Ayuntamiento en 1922, para reflejar la transformación de la ciudad que se preparaba para la celebración de la Exposición Universal de 1929. Cuando ésta llegó, Pérez de Rozas fue autorizado, junto con Andreu Puig Farran, a montar un estudio fotográfico en

el recinto firal. “Cobraban tres pesetas por copia y llegaron a tirar 90.000 de la creme de la creme barcelonesa”, explica el libro que se ha editado con motivo de la exposición *Pérez de Rozas. Crónica gráfica de Barcelona (1931-1954)*, organizada en el Archivo Fotográfico de Barcelona y comisariada por Andrés Antebi, Pablo González y Teresa Ferré.

República, guerra civil y primeros años de la posguerra son los tres espacios de la exposición. Pero los fondos de la muestra —integrada por 123 fotografías y otras 600 que se pueden visualizar en tres plataformas digitales— inéditos son los del periodo de la guerra, de las colectivizaciones —por ejemplo de unas industrias lácticas en julio de 1937, otra imagen de una asamblea del PSUC en abril de 1938 o la de un homenaje a Buenaventura Durruti en julio de 1937— y de los bombardeos durante la guerra. Fotografías que



Imagen de una manifestación antifascista de mujeres en Barcelona en 1934/ AFB/PÉREZ DE ROZAS

se han descubierto en la investigación hecha sobre las 800.000 imágenes que constituyen el fondo Pérez de Rozas y que fue cedido por la familia al Ayuntamiento. “Si no es por ellos, esto jamás se hubiera podido hacer”, repetían emocionados Emilio y Carlos Pérez de Rozas —nietos del patriarca— en la apertura de la exposición, que se podrá ver hasta el 21 de mayo. “Muchas las hemos podido datar e identificar porque se publicaron en diarios de la época, como *Um-*

bral y Solidaridad Obrera, y las hemos podido cotejar en el Archivo Histórico de la ciudad”, explicaba Ferré.

Fotografías que reflejan con meridiana claridad la Barcelona de la República versus la de los primeros años del franquismo. Si a un lado puede verse una festiva manifestación antifascista de mujeres de las juventudes femeninas en abril de 1934; al otro lado del pasillo, se contraponen la imagen de rostros serios, de mujeres también, en estricta formación en el acto de juramento de las Flechas Femeninas que Pérez de Rozas tomó en octubre de 1939.

Imágenes con multitud de caras, rostros que miran a la cámara en actos de ciudad —de todo tipo, desde manifestaciones, fiestas, carnavales, una increíble entrevista a un domador en la jaula del circo con el león al lado — que ahora se podrían identificar. Al menos, eso es lo que pretende Jordi Serchs, director del Archivo Fotográfico, que ha impulsado la muestra en versión web para que

el que quiera pueda aportar información sobre las imágenes.

Pérez de Rozas (abuelo) hizo fotos durante la dictadura de Primo de Rivera, después, en la República —en el campo del fotoperiodismo como Agustí Centelles— también para la CNT durante la guerra civil y después ya en el franquismo y hasta 1954, cuando falleció cubriendo la llegada del navío *Seminaris* a Barcelona con repatriados de la Unión Soviética. No trabajaba solo, lo hacía en equipo, con dos de sus hermanos —Kike y Manolo— porque las miles de fotografías de la ciudad que tomaba —las mejores eran para el servicio municipal de *Crónica Gráfica*— también se publicaban en prensa. Después se sumarían dos de los hijos del patriarca a la saga de fotógrafos. Todos trabajaban en casa, en un piso de la Ronda Universita: “Aquello era una locura, trabajaban los 365 días del año. El teléfono no dejaba de sonar nunca”, recordaba Carlos Pérez de Rozas, nieto del iniciador de la saga.



Campeonato de Baile de Resistencia en 1934/ AFB/PÉREZ DE ROZAS

Mamen Mendizábal,
madrina de la campañaPOR LA SALUD
DEL FUTURO

Bajo el lema «Trabajamos hoy por la salud del futuro», nació en octubre del año pasado la primera campaña de RCS de laSexta con el fin de convertirse en la plataforma que recogiese las reivindicaciones y necesidades de los ciudadanos, traduciendo las preocupaciones de éstos en acciones concretas. Para ello, cuenta con diferentes vías de comunicación a través de su página web y de las redes sociales.

Atresmedia financia un estudio sobre esta enfermedad a través de una campaña de Responsabilidad Social.

LA SEXTA Y SU LUCHA CONTRA EL CÁNCER

Por Sofia LORENZO- Madrid

Son habituales los estudios sobre las malas prácticas de la televisión, el aumento del consumo de la «telebasura» y lo perjudicial que es para los niños la exposición durante elevadas horas a este medio. También son conocidas las quejas por el elevado uso de la publicidad o el incumplimiento del horario infantil.

Lo que pocas veces se conoce son las campañas que realizan las cadenas de televisión, y con notable éxito, para prevenir los accidentes de tráfico, concienciar a los menores sobre la importancia de la educación vial, promover la cultura o la ecología, así como reforzar los hábitos saludables. La Fundación Atresmedia, conocida por este tipo de campañas de sensibilización y

concienciación, ha conseguido su último hito para potenciar y retener el talento científico nacional y contribuir a la investigación y prevención médica sobre la metástasis. La primera campaña de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de laSexta llamada Constantes y Vitales se ha llevado a cabo junto a AXA. Además, el mes pasado cumplió su primer año de vida, en el que ya ha conseguido que el joven científico Héctor Peinado pueda continuar en España su investigación contra la metástasis, con la puesta en marcha de su acción #CadaPasoEsVital.

► RESPUESTA SOLIDARIA

Gracias a la colaboración ciudadana ya han recaudado los 100.000 euros con que le permitirán continuar su investigación en España. El director de

antena de laSexta, Mario López, reconoce que estas campañas se realizan debido a la «enorme responsabilidad que tenemos como medio de comunicación. Creamos proyectos a largo plazo que buscan conseguir resultados positivos y tangibles a problemas que preocupan a la sociedad». En Constantes y Vitales, amadrinada por la periodista de la cadena Mamen Mendizábal, quieren ayudar a poner fin a dos problemas que preocupan a la sociedad: el cáncer y la fuga de cerebros. Y es que, para conseguir investigar sobre el primero, es necesario cuidar el talento existente en nuestro país y apostar por él.

Peinado reconoce que comenzó esta investigación «impulsado por la alta mortalidad que produce», exactamente 100.000 fallecimientos cada año

de los 200.000 casos nuevos que se detectan, de los cuales un 90 por ciento se debe a la invasión de órganos o tejidos sanos por parte de un tumor que proviene de un órgano diferente, es decir, la metástasis. Para el científico la financiación supone «oxígeno que te permite pensar en ciencia y dejar de pensar en presupuestos y recursos».

► DONAR KILÓMETROS

López explica que conseguir los fondos para la investigación de Peinado no habría sido posible sin esta campaña de RSC y sin la aplicación IWOPI, «que permite a las personas donar los kilómetros que acumulan corriendo, andando o montando en bicicleta, y transformarlos en donaciones para apoyar causas solidarias». De este modo, los kilómetros donados a la plata-

forma #CadaPasoEsVital se han convertido en días de investigación: «Nuestro reto era alcanzar los 365 y para ello nos marcamos como objetivo 650.000 km. Lo conseguimos en el primer mes de campaña». El estudio que podrá llevar a cabo el científico gracias a esta financiación pretende identificar a tiempo el mecanismo por el que los tumores comienzan la metástasis para así, adelantarse a su propagación, logrando la reducción del 70 por ciento en modelos pre-clínicos.

Por su parte, desde la Fundación Atresmedia continuarán apostando por sus campañas «poniendo a disposición de estas causas sociales toda la fuerza de comunicación de los medios que conforman el Grupo con el fin de sensibilizar a la sociedad», añade López.

El actor Daniel Wu, en uno de los episodios de la serie *Into the Badlands*.

AMC estrena la serie 'Into the Badlands', ambientada en un futuro en el que el poder y el dinero se logran gracias a la fuerza

Las artes marciales retornan a la televisión

NATALIA MARCOS, Madrid
En un futuro lejano en el que no queda rastro de la sociedad actual ha emergido un nuevo orden feudal en el que el más fuerte se hace con la riqueza y el poder. Son los Badlands, una tierra gobernada por siete barones enfrentados entre sí que se valen de sus ejércitos para tratar de imponerse a sus rivales. Sunny es un luchador con grandes conocimientos de artes marciales y hombre de confianza de uno de los barones.

Cuarenta años después de que terminara la mítica serie *Kung Fu*, AMC quiere ocupar el trono vacío de las artes marciales en televisión con *Into the Badlands*, una gran producción que la cadena emite en España emite de forma simultánea a EE UU los lunes (04.30) y repite los miércoles (23.00).

"¿Que cómo describiría *Into the Badlands*? Es una pregunta complicada, porque es una mezcla de todo. Por un lado, está la tradición de los dramas de artes marciales. También hay elementos de western, drama e intrigas políticas. Es un mundo muy elaborado creativamente", explica Daniel Wu, protagonista y productor ejecutivo de la serie. Nacido en California hace 41 años de padres chinos, desde su debut en 1998 ha trabajado en más de 60 películas, la gran mayoría de ellas realizadas en Asia.

Entrenamiento

Wu llegó a *Into the Badlands* como productor ejecutivo gracias a sus conocimientos de artes marciales. "Cuando AMC dio luz verde al proyecto, hubo

que buscar a actores. La cadena quería que el protagonista fuera asiático, supiera artes marciales, fuera buen actor y hablara bien inglés", señala el intérprete en conversación telefónica con EL PAÍS. No era fácil dar con alguien que reuniese todos los requisitos. "Al final, los productores me dijeron: Daniel, sabes que tú eres el perfecto para este personaje, tienes que hacerlo". Sin embargo, se lo pensó antes de aceptar. "No

Cine asiático y televisión de EE UU

La mayor parte de la carrera de Daniel Wu como actor, productor y director se ha desarrollado en el cine asiático, donde la forma de trabajar es muy diferente a la de una serie estadounidense como *Into the Badlands*. "Hay muchas diferencias. En Asia, el director es el número uno en una producción siempre. En una serie en EE UU, quien decide es el showrunner porque los directores van cambiando", señala. Destaca también las diferencias en el aspecto tecnológico: "En EE UU se usan cámaras que no tenemos en Asia. Hemos grabado escenas de peleas con una cámara que se mueve como un personaje más; da la sensación de que está dentro de la pelea".

había hecho películas de artes marciales en siete u ocho años. Además, para grabar una serie tienes que hacer escenas de peleas 12 horas al día seis días a la semana. Es muy duro y muy exigente físicamente".

Tras meditarlo, terminó aceptando encarnar a Sunny, papel para el que tuvo que prepararse a fondo. "Seis meses antes de empezar a grabar, empecé a entrenar cada día para poner a punto mi cuerpo, que no me lesionara y tuviera suficiente fuerza para aguantar. Después tuvimos un entrenamiento de seis semanas para todos los actores para preparar las peleas. Ahí tuve un entrenamiento especial con dos espadas; nunca antes había hecho peleas con dos espadas", indica.

Aunque las luchas coreografiadas y la vertiente espiritual de las artes marciales suponen parte esencial de *Into the Badlands*, los seis capítulos de su primera temporada la serie buscan llegar a todo tipo de espectadores. "Era una de las metas principales; que no sea solo un drama de artes marciales con acción, sino que también tenga una gran historia y grandes personajes", cuenta Wu. "Ha sido un trabajo muy, muy duro, pero merece la pena", continúa el actor, quien durante el rodaje tuvo que afrontar un apretado horario de trabajo combinando la grabación de escenas dialogadas y dramáticas con secuencias de luchas. "Todo, el drama, las peleas, el vestuario, el mundo que hemos creado, es algo que no se ha visto antes en televisión. Hemos hecho algo muy fresco y creativo", concluye.



La mejor información para Android

EL PAÍS estrena una aplicación gratuita para el sistema operativo móvil de Google

EL PAÍS, Madrid Global, con una mayor oferta editorial, más y mejor contenido audiovisual y una óptima experiencia de lectura. Así es la nueva aplicación de EL PAÍS para Android, ya a disposición de los usuarios.

Pensada para el lector del diario —un lector global— el usuario podrá optar por la personalización del contenido. Así, podrá ver la portada de la edición que elija: la general, la de América, la de Brasil o la de elpais.cat, de tal manera que pueda adaptarla a sus intereses informativos o a su ámbito geográfico.

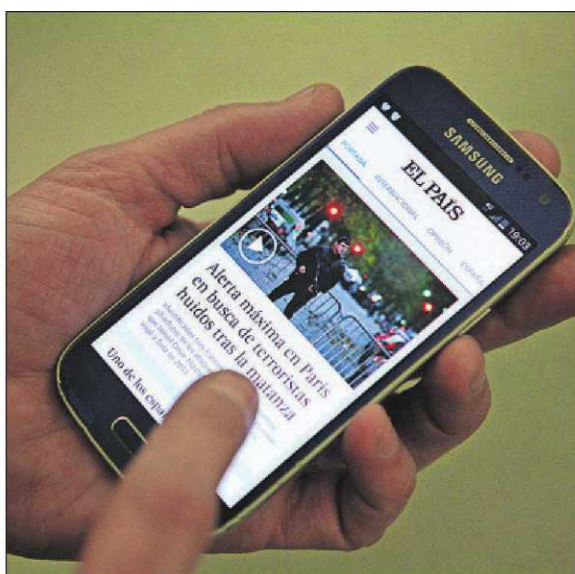
Las secciones de España, Internacional, Opinión, Economía, Cultura, Ciencia y Tecnología, Deportes, Estilo y Televisión coronan el menú superior de esta nueva aplicación, ofreciendo al lector todos los contenidos generados por EL PAÍS.

Más ligera, más rápida y más potente. La aplicación de EL

PAÍS para Android descarga los contenidos con mayor rapidez, permite una visualización adaptada a todo tipo de pantallas, y apuesta por el contenido audiovisual, con imágenes, infografías y vídeos que desgranar las claves de los acontecimientos en un diseño más ágil que evita las distracciones durante la consulta.

Las notificaciones de la aplicación se han adaptado a los nuevos tiempos. EL PAÍS usa la fórmula nativa del sistema operativo para ofrecer la mejor información en el momento más adecuado. Información concisa con un enlace directo a las crónicas, los análisis y la interpretación.

Además de cubrir la necesidad informativa en tiempo real con la última hora, EL PAÍS en Android permite guardar los artículos deseados para leerlos en cualquier momento, incluso sin conexión. Una fórmula cada vez más utilizada por la audiencia para recrearse con los temas de



La nueva aplicación para Android de EL PAÍS. / CRISTÓBAL MANUEL

fondo y grandes reportajes que ofrece este diario.

En el menú lateral izquierdo el lector encontrará algunos de los contenidos que se han convertido en seña de identidad de EL PAÍS: El País Semanal, Babelia, Planeta Futuro, El Viajero, Buena Vida, Icon, Verne, El Comidista y Tentaciones.

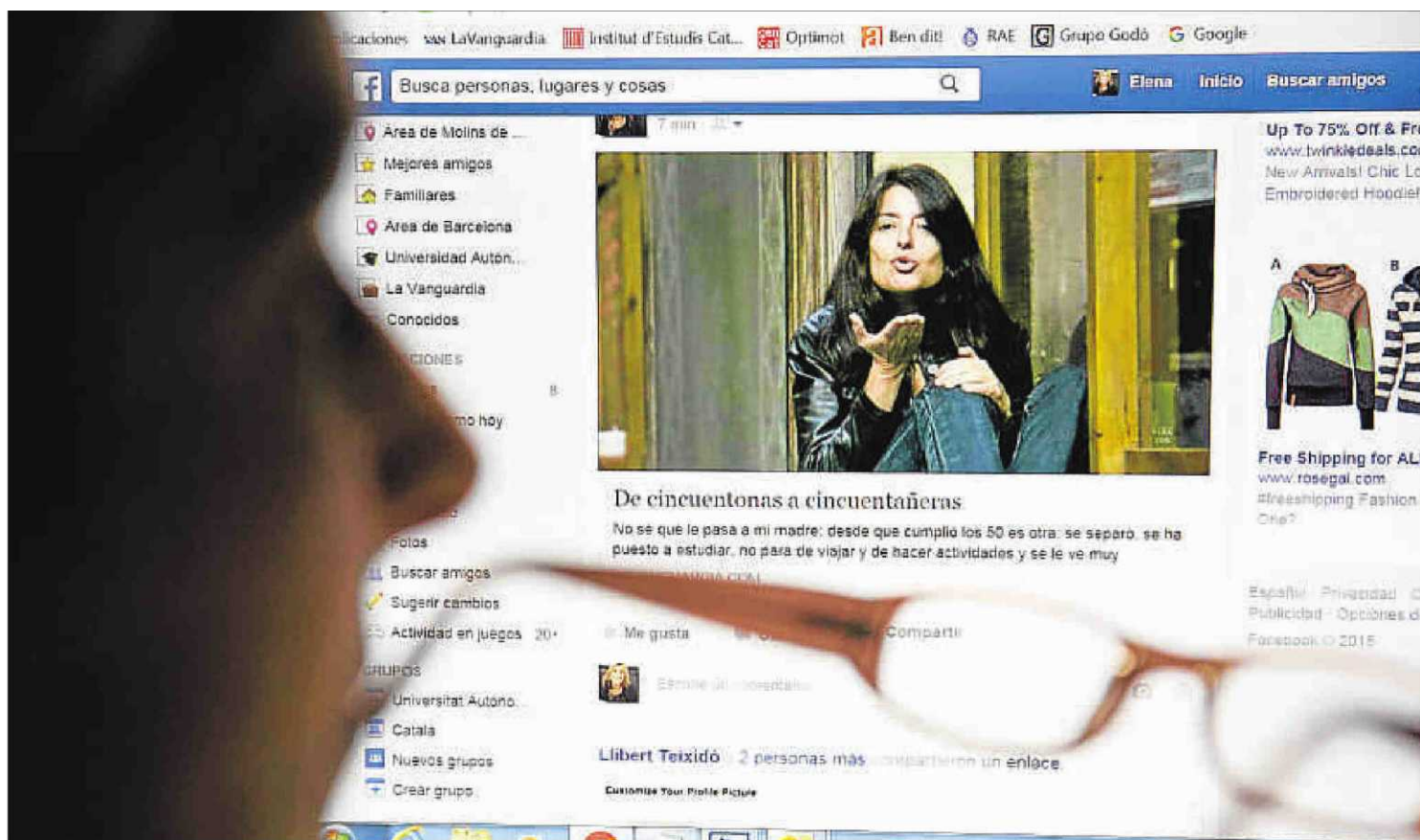
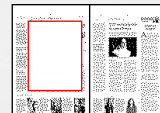
La aplicación, gratuita, se puede descargar ya en Google Play, la tienda de aplicaciones del gigante tecnológico, y funciona a partir de la versión 4.2.2.

Android nació como la apues-

ta de Google y varios fabricantes para impulsar el uso de Internet en el móvil. En la actualidad cuenta con el 83% del mercado de smartphones en todo el mundo. Sundar Pichai, consejero delegado de Google, anunció el pasado mes de mayo que hay más de 1.300 millones de aparatos con este sistema operativo en todo el mundo. En España cuentan con una tasa de penetración del 88% mientras que en América Latina superan el 90% con Brasil y México como países con mayor número de dispositivos.

Firme apuesta por el mundo digital

Desde el nacimiento de su web, el 4 de mayo de 1996, hasta la actualidad, la renovación e impulso de las últimas innovaciones ha sido una constante. Antes de la explosión de Android, formato en el que ya se ha superado el millón de descargas, EL PAÍS se estrenó en iPad, reconocida por Apple como una de las 10 mejores integraciones de medios de comunicación, e iPhone tan pronto como el móvil y la tableta llegaron al mercado. En esta misma línea, EL PAÍS lanzó una aplicación, recomendada por Apple, el mismo día que el Apple Watch comenzó su venta en España y México. Un complemento perfecto para la última hora o consultar las cinco noticias más interesantes del momento en la muñeca. Además de adaptar su web a la navegación móvil, con una versión *responsiva*, como se denomina a las páginas web que adaptan el formato del aparato con que se navega de manera automática. El suplemento cultural Babelia también cuenta con aplicación propia en iOS y en Android. Lo mismo sucede con la sección de Tecnología.



Facebook és a més la xarxa que més tràfic aporta a la versió digital dels diaris de paper i a publicacions natives

Els usuaris de tot el món es decanten per aquesta xarxa social davant d'altres com Twitter per consumir informacions d'actualitat

La notícia guanya en Facebook

SALVADOR ENGUIX
València

Tots els estudis ho confirmen: Facebook, la xarxa social creada per Mark Zuckerberg, no és només la més utilitzada al món Occidental sinó que ja és la preferida pels usuaris de xarxes a internet per consumir notícies d'actualitat. Amb una diferència en seguidors espectacular respecte a d'altres com Twitter, YouTube, Instagram o Google+. Un exemple: el 52% dels internautes espanyols que busquen notícies en xarxes socials es decanten per Facebook, davant el 22% per Twitter, el 22% per YouTube o el 13% per Google+, segons l'últim informe de Reuters Institute Digital News Report. Aquest informe recull

percentatges similars en països com els Estats Units, França o Alemanya. Però no només això, sinó que és a més la xarxa social que més tràfic aporta a les versions digitals dels diaris de paper i als diaris digitals nadius. És a dir, la que més ajuda a connectar els continguts digitals dels mitjans convencionals penjats a la xarxa amb els usuaris potencials. Conclusió: és una excel·lent aliada per als periodistes. Les dades oscil·len en funció de diversos informes, però el tràfic que aporta Twitter als productes digitals dels mitjans convencionals no sol superar el 5%, davant el 35% de mitjana de Facebook.

La xarxa de Zuckerberg, que va començar a operar l'any 2004, no va ser creada inicialment com a

contenedor de notícies d'actualitat, sinó com a espai d'interconnexió i intercanvi. La xarxa de microblogging Twitter, tot i això, sí que va néixer amb certa vocació de distribuïdor de missatges, la qual cosa a priori s'ajustava millor al que era la difusió ràpida i dinàmica de notícies. Raó per la qual és la preferida encara pels periodistes i activistes socials. Però les possibilitats que ofereix Facebook, especialment en la presentació i combinació dels llenguatges de la informació (escrit, visual i sonor), l'han convertit en una xarxa on la notícia se sent més còmoda.

Juan Luis Manfredi, professor de Periodisme de la Universitat de Castella-la Manxa i expert en internet, subratlla que el valor de

Facebook per a les audiències periodístiques consisteix que la intermediació s'ha substituït per la mediació. "Són les persones, una a una, les qui comparteixen allò que consideren notícia (noticia-ble), ho comparteixen en els seus perfils, ho porten al perfil de tercers". Entre els avantatges d'aquesta xarxa, Manfredi apunta que "Facebook assenta el contingut. Per això, és un lloc fonamental per mesurar l'interès de les notícies, l'impacte en comunitats d'interès". I afegeix que el lector porta el producte periodístic a aquells que hi estan interessats. "És el clàssic exemple de 'Mira, he vist això que t'interessa'; això és un enorme avantatge perquè porta el teu producte (periodístic) a noves audiències po-



tencials, que poden haver-te lleigit o no". Apunta també que Facebook és una aplicació ideal per al telèfon mòbil, suport que s'imposa en la distribució de notícies. "Es pot consultar al transport públic, a la cua del supermercat. No necessita una atenció en profunditat. Aquesta idea de contingut lleuger ajuda que les notícies es consumeixin amb facilitat".

L'últim estudi d'IAB Spain sobre consum de xarxes socials a Espanya subratlla que el 82% dels usuaris d'internet d'entre 18 i 55 anys les utilitzen. La preferida pel 65% dels internautes és Facebook, seguida de YouTube (13%) i Twitter (9%). Aquest estudi assenjala que en el cas de Facebook

“Facebook afavoreix més el diàleg; per Twitter s’hi passa, a Facebook s’hi està”, assenjala una experta

es tracta d'una xarxa en la qual el principal objectiu és "estar en contacte" amb altres persones. Però el 61% dels que la utilitzen hi publiquen continguts, i gairebé el 40% la utilitzen per comentar l'actualitat. En el cas de la xarxa social Twitter, el principal objectiu és "publicar i comentar" continguts, la majoria d'actualitat.

Beatriz Gallardo Paúls, catedràtica de Lingüística de la Universitat de València i autora de diversos treballs sobre xarxes socials, assenjala que "Twitter, amb la brevetat imposada dels missatges, sembla ajustar-se més a un model d'immediatesa i rapidesa". "Facebook té una organització que sembla afavorir més el diàleg; per exemple, visualment és més clara l'associació entre torns d'inici i de resposta; no hi ha limitació d'espai, i la plataforma no exerceix la mateixa 'pressió' sobre els missatges pendents". I conclou que "podríem dir, en definitiva, per Twitter s'hi passa, mentre que a Facebook s'hi és".

Facebook, per reforçar el seu paper com a distribuïdor de notícies al món, ha creat l'aplicació Notify, que envia als usuaris notificacions sobre allò que els interessa: resultats esportius, el temps, estrenes de cartellera i notícies de totes les àrees. De moment només funciona als Estats Units i per a iOS (el sistema operatiu mòbil d'Apple).●



La CBS cambia dos series por los atentados

S. T. MADRID

La cadena estadounidense de televisión CBS ha decidido sustituir los episodios de dos de sus series, que tenía previsto emitir hoy, tras los atentados que sacudieron París el viernes por la noche. Las producciones afectadas son «Supergirl» y «NCIS: Los Angeles», en las que se alterará el orden natural de los capítulos porque sus tramas contenían elementos que podían relacionarse con el ataque terrorista, según informa «Variety».

En el capítulo aplazado de «Supergirl», cuya emisión estaba prevista para las ocho de la tarde de hoy, la protagonista (papel interpretado por Melissa Benoist) salva a la ciudad de una serie de bombas. En la franquicia antelina de «NCIS», por su parte, el episodio versa sobre una adoles-

cente reclutada por una banda terrorista.

El pasado viernes, la NBC también canceló la emisión de un capítulo de «Undateable» y lo sustituyó por otro repetido. Además, el reparto y los guionistas de la serie ofrecieron su apoyo a las víctimas en las redes sociales.

Antecedente reciente

No es la primera vez que sucede algo así. La cadena de televisión USA Network decidió el pasado mes de agosto posponer el estreno del último episodio de «Mr Robot» por su parecido con la escena del asesinato de dos periodistas en Virginia (Estados Unidos) durante una entrevista en directo. «Por respeto a las víctimas, familiares, colegas y nuestra audiencia, hemos decidido posponer el episodio», informó la cadena.



«Supergirl» y «NCIS: Los Angeles», demasiado cerca de la actualidad



CRÍTICA DE TV

Alfred Rexach



Cobertura desigual

Arriba la malaltia, el càncer terrorista, i, si hi sobrevius, es replantegen valors i prioritats posant-ho tot al seu lloc. Diagnòstic de savi oncològ, aplicable també a la vida social. Els atemptats a París, com anys enrere els de Madrid-Atocha o Nova York-World Trade Center, ens colpegen amb crueltat, esquinquen les nostres formes de vida i, després, la reacció contribueix que ens planctem la vida amb més serietat i rigor. L'important importa i allò no tan important passa a segon terme.

Ha passat aquesta setmana, a partir de la nit negra parisenca de divendres. Des d'aquell moment, els assumptes que havien reclamat la nostra atenció van retrocedir diversos llocs en les llistes d'espera, mentre les cadenes de televisió reaccionaven, algunes amb més encert que d'altres, davant la necessitat d'informar, analitzar, debatre i diagnosticar què ens està passant en aquesta Europa cada vegada més convulsa. "És la guerra", va ser el titular de no pocs diaris al món.

Chapeau per a *La 1* i *La noche a 24 Horas*, conduïda pel jove i cada vegada més assentat i solvent Sergio Martín. Van allargar l'emissió fins a la matinada, van posar en moviment corresponsals i unitats de ràpida intervenció –la tele és sempre lenta, reclama logística pesant– i ens van mantenir enganxats a les pantalles, pendents d'aquest viatge inesperat al cor de les tenebres, taquicàrdic en la ciutat de la llum. París no brillava en les hores de trànsit de divendres a dissabte, París tremolava i plorava, enfosquida, il·luminada només per llums d'ambulàncies i furgons policials i TVE afrontava el repte d'oferir-nos imatges i paraules en rigorós directe. Altres cadenes van saber estar a l'altura. TV3 també va estar

Com es va tornar a comprovar amb els atemptats a París, l'actualitat televisada és un peix que s'ha de consumir fresc

bé, encara que curta d'efectius. Més lentes i matusseres van ser les cadenes generalistes, que van haver d'esperar l'endemà per oferir-nos programes especials, ja amb imatges descongelades –la notícia és un peix que s'ha de consumir fresc–. Antena 3 va continuar amb l'emissió de *Tu cara me suena*, amb alguna interrupció de butlletins informatius. La Sexta prosseguia amb el seu *Equipo de investigación*. Bo també l'especial de 8tv, el vespre de dissabte, quan se suposa que els seus periodistes, tècnics i productors havien d'estar gaudint del merescut, però sempre agitat, descans setmanal. L'actualitat no té calendari ni té horaris. *Un tiempo nuevo* (Cuatro) i *La Sexta noche* (La Sexta) van oferir programes especials abans-d'ahir a la nit.

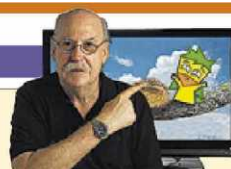
Parlar per no callar. Va ser en alguns d'aquests especials quan van poder detectar-se errors tantes vegades repetits en massa cadenes. Hi va haver veus que sobraven, paraules dites per gent que no tenien res a aportar a uns esdeveniments tremendament significatius, que a tots ens afecten. Silenciem els noms per pietat i fins i tot per comprensió. Però si no tens res a dir, més val que no obris la boca. De debò ho dic: sortir a la tele, en segons quins espais i circumstàncies, és una tasca de gran responsabilitat. Qui no estigui a l'altura, que no hi vagi.



tu i jo som tres

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

Sang a la 'rue' Alibert

FERRAN
Monegal

Dissabte totes les cadenes ja eren París. O sigui, van reaccionar. Però tard, això sí, perquè el periodisme en directe, urgent, de la nit de divendres, com ja els vaig explicar ahir, era a les cadenes públiques, fonamentalment TVE-1 i TV-3. Siguem justos: també a 13 TV, al programa *El cascabel* d'**Antonio Jiménez**. Però dissabte, i ahir diumenge, totes van desplegar els seus efectius i van modificar les seves graelles. Mediaset fins i tot va emetre un comunicat de semidisculpa per haver trans-



► Antonio García Ferreras a París, a la 'rue' Alibert ('La Sexta noche').

format el *Deluxe* en la més delirant expressió dels seus serveis informatius. Aquest disbarat, encara que intentin camuflar-ho, no es pot corre-

gir, però almenys, hores després, van començar a mobilitzar **Pedro Pi-queras**, **Carme Chaparro** (a París), **Juan Pedro Valentín** (*Las mañanas de Cuatro*). A A-3 **Sandra Golpe** i **Albert Castillón** es van posar al capdavant d'una edició especial d'*Espejo público*, amb **Vicente Vallés** ja desplaçat a París. A La Sexta, **Antonio García Ferreras** va fer al matí un especial *Al rojo vivo*, i a la nit ja el vam veure circulant amb una gorra de llana per París, servint infomació directa per a *La Sexta noche*. És lloable que un pes pesant com ell, tot un cap a La Sexta, abandoni la poltrona, deixi la seva confortable instal·lació permanent

a Madrid, i surti disparat cap on és la notícia. Que el director faci de redactor de carrer és una raresa que hauria de passar més sovint. Un detall, al final de la seva crònica pels carrers de la capital de França, ja en plena matinal de diumenge, sembla que ha encès una part de la xarxa. Va ser quan es va aturar a la *rue* Alibert. Va començar ensenyant-nos els impactes dels projectils a les façanes. En va comptar fins a sis. I després, mirant a terra, a la vorera, va dir: «**He estat meditant tota la nit si mostrar-vos una empremta de la barbàrie**». La va mostrar. Era un gran toll de sang. **Ferreras** ens va explicar que era la sang

d'una víctima que, ferida i arrossegant-se, havia arribat fins allà. I allà precisament, en aquell tram de la *rue* Alibert, va ser rematada. Tranquil·litsem els ofesos de la xarxa: no ens va ensenyar la víctima, ens va ensenyar la seva sang, seca, vessada. Però és veritat que l'impacte no feia falta.

Aquest carrer de París porta el nom d'un metge que forma part de la història de França, **Jean-Louis Alibert**. Va ser cap de l'Hospital Saint-Louis, i primer doctor de capçalera de **Lluís XVIII**. Els assassins han matat al carrer d'un home que va dedicar la seva vida a salvar éssers humans.



Jordi Molet, director general d'EL 9 NOU, participa en una taula rodona sobre premsa local a la jornada de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal

Barcelona El director general d'EL 9 NOU, Jordi Molet, va participar divendres a una taula rodona on es va parlar de les possibilitats del model de negoci digital i la importància de la veracitat dels continguts. Hi eren també Àlex Gutiérrez, cap de la secció de Media del diari Ara; el publicista Jordi de Miquel, i Jair Rodríguez, de RAC1, com a moderador. Molet va constatar que no hi ha per part del lector la voluntat de pagar per la via d'internet i en el cas de la premsa local "el model de negoci en línia funciona amb massa crítica i no en tenim com altres mitjans generalistes". A l'acte també es va presentar l'estudi "El model de negoci de la premsa comarcal".



Vocento y Grupo Zeta se unen para potenciar sus suplementos

‘El Periódico’ integrará las revistas ‘MujerHoy’ y ‘MujerhoyModa’

eE MADRID.

El Grupo Zeta y Vocento anunciaron el pasado viernes el cierre de un acuerdo de colaboración partir del cual van a “potenciar y favorecer conjuntamente sus sinergias co-

merciales y las de productos editoriales en los suplementos de fin de semana”.

Según informó el periódico ABC, a partir del 1 de enero del próximo año, *El Periódico de Cataluña* (propiedad de Zeta) integrará la revista *Mujerhoy* en su oferta de fin de semana, así como el suplemento trimestral *MujerhoyModa*.

Por otra parte, el acuerdo implica que la venta de publicidad del suplemento dominical *XL Semanal*

y *El Dominical de El Periódico*, pasará a gestionarse a través del equipo comercial de CMVocento. De este modo la empresa comercializadora de publicidad del Grupo Prisa, Prisa Brand Solutions, pierde la cuenta de *El Dominical* que gestionaba hasta el momento.

Finalmente, según apuntó el diario ABC, los dos grupos de comunicación trabajan en otros proyectos para “mejorar sus coberturas geográficas, con una decidida vi-

sión editorial que satisfaga a los lectores y sirva como plataforma de desarrollo para los anunciantes”.

Reducción de pérdidas

Vocento presentó la semana pasada sus cuentas del tercer trimestre en las que reflejó una reducción de las pérdidas de la compañía del 70 por ciento hasta septiembre de 2015, con un resultado neto negativo de 2,7 millones de euros. El grupo reconoció que sus ingresos de explo-

tación también disminuyeron un 5,7 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior, posicionándose en los 341 millones de euros. La compañía achaca el resultado a la reducción de la venta de ejemplares en Regionales, la iniciativa de no distribuir el formato papel a Canarias ni Baleares, una política más selectiva de promociones y al cambio de perímetro tras la venta de su participación en Sarennet.



les audiències

Dijous, 12 de novembre
‘Polònia’ i ‘Velvet’ es reparteixen la nit

El xou dels *polacs*, a Catalunya, i *Velvet*, al global d'Espanya, es mantenen com les estrelles del dijous, davant de *Gran hermano* i *Águila Roja*. A la foto, Bruno Oro, com a Mas.



CATALUNYA			MILERS DE TELEESPECTADORS	CADENES MÉS VISTES DEL DIA		XIFRES EN PERCENTATGE		ESpanya			MILERS DE TELEESPECTADORS	CADENES MÉS VISTES DEL DIA		XIFRES EN PERCENTATGE	
1	TV-3	Polònia	529	tve1	5,6	1	A-3	Velvet / No digas adíos	3.266	tve1	9,8				
2	TV-3*	Telenotícies migdia	478	tve2	2,0	2	A-3	El hormiguero 3.0	3.080	tve2	2,2				
3	TV-3*	Telenotícies vespre	472			3	Tele 5	Informativos Tele 5 (21.00 h)	2.933						
4	A-3	El hormiguero 3.0	364		13,7	4	Tele 5	Gran hermano: express	2.766		17,1				
5	TV-3	La Riera	361			5	Tele 5	Gran hermano	2.683						
6	Tele 5	Gran hermano: express	344		13,4	6	La Sexta	El intermedio	2.655		14,5				
7	La Sexta	El intermedio	343			7	TVE-1	Águila Roja	2.338						
8	Tele 5	Informativos Tele 5 (21:00 h)	326		10,8	8	Tele 5	Pasapalabra / 8 años	2.304						
9	A-3	Velvet / No digas adíos	319			9	TVE-1*	Telediario 2	2.213		6,9				
10	Tele 5	Gran hermano	311		8,2	10	TVE-1*	Telediario 1	2.055		8,7				

* Emissions en multifusió amb altres cadenes del grup

* Emissions en multifusió amb altres cadenes del grup



EL LECTOR EXPOSA

Paraules malsonants a TV3

■ Voldria fer un prec a TV3, la televisió pública que paguem entre tots, per tal que millorin el llenguatge en les sèries que emeten. Cal fer servir paraules tan grolleres i malsonants? El català és una llengua molt rica i es poden fer servir expressions no tan grolleres. Com jo, som moltes les persones que voldríem que aquesta carta tingués ressò i el sentit comú tornés a les pantalles de televisió.

PEPITA OLEART VALLÈS

Subscriptora

Barcelona

LA RESPOSTA

Llenguatge fidel a la vida

■ Cada sèrie persegueix un objectiu concret i cada producte demana un to determinat. Els nostres guionistes compleixen amb la idea d'aconseguir que els personatges tinguin vida, siguin coherents amb la personalitat que han de presentar i s'adeqüin al seu perfil dins la trama general.

Les sèries tenen personatges amb una personalitat definida i concreta que, a més, cal treballar de manera que sigui prou exagerada per resultar atractiva i interessant de cara al fil narratiu sense que deixi en cap moment de ser natural i creïble. L'ús d'un vocabulari groller queda circumscrit a determinats personatges que tenen assignat aquest paper, i en cap cas és una característica general dels nostres productes de ficció. Per tant, li demanem que ho valori sempre en un context general que no vol fer altra cosa que ser fidel a la vida que ens envolta.

En el cas de les sèries de producció aliena, que emetem doblades o subtítolades, el to del llenguatge el marca l'original.

LAURA BALADAS

Defensora de l'Audiència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals



Prisa anuncia una ampliación de capital de 64 millones de euros

International Media Group la suscribirá íntegramente

Servimedia MADRID.

El Consejo de Administración de Prisa acordó el sábado llevar a cabo un aumento de capital por un importe total de 64 millones de euros a un tipo de emisión de 10 euros por acción y con exclusión del derecho de suscripción preferente. Según informa mediante una comunicación remitida a la CNMV, esta ampliación de capital sustituye la anunciada el 27 de febrero de 2015 cuyos términos quedan sin efecto. La ampliación de capital se dirige a International Media Group, propiedad del catari Sultan Gha-

6,4

MILLONES

Son las acciones que adquirirá el grupo por un valor nominal de 3 euros con una prima de 7 euros.

nim Alhodaifi Al-Kuwari, que suscribirá íntegramente dicha ampliación. La sociedad otorgará la escritura de ampliación de capital en los próximos días una vez se haya obtenido el preceptivo informe del auditor de cuentas. Por medio del referido contrato de suscripción, Prisa ha asumido ciertos mecanismos anti-dilución durante un periodo de 3 años en favor de International Media Group.

Como consecuencia de esta operación, International Media Group, que adquirirá 6,4 millones de acciones ordinarias de 3 euros de valor nominal con una prima de emisión de 7 euros por acción, podrá designar dos miembros en el consejo de administración de Prisa.



Miki Nadal i Ana Morgade faran les 'precampanades' de Neox

Després d'un any d'absència Neox tornarà a la Puerta del Sol per celebrar el Cap d'Any. Com és tradició, però, ho farà la nit del 30 de desembre, un dia abans que la resta de cadenes. Segons avançaven ahir els portals Fórmula TV i VerteLe, els encarregats de presentar aquesta gala seran

Ana Morgade i Miki Nadal, col·laboradors del programa de La Sexta *Zapeando*. La transmissió d'aquestes *precampanades* posarà el punt final a la celebració dels deu anys del canal juvenil d'Atresmedia –que va començar a emetre el 30 de novembre del 2005–, que arrenca demà.



REPORTATGES

La Policia i l'Exèrcit, a TVE-1

La primera cadena estatal estrena avui *Teleobjetivo* (0.05 hores), programa sobre les forces i cossos de seguretat de l'Estat que «destaca» la tasca que duen a terme aquests cossos, segueix «el camí de les seves investigacions i en comparteix els èxits», segons RTVE. Avui mostra com la Policia Nacional i la Guàrdia Civil desarticulen una banda de butroners i, a Algesires, una xarxa al detall a punt de fer el salt al narcotràfic. ≡



Orange oferirà les pel·lícules i sèries de Wuaki.tv

Orange oferirà a partir del desembre als seus clients de televisió la possibilitat de disposar del servei de subscripció Wuaki Selection, que inclou més de 1.200 pel·lícules i 4.000 episodis de sèries. Els clients d'Orange que afegeixin fins al 31 de gener el catàleg de sèries i cinema no hauran de pagar la subscripció fins al maig. Després de la promoció, el servei de Wuaki.tv tindrà un cost de 4,99 euros al mes. / Redacció



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/15	El Fòrum 10 de Ràdio Puig-reig arrenca avui amb Mònica Terribas / Regio7	66	1
14/11/15	El periodista Jordi Prades pronunciarà la conferència "Periodisme i recerca. La mediatització del conflicte ambiental a les Terres de l'Ebre" / Riberaonline	67	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/15	El Dia de la Premsa Comarcal celebra la segona edició / NacioDigital.cat	69	1

Col·legi de Periodistes de Catalunya



Audiencia: 18.555**Ranking:** 5**VPE:** 117**Página:** 1**Tipología:** online

El Fòrum 10 de Ràdio Puig-reig arrenca avui amb Mònica Terribas

Sábado, 14 de noviembre de 2015

| MANRESA L'edició especial del 25è aniversari de les jornades del Fòrum 10, sota el títol "Els mitjans de comunicació davant els nous reptes", arrenca avui a les 8 del vespre a la sala d'actes Dr. Llaverías amb la presència de la periodista i directora d'El Matí de Catalunya Ràdio Mònica Terribas. En la seva conferència, la periodista explicarà com es prioritza l'actualitat del dia a dia, amb la xerrada "Em pots fer un titular?". La programació de les jornades es complementarà amb la participació de Vicenç Villatoro i de Gonçal Mazcuñán i Salvador Alsius en dues sessions més aquest novembre. El divendres 20 de novembre el periodista i escriptor Vicenç Villatoro, amb una llarga trajectòria al sector de la comunicació, parlarà de l'aposta pel català als mitjans de comunicació amb la conferència Llengua i comunicació, l'aposta pel català. La darrera sessió, el 27 de novembre, estarà protagonitzada per Gonçal Mazcuñán, fundador i exdirector de Regió7 i president de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, i per Salvador Alsius, periodista i vicepresident del Consell Audiovisual de Catalunya. Ells, junt amb Josep Genescà, periodista, director de Ràdio Puig-reig i coordinador de l'Fòrum 10, s'encarregaran d'analitzar els canvis als mitjans de comunicació al llarg dels anys, paral·lelament a l'evolució de la societat. "Aquí és on també podem destacar el paper que ha tingut el Fòrum 10", diu Genescà, "ja que tots aquests anys hem parlat de temes cabdals al sector, com la digitalització dels mitjans, la formació dels periodistes a la universitat o la introducció de noves maneres de comunicar". Genescà assegura que "la constància i l'alt nivell a què s'ha arribat" han estat el secret per poder portar any rere any personalitats del panorama de la comunicació a Puig-reig. "Cada any costa, però sempre ens n'acabem sortint", assegura. Es mostra amb "ganes i força" per continuar però té clar que "tot plegat no hauria arribat als 25 anys si no hagués estat pel suport de les institucions locals i autonòmiques, els mitjans de comunicació i el públic que omple la sala en cada sessió de les jornades". Tots els actes seran retransmesos en directe per Ràdio Puig-reig i a www.radiopuig-reig.net. [Compartir a Twitter](#) [Compartir a](#)

Audiencia: -

Ranking:

VPE: -

Página: 1

Tipología: blogs

El periodista Jordi Prades pronunciarà la conferència "Periodisme i recerca. La mediatització del conflicte ambiental a les Terres de l'Ebre"

Sábado, 14 de noviembre de 2015

El dia 20 de novembre, divendres, a les 19:30 hores, al Centre Cívic de Ferreries de Tortosa, tindrà lloc la conferència "Periodisme i recerca. La mediatització del conflicte ambiental a les Terres de l'Ebre", organitzada per la demarcació Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació. La conferència, a càrrec de Jordi Prades, analitzarà les transformacions socioculturals i en els mitjans de comunicació que han tingut lloc en els últims quinze anys, al sud de Catalunya, arran del conflicte per l'aigua i l'energia. Jordi Prades és professor de la URV i project manager de la Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació.

Periodisme i Mitjans de comunicació



El Dia de la Premsa Comarcal celebra la segona edició

Sábado, 14 de noviembre de 2015

El periodista i locutor Lluçia Ferrer serà el presentador de la segona edició del Dia de la Premsa Comarcal que se celebrarà el proper divendres 13 de novembre a la Sala Moragues del Centre Cultural El Born de Barcelona entre les 11 h i les 15 h i comptarà amb diverses ponències, presentacions i una taula rodona. Durant la Jornada es farà públic el nom del guanyador del concurs del logotip del 35è aniversari de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal; el qual, va rebre desenes de propostes dels associats de l'entitat i després de fer una selecció dels quinze dissenys finalistes, es va escollir el guanyador, que rebrà un premi de 400 € (quatre-cents euros) i el seu disseny il·lustrarà totes les activitats de l'entitat durant el període del 35è aniversari. El Dia de la Premsa Comarcal va ser instaurat l'any passat per IACPC (Associació Catalana de Premsa Comarcal) amb la intenció de reivindicar un model de comunicació que genera 2.500 llocs de treball a tot el país i compta amb més de 130 capçaleres de paper i digitals. En la seva primera edició va aplegar 150 professionals del món de la comunicació en una jornada que va comptar amb les intervencions de ponents com Antoni Bassas, Lluís Bassat o Xavier Graset.