



21/12/2015

# Recull de Premsa Cap de Setmana



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**accesso**  
INTELLIGENCE TO SHINE

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

34



# PRENSA



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
19/12/15	JON SISTIAGA: "SÍRIA MARCA UN ABANS I UN DESPRÉS EN EL PERIODISME DE GUERRA" / Ara -Planeta	6	1
19/12/15	ASÍ LO VEN LOS CORRESPONSALES EXTRANJEROS / El Mundo	7	2
19/12/15	Pepe Ferreiro (1931-2015). EL OBRERO DE LA FICCIÓN GALLEGA / Abc	9	1
19/12/15	POR UNA RTVE DEL SIGLO XXI, POR ENRIQUE ALEJO / El Mundo	10	1
19/12/15	MIQUEL MARTÍN I GAMISANS, NOU CAP DE CONTINGUTS DE LA XARXA / Ara	11	1
19/12/15	DOS ACCIONISTAS ENTRAN EN EL CONSEJO DEL GRUPO PRISA / El País	12	1
19/12/15	TELEMADRID SERÁ UNA SOCIEDAD ANÓNIMA TRAS LA LEY DE PP Y C'S / El Economista	13	1
19/12/15	CCOO PROTESTA PER LA GESTIÓ DE LA MISSA DE SANT ESTEVE DE TVE / Ara	14	1
19/12/15	TELFÓNICA TÉ OPCIONS PER UN ALTRE 8% DE PRISA / La Vanguardia.cat	15	1
19/12/15	MIREIA GAROLERA, NOVA ENVIADA DE RAC1 A MADRID / Ara	16	1
19/12/15	PERIODISTES EMPRESONATS I / Ara -Planeta	17	1
20/12/15	AMAZON VA A POR LA TELE / Abc -XL Semanal	18	2
20/12/15	Don Winslow: "ADORO EL PERIODISMO, SOY UN FRIKI DE LAS NOTICIAS" / La Vanguardia.cat -Magazine	20	1
20/12/15	CANAL INNOVA, UN PUNTO DE ENCUENTRO PARA LA CREATIVIDAD EMPRESARIAL / Abc -Empresa	21	1
20/12/15	ENCUESTAS, INSTRUCCIONES DE USO / El País -Ideas	22	2
20/12/15	A REVEURE, AMICS. EL DEFENSOR DEL LECTOR Pep Collelldemont / El Punt avui (Ed. Girona)	24	1
20/12/15	EL COMERCIO ELECTRÓNICO SE HACE CON LOS TITULARES / Abc -Empresa	25	1
20/12/15	MARIO DONDERO (1928-2015). LA VERITAT EN BLANC I NEGRE / La Vanguardia.cat	26	1
20/12/15	ELS PARÀMETRES PER INTERPRETAR LES ELECCIONS MÉS INCERTES / Ara	27	2

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

<b>Fecha</b>	<b>Titular/Medio</b>	<b>Pág.</b>	<b>Docs.</b>
20/12/15	LA FIBRA DE TELEFÓNICA NO ÉS NEUTRAL / Ara	29	1
21/12/15	Carles Porta, periodista: "EL PROBLEMA DE LLEIDA ÉS LA SEVA FALTA D'AUTOESTIMA" / El Punt avui (Ed. Lleida)	30	1
21/12/15	MARCA LANZA EL MAYOR REDISEÑO WEB DE SU HISTORIA / El Mundo	31	1
21/12/15	L'ÈPOCA EN QUÈ ES PODIA FER PERIODISME / Ara	32	1
21/12/15	PERIODISMO DEPORTIVO Y SOLIDARIO / El País -Deportes	33	1

# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**JON SISTIAGA**  
PERIODISTA

## “Síria marca un abans i un després en el periodisme de guerra”

ENTREVISTA  
Cristina Mas

Ha viscut –i ens ha explicat– els horrors de la guerra a Ruanda, Irlanda del Nord, Colòmbia, Kosovo, l'Afganistan i els últims conflictes del Pròxim Orient. I també els ha patit: el seu company i amic José Couso, amb qui cobria la invasió nord-americana de l'Iraq, va morir el 2003 quan un tanc dels Estats Units va disparar contra l'hotel on s'allotjava la premsa internacional. Ara ha decidit canviar de vida i prepara una sèrie per a Movistar Plus que explora el cantó més fosc de la naturalesa humana.

**A Síria s'estan repetint els errors de l'Iraq?** Al l'Iraq es va decidir atacar un país sobirà governat per un dictador, Sadam Hussein, que era probablement el més mortífer del Pròxim Orient... fins que va arribar Baixar al-Assad a Síria. La invasió de l'Iraq es va fer sobre la base de falsos supòsits: ni estava organitzant l'11-S, ni finançava grups terroristes ni tenia armes de destrucció massiva. A Síria el que hem vist és com una revolució ha degenerat en una guerra civil i Occident no ha sabut definir el seu paper. I s'ha permès que l'opo-

sició a Al-Assad es fragmentés en petits grupuscles, i que cresqués l'Estat Islàmic: un grup nihilista amb ínfulas de ser un estat que utilitza tàctiques assassines.

**I se'l pot combatre amb bombardejos?** Tots els governs occidentals ho han fet fatal. A Síria, l'Estat Islàmic és un enemic per a tothom, però un enemic secundari. Perquè tothom té un altre enemic en primer lloc, cadascú el seu. I així ha crescut, a l'escalf de la deixadesa occidental i de l'acció d'algunes potències regionals que l'han alimentat. Iestic força convençut que els sirians no esperen només la fi de l'Estat Islàmic, sinó també la fi d'Al-Assad. I al final ell serà l'únic soci, l'únic company de viatge possible per acabar amb l'Estat Islàmic, si l'únic objectiu és que no hi hagi més atemptats del terror nihilista a Europa. Tot apunta que pactaran amb un dictador sanguinari com Al-Assad. I després ja veurem. Altre cop improvisació, com s'ha fet sempre des del 1916, amb els Acords de Sykes-Picot.

Jon Sistiaga ha visitat Barcelona per recollir el premi Txapeldun, dels restaurants Sagardi.  
Pere Virgili

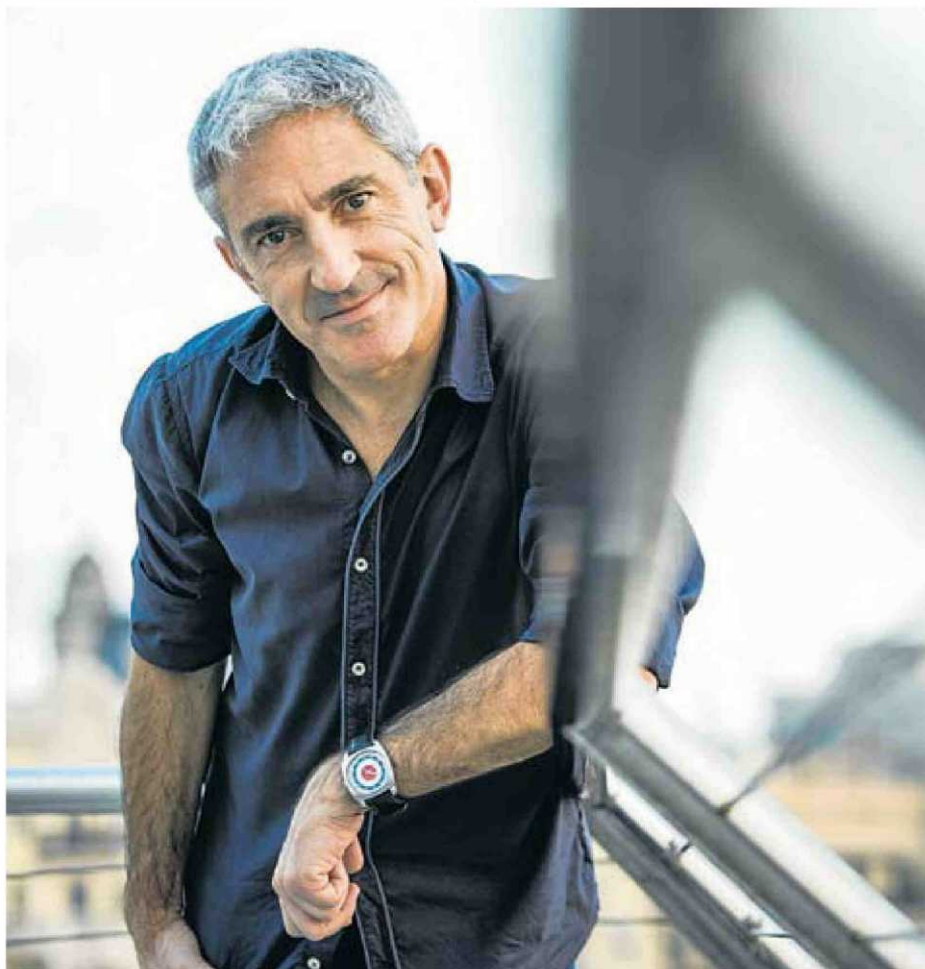
**I on queda el periodisme de guerra?** En aquests moments, fer periodisme a Síria, al territori controlat pel Da'ix o pel Front al-Nusra, és un suïcidi. Intentar entrar-hi és una bogeria, que es pot acabar amb una imatge de tu a internet vestit de taronja amb un tipus amb un alfange al darrere. I és igual de quin país siguis: perquè, si ets occidental, o bé ets d'un govern que paga pel teu rescat o bé d'un que ha de pagar per la seva presència a la zona. Fer periodisme així és inconcebible. Síria està avui com l'Iraq del 2006 al 2008, quan fer periodisme que no fos *en-castat* a l'exèrcit nord-americà era un risc inassumible per a qualsevol cap de redacció. Jo si fos cap d'una secció d'internacional no enviaria ningú a Alep, a Homs o a Raqqa.

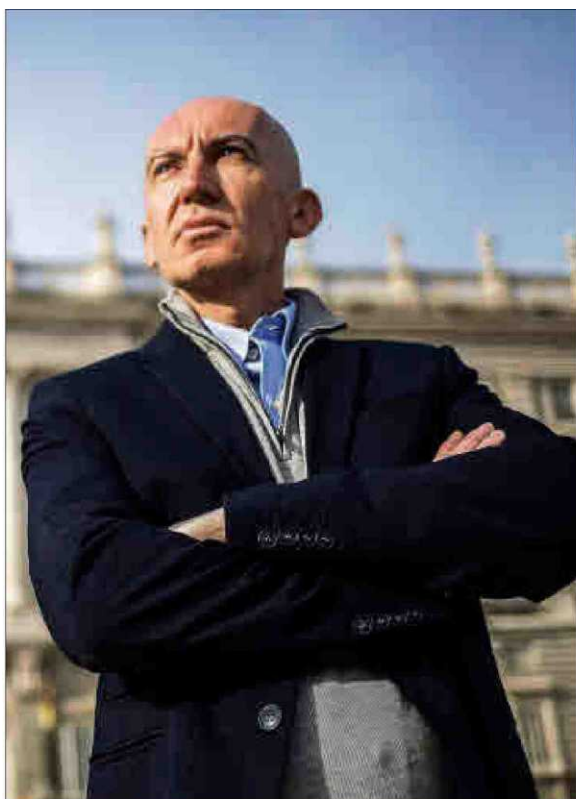
**A l'octubre un avió nord-americà va bombardejar durant més d'una hora l'hospital de Metges Sense Fronteres a la ciutat afganesa de Kunduz. ¿La guerra no té lleis?** No. És mentida. Es pot apel·lar als teòrics de la guerra justa, als escolàstics, o al que sigui, però la guerra no té cap llei i si hi ha línies vermelles es travessen totes. I el pitjor és que sempre es troben arguments per justificar-ho, sobretot si els que se les salten són les potències occidentals.

**L'assassinat de José Couso també va quedar impune.** Un tanc que complia ordres va disparar contra un objectiu civil amb l'objectiu d'aturar l'emissió d'imatges en directe de la presa de Bagdad. No pretenien causar baixes civils però en van causar almenys dues i diversos ferits. Van ser “víctimes col·laterals” d'una operació militar i això és un crim de guerra. No em queixo perquè morin periodistes... perquè això va amb el contracte: nosaltres hi anem voluntàriament i sabem que a les guerres es mata i es mor. Però que et disparin deliberadament, sabent que ets un objectiu civil que està en el punt de mira... d'això sí que em queixo. I no en tindrem les proves fins que no hi hagi un nou Wikileaks que demostrï, com tots sabem, que es va emetre l'ordre d'acabar amb la càmera que estava emetent imatges en directe de la invasió de Bagdad.

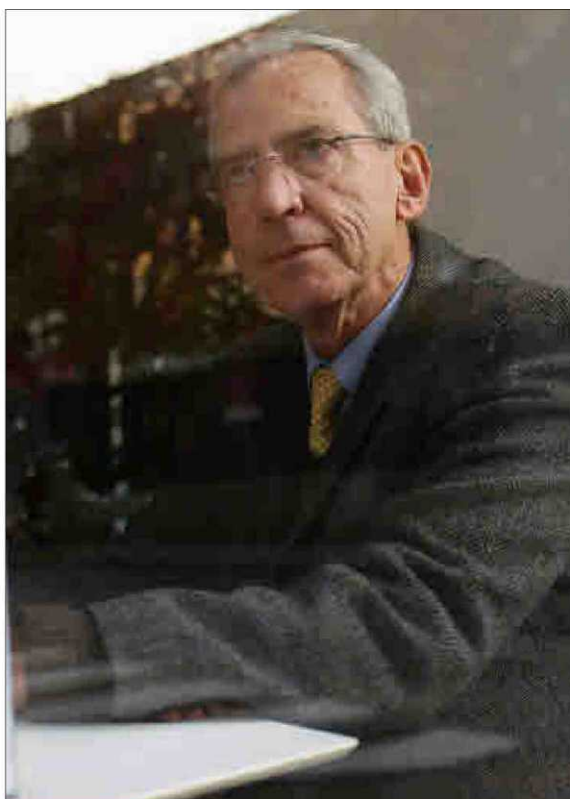
**Els periodistes som objectiu de guerra?** Va començar a l'Iraq, i Síria ha marcat un canvi de paradigma. És un nou entorn. A Síria avui un periodista és algú amb qui es negocia: per diners o per revenja. Això ha marcat un abans i un després. Si això continua així, serà molt complicat informar dels conflictes. Aquesta és la part negativa, la bona és que les xarxes socials, els telèfons intel·ligents, etc. han demostrat que es pot difondre informació no filtrada per un periodista honest que l'enquadra en un context, però que al final acaba sortint. Avui a Raqqa, en territori ocupat per l'Estat Islàmic no hi ha periodistes estrangers ni locals, però sí una comunitat clandestina de gent que se la juga per explicar què hi passa. Sempre hi haurà algú amb un telèfon mòbil que farà una foto o enviarà un *whatsapp*.

**Què li ha vingut al cap amb la crisi de refugiats d'aquest estiu a Europa?** És el que veïem abans a la frontera Sud, on hem retingut, aturat, transigit i somatitzat el flux cap a Europa de refugiats, la majoria econòmics, però també de guerra, que venien de l'Àfrica. Fa tres anys va ser Itàlia el punt d'arribada, i ara és l'Europa de l'Est. Hi ha diferències, perquè són molts més, perquè són famílies senceres i són gent com nosaltres: enginyers, mestres o fusters. I aquesta crisi ens ha posat davant del mirall. Europa s'ha convertit en una fortalesa que no sap què fer amb tota aquesta gent que fug d'una guerra que Europa no ha sabut com gestionar. ♦



**Alessandro Oppes**  
Italia

«En estos cuatro años ha habido un retroceso importante en los derechos y libertades». JAVIER NADALES

**Patrick Rahir**  
Francia

«Creo que el PP y el PSOE están sentenciados, y su única salvación pasa por una regeneración interna». J. N.

**Martin Dahms**  
Alemania

«El debate Rajoy Sánchez refleja el fango y las mal

# Así lo ven los corresponsales extranjeros

Cinco periodistas foráneos analizan a los cuatro candidatos y muestran la visión que impera en sus países



IRENE HDEZ. VELASCO

Un italiano, un francés, un inglés, un alemán y una azarbaiyana... Podría parecer el comienzo de un chiste, pero no. En realidad se trata de una cosa muy seria: las elecciones generales de mañana. Varios corresponsales extranjeros en España explican cómo han visto la campaña y valoran a los principales candidatos en sus respectivos países. Pasen y lean... Seguramente les sorprenderá saber cómo nos ven.

## ITALIA

Alessandro Oppes, corresponsal de *La Repubblica*, lleva más de 20 años observándonos. Y opina que España está viviendo una fase muy interesante. «Lo que sucederá el domingo es difícil de prever, pero el verdadero cambio importante en España ya ha ocurrido: el bipartidismo ha muerto. Y eso es positivo».

Oppes es muy crítico con el Go-

bierno de Rajoy. «En estos cuatro años ha habido un retroceso importante en los derechos y libertades, además de fuertes recortes por la política de austeridad. Y aunque Rajoy sigue con su discurso triunfalista sobre la recuperación económica, yo esa recuperación no la veo en la calle. Se ha recuperado algo el consumo pero queda muchísimo por hacer, y dudo que se pueda lograr con su reforma laboral», sostiene.

De Pablo Iglesias dice que es un auténtico animal televisivo. «Es muy bueno en el análisis y diagnóstico de la crisis. Pero las recetas que propone me parecen confusas, en parte porque en los últimos meses ha cambiado varias veces de discurso, pasando de la izquierda radical a una socialdemocracia danesa o sueca. Creo que lo ocurrido en Grecia le ha hecho replantearse su estrategia».

Sobre Albert Rivera sostiene que no le acaba de convencer: «No sabemos bien si detrás de él hay un partido o si lo suyo es un *one man show*. Y aunque él intenta contraponerse a lo viejo, en algunos aspectos su mensaje me parece viejo, de la derecha de toda la vida».

De Pedro Sánchez admite que no

tenía una opinión especialmente favorable... hasta el debate del lunes en el que se midió con Rajoy. «Hizo lo que debía de hacer ante un presidente del Gobierno que durante cuatro años no ha dado la cara y al que hay mucho que reprochar».

## FRANCIA

«Veo afán de cambio, veo esperanza, la posibilidad de hacer las cosas mejor», comienza diciendo Patrick Rahir, desde hace un año y medio el corresponsal jefe de *France Presse* en Madrid. Este curtido periodista subraya que no sólo le parece positiva la ilusión que palpa en el ambiente, sino también el hecho de que el descontento que ha traído la crisis y la corrupción no haya desembocado en populismos.

«España es uno de los pocos países donde no han prosperado los partidos que ofrecen soluciones populistas a la situación. Es cierto que Podemos al principio parecía populista, pero ha cambiado, ahora se presenta como un partido responsable capaz de gobernar», sentencia.

Su balance de los cuatro años de Gobierno de Rajoy es en general benigno. «Ha sacado al país de la crisis,

aunque podamos discutir a qué precio. Pero es cierto que la economía española vuelve a crecer y que España podía haber acabado peor, como Grecia o como Portugal». Pero no todo son halagos: «El Gobierno tenía mayoría absoluta y, aunque ha hecho reformas, hay otras que no ha hecho y no entiendo por qué. No entiendo por ejemplo por qué las leyes anticorrupción las ha votado al final de la legislatura. Y respecto a Cataluña, hubiera sido posible y deseable dialogar antes de que las cosas llegaran al punto que han llegado».

Confiesa que le interesa Ciudadanos y, en particular, su programa económico. «Garicano me impresiona, pero además creo que Ciudadanos tiene detrás mucha gente, muchos profesionales que tienen ilusión y ganas de cambiar su país. Al menos eso es lo que hemos visto en los reportajes que hemos hecho. Es verdad que Albert Rivera es la única figura conocida, pero no está solo. El partido aún es bastante débil, pero existe una base. Ciudadanos no es humo, no es un espejismo».

De Pablo Iglesias reconoce sobre todo sus dotes como orador. Y más que proclamar la muerte definitiva

del bipartidismo, deja caer la posibilidad de que dentro de unos años España tenga un bipartidismo distinto. «Puede ocurrir que los partidos nuevos reemplacen a los viejos y haya otra forma de bipartidismo. Creo que el PP y el PSOE están sentenciados, y su única salvación pasa por una regeneración interna».

Respecto a los posibles pactos que puedan surgir tras las elecciones, reconoce que no lo tiene nada claro. «Es muy difícil prever qué sucederá. Hace una semana habría apostado por un pacto entre el PP y Ciudadanos, pero ahora no lo veo. No descarto que la coalición pueda ser entre Ciudadanos y Podemos, dejando de lado a los viejos partidos. El juego ha cambiado y si los viejos no quieren cambiar, los dejarán de lado».

## INGLATERRA

«Siempre que veo a Pedro Sánchez no puedo evitarlo: pienso en esos muñecos que había antiguamente y que se llamaban Action Man. Da la impresión de que habla sin corazón, repitiendo el discurso de su partido. Francamente, no me ha impresionado mucho». Eso expone Graham Kealey, responsable de informar a los





maneras se siguen considerando algo legítimo». J. N.

**Graham Keeley**  
Inglaterra  
«Creo que Rajoy va a ganar, pero en Portugal ganaron los conservadores y un bloque de izquierdas pactó». JORDI SOTERAS**Aygun Aliyeva**  
Azerbaiyán  
«Albert Rivera será presidente del Gobierno. No esta vez, pero lo será. Es muy listo». J. N.

lectores del *The Times* de Londres de lo que acontece en España.

Su pronóstico: «Creo que Rajoy va a ganar y supongo que pactará con C's. Pero en Portugal ya hemos visto que el partido conservador ganó las elecciones, pero luego los socialistas, los comunistas y el bloque de izquierdas hicieron un pacto y lograron acceder el poder. No descarto que eso pueda ocurrir en España, pero francamente lo dudo».

El balance que hace de la legislación es favorable en economía. «El Gobierno de Rajoy ha rescatado a España de una crisis muy profunda, obviamente con la ayuda de la UE. Con la austeridad y una política estricta con el gasto público ha sido capaz de transformar una situación de crisis en una de crecimiento». En asuntos sociales, sin embargo, su opinión no es tan positiva. «La reforma de la Ley del Aborto fue un desastre. Y Cataluña también ha sido un desastre por el empecinamiento de ignorar la situación, algo que al final ha impulsado a los separatistas».

Considera a Rajoy «un político muy inteligente» y alaba su estrategia en esta campaña electoral. «Le han criticado por no ir a debates con Albert Rivera y Pablo Iglesias, pero Rajoy sabe que es un mal orador y que habría tenido muchas posibilidades de salir derrotado. Ha optado en cambio por ir a programas como el de Bertin Osborne, donde le hemos visto cocinando y hablando de los

Beatles, y ahí sí que ha salido bien parado. Rajoy sabe ganar. Sufre un poco por su timidez y por eso le cuesta salir en los medios. Eso es una desventaja, pero sabe gestionar tanto el Gobierno como su partido».

De Iglesias elogia su carisma. «Le he visto en mítines y es impresionante, sabe hablar, debatir y lo que dice lo siente sinceramente. Ha revolucionado la política en España, más que Ciudadanos. Pero sus propuestas las veo poco viables», sentencia. De Albert Rivera destaca sus dotes como orador, su moderación y sus propuestas de reducir la burocracia y hacer un único contrato laboral. A Pedro Sánchez le echa en cara no sólo la agresividad que el lunes mostró en el debate con Rajoy, sino el que no explicara su programa de Gobierno. «Atacaba y atacaba, pero no llegó a explicar sus propuestas».

También está convencido de que a partir del lunes los partidos estarán abocados a sentarse a dialogar y a hacer pactos. Algo que no será fácil: «El debate entre Rajoy y Sánchez es una prueba de lo difícil que es hacer pactos en este país. La española no es, en mi opinión, una cultura de conciliación. La necesidad de pactar va a ser una prueba», concluye.

#### ALEMANIA

«En Alemania sería absolutamente inconcebible», asegura nada más empezar Martin Dahms, corresponsal del *Berliner Zeitung* y agudo ob-

servador de la realidad española desde hace más de 20 años. Se refiere al cara a cara entre Mariano Rajoy y Pedro Sánchez. «La agresividad del líder del PSOE me ha sorprendido. Pero aún más el que haya habido analistas e intelectuales que hayan defendido la forma de actuar de Sánchez. Creo que es algo que refleja que en España el insulto, el fango y las malas maneras aún se siguen considerando algo legítimo».

A Martín también le ha chocado que durante la campaña los partidos negaran rotundamente la opción de los pactos. «Me habría parecido más lógico que después de lo sucedido en las elecciones autonómicas se hablase de coaliciones. Ese rechazo, ese miedo a ser un *segundón* en un Gobierno, lo considero un error».

Este experimentado corresponsal considera «fantástico» el momento político que está viviendo España. «Me siento orgulloso de éste, mi país de acogida, sobre todo en comparación con lo que ocurre en el resto de Europa. Aquí se habla de política, aquí están pasando cosas, aquí hay dos candidatos con cabeza, con propuestas, que con 36 y 37 años saben expresarse y que transmiten entusiasmo. En algunas propuestas no coincido, pero siento un enorme respeto hacia Pablo Iglesias y Albert Rivera. Ambos representan la esperanza y el orgullo de España. Obviamente, hay profundas diferencias ideológicas entre ellos, sobre todo en

lo económico. Pero los dos son coherentes en sus propuestas y sus maneras de presentarlas».

De Pedro Sánchez opina que ha sido la gran decepción de estas elecciones. «Si el líder del PSOE fuera Eduardo Madina los socialistas podrían estar a la altura de Podemos o de Ciudadanos. Pero con Pedro Sánchez juegan en la liga vieja».

Y de Rajoy... «Rajoy es el mismo de siempre. Los que le votan saben muy bien a quién van a votar». El balance que hace de la legislación de Rajoy se resume en un palabra: decepcionante. «Todos sabíamos que al final de esta legislatura iba a haber crecimiento y más puestos de trabajo, la crisis no podía durar tanto. Creo que Rajoy ha aplicado malas recetas al recortar en educación, I+D e incluso en políticas de empleo. Y su bajada de impuestos me parece una medida populista que no favorece a los más pobres. El gran fallo de esta legislatura es que habría que haber subido los impuestos de manera justa para obtener más ingresos. Tampoco me gusta cómo ha gestionado la crisis bancaria: se ha inyectado mucho dinero público en los bancos y luego se han malvendido. Y luego está el inmenso problema de la corrupción, que me parece que es algo endémico dentro del PP».

#### AZERBAIYÁN

«Si, en Azerbaiyán están interesados en la política española». La revela-

ción nos la hace Aygun Aliyeva, de 33 años y en España desde hace dos como corresponsal de la agencia de información estatal de ese país. Pese a la distancia entre estos dos puntos, explica que la relación con nuestro país tiene su origen en otros intereses: «La relación entre nuestros países no es muy fuerte, pero España siempre ha sido un país interesante para nosotros. Puede que en Azerbaiyán no todos conozcan a Mariano Rajoy, pero todos saben que España tiene un rey y una reina hermosa».

A Aygun lo que más le asombra de la política española es su juventud. «Me sorprende que en España haya gente muy joven que aspire a ser presidente del Gobierno. Eso es algo que interesa en Azerbaiyán».

Sobre Mariano Rajoy afirma que le ha tocado capear como presidente del Gobierno en un momento difícil para España. «Puede que haya sido a veces duro al afrontar la crisis económica en el país, pero es inteligente. Con él, el desempleo se ha reducido en un 4%, y esa es una gran cifra. Y su política exterior también me parece inteligente».

Sobre Pedro Sánchez opina que es «un hombre muy simpático». A Albert Rivera le ve presidente del Gobierno. «No esta vez, pero lo será. Es muy listo». Y a Pablo Iglesias le reprocha sobre todo su propuesta de celebrar un referéndum sobre la independencia de Cataluña. «Eso no me gustó».



**Pepe Ferreiro (1931-2015)**

# El obrero de la ficción gallega

Su refugio eran la creación de mundos imaginarios, el cine y la conversación

**T**an solo una persona que yo conozca, un genio de la palabra hermosa y precisa que lo acompañase perdido a las afueras de las malezas de las camarillas literarias, podría encontrar las pocas y precisas palabras que definirían la compleja y hermética personalidad de Xosé Fernández Ferreiro, uno de los más extraordinarios obreros de la narrativa gallega. Necesitaríamos a Manuel Álvarez Torneiro, su parejo cascarrabias y gruñón amigo, que tan tardía como merecidamente recibió los honores del Premio Nacional de Poesía en el 2013. Dos caracteres fuertes que solo entre ellos podían permitirse ruar a diario por las calles coruñesas y seguir manteniendo, entre refunfuños, sus sueños y sus discrepancias como ya habían hecho durante muchos años mientras compartían redacción en el que definía como *mundo absurdo do xornalismo*.

Era una época en la que él se autoexigía en solitario llenar muchas carencias de la narrativa gallega, quizá en la línea de esfuerzos similares de los grandes de la «Xeración Nós». ¿Precisábamos un *western*? Nació la memorable «La muerte de Frank González» (1975). ¿Una novela erótica? Llegaba «Corrupción e morte de Brigitte Bardot» (1981). ¿Había que enrique-



EFE

cer lo poco publicado de ciencia ficción? La respuesta era «Reportaxe cósmico» (1983). Y, aun mucho después, cuando las dramáticas circunstancias lo imponían, abordaba el tema del terrorismo en «O atentado» (1999). Pero había que seguir fiel al mundo del que procedía, al de la aldea vivida de Nogueira de Ramuín, porque si para ningún joven de su época era fácil salir

**Xosé Fernández Ferreiro** nació el 29 de enero de 1931 en Nogueira de Ramuín y ha muerto el 16 de diciembre de 2015 en La Coruña. Publicó poemarios y narrativa. Trabajó como periodista en el Faro de Vigo, La Noche, El Correo Gallego y La Voz de Galicia. En 1985 fue galardonado con el Premio Galicia de Periodismo.

adelante, hacerlo desde esa cuna marcaba una senda de superación frente a la intelectualidad urbana. Había que sentir, como lo sufría él, el inapelable declive permanente de Espartedo parejo a la pérdida de las personas que lo habitaran y al derrumbe de las construcciones que arrojaron infancia y familia: «A saga dun afiador» (1980). Y denunciar las injusticias: «Morrer en Castrelo de Miño» (1978), «Agosto do 36» (1991), «Os últimos fuxidos» (2004)... Así hasta completar una veintena de obras.

Para nadie de su generación fue un camino de rosas. Rebelde, hermético y tímido, con un corazón tierno y oculto propenso a la amargura, su refugio eran la creación de mundos imaginarios, los viajes en coche con su madre, el cine y la conversación con las contadas personas a las que permitía acercarse un poco a su intimidad. Algunos premios y la fobia a las vanidades sociales. Nadie habría podido organizarle un homenaje.

En una ocasión escribió Xosé Luís Méndez Ferrín, que con él formó parte en el Madrid de los años cincuenta del grupo «Brais Pinto», que en aquella generación existía en todos «un amargor» de haber amado encarnizadamente las bellezas del mundo, de haber anhelado libertades y de haber querido conocer la plenitud de los tiempos que nunca llegó. Pero que esa amargura en Ferreiro era acedia y desconfianza, pesimismo bestial, que recorre «O minotauro» (1989) de principio a fin. Como en su propia vida.

TUCHO CALVO



Desde su nacimiento en 1956, RTVE ha venido prestando un servicio público, universal y gratuito de radio y televisión, contribuyendo a la consolidación de la democracia y al desarrollo de las industrias creativas en nuestro país. Sin embargo, 60 años más tarde la televisión ya no es lo que era. La digitalización ha cambiado el consumo de contenidos, haciéndolo cada vez más individualizado, móvil, multipantalla, e interactivo. Los emisores tradicionales con una programación lineal e ingresos basados en la publicidad ven amenazada su posición por un número creciente de competidores como las televisiones de pago, que están apostando fuerte por alcanzar una mayor audiencia con contenidos de alto valor añadido, y las nuevas plataformas como Netflix, Google, Apple TV, Amazon, YouTube e incluso Facebook que operan muchas veces al margen de la regulación nacional y que ofrecen cada vez más productos audiovisuales atractivos y de calidad, aparte de los contenidos subidos por los usuarios. En fin, ahora más que nunca la audiencia, especialmente la más joven, está *al mando*, configurando un ecosistema com-

ENRIQUE ALEJO

## Por una RTVE del siglo XXI

plejo y cambiante con riesgos y oportunidades.

Este nuevo escenario requiere que un medio público como RTVE siga

siendo relevante. Para ello, RTVE además de continuar con su misión original de «formar, informar y entretener», debe renovar su propuesta de valor a la sociedad española sobre tres elementos: los ciudadanos, el ecosistema empresarial y la globalización.

Necesitamos una RTVE centrada en los ciudadanos, que permita crear con ellos un espacio público de comunicación, un relato compartido e inclusivo para toda la sociedad española. Tratando a la audiencia como ciudadanos y no sólo como consumidores, ofreciéndoles servicios y productos adaptados a sus necesidades, individuales y colectivas, alcanzando a todos sin exclusión. Y para ello, RTVE debe servir de referencia, valor estable que dé confianza en que la información y los contenidos que recibe son solventes y fiables. RTVE, a la vez que mantiene una programación dirigida a las grandes masas, se ocupa de segmentos específicos de población con propuestas diferenciadas. Pero sobre todo, para seguir siendo relevan-

te, RTVE debe crecer en la programación interactiva, incorporando a la audiencia a través de nuevos soportes y plataformas, promoviendo la participación, el debate y la diversidad y ofreciendo servicios y productos más innovadores, menos *curados* por especialistas y, por lo tanto, más abiertos.

Necesitamos una RTVE que promueva el nuevo ecosistema de la comunicación audiovisual. RTVE debe ser no sólo motor de crecimiento de la industria sino también un punto de equilibrio en un sistema digital todavía inestable, con un alto riesgo de concentración en pocas manos. Una RTVE en red, abierta al conjunto de nuevas empresas de tecnología audiovisual, de marketing digital, de bases de datos, de nuevos contenidos y creatividad, etcétera, servirá de sustento e infraestructura para la creación de valor público, permitiendo que el ecosistema digital crezca equilibradamente y haciendo viable el talento individual y colectivo. RTVE debe apoyar también a instituciones claves en el desarrollo de las industrias creativas, como son las instituciones culturales, la comunidad científica, la empresa exportadora y el mundo del turismo, a integrarse al ecosistema digital y la globalización.

Necesitamos, finalmente, una RTVE global, que sirva de proyección de España en el mun-

do y, al mismo tiempo, trasmite a los ciudadanos españoles las cuestiones de la economía y de la sociedad global. RTVE ha de aprovechar la globalización para tejer alianzas de colaboración con actores globales en la producción y emisión de contenidos contribuyendo con ello a la proyección y difusión de los intereses españoles. RTVE debe aprovechar también en toda su extensión el potencial de la lengua española, que pronto alcanzará los 500 millones de hablantes, especialmente en América, donde los intereses españoles no dejan de crecer. En definitiva, RTVE ha de pensar globalmente y actuar también globalmente, prestando de esta manera un servicio insustituible a los ciudadanos y a las empresas de nuestro país.

Estos objetivos no suponen que RTVE deba ser más grande. Lo que debe ser es una RTVE más eficaz, más rápida, más flexible, en resumidas cuentas, más operativa. Y también una RTVE con un modelo de financiación más claro, delimitado y estable, a la vez que diversificado. Todo ello contribuirá a reforzar el papel de RTVE en este contexto crecientemente complejo, haciendo que siga siendo relevante en la cambiante sociedad actual.

Enrique Alejo es director general corporativo de RTVE.



El periodista Miquel Martín i Gamisans (Mollerussa, 1980). ARA

## Miquel Martín i Gamisans, nou cap de continguts de La Xarxa

Ahir La Xarxa va nomenar Miquel Martín i Gamisans com a nou cap de continguts, estratègia i comunicació. L'entrada del periodista implica la refosa d'aquestes tres àrees en una de sola, sota el seu comandament. Tal com va avançar l'ARA, Martín es converteix en el nou número 2 d'aquesta eina de suport a les ràdios i televisions locals i reporta directament Francesc Pena com a conseller delegat. Qui ha sigut fins ara director de continguts, Joan Foguet, assumirà ara l'àrea de comunicació d'aquesta corporació impulsada per la Diputació de Barcelona.

Nascut a Mollerussa el 1980, Martín va cursar direcció estratègica de comunicació i la marca a Esade i estudis de periodisme a la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull). Es-

pecialitzat en planificació estratègica de comunicació, ha treballat en xarxes socials i internet. Ha fet tasques de consultoria per a les principals institucions de Catalunya i el Congrés de Diputats de Madrid, on va treballar com a cap de premsa per al diputat Joan Puigcercós, d'ERC. També ha sigut director de comunicació d'Òmnium Cultural.

Com a periodista, ha participat fent comentaris d'actualitat a *El món a RAC1*, *El debat de TVE* i *Els vespres de TVE Catalunya*. També al programa *23/24 del 3/24* i als matinals de la mateixa Xarxa i Ràdio 4, entre d'altres. Fins a l'actualitat ha sigut soci director de ZipZap Social PR, una agència de màrqueting de continguts focalitzada principalment en l'àmbit digital. — **Àlex Gutiérrez**



# Dos accionistas entran en el consejo del grupo PRISA

**EL PAÍS, Madrid**  
 El consejo de administración de PRISA (grupo editor de EL PAÍS) nombró ayer dos nuevos consejeros dominicales, en representación de sendos accionistas. Se trata de Khalid Thani Abdullah Al Thani's, presidente de International Media Group, que

posee el 8,2% del capital; y Joseph Oughourlian, consejero delegado de Amber Capital, que cuenta con el 14% de las acciones. En la misma reunión, se ha aprobado el nombramiento del ya consejero de PRISA José Luis Leal Maldonado como vocal del comité de auditoría de la compañía.

Khalid Thani Abdullah Al Thani's formará parte del consejo de PRISA en representación de International Media Group, que ha suscrito y desembolsado la reciente ampliación de capital por importe de 64 millones de euros anunciada por la compañía el pasado mes de noviembre, y tiene el 8,2% del capital.

Por su parte, Joseph Oughourlian formará parte del consejo en representación de Amber Capital, que está presente

en el accionariado de PRISA desde 2010, y cuenta ahora con un 14% del capital.

Khalid Thani Abdullah Al Thani's es un destacado empresario de Qatar con diversos intereses en banca, inmobiliaria, seguros, valores financieros, salud, telecomunicaciones, medios de comunicación, tecnología de la información, industrias de educación y de turismo y benefactor de varias organizaciones sin ánimo de lucro.

Joseph Oughourlian es el fundador de Amber Capital, que tiene una fuerte presencia en Europa con oficinas en Londres y Milán. También es gestor único de la cartera Amber Global Opportunities Fund. Forma parte de los consejos de Cofide (holding de la familia de Benedetti), Sorgente SpA (compañía hidroeléctrica en Padua, Italia) y AGBU (la institución benéfica armenia más grande del mundo con sede en Nueva York).



## Telemadrid será una Sociedad Anónima tras la ley de PP y C's

El proyecto elimina el límite de gasto del director general

**E. Díaz** MADRID.

El Partido Popular y Ciudadanos han pactado un Proyecto de ley para la reforma de Telemadrid que transformaría el ente en una Sociedad Anónima. Los distintos comités de empresa de la cadena pública rechazan a unísono el texto, que dejaría en manos del ejecutivo regional el control de la televisión madrileña, la decisión de su cierre y la de su posible privatización.

“Esta nueva Sociedad Anónima mercantil que proponen PP y Ciudadanos da el poder efectivo sobre Radio Televisión Ma-

Los sindicatos critican que la reforma no garantiza la producción propia

drid a una Junta General de Accionistas formada exclusivamente por el Gobierno de la Comunidad de Madrid”, critican desde CCOO. De este modo, la radiotelevisión, que actualmente está controlada por la Asamblea de Madrid quedaría en manos del Gobierno regional.

Los sindicatos también denuncian que el proyecto elimine el límite de gasto para el director general de la cadena. “Lamentamos que la nueva ley no garantice expresamente la no externalización de todo el proceso productivo de los informativos de Radio Televisión de Madrid, ni fije un porcentaje mínimo de producción propia externa”, critican los comités.



EFE

## CCOO protesta per la gestió de la missa de Sant Esteve de TVE

El sindicat Comissions Obreres (CCOO) ha protestat perquè s'ha demanat al personal de TVE a Catalunya que produeixi el senyal de la missa del dia de Sant Esteve a la catedral de Barcelona, tot i que cap dels canals de l'ens té previst emetre-la. En canvi, el senyal s'oferirà gratuïtament a les televisions que el demanin. Segons assenyala CCOO, "només 13TV, el canal de la Conferència Episcopal Espanyola, s'ha interessat a oferir l'esdeveniment". El sindicat critica que el director de TVE a Catalunya, Eladio Jareño, mobilitzi els recursos de la casa per a un acte que no s'emetrà, mentre RTVE paga a productores privades perquè s'emetin esdeveniments esportius argumentant que resulta car fer-ho amb producció pròpia. CCOO proposa que la missa es cobreixi només amb els equips d'informatius. ■



## Telefónica té opcions per un altre 8% de Prisa

■ Telefónica ha elevat a prop del 5% la seva participació en Prisa, companyia en la qual també ha subscrit una opció de compra equivalent a un altre 8,172% del capital, segons consta als registres de la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV). La companyia que presideix César Alierta ha informat el regulador que la seva posició total en Prisa era a data de 27 de novembre del 2015 del 13,697% del capital, superant així el llindar del 10%. En concret, la participació de l'operadora es desglossa en gairebé 3,59 milions de drets de vot atribuïts a accions, la qual cosa equival al 4,985% del capital, i al voltant de 6,27 milions de drets de vot atribuïts al nombre d'accions que s'utilitzen com a referència per als derivats liquidables per diferències i en efectiu, equivalents al 8,172%. La companyia va explicar ahir que aquests instruments financers són tres derivats que vencen l'octubre del 2016, el maig del 2017 i l'agost del 2017, "sense que el subjecte obligat tingui o pugui exercitar els drets de vot de les accions que s'utilitzen com a referència en els mateixos". Tenint en compte el preu de 5,15 euros registrat per les accions de Prisa a tancament dels mercats ahir divendres, la posició total de Telefónica, inclosos els derivats, està valorada al voltant de 50,7 milions d'euros. / Agències





## Mireia Garolera, nova enviada de RAC1 a Madrid

Mireia Garolera serà, a partir del gener, la corresponsal de RAC1 a Madrid, en substitució de Jordi Armenteras, que després de vuit anys treballant a la capital espanyola s'incorporarà a la redacció de l'emissora a Barcelona. Garolera va assegurar ahir a *El món a RAC1* que aquesta nova tasca és un "repte brutal".





# 200

Periodistes empresonats i  
47 d'assassinats el 2015 per  
fer la seva feina, segons el  
Comitè Internacional per a la  
Protecció de la Premsa (CPJ).



## DNI

### JEFF BEZOS

51 años, creó en 1994 el 'germen' de Amazon, un negocio de venta de libros llamado Cadabra. Lo cambió a Amazon cuando un abogado confundió el nombre con 'Cadáver'. Lleva el apellido del marido de su madre, el cubano Miguel Bezos, pero su padre biológico es un artista de circo con el que no tiene trato. Jeff está casado con MacKenzie Bezos. Tienen cuatro hijos.

JEFF BEZOS QUIERE CONVERTIR SU EMPRESA EN LA GRAN PLATAFORMA DE ENTRETENIMIENTO.



iría que estamos viviendo una edad de oro de la televisión». Jeff Bezos tiene claro que el negocio de la televisión ha experimentado un giro radical en los últimos años. El fenómeno de las series es un claro ejemplo, y el dueño de Amazon no quiere quedarse fuera de ese nicho. Con la discreción que lo caracteriza, se ha convertido ya en un proveedor de videos y series *on demand* a través de su plataforma Prime Instant Video,

en la misma línea que Netflix. Prime Instant Video es un catálogo de videos a los que se puede acceder en cualquier momento. Ya producen sus propias series, como *Transparent*, cuyo protagonista, Jeffrey Tambor, ganó el Globo de Oro y dio una inesperada visibilidad a Amazon. Pero en verano Bezos también anunció en el Reino Unido que Jeremy Clarkson y Richard Hammond, de *Top Gear*, van a presentar un nuevo programa

sobre automóviles vía Amazon Prime el año que viene.

Bloomberg advertía hace unas semanas que el plan de Bezos no es quedarse en el servicio a demanda de series. Lo que Bezos planea es convertirse en un centro desde el que seguir toda la televisión y el ocio por Internet. Es decir, que Amazon permita el acceso a todos los canales que nos interesen y ser así una plataforma mundial de entretenimiento. No parece que

esta decisión tenga nada que ver con su otra incursión en los medios: la adquisición en 2012 de *The Washington Post*. Bezos dice que compró el periódico porque se lo ofreció su amigo Don Graham, el entonces propietario del diario, pero que no se lo planteó como negocio en sí mismo... pese a que le costó 250 millones de dólares.

La televisión, en cambio, sí la ve como floreciente negocio y afín a lo que ya hace.

### EN CIFRAS

**245.000**  
millones de dólares  
es la valoración de Amazon actual.

**150.000**  
personas trabajan en su compañía en todo el mundo; 20.000 de ellas, en Seattle.

**48.000**  
millones de dólares  
es la fortuna personal de Jeff Bezos.



Las tres grandes apuestas ahora de Bezos son, según él mismo, Prime, Marketplace y AWS.

**APUESTAS**

\*Prime es «un club del cliente»: a cambio de una cuota anual, los consumidores tienen acceso a todos los servicios de Amazon, desde la entrega de paquetes en una hora hasta programas de música en línea, libros a través del Kindle o el servicio Instant Video.

\*Marketplace facilita que cualquiera, ya sea un individuo o una gran empresa, venda productos en la plataforma de Amazon y que sea la propia Amazon la que efectúe la entrega, lo que incrementa el número de ventas internacionales.

\*AWS o Amazon Web Service es una serie de servicios de computación en la nube creados por Amazon en 2006 y que aspira a competir con Google. De momento, entre los clientes de Bezos que depositan en su nube sus datos se encuentran Dropbox, Pinterest, AirBnB y JustEat, por citar solo algunos. Aunque ha tenido problemas operativos considerables.

Bezos reconoce que Prime es la más llamativa para los

consumidores y en este momento su gran apuesta, aunque no sea del todo rentable. Su precio para los abonados es de 99 dólares al año en Estados Unidos. Cuando le preguntan por las inevitables pérdidas, Bezos responde: «Yo no lo veo de esa forma. Yo lo veo como parte de un conjunto. Prime es como un bufé libre de restaurante; y los bufés libres inicialmente siempre atraen a los muy glotones. Así que es normal que el proyecto siga en fase de inversión durante cierto período de tiempo».

**ERRORES**

Tampoco es que Amazon no se haya equivocado nunca. Tropezos importantes fueron su inversión de 175 millones de dólares en el sitio de anuncios clasificados LivingSocial o su teléfono móvil Amazon Fire. Pero los éxitos han sido más considerables. Sus ventas lo avalan. El pasado *black friday* no solo batió el récord de ventas en España, sino que batió el récord en el mundo de venta de sus propios productos. ● L. G.

**QUÉ SE CUECE (EN AMAZON)**



**Los drones repartidores**

▶ Amazon presentó hace dos semanas su primer avión no tripulado 'oficial', el Prime Air, aunque no

hay fecha para su puesta en marcha. «Con el tiempo, las entregas por medio de Prime Air serán tan habituales como

las hechas por un camión de reparto –asegura Bezos–. Los problemas técnicos en realidad son poco complicados. La dificultad es la regulación». Bezos no se muestra muy explícito en

lo tocante al calendario. «Hablar de meses me parece un tanto agresivo, prefiero hablar a años vista. Pero lo que está claro es que vamos a llevar el proyecto a la práctica».

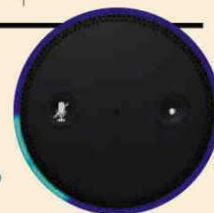
**Alimentos frescos**

▶ Amazon Fresh es el servicio de entrega de alimentos frescos que Bezos está ya ensayando en Estados Unidos.

Todavía es una opción limitada; sobre todo hace envíos a restaurantes. También se han planteado la opción contraria: abrir tiendas físicas. Lo han hecho con varias librerías en universidades estadounidenses. Pero Bezos es cauto. «Hay compañías que lo hacen muy bien en este sector. Si Amazon abriera tiendas físicas, tendríamos que hacer algo diferente».

**Control a distancia**

▶ El dispositivo Echo, aún no disponible en todos los países, es un comando de voz de Amazon que permite el control a distancia de los interruptores de la luz, el reproductor de música y otros aparatos domésticos. Bezos no quiere limitarse al Kindle y está creando sus propios aparatos tecnológicos.



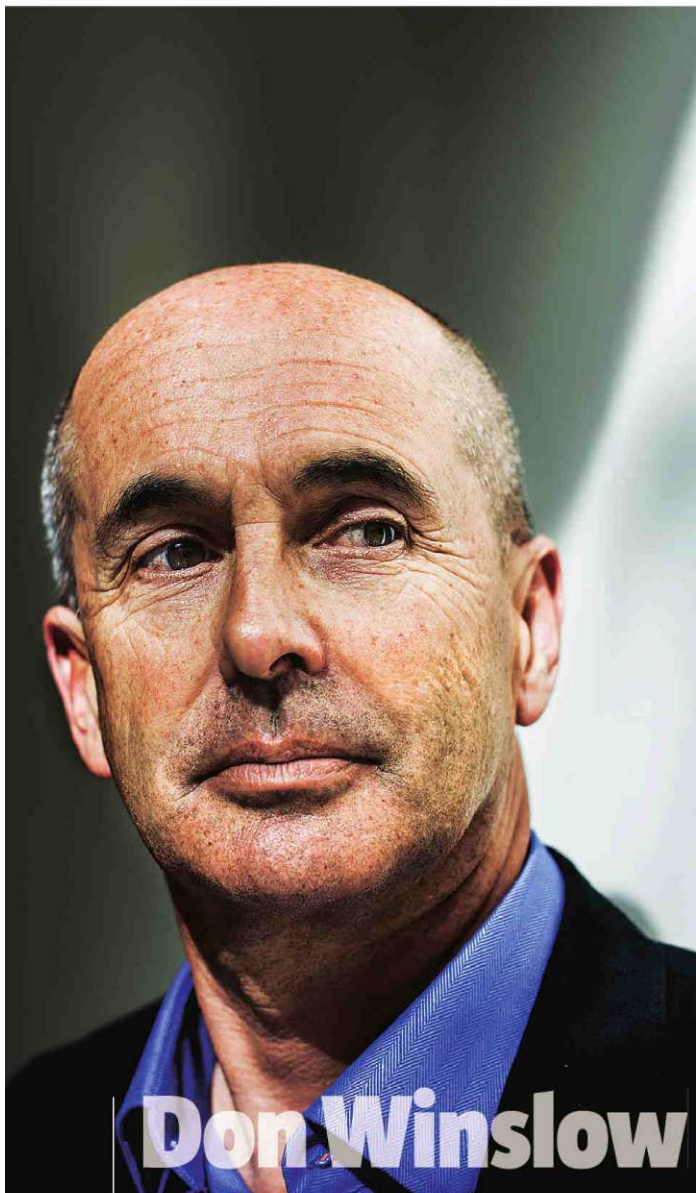
**La nube de Amazon**

▶ AWS es la división informática en la nube de Amazon. Es una red de centros de datos repartidos por 28 puntos del planeta y en 11 zonas geográficas. Ofrece servicios tanto a *start-ups* como a grandes compañías. Pelea con Google, Microsoft y Oracle por un mercado que da tanto poder como dinero.





## el otro lado

**Don Winslow**

**ESCRITOR.** Nacido en Nueva York en 1953, Don Winslow es una estrella internacional del género negro gracias a libros como *El poder del perro* o *Salvajes*—llevada a la pantalla grande por Oliver Stone—. Ahora publica *El cártel* (RBA), una crónica de los últimos diez años de la lucha contra el narcotráfico en la frontera entre México y Estados Unidos, de la que Ridley Scott prepara una adaptación cinematográfica.

## “Adoro el periodismo, soy un friki de las noticias”

Texto de **Antonio Lozano**  
Foto de **Xavier Cervera**

**Ejerció de guía de safaris en África. ¿Qué lo llevó allí?**

La descubrí en los libros de Robert Ruark, novelista minoritario cuya descripción de Kenia me atrapó a los 11 o 12 años, y obviamente en Hemingway. Primero la visité como periodista casi imberbe, cubriendo los conflictos raciales en la entonces Rhodesia, y luego regresé para mostrar a los turistas los elefantes y los leopardos en una de mis etapas más felices.

**Fue detective privado muchos años.****¿Era como vivir en una novela de Chandler y Hammett?**

¡Ja! Ya me hubiera gustado. Aún estoy esperando trabajar en un despacho al que venga a visitarme una rubia despampanante mientras de fondo suena un saxofón. Empecé en lo más bajo, investigando fraudes en el mundo del espectáculo. Un amigo administraba teatros en Times Square, y el personal le robaba a sacos. Me infiltré allí y los hice caer.

**¿Desarrolló alguna habilidad especial en las malas calles?**

Mis años entre tipos ruines, bajo nombres falsos, me hicieron muy bueno protegiéndome las espaldas.

**¿Cuál es el mayor malentendido sobre el tráfico de drogas a ambos lados de la frontera americana?**

Que es un problema mexicano con las drogas. No. México paga por ello con su sangre, pero es un problema de Estados Unidos y Europa, incluida España. Fundamos el problema al comprarlas y después esparciendo la violencia al querer prohibirlas, así generamos el poder de los cárteles.

**¿Qué fue lo más duro de escribir *El cártel*, tan lleno de atrocidades?**

La carga psicológica de enfrentarte durante años con lo más espantoso de la condición humana. Ver autopsias, fotos de gente con las tripas fuera o sin cabeza... y recordar que eran personas de carne y hueso.

**¿Un héroe de juventud?**

El periodista Jimmy Breslin. Adoro el periodismo. Leo cuatro periódicos al día. Soy un friki de las noticias.

**¿Algún libro que le empujara a querer escribir género negro?**

Más bien filmes como *The French Connection* o *El Padrino*. Para los autores de novela negra de mi generación la distinción entre novelas y películas es casi artificial en términos de influencia.

**¿Escucha música mientras escribe?**

Siempre, me ayuda a sumergirme en la atmósfera. Cada libro tiene su banda sonora. Con *El poder del perro* escuché narcocorridos, lo que fue un infierno. Con *Los reyes de lo cool*, sobre el tráfico de drogas en la California de los sesenta y setenta, recurrí a Jefferson Airplane, Janis Joplin y Beach Boys. Con *El cártel* elegí jazz y Mahler, según la escena.

**Para un trotamundos como usted, ¿dónde está el paraíso?**

California es mi cielo en la tierra y mi mayor fuente de inspiración.

**¿Cómo se mantiene en forma?**

Si estoy en mi rancho de la Costa Este, camino cada día 10 kilómetros, me ayuda a componer diálogos en mi cabeza. Cuando voy a mi casa de la playa, en el oeste, surfeo. ☉

**¿CREENCIAS?**

BUDISTA, PERO DE LOS POCO APLICADOS. ANTES MEDITABA MÁS.

**SU LEMA VITAL**

HAZ EL MÁXIMO DE COSAS QUE AMAS CON LA GENTE QUE AMAS.



David Herguedas (Gadea Grupo Farmacéutico); César Ruiz (Grupo Norte) y Javier Durán (Luce IT), junto a Pedro Piqueras en el estreno de Canal Innova

**Iniciativa** Presentación

# Canal Innova, un punto de encuentro para la creatividad empresarial

► La empresa de servicios Grupo Norte lanza una plataforma que pretende compartir «conocimientos»

J. M. AYALA VALLADOLID

Grupo Norte ha impulsado una nueva plataforma de conocimiento, denominada Canal Innova ([www.canalinnova.com](http://www.canalinnova.com)), con la que a partir de ahora trasladará experiencias de éxito en torno a la cultura de la innovación, mejora continua, creatividad e ideas, mejoras de procesos y la ejecución de innovaciones reales. Más de 200 personas arroparon hace unos días en Valladolid la presentación de esta iniciativa, que a lo largo de 2016 recorrerá diferentes puntos de España de la mano de diferentes innovadores.

¿Por qué una compañía de servicios se embarca en esta aventura? El presidente del grupo empresarial, José Rolando Álvarez, explica que «la reinención de nuestra compañía supone también una nueva forma de relacionarnos con la sociedad de la que formamos parte, en la que somos conscientes de que la batalla está en el conocimiento». Fue después de sacar

«conclusiones» a la pregunta sobre qué pasaría «si mañana dejáramos de existir, quién y por qué nos echaría en falta» cuando Grupo Norte pensó en «esta apasionante experiencia que nos coloca a la vanguardia del sector servicios», según detalla Álvarez.

### Proyectos y personas

Canal Innova nace con el compromiso de compartir conocimientos basados en la innovación, bien sea a través de la tecnología, de la mejora de procesos, o del desarrollo de las personas, «es decir del talento», factores todos ellos que «sin duda generan efectos muy importantes en el medio y largo plazo». Su propósito es el de destacar los avances y actividades más relevantes en esta materia que desarrolla no sólo Grupo Norte sino también «muchas otras empresas con nombre propio», así como reseñar y reconocer aquellos proyectos y personas que integran «el ecosistema de innovación disruptiva y que terminan siempre en una mejora concreta para la sociedad».

«Innovación + Talento, claves para alcanzar el éxito» fue el título del primer evento, celebrado el pasado 1 de diciembre en Valladolid, con Pedro Piqueras como conductor y dirigido fundamentalmente a directivos de empresa interesados en conocer pro-

### Un espacio digital pionero

#### Experiencias de éxito

Canal Innova es la plataforma creada por Grupo Norte para trasladar experiencias de éxito en torno a la cultura de la innovación, mejora continua, creatividad e ideas, desarrollo de procesos y ejecución de innovaciones reales. El objetivo es compartir conocimientos y exponer proyectos que representen avances en la prestación de servicios y valor añadido.

#### Aportación profesional

Este espacio digital cuenta con la aportación de los profesionales de Grupo Norte y de otros expertos externos que están protagonizando acciones de innovación.

#### Videos, entrevistas...

El portal recogerá también resúmenes de las intervenciones realizadas en los diferentes eventos —el próximo será en marzo en Madrid— organizados por distintas ciudades del país. Videos, entrevistas, contenidos exclusivos y reportajes de casos de éxito conformarán los contenidos del nuevo Canal Innova.

José Rolando Álvarez



puestas reales de innovación. La jornada contó con expertos de referencia en el ámbito de la innovación y la empresa. Así, la Ponencia Magistral corrió a cargo de Antonio Fernández, director general de Renault Consulting, mientras que la Mesa de Expertos estuvo integrada por especialistas como Javier Durán, CEO de Luce IT; David Herguedas, director de RR.HH. de Gadea Grupo Farmacéutico, y César Ruiz, director general de Desarrollo de Grupo Norte.

En la sección de Experiencias de Éxito se desplegaron las innovaciones reales con la participación de Verónica Pascual, directora general de ASTI; Carlos Marín, gerente de Innovación de Telefónica de España, y Carlos Moro, presidente de Matarromera.

La experiencia no termina en los eventos. Todos los contenidos se difunden a través de [www.canalinnova.com](http://www.canalinnova.com), con entrevistas, vídeos y artículos de interés con expertos en la materia y también desde las redes sociales, donde los diferentes perfiles cuentan con participación activa. «Queremos que sea un portal vivo en el que haya aportaciones internas y externas y sobre todo con casos y experiencias reales para demostrar que la innovación, también la que nosotros practicamos en procesos y en talento, se traduce después en mejoras efectivas en la sociedad», concluye el presidente de Grupo Norte.



## LA DEMOSCOPIA, A EXAMEN

Debate sobre el presente y futuro de la predicción del voto el día de las elecciones más disputadas e imprevisibles de la historia de la democracia en España

# ENCUESTAS, INSTRUCCIONES DE USO

Por **SERGIO LILLO**



Preparativos electorales en Barcelona el pasado viernes. Albert Gracia

Cuatro expertos explican la 'cocina' detrás de los sondeos y aclaran: los datos no se manipulan, sino que se procesan

**C**uatro veteranos institutos de opinión explican qué hay detrás de las encuestas y reivindican su derecho a fallar en las predicciones porque, dicen, una encuesta nunca ha servido para adivinar el futuro, sino para tomar el pulso a la opinión pública. Se trata de Víctor Borge, de Borge & Asociados (Costa Rica); José Miguel de Elías, de Sigma Dos (España); José Juan Toharia, de Metroscopia (colaborador de EL PAÍS), y Luis Vicente León, de Datanálisis (Venezuela).

**Pregunta.** ¿Qué papel desempeñan las encuestas en la democracia?

**Borge & Asociados.** Permiten a los ciudadanos dar su sentir sobre el desempeño del régimen democrático.

**Sigma Dos.** Son un elemento importante porque permiten que una información relevante esté a disposición de todo el mundo y no solo de unas élites que puedan pagarlas.

**Metroscopia.** Contribuyen al mejor autoconocimiento de la sociedad y, por tanto, a consolidar la cultura cívica. Son un espejo en el que la sociedad puede mirarse y comprobar lo diversa y compleja que es. Ayuda a romper estereotipos y prejuicios y a aceptar que no todos pensamos necesariamente lo mismo (yo que no todos piensan como nosotros!).

**P.** ¿Se hacen demasiadas encuestas?

**Borge & Asoc.** No, es necesario para empresas, organizaciones civiles, políticos y organismos internacionales entender de primera fuente las percepciones sobre diferentes temas.

**Metroscopia.** Más bien se hacen demasiadas pocas



Encuesta de Gallup publicada en 1935 en The Washington Post.

buenas encuestas. Y, sobre todo, no se hacen tantos seguimientos regulares, periódicos, del pulso social (salvo el CIS y algún instituto privado, como por fortuna es nuestro caso).

**Sigma Dos.** Cuantas más se hagan, mejor.

**P.** Algunos críticos dicen que las encuestas rápidas ofrecen una lectura distorsionada del clima electoral y generan más desconfianza hacia los sondeos.

**Borge & Asoc.** Lo importante es que las encuestas no solo se basen en una sola pregunta. El encuestador

debe tener la capacidad de realizar ejercicios experimentales para evaluar posibles escenarios durante una elección. Si se procede del modo mencionado y siguiendo el método adecuado, no habrá distorsión.

**Metroscopia.** El pulso social no es constante, sino reactivo, sube y baja. De ahí la conveniencia de hacerle un seguimiento continuado y no solo en momentos de previsible taquicardia colectiva.

**Sigma Dos.** Lo único que tenemos es nuestro prestigio. En un momento dado nos podemos equivocar, pero no nos interesa distorsionar nada. Somos más capaces de predecir lo que la gente opina en el ámbito político que hace cuatro años porque se está viviendo la política de manera más intensa y los encuestados contestan con más precisión y claridad que antes. Pero la situación es compleja, porque frente a las dos formaciones consolidadas de 2011, ahora son cuatro.

**P.** La sociedad se pregunta si las encuestas buscan condicionar o influir en la opinión pública.

**Borge & Asoc.** Un encuestador serio y con experiencia no se puede permitir esto. Este tipo de situaciones viene normalmente por actores interesados en que gane uno u otro candidato. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales estadounidenses de 1936, que ganó Franklin D. Roosevelt, se quiso utilizar las encuestas para influir en la opinión pública. El medio *Literacy Digest* publicó una de las encuestas más grandes en la historia de una elección (una muestra de 2,4 millones de entrevistados!) dando como ganador al republicano Alfred Landon. Pero no funcionó la técnica del caballo ganador, producto de un error metodológico, creyendo que al aumentar la credibilidad de la encuesta se influiría en los electores.

**Datanálisis.** Las encuestas no buscan más que retratar un momento particular y servir de información para la toma de decisiones. Pero quienes usan la encuesta pueden tener distintos objetivos, uno de ellos podría ser en efecto publicidad o influencia.

**Metroscopia.** Quien haga un sondeo para intentar manipular a la opinión pierde el tiempo y el dinero. La ciudadanía no toma los sondeos por incuestionable verdad revelada. Y con razón, porque no lo son.

**Sigma Dos.** No, igual que el periodismo, plantean, ofrecen una información. Si con esa información se influye en un sentido u otro, depende de la persona.

**P.** ¿Cuál es el futuro de las encuestas?

**Borge & Asoc.** Los procedimientos no han cambiado desde hace décadas. Lo nuevo está en métodos experimentales que permitan determinar pequeños cambios en la opinión sobre algún tema álgido o tabú.

**Datanálisis.** Como todo, van caminando hacia nuevas tecnologías y formas de aplicación, pero no está amenazada su existencia, solo la forma.

**Metroscopia.** Desde 1948 se anuncia, recurrentemente, su inminente desaparición, su obsolescencia y su "enorme" lista de errores. Hay mucho que refinar, repensar, actualizar, pero, en esencia, se ha tratado, se sigue tratando y se tratará siempre de un ejercicio basado en preguntas y respuestas a una muestra representativa del conjunto de la población.

**Sigma Dos.** Sin duda, las cosas cambiarán. Las redes sociales e Internet tienen cada vez más importancia. Pero, en este momento, la selección aleatoria de los encuestados es lo que te da una buena información. Las encuestas personales o telefónicas permiten por tanto mayor aleatoriedad. En Internet no se consigue esa aleatoriedad de los encuestados y es más complicado trabajar.

**P.** ¿Qué es la 'cocina' y en qué consiste?

**Borge & Asoc.** Es un procesamiento de los datos. Implica la revisión crítica de todos los cuestionarios recogidos y la limpieza de la base de datos que conforman la encuesta. Se hacen revisiones de tiempos de entrevistas, verificación de las poblaciones representadas, de datos imposibles, como por ejemplo edades fuera de lógica, cuestionarios con altas tasas de no respuesta, entre otras.

**Metroscopia.** El término *cocina* se ha popularizado, pero quizá no es el más adecuado para aludir a los procesos de refinamiento y ajuste que suelen hacerse sobre los datos brutos que se obtienen en los sondeos. El objetivo de ese tratamiento no es manipular la información obtenida para que se ajuste a las preferencias o intereses del analista (o de quien encarga el sondeo), como suele pensarse, sino comprobar que en los datos no haya sesgos que incidan sobre su



capacidad de reflejar fielmente lo que la ciudadanía ha querido decir.

**P.** Cada vez menos gente dispone de teléfono fijo o no están en casa en todo el día. ¿Son fiables las encuestas por teléfono fijo? ¿Qué otras opciones manejan?

**Sigma Dos.** El teléfono fijo tiene una cosa a favor y es que, a causa de Internet, ha tenido un ligero repunte en los hogares. Pero sí es cierto que como la gente no siempre está en casa, nos obliga a llamar varias veces. También se trabaja con los teléfonos móviles.

**Borge & Asoc.** Si son fiables, en las encuestas se manejan cuotas de manera que se puedan localizar diferentes tipos de personas. También se están haciendo encuestas a móviles. Tienen sus debilidades, como el cara a cara y el teléfono fijo, pero funcionan.

**Datanálisis.** En el caso de países con baja penetración de telefonía o inexistencia de bases de datos de móviles, las encuestas siguen siendo cara a cara. Es el método que usamos en Venezuela para garantizar la calidad. Las encuestas telefónicas son restringidas a áreas donde disponemos de información completa.

**Metroscopia.** Sin duda, los sondeos telefónicos resultan cada vez más complejos. Localizar a los entrevistados requiere más tiempo (y por tanto coste) y una especial atención al trabajo de campo. Los sondeos *online* representan una alternativa de futuro.

**P.** ¿Por qué las encuestas y sus resultados son distintas según el medio que las encarga?

**Borge & Asoc.** Porque cada medio y cada encuestadora utilizan instrumentos o cuestionarios diferentes, seleccionan muestras distintas, se recogen en momentos distintos del tiempo y todos a personas diferentes.

**Datanálisis.** Las encuestas no son distintas dependiendo del medio, lo que puede ser distinto son los resultados de diferentes encuestadoras (por fechas, metodología o calidad) o pueden existir intereses que hacen que los medios o clientes publiquen solo lo que les interesa. La propiedad de una encuesta en términos de publicación es del cliente. Lo único que no puede hacer es alterar el resultado.

**Metroscopia.** Esto es en gran medida una leyenda urbana. Los datos de base suelen ser coincidentes (lo que ocurre es que no todos los medios proporcionan estos datos y por ello no resulta obvia esta básica coincidencia). Lo que difiere, por lo general, es la interpretación que hacen los distintos analistas.

## No tiene sentido que se prohíba hacer encuestas en la semana final antes de las elecciones, coinciden

**P.** ¿Tiene sentido que se prohíba hacer encuestas en la semana final antes de las elecciones?

**Borge & Asoc.** No tiene sentido. Las encuestas no influyen directamente en la decisión.

**Datanálisis.** No tuvo ningún sentido nunca. Es, en mi opinión, una violación del derecho a la información.

**Metroscopia.** Ninguno.

**P.** ¿Qué éxitos y fracasos destacarían?

**Borge & Asoc.** Si lo vemos desde el criterio de que las encuestas son una bolita de cristal, éxitos han sido las últimas tres elecciones en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

**Datanálisis.** No hemos tenido grandes fallos en nuestro caso particular.

**Metroscopia.** No tiene sentido hablar de errores o aciertos porque los sondeos no pretenden predecir comportamientos. En general, se ha acabado dando al sondeo una finalidad distinta de aquella para la que nació: tomar el pulso a la sociedad. Lamentablemente, se han acabado convirtiendo en un instrumento de predicción.

**P.** ¿Se reciben presiones para mostrar unos resultados concretos?

**Borge & Asoc.** Sí, claro. A ningún político o persona le gusta perder o tener malos resultados.

**Datanálisis.** No en el caso de las empresas históricas que han demostrado no estar dispuestas a ceder ni negociar resultados.

**Metroscopia.** Nunca. Y llevo casi 40 años en esto.



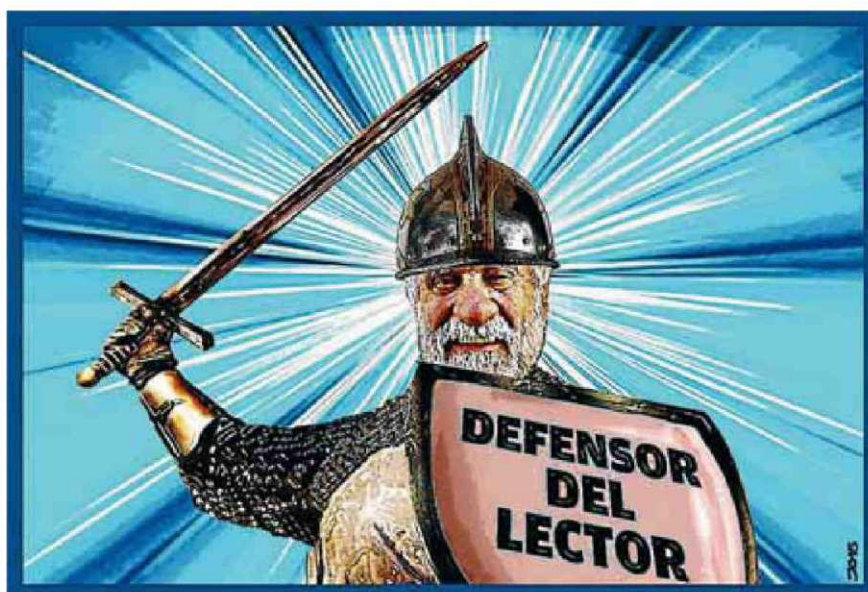
**EL DEFENSOR  
DEL LECTOR**Pep  
Collelledemont

Periodista

# A reveure, amics

**E**l 4 de febrer del 2006 sortia a El Punt la notícia del meu nomenament com a defensor del lector del diari, en substitució d'Imma Tubella, que feia poc havia estat nomenada rectora de la Universitat Oberta de Catalunya. Teòricament el càrrec era per dos anys prorrogables a dos més. I ja ho veieu, per les circumstàncies que no vénen ara al cas, el proper mes de febrer faria 10 anys en què puntualment cada quinze dies (excepte per vacances) he estat en contacte amb vosaltres, lectors, per escoltar les vostres queixes i els vostres elogis primer sobre El Punt i ja més endavant amb El Punt Avui. Seureu vosaltres, els lectors, els qui podreu fer una valoració de la feina feta.

**SI PARLEM D'INTENCIONS**, us he de dir que he procurat ser sempre objectiu a l'hora de comentar la marxa del nostre diari, o diaris, que hem vist néixer i créixer i fins i tot hem pogut assistir al seu casament. Dic procurar ser objectiu, ja que sóc dels que prediquen que en periodisme, i també en altres fets de la vida, l'objectivitat no existeix. Sempre el nostre jo s'hi fica pel mig i no us negaré, com alguna vegada algun lector ha insinuat, que és tant el que estimo el diari que a vegades se m'ha barrejat el que és amb el que voldria que fos. Malgrat tot, però, crec que no hem pas perdut el temps. La secció quinzenal de ben segur haurà servit perquè els lectors s'hagin implicat en el diari i als responsables alguna vegada els hagi ajudat a millorar el producte que, en definitiva, és el que hem intentat des que es va crear aquesta figura, que va començar amb en Josep Valls, un altre pescallunes de Sant Feliu de Pallerols com jo, i va continuar amb en Jaume Oliveras, de Badalona, un home d'El Punt des que el diari va arribar a les comarques barcelonines i fins avui com a membre del Consell Editorial; amb en Santi Masseguer, un banquer d'ofici però periodista de vocació, mort lamentablement massa jove, i amb l'Imma Tubella, que per



JORDI SOLER

## La secció quinzenal de ben segur haurà servit perquè els lectors s'hagin implicat en el diari

raons de feina va durar molt poc, i l'hauré acabat jo.

**DES QUE ES VA CREAR LA FIGURA** del defensor del lector fins avui, hi ha hagut grans canvis en el món del periodisme, sobretot pel que fa als mitjans tècnics. Al seu inici, moltes cartes arribaven per correu normal, tot i que ben aviat fou el correu electrònic el mitjà normal de comunicació. He de dir, però, que he rebut de lectors cartes escrites a mà que eren autèntiques obres d'art i que les guardo amb estimació. Els responsables del diari han comprovat, i jo també, que cada cop els lectors acudien menys a la figura del defensor i arribaven al diari a través d'altres mitjans, que avui són molts i eficaços. Per això s'ha cregut que la secció ja havia

completat la seva feina i era absurd mantenir-la perquè sí. Per a mi no ha estat una feina feixuga, tot al contrari. Sóc lector de diaris com aquell qui diu des que vaig aprendre a llegir. He explicat alguna vegada que quan arribava el diari a mitja tarda –eren altres temps–, els deu germans ens anàvem passant els fulls, que els estiràvem al terra de la botiga, que per una estona es convertia en la biblioteca de casa. Segurament aquí es va iniciar la meua vocació periodística, que ha durat fins avui. Tinc encara al davant un paper en què hi ha la llista de les més de trenta revistes de pobles que fèiem en l'empresa JJ Comunicació, un servei que crec que va ser de gran utilitat, ja que els pobles petits no tenien ni mitjans ni gent preparada per fer una revista. Creieu que fa il·lusió veure com pobles amb poc més de 100 habitants van ja pel número 20 de la seva revista.

**BÉ, TOT AIXÒ ÉS HISTÒRIA** i el present ens diu que avui hi ha eleccions –veurem què passa, tot i que sembla que tot està dat i beneït, però mai se sap– i que d'aquí a cinc dies és Nadal. Bones festes, doncs, a tots, i un bon any nou.



**Polémica** La operación de Jack Ma, fundador de Alibaba, crea dudas sobre la independencia futura del «South China Morning Post»

## El comercio electrónico se hace con los titulares

► Tras la compra de «The Washington Post» por Amazon, Alibaba adquiere el periódico insignia de Hong Kong

**PABLO M DÍEZ**  
CORRESPONSAL EN PEKÍN

Al igual que le ocurriera al «The Washington Post», comprado en 2013 por Amazon por 250 millones de dólares (231 millones de euros), otro periódico histórico ha sido adquirido por un gigante del comercio electrónico. Alibaba, que copa el 80% de las ventas por internet en China, se ha hecho esta semana con el diario de Hong Kong «South China Morning Post», que fue fundado en 1903 y es uno de los más prestigiosos de Asia.

Según anunció su empresa editora, el precio del trato es de 2.060 millones de dólares de Hong Kong (246 millones de euros) e incluye otras publicaciones, como las ediciones locales de las revistas «Elle», «Cosmopolitan» y «Harper's Bazaar». Sufriendo la competencia que ha traído la proliferación de medios en internet, los periódicos de todo el mundo intentan adaptarse a la era digital para paliar la caída de sus ventas.

El año pasado, el grupo editorial del SCMP alcanzó unos ingresos de 1.200 millones de dólares de Hong Kong (143 millones de euros), con unos beneficios de 122,6 millones de dólares de Hong Kong (14,6 millones de euros), ligeramente por encima de 2013. Además, sus activos valen unos 3.040 mi-

llones de dólares de Hong Kong (362 millones de euros), a tenor de Thomson Reuters.

Pero, al margen de estos detalles financieros, la compra de un periódico emblemático de Hong Kong por parte de un gigante chino de internet siembra dudas sobre su futura independencia editorial. Devuelta al autoritario régimen de Pekín en 1997, la antigua colonia británica disfrutó de más libertades que el resto del país, pero los hongkoneses se quejan del cada vez mayor control político que imponen las autoridades centrales. Así lo demuestran las multitudinarias manifestaciones que movilizaron a Hong Kong durante el año pasado para reclamar pleno sufragio universal.

Los periodistas de Hong Kong también denuncian una progresiva pérdida de su independencia por la connivencia entre el poder político de Pekín y los magnates de la isla, que se benefician del apoyo del régimen para seguir haciendo negocios. Durante los últimos años, así se ha apreciado en la línea editorial del SCMP, cuyas críticas se han ido suavizando. Controlado por Alibaba, que pertenece a Jack Ma, uno de los hombres más ricos de China, parece poco probable que este periódico se enfrente al régimen de Pekín a partir de ahora. De hecho, algunos expertos sospechan que tras esta adquisición se esconde la mano del presidente Xi Jinping, quien lleva tiempo instando a fundar en China nuevos medios más competitivos y creíbles que los oficiales, dominados por la censura y la propaganda.



# La veritat en blanc i negre

MARIO DONDERO (1928-2015)

Fotoperiodista italià

**E**l bon fotoperiodisme ha fixat a la retina col·lectiva la història contemporània. Ha fet de notari de la realitat, però també ha despertat emocions, perquè la mirada sempre és subjectiva. Un dels millors reporters gràfics del segle XX, l'italià Mario Dondero, va morir diumenge passat a casa seva, a Fermo, a la regió de les Marques, a 87 anys.

Hereu i admirador de monstres de la professió com Robert Capa i Henri Cartier-Bresson, Dondero, nascut a Milà però de família genovesa, va viure una vida nòmada, tant que els seus amics li deien *Donderoad*. Sempre estava disposat a agafar la motxilla i sortir de viatge. Fer de a fotògraf semblava, en realitat, la gran excusa per conèixer i explicar el món a través dels retrats de personatges coneguts i, sobretot, de la gent corrent. "Volia ser mariner, però em vaig convertir en fotògraf", va explicar una vegada. Darrere de cada imatge hi havia sempre una història personal, un context sociopolític, una anècdota que a ell li agradava recordar.

Amb la seva inseparable Leica, Dondero va immortalitzar artistes com Picasso, Passolini, Giacometti i Callas, va retratar es-

criptors (García Márquez, Sartre, Moravia, Malraux), polítics (Kennedy, Khrushov, Castro, Brandt, Deng), va explicar guerres a l'Àfrica, com la d'Algèria, i a Àsia (Afganistan). És cèlebre la foto que va fer a París, el 1959, al grup d'escriptors del Nouveau Roman. Es recordarà així mateix la instantània d'una assemblea estudiantil a la Sorbona ocupada durant el Maig del 68. El fotoperiodista italià tenia també una

**Independent, era per naturalesa un 'freelance', o un "gos de carrer", com preferia definir-se**

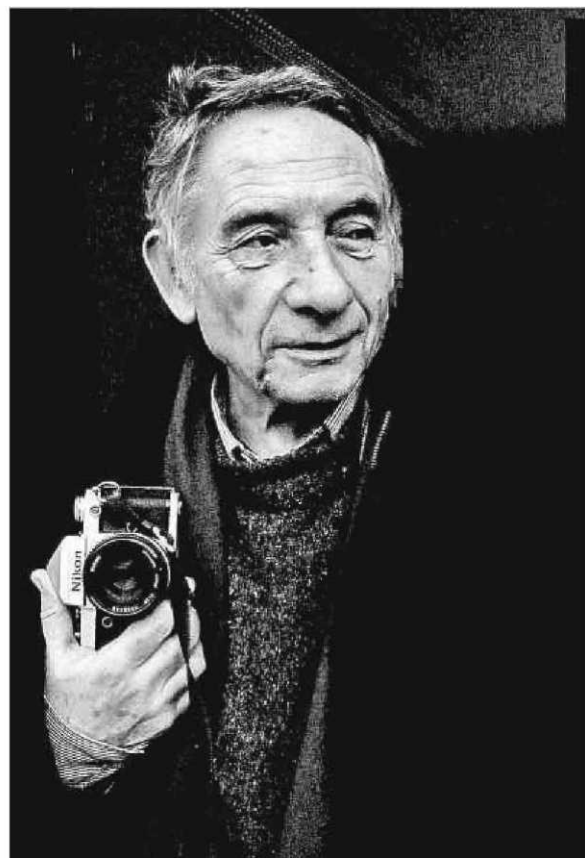
debilitat per Espanya, potser per influència de Capa. El diari *La Repubblica* va publicar a sis columnes, en una doble pàgina dedicada a Dondero, una foto excel·lent, feta el 1978, d'un cambrer espanyol molt jove, gairebé un nen, a la barra d'un bar i amb una ampolla d'anís dolç a la mà.

Per la seva pulsio nòmada i pel seu afany d'independència, Dondero no va voler aferrar-se mai gaire temps a un mitjà. Li feia

por que el seu estil quedés casturat, despersonalitzat. Va renunciar a la seguretat econòmica i a la comoditat de la feina fixa. Era, per naturalesa, una *freelance*, o un "gos de carrer", com preferia definir-se. Pensava que aquesta havia de ser la condició natural d'un fotoperiodista de debò. Va treballar per a molts diaris i revistes italians i estrangers. Va publicar a *L'Espresso*, *Jeune Afrique*, *Il Giorno*, *Il Manifesto* i *L'Unità*.

Dondero va ser sempre fidel al blanc i negre. Considerava que fotografiar una guerra en colors era immoral. Mostrava cert menyspreu per l'excessiva tecnologia aplicada al seu ofici, si bé no va anatematitzar la revolució de la fotografia digital. Segons ell, per fer fotos només calia saber dues regles molt bàsiques: una exposició d'una centèsima de segon amb el diafragma 11, si feia sol, i amb diafragma 5,6 si hi havia ombra. Odiava les fotos preparades. El seu lema deia així: "Massa estètica mata la veritat".

Pel fotoperiodista desaparegut, les fotografies es dividien en dues categories, les fredes i les càlides. Les primeres ho tenen gairebé tot: proporció, composició i equilibri. Però els falta una cosa que tenen les càlides: "una espurna d'indignació i de solidaritat". Dondero, en efecte, no entenia el seu ofici sense el seu profund compromís polític i social, el d'un home d'esquerres, utòpic, sensible davant els més febles. Ja d'adolescent, durant la Segona Guerra Mundial, es va



MARCO CINQUE / TERCERS

enrolar en la resistència partisana i va salvar la vida de miracle quan el van capturar els feixistes.

Dondero, a qui la ciutat de Roma va dedicar una gran exposició l'any passat, es va mantenir actiu gairebé fins al final. En un de les seus últims treballs va retratar immigrants que s'havien integrat i triomfat a Itàlia. Malgrat la malaltia terminal que en

els últims mesos el va tenir encallat a Fermo, Dondero encara va sorprendre els metges demanant-los que el deixessin anar a dinar a una *trattoria*. Ho va fer tres vegades. Diuen que li va agradar molt i que fins i tot va entonar una de les seves cançons favorites, *Les feuilles mortes*, que interpretava, entre d'altres, el seu amic Yves Montand.

EUSEBIO VAL



# Els paràmetres per interpretar les eleccions més incertes

*Terratrèmol polític a la vista, també a Catalunya. Amb més candidatures que mai, la fragmentació del mapa polític a Catalunya i la disparitat de la demoscòpia fan difícil l'aproximació a l'escenari que pot resultar d'aquestes eleccions. A l'hora d'interpretar els resultats, pot ser més rellevant el rànquing que no pas quants dels 47 diputats catalans s'endurà cada candidatura*

MARC COLOMER \* BARCELONA

## Valoració en funció del nombre de diputats

Excel·lent Bé Suficient Insuficient



**DL**

El fet que aquests siguin els primers comicis en què la marca de Convergència - Democràcia i Llibertat - i Unió hi concorren per separat fa que sigui una incògnita el comportament de l'electorat. Més que el nombre de diputats que pugui obtenir la candidatura que encapçala Francesc Homs, caldrà buscar el significat en la capacitat de situar-se en algun dels tres primers llocs del podi.



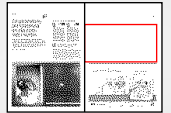
**PSC**

Els de Pedro Sánchez es juguen en bona part a Catalunya les possibilitats de plantar cara al PP de Mariano Rajoy. Cap indicador demoscòpic porta a albirar una remuntada a Catalunya de la candidatura que encapçala Carme Chacón, que el 2008 arrasava amb 25 diputats i fa quatre anys aguantava el tipus amb 14 i el segon lloc, un resultat impensable en l'actual context.



## La cobertura de l'ARA d'uns comicis clau

Ampli desplegament de l'ARA per a la cobertura amb tot detall de la jornada electoral. La web de l'ARA ja té en marxa des de l'inici de la campanya electoral l'interactiu *Eleccions 20-D*, que agrupa tota la informació sobre els comicis. És a partir d'aquest interactiu que es podrà consultar durant tot el dia la informació relacionada amb el desenvolupament de la jornada electoral i, a partir de les 20 h, l'evolució al minut de l'escrutini per al total de Catalunya i Espanya. L'ARA desplegarà tres periodistes a la seu de cada llista per recollir, des d'allà, les primeres impressions de les set candidatures que hi han concorregut a Catalunya i les principals d'Espanya.



7 5-6 4 >4

**PP**

Enfonsats a Catalunya el 27-S, les expectatives per a Jorge Fernández Díaz avui són més que modestes. Sense possibilitats de conquerir cap de les quatre primeres places, que C's amenaça d'arrabassar-los, es conformaran a no caure a l'últim lloc del rànquing. El resultat indicarà també la duressa de la crisi interna que haurà d'afrontar el partit post Sánchez-Camacho.

9-10 6-8 4-5 >4

**En Comú Podem**

La campanya ha anat bé a la confluència de Podem i Barcelona en Comú, que ha vist com passava de ser irrelevant a les enquestes a optar per un dels dos primers llocs. Els de Pablo Iglesias i Xavier Domènech han apostat fort a Catalunya, on s'ho juguen al tot o res amb la promesa d'un referèndum sobre la independència que no té cap altre aliat a l'Estat.

9-10 6-8 4-5 >4

**ERC**

Esquerra recupera sigles i perfil ideològic després de l'operació Junts pel Sí amb l'aspiració de repetir l'èxit de les europees, que van guanyar per primer cop el 2014. Avui testaran el resultat de l'operació tiquet electoral Ruffián-Tardà per obrir-se camí cap a l'hegemonia de l'esquerra nacional en zones metropolitanes. Confien en la victòria per afermar el procés polític.

7 5-6 4 >4

**C's**

Així com la campanya s'ha fet curta per a Podem a Catalunya, a Ciutadans se li ha fet massa llarga i la tendència ha sigut a la baixa. Si al principi de la campanya ambicionaven la victòria, ara es conformarien a ocupar un dels tres llocs del podi més disputat. La hiperpresència mediàtica no ha sigut suficient per suplir una campanya de perfil baix a Catalunya dels de Girauta.

5 3-4 1-2 >1

**Unió**

Aquestes són les eleccions en què Josep Antoni Duran i Lleida i Unió s'ho juguen al tot o res. Després de convertir-se en força extraparlamentària a Catalunya el 27-S, Unió busca capitalitzar l'electorat de l'extinta CiU si cal també a cop de vot despistat per mantenir-se al Congrés de Diputats i no desaparèixer pràcticament del tot del mapa institucional supramunicipal.



## Ampli seguiment a la ràdio i la televisió

**TV3 i 3/24**

A partir de les set de la tarda, TV3 i el 3/24 emetran, juntament amb Catalunya Ràdio, un programa especial d'anàlisi titulat *Espanya a les urnes*. Presentat per Mònica Terribas, inclourà la tradicional enquesta feta durant el dia a peu d'urna, els resultats de la qual es desvelaran a les 8 del vespre.

**8TV**

Josep Cuní condueix l'especial electoral del canal del Grupo Godó, a partir de dos quarts de vuit del vespre i durant cinc hores. L'equip de 8TV confia en les xarxes socials per acostar el programa als espectadors. I comptarà amb l'habitual taula de valoració de resultats, amb representants polítics i periodistes.

**TVE**

Amb més de 300 professionals desplegats durant tota la jornada, el programa especial començarà a les 19.30 h, tant a La 1 com al Canal 24 Horas, que inclourà també a les vuit el sondeig a peu d'urna fet per TNS amb 177.000 entrevistes. El presenten María Casado des de l'estudi i Sergio Martín des del Congrés.

**Privades espanyoles**

Mediaset confia en Pedro Piqueras i Javier Ruiz per als seus especials de Telecinco i Cuatro, que començaran poc abans que tanquin els col·legis electorals. A Antena 3 presentaran Vicente Vallés i Susana Griso, en un programa que tindrà sondeig propi. Antonio García Ferreras oficiarà l'especial de La Sexta.



RETWEETS

## La fibra de Telefónica no és neutral

**N**etflix porta només dos mesos funcionant aquí però ja ha aconseguit posar en primer pla el debat sobre la neutralitat de les xarxes, el principi segons el qual els proveïdors de connexió no han de donar prioritats ni penalitzar les dades segons la seva procedència o contingut. El servei nord-americà de vídeo a la carta per internet ha fet públiques per primera vegada les velocitats mitjanes d'accés que obtenen els seus abonats espanyols segons l'operadora de què són clients. De les set telecos espanyoles de banda ampla, la pitjor amb diferència és Telefónica, que en hora punta només ofereix 2,15 megabits per segon, molt per sota dels 4,15 que assolix Telecable i dels gairebé 4 que ronden Vodafone i Orange.

Netflix explica -i Telefónica ho confirma- que el motiu d'això és la falta d'un acord d'interconnexió directa (*peering*, en anglès) entre les seves xarxes respectives, com els que sí que existeixen amb les altres operadores i que situen el contingut digital molt més a prop físicament dels usuaris que l'han de consumir. Com que el vídeo és una proporció cada dia més alta de les dades que circulen per internet, les operadores i els grans serveis audiovisuals tendeixen a col·laborar perquè els abonats tinguin la millor experiència possible i vegin justificada la contractació d'una connexió de banda ampla.

Telefónica, en canvi, considera que Netflix li ha de pagar un suplement per injectar les seves sèries i pel·lícules a la seva xarxa en les millors condicions, i juga la carta del seu lideratge del mercat espanyol de connexions: un 44% de clients potencials als quals Netflix no pot renunciar. Però a més hi ha un altre factor que contamina la situació: el paper de Telefónica com a proveïdor i distribuïdor de contingut audiovisual, en competència directa amb Netflix. I entremig de les dues empreses hi ha els consumidors, que no entenen per què si paguen una quota mensual de connexió no poden disposar de la màxima qualitat d'imatge possible.

**ALBERT CUESTA**  
ANALISTA  
TECNOLÒGIC



@albertcuesta

**Carles Porta** Periodista i escriptor

# “El problema de Lleida és la seva falta d'autoestima”

**CONFLICTES** • “Les guerres són molt dures, són la lliçó de vida més important que pots aprendre, és veure com la gent es mata entre ella; la misèria arriba a extrems enormes i mor gent de totes les edats” **RESPECTE** • “Imitar Bigas Luna és impossible, hauria quedat ridícul; de Bigas n'hi va haver un i no es repetirà. És únic i inimitable i va ser un gran cineasta”

**Teresa Berengueras**  
LLEIDA

**L**i acaben de concedir el premi Godó pel llibre sobre el cas de l'esfereïdor pederasta de Castellans, David Donet, que abusava dels nens que havia recollit del carrer i els donava la seva casa. Es diu *Li deien pare* i sortirà el mes de febrer. També té el premi Pere Quart d'Humor i Sàtira pel llibre *El club dels perfectes* i el premi de periodisme Huertas Claveria per *Fago: si et diuen que el teu germà és un assassí*. No para quiet i ha fet moltes més coses, la conversa no cap dins tota aquesta pàgina.

## Vostè va començar fent de periodista?

Sí, durant set anys vaig treballar al diari *Segre*, l'any 90 vaig passar a la delegació de Lleida de TV3 i, d'allà, a fer informatius a la redacció de Barcelona, fins que l'any 2005 vaig muntar la meva productora, Antàrtida.

## Com a periodista, va viure diverses guerres...

Vaig ser corresponçal de guerra, o “enviat especial”, com es deia llavors, a Sarajevo, Kosovo, Algèria, Palestina, Ruanda i altres llocs que ara no recordo.

## La guerra a peu de carrer deu ser molt dura.

És molt dura, és la lliçó de vida més important que pots aprendre, és veure com la gent es mata entre ella, la misèria arriba a extrems enormes, mor gent de totes les edats i condicions. Una lliçó de vida increïble. Aquí ens atabalem pels regals de Nadal i ens aquells llocs la gent lluita per sobreviure.

## ‘El segon origen’, pel·lícula que dirigeix i produeix vostè, és un projecte que va començar amb Bigas Luna. Com està funcionant?

A Catalunya tan sols s'ha estrenat en català i, segons les informacions que ens arriben del Blackbusters de Hollywood, és



Porta va rodar l'escena de la fi de la humanitat a l'estany d'Ivars i Vila-Sana ■ EL PUNT AVUI

la tercera pel·lícula més vista en català en els dos darrers anys. Hem sobrepassat els 50.000 espectadors i encara és viva.

## La imatge de Bigas Luna ha planejat sobre el rodatge?

Fa 25 anys que ell volia fer aquesta pel·lícula i quan varen comprar els drets de *Mecanoscrit del segon origen*, novel·la

d'èxit de Manuel de Pedrolo, la primera persona a qui vaig trucar va ser a en Bigas, que de seguida va dir que sí i va crear els fonaments del projecte, la tria d'actors la va fer ell, excepte la de Sergi Lopez, quan Bigas va morir estaven a punt de rodar.

## Vostè considera que és una pel·lícula seva?

## Curiós

Carles Porta, periodista, escriptor i cineasta, és un home que no es vol quedar mai a la superfície de les coses; ell sempre va més enllà del que la resta de mortals veiem. El seu treball periodístic i aquesta dèria de ser curiós l'han dut a visitar diversos conflictes bèl·lics per, des de primera línia de foc, informar de tot el que passava en el lloc més recòndit del món. Després van ser les notícies pròpies de la novel·la negra, com els crims de Tor i Fago, els fets que el van enlluernar. A les estanteries de casa hi té diversos premis tot recordant-li que els periodistes no poden baixar la guàrdia. És cineasta i productor, i en el seu darrer treball ens parla d'un possible terrible món.

la seva història... El que sí que no podia fer era imitar Bigas Luna, de Bigas n'hi va haver un i no es repetirà, ell és únic.

## Què destacaria de Lleida i de les terres de Ponent?

Lleida té dues coses que crec que són molt interessants: una és la seva mida ideal i proporcionada. Tens a mà tot el que puguis necessitar, la gent és enormement agradable perquè té la mentalitat de poble, encara que és una ciutat i això és molt important. I l'altra cosa és que té una situació estratègica i geogràfica molt bona, està apropada a tot, tant a la neu com a la platja. Aquesta bona situació ha



Ser pagès és la cosa més important que hi pot haver perquè sense ells no menjaríem

fet que al llarg de la història Lleida sempre hagi estat un niu de batalles i Catalunya sempre ha caigut primer per Lleida. D'això, a Barcelona se n'obliden massa sovint. I, a més a més, a Lleida s'hi menja molt bé, té una quantitat de restaurants excel·lents amb una matèria prima de tot el territori.

## Considera que Lleida està poc promocionada?

El gran problema que té Lleida és la seva falta d'autoestima. De tota la vida s'ha considerat que Lleida era el territori dels pagesos i el concepte de pagès s'ha menystingut; ser pagès és la cosa més important que hi pot haver, perquè sense ells no menjaríem. ■



## TRANSFORMACIÓN NUEVO MODELO MÁS DINÁMICO Y VISUAL

# MARCA LANZA EL MAYOR REDISEÑO WEB DE SU HISTORIA

La página líder de información deportiva se adapta a la realidad digital

### EL MUNDO MADRID

La innovación, decía Steve Jobs, «es lo que distingue al líder de los seguidores». Fieles a esa mentalidad, *Marca* ha lanzado el mayor rediseño de la historia de su página web desde que naciese hace 20 años.

Cambia el envoltorio con la idea de mantener el contenido: la información deportiva más rigurosa y de interés del mercado. En el centro de este nuevo diseño se encuentra el lector y el objetivo final de *Marca* es mejorar la experiencia del usuario

cuando visita su versión digital tanto desde un ordenador como desde el teléfono móvil o la *tablet*.

Para ello, las novedades se han estructurado de acuerdo a tres pilares. Por un lado, *mobile first* [móvil primero], atendiendo a los datos que muestran que el consumo de información se realiza de manera mayoritaria desde un *smartphone*; adopción de la estrategia *responsive*, que implica que el usuario, con independencia del dispositivo desde el que acceda a *Marca*, tenga la misma ex-

periencia, y, por último, evolución hacia la publicidad nativa y que no sea invasión al lector, sino que identifique y seleccione aquellos anuncios de interés para cada uno.

Así, los equipos técnicos y editoriales del diario más leído se han unido para lanzar la mayor apuesta a nivel digital de *Marca* hasta la fecha. La palabra «más» señala el camino: más periodismo de datos, más información en directo, más orden, más color, más navegabilidad, más visual... en definitiva, más periodismo



Aspecto de la renovada 'marca.com'.

con el desafío de superar los 50 millones de navegadores únicos del pasado mes de mayo, récord histórico de la web.

Una de las grandes novedades, disponible a partir de hoy, es la navegación continua. El usuario puede leer noticias relacionadas sin retroceder en la navegación, basta con seguir leyendo.

El pasado lunes, cuando se lanzó al universo digital la nueva versión, hubo usuarios que no entendieron qué sucedía, pero mientras que el impacto de los cambios en otros medios está en torno al 20%, en *Marca* apenas hubo variaciones. Una semana después, «toda novedad implica adaptación», la mayor relevancia a la fotografía, la navegación móvil más vi-

sual y sencilla y la clasificación de las noticias ya han sido interiorizadas por el cliente, el centro de la transformación digital.





## VALLPARADÍS



ÀLEX GOZALBO  
 PERIODISTA I  
 ENTRENADOR

## L'època en què es podia fer periodisme

**D**esprés d'anys de bones cròniques sobre bàsquet i Espanyol a *La Vanguardia*, Juan Antonio Casanova ha començat a acomiadar-se a poc a poc de les seves obligacions periodístiques. JAC, com carinyosament és conegut entre els companys de professió i els lectors, va ser sorprès la setmana passada amb un sopar d'homenatge. Punyent com sempre, el periodista va improvisar un discurs per reivindicar la figura de l'enviat especial. "Abans els periodistes viatjàvem. No és com ara, que els partits se segueixen des de la televisió, malament i tard. Sóc feliç perquè vaig conèixer l'època en què es podia fer una mica de periodisme. Els periodistes podíem conviure amb els jugadors i viure el món de l'esport des de més a prop que ara", va resumir.

"Em considero una persona afortunada. De mestre, res. Mai he aspirat a ensenyar res a ningú i tan sols he volgut ser un més entre els periodistes. Si sabia alguna cosa més, era tan sols perquè portava més temps que la majoria exercint la professió", va recordar JAC, que va reconèixer com va arribar al món de la cistella: "En un moment de la meua carrera vaig haver de decidir entre bàsquet o futbol i vaig preferir prioritzar el bàsquet perquè m'ho passava millor. Hi havia bon caliu entre els professionals d'aquest esport i la premsa".

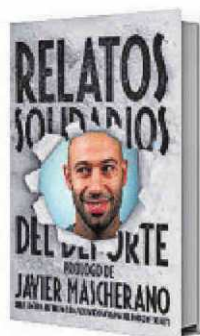
Tot i que el seu llegat no té preu, JAC no espera cap reconeixement especial: "He dedicat més de 40 anys de la meua vida a aquesta feina i això em fa sentir un privilegiat". Si hagués nascut als Estats Units, en canvi, Juan Antonio Casanova ja tindria una estàtua a les portes de qualsevol pavelló o estadi. Una com la de Chick Hearn a l'Staples Center de Los Angeles, on el periodista comparteix protagonisme amb estrelles del món de l'esport com Magic Johnson, Kareem Abdul-Jabbar, Jerry West, Wayne Gretzky i Óscar de la Hoya. Aquí, on el periodisme perd un llençol en cada bugada, és impensable. Els nostres esforços, els del sector, haurien d'anar adreçats a ser dignes de la seva trajectòria. Primer objectiu: barrejar bons relats, perspectiva i ironia a les cròniques. Gairebé res. —



Manu Moreno i Juan Antonio Casanova. V.L.



para leer



## Periodismo deportivo y solidario

PEDRO ZUAZUA

El deporte es una de las actividades humanas que más atrae. Las competiciones reúnen a miles de personas y los deportistas son reconocidos e idolatrados. Y su poder para trasladar mensajes es enorme. Sin ir más lejos, una de las imágenes que ha quedado en la memoria de la sociedad es la de Wembley cantando *La Marselesse* antes de un Francia-Inglaterra, unos días después de los atentados de París.

En 2005 apareció en Cataluña la primera edición del libro *Relats solidaris*. Varias decenas de periodistas se sumaron desinteresadamente a un proyecto que este año ha alcanzado su undécima edición y que supera el medio millón de euros de recaudación. La fórmula es (relativamente) sencilla: se escoge un deportista como padrino —este año, Mascherano—, un destinatario de los beneficios —los afectados por el síndrome de Rett— y los periodistas ponen su oficio. La solidaridad de los aficionados hace el resto. Se edita en catalán y en castellano y cuenta con el patrocinio del Banco Sabadell.

Hay otro proyecto similar. La pasada semana se presentó en Oviedo la cuarta edición de *Un derbi solidario* (Nobel), que recoge 50 historias sobre el Sporting y el Oviedo. Los jugadores Esteban Suárez y Sergio Álvarez posaron para la portada de un libro patrocinado por Alsa y cuya recaudación irá a Mensajeros de la Paz.



ONLINE



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE

## Col.legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
19/12/15	Cap de turc, bandera de llibertat: Josep Maria Huertas / L'Avenç	37	1
20/12/15	Les televisions s'aboquen en la nit electoral més imprevisible / Regio7	38	1

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
19/12/15	Así se despide la plantilla de 8 tv Andalucía / PRNoticias	40	1
21/12/15	Abiertas las convocatorias para el Premio Roche Periodismo en Salud / PRNoticias	41	1

# Col·legi de Periodistes de Catalunya



## Cap de turc, bandera de llibertat: Josep Maria Huertas

### Sábado, 19 de diciembre de 2015

Redacció L'Avenç dissabte, 19 de desembre del 2015 El Col·legi de Periodistes de Catalunya presenta la seva primera exposició virtual de la mà del Centre de Documentació Montserrat Roig. L'exposició està dedicada a Cap de turc, bandera de llibertat: Josep Maria Huertas . [+] Es coneix com a "cas Huertas" l'onada de reivindicacions de llibertat d'expressió que es van generar entre els professionals del periodisme. L'any 1975, Josep Maria Huertas patí les conseqüències de la repressió franquista. El dissabte 6 de juny, publicà al diari vespertí Tele/eXpres un reportatge titulat «Vida eròtica subterrànea», en el qual feia un repàs històric de la vida sexual dels barcelonins des dels anys 20 fins als 60. Al text, Huertas afirmava que «Un bon nombre de "meublés" estan regentats per vídues de militars, pel que sembla per la dificultat que per obtenir permís per obrir-ne alguns hi va haver després de la guerra», frase que molestà alguns càrrecs de l'Exèrcit. Per aquests fets va ser detingut i processat el 22 de juliol per injúries Josep Maria Huertas Clavería (24 de novembre de 1939) fou degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya durant uns mesos fins que va morir el març de 2007. És considerat un dels referents del periodisme català contemporani per la seva pràctica periodística de proximitat i social. Va destacar per ser un cronista de ciutat, implicat amb els moviments veïnals i les persones. PER SABER-NE MÉS: L'Avenç ha col·laborat en aquesta exposició amb la cessió de l'article que Jaume Busqué va publicar a L'Avenç 362, de novembre de 2010, de sobre el cas Huertas, accessible en obert aquí . L'ARXIU DE L'AVENÇ Des del web pots consultar tots els articles, revistes i llibres publicats des de 1977.

Audiència: 13.854

Ranking: 5

VPE: 66

Pàgina: 1

Tipologia: online

## Les televisions s'aboquen en la nit electoral més imprevisible

### Domingo, 20 de diciembre de 2015

DDG | GIRONA Els principals canals de televisió han preparat per a avui un ampli desplegament de mitjans amb l'objectiu d'oferir tots els detalls d'aquesta històrica jornada electoral. Des dels informatius del migdia fins a l'anàlisi dels resultats, les cadenes informaran minut a minut de tot el que passi en els comicis generals més imprevisibles que s'han celebrat mai a Espanya. Com és habitual, i complint la normativa, els resultats de les enquestes a peu d'urna no es donaran a conèixer fins a les 20 h, hora en què els col·legis electorals d'arreu del país tancaran les seves portes. A Catalunya, TV3 i el portal 3/24 oferiran una àmplia cobertura. Agnès Marquès, Toni Cruanyes, Carles Prats i Xavi Coral conduiran La nit electoral de TV3, per TV3 i el 3/24. Mònica Terribas s'encarregarà del programa especial que s'emetrà conjuntament a través de Catalunya Ràdio i Catalunya Informació. Així mateix, durant tot el dia es farà el seguiment de la jornada a les rodes informatives del 3/24 i al TN migdia. A partir de les 20.30 h i fins a les 22.30 h, el programa explicarà els resultats amb un grafisme pioner mai vist, amb què es recrearà virtualment el Congrés dels Diputats. Les dades que es vagin escrutant seran analitzades pel polítòleg Lluís Orriols, el doctor en Ciència Política i Dret Pedro Schwartz, i els periodistes Josep Maria Martí Rigau, José Antich, Odei Etxearte i Margarita Sáenz-Díez. A partir de les 22.30 h i fins a les 23.45 h, es podran viure les reaccions amb els representants polítics de cada partit. Finalment, a partir de les 23.50 h fins a la 01 h, els directors dels principals diaris faran l'anàlisi final. Per la seva banda, Antena 3 oferirà des de les 19.45 h un especial informatiu conduït per Vicente Vallés i Susanna Griso, en què es coneixerà el resultat del primer sondeig realitzat durant la jornada electoral. Es connectarà, a més, amb la presència de destacats membres dels quatre partits que, segons les enquestes, aspiren a ocupar la Moncloa durant la pròxima legislatura. La Sexta, l'altra cadena del grup Atresmedia, es posarà en marxa a les 19.30 h amb Al rojo vivo: Objetivo la Moncloa, un especial on Antonio García Ferreras i Ana Pastor seguiran amb atenció el tancament dels col·legis electorals, les opinions dels experts i, a partir de les 20 h, s'analitzaran també els resultats de les enquestes al peu d'urna. Com ha estat habitual en les últimes quatre cites electorals, l'especial de La Sexta tindrà una taula d'anàlisi moderada per Ana Pastor i amb representants de tots els partits polítics. Mediaset també ha decidit bolcar-se en aquesta nit electoral, amb especials informatius a Telecinco i Cuatro. Pedro Piqueras i Javier Ruiz conduiran, respectivament, els programes de les dues cadenes, que arrencaran cap a les vuit del vespre per analitzar enquestes i resultats. [Compartir a Twitter](#) [Compartir a](#)

# Periodisme i Mitjans de comunicació





**Audiencia:** 98.465**Ranking:** 6**VPE:** 1.418**Página:** 1**Tipología:** online

## Así se despide la plantilla de 8 tv Andalucía

### Sábado, 19 de diciembre de 2015

Los trabajadores de 8 tv Andalucía se despedían con un comunicado en la asociación de la prensa de Sevilla. Desde el año 2013 se encargaban de crear toda la información local y regional de la provincia, y en su escrito han remarcado que esperan que su salida sea sólo temporal. La razón de su marcha ha sido principalmente la falta de periodicidad en las nóminas de sus trabajadores estos dos años, pero apuntan sobre todo a la llegada de un nuevo administrador Joaquín Petit Fernández, y es que desde su llegada, desde mayo de este año no han vuelto a cobrar. Por supuesto, sin cobrar un solo céntimo, los trabajadores de 8 tv Andalucía denuncian que seguían ejerciendo su labor además de un sobreesfuerzo que se les había solicitado. Además, apuntan que tampoco los comerciales habían cobrado las comisiones que se les debían por cada venta, los operadores de cámaras llevaban su vehículo propio y costeaban la gasolina sin recibir su desembolso. Y la situación se extendía a colaboradores de programas que llevaban un año y medio sin cobrar. Todos ellos, con contratos que no representaban su categoría profesional. Tras esta terrible situación, en la que los trabajadores de 8 tv Andalucía se han visto afectados también de forma directa en su entorno familiar, han decidido solicitar el despido colectivo y dejar de guardar silencio emitiendo este comunicado. "Esta misiva está cargada de tristeza por el adiós a lo que en su día fue un bonito proyecto" dicen llegando al final de su carta, expresando su agradecimiento a familiares, amigos y compañeros de profesión que comparten su indignación, además de a todos los espectadores. "Sin periodistas no hay periodismo", terminaba el escrito. Seguiremos Informando...

## Abiertas las convocatorias para el Premio Roche Periodismo en Salud

**Lunes, 21 de diciembre de 2015**

Los periodistas latinoamericanos que escriban sobre temas sanitarios tienen una nueva oportunidad para difundir sus trabajos internacionalmente. Por cuarto año consecutivo los laboratorios Roche América Latina y la Secretaría Técnica de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) abren la convocatoria para el Premio Roche de Periodismo en Salud. En esta ocasión, especializados en las categorías Radio e Internet. En Roche estamos convencidos de que la divulgación de información de calidad es clave para concientizar a la sociedad sobre las enfermedades y cómo prevenirlas a tiempo. Los periodistas en la región juegan un rol central en este proceso, y el Premio Roche de Periodismo en Salud justamente busca reconocer ese esfuerzo que realizan todos los días por mantener más y mejor informados a los latinoamericanos. Para nosotros es un gran orgullo poder impulsar este tipo de iniciativas y, para ello, contar con el apoyo de la FNPI, explicó Michelle Medeiros, directora regional de comunicación corporativa de Laboratorios Roche América Latina. Desde el 15 de diciembre y hasta el 10 de abril de 2016, la organización recibirá piezas originales en español o portugués publicadas o emitidas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015. Los trabajos deben a postularse deben enfocarse en una o varias temáticas de las áreas: innovación en cuidados de la salud, acceso a tratamientos, investigación y desarrollo, regulación y políticas públicas de salud, biotecnología y oncología. La ceremonia de entrega del premio se realizará en 2016 durante el Roche Press Day, un foro educativo de periodismo en salud y científico organizado por Roche. Allí, ganadores y finalistas recibirán el libro Gabo Periodista, una medalla conmemorativa del premio y un diploma en reconocimiento a su destacada participación. Mientras que los creadores que se lleven el máximo galardón, podrán elegir entre una beca con todos los gastos pagos para asistir a un taller de la FNPI o participar en el Festival del Premio Gabriel García Márquez de Periodismo, que se realiza todos los años en Medellín (Colombia). La beca o la asistencia al festival incluye el valor de la matrícula, boleto de avión en clase económica, hotel y viáticos durante los días del taller o el festival. Los trabajos ganadores y finalistas de las tres ediciones anteriores nos hacen pensar que el periodismo de América Latina da señales de compromiso con una mejor cobertura de la salud. Queremos que el premio continúe animando a los periodistas a cubrir el tema con la complejidad que lo caracteriza, con responsabilidad y asumiendo la conexión que tiene con tantos otros temas de la vida social de nuestra región, señaló Ricardo Corredor Cure, director ejecutivo de la FNPI. Las inscripciones al certamen periodístico deben hacerse a través de la web del premio Roche de Periodismo de Salud, donde además se hallan todos los detalles sobre los requisitos, noticias y una muestra de los trabajos premiados en anteriores ediciones. Seguiremos Informando...