



04/02/2016

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

INDEX

PREMSA

2

INTERNET

28



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/16	EL PERIODISME ENTRA A LES CLASSES DE 10 CENTRES EDUCATIUS GIRONINS / Diari de Girona	6	1
04/02/16	TALLERS DE PERIODISME EN 70 ESCOLES DE CATALUNYA / El Punt avui	7	1
04/02/16	EL MUNDO DEL PERIODISMO, EN EL INSTITUTO / La Mañana	8	1

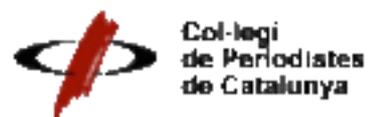
PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/16	ENTREVISTA A SAÛL GORDILLO, DIRECTOR DE CATALUNYA RÀDIO: "EL MEU CÀRREC NO ESTÀ VINCULAT AL CICLE ELECTORAL NI TÉ CAP TERMINI" / El País (Ed. Catalunya) -Quadern	10	1
04/02/16	'YOUTUBER', UNA PROFESIÓN QUE CAUTIVA AL PÚBLICO Y A LAS MARCAS / Expansión	11	1
04/02/16	LA ASAMBLEA NACIONAL ABORDA EL ACOSO DEL CHAVISMO A GLOBOVISIÓN / Abc	12	1
04/02/16	COMCAST NO NECESITA A TIME WARNER CABLE / Cinco días	13	1
04/02/16	Carles Capdevila, premi Ciutat de Barcelona de comunicació / Ara	14	2
04/02/16	PERIODISMO ANTE LA GUERRA / El Mundo	16	1
04/02/16	HACIENDA RECLAMA A RTVE QUE CONTABILICE LOS INGRESOS POR LA PUBLICIDAD DEL DEPORTE / El País	17	1
04/02/16	CELA, JUVENTUD A GOLPE DE ARTÍCULO / La Razón	18	1
04/02/16	SETENTA DÍAS EN HUELGA DE HAMBRE / El Mundo	19	1
04/02/16	ENSOPEGADES EN LA FOSCOR per Màrius Carol / La Vanguardia.cat	20	1
04/02/16	MEDIASET GANA UN ASALTO A LA LIGA ANTE LA AUDIENCIA / Abc	21	1
04/02/16	YAHOO! CIERRA SU OFICINA EN ESPAÑA MIENTRAS EXPLORA LA VENTA DE ACTIVOS / Expansión	22	1
04/02/16	LA CAMBRA TRASLLADA A LA TARDOR ELS PREMIS A LA INTERNACIONALITZACIÓ / Diari Més	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/16	SERGI PÀMIES CONTINUA PUBLICANT AMB QUADERNS CREMA / La Vanguardia.cat	24	1
04/02/16	MÁS DE CIENTO PERIODISTAS ASESINADOS AL FINALIZAR 2015 / La Razón	25	1
04/02/16	POR PRIMERA VEZ HAY MÁS PERIODISTAS ASESINADOS EN PAÍSES SIN CONFLICTOS / Diari de Tarragona	26	1
04/02/16	MÉS DE 60 PERIODISTES ASSASSINATS EL 2015 / Segre	27	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





El periodisme entra a les classes de 10 centres educatius gironins

► El Col·legi de Periodistes i l'Obra Social La Caixa impulsen el setè programa «La premsa a l'escola»

GIRONA | DdG

■ La setena edició del programa «La premsa a les escoles» va començar ahir a 10 centres educatius de les comarques de Girona. La iniciativa, que el Col·legi de Periodistes de Catalunya impulsa conjuntament amb l'Obra Social La Caixa, a través d'eduCaixa, arriba a un 70 centres catalans.

Durant tot el febrer, prop d'una vintena de col·legiats de totes les demarcacions del Col·legi de Periodistes de Catalunya es desplaçaran fins a diferents centres escolars. Cada sessió compta amb una participació mitjana d'entre 40 i 80 alumnes que tenen l'oportunitat d'analitzar, entre d'altres temes, les diferents visions de la realitat que aporten els mitjans de



DIARI DE GIRONA

Un grup d'alumnes participant en la iniciativa, que va començar ahir.

comunicació, conèixer millor l'ofici dels periodistes, la seva funció i els seus valors. En molts casos també es fan tallers per veure de forma pràctica com treballen els professionals de la comunicació. Tots els periodistes que hi participen tenen una àmplia trajectòria professional en l'àmbit periodístic,

que els permet transmetre la seva experiència i el seu coneixement sobre l'ofici i la importància que tenen els mitjans de comunicació en la societat. Per això es fan servir exemples i casos pràctics amb diferents materials, com projeccions de vídeos, portades històriques de diaris i notícies recents.



Tallers de periodisme en 70 escoles de Catalunya

Redacció

BARCELONA

El Col·legi de Periodistes i l'Obra Social La Caixa impulsen la setena edició del programa *La premsa a les escoles*, que arribarà a un total de 70 centres d'ensenyament de secundària a tot Catalunya, 20 més que en edicions passades. Durant tot el mes de febrer, prop d'una vintena de col·legis de totes les demarcacions del Col·legi de Periodistes es desplaçaran a diferents centres escolars per transmetre la seva experiència professional als alumnes. Així, de la demarcació de Barcelona hi participen 30 centres; de les de Tarragona, Lleida i Girona, 10, i de les Terres de l'Ebre i la Catalunya Central, 5 en tots dos casos.

Cada sessió té una participació mitjana d'entre 40 i 80 alumnes, que tenen l'oportunitat d'analitzar, entre altres qüestions, les diferents visions de la realitat que aporten els mitjans de comunicació, i conèixer millor l'ofici dels periodistes, la seva funció i els seus valors. En molts casos també es fan tallers per veure de manera pràctica com treballen els professionals de la comunicació. ■

**EL MUNDO DEL PERIODISMO, EN EL INSTITUTO**

El programa *La premsa a les escoles* inició ayer su séptima edición. El programa llegará a 70 centros de secundaria de toda Catalunya y durante todo el mes de febrero los jóvenes conocerán los colegios de periodistas.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Saül Gordillo, dilluns passat a Catalunya Ràdio. / GIANLUCA BATTISTA

SAÜL GORDILLO Director de Catalunya Ràdio

“El meu càrrec no està vinculat al cicle electoral ni té cap termini”

Pere Ríos

Saül Gordillo (Calella, 1972) aterra com a director de Catalunya Ràdio per cobrir la vacant que va deixar fa sis mesos Fèlix Riera, militant d'Unió Democràtica, després que es trenqués la coalició nacionalista.

Pregunta. Li sembla raonable que el nomenessin abans que prenguéssis possessió el president de la Generalitat?

Resposta. Em sembla raonable que, si a un periodista li proposen ser director de Catalunya Ràdio per ocupar una plaça que feia mig any que estava vacant, accepti *ipso facto*, que és el que vaig fer. Al marge del context polític vaig dir que sí perquè és el repte professional més gran de la meua trajectòria i em fa una gran il·lusió. Qualsevol periodista acceptaria ser el director de la ràdio pública del seu país, i jo no estava en condicions de refusar-ho.

P. Ho deia per una qüestió com a mínim formal o estètica de si no es podia esperar uns dies que Puigdemont prenguéssis possessió.

R. Jo no faig el nomenament ni la proposta. Jo sóc un professional que ha estat quatre anys a *El Periódico*, quatre anys a l'Agència Catalana de Notícies (ACN) i 15 anys a *El Punt*. No puc dir que no a aquesta oferta.

P. Precisament a *El Punt* i l'ACN va coincidir amb Carles Puigdemont. Ell ja ha explicat que les seves vinculacions empresarials i professionals eren totalment legals i que es van acabar

quan va entrar en política, però jo no creu que penja sobre vostè una ombra de dubte sobre la seva imparcialitat com a director de la ràdio pública?

R. No. Jo vaig tenir relació amb el Carles Puigdemont periodista, no amb el Puigdemont diputat ni president de la Generalitat, perquè això va venir deu anys després. Crec que no és oportú que se'm jutgi per haver treballat amb ell com a periodista o per haver estat en iniciatives vinculades al sector de la comunicació.

P. Ve per una legislatura?

R. L'encàrrec no és per un termini concret, ni per una legislatura, ni està vinculat amb un cicle electoral. Vinc sense data i vull creure que continuaré en funció dels resultats, i que, quan la meua feina no sigui satisfactòria, la gent que té l'encàrrec de governar els mitjans públics prendrà una decisió per finalitzar la relació contractual.

P. Per tant, confia a seguir al marge de la situació política catalana?

R. Confio seguir aquí fins que duri la possibilitat de millora de la dades d'audiència i que el servei públic funcioni. Això tindrà una data límit, i espero que sigui com més tard millor.

P. Què vol canviar de Catalunya Ràdio?

R. Vull que sigui líder d'audiència.

P. Ho té complicat si es miren els índexs de l'Estudi General de Mitjans.

R. Al contrari. El 2015 Catalunya Ràdio va assolir el rècord d'audiència amb 617.000 oients.

P. Sí, però sense ser líder d'audiència en gairebé cap franja horària de cap dia de la setmana.

R. A més del rècord d'audiència, Catalunya Ràdio té el reconeixement de la població que els nostres informatius són referència, creïbles, i un servei molt valorat. Amb aquests dos elements, per poc bé que ho fem podem anar a millor i que l'emissora torni a ser líder.

P. Sí, però com? Canviant la programació, fent algun fixatge de professionals?

R. Els professionals que tenim són els que són i no els podem canviar. Són els millors del sector, i d'aquesta casa ha sortit el talent que ha acabat triomfant en altres mitjans. El que hem de fer és tornar a donar als professionals la confiança que havien tingut.

P. Els estudis demostren que la franja d'edat de l'audiència de Catalunya Ràdio és cada vegada més alta.

R. Un dels reptes que tenim és

seguir fent una ràdio pública, plural, rigorosa, de qualitat, que compleixi el mandat del Parlament que té la CCMA i aspiri a arribar a una audiència jove que consumeix la ràdio d'una manera diferent. Tenim molt terreny per córrer a les xarxes socials, internet, la ràdio a la carta, el *podcast*, com ajudar els consumidors a consumir una ràdio més adaptada als seus usos. És un repte similar al que tenen els diaris, de ser fidels a l'aposta editorial però propers, atractius i amb continguts que pugui assumir la gent jove.

P. Catalunya Ràdio com a emissora pública està compe-

“Vull que siguem líders d'audiència i retornar la confiança als professionals”

“Vaig tenir relació amb el Puigdemont periodista, no amb el polític ni el president”

tint diàriament amb RAC-1, emissora privada, amb una línia editorial molt semblant. Què en pensa, quan es diu que han estat les dues ràdios del procés sobiranista?

R. Jo puc parlar per Catalunya Ràdio. Nosaltres tenim el compromís de garantir la pluralitat i una voluntat de servei públic, de compromís amb la informació. En aquesta emissora participen tertulians i periodistas de totes les sensibilitats ideològiques. No sé si això funciona a la ràdio privada, però és cert que no se li pot exigir.

P. El Sindicat de Periodistes de Catalunya reclamava fa uns dies en un comunicat la urgent reforma de les lleis de l'audiovisual i la “definitiva desgovernamentalització” dels mitjans públics. Què en pensa?

R. Jo sóc un periodista i m'han fet un encàrrec professional. No estic a l'òrgan de govern dels mitjans públics i no faig lleis, ni política.

P. No té opinió formada sobre si s'han de canviar les lleis de l'audiovisual?

R. Tinc tanta feina a conèixer la casa i assolir el lideratge d'audiència durant els propers mesos que no tinc temps de ficar-me on no em demanen. La meua energia està per intentar aixecar la moral i la marca i recuperar el lideratge d'aquesta casa. Prou feina tinc per fer de periodista en un mitjà públic com per posar-me en el barret del legislador o del polític.

P. Tal com s'han repartit les secretaries generals i les direccions generals als diferents departaments de la Generalitat entre Convergència i Esquerra, sembla ser que vostè forma part de la quota del partit d'Oriol Junqueras.

R. Això és el que diuen els mitjans. Jo em dedico a la informació des de l'any 1989 i abans de venir a Catalunya Ràdio he estat quatre anys en un diari tan poc sospitós de ser independentista i sobiranista com *El Periódico*.

La Masia i RAC-1

Catalunya Ràdio ha estat des de la seva creació el planter de la ràdio en català i ha servit per nodrir la plantilla de l'emissora privada RAC-1. Recorrent a un símil futbolístic, sembla que Catalunya Ràdio és com la Masia del Barça, però quan els jugadors formats en aquesta emissora pública desputen, se'n van a triomfar en altres equips, principalment a RAC-1, emissora privada. “Un dels mandats de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) és ajudar la indústria audiovisual. Per tant, que a l'entorn dels mitjans públics catalans hi hagi un sector audiovisual cada vegada més

potent no té per què ser vist com una cosa negativa. El que és cert és que el Barça s'ha d'acabar quedant els millors jugadors que surtin de la Masia. Si durant un temps han anat a altres equips i ara poden continuar o volen arribar al primer equip, treballarem en aquesta direcció”.

Canviarà però la política de personal perquè no marxin els professionals que desputen? “Fa tres setmanes que faig el discurs que la gent ha de confiar que aquí poden donar el millor com a professionals. El meu repte és que confinin en la ràdio pública, i d'aquí un temps veurem si ho he aconseguit”.



'Youtuber', una profesión que cautiva al público y a las marcas

Ser 'youtuber' o bloguero es más serio de lo que podía parecer al principio. Su dominio de las redes sociales y su capacidad para atraer a la audiencia ha hecho que estén en el punto de mira de muchas empresas.

Alba Casilda. Madrid

Su historia empezó hace seis años cuando decidió subir un vídeo a YouTube sobre cómo hacerse un moño. Poco a poco el portal de Isabel Llano, Isasaweis, comenzó a crecer y a tener su propio público hasta contar hoy con más de 350.000 suscriptores. La influencia que ha ido consiguiendo esta ingeniera informática y profesora le ha llevado a escribir dos libros sobre cocina y a tener su propio programa de televisión en Antena 3. Para ella, subir vídeos a la Red sobre estética comenzó como una pequeña afición y ahora se ha convertido en un negocio, y aunque no lo considera su profesión principal, ha descubierto una nueva forma de trabajar.

El *youtuber* o el bloguero son algunas de las ocupaciones que han nacido en la Red y que se han convertido en algo más serio de lo que parecían al principio. No forman parte de la plantilla de una organización, a diferencia del *community manager*, el especialista en Internet móvil o el experto en motores de búsqueda, otras de las profesiones que ha traído Internet. Usuarios como Isabel Llano suelen actuar como *freelance* y han sabido profesionalizar su uso de las redes sociales.

Nuevos modelos

En estas publicaciones predomina el enfoque lúdico de temas como moda, cocina, videojuegos o estética. Pero cada vez van ganando más terreno los contenidos didácticos, como es el caso de Vilma Núñez, bloguera que ayuda a los profesionales a potenciar su marca personal a través de guías y recursos propios.

"Es un fenómeno que se ha desarrollado gracias a los medios sociales. Se ha democratizado la posibilidad de crear audiencias y de conseguir un público fiel, que consume, interactúa e incluso participa en la creación del contenido. Detrás de estos profesionales hay mucho trabajo y mucha técnica", asegura Enrique Benayas, director general del Instituto de la economía digital de ESIC (ICEMD) y presi-



Rubén Doblas, creador del portal de YouTube EIRubius.

Las agencias se han especializado para gestionar la relación entre los 'influencers' y las marcas

dente del Club de dirigentes de comercio electrónico.

Pero al contrario de lo que sucede con los puestos de trabajo más tradicionales, no hay una carrera universitaria que te forme para ser un profesional de YouTube o de Instagram. Para profesionalizar esta actividad es fundamental contar con una base de seguidores considerable y publicar

de forma constante contenidos originales adecuados a cada red social. "El perfil de ahora es mucho más completo y nos encontramos con expertos en marketing. Han sabido crear y vender su propia marca personal. Hay que hacer buenos contenidos y conocer temas de analítica y posicionamiento en internet", asegura Nabila Prieto, profesora de ICEMD.

Con el paso del tiempo, las empresas se han dado cuenta de su capacidad de humanizar los mensajes y atraer a la audiencia, por lo que han empezado a acudir a ellos para que promocionen sus pro-

ductos. Así es como algunos han dado un paso más y además de ser *youtubers* o *blogueros*, trabajan como *influencers*, personas con notoriedad en la Red que pueden llegar a ser prescriptores de una marca. Ahí es donde empieza el verdadero negocio.

Sinergias con las marcas

El año pasado, las compañías reconocían que pretendían incluir a estos profesionales en un 84% de sus estrategias publicitarias, tal y como se concluye en el *II Estudio sobre el estatus de las relaciones con los influencers*, elaborado por Augure. Es precisamente

Es necesario trabajar en la marca personal, publicar contenidos de forma constante y ser creíble

de la publicidad, junto con la realización de conferencias y talleres, de donde procede la mayoría de los ingresos de estos expertos de las redes. En 2015, el joven sueco Felix Kjellberg, más conocido como PewDiePie, se posicionó como el *youtuber* más rico del mundo. Ganó 12 millones de euros y hoy tiene más de 41 millones de suscriptores en su

Algunos de los más famosos de la Red

Estos son algunos de los 'influencers' más reclamados, tanto por la audiencia como por las marcas:

● **EIRubius.** Sus vídeos de bromas y videojuegos lo han convertido en el 'youtuber' más famoso de España. Su canal cuenta con 16 millones de suscriptores.

● **María José Cayuela.** En *blogmodabebe.com* aborda el mundo de la puericultura, sector en el que se ha convertido una referencia.

● **Lovely Pepa.** Alexandra Pereira emplea Instagram, con 1 millón de seguidores, para realizar sus publicaciones sobre moda.

● **Alma's Cupcakes.** En su blog, Alma Obregón ofrece recetas de repostería y ha creado sus propios talleres.

canal de YouTube. "Las empresas ahora tienen el reto de saber detectar qué *influencer* se adapta mejor a su campaña. Además, estas figuras han revolucionado el sector de la publicidad y han nacido otras nuevas profesiones a su alrededor. Ya hay agencias especializadas en gestionar su relación con las marcas y cuidan que las empresas y los profesionales compartan los mismos valores", comenta Pablo Sammarco, director general de The Social Media Family.

Por su parte, Lorena Blasco-Arcas, profesora adjunta de marketing en ESCP Europe, añade que los ingresos variarían según la capacidad de influencia. Por ejemplo, en el sector de la moda se puede llegar a ganar 1.200 euros por un tuit mencionando una marca o 1.800 euros por un post en Instagram.

"Además, en algunos casos los profesionales colaboran con las marcas para diseñar y crear productos. Siguiendo con el mismo ejemplo, en el mundo de la moda este tipo de colaboraciones son comunes, como por ejemplo el caso de Gala González con Mango Touch, o la marca de zapatos Krack con blogueras como Lovely Pepa o Dulceida", concluye Blasco-Arcas.



Isabel Llano, creadora del canal Isasaweis.

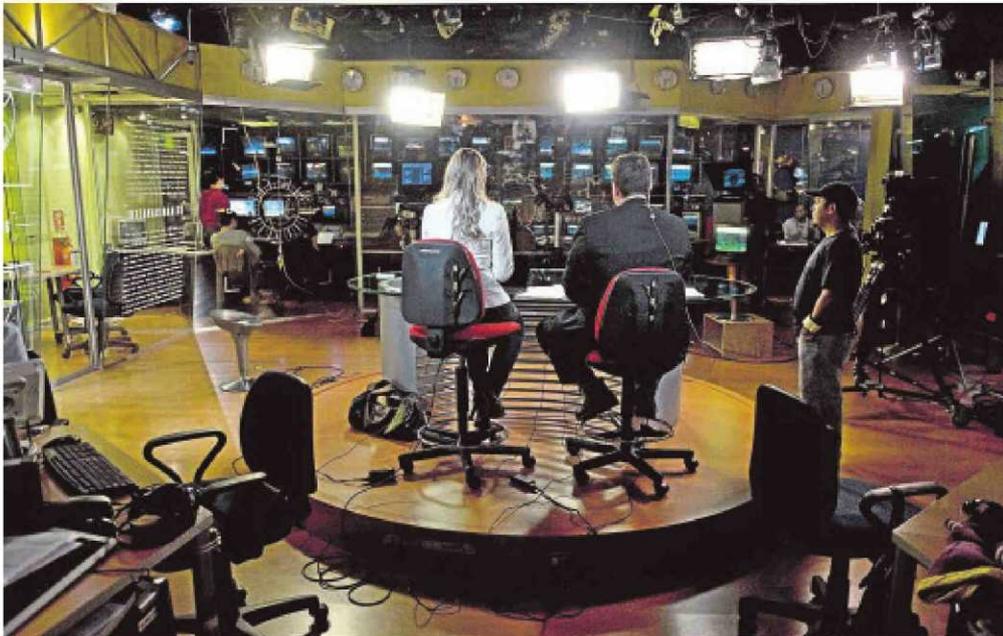
El éxito de los tutoriales en Internet

Comenzó subiendo vídeos sobre estética a YouTube. Poco a poco, fue abordando nuevas temáticas como moda, cocina o nutrición. Ahora, Isabel Llano recoge todo el material que publica en las redes sociales en su página web, Isasaweis. Sus vídeos prácticos acumulan miles de seguidores y ella misma se muestra sorprendida de su repercusión. "Intento mostrarme tal y como soy. Poco a poco las marcas se han puesto en contacto conmigo para realizar

promociones. En esos casos, estudio mucho el producto y considero si es adecuado. No ha habido un punto de inflexión concreto en el que mi popularidad empezara a crecer, sino que ha sido un trabajo de varios años. Muchas de mis decisiones se han basado en el modelo de prueba y error", explica Llano. Además, aunque ahora está inmersa en la promoción de su libro de cocina, quiere seguir desarrollando su carrera como profesora.



Venezuela en crisis Medios de comunicación



Estudio de Globovisión en su sede de Caracas

AFP

Una prioridad para el Legislativo

El presidente de la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional, el opositor Tomás Guanipa, adelantó ayer que en dos semanas estará preparada la agenda legislativa, en la que tendrá prioridad la reforma de la Ley de Telecomunicaciones y de la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión.

La comisión parlamentaria también revisará las concesiones de las radios y los canales nacionales de televisión abierta, así como los mecanismos para renovar las licencias. Pretende asimismo auditar el caso Radio Caracas Televisión (RCTV), el canal privado de televisión al que Hugo Chávez no renovó la concesión en 2007. Otro de sus objetivos es citar a la Corporación Maneiro para que sus responsables expliquen cómo se realiza la importación de papel para la prensa, según la página web de Hinterlaces. Los diarios independientes venezolanos sufren grandes apuros para conseguir papel.

La Asamblea Nacional aborda el acoso del chavismo a Globovisión

► La Comisión de Medios rechaza la inspección al canal por el ente público Conatel

CARMEN MUÑOZ
MADRID

La nueva mayoría opositora en el Parlamento de Venezuela ha puesto la lupa en las leyes y actuaciones del chavismo que coarten la libertad de expresión y acosen a los medios independientes. La Comisión Permanente de Medios y Comunicación de la Asamblea Nacional abordó ayer el asedio a varios medios, entre ellos Globovisión. Poco después de ser blanco de los ataques del presidente Nicolás Maduro, el canal de televisión ha recibido esta semana la visita de Conatel (Comisión Nacional de Telecomunicaciones) para una inspección «técnico administrativa», en palabras del ente público. Globovisión emite informativos y programas las 24 horas del día pese a que su concesión venció el 9 de marzo de 2015 y 90 días antes, como establece la normativa legal, presentó la documentación correspondiente para la renovación. Temen que la inspección preludie el cierre del canal.

La Comisión de Medios aprobó ayer por unanimidad un documento que rechaza la visita de los inspectores de Conatel a Globovisión, según informó el diario «El Universal». Tomás Guanipa, presidente de la comisión parlamentaria, subrayó que el ente público lleva

ba cinco años sin visitar el canal televisivo y que está recibiendo órdenes directas de Maduro, quien «públicamente ha amenazado a Televén y Globovisión por su línea editorial». El político de Primero Justicia consideró «insólito» que se utilice a Conatel como «instrumento político» en lugar de «herramienta técnica». Además de invitar a responsables de Globovisión para que relaten cómo fue la inspección, la Comisión prevé convocar al ente público para que explique por qué el 70% de las emisoras de radio no tienen permisos y a algunos canales no se les ha renovado la concesión.

Para controlarlos

Globovisión, Unión Radio... Son «muchos» los medios que siguen funcionando en Venezuela con la concesión vencida, señala a ABC Vladimir Villegas, uno de los periodistas estrella del canal de televisión. «Es la forma que utiliza el Gobierno para controlar a los medios», añade el presentador de «Vladimir a la 1», exvicecanciller y exembajador que se alejó del chavismo en 2007 tras una reforma constitucional.

Globovisión denuncia que durante la inspección de esta semana se les ha requerido «de manera verbal» documentos de carácter legal, económico, financiero y técnico. «bajo condiciones irregulares que demuestran la evidente actitud discrecional» del ente regulador y la «ausencia de procedimiento administrativo previo». Villegas precisa que la legislación conside-



Documentos en regla
Acuse de recibo de la entrega de documentos, el 9-12-2014, por parte de Globovisión para renovar la concesión, 90 días antes de vencer

ra la posibilidad de una inspección técnica, «a la cual el canal siempre se ha sometido», y no «esa mixtura, esa creación literaria de una inspección técnico administrativa». Según Villegas, Conatel tuvo ocasión de pronunciarse o pedir información adicional a Globovisión –y no lo hizo– durante los 90

días que transcurrieron desde que presentó la documentación exigida para renovar la concesión el 9 de diciembre de 2014. Pero desde el pasado marzo, el canal privado presta el servicio de televisión abierta «sin que exista acto administrativo expreso contenido de la decisión de Conatel en cuanto a la renovación o no de la concesión».

El ente regulador respondió en un comunicado que la inspección forma parte de las «cientos» que realizan a operadores de telecomunicaciones cada año. «Es una responsabilidad y una obligación legal», indicó Conatel, que consideró «un despropósito y una temeridad argumentar que se busca intimidar a un medio, sin presentar una sola prueba».

«El país cambió»

Tomás Guanipa, sin embargo, lamenta que el Ejecutivo «siga amedrentando» a los medios de comunicación, cuya misión es «servir al pueblo, no al gobierno de turno». Vladimir Villegas insiste en que Globovisión busca el «equilibrio informativo, aunque no es fácil ese trabajo con la concesión vencida». Tras la victoria de la oposición en las pasadas legislativas de diciembre, Villegas sostiene que «el país cambió, no el canal –sus dueños son empresarios, no políticos–, y ese cambio tiene que reflejarse en los medios». «Al Gobierno le incomoda que reflejen lo que sucede en Venezuela», apostilla.



BREAKINGVIEWS



Comcast no necesita a Time Warner Cable

POR JENNIFER SABA

Comcast está demostrando que no le hace falta Time Warner Cable para ampliar su balance. Ni siquiera ha pasado un año desde que la oferta de 45.000 millones de dólares (unos 40.700 millones de euros) de su jefe Brian Roberts por su rival el pasado mes de abril. El proveedor de cable e internet estadounidense informó ayer de un incremento del 9% en sus ingresos trimestrales y de un sorprendente dato: 89.000 nuevos clientes de su servicio de vídeo. A pesar de la consolidación en la industria, Comcast acelera el ritmo.

Su rendimiento también incluyó un salto del 6% en los ingresos de explotación trimestrales hasta los 4.000 millones de dólares. Los temores de que los clientes pudieran deshacerse de los costosos paquetes de cable y los cambiar por productos de vídeo en streaming se encendieron en el verano después de que Walt Disney admitiera que su gigante de los deportes ESPN había experimentado un descenso en los hogares. Los inversores respondieron con la venta de acciones en el sector de los medios.

No es que Comcast, que también es propietaria de NBC Universal, se olvide necesariamente de todas esas preocupaciones. Para el conjunto del año, perdió 36.000 suscriptores de cable. Además, sumó la friolera de 460.000 nuevos clientes de internet de alta velocidad en el trimestre, contribuyendo a que la empresa concluyera el año con más de 1,3 millones de nuevos clientes.



Oficinas de Comcast.

El proveedor de cable e internet informó de un incremento del 9% en sus ingresos trimestrales

Al menos por ahora, Roberts parece feliz de estar solo mientras sus compañeros, como AT&T y DirecTV y Time Warner Cable y Charter, se han unido. En una charla con analistas, el ejecutivo aseguró que le parece "casi humorístico" que salga el nombre de Comcast en prácticamente cualquier acuerdo que se cocina en el universo de la radio, internet o el cable en el Viejo Continente.

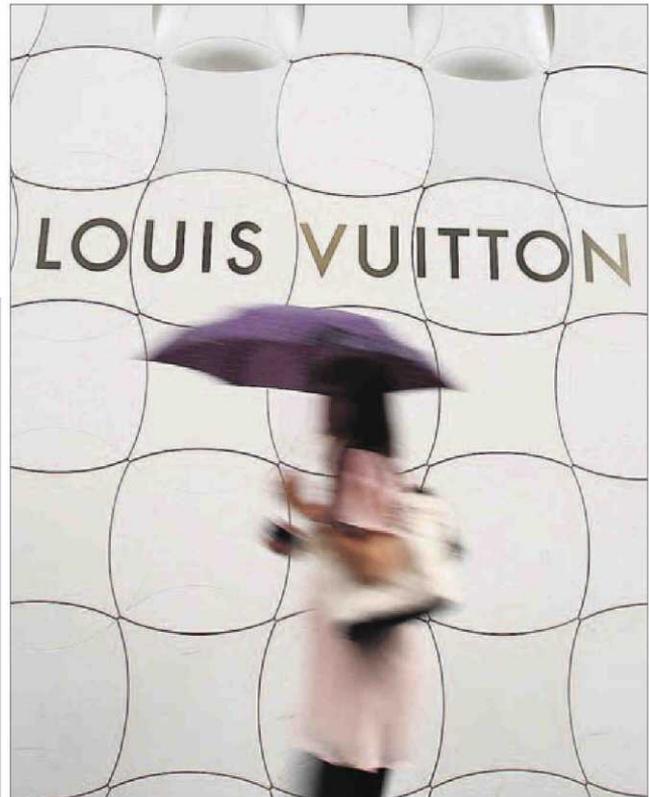
Pero el panorama de los medios está cambiando rápidamente. Y Roberts es conocido por intentar transacciones bastante llamativas, incluyendo un intento fallido con Disney hace más de una década. Otra gran adquisición es siempre una posibilidad -sus accionistas deberían prepararse-.

Vida después de China para LVMH

POR CAROL RYAN

LVMH ha ido de alguna forma a calmar la fijación de los inversores en China. Las ventas del propietario de Dior el año pasado crecieron un elegante 6% interanual, excluyendo los tipos de cambio y con cifras comparables. El beneficio operativo recurrente recibió un impulso del 16% y sus divisiones de joyas y perfumes destacaron especialmente. Las acciones del grupo se han visto castigadas en los últimos meses, pero se podría dar un buen crecimiento fuera de la República Popular China.

La acción de LVMH ha superado ligeramente a sus rivales este año



Una mujer pasa frente a un cartel de la firma Louis Vuitton, de LVMH. REUTERS

-manteniéndose horizontal en comparación con el descenso del 2% del sector, según los analistas de Citi-. Pero el precio del título todavía no se ha recuperado de la sorpresiva decisión de China en agosto de devaluar el yuan y cayó más de un 20% en su punto más bajo a mediados de enero.

Sigue habiendo dificultades en Asia, con una caída interanual de las ventas del 5%. No se puede obviar cuando representa el 27% de la facturación del grupo. Sin embargo, las ventas en Japón crecieron un 13%, impulsadas por el gasto turístico. A pesar de las preocupaciones sobre el impacto de los atentados de noviembre en París, las ventas en Europa crecieron en el rango bajo de los dos dígitos. Por su parte, en Estados Unidos fueron robustas.

En términos de valoración, se podría decir que LVMH se encuentra en un término medio. Sus acciones cotizan con una prima del 17% con respecto a los dueños de Gucci, Kering, en lo que al múltiplo de la previsión de PER se refiere. Eso se debe principalmente a unos mejores márgenes de beneficios operativos y una cartera más diversificada. Pero se queda por detrás de la marca de superlujo Hermès. Hasta hace poco, gran parte se debía a que LVMH estaba en pleno giro radical. La prueba de la creciente demanda -y los signos de la vida más allá de China- sugieren que la brecha podría comenzar a reducirse.

PARA MÁS INFORMACIÓN: BREAKINGVIEWS.REUTERS.COM
Los autores son columnistas de Reuters Breakingviews. Las opiniones son suyas.
La traducción es responsabilidad de CincoDías.



Carles Capdevila, premi Ciutat de Barcelona de comunicació

El jurat el distingeix pel seu compromís amb l'educació i per haver impulsat el diari ARA

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

El director fundador de l'ARA, Carles Capdevila, ha sigut distingit amb el premi Ciutat de Barcelona 2015 en la categoria de mitjans de comunicació, segons va anunciar ahir l'Ajuntament de la capital catalana. Capdevila ha sigut guardonat "pel seu esforç constant en la defensa de l'Educació des dels mitjans, que ha tingut una fita el 2015 en l'extraordinària difusió a través de les xarxes socials de la conferència *Educar amb humor*". Així mateix, el jurat del premi reconeix també "els cinc anys en què Carles Capdevila ha impulsat el diari ARA" i en aquest sentit destaca que "el seu discurs de comiat com a director", pronunciat el 24 de novembre a la redacció del diari, constitueix "un testimoni especialment valuós del seu pensament periodístic".

"Estic content, emocionat i agraït. I sobretot feliç per la gent que em segueix i que se n'alegra per mi de veritat", explica Capdevila a l'ARA. "El premi el dedico als mestres i pares que eduquen amb passió i alegria. Celebro que es reconegui que el periodisme pot contribuir a l'educació, i la meua dèria per ser positiu i optimista per animar famílies i mestres, que fan la feina més important del món i mereixen suport i bon humor".

El periodista detalla també com pensa compartir –literalment i metafòricament– el guardó. "El premi té tres parts. L'import econòmic el donaré íntegrament a la lluita contra el càncer", ha anunciat. "La part simbòlica la vull trossejar i compartir amb tota la redacció de l'ARA, que adoro, i a la qual mai agrairé prou el seu lliurament al projecte i

la complicitat amb mi en tots els moments d'aquests cinc anys. I la tercera és la part en què el premi et compromet. Aquesta me la quedo tota per a mi. Intentaré fer honor al Ciutat de Barcelona comproment-me per sempre més amb el periodisme social, amb l'educació i amb la defensa de la gent que pateix i que treballa per arreglar el món, educadament".

Capdevila va dirigir l'ARA des de l'aparició del diari, el 28 de novembre del 2010, fins al dia del seu cinquè aniversari, moment en què va abandonar la primera línia per passar a ocupar el càrrec honorífic de director fundador. En el seu emotiu discurs de comiat davant de la redacció, l'exdirector del diari va explicar que el que havia descobert en els cinc anys que va passar "a prop dels poders" no li havia agradat.

"Ho he patit molt. M'han fet patir. Ho dic sorprès i decebut, potser és ingenuïtat, però prefereixo ser ingenu que cínic. Als poders, al món de les persones amb capacitat de coacció, sobretot econòmica, hi he tingut molts disgustos", va assegurar, i va afegir: "Estic content de perdre de vista aquests poders, però ells no em perdran de vista. Com a persona lliure, com a periodista lliure, miraré de combatre i denunciar les misèries del poder".

Un periodista multiplataforma

En l'àmbit de l'educació, Capdevila va presentar i dirigir el programa *Eduqueu les criatures*, a Catalunya Ràdio, i l'espai *Qui els va parir!*, a TV3. A més, va guanyar el premi Pere Quart d'humor i sàtira amb el llibre *Criatura i companyia*. En l'àmbit digital, va impulsar el portal *Criatures.cat*, que va ser la llavor del suplement *Criatures*, d'aquest diari, adreçat a la comunitat de persones



Popular
El jurat ha aplaudit l'èxit viral de la conferència 'Educar amb humor'

Investigació
El periodista donarà la dotació del premi a la lluita contra el càncer



interessades en aquesta matèria. El seu currículum televisiu inclou també haver sigut subdirector del *Malalts de tele* i haver impulsat, primer a la ràdio i després a la televisió, l'èxitós *Alguna pregunta més?*

En la categoria de mitjans de comunicació, el jurat del premi estava format per Vicent Partal –que n'era el president–, Toni Puntí, Ingrid Guardiola, Francesc Escibano i Júlia Otero, que van aprovar per unanimitat la concessió del guardó a Capdevila. Convocats per l'Institut de Cultura de Barcelona (Icub), els premis Ciutat de Barcelona distingeixen "la creació, la investigació i la producció de qualitat" realitzada a la ciutat per "creadors o col·lectius que hi treballen o per institucions i organitzacions barcelonines que les promouen o les produeixen", i s'atorguen a obres que "contribueixen al desen-

volupament del fet cultural". Els guardons es lliuraran el dia 15 de febrer al Saló de Cent de l'Ajuntament, en un acte que conduiran Txé Arana i Bruno Sokolowicz.

En anteriors edicions, aquests premis han distingit, en la categoria de mitjans de comunicació, la revista *L'Avenç* o programes com *L'ofici de viure*, presentat per Gaspar Hernández a Catalunya Ràdio, o el *30 minuts* de TV3. En ocasions, com enguany, el premi se l'endú un comunicador, com va ser el cas de Jordi Evole, l'assagista Javier Pérez Andújar, Rosa Badia (pel programa *Tot és comèdia*), Toni Marín, el corresponsal i columnista Enric González o l'escriptor Juan Villoro.

Cinc anys de premis

El premi Ciutat de Barcelona per a Capdevila suposa una de les incorporacions més notables a la metafò-

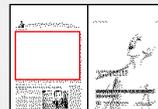


rica vitrina de reconeixements que han rebut el diari i els seus periodistes al llarg de cinc anys de singladura. Poc després del cinquè aniversari, celebrat al novembre, el rotatiu era reconegut amb el premi Diari Europeu de l'Any, que el distingeix com el diari d'àmbit regional més ben dissenyat del continent.

Aquest era el penúltim guardó d'una trajectòria amb freqüents reconeixements pel disseny del diari (la Society for News Design ha distingit diverses vegades l'ARA, que ha rebut també premis Laus per dos interactius i pel suplement Rar) o pels seus continguts, entre els quals cal comptar el Premi Nacional de comunicació per l'edició digital, concedit el 2013, i el de comunicació científica atorgat l'any següent, a més de nombrosos guardons a periodistes i articles concrets d'aquesta casa. —

Capdevila durant el seu comiat com a director, davant de la redacció de l'ARA. El jurat ha valorat en el seu veredict aquest discurs.

FERRAN FORNÉ



INFORME REPORTEROS SIN FRONTERAS

PERIODISMO ANTE LA GUERRA

Mazen Darwish, represaliado sirio: «La información desde Occidente nos ha hecho mucho daño»

ÁNGELA CASTILLO MADRID
Tres años y ocho meses. Lleva dos segundos pronunciar estas palabras, pero 44 meses entre rejas cambian el rumbo de toda una vida. El 12 de febrero de 2011, cuando la revolución en la ciudad de Damasco era aún paz y esperanza, Mazen Darwish, abogado, periodista y fundador del Centro Sirio para Medios de Comunicación y Libertad de Expresión (CSMCLE),

entró en prisión. Los motivos: alzar la voz contra la barbarie del régimen de Bashar al-Ásad.

A partir de ahí, nada volvió a ser igual: «Cuando fui detenido, la revolución aún era pacífica. Sin embargo, a mi salida, todo estaba destrozado. El Gobierno había llevado a cabo un genocidio», explica este defensor de los derechos humanos en una entrevista con EL MUNDO. «Durante la dictadura, han sido de-

tenidos intelectuales. En cambio, 900 terroristas han sido liberados».

Su caso no es el único. Según el Informe Anual de Reporteros Sin Fronteras presentado ayer, en 2015, 63 personas murieron por causas relacionadas con el periodismo. Al terminar el año, de los 54 reporteros que permanecían como rehenes en manos de organizaciones como Daesh o Al-Qaeda, 26 estaban en Siria –los españoles Anto-

nio Pampliega, Ángel Sastre o José Manuel López, entre ellos–.

La labor periodística en medio de la guerra es trágica. Pero, ¿cuál está siendo el papel del periodismo en la mayor crisis de refugiados desde la Segunda Guerra Mundial que ha provocado el conflicto sirio?

Yara Bader, directora del CSMC-LE y esposa Darwish, lo tiene claro: «Con la difusión de ideas equivocadas sobre los musulmanes o el Is-

lam, los medios contribuyen a que la gente tenga miedo. Sólo un 1% de los sirios que llegan a Europa se convierten al terrorismo», asegura. «Las organizaciones internacionales no están interesadas en que estos profesionales actúen en nombre de los Derechos Humanos», añade.

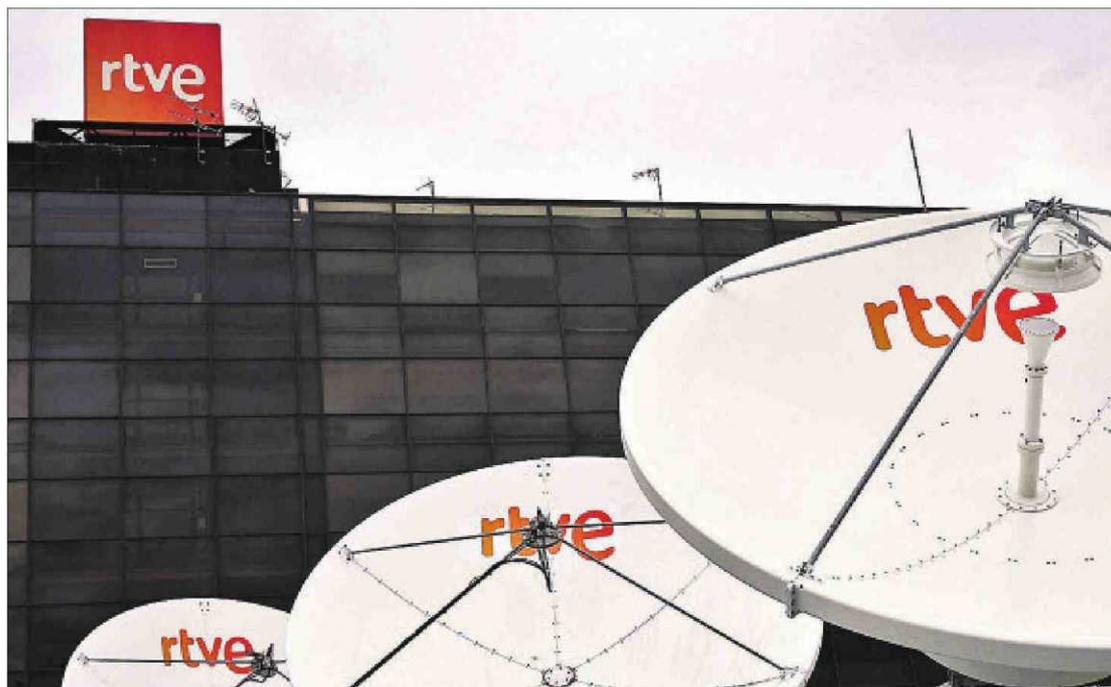
El marido de Bader comparte esta visión: «Hace poco que salí de la cárcel. Creo que la información difundida desde Occidente nos ha hecho mucho daño», apunta Darwish, quien, sin embargo, destaca el papel de algunas iniciativas independientes de la política y la religión nacidas dentro de la propia Siria: «Estamos intentando trabajar, pero el Gobierno no nos deja».

Desde que Twitter, Facebook o Instagram se instalaron en el siglo XXI, el periodismo no volvió a ser el mismo. Después de los atentados de París, fotos de musulmanes que se desvinculaban de las células ter-

Tres rebeldes, frente a un periodista en Aleppo.
AFP

rorristas invadieron las redes. Imágenes para denunciar la hambruna en Madaya, ciudad sitiada, también circularon por internet. «En este último caso las redes fueron un punto a favor. Fue como decir ‘nos estamos muriendo, aún podéis hacer algo’», asegura Bader. Darwish, por su parte, no ve con buenos ojos esta nueva forma de difundir información: «Sólo trasladan la violencia, la destrucción, el terrorismo. Se quedan en lo superficial. No son capaces de llegar al quid de la cuestión».

«La tiranía de la ignorancia es la más dura de las esclavitudes», dijo el filósofo español Juan Luis Vives. Según Darwish, en 2011, el pueblo sirio logró romper estas cadenas: «Entonces, la gente comprendió que sin libertad de expresión y conciencia nunca será posible una democracia».



Antenas parabólicas en la sede de RTVE en Torrespaña, Madrid.

14 millones por la venta de programas

Por la venta de programas, Televisión Española ingresó en 2014 un total de 14 millones de euros, la mayor parte fruto de la comercialización de tres series: *Isabel*, *Cuéntame cómo pasó* y *Amar en tiempos revueltos*.

Por la cesión de los derechos de la Supercopa de España de 2013 a TV-3 para su emisión en Cataluña ingresó un total de 400.000 euros, una cantidad que, según el Ministerio de Hacienda, debería haberse computado en 2013 y no en 2014.

Hacienda reclama a RTVE que contabilice los ingresos por la publicidad del deporte

ROSARIO G. GÓMEZ, Madrid

Televisión Española eliminó de su programación los anuncios en 2009, pero la ley autoriza determinada publicidad bajo la fórmula del patrocinio. Por este concepto, la cadena pública ingresó en 2014 un total de 11,7 millones de euros, de los que la mayor parte proceden del patrocinio cultural.

La compañía no contabiliza el derivado de retransmisiones deportivas. El Ministerio de Hacienda reclama a RTVE que facture la venta de publicidad durante la difusión de competiciones de ciclismo, baloncesto o tenis, ya que “deberían formar parte de la cifra de negocio” de la corporación estatal.

La auditoría elaborada por la Intervención Delegada de la Administración del Estado, organismo dependiente de Hacienda, solo recoge en el ámbito deportivo una recaudación de 2.240.000 euros por el contrato suscrito entre la televisión pública y CSM, CSM España y Media Sponsorship para la cesión de la “oportunidades de patrocinio y publicidad” de los partidos de la selección española de fútbol clasificatorios para la Eurocopa de Francia (2016) y Rusia (2018). Además, TVE ingresó otros 308.724 euros por los anuncios emitidos durante la final de la Copa del Rey de Fútbol de 2014.

Sin embargo, el informe recoge que no ha habido contrapres-

tación económica a favor de la televisión por las retransmisiones de la Liga Endesa de Baloncesto, la Vuelta Ciclista y los torneos de tenis Copa Davis, Conde de Godó y ATP 1000, así como el programa deportivo *Estudio Estadio*. La auditoría asegura que al no haberse facturado ni contabilizado “se desconoce el valor de estos patrocinios y lo que podría incrementar la cuenta de ventas de publicidad” e insiste en que TVE debería considerar tales patrocinios como ingresos, ya que es en su parrilla “donde se visualiza la marca del patrocinador”.

La corporación mantiene en sus alegaciones un criterio distinto del de Hacienda. RTVE

afirma que de su cifra de negocio no deben formar parte ni los patrocinios deportivos, inherentes a la compra de los derechos, ni otras formas de publicidad, como la publicidad estática que aparece en los estadios, o la presencia de marcas comerciales.

Dudas

Hacienda ya expresó sus dudas sobre esta interpretación un año antes y recomendó a RTVE que consultara la cuestión a la Dirección General de Tributos a fin de esclarecer si a través de la emisión de eventos deportivos con patrocinio, la cadena pública presta un servicio de

publicidad. En el informe no consta que RTVE haya efectuado tal consulta. En cuanto al patrocinio cultural, TVE recaudó 9.206.013 euros, derivados de programas como *MasterChef* o *Isabel*.

La auditoría observa anomalías en los contratos de algunos de los programas más famosos. Con frecuencia, se formalizan después de la prestación del servicio y en algunos casos se suscriben sin que exista informe económico o aprobación del presupuesto. TVE firmó, por ejemplo, el contrato para la cesión de las imágenes del Tour a la televisión pública vasca tres días antes de que terminara la ronda francesa.

También pone de relieve la auditoría que en determinadas áreas de contenidos no se han cumplido los objetivos de producción interna previsto en la ley y cuestiona que se destinen a Teledporte —un canal con escasa audiencia— eventos deportivos cuyos derechos audiovisuales tienen un coste elevado.

Por ingresos procedentes de la publicidad, venta de programas y de canales, RTVE recaudó 27 millones de euros, una parte muy pequeña del total de ingresos (868 millones, la mayor parte subvenciones públicas). RTVE cerró el ejercicio con unas pérdidas de 134 millones, frente a los 113 de déficit de curso anterior.



[PERIODISMO]

CELA, JUVENTUD A GOLPE DE ARTÍCULO

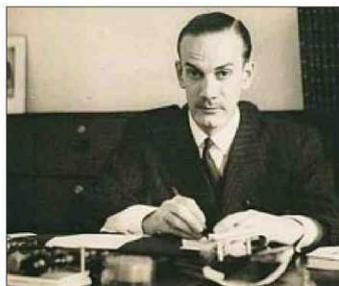
Adolfo Sotelo Vázquez recupera, en el aniversario del Nobel, sus primeras páginas periodísticas



«LA FORJA DEL ESCRITOR»

Camilo José Cela
FUNDACIÓN SANTANDER
247 páginas
10 euros

Con motivo del centenario del nacimiento de Camilo José Cela este año proliferarán diversas iniciativas conmemorativas y crecerá la ya inabarcable bibliografía sobre nuestro último premio Nobel de literatura. Es de esperar que todo ello arrumbe definitivamente negativos aspectos de una figura intelectual que él mismo se construyó. Fue un agrio comentarista de su entorno cultural, gratuito descalificador de escritores noveles, contumaz practicante del exabrupto escatológico y autoparódico transgresor de lo políticamente correcto; pero también magnífico retratista de una atávica España profunda –carpetovetónica, diría él–, creador de personajes de esperpéntica melancolía, duro esteta del tremendismo argumental en sus inicios novelísticos, original viajero literario, entregado exégeta del erotismo liberador y decidido vanguardista experimental en sus últimos años. Bajo el título de «La



forja de un escritor» (1943-1952) se publica una antología de sus colaboraciones en Prensa, correspondientes a una época de formación literaria coincidente con la aparición e influencia de una novela de la envergadura de «La familia» de Pascual Duarte.

► PURA LITERATURA

Esta cincuenta de artículos, magistralmente seleccionados por el profesor Adolfo Sotelo Vázquez, autor de una esclarecedora introducción, muestran a un Cela imbuido de pura literatura, en posesión de sus mejores recursos estilísticos y centrado en algunos característicos temas: el tiempo y el paisaje, el realismo narrativo, la grandeza de la cotidianidad o su interés por las artes plásticas. Se articula el volumen en tres apartados: «Experiencias vitales», «El escritor y la escritura» y «La pintura y

SOBRE EL AUTOR

Es un clásico de la literatura contemporánea; un novelista que evoluciona desde la prosa realista al vanguardismo experimental

IDEAL PARA...

conocer la faceta de brillante articulista de Cela, en su cuajada fase inicial de formación literaria e intelectual

UN DEFECTO

Ninguno sensiblemente apreciable

UNA VIRTUD

La densidad estilística de una magnífica prosa

PUNTUACIÓN

10

otras artes», que incluyen artículos fundamentales como el ya emblemático «La galera de la literatura», donde su autor postula su estética amasada de testimonialismo y sentimentalidad: «El escritor es el notario de la conciencia de su tiempo y de su mundo, y a la conciencia hay que tomarle el pulso donde está, a ras de tierra, esa caja de resonancia donde se escucha, isócrono y amargo, el cruento re-

tumbar de los corazones». O «Contemplando una vieja foto», recuerdo del infantil mundo familiar; «Un escritor pasa por Madrid», genial semblanza de César González-Ruano; «Meditación ante un viejo reloj», entrañable fábula sobre la fugacidad de la vida; «Indolencia y desorientación», acerca de la disposición anímica del escritor; «A vueltas con la novela», sutil teorización que trasluce la conocida admiración por Baroja; y «Elogio del mirón», sobre tan contemplativo modo de captación de la realidad.

Lo anecdótico adquiere el valor representativo de los ambientes de aquella España, la mirada crítica sobre la literatura, la música o pintura de esa época, sin olvidar episódicas experiencias como la de actor en una olvidada película, El sótano, de Jaime de Mayorga. Como bien señala Camilo José Cela Conde –hijo del autor de «La colmena»– en un curioso «Prólogo que no lo es», en estas páginas de claro origen «alimenticio», aunque no de menor rigor literario, nos asomamos a esos años de postguerra, cabría añadir que con un fondo de lírica distancia y sabia melancolía, la mejor huella de un escritor de raza.

Jesús FERRER

**ORIENTE PRÓXIMO DETENCIÓN ADMINISTRATIVA IMPUESTA POR ISRAEL****SETENTA DÍAS EN HUELGA DE HAMBRE**

«Los periodistas están indefensos. No vemos protestas ni solidaridad», lamenta una asociación palestina ante el estado de Mohammed al-Qiq

ISABEL PÉREZ GAZA

Mohammed al-Qiq, periodista palestino de 33 años, ha superado los 70 días en huelga de hambre como protesta por la detención administrativa impuesta por las autoridades israelíes. Los últimos informes médicos afirman que pesa sólo 30 kilos y que ha perdido la vista en un ojo y el 60% de su capacidad auditiva.

En una conferencia organizada en Gaza por el Centro Palestino de Derechos Humanos (PCHR) y el Comité de Prisioneros de las faccio-

nes palestinas, la esposa del periodista, Faiha Shalash, declaró vía telefónica desde Ramallah que las autoridades israelíes le prohíben visitar a su marido. «Puede morir en cualquier momento», advirtió. «Sólo consume agua y los israelíes le mantienen esposado a la cama. No le permiten oír el Corán. Exigimos que una delegación de médicos palestinos le examine», explicó.

Mohammed al-Qiq es corresponsal de la cadena saudí Al-Majd. El 21 de noviembre de 2015 fue arres-



Uno de los hijos de Mohammed al-Qiq, delante de un cartel de su padre. AFP

tado en su casa y sentenciado a detención administrativa, una fórmula de arresto que Israel utiliza sistemáticamente contra los palestinos y que le exige de revelar los cargos que les imputa –secretos tanto para el detenido como para su abogado–, o de celebrar un juicio.

«Durante muchos años, la ocupación israelí ha empleado la detención administrativa para reprimir la libertad de expresión», denunció Raji Sourani, director del PCHR. «Los periodistas palestinos están indefensos. No vemos protestas ni solidaridad», advirtió, por su parte, el portavoz de la Plataforma de Periodistas Palestinos, Emad al-Efranji.

El Coordinador de la ONU para la asistencia humanitaria y la ayuda al desarrollo, Robert Piper, en un comunicado de prensa mostró su preocupación por la situación del periodista e instó al Gobierno de Israel a presentar cargos o a liberarlo inmediatamente.



Màrius Carol



DIRECTOR

Ensopegades en la foscor

FA vint anys es va publicar el llibre *Los chicos de la prensa* sobre el tractament del periodisme al cinema. En el pròleg, l'autor definia el periodista com "un home que sempre necessita un bolígraf" i si no el porta a sobre el demana al taxista, al cambrer o a qui sigui. "La necessitat de fixar una idea, una dada, un telèfon o una adreça salta quan menys t'ho penses". Avui la definició no encaixa. Amb un mòbil –l'ésser humà és un animal enganxat a un mòbil– el periodista pot anotar una idea o teclejar un telèfon. O gravar una conversa. El periodisme ha canviat tant que hi ha qui dubta que tingui futur. I si els recordes que Joseph Pulitzer va escriure que "les nacions prosperen o decauen alhora que la seva premsa", et responen que això passava fa un segle o vint anys enrere, quan els periodistes ens creïem que salvàvem la humanitat amb un bolígraf.

Però no és cert que la premsa s'acabi o que el periodisme agonitzi. *The New York Times* té un milió de subscrip-

tors en paper i un altre milió en digital. I aquest mateix diari que teniu a les mans arriba diàriament a més d'un milió de lectors en les dues versions. La premsa és la gran prescriptora dels mitjans de comunicació. Pot haver perdut exemplars, però no èpica. El bon periodisme és més viu que mai, tot i que exercir-lo és car i complex. Aquest cap de setmana s'ha estrenat *Spotlight*, una gran pel·lícula basada en fets reals, que narra la travessia d'un grup de periodistes de *The Boston Globe* que van destapar els escàndols de pederàstia de l'església als Estats Units. És un homenatge al periodisme d'investigació. Vaig retenir una frase del director: "De vegades és difícil oblidar que passem bona part del nostre temps ensobegant en la foscor, però de sobte un llum s'encén en les tenebres". Som aquí, diàriament, buscant una llum que ens il·lumini, per explicar la realitat als nostres lectors.



GUERRA DEL FÚTBOL

Mediaset gana un asalto a la Liga ante la Audiencia

S. T. MADRID

La Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional rechazó ayer las medidas «cautelarísimas» solicitadas por la Liga Nacional de Fútbol Profesional contra la resolución de la CNMC. Este organismo reguló el pasado 14 de enero el acceso de Mediaset a los estadios de fútbol, así como la emisión de los resúmenes de los partidos en sus informativos, en los que tiene derecho a 90 segundos por encuentro.

Los recurrentes solicitaban como medida cautelarísima la suspensión de dicha resolución, al entender que había sido dictada por un órgano «manifiestamente incompetente» y que, además, atentaba «despropor-

cionadamente» contra los derechos económicos y las expectativas de la Liga, de los clubes y de los operadores audiovisuales que explotan los derechos televisivos (en el caso de los resúmenes, TVE).

En el auto notificado ayer, los magistrados entendían que no concurren las circunstancias exigidas de especial urgencia e irreversibilidad que exige la doctrina del Tribunal Supremo. Por tal motivo, acordaron la tramitación de este incidente por el procedimiento ordinario previsto en la ley.

Mediaset, por su parte, se congratulaba en un comunicado de la decisión de la Audiencia, que obliga a la LFP a garantizar el acceso de las cámaras a los estadios de fútbol.



ÓSCAR DEL POZO



Yahoo! cierra su oficina en España mientras explora la venta de activos

M.P. Madrid

Yahoo! sigue sin encontrar su rumbo. Ante su incapacidad para hacer crecer los ingresos, la histórica compañía de Internet ha anunciado su enésima reestructuración y su interés por explorar "alternativas estratégicas", lo que se ha interpretado como el inicio de un proceso que puede acabar con la venta de la compañía o de algunos de sus activos estratégicos.

El plan de ahorro de costes afecta de lleno a la operativa en España, puesto que la compañía ha decidido echar el cierre a su oficina de Ma-

drid. La infraestructura de Yahoo! en España ya estaba bajo mínimos después de sufrir una dura reestructuración en 2014, en la que incluso se eliminó la figura de director comercial general, máximo responsable a nivel local, lo que provocó la salida de Roberto Campo. El adelgazamiento de la estructura en España fue parte de un plan del negocio europeo para centralizar buena parte de la operativa en Londres con el objetivo de ahorrar costes.

En las cuentas de 2014, las últimas presentadas, Yahoo! Iberia ya provisionó 7,1 millo-

nes de euros para las indemnizaciones de los trabajadores.

España no es el único país afectado. Yahoo! cerrará también oficinas en Argentina, México, Italia y Dubái como parte de un plan que contempla el despido del 15% de su plantilla actual (aproximadamente 1.500 personas) para lograr unos ahorros de costes

La filial española ya estaba bajo mínimos desde que en 2014 se centralizó el negocio en Londres

de 400 millones de dólares. La compañía, que en 2012 empleaba a 12.800 personas en el mundo, contempla cerrar el año con 9.000 empleados.

Las dificultades por las que atraviesa Yahoo! han puesto en el disparadero a su consejera delegada, Marisa Meyer, que en los tres años y medio que lleva en el cargo se ha mostrado incapaz de enderezar la marcha de la compañía.

Empresas de medios como News Corp. e IAC y operadoras como Verizon pueden estar interesadas en activos de Yahoo!



ECONOMIA

La Cambra trasllada a la tardor els Premis a la Internacionalitzaci3n

L'organitzaci3n vol fer coincidir l'esdeveniment amb el 130è aniversari

Redacci3n

La tercera edici3n dels Premis a la Internacionalitzaci3n que organitza la Cambra de Comerç de Reus es realitzaran, aquest 2016, a la tardor i no a la primavera com havia succeït durant les dues primeres convocat3ries. El canvi es deu a la voluntat de l'organitzaci3n de fer coincidir

l'esdeveniment amb la celebraci3n del 130è aniversari de la fundaci3n de la Cambra que s'esdevé a finals d'enguany. Per tant, la convocat3ria es donarà a conèixer durant els propers mesos per facilitar que les empreses interessades puguin presentar la seva candidatura en cadascuna de les categories establertes.

Els Premis a la Internacionalitzaci3n, que es complementen amb els Premis de Periodisme als articles i reportatges d'aquesta temàtica publicats als mitjans de comunicaci3n, es van celebrar per primera vegada l'any 2014. Més de vuit-centes persones van omplir el Teatre Fortuny per homenatjar la trentena d'empreses

de l'àmbit territorial de la Cambra que van ser reconegudes per la seva aposta inequívoca per la internacionalitzaci3n. L'any passat la gala de lliurament de premis es va traslladar a firaReus aconseguint també omplir el recinte de l'auditori Antoni Gaudí.

En aquesta tercera edici3n la gala es complementarà, també, amb la lliç3n magistral que realitzarà un ponent de reconegut prestigi. Cal recordar que, fins a la data, aquest apartat de la gala ha comptat amb la participaci3n de l'economista Xavier Sala i Martín (2014) i del consultor i estratèga Lofti El-Ghandouri (2015).



Sergi Pàmies continua publicant amb Quaderns Crema

L'editorial Quaderns Crema va emetre ahir un comunicat desmentint "rotundament que Sergi Pàmies abandoni Quaderns Crema, a diferència del que assegurava ahir *La Vanguardia* a l'edició digital i en paper".

El pròxim llibre de Pàmies —en què analitza els seus orígens barcelonistes— es publicarà en català a l'editorial Empúries, del Grup Planeta, i en castellà a Destino "i, tal com ha assegurat el seu editor, l'escriptor no s'ha compromès a res més a banda d'aquest projecte

puntual". Per tant, Pàmies continuarà publicant els seus llibres en català a Quaderns Crema i en castellà a l'editorial Anagrama, i no a Acantilado (del mateix grup que Quaderns Crema) com per error va publicar aquest diari.

Sergi Pàmies (París, 1960) ha publicat en aquesta editorial els reculls de contes *T'hauria de caure la cara de vergonya*, *Infecció*, *La gran novel·la sobre Barcelona* (premi de la Crítica Serra d'Or), *L'últim llibre de Sergi Pàmies*, *Si menges una llimona sense fer ga-*

nyotes (premi Ciutat de Barcelona i premi Lletra d'Or), *La bicicleta estàtica* (premi Maria Àngels Anglada), *Cançons d'amor i de pluja* i les novel·les *La primera pedra* (premi Ícaro), *L'instint* (premi Prudenci Bertrana) i *Sentimental*.

A més del castellà, la seva obra ha estat traduïda al francès, l'alemany, l'italià i al grec. Col·labora regularment en diversos mitjans de comunicació. Ha rebut el premi Manuel Vázquez Montalbán de Periodisme / Redacció.●



MÁS DE CIEN PERIODISTAS ASESINADOS AL FINALIZAR 2015

Por *Sofía* LORENZO -Madrid

«Pocas veces el periodista ha sido protagonista de la actualidad como este 2015, y eso no es bueno». Con estas palabras comenzaba Malén Aznárez la presentación del «Informe anual 2015» de Reporteros Sin Fronteras (RSF), que pone sobre la mesa los datos de la profesión, así como la situación de la libertad de prensa alrededor del mundo. Este acto contó además con la presencia de Pepa Bueno y Pedro Piqueras, así como con las intervenciones de Mazen Darwish y Yara Bader, periodistas sirios, fundador y directora, respectivamente, del Centro Sirio de Medios. Mazen estuvo encarcelado durante tres años y afirma que «sigue con vida gracias a la ayuda de RSF y al apadrinamiento de Pedro Piqueras». Por su parte, Bader también estuvo presa en las cárceles de Al Assad.

El informe, revela que el 2015 ha sido un año marcado por la barbarie del yihadismo en general y del ISIS en particular con preocupante cambio en los resultados respecto a otros años. Por primera vez, de los más de 100 periodistas asesinados, dos tercios de estas muertes han tenido lugar en países que no están inmersos en un conflicto armado. De este modo, a consecuencia de los ataques a la revista satírica «Charlie Hebdo», Francia se coloca entre los países más letales a la altura de Irak, Siria y México.



MADRID ■ INFORME ANUAL DE REPORTEROS SIN FRONTERAS

Por primera vez hay más periodistas asesinados en países sin conflictos

■ La presidenta de Reporteros Sin Fronteras en España, Malén Aznárez, denunció ayer que 2015 se ha convertido en el año en el que por primera vez el número de periodistas asesinados ha sido superior en países «teóricamente» en paz que los fallecidos en zonas de conflicto. Aznárez hizo estas consideraciones en la pre-

sentación del Informe Anual 2015 de la Libertad de Prensa que elabora RSF, que deja un balance de 63 periodistas asesinados, 317 encarcelados (155 periodistas y 162 internautas) y 54 secuestrados, y subrayó que el 64 % de los que mataron lo fue en países sin conflicto. En ese sentido, la presidenta de RSF en España destacó

que la masacre del semanario francés Charlie Hebdo contribuyó a invertir la tendencia. «Pocas veces el periodismo ha sido protagonista de la realidad internacional como en 2015, un año marcado por la barbarie del ISIS que ha copado portadas, calles y, por desgracia, redacciones de medio mundo», lamentó.



COMUNICACIÓ

Més de 60 periodistes assassinats el 2015

| MADRID | La presidenta de Reporters Sense Fronteres a Espanya, Malén Aznárez, ha denunciat que el 2015 ha deixat un balanç de 63 periodistes assassinats, 317 d'empresonats i 54 de segrestats, i ha subratllat que el 64 per cent dels professionals de la comunicació assassinats van perdre la vida en països que, tècnicament, no estan en conflicte.



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/16	El periodisme entra a les classes de 10 centres educatius gironins / Diari de Girona	31	1
04/02/16	Tallers de periodisme en 70 escoles de Catalunya / El Punt Avui	32	1

Col·legi de Periodistes de Catalunya



El periodisme entra a les classes de 10 centres educatius gironins

Dijous, 4 de febrer de 2016

| DDG La setena edició del programa "La premsa a les escoles" va començar ahir a 10 centres educatius de les comarques de Girona. La iniciativa, que el Col·legi de Periodistes de Catalunya impulsa conjuntament amb l'Obra Social La Caixa, a través d'eduCaixa, arriba a un 70 centres catalans. Durant tot el febrer, prop d'una vintena de col·legiats de totes les demarcacions del Col·legi de Periodistes de Catalunya es desplaçaran fins a diferents centres escolars. Cada sessió compta amb una participació mitjana d'entre 40 i 80 alumnes que tenen l'oportunitat d'analitzar, entre d'altres temes, les diferents visions de la realitat que aporten els mitjans de comunicació, conèixer millor l'ofici dels periodistes, la seva funció i els seus valors. En molts casos també es fan tallers per veure de forma pràctica com treballen els professionals de la comunicació. Tots els periodistes que hi participen tenen una àmplia trajectòria professional en l'àmbit periodístic, que els permet transmetre la seva experiència i el seu coneixement sobre l'ofici i la importància que tenen els mitjans de comunicació en la societat. Per això es fan servir exemples i casos pràctics amb diferents materials, com projeccions de vídeos, portades històriques de diaris i notícies recents. [Compartir a Twitter](#) [Compartir a](#)

Tallers de periodisme en 70 escoles de Catalunya

Dijous, 4 de febrer de 2016

El Col·legi de Periodistes i l' Obra Social La Caixa impulsen la setena edició del programa La premsa a les escoles , que arribarà a un total de 70 centres d'ensenyament de secundària a tot Catalunya, 20 més que en edicions passades. Durant tot el mes de febrer, prop d'una vintena de col·legiats de totes les demarcacions del Col·legi de Periodistes es desplaçaran a diferents centres escolars per transmetre la seva experiència professional als alumnes. Així, de la demarcació de Barcelona hi participen 30 centres; de les de Tarragona, Lleida i Girona, 10, i de les Terres de l'Ebre i la Catalunya Central, 5 en tots dos casos. Cada sessió té una participació mitjana d'entre 40 i 80 alumnes, que tenen l'oportunitat d'analitzar, entre altres qüestions, les diferents visions de la realitat que aporten els mitjans de comunicació, i conèixer millor l'ofici dels periodistes, la seva funció i els seus valors. En molts casos també es fan tallers per veure de manera pràctica com treballen els professionals de la comunicació.