



16/02/2016

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

INDEX

PREMSA

2

INTERNET

32



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/02/16	COMENÇA EL PROGRAMA 'LA PREMSA A LES ESCOLES' / Diari Més	6	1
16/02/16	ARRANCA EL PROGRAMA DE LA PRENSA EN LAS ESCUELAS / La Mañana	7	1
16/02/16	EN MARCHA EL CICLO 'LA PREMSA A LES ESCOLES' / Diari de Tarragona	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/02/16	PREMSA COMARCAL INFORMANT DE PROP / Setmanari de l'Alt Empordà	10	1
16/02/16	Trepitjant ulls de poll: 10 anys en 10 polèmiques / Ara	11	1
16/02/16	RODRIGO SEPTIÉN: «QUIEN NO ESTÉ EN YOUTUBE SE PIERDE DÓNDE SE MUEVE LA INDUSTRIA» / La Razón	12	1
16/02/16	DEL BATACLAN A L'OLYMPIA, AMB LA MATEIXA ENTRADA. Una ficció i un documental incòmode, els fruits cinematogràfics de l'atemptat / La Vanguardia.cat	13	2
16/02/16	LA DIMISIÓN DEL SECRETARIO GENERAL REAVIVA LA CRISIS INTERNA DE LA CNMC / Cinco días	15	1
16/02/16	LOS CANALES DE TELEVISIÓN DEBERÁN RESINTONIZARSE OTRA VEZ EN 2020 / El País	16	1
16/02/16	LA CRISI DE LA COMUNICACIÓ PÚBLICA / Ara	17	1
16/02/16	RAMON OSORIO. "ONDA CERO HA CERRADO UN AÑO HISTÓRICO EN RENTABILIDAD" / El Economista	18	1
16/02/16	ERNEST FOLCH RELLEVA JOAN VEHILS EN LA DIRECCIÓ DE L'SPORT' / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	19	1
16/02/16	PRISA Y LA FAO IMPULSAN LA INFORMACIÓN SOBRE DESARROLLO SOSTENIBLE / El País	20	1
16/02/16	LA PERIODISTA GINA TOST, NUEVA INVITADA DEL AFTERWORK DE GRESOL / Diari de Tarragona	21	1
16/02/16	APPLE PREPARA SERIES DE TV PARA IMPULSAR EL APPLE MUSIC / Expansión	22	1
16/02/16	ERNEST FOLCH ÉS EL NOU DIRECTOR DEL DIARI 'SPORT' / Ara	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/02/16	CIUTADANS PROPOSA «DESPOLITIZAR» ELS MITJANS PÚBLICS DE CATALUNYA / Regió7	24	1
16/02/16	C'S DEMANA CANVIAR L'ELECCIÓ DELS MEMBRES DE LA CCMA / Ara	25	1
16/02/16	¿POR QUÉ TVE 'PASA' DE DON JUAN CARLOS? / El Economista	26	1
16/02/16	C'S PROPONE UNA LEY PARA DESPOLITIZAR LOS MEDIOS / El Mundo (Ed. Catalunya)	27	1
16/02/16	EL DRET HA MORT / Regió7	28	1
16/02/16	C'S RECLAMA CANVIS EN EL SISTEMA D'ELECCIÓ DEL CONSELL DE GOVERN DE LA CCMA / El Punt avui	29	1
16/02/16	LA BIBLIOTECA MOSTRA EL FONS DEL PERIODISTA CARLES COSTA / Hora nova	30	1
16/02/16	ERNEST FOLCH, NOMENAT DIRECTOR DEL DIARI'SPORT' / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	31	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





FORMACIÓ

CEDIDA



Hi participen 70 centres de tot Catalunya.

Comença el programa 'La premsa a les escoles'

Aquest mes ha començat la setena edició del programa «La premsa a les escoles» que arribarà a un total de 70 centres de ensenyament de secundària de Catalunya, 20 més que en passades edicions. Prop d'una vintena de col·legiats des de totes les demarcacions del Col·legi de Periodistes de Catalunya es desplaçaran a diferents centres escolars. La iniciativa, impulsada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'Obra social La Cai-

xa, a través d'eduCaixa, des de l'any 2009, parteix del consens entre ambdues institucions de la importància que té el coneixement de l'actualitat per a la formació dels ciutadans. Cada sessió compta amb una participació d'entre 40 i 80 alumnes que tenen l'oportunitat d'analitzar les diferents visions de la realitat que aporten els mitjans de comunicació, conèixer millor l'ofici dels periodistes, la seva funció, els seus valors.



FOTO: Obra Social / Alumnos de Lleida integran el programa

Arranca el programa de la prensa en las escuelas

La séptima edición del programa *La premsa a les escoles* impulsado por el Col·legi de Periodistes de Catalunya y la Obra Social "la Caixa" ha arrancado en una de-

cena de centros educativos de secundaria de Lleida. Durante todo el mes, una veintena de colegiados enseñarán el oficio a los jóvenes estudiantes.

**COMUNICACIÓN** ■ CHARLAS EN CENTROS EDUCATIVOS

En marcha el ciclo 'La prensa a les escoles'

■ Este mes de febrero ha comenzado la séptima edición del programa «La prensa a les escoles», que llegará a un total de 70 centros de enseñanza secundaria de toda Catalunya, 20 más que en anteriores ediciones. Durante todo el mes, cerca de una veintena de colegiados de todas las demarcaciones del Col·legi de Periodistes de Catalunya, con el apoyo de la Obra Social la

Caixa, se desplazan a diferentes centros escolares, repartidos proporcionalmente. Así, de la provincia de Barcelona participan 30 centros; de las de Tarragona, Lleida y Girona, 10; y en las Terres de l'Ebre y la Catalunya Central, 4. En las charlas, los alumnos conocen más de cerca los medios de comunicación, el oficio de periodista, su función, sus valores...

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**



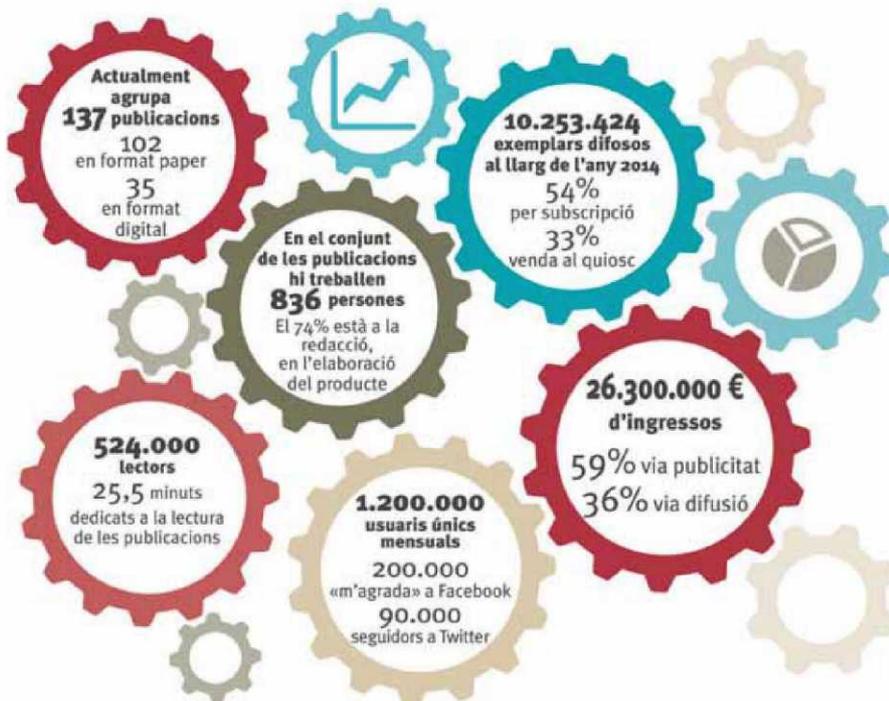
35è aniversari de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal

ACPC | informació

35è
Aniversari
Premsa Comarcal

L'Associació Catalana de la Premsa Comarcal va néixer ara fa trenta-cinc anys i ho celebra consolidada com un agent socialitzador i de cohesió territorial, atorgant notorietat i prestigi a la informació de proximitat. Actualment, l'ACPC aplega un total de 137 publicacions que tenen més de mig milió de lectors i donen feina a 836 persones.

Premsa Comarcal informant de prop



ACPC

L'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC) compleix 35 d'història havent consolidat un model de comunicació descentralitzat necessari per completar el relat informatiu de Catalunya. L'ACPC va néixer la tardor del 1980 impulsada per diversos mitjans que van veure la necessitat de trobar un espai comú i en aquest temps ha aconseguit aplegar la pràctica totalitat d'empreses i entitats editores de premsa comarcal i local d'informació general en català i amb difusió de pagament a casa nostra.

L'ACPC agrupa 137 publicacions (102 en format paper i 35 digitals), amb més de mig milió de lectors i 1,2 milions d'usuaris únics a Internet. Totes

elles donen continuïtat a la tradició d'un tipus de premsa molt rica a Catalunya que dona rellevància a notícies i esdeveniments que no tindrien cabuda en mitjans nacionals o internacionals. En aquest sentit, la premsa local i comarcal afavoreix la cohesió social del territori i prestigi l'actualitat de l'entorn més proper, atorgant notorietat a la informació 'al detall' i, també, als anunciants, que troben al seu abast una plataforma de difusió més accessible.

Ara, els editors, professionals i col·laboradors de la premsa local i comarcal treballen amb il·lusió i entrega per mantenir aquest prestigi aconseguit en els últims 35 anys i ho fan amb la mirada cap al futur, adaptant el preuat contingut de proximitat a una societat en plena transformació.

LES NOTÍCIES dels 35 anys

Les properes setmanes, les publicacions de la premsa comarcal i local repassaran de la mà de l'ACPC algunes de les notícies més rellevants d'aquests trenta-cinc anys d'història.

AL SERVEI DE LA SOCIETAT

L'Associació Catalana de la Premsa Comarcal ofereix una sèrie d'iniciatives i eines tant als seus associats com a la societat catalana en general. Per exemple, disposa d'una plataforma pròpia per facilitar a les publicacions associades la transició del paper a l'edició digital i és impulsora, juntament amb l'ACPG i l'APPEC, de l'Quijose.cat de premsa i revistes digitals en català. A més, l'Associació edita el Llibre Blanc de la Premsa Comarcal i convoca juntament amb la Xarxa Lluís Vives el Premi de Recerca Universitària Premsa Comarcal per a estudiants de doctorat i docents de Comunicació.

premsacomarcal.cat



Un total de 137 publicacions

L'ACPC aplega actualment 137 publicacions de premsa local i comarcal d'informació general i amb difusió de pagament. D'aquestes, 102 són en paper i altres 35 digitals. En el conjunt de totes elles hi treballen 836 persones. El 74% d'elles està a la redacció, treballant directament en l'elaboració de la informació.



Més de mig milió de lectors

Segons l'estudi 'Model de negoci de la Premsa Comarcal 2015', les publicacions associades a l'ACPC compten amb 524.000 lectors. A més, de mitjana, dediquen 25,5 minuts a la lectura d'aquests mitjans. Una altra mostra del poder de la premsa local i comarcal és la seva difusió: 10.253.424 exemplars el 2014.



Els usuaris únics arriben als 1.200.000

Els mitjans digitals catalans de la premsa local i comarcal tenen un gran seguiment. De fet, acumulen 1.200.000 usuaris únics mensuals. Una altra mostra de que l'ACPC no dona l'esquena al futur és que les seves publicacions aconsegueixen 200.000 "m'agrada" a Facebook i tenen 90.000 seguidors a Twitter.



Els ingressos el 2014, de 26,3 milions d'euros

El conjunt de la premsa local i comarcal va aconseguir 26,3 milions d'euros d'ingressos l'any passat. El 59% arriben via publicitat i el 36% restant via difusió. Les publicacions de l'ACPC són fortes en l'entorn del paper i els ingressos per publicitat tornen a augmentar, segons l'informe 'Model de negoci de la Premsa Comarcal'.



Artur Mas

El 129è president de la Generalitat (i el tercer de l'època 'Polònia') és un dels pocs personatges que formen part de la plantilla del programa des del primer dia. Durant aquests deu anys Artur Mas ha sigut interpretat per tres actors diferents, tot i que la imitació més icònica és la que n'ha fet Bruno Oro, que el va encarnar de la primera a la tercera temporada i des de la cinquena fins al passat 16 de gener. Durant el curs 2008-2009 el va substituir temporalment Carlos Latre, i fa un mes, quan Oro va tancar la seva etapa al programa (i Mas, la seva al capdavant del Govern), el personatge va quedar en mans de David Marcé. En aquest temps, el Mas del 'Polònia' ha evolucionat des del "Guapo, gràcies" dels primers anys fins als "Amb il·lusió" amb que tancava els monòlegs.



10 ANYS DE SÀTIRA POLÍTICA

Trepitjant ulls de poll: 10 anys en 10 polèmiques

Les caricatures dels personatges o els arguments dels gags han irritat alguns líders polítics

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Una manera de mesurar l'abast d'un programa de sàtira és apamar el perímetre de les polèmiques. En el cas del *Polònia*, polítics de diversos colors han protestat per alguns gags. També els periodistes hi han ficat cullerada. Aquí en teniu una recopilació.



Rajoy, com a Hitler a 'El hundimiento'

En una de les escenes més famoses del film *El hundimiento*, Hitler renya el seu equip perquè no estan guanyant la guerra, aliè al fet que la majoria de tropes que dibuixa en el mapa ja han sigut liquidades. Ningú gosa fer-l'hi saber. Se'n van fer múltiples paròdies canviant-ne el subtítol i el *Polònia* s'hi va sumar amb un gag, el novembre del 2014, on es veia Rajoy enfurismat amb els seus per la consulta del 9-N. El PP va portar el cas al CAC, per presumpta banalització del nazisme, però no els van donar la raó. La setmana següent de la denúncia, el xou ironitzava amb un gag similar, amb Toni Soler renyant els guionistes per haver perpetrat aquell esquetx.

El fals Montilla i el toc d'atenció del CAC

El Montilla del *Polònia* –és a dir, Sergi Mas– va aparèixer en un anunci emès just després d'una entrevista al president real de la Generalitat, el 10 de setembre del 2009. La conya buscava promocionar el programa *Nit 10*. El CAC va emetre un toc d'atenció a TV3 en considerar que el gag –la juxtaposició dels dos presidents, per ser precisos– era "difícilment justificable". La directora de TV3, Mònica Terribas, va qualificar l'incident de "desafortunat error" pel possible "menyspreu de la figura del president".

Hitler envaeix 'Polònia' i Rahola s'enfada

Un dels gags del programa mostra com Hitler i un grup de nazis de ficció envaien el programa, en referència a la invasió de Polònia (no el programa, sinó el país). La broma no

va agradar a Pilar Rahola, que va aprofitar la seva intervenció a *El matins* de Cuní per retreure a Soler haver fet humor amb un "assassi de masses". El debat es va traslladar al programa *Divendres*, on el periodista va recordar que no era el primer cop que un assassi de masses apareixia al programa i va lamentar no compartir la crítica de Rahola.

Un logotip de "Vota PSC" irrita CiU i el PP

Durant un gag amb el fals Montilla es podia veure el logotip "Vota PSC". Va molestar a diputats de CiU i del PP, que van portar l'afer a la comissió de control parlamentària de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), que es va sallar sense cap conseqüència.

El PP demana "mesures" contra el programa

"Sempre rebem els mateixos", es queixava el portaveu del PP a la comissió de control de la CCMA, Santi Rodríguez, que va demanar "mesures" contra el programa, en considerar que s'acarnissava amb els casos de corrupció del PP mentre que passava de puntetes pels que afectaven altres formacions.



Pujol no volia que es fes sàtira del Papa

La pirotècnica imitació del papa Ratzinger a mans de Toni Albà va motivar que, en el decurs d'un esmorzar públic sobre la influència de la sàtira en la política, Jordi Pujol es queixés de la "ridiculització" a la qual se sotmetia el pontífex. "Sabeu que ningú protestarà, però cap de vosaltres s'atrevirà a fer ni mitja insinuació contra un musulmà ni contra el déu dels jueus, ni ho heu de fer. És injust. Aquest Papa no és aquest imbècil que presenteu", va dir l'ex-president. Soler va respondre: "Bé, però Montilla tampoc és aquest imbècil que presentem". Soler va argumentar, a més, que si apareixia al programa era perquè el Papa s'havia ficat en política.

La Casa del Rei protesta per la paròdia de Toni Albà

A diferència d'algunes versions anteriors, en què la imitació es limitava a diversos tics de parla i una cer-

tatura bonhomiosa, el retrat del rei a càrrec de Toni Albà era molt menys amable i posava al descobert la cara més polèmica del monarca. Fins al punt que, al programa *Set de nit* –precedent del *Polònia*–, la Casa del Rei es va queixar a TV3, a través de Xavier Trias, portaveu de CiU a Madrid. Albà, tanmateix, va seguir interpretant el rei de la mateixa manera i va recuperar-lo per al *Polònia*.

Duran i Lleida es queixa d'un gag abans que s'emeti

La mera aparició d'una sinopsi del programa va fer que el líder d'Unió fes públic a Twitter el seu malestar pel programa. En concret, l'escena prometia explicar la sobtada conversió de Duran a l'independentisme –s'entén que per la posició de CiU amb la consulta–, però el polític va recordar que ell se sentia "confederalista" i acusava el programa d'actuar "amb una barreja d'ignorància i mala fe".

Un Franco que podia resultar simpàtic

El retrat de Franco que en feia Manel Lucas –un avi ultramuntà d'ultratomba– no encaixava amb algunes sensibilitats. Teresa Pàmies va escriure a l'*Avui* lamentant que els infants poguessin descobrir la figura de Franco al *Polònia* i que hi trobessin un personatge "que no sembla tan dolent com el recorden els seus avis i pares que l'hagueren de patir". L'articulista creia que el xou humanitzava el dictador. "Convertir el dictador en un pallaso al cap d'uns anys és una venjança deliciosa, fer que allò que abans del 75 feia pànic ara pugui fer riure", va replicar Lucas.



Arrimadas, molesta per sortir sense veu pròpia

La diputada de C's va criticar, a *El món a RACI*, com la parodiaven al programa *Versió RACI* d'aquesta emissora i també al *Polònia*. El fet que els gags es basessin a fer veure que no tenia veu pròpia i repetia les consignes d'Albert Rivera el trobava masculista. Tant els tertulians com el presentador del programa, Jordi Basté, van considerar que no era un cas de masculisme, sinó només una paròdia política.



Justo antes de encender la grabadora Rodrigo Septién dice: «En el tiempo que hemos estado hablando, se habrán abierto cientos de canales de YouTube». Apenas nos habíamos saludado y compartido unas palabras durante cinco minutos. Él ha conseguido hacerse un hueco en ese universo cada vez más grande gracias a videos musicales. Ha parodiado a los villanos de Disney, a superhéroes, el fenómeno «Frozen»..., y aprovechando el estreno del séptimo episodio de «La guerra de las galaxias» lanzó «No me gusta «Star Wars»», video que llamó la atención de televisiones y radios, y que ha provocado que se cruce por la calle con algún seguidor que le pide un «selfie».

—¿En qué momento decidió que era «youtuber»?

—Empecé haciendo videos en mi canal pensando en que fuese un escaparate profesional para lo que yo hacía, música. Realmente no ha sido hasta hace un par de meses cuando he aceptado que soy «youtuber». Estoy dado de alta como profesional en Hacienda, hago mis facturas y todo el dinero que se ingresa en YouTube es legal, pero no da para vivir a no ser que tenga millones de visitas o que haga publicidad con empresas poniendo un «tweet» o una foto en Instagram. Para mí es un trabajo, pero tengo que compatibilizarlo con otros para poder ganarme la vida.

—Pues los periodistas que entrevistan a «youtubers» suelen preguntarles por lo que ganan.

—Me parece de mal gusto hacerlo. Lo entiendo porque es algo nuevo con lo que conseguir dinero y la gente quiere saber cómo. Los ingresos por lo que haces para YouTube son ínfimos, necesitas tener millones de visitas, algo que no sea normal. Donde está el dinero es en la publicidad. Se han hecho campañas de publicidad brutales, contratos de años en los que se le da una buena cantidad de dinero a un «youtuber» que se pasa ese tiempo promocionando a una marca. Pero claro, quizá tú estás tan a gusto con tus 2.000 euros al mes durante cuatro años, pero la Network que te ha contratado se está llevando 50.000.

—¿Qué función tiene la Network?

—Son como productoras. Todas han salido de los grandes medios de comunicación. Vieron que se creaba una plataforma en la que se subían videos y pensaron que ellos podían ganar dinero ayudando a los usuarios de YouTube a hacer sus contenidos y a llegar a más público. En España surgen cada vez más producciones exclusivas de Networks que han decidido



Óscar Reyes

RODRIGO SEPTIÉN

Por Óscar REYES

«Youtuber». Sus videos ya cuentan con millones de visitas, incluso se han colado entre los más populares de España junto a los de El Rubius o Wismichu.

«QUIEN NO ESTÉ EN YOUTUBE SE PIERDE DÓNDE SE MUEVE LA INDUSTRIA»

crear sus propios canales. Ahora quien esté fuera de YouTube se está perdiendo dónde se mueve la industria. Si eres cantante tienes que subir tus canciones, si eres cineasta, los tráilers de tus películas.

—Quien no crea contenidos, sino sólo los consume, ¿es un usuario o un cliente?

—Todos somos usuarios, unos consumidores y otros creadores. En el momento en que en España se active YouTube Red, que ya está funcionando en Estados Unidos, se podrá pagar por una cuenta «premium» para que no te salga publicidad. De esas cuotas los «youtubers» recibiremos ingresos cuando la gente vea tus videos. Entonces, los usuarios pasarán a ser clientes de YouTube, pero no estarán pagando por mi contenido, sino por saltarse los anuncios.

—Ustedes son creadores, ¿también ingresan por derechos de autor?

—Ellos se pueden quedar con los derechos que se generen en YouTube. El dinero va a una cuenta de Google, se queda ahí acumulado, y si no lo pides, nadie te lo paga. Necesitas tener un contrato con una editorial que les reclame el dinero directamente a ellos.

—Hay «youtubers» que insultan en sus canales, ¿cuál es el límite?

—Yo no sigo a absolutamente nadie que haga videos para meterse con gente o crear polémicas, pero hay cierto público que disfruta con eso. En mi canal siempre he querido hacer un contenido que valga para todos los públicos e intento mantener el respeto por lo que estoy haciendo y por los demás. Es muy complicado que en YouTube todos los videos ten-

EL LECTOR

Rodrigo Septién confiesa que «sigo las noticias sobre todo por internet; en Twitter sigo a los medios españoles para enterarme de lo que ocurre». Aunque sucumbe al placer del papel en cuanto lo ve: «Cuando pillo un periódico en un bar, un restaurante o en mi casa, lo cojo y lo hojeo. Leo sobre política, cultura, internacional... pero la sección que más me interesa son los deportes».

—El video de «Las guerras de las galaxias» le ha dado muchas visitas, ¿cómo fue a ver la película?

—Soy fan de «Star Wars» y estuve muy motivado. Imagínate, estuve un mes entero con la música de la saga. Luego, subí el video en la misma semana del estreno porque se dice que en contenidos cinematográficos es el mejor momento para subir un video de una película nueva. El jueves a las 00:00, en la primera sesión, fui al cine y estaba emocionadísimo.

—A parte de su canal, comparte otro con su pareja, ¿hay que ofrecer en internet la vida privada para tener éxito?

—Yo sé que me siguen por mis videos musicales, no porque sea Rodrigo Septién. Los «bloggers» sí que necesitan compartir su día a día porque la gente les ve por quienes son. Pero también me he dado cuenta de que me gusta hacer esa clase de videos y que la gente los comente. Es bonito y emocionante. Además, ayuda a empatizar con tus seguidores, a que te sientan más cercano para que así compartan más tus contenidos.

—¿Existe algún perfil de «youtuber»?

—Si retrocedemos unos años, hasta cuando se empezaban a crear canales, había gente que lo utilizaba como una manera de abrirse a los demás porque su personalidad era introvertida o no encajaban. Encontraron en YouTube la forma de expresarse y un camino nuevo. Yo soy muy tímido, pero he ido cogiendo confianza delante de la cámara y me encanta.

gan un componente educativo. De todas formas, que los niños vean un determinado contenido debería ser controlado por los padres si no quieren que su hijo sea como un «youtuber» u otro. Cada uno tiene la responsabilidad de lo que consume y de lo que sube.

—Algunos «youtubers» se lanzan acusaciones en sus videos, ¿hay muchas disputas?

—Hasta ahora sólo he tenido problemas con una persona porque veíamos las cosas de distinta manera y no funcionó. Pero nunca he vivido un sentimiento de rivalidad, más bien al contrario. La gente sabe que no te perjudica colaborar con alguien porque eso provoca que un pequeño porcentaje de público se interese por ti. En YouTube todo aporta.



Els Eagles of Death Metal tornen davant un públic encara commocionat per la matança

Del Bataclan a l'Olympia, amb la mateixa entrada

París rep avui el grup que actuava durant els atemptats del 13 de novembre

ÓSCAR CABALLERO
París. Servei especial

Els Eagles of Death Metal, el nom dels quals va passar autèntic bateig de mort el 13 de novembre al Bataclan, toquen aquesta nit a l'Olympia de París. Davant seu, una platea de supervivents convidats. El concert fa tornar al primer pla el grup que a dos quarts de deu de la nit d'infesta jornada interpretava el seu *Kiss the Devil* (besa el dimoni), quan les bales van interrompre la música.

El 7 de desembre, el grup va reaparèixer de manera gairebé clandestina a París, convidats durant deu minuts d'un concert d'U2. Jesse Hughes, de 43 anys, cofundador dels Eagles, va anticipar llavors el concert d'aquesta nit. La seva justificació: "Complir la nostra missió de fer sonar el rock al món".

La data s'inscriu en una gira que dissabte a Estocolm i diumenge a Oslo va provocar mesures de seguretat inhabituals. I que té dues dates més a França (el 2 de març a Nîmes i el 7 a Lilla).

El periple *A nos amis* ("Dedicat als nostres amics, que és el que considerem que són els qui van ser atacats i van morir al Bataclan") tenia com a eix la nit de l'Olympia. El cert és que, ahir, mentre s'anunciava que nou-cents supervivents i/o els seus familiars serien allà, ningú no sabia gaire bé de quina manera s'identificarien. Amb l'entrada del Bataclan a la mà, sí, a condició d'haver-la conservat enmig del desori.

D'altra banda, el 20 de gener, les entrades (44 euros) van desaparèixer al cap de pocs minuts que les anunciessin en línia. Qui va identificar aquests 900 supervivents per separar-los les entrades? No ho saben ni a París Aide aux Victimes (París ajuda les víctimes), associació que s'ocupa del seguiment dels supervivents. La psicòloga Carole Damiani, directora de l'associació, tampoc no semblava gaire entusiàsmada. "Es massa aviat per a les víctimes. I el contingut simbòlic és molt fort".

Tampoc no ho tenien gaire clar en dues associacions més, Life for

París i 13 Novembre: Fraternité et Vérité, on es queixaven que malgrat haver fet circular la història a internet i de preguntar-ho a l'Olympia, no sabien quin era el procediment per comprar entrades. "Està súper mal organitzat", explicava el portaveu de Life for París.

Deien que per no enriquir el mercat negre les entrades sobrants sortirien a internet al seu preu. Però ahir mateix això era una nebulosa. "Quants entre els que van assistir al Bataclan, entre el públic de l'Olympia? Com es desenvoluparà l'espectacle? Quines seran les mesures de seguretat?". Aquestes preguntes les publicava *Libération*, ahir, firmades per la secció Cultura. I Nous

PÚBLIC MOLT ESPECIAL
A la platea hi conviden els supervivents però no aclareixen com s'identificaran

PERSONATGE
Jesse Hughes, líder de la banda, està casat amb una exactriu porno i adora Trump

L'OPINIÓ DE LA PSICÒLOGA
"Es massa aviat per a les víctimes, i el contingut simbòlic és molt fort"

Productions, organitzador habitual de les gires dels Eagles, tampoc no tenia respostes. Perquè aquesta gira va per lliure, al·legaven. I segons *Libération*, "s'haurien estimat més que no es fes".

A Suècia, on la sala Debaser, sala d'actuació de dissabte, estava envoltada de policies amb gossos, Jesse Hughes, de 43 anys, el cantant del grup, experiencista polític, fan de Reagan -a qui agraeix, en la fundació d'un dels discos, haver "aturat la invasió comunista"- i ara de Donald Trump i redactor dels discurs

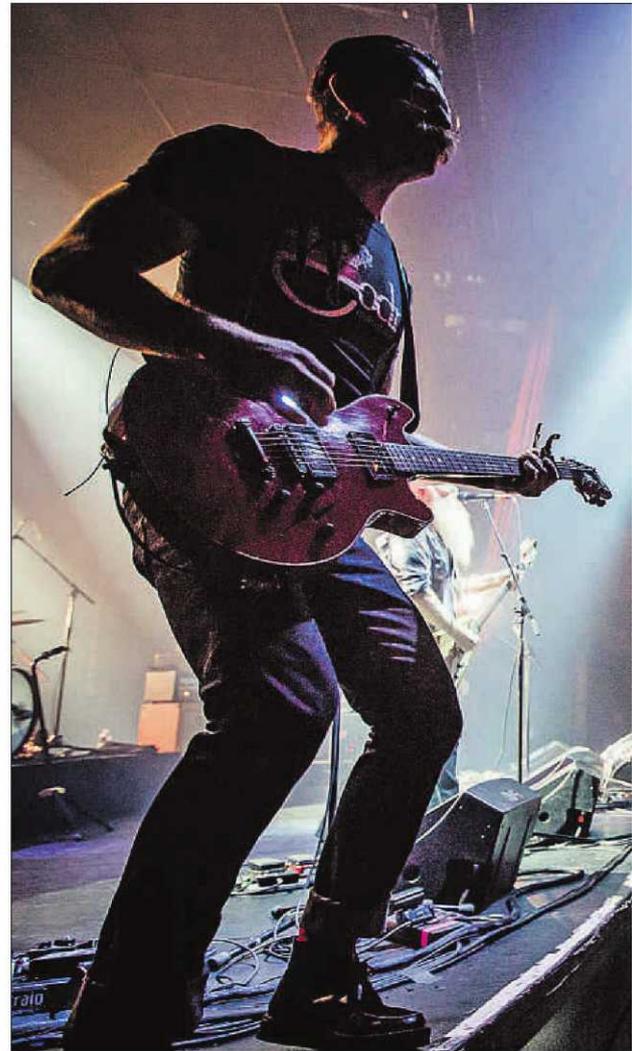
polítics del cantant Sonny Bono, exmarit de Cher i diputat republicà entre 1995 i 1998, anticipava la seva presentació parisina i deixava anar alguna llàgrima.

Hughes va abandonar la seva carrera quan va trobar la seva dona al llit amb una altra parella. I li va arrabassar el dret a visitar la seva filla després d'un dur combat legal. Això dona sentit a la seva afirmació que cantarà un text seu en què, "amb la mateixa ferocitat amb què vaig retratar per a l'eternitat el meu ex, parlaré d'aquests idiotes assassins del Bataclan".

Hughes diu que avui no hi ha res més important en la seva vida que estroncar les conseqüències de l'atemptat. Ahir anunciava que visitaria els hospitalitzats, "si ells ho volen". I que, com que adora a la policia, "penso molt especialment en l'agent que es va interposar al Bataclan, va rebre una bala i va quedar paralític".

Entre els supervivents, alguns d'ells interrogats ahir i demà per una comissió especial de diputats que ha d'analitzar els fets, les seves causes, les seves possibles conseqüències, assistir a un concert no és l'objectiu principal en aquest moment. Una majoria es queixen de la feixuga burocràtica, la lentitud dels ajuts, de les assegurances. També dels diferents temps de l'actualitat. Per exemple, encara no han reobert tots els establiments agredits el 13 de novembre i el Bataclan reobrirà la tardor que ve. I diuen que s'ha oblidat els qui continuen hospitalitzats, alguns sotmesos a més d'una desena d'operacions. També hi ha estigmes -cicatris, dificultats per caminar, per sentir-hi, per veure-hi- que compliquen també la vida pública.

En aquest context, la confusa trajectòria dels Eagles, que no tenen res a veure amb el metall i l'últim disc dels quals, *Zipper down* (bragueta oberta), el que van portar al Bataclan, només havia venut deu mil còpies la setmana passada, i tot just va gaudir de la publicitat de l'atemptat, amb un efímer 39è lloc entre els dos-cents principals del setmanari nord-americà *Billboard*, pren un ressò massa frívol per les famílies de les víctimes. Entre elles,



Abans de l'atac.
Jesse Hughes, líder d'Eagles of Death Metal, moments

abans de l'atemptat, en el concert del Bataclan el 13 de novembre

per exemple, les dels tres empleats de Mercury, el segell d'Universal que edita els Eagles a França.

En realitat, la difusió dels Eagles té a veure, més que amb els seus discos i concerts, amb el caprici dels publicitaris. El 2008, per exemple, Nike es va basar en un tema seu, *Don't speak*, per a un anunci. I sis anys més tard va reincidir amb *Miss Alissa*. Una altra empenya l'hi va donar el 2012 Microsoft, que va impulsar *I only want you* a l'hora de llançar Windows 8.

En aquestes decisions hi tindria molt a veure el prestigi de Josh Homme, de 42 anys, que apareix com a coautor de moltes de les lletres del grup, encara que la seva principal ocupació sigui *Queens of the stone age*, el llegendari grup que va fundar. El cas és que rarament participa d'una gira dels Eagles, cosa que el va salvar de passar pel 13 de novembre. I si bé dona suport a la definició de Hughes sobre la relació que els uneix ("el més gai possible entre dos nois que no tenen sexe"), no sembla que el segueixi en les seves peculiars militàncies. ●

SEQÜELES

Tanca la Pinacothèque

■ Marc Restellini, historiador de l'art i creador, el 2003, de la Pinacothèque parisina, va anunciar ahir el tancament de les seves dues galeries (que ocupen 2.000 i 3.000 metres quadrats a La Madeleine i per les quals paga la barbaritat de 300.000 euros mensuals de lloguer), derrotat per la crisi turística, una seqüela dels atemptats. "I per la competència dels museus nacionals -va afegir-, que no paguen IVA, ni lloguer ni assegurances. A França no hi ha cap suport per a la iniciativa privada en el camp de les exposicions".

SEGUIU L'ACTUALITAT DEL CONCERT D'EAGLES OF DEATH METALL A www.lavanguardia.com



EMMANUEL WINO

Una ficció i un documental incòmode, els fruits cinematogràfics de l'atemptat

Un periodista francès de confessió musulmana i que correntment parla àrab s'infiltra en una cèl·lula gihadista. *Made in France* és una -excel·lent- ficció. *Salafistes*, un documental rodat a Alger, l'Iraq, Mali, Tunísia i Mauritània, entre el 2010 i el 2012, amb musulmans que durant setanta minuts preconcitzen la xarja.

Tot i que la inspiració provenia dels atemptats de Mohammed Merah, del 2012, a Tolosa de Llenguadoc, i el film ja estava muntat quan els assassins van travessar la porta de *Charlie Hebdo*, Nicolas Boukhrief va preferir renunciar a la difusió a les sales. El seu *Made in France* només circula en format DVD.

"Lamentable per a una pel·lícula d'una rara intel·ligència política", segons la crítica de *Le Monde*, que lloa un "film policial d'implacable dinàmica, que conjuga brillantment realitat social, punt de vista polític potent i un sentit de l'espectacle que no ha d'envejar res als grans models nord-americans".

Pel que fa a *Salafistes*, la censura el va prohibir a menors de 18 anys, decisió avalada per l'avi exministra d'Educació, Fleur Pellerin, teleguiada pel primer ministre Valls, que al seu torn respon a la indignació de comandaments policials. Una altra censura: la televisió pública li va retirar la subvenció -la tercera part del pressupost- i es va negar a programar-la. "El més pràctic del cinema, per a les autoritats, és que en poden controlar la difusió. Això permet als poders públics oblidar la seva impotència davant internet. I que l'adolescent que vulgui veure la pel·lícula, acabarà per veure-la", ironitza Frédéric Hervé, autor d'una obra sobre la censura cinematogràfica a França de la segona meitat del segle XX.

Bernard-Henri Lévy, que va coincidir en diferents fronts amb François Margolin, coautor de *Salafistes*, va incitar per la seva part a veure un film que "mostra la dimensió ideològica del gihadisme i subratlla la inspiració religiosa d'aquests criminals, contra la por

dels benpensants de confondre islam i islamisme".

També *Made in France* és singular. Els personatges sonen propers. I, a la cèl·lula, no només hi ha musulmans de *banlieue*: un noi de classe mitjana i família bretona catòlica hi dona un toc de veritat. I, com en la realitat, la policia està informada, però arriba tard.

"Amagui aquest pit que no vull veure", diu el *Tartuf* de Molière. I els francesos, que accepten sense badar boca el virtual estat de setge i la censura, plebisciten *Star wars 7* (10 milions d'espectadors), *Las nuevas aventuras de Aladín* (6 milions) o *Demain*, tebi documental ecologista que ja ha venut mig milió d'entrades.

Curiosos: alhora, les llibreries venen 300.000 exemplars del 2084 de Boualem Sansal (Gallimard), 90.000 del saberut *Palmyre l'irremplaçable trésor* (Paul Veyne, Albin Michel). I veuen multiplicar-se els assajos sobre el Daeix, la blasfèmia, l'Alcorà, la guerra santa. ●



Competencia vuelve a elaborar dos informes paralelos a los oficiales

La dimisión del secretario general reaviva la crisis interna de la CNMC

La dimisión del secretario general de la CNMC, José Manuel Bernabé, y la elaboración de dos nuevos informes paralelos de Competencia contra sendos dictámenes de la Sala de Supervisión han reavivado una crisis que no cesa. Con todo, el presidente del organismo defendió ayer el modelo unificado, que el Supremo ha cuestionado.

CARMEN MONFORTE Madrid

Lejos de aplacarse, la crisis interna de la CNMC continúa. En los últimos días, varios hechos la han puesto en evidencia: por un lado, la dimisión del secretario general del consejo, José Manuel Bernabé, y por otro, la aprobación de dos informes paralelos que desacreditan a los elaborados por la Sala de Regulación o Supervisión, a instancias del director de promoción de la competencia, Antonio Maudes, aseguran fuentes próximas a la comisión. El pasado diciembre, este ya publicó en la intranet del organismo sendos contrainformes a los relativos de las órdenes ministeriales de peajes de la electricidad y el gas aprobados por la Sala de Regulación. Y, aunque el presidente de la CNMC, José María Marín, ha reforzado los poderes de Competencia (o, al menos, ha dejado claro que este departamento es el encargado de coordinar los dictámenes sobre normas), el conflicto continúa sobre los trabajos ya iniciados.

Sobre la dimisión del secretario general, un cargo de libre designación del presidente, que Bernabé ha desempeñado apenas un año, fuentes de la CNMC atribuyen su salida "a razones personales" y a que ha pasado a ocupar un puesto mejor: el de director del Centro Español de Metrología, dependiente del Ministerio de Industria, según el nombramiento que publicaba ayer el BOE. La secretaria general forma parte, junto con el área de control interno, promoción de la competencia y asesoría económica, de las cuatro divisiones que dependen directamente de la presidencia.

Respecto a los citados contrainformes, y según las mismas fuentes, la semana pasada fue al pleno del organismo un paralelo al elaborado por la Sala de Supervisión (concretamente, la unidad de hidrocarburos) sobre CLH (en concreto, sobre la posible posición de monopolio en ciertas zonas del gestor de la red de oleoductos, lo que podría llevar a Industria a fijar sus tarifas en dichas zonas). Asimismo, el jueves se remitió a la Sala de Competencia un informe paralelo sobre la subasta de potencia renovable (700 MW eólicos y de biomasa) celebrada a mediados de enero y que validó la CNMC, algo que se hizo coincidiendo con el que en paralelo analiza-



José María Marín, presidente de la CNMC, ayer, en Madrid.

Marín: "No necesitamos que el Gobierno nos acompañe, solo que no nos estorbe"

La Sala de Competencia de la CNMC dictó el año pasado 14 resoluciones contra más de 250 empresas de distintos sectores por participar en cárteles (acuerdos ilícitos para fijar precios o reparitarse el mercado), lo que se tradujo en sanciones por 506 millones, el 90% del total. Estos datos figuran en el balance presentado ayer por el presidente de la CNMC, José María Marín, y el director de competencia del organismo, Eduardo Prieto, en un encuentro organizado por la Asociación de Periodistas Económicos (APIE). Entre los sectores, destacan el automóvil, lácteo, gestión de residuos, papel o gasolineras.

Se trata de cifras récord, ya que hasta 2007 se desmontaron 10 cárteles y entre ese año y 2015, otros 40. Sobre esta cuestión,

Marín subrayó que hay dos fallos, uno de los mercados y otro de los Gobiernos, que la CNMC debe corregir, "lo que justifica la existencia de la CNMC". Su presidente defendió el actual modelo de regulador, en el que se integran los supervisores sectoriales y la autoridad de la Competencia, que ha sido puesto en cuestión por la propia Unión Europea y el Tribunal Supremo. Marín defendió las ventajas del actual sistema, "cuyas ventajas" han sido subrayadas "por todo el mundo". En su opinión, "el modelo está dejando de cuestionarse", y añadió que "dos años y bastantes meses después, está bastante consolidado".

Preguntado si se ha sentido acompañado por el Gobierno, Marín aseguró que "no necesitamos que el Gobierno nos acompa-

ñe a ningún sitio, con que no nos estorbe, este, o el que venga, me conformo". Marín recordó que el organismo no depende del Gobierno, sino del Estado, obviando que a los miembros de los reguladores desaparecidos (cuya fusión dio lugar a la CNMC) se les canceló su mandato antes de tiempo, algo que fue recurrido al Supremo y que este ha pedido una opinión prejudicial al Tribunal de la UE, que está en trámite.

Sobre el duopolio de Atresmedia y Mediaset, dijo, a título personal, que preferiría que "no existiera". En este sentido, afirmó que los duopolios le resultan muy inquietantes; aunque en este caso "tiene su origen en años atrás" y está relacionado "con el actual modelo público de RTVE, un asunto complejo y entrelazado".

Un informe alude a la posible posición de monopolio de CLH y el otro, a la subasta renovable de enero

ba la Sala de Supervisión. Una fuente oficial de la comisión asegura que se trata de informes cruzados, que hacen una y otra parte y que, finalmente, "se trufan" en el pleno, del que sale un único informe. Algo que ocurre con todas las divisiones sectoriales (energía, transporte y telecom) y la de Competencia. Sin embargo, las fuentes consultadas aseguran

que los informes sobre CLH y la subasta verde no se encuadran dentro de los denominados cruzados. La situación responde, en su opinión, al enfrentamiento de promoción de la competencias contra cualquier decisión importante de Regulación, especialmente, de la dirección de energía, que encabeza Fernando Hernández.



Los canales de televisión deberán resintonizarse otra vez en 2020

RAMÓN MUÑOZ, Madrid
Las compañías de telefonía móvil van a solicitar a la Comisión Europea que les asigne completamente la banda de frecuencias de 700 megahercios (MHz) para los servicios de

Internet móvil de 4G y 5G, en la próxima reordenación del espectro radioeléctrico que prepara Bruselas de cara a 2020. Esta banda de los 700 MHz está ocupada actualmente por la televisión digital terrestre, que

deberán trasladarse a una banda inferior. Su liberación obligará a otra resintonización de los canales del televisor y a recolocar las antenas colectivas e individuales de 15 millones de hogares antes de junio de 2020.

Los usuarios ya tuvieron que afrontar recientemente un proceso de resintonización de sus televisores, así como recolocar sus antenas colectivas o individuales. El cambio se inició en el último trimestre de 2014 y culminó el 31 de marzo de 2015, tras la liberación de la banda de 800 MHz donde operaban los canales de la TDT en favor de las operadoras de móvil que las precisaban para los servicios 4G.

Pero la Comisión Europea anunció otra reordenación de frecuencias para dar cabida a los nuevos servicios móviles, en particular, los que tienen que ver con Internet móvil que precisan de ancho de banda adicional y "contribuir a desarrollar las aplicaciones transfronterizas", según justificó la Comisión.

Con tal fin, el órgano ejecutivo ha abierto un período de consultas para que los distintos actores del proceso (operadores de telefonía, cadenas de televisión, asociaciones de usuarios, organismos técnicos y reguladores) le remitan sus propuestas y valoraciones antes del 12 de abril.

Pues bien, los servicios jurídicos de los operadores ya preparan una respuesta unánime ante la Comisión: quieren que se desocupe completamente la banda de los 700 MHz en cinco años para alojar los nuevos servicios, no solo de la actual 4G sino de la siguiente generación 5G, que ya está siendo desarrollada técnicamente y que será plenamente comercial en 2020, informan en fuentes del sector.

Internet móvil

De esta forma, los canales de televisión que ahora se alojan en el espectro comprendido entre 694 y 790 MHz tendrán que volver a migrar a una banda inferior antes de junio de 2020. El espectro de 700 MHz resulta particularmente valioso para los operadores de móvil, porque es ideal para ofrecer cobertura en el interior de los edificios, desde donde los usuarios consumen cada vez más datos a través de smartphones, tabletas y todo tipo de terminales.

Pero el nuevo dividendo digital, como se conoce a estas asignaciones de frecuencias para el móvil, no solo implicará tener que volver a llamar al antenista y reprogramar los canales del televisor, sino que, si los planes de los



Un operario coloca una nueva antena en la localidad de Manzanares el Real (Madrid). / SANTI BURGOS

Tres cambios en 15 años y un gasto considerable

Si Bruselas admite los argumentos de las operadoras, en 2020 se producirá la tercera migración de canales en 15 años. La primera, y más trascendente, tuvo lugar por el llamado *apagón analógico*, el tránsito desde la televisión analógica a la digital y culminó el 30 de noviembre de 2005.

La segunda reantennización se produjo entre el 26 de octubre de 2014 y el 31 de marzo de 2015, tras una prórroga de tres meses que otorgó el

reguladores como la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia (CNMC) se cumplen, pueden obligar a cambiar los propios televisores.

Los reguladores quieren aprovechar esta migración para cambiar el modo de transmisión, la calidad de definición o la codificación de la imagen de la propia TDT. Los nuevos estándares de calidad de los televisores como la

Ministerio de Industria ante el atasco que se produjo por la falta de antenistas.

Estos procesos no suponen solo un desafío técnico y una molestia para los usuarios. También llevan implícito un fuerte gasto. En la última resintonización, Industria subvencionó con 280 millones de euros a las comunidades de propietarios para los cambios de antena. Y las compañías de móvil gastaron en torno a 100 millones de euros adicionales.

Ultra Alta Definición (UHD) no han encontrado aún una respuesta en las emisiones de las cadenas en abierto, y solo las cadenas de pago emiten contenidos con esta calidad.

El Gobierno también debe pronunciarse pues, al fin y al cabo, es el responsable de la asignación del espectro. Países como Alemania o Francia, siguiendo el ejemplo de Estados Unidos, ya han lici-

tado la banda de 700 MHz para los nuevos servicios móviles. El consuelo para tanta molestia es que el Estado se llevará un buen pellizco de esta reordenación si subasta la banda de 700MHz que ocupan gratuitamente las cadenas de televisión. Los operadores móviles ya pagaron 1.600 millones cuando se les asignó la banda de 800 MHz, y tendrían que volver a pujar por la de los 700 MHz

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), el organismo dependiente de la ONU, acordó en su última conferencia mundial celebrada en noviembre de 2015 en Ginebra destinar la banda de los 700 MHz a la banda ancha móvil en las regiones que aún no se ha implementado (Europa, África, Oriente medio y Asia central) mediante la asignación del llamado segundo dividendo digital.

Bruselas estudia ahora la armonización de esa banda para toda la UE. El Gobierno español ya era consciente antes de que ese proceso es inevitable. De hecho, el Ministerio de Industria dotó en los presupuestos generales de 2015 una partida de 570.000 euros para los estudios técnicos que aseguren que la mudanza se realiza sin trastornos para los usuarios.



La crisi de la comunicació pública

El debat -sigui endurit o assossegat- que confronta opinions i permet mesurar en la seva justa mesura la vàlua real de les conviccions és un indicador de qualitat de tota societat democràtica i, per tant, promoure'l és un deure inexcusable dels mitjans públics de comunicació. Formalment aquesta realitat es compleix àmpliament, però si anem al detall aquesta afirmació esdevé discutible; i en aquest sentit, TV3, Catalunya Ràdio, TVE i en general totes les plataformes públiques de comunicació estan vivint actualment una crisi de credibilitat. La reestructuració general dels mitjans i la seva multiplicació digital han acabat amb l'època dels grans liderats d'audiència i ara els èxits es mesuren en xifres que rarament sobrepassen el 15% del *share*, la qual cosa, probablement, contribueix a incrementar la contundència dels missatges polítics de caràcter institucional. Malgrat tot, donem als mitjans de comunicació tradicionals (públics o privats) una importància més gran de la que realment tenen, cosa que no canviarà fins que disposem de mesuradors d'audiència de nova generació que permetin conèixer de manera més versemblant quin és l'impacte real de cada mitjà.

Amb audiències tan fragmentades estranya poc que els mitjans treballin aferrissadament per mantenir amb fidelitat clienteles de les quals es coneix perfectament la seva posició ideològica, i que evitin tractaments de la informació (i a vegades de l'entreteniment) més generals, que, probablement, els podrien fer perdre alguns punts en el mapa del rendiment comunica-

tiu. Guanyar nous públics podria perfectament amenaçar l'estabilitat dels que s'ha aconseguit mantenir amb anys de feina.

Els mitjans públics viuen amb aquesta por, circumstància relativament lògica quan estan en joc pressupostos i llocs de treball. Per canviar-ho, caldria fer una relectura global del paisatge comunicatiu, una redefinició dels sistemes d'anàlisi d'audiències i segurament una revisió completa del negoci de les agències de mitjans.

En aquest context no ens ha de sobtar la creixent importància dels nous mitjans digitals, majoritàriament organitzats amb estructures de baixa intensitat econòmica, molt permeables a una participació de qualitat que els mitjans tradi-



XAVIER MARCÉ

ECONOMISTA

Els mitjans públics haurien d'obrir-se a tota mena de debat ciutadà

onals han exclòs o menysvalorat, i tremendament receptius a tots aquells aspectes de la societat que esdevenen un potencial focus d'opinió i reflexió compartida. No es tracta únicament d'una batalla entre formats tradicionals i internet, ni d'una competició entre institucions i societat civil. És una ma-

nifestació més de com s'està produint el debat sobre l'espai públic de la comunicació.

En alguns àmbits de l'activitat pública, i especialment en aquells que creen elements simbòlics d'enorme valor afegit, com el patrimoni, l'art o la creació cultural, la falta de debat és clamorosa, i l'aparició de propostes privades de participació i comunicació perfectament explicable. Que existeixin projectes com Ràdio

La Llacuna, *Revista Rambla*, *La Mareja* (a Madrid) o *Nativa*, o que sorgeixin iniciatives culturals com *Hänsel* i Gretel**, no s'explica únicament per la ductilitat de la xarxa i la seva capacitat per multiplicar l'empoderament social, sinó per les dificultats dels mitjans públics per transformar-se en autèntiques plataformes obertes a tota mena de debat ciutadà.

Ben entrats al segle XXI, dissenyar i mantenir un espai de comunicació personal o col·lectiu de baix cost és una opció fàcil a l'abast de tothom. Una altra qüestió és viure'n, cosa que no preocupa a molts dels comunicadors en la mesura que el seu objectiu és clarament sociopolític. Es tracta d'un fenomen extraordinari i molt valuós que hauria de fer pensar els responsables públics sobre l'autèntic valor de la informació. Darrere d'un blog inquiet, d'una revista insurgent o d'una ràdio cultural a la frontera de la legalitat sovint hi ha una pinça institucional que no deixa respirar amb la tranquil·litat necessària una opinió rebel. Una altra cosa és el mitjà privat que mira legítimament l'oportunitat de negoci que sorgeix dins el molt ocupat mapa global de la comunicació.

Cap mitjà públic de comunicació ha explotat amb la intensitat que permeten les noves tecnologies el seu potencial de xarxa, bé sigui a la TDT o a internet, afavorint la creació a baix cost de noves plataformes de comunicació, prescripció i debat social, polític o cultural. Que això generi frustració en una part important de la societat no ens hauria d'estranyar, i que sorgeixin com bolets alternatives crítiques tampoc.



PERE TORDERA

**Ramón Osorio** Director general de Onda Cero

“Onda Cero ha cerrado un año histórico en rentabilidad”

Javier Romera / Eva Díaz MADRID.

En plena celebración de su 25 aniversario, Onda Cero cierra 2015 marcado por tres hitos: la salida de Carlos Herrera, una audiencia de dos millones de oyentes y la consolidación como la emisora líder en rentabilidad. Ramón Osorio, director general de Atresmedia Radio (Onda Cero, Europa FM y Melodía FM) cuenta cómo se presenta 2016, clave para consolidar sus nuevas apuestas en la programación.

La salida de Carlos Herrera ha marcado 2015 ¿cómo ha afectado?

Este año ha sido muy especial. Es cierto que la salida de Carlos Herrera ha supuesto la pérdida de unos 600.000 oyentes, pero entra en el rango de lo que ya habíamos estimado. A cambio, se ha puesto en marcha el programa *Más de uno* con sus propias señas de identidad.

¿Hay presión para recuperar la audiencia que se ha perdido?

Necesitamos tiempo. Herrera tardó cuatro años en conseguir los oyentes que tenía en su momento Luis del Olmo. Alsina, Lucas y todo el equipo de *Más de Uno* están haciendo un excelente trabajo y estoy convencido de que pronto veremos resultados. No tenemos presión, dada la solidez económica de la empresa y del Grupo Atresmedia, al que pertenecemos. Atresmedia Radio cerrará un ejercicio 2015 histórico en rentabilidad. Somos el primer grupo radiofónico en rentabilidad, a lo que contribuye en gran medida los excelentes resultados de Europa FM, con el *morning* de Javier Cárdenas como principal referente.

¿Cómo repercuten los fichajes y contrafichajes de tertulianos?

Es normal que haya tertulianos que pasan de una a otra emisora. Acabamos de incorporar a Fernando Savater y representa muy bien lo que queremos hacer. Onda Cero es



FERNANDO VILLAR

la radio más variada y con una oferta más interesante del panorama actual, que no genera broncas ni pretende embarrar el campo.

¿Habrá cambios en la parrilla de 2016?

En principio seguiremos con lo que tenemos. Nuestro trabajo consiste en consolidar nuestra franja matinal que, junto al resto de nuestra oferta, nos proporciona una programación muy equilibrada.

Y en publicidad, ¿habrá recuperación?

Yo creo que sí. El año pasado comenzó fuerte, aunque es cierto que después el crecimiento se ha ralentizado algo, pero no hay que quedarse en un mes concreto, sino en general. La sensación es muy distinta a la que había hace cuatro o

cinco años. Y no hay motivo para pensar que la publicidad no siga creciendo. A nosotros, además, la morosidad nos ha bajado durante la crisis.

¿Se rentabiliza la publicidad por Internet?

En la radio no entra tanta publicidad *online*, porque no hay un formato específico. El móvil o el ordenador son una antena más y la audiencia se computa como un total. Hay que ver cómo explotar ese mundo y avanzar en los *Podcast*, aunque hacemos programas específicos para Internet con el objetivo de que la gente se mantenga dentro de nuestros entornos de distribución.

¿Preparan recortes para 2016?

No hemos hecho recortes desde el ERE de 2004. La responsabilidad

Audiencia: “La pérdida de oyentes tras la marcha de Herrera entra dentro de lo que habíamos estimado”

Fichajes: “Queremos una radio variada, que no genere broncas, por eso hemos fichado a Fernando Savater”

de los trabajadores nos permitió evitar ajustes. En los últimos años el incremento salarial de la plantilla ha sido del 5,5 por ciento (mientras la inflación ha sido cero) debido al sistema de retribución variable que contempla nuestro convenio colectivo. La mayor tranquilidad es que la empresa tenga beneficio, y lo tiene.

¿Están interesados en adquirir nuevas antenas?

Sí, aunque es un negocio muy limitado y no hay además grandes oportunidades. Además, a nosotros no nos interesan tanto las antenas muy locales, que llevan luego aparejado un gran coste. De todos modos, también es cierto que necesitamos una mayor cobertura para Melodía FM, por lo que estaremos atentos a las oportunidades que se puedan ir presentando.

¿Cuántas emisoras tienen?

Unas 200, que representan 76 centros de trabajo en toda España. Es increíble la gran cantidad de ideas y aportaciones que realizan cada día los profesionales de nuestras emisoras. Gracias a su excelente trabajo, seguimos creciendo y mejorando.



NOMENAMENTS AL GRUP ZETA

Ernest Folch relleva Joan Vehils en la direcció de l'«Sport»

► L'actual director editorial d'Ediciones B prendrà possessió els pròxims dies

► L'exresponsable del diari s'encarregarà de les comunicacions de Zeta a Catalunya

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El consell d'administració del Grup Zeta ha acordat aquest dilluns el nomenament d'Ernest Folch com a nou director del diari esportiu *Sport* en substitució de Joan Vehils. El relleu es farà efectiu els pròxims dies. Folch és l'actual director editorial d'Ediciones B de Grup Zeta i compta amb una experimentada i prestigiosa trajectòria professional en l'àmbit de l'edició de llibres i en el periodístic. Escriu regularment a *Sport* i a EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, i participa en nombroses tertúlies i programes radiofònics i de televisió.

Sport és una de les capçaleres emblemàtiques del Grup Zeta i referència inequívoca del barcelonisme. El seu repte és continuar sent un producte periodístic global, multisupport, de qualitat i amb influència en l'univers esportiu.

Folch, de 43 anys, es va fer càrrec de la direcció d'Ediciones B el febrer del 2011. És llicenciat en Filologia Catalana i assidu col·laborador en diferents mitjans de comunicació. Entre el 1997 i el 2003 va dirigir l'editorial Empúries amb èxits com les traduccions al català de la sèrie de Harry Potter. També va ser director editorial del Grup 62 entre el 2003 i el 2006, dates en què va passar a impulsar el projecte Ara Llibres.

PERFIL

**Ernest Folch**

DIRECTOR DEL DIARI 'SPORT'

► Folch està vinculat, gairebé des del bressol, amb el món editorial. El fins ara director d'Ediciones B va començar a dirigir Empúries el 1997 i s'ha significat pels seus articles en diferents mitjans.

**Joan Vehils**

DIRECTOR DE COMUNICACIÓ DE ZETA A CATALUNYA

► El director de l'*Sport* durant els últims vuit anys va començar a treballar per al Grup Zeta el 1992, com a responsable d'esports d'Antena 3 TV a Barcelona. És llicenciat en Periodisme per la UAB.

Folch va encapçalar el desembre del 2009 una iniciativa pionera en el camp del llibre digital com a conseller de 36L, empresa distribuïdora de llibres digitals d'Ediciones B, RBA i Maeva, entre altres. En aquella època, sota la responsabilitat de Folch també hi havia l'empresa Leqtor, que ja era la principal botiga de llibres *on line* del mercat espanyol i que a finals del 2010 es va avançar també en la venda d'*e-books* en català i castellà per a Ipad.

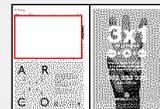
El nou director de *Sport* ha deixat empremta de les seves opinions literàries i esportives en una llarga llista d'articles. El 2005 va començar a col·laborar en el suplement *Llibres* d'aquest diari amb una columna anomenada *La Solapa*, que més tard es va convertir en *La Rebotiga*. Folch firma la contraportada



Portada del diari esportiu 'Sport', pertanyent a Grup Zeta.

d'EL PERIÓDICO una vegada a la setmana i escriu una peça d'anàlisi en la secció d'Esports els dilluns.

ESPORTS // Vehils és un altre periodista acreditat de Grup Zeta i feia vuit anys que dirigia l'*Sport*. Vinculat sempre al món de l'esport, desenvoluparà importants tasques com a director de comunicació i relacions institucionals de Grup Zeta a Catalunya. Vehils està vinculat a Zeta des de l'any 1992, quan es va incorporar com a redactor en cap d'esports a la delegació d'Antena 3 TV a Barcelona. El canal el presidia en aquella època Antonio Asensio, fundador del grup. El 2006 va ser nomenat director de comunicació d'EL PERIÓDICO. Vehils és llicenciat en Periodisme per la UAB. ≡



PRISA y la FAO impulsan la información sobre desarrollo sostenible

MARÍA SALAS ORAÁ, Roma

El grupo PRISA y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) firmaron ayer en Roma un acuerdo para mejorar la información sobre desarrollo sostenible, hambre, alimentación y pobreza. El convenio fue suscrito por el director general de la FAO, José Graziano da Silva, y el presidente del grupo PRISA y primer director de EL PAÍS, Juan Luis Cebrián.

El primer efecto del convenio es la incorporación a las instalaciones romanas de la FAO de un periodista de Planeta Futuro, el espacio dedicado a desarrollo humano sostenible de EL PAÍS, que apoya la Fundación Bill y Melinda Gates y que dirige la periodista Lola Huete Machado. La FAO proporcionará el acceso directo a sus publicaciones, trabajos e informes y el periódico difundirá información sobre cuestiones tan cruciales como la pobreza, el cambio climático, la salud global o la educación y la innovación como motores para el desarrollo.

De este primer paso nacerán más actividades conjuntas con el Grupo PRISA, sociedad editora de EL PAÍS, para visibilizar proble-

mas como la desigualdad o el hambre, que sufren 800 millones de personas en el mundo.

Graziano da Silva reconoció la función de los medios para luchar contra el hambre y puso en valor la aportación que el periodismo de calidad puede ofrecer en torno al cambio climático, la seguridad alimentaria, el desperdicio de alimentos y la malnutrición. Los asuntos de los que se ocupa la FAO, como la alimentación, los organismos transgénicos o la biotecnología, no conciernen solo a un público especializado, sino a una gran audiencia como la de PRISA. Por ello, para el director general de la FAO, esta colaboración resulta crucial y supone una oportunidad para difundir es-



De izquierda a derecha, Caño, Cebrián y Graziano da Silva, director general de la FAO, ayer en Roma. / A. NUSCA

tas cuestiones en español y ampliar el impacto en América Latina, la región que más ha avanzado en la lucha contra el hambre en los últimos diez años.

Difusión en español

"Abrir las puertas para profundizar en nuestra relación con EL PAÍS valoriza mucho nuestras publicaciones. Queremos también prepararnos para difundir más en español y tener el español como nuestra segunda lengua en la FAO, tras el inglés", subrayó Da

Silva, quien recalcó que lee todas las mañanas EL PAÍS, "el gran periódico global que abarca un conjunto de ideas amplio y abierto".

Cebrián coincidió en la fortaleza del español como lengua y vínculo de todos los lectores de EL PAÍS, de los que unos 10 millones mensuales están en América Latina. "Efectivamente, queremos ser y somos ya un periódico global, en especial para el área de América Latina y todo el ámbito del español", añadió. El diario se vende en siete capitales de la región y PRISA está presente en

dos los países latinoamericanos. Cebrián subrayó que el convenio coincide con la vocación del periódico de "contribuir al desarrollo, a los procesos de paz y a la convivencia democrática".

"Este acuerdo es absolutamente coherente con lo que EL PAÍS hace, con lo que EL PAÍS significa y con lo que EL PAÍS quiere hacer", dijo el director del periódico, Antonio Caño, quien recordó que tanto el diario como la FAO se basan en la tolerancia, el respeto, el fomento del desarrollo y la lucha contra el hambre.



La periodista Gina Tost, nueva invitada del afterwork de Gresol

■ Con el fin de formar y reforzar los vínculos existentes entre los empresarios de nuestro territorio, la Tribuna Jove Gresol celebró un nuevo *afterwork*, el tercero desde que se creó este grupo. La invitada de esta última velada ha sido la periodista y empresaria Gina Tost, que habló sobre cómo innovar globalmente a través del talento

local. Lo hizo a partir de su experiencia como cofundadora de la *start-up* Geenapp, una empresa que se dedica a promocionar aplicaciones móviles usando una tecnología única en el mundo que favorece que las empresas de todo el planeta puedan promocionar apps de una forma mucho más fácil y segura.



Apple prepara series de TV para impulsar el Apple Music

BIOGRAFÍA DEL RAPERO DR. DRE/ El grupo prepara la serie de seis capítulos 'Vital Signs' para intentar emular el éxito de Netflix y Amazon con contenidos propios.

A.F. Madrid

La tecnológica estadounidense Apple se ha decidido, por fin, a entrar en el negocio de contenidos de televisión y está planificando sus primeras series con el objetivo de atraer usuarios a su servicio de suscripción musical Apple Music. La compañía dirigida por Tim Cook está preparando ya los seis episodios de la serie *Vital Signs*, que está basada en la vida del empresario y cantante de hip-hop Dr. Dre. La serie prevé emitirse sólo en Apple Music, su servicio de suscripción musical, que cuesta 10 dólares (8,9 euros) al mes.

La noticia, adelantada por la revista de cine *The Hollywood Reporter*, no ha sido confirmada por la empresa, pero diversas fuentes coinciden en que la entrada en el negocio de contenidos de te-



Tim Cook, primer ejecutivo de Apple.

levisión ha sido barajada desde hace tiempo por Apple (estudió lanzar un servicio de TV online por 30 dólares

El músico Dr. Dre vendió a Apple sus auriculares Beats por 3.000 millones de dólares en 2014

mensuales) y habría llegado el momento de darle forma con la biografía del rapero estadounidense. Además, Dr. Dre, cuya música es muy popular en EEUU, se convirtió en directivo de Apple en 2014 cuando le vendió su firma de auriculares Beats Electronics -y su filial de música en *streaming* Beats Music-

por 3.000 millones de dólares.

Otras tecnológicas como el grupo de contenidos audiovisuales en *streaming* Netflix y la firma de comercio online Amazon ya producen sus propias series de cine y televisión, con gran éxito, para captar nuevos clientes. Spotify, rival de Apple Music, ha empezado a emitir vídeos musicales.

Más contenidos

- Según las últimas cifras disponibles, Apple Music tenía 15 millones de usuarios en octubre -6,5 millones de pago-.
- El objetivo de Apple es atraer a nuevos clientes de pago a través de contenidos propios de cine y televisión.



elradar



Ernest Folch dirigeix fins ara el segell Ediciones B. FRANCESC MELCION

Ernest Folch és el nou director del diari 'Sport'

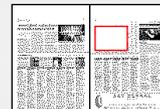
El diari *Sport* té nou director. El consell d'administració del Grupo Zeta va anunciar ahir el nomenament d'Ernest Folch com a director del diari esportiu que fins ara dirigia Joan Vehils. Actualment Folch dirigia el segell Ediciones B, que també forma part del Grupo Zeta. A més, el periodista escriu regularment a *El Periódico* i a *l'Sport* i participa en tertúlies de diversos mitjans de comunicació. El relleu al capdavant del diari es farà efectiu els pròxims dies.

Amb aquest canvi, Folch substituirà Vehils, que s'encarregava de la direcció del diari esportiu des de feia vuit anys. Tot i això, Vehils no es desvincularà del Grupo Zeta, sinó que exercirà de director de comunicació i relacions institucionals de l'empresa. Abans, Vehils havia sigut direc-

tor de comunicació d'*El Periódico* i de *l'Sport*.

Ernest Folch, que estava al capdavant d'Ediciones B des del 2011, és també el president de l'Associació d'Editors en Llengua Catalana i vicepresident del Gremi d'Editors de Catalunya. Al llarg de la seva trajectòria professional ha treballat en diversos segells: ha exercit de director editorial a Grup 62, ha sigut editor del grup RBA i va ser fundador i conseller delegat d'Ara Llibres.

El periodista agafarà les regnes del segon diari esportiu més llegit a Catalunya, segons dades de l'EGM de l'abril passat. *l'Sport* se situa darrere del *Mundo Deportivo* i, a l'abril, aglutinava 498.000 lectors. El rotatiu esportiu del Grupo Zeta es va fundar el 1979 i disposa d'una versió digital des del 1997. **N.J.**



Ciutadans proposa «despolititzar» els mitjans públics de Catalunya

EFE/DdG | BARCELONA

■ Ciutadans ha registrat al Parlament una proposició de llei per «garantir la pluralitat» dels mitjans públics catalans i «despolititzar-los», amb mesures com un canvi del sistema d'elecció dels membres del consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Així ho va anunciar ahir en roda de premsa a Barcelona el portaveu adjunt de C's al Parlament, Fernando de Páramo, que va assegurar que la proposta no pretén que hi hagi mitjans «de Ciutadans, del PP o del PSC», ni es busca tenir «cadires», sinó que els esmentats mitjans siguin «de tots els catalans».

Per això, entre d'altres punts, s'aposta per canviar el sistema d'elecció dels membres del consell de govern de la CCMA, que segons va relatar De Páramo fins ara són elegits o bé en una primera votació per una majoria de dos terços o en una segona volta, amb majoria absoluta. Com que, segons el dirigent, «l'actual sistema d'elec-

ció dels consellers no garanteix la pluralitat dels mitjans públics», la formació proposa suprimir la segona volta i que únicament es voti el consell en una primera volta amb una majoria de dos terços. Una mesura que obligaria, segons el seu parer, a buscar un «consens i diàleg i que els partits s'hagin de posar d'acord per escollir aquests membres».

15 anys d'experiència acreditada

A més, segons el secretari de Comunicació de C's, la CCMA «no elegeix els seus membres en funció dels seus mèrits professionals», de manera que la proposició de llei aposta perquè els membres «hagin d'acreditar quinze anys de trajectòria professional en el sector de la comunicació per poder ser elegits». Segons el text registrat, hauran de ser «professionals de la comunicació de competència i prestigi reconeguts, amb més de quinze anys d'experiència professional acreditada en l'àmbit de la comunicació audiovisual».



ACN

■ C's demana canviar l'elecció dels membres de la CCMA

Ciutadans (C's) vol canviar el sistema d'elecció dels membres del consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). El partit va registrar ahir una proposició de llei al Parlament que demana, entre d'altres aspectes, que la tria dels integrants d'aquest òrgan requereixi sempre el suport de dues terceres parts del Parlament -ara n'hi ha prou amb una majoria absoluta en segona volta- i que els candidats acreditin un mínim de 15 anys d'experiència periodística. El portaveu adjunt de C's al Parlament, Fernando de Páramo, va criticar que l'actual sistema d'elecció dels càrrecs de la CCMA "no garanteix la pluralitat" dels mitjans públics. La proposició que promou el grup parlamentari d'Inés Arrimadas demana també un suport de dos terços del Parlament per als membres del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), un òrgan que, segons De Páramo, s'ha convertit en una eina de "control polític".



Opinión

**Javier
Huerta**

Director de Ecoteuve

¿Por qué TVE 'pasa' de don Juan Carlos?

Menos mal que esta TVE *en funciones* vela por no aburrir a la audiencia. Anoche, *France 3*, cadena pública del país vecino, debió hacer bostezar en *prime time* a sus espectadores con la emisión del documental *Yo, Juan Carlos I*. Es de suponer que las confidencias que el rey concede son poco entretenidas, en opinión de los responsables de TVE. Ellos deben considerar que carecen de interés para los españoles porque de otro modo no se comprende que aquí no se hayan programado y censura no puede ser, ¿no? De hecho, no está previsto dar la película autobiográfica del rey a pesar de estar coproducida por TVE. Se trata de una cinta del cineasta Miguel Courtois y la periodista Laurence Debray, autora de la biografía del monarca *La forja de un Rey*. TVE cedió imágenes para este trabajo siendo presidente Leopoldo González-Echenique. Las entrevistas de Debray al entonces rey de España se hicieron en la Zarzuela, en 2014, poco después de una operación de cadera y cuando ya estaba en marcha la sucesión, aunque la periodista no supo de la abdicación hasta que ya se había producido. El rey confiesa en el reportaje que los peores momentos de su vida son 800, justo las víctimas asesinadas por ETA. Y llora cuando lo cuenta. También se emociona cuando recuerda a su hermano Alfonso, víctima de un disparo fortuito. Relata varios de sus encuentros con Franco. En uno de ellos don Juan Carlos explica que le cogió la mano y le dijo: "Alteza, lo único que le pido es que preserve la unidad de España". También dice que la Reina Letizia es una buena madre. Diarios como *Le Figaro* o *Le Monde* hablan de este trabajo y la revista *Point de Vue* le dedica la portada esta semana. Pero TVE no lo ha emitido. Será por no aburrirnos, porque creerán que no interesa.



C's propone una ley para despolitizar los medios

BARCELONA

Ciutadans registró ayer en el Parlament una proposición de ley para «garantizar la pluralidad» de los medios públicos catalanes y «despolitizarlos», con medidas como un cambio del sistema de elección de los miembros del consejo de gobierno de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

El portavoz adjunto de Ciutadans en el Parlament, Fernando de Páramo, aseguró que la propuesta no pretende que haya medios «de Ciutadans, del PP o del PSC», ni se busca tener «sillas», sino que dichos medios sean «de todos los catalanes».

Por ello, entre otros puntos, se apuesta por cambiar el sistema de elección de los miembros del consejo de gobierno de la CCMA, que según relató De Páramo hasta ahora son elegidos o bien en una primera votación por una mayoría de dos tercios o en una segunda vuelta, con mayoría absoluta.

Dado que, según el dirigente, «el actual sistema de elección de los consejeros no garantiza la pluralidad de los medios públicos», la formación naranja propone suprimir la segunda vuelta y que únicamente se vote a ese consejo en una primera vuelta con una mayoría de dos tercios, según informa la agencia Europa Press.

Una medida que obligaría, a su juicio, a buscar un «consenso y diálogo y que los partidos se tengan que poner de acuerdo para elegir esos miembros».

Además, según el secretario de Comunicación de Ciutadans, la CCMA «no elige a sus miembros en función de sus méritos profesionales», por lo que la proposición apuesta por que los miembros «tengan que acreditar quince años de trayectoria».



El dret ha mort

Fins fa poc es considerava que els partits de futbol són un esdeveniment públic i, per tant, generen informació d'interès públic protegida pel dret a la informació, un dels pilars de qualsevol sistema democràtic. Mentre es va considerar així, ningú no hauria pogut impedir als mitjans de comunicació acreditats prendre imatges d'un partit. S'hauria pogut limitar severament l'obtenció de fotos o de vídeos apel·lant a contractes i exclusives, però no s'hauria pogut impedir: fins i tot en el més mercantilitzat i tancat sistema d'explotació comercial, els periodistes haurien pogut recollir les imatges principals dels partits i mostrar-les als seus espectadors. Sagrat. Això era abans, quan Espanya era un estat postdictatorial, premodern i infracivilitzat. Ara que tots som moderníssims, interactius, virals i multinacans, el gol de Messi que fa història s'ofereix als informatius tard i malament. Ara el sagrat no és el dret, és el negoci. I és legal. Quina estafa monumental.



POLÍTICA

C's reclama canvis en el sistema d'elecció del consell de govern de la CCMA

El grup de C's al Parlament va registrar ahir una proposició de llei per canviar el sistema d'elecció del consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), que segons ells cal "desgovernamentalitzar", com la del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), per garantir "total neutralitat i imparcialitat". C's proposa que tots els membres hagin de ser triats per majoria de dos terços i que s'elimini la segona volta de votacions, que permet ara que surtin per majoria absoluta. A més, per garantir que es trien "en funció dels mèrits professionals", proposen l'obligatorietat que els candidats acreditin almenys 15 anys de trajectòria en el sector de la comunicació. ■ REDACCIÓ



→ EXPOSICIÓ

La biblioteca mostra el fons del periodista Carles Costa

A.Ventura | **FIGUERES**

■ ■ La biblioteca Fages de Climent de Figueres exposa aquests dies el fons del periodista i traductor figuerenc Carles Costa (1865-1926), integrat per 19 volums impresos de traduccions d'obres teatrals de dramaturgs de renom; 13 manuscrits de traduccions inèdites; dos manuscrits d'obra original per a teatre, un *breviari*, un aplec de versos i 265 articles periodístics. ■



Ernest Folch, nomenat director del diari 'Sport'

El Consell d'Administració de Grup Zeta va acordar ahir el nomenament d'Ernest Folch com a nou director del diari *Sport*. Folch, que substitueix Joan Vehils, és l'actual director editorial d'Ediciones B i té una experimentada trajectòria en l'àmbit de l'edició de llibres i en el periodístic. Escriu regularment a l'*Sport* i a *El Periódico de Catalunya* i participa en tertúlies i programes de ràdio i televisió. Vehils, director del diari durant vuit anys, continuarà desenvolupant tasques de director de comunicació i relacions institucionals de Grup Zeta a Catalunya. / Redacció



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/02/16	Sergi Pàmies serà demà a la Setmana dels Rahola / Núvol	35	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/02/16	Pacte nacional pel periodisme / Media.cat Observatori crític dels mitjans	37	1
16/02/16	Argèlia oficializa el tamazight / Periodistas en Español	38	2

Col·legi de Periodistes de Catalunya



Sergi Pàmies serà demà a la Setmana dels Rahola

Dimarts, 16 de febrer de 2016

Després de la conferència de Joaquim Maria Puyal sobre la construcció del discurs comunicatiu i de la xerrada sobre meteorologia de Mònica Usart que té lloc avui, demà arriba el torn de l'escriptor Sergi Pàmies, que parlarà d'actualitat i literatura a la Biblioteca Carles Rahola. Sergi Pàmies | Foto Martí Albesa La conferència de l'escriptor i col·laborador de La Vanguardia serà a les 19 h a l'Auditori gran de la Biblioteca Carles Rahola, i comptarà amb la conducció del periodista del Diari de Girona Alfons Petit. La Setmana dels Rahola es va posar el marxa el passat divendres amb una conferència de Joaquim Maria Puyal a la Facultat de Lletres de la UdG i està organitzada pel Col·legi de Periodistes i la Diputació de Girona, amb la col·laboració de la Universitat, l'Ajuntament i la Biblioteca Carles Rahola. A banda de les conferències, la biblioteca també acull una exposició de fotografies, amb un total de 135 imatges, que es van presentar als Premis Carles Rahola de Comunicació Local de l'any passat, que enguany celebren la setena edició i que incentiven periodistes i estudiants, que opten a la concessió d'una beca pel projecte que presentin, a participar-hi. M^a Àngels Planas, Ramon Girona, Albert Piñeira, Lourdes Reyes i Joan Ventura durant la presentació de la Setmana al Col·legi de Periodistes de Girona | Foto de Martí Artalejo. Les altres activitats que tindran lloc els propers dies són aquestes: Dijous 18 de febrer, a les 18h: Muts i a la gàbia? Els efectes de la Llei mordassa als mitjans de comunicació. Taula rodona a l'Auditori gran de la Biblioteca Carles Rahola, que comptarà amb la presència del catedràtic de Ciència Política de la UAB Quim Brugué; l'advocat especialitzat en dret penal Carles Monguillod; l'exdegà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Joan Carles Rius i la periodista de IACN Marina López. Dimarts 23 de febrer a les 12 h: De la zona mixta als followers. La relació entre els periodistes i els esportistes delictius. Taula rodona a la sala de graus de la Facultat de Lletres de la UdG, amb la participació dels periodistes esportius Marc Mundet, Ivan San Antonio, Laura Brugués i Xevi Masachs, que farà de moderador. Del 12 al 26 de febrer es podrà visitar l'exposició fotogràfica de la qual hem parlat, Catorze mirades a dotze mesos a la Biblioteca Carles Rahola, amb imatges que recorden alguns dels fets que van ser notícia al llarg del 2014. Finalment, el dijous 25 de febrer a les 20 h, tindrà lloc a l'Auditori de Girona el lliurament dels VII Premis Carles Rahola de Comunicació Local, que serviran per cloure la Setmana. Trobareu més informació en aquest enllaç.

Periodisme i Mitjans de comunicació



Pacte nacional pel periodisme

Dimarts, 16 de febrer de 2016

Fa cosa d'un parell de dies, a la profunda tristesa d'una notícia tràgica hi havíem d'afegir, novament, la greuja d'una mala gestió comunicativa. Un altre cop, i ja en són massa, la dictadura del clic va sotmetre el periodisme. És per això que des de la meua còmoda posició actual i amb el simplisme voluntari per bandera vull fer una proposta ambiciosa: un pacte. Un gran pacte entre periodistes i lectors per deixar de banda la immediatesa extrema. Proposo que tots plegats arribem a l'acord que a partir d'avui mateix ens és absolutament igual qui serà el primer en oferir-nos una informació. No. Ja no voldrem mai més ni publicar ni saber les coses 5 minuts abans. Ni vuit hores. I ni molt menys abans que passin. I els periodistes ja no hauran de córrer més. A partir d'ara tindran temps de contrastar les coses abans de publicar-les, perquè serà això, el rigor, el que els exigiran els seus lectors. Rapidesa? No si us plau, prenguis el seu temps. Truqui, contrasti, escrigui bé i llavors publiqui-ho. Expliqui-m'ho aquí una estona, que ho vull saber bé. Sóc conscient que demano un impossible. Però seria fantàstic si el periodisme pot recuperar algun dels valors que ha perdut amb pas del paper al digital. Potser així, a partir d'ara, ens podrem estalviar espectacles com el de fa uns dies. El dels que sequivoquen i el dels que alligonen els que sequivoquen. Tots hi guanyem.

Argelia oficializa el tamazight

Dimarts, 16 de febrer de 2016

Argelia ha aprobado este domingo 7 de febrero de 2016 la reforma de la Constitución. Los diputados y senadores argelinos reunidos -la Asamblea y el Senado conforman así el llamado Congreso- han aprobado el proyecto de reforma constitucional por 499 parlamentarios. Tan sólo dos han votado en contra y 16 se han abstenido, solo el izquierdista Partido de los Trabajadores (PT) se opuso a la aprobación. Votación por las Cámaras argelinas en favor de la nueva Constitución. En el nuevo texto destaca la recuperación de la norma que limita a dos periodos de cinco años el número de mandatos presidenciales, reformada por el presidente Abdelaziz Bouteflika en 2008, e impide a aquellos que tienen doble nacionalidad optar a un alto cargo en la administración del estado, cambio que ha enfadado a los argelinos que mantienen la nacionalidad francesa desde los tiempos de la colonización. Casi un millón de argelinos vive en otros países de la Unión Europea; unos 150.000 en América del Norte, sobre todo en Canadá, adonde siguen llegando a buen ritmo. Entre otras cosas, el carácter francófono de Quebec les anima a hacerlo. El proyecto de reforma constitucional reconoce y garantiza, por primera vez, la libertad de prensa. Por este motivo, Reporteros Sin Fronteras (RSF) celebra esta revisión y llama a ponerla en práctica en adelante, a armonizar la legislación actual con la nueva Constitución, en línea con los convenios internacionales ratificados por el país. El artículo 41b prevé la garantía de la libertad de prensa y anula cualquier pena privativa de libertad contra los periodistas en el marco de la ley y el respeto de los constantes y valores religiosos, morales y culturales de la nación. Por su parte, el artículo 41c aborda el derecho a la información y pone sus límites en los demás derechos, en los intereses comerciales legítimos y en las exigencias de la seguridad nacional. Pese a los textos oficiales, Argelia ocupa el puesto 119, de 180 países, en la Clasificación Mundial 2015 de la Libertad de Prensa de Reporteros Sin Fronteras, por delante de los países de su entorno como Túnez (126), Marruecos (130), Libia (154) y Egipto (158). Otro aspecto destacado de la reforma es que se reconoce la lengua bereber, tamazight como oficial en el país, junto al árabe. El tamazight es a partir de ahora una lengua oficial mientras el árabe sigue siendo la lengua nacional y oficial del Estado. Esta denominación de amazigh es común en Argelia y Marruecos, y, desde mediados del siglo XX, se tiende a emplear el término original, en vez de bereber, un término importado, para reagrupar a todas las etnias bereberes: cabileños, chleuh, tuareg, etc. Un manifestante iza la bandera amazigh en un pasado acto en Argelia. El tamazight, término más empleado es usado por los propios amazighófonos para designar a su lengua cuenta con diferentes variantes, es hablado por unos 10 millones de personas, es decir una cuarta parte de la población de Argelia. El Alto Comisionado de la Amazighidad (HCA), un organismo oficial encargado desde 1995 de la promoción de la lengua bereber, se felicitó de la oficialización del tamazight. Esta medida prevé la creación de una Academia tamazight, encargada de promover esta lengua. El tamazight había sido hasta ahora una lengua no reconocida. A partir de los años

Audiència: 4.609

Ranking: 4

VPE: 11

Pàgina: 2

Tipologia: online

1990, el estado argelino mostró cierta apertura ante las reivindicaciones identitarias y lingüísticas de esta población. Apesar de ello, no han faltado las protestas e incidentes (tanto en la Gran Cabilia como en Gardhaia) en diversos períodos. Estas manifestaciones, esporádicamente muy violentas, persisten sobre todo en la zona de Gardhaia (a 600 kilómetros al sur de Argel); porque al fenómeno lingüístico se suma otra complejidad cultural y étnica distinta, con matices religiosos. En Cabilia, las últimas protestas masivas en reivindicación del tamazight tuvieron lugar en 2001. La enseñanza del tamazight fue introducida en los establecimientos escolares en 1995 en algunas regiones del país donde el bereber es la lengua materna. Seis años antes, en 1996, la identidad amazigh había sido reconocida en la nueva Constitución como parte integrante de la identidad nacional, junto al islam y el arabismo. En 2009, se lanzó una cadena de televisión con programas en lengua tamazight y sus variantes. Pero más de 20 años después de la creación del HCA, su enseñanza se lleva a cabo solamente en 22 de los 48 departamentos del país, según estadísticas de este organismo. Su oficialización tardará a la espera de su uniformización, y de un consenso sobre su transcripción, objeto de controversia entre los partidarios de los caracteres bereberes (autenticidad) o árabes (islamidad). La Cabilia es una de las regiones argelinas con más identidad amazigh. En Marruecos también fue reconocido el tamazigh. El Instituto Real de la Cultura Amazigh (Ircam) fue creado en 2001, y trabaja en la normalización lingüística de este idioma en Marruecos, normalización que culminó en 2011 con la reforma constitucional que declaró al tamazigh lengua oficial, al igual que ha sucedido ahora en Argelia. Según los datos oficiales lo hablan el 28 % de la población. En lo que se refiere a su inclusión en el ámbito mediático y audiovisual, la apertura en 2010 del Canal Tamazight de televisión (Maroc 8), emite el 70% en tashelhit, rifeño (tarifit) y tamazight (las tres variantes del tamazight de Marruecos). Compártelo