



RECULL DE PREMSA

04/02/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PREMSA

2

INTERNET

31



PREMSA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/14	MANRESA SERÀ LA SEU DELS PERIODISTES DE LA CATALUNYA CENTRAL / REGIO 7	6	1
04/02/14	UN PROGRAMA FA SERVIR LA PREMSA PER FOMENTAR L'ESPERIT CRÍTIC DELS ALUMNES / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	7	1
04/02/14	SEIS CENTROS DE LLEIDA FOMENTAN EL ESPÍRITU CRÍTICO DE SUS ALUMNOS / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	8	1
04/02/14	COL·LEGI DE PERIODISTES PROJECTE PER FOMENTAR L'ESPERIT CRÍTIC A L'ESCOLA A TRAVÉS DE LA PREMSA / DIARI DE GIRONA (L'AULA)	9	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/14	PERIODISTA BUSCA MECENAS PARA FUNDAR SU PROPIO MEDIO / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	11	1
04/02/14	GARCÍA-ABADILLO: 'EL FUTURO NO ESTÁ ESCRITO, EL FUTURO ES NUESTRO' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	12	2
04/02/14	66a GRAN GALA DE 'MUNDO DEPORTIVO': NADAL I BELMONTE, MATRÍCULA D'HONOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	14	1
04/02/14	LA JUNTA INCLUYE LA SEDE DE CANAL SUR EN UNA VENTA DE ACTIVOS DE 300 MILLONES / EL ECONOMISTA	15	1
04/02/14	MÀRIUS CAROL PRESENTA EL NOU EQUIP DIRECTIU / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	16	1
04/02/14	UNA DÉCADA DE FACEBOOK / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	17	1
04/02/14	CASOS ABIERTOS / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	18	1
04/02/14	FRANÇOIS CAVANNA, PADRE DE LA PRENSA SATÍRICA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	19	1
04/02/14	TV3 VOTARÀ DIJOURS I DIVENDRES SI EMPREN UNA VAGA RINDEFINIDA / ARA	20	1
04/02/14	L'ADÉU DE PEDRO JOTA / DIARI DE GIRONA	21	1
04/02/14	RÉCORD DE ACREDITACIONES PERIODÍSTICAS PARA EL INTERROGATORIO DE LA INFANTA / DIARI DE TARRAGONA	22	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/14	FACEBOOK ASPIRA AHORA A SER UN PERIÓDICO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	23	2
04/02/14	TV 3 Y CATALUNYA RÀDIO SE ABOCAN A LA HUELGA INDEFINIDA TRAS EL FIN DEL CONVENIO / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	25	1
04/02/14	ADECCO Y ATRESMEDIA SE UNEN PARA ASESORAR A LOS PARADOS / EL ECONOMISTA	26	1
04/02/14	PIDEN DEDICACIÓN EXCLUSIVA EN LA CCMA / EXPANSION (CATALUÑA)	27	1
04/02/14	RECURREN LOS CONTRATOS DE TELEFÓNICA CON TELEMADRID / EL ECONOMISTA	28	1
04/02/14	WUAKI.TV SE APUNTA A LA CAZA 'OFFLINE' DE LOS USUARIOS / EXPANSION (CATALUÑA)	29	1
04/02/14	MTV DESAPAREIX DE LA TDT A PARTIR DEL 7 DE FEBRER / EL PUNT AVUI	30	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Manresa serà la seu dels periodistes de la Catalunya Central

► El Col·legi de Periodistes ratifica demà una votació entre afiliats que es va fer el gener

REDACCIÓ | MANRESA

■ Els periodistes de la Catalunya Central han decidit que la futura seu de la demarcació del Col·legi de Periodistes de Catalunya en aquest àmbit sigui a Manresa. El resultat de la votació ha assignat a aquesta ciutat la seu, que si no hi ha res de nou estarà ubicada en despatxos de l'edifici de l'antiga Caixa Manresa a la Plana de l'Om.

Els periodistes van fer una vota-

ció a través de correu electrònic en les darreres setmanes. La junta de govern de la institució col·legial que agrupa i representa els periodistes catalans ha de ratificar el resultat de la votació en una reunió que té previst de celebrar demà, dimecres.

La creació de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes ja es va aprovar a final de l'any passat. Aquesta era una ve-



Josep Maria Martí, president del Col·legi de Periodistes, al costat del secretari de la institució, Enric Frigola

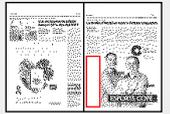
lla aspiració expressada en diverses etapes per periodistes, sobretot de l'àrea de Manresa. En aquest moment, però, va ser la mateixa institució, que presideix Josep Maria Martí, la que va impulsar els canvis legals per poder aprovar la creació de la demarcació.

El col·legi ha ofert informació del

procés amb reunions a Manresa, Vic i Igualada, tres de les principals ciutats de la nova demarcació (Bages, Osona, Anoia, Berguedà, Solsonès i Cerdanya).

La nova junta del grup es triarà en les properes eleccions del col·legi, que se celebraran aquesta primavera.

ARXIU/E.B.



EL PAPER DELS MITJANS

Un programa fa servir la premsa per fomentar l'esperit crític dels alumnes

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Fomentar l'esperit crític entre els més joves a partir del coneixement de l'actualitat i la reflexió que possibiliten els mitjans de comunicació. Aquesta és la finalitat del projecte *La premsa a les escoles*, que impulsa el Col·legi de Periodistes i que va adreçat als alumnes de centres de secundària de Catalunya.

El programa arriba a la seva cinquena edició aquest mes, en el qual s'impartiran tallers en 50 instituts catalans per mostrar als joves estudiants les possibilitats que els ofereix el periodisme per poder interpretar la realitat. La iniciativa permet als nois aproximar-se als diferents punts de vista que proporciona la premsa. És també una manera que coneguin la realitat de l'ofici de comunicador, així com la funció social de què s'encarreguen els mitjans de comunicació.

MÉS DE 8.000 ESTUDIANTS // Aquestes sessions, d'una hora de durada i patrocinades per l'Obra Social de La Caixa, agrupen mig centenar d'alumnes experts en el món del periodisme que es troben en situació de desocupació.

El projecte, que des que ha començat la seva trajectòria ja ha comptat amb la participació de més de 8.000 alumnes, s'impartirà a 25 centres de Barcelona, 11 de Tarragona, 8 de Girona i 6 de Lleida. ≡



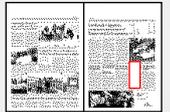
EDUCACIÓN

Seis centros de Lleida fomentan el espíritu crítico de sus alumnos

LLEIDA • El proyecto *La prensa en las escuelas*, que enseña a los alumnos de los centros de secundaria a fomentar su espíritu crítico a través de los medios de comunicación, abrió ayer su quinta edición, que llegará a 50 escuelas de la mano del Colegio de Periodistas y el programa Educaixa, seis de ellas en Lleida.

Según informó en un comunicado el Colegio de Periodistas de Catalunya, la iniciativa tiene el objetivo de fomentar el espíritu crítico, el interés por la actualidad y la reflexión entre los alumnos de 50 centros educativos de Cataluña. Desde sus inicios en 2009 el proyecto ha llegado a 8.000 alumnos catalanes.

Con una inversión de 18.000 euros de la Obra Social de "la Caixa", los talleres permitirán que los estudiantes analicen los diferentes puntos de vista de la prensa, que se acerquen al oficio del periodista y que conozcan la función social de los medios de comunicación. Las sesiones son de una hora de duración y agrupan a unos 50 estudiantes.



COL·LEGI DE PERIODISTES

Projecte per fomentar l'esperit crític a l'escola a través de la premsa

BARCELONA | EFE/DdG

■ El projecte «La premsa a les escoles», que ensenya als alumnes dels centres de Secundària a fomentar el seu esperit crític a través dels mitjans de comunicació, va obrir ahir la seva cinquena edició, que arribarà a 50 escoles de la mà del Col·legi de Periodistes i el programa Educaixa. A Barcelona hi participaran 25 centres, vuit a Tarragona, vuit a Girona, sis a Lleida i tres a les Terres de l'Ebre. Segons va informar en un comunicat el Col·legi de Periodistes de Catalunya, la iniciativa té l'objectiu de fomentar l'esperit crític, l'interès per l'actualitat i la reflexió entre els alumnes.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



REPORTAJE / CAMBIO DE TENDENCIA EN EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN EN EEUU



AGENCIAS

El analista del rotativo The Washington Post, Ezra Klein, acaba de anunciar que deja el diario para fundar su propio medio de comunicación

Periodista busca mecenas para fundar su propio medio

Trabajas para uno de los periódicos más prestigiosos del mundo y cuando has llegado a la cima, decides irte

Las redes sociales y los blogs permiten a los profesionales forjarse popularidad, una marca por vender

WASHINGTON AGENCIAS
Eres periodista, trabajas para uno de los periódicos más prestigiosos del mundo y, cuando has llegado a la cima, te vas. Eso ha hecho Ezra Klein, uno de los más reputados analistas de The Washington Post y quien acaba de anunciar su marcha del diario estadounidense para fundar su propio medio de comunicación en EEUU.

Klein, que se incorporó al Post en 2009 tras su éxito como bloguero, no es el único periodista de renombre que abandona su puesto en un periódico de referencia y, como él, varios reporteros ilustres han dejado sus empleos en los últimos meses para lanzar sus propios proyectos empresariales.

El caso más paradigmático es el de Glenn Greenwald, el periodista

que reveló programas de espionaje secretos de Estados Unidos a través de las filtraciones del exanalista de la CIA Edward Snowden, y que salió en octubre del diario británico The Guardian para crear un periódico apoyado por el fundador de Ebay, Pierre Omidyar.

"Es una tendencia interesante, porque va contra la tradición de este país. Si eras un reportero con ta-

lento, tu objetivo era entrar en The New York Times, The Washington Post o The Wall Street Journal. Eso se ha acabado", explica el analista de medios del Poynter Institute Rick Edmonds.

El profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de California en Berkeley, Paul Grabowicz, relaciona este cambio de actitud con "la cultura de las 'start-ups' de in-

ternet".

"La idea de que puedes salir, empezar tu propia publicación y ser independiente ha crecido. Pero no es algo sorprendente, ésa es la mentalidad de Silicon Valley", añade el profesor de la Universidad de California.

En la medida en que las redes sociales y plataformas como los blogs permiten un contacto más fluido con los lectores, algunos periodistas se han forjado en los últimos años un prestigio personal, una marca, al margen del medio en el que trabajan.

Construir una organización desde cero, conseguir una audiencia propia y convertirse en influyente son algunas de las razones que empujan a estos periodistas-estrellas a renunciar a la seguridad de trabajar para un gran medio y hacerse emprendedores.

"Tienen ambiciones y deben pensar que disponen de un buen plan de negocio para expandirse", apunta Edmonds.

"A diferencia de los viejos tiempos, cuando no podías tener tu propia cadena de televisión o tu periódico, ahora es muy fácil. Es una de las ventajas de internet: las barreras de entrada son muy bajas. La única cuestión es ser suficientemente popular y encontrar un modelo de negocio para hacerlo funcionar", explica Grabowicz.

Este experto en tendencias en los medios de comunicación advierte de que aún hay que ver cómo funcionan estos proyectos desde una perspectiva financiera.

"Todo el mundo está experimentando diferentes modelos: si se basan en la publicidad, en suscripciones, si organizan conferencias, acceso directo a los datos", plantea Grabowicz.

La compra de The Washington Post por Jeff Bezos, el fundador de Amazon, fue vista en su momento con optimismo por muchos analistas, que confiaron en que el magnate de la red daría con la solución para rentabilizar los productos periodísticos en internet.

Omidyar, que también intentó hacerse con el Post, contactó entonces con Greenwald para fundar una nueva publicación, lo que abrió el interrogante de si era más viable adaptar a internet un medio ya existente o crearlo desde el principio, y en los últimos meses Ezra Klein y otros periodistas se han sumado a esta pugna.

Aunque Klein aún no ha anunciado cómo costeará su proyecto, los medios estadounidenses hablan de que puede estar vinculado a Vox Media, una empresa que ya tiene seis periódicos digitales en marcha en Estados Unidos.

Porque, de hecho, la ausencia de un modelo de negocio que garantice la independencia financiera de los nuevos medios de comunicación que están naciendo hace que los periodistas con aspiraciones emprendedoras busquen respaldo económico o bien en conglomerados mediáticos o en la filantropía de grandes fortunas.



PERIODISMO

El nuevo director de EL MUNDO confirma su apuesta por lo digital, pero sin olvidar el papel, y muestra su compromiso con los valores fundacionales del diario

García-Abadillo: 'El futuro no está escrito, el futuro es nuestro'

EL MUNDO / Madrid

— ¿Estás en el periódico?
— No, estoy ya en casa. ¿Es urgente?

— Sí, sí. Tenemos que vernos. A las 23.15 en el Jai Alai.

Casimiro García-Abadillo llegó a la cita un par de minutos antes que Pedro J. Ramírez. «Pensaba que sólo podían ser dos cosas: o es una noticia bomba, y el restaurante Jai Alai encierra para nosotros esa connotación, o bien es que le van a echar. Como había habido tantos rumores esos días pensé: 'Le han echado y me va a ofrecer, como ocurrió hace 25 años, que me sume a la nueva aventura de refundar otro periódico'», contó ayer a la redacción del diario.

En esta cita a deshoras, el pasado martes 28 de enero, Ramírez adelantó a García-Abadillo el relevo en la dirección de EL MUNDO, un cambio que el jueves día 30 confirmó el consejo de administración de Unidad Editorial, reunido en Madrid.

— Bueno, ya está. Vas a ser director

de EL MUNDO. ¿Cómo te sientes?
— Acojonado. ¿Estás de acuerdo? ¿Antonio [Fernández-Galiano] está de acuerdo? Porque si no es así, no voy a aceptar.

García-Abadillo ha contado en su nombramiento con el respaldo no sólo de Ramírez y Fernández-Galiano, presidente de Unidad Editorial, sino con el apoyo unánime de todo el consejo de administración. De hecho, el nuevo director de EL MUNDO desveló la conversación que mantuvo con Pietro Scott Jovane, consejero delegado de RCS. «Le pedí dos cosas, ni más ni menos. Una, libertad para hacer mi equipo, para desarrollar mi proyecto. Dos, ninguna injerencia editorial en la línea informativa del periódico. Y me dio esa garantía».

Ramírez y García-Abadillo han sido pareja de trabajo durante 27 años. Juntos han hecho públicas algunas de las noticias y exclusivas que han marcado la Historia de España en el último cuarto de siglo. Ahora la dupla se divide profesionalmente. «Hemos discutido. A ve-

ces, bastante. Pero hay algo más fuerte que las ideas: nuestro amor por la profesión. Siempre he respetado lo que él decía porque era el director, aunque no estuviera de acuerdo con él. Y ése es para mí el concepto de lealtad. Durante todos estos años he sido leal a Pedro J. y como él lo sabe no tengo por qué dar ejemplos de ello».

Futuro. Ésa es la palabra clave que orbita alrededor de EL MUNDO desde hace unos días. «Mucha gente me ha preguntado estos días si tenemos futuro», confirmó García-Abadillo. Él mismo responde. De la misma manera que Ramírez citó a la película *Blade Runner* en su despedida de la redacción, el nuevo director rememoró *Lawrence de Arabia* cuando Peter O'Toole le dice a Omar Sharif: «El futuro no está escrito». «Es verdad, el futuro no está escrito. El futuro es nuestro», pronunció ante los periodistas del diario.

Lo hizo con un manojito de folios en blanco en su mano y arropado por Ramírez y Fernández-Galiano. «Pedro J. nos enseñó algunas de

las portadas de este periódico. Enormes portadas que han hecho Historia. Yo traigo estas páginas en blanco, páginas que están por escribir. Os invito a que las escribamos juntos», fue su mensaje. «El futuro es nuestro y con vuestra ayuda lo conseguiremos», alentó a la que ya es su redacción.

García-Abadillo anunció que practicará el sacerdocio digital que iniciara su antecesor. Lo dejó bien claro: «Nuestro futuro es digital. Dentro de unos años, no muchos, la mayoría de los periódicos se difundirán a través de las tabletas electrónicas y los móviles. Cuanto antes hagamos esa migración a lo digital, mejor para nosotros». Y aludió al liderazgo de la web de este diario como un claro síntoma de cuál es el camino a recorrer. Sin embargo, el presente está marcado también por el papel. «El papel representa el 80% de los ingresos ahora, por lo tanto, es una especie de

Ramírez, García-Abadillo y Fernández-Galiano, ayer en EL MUNDO.





COMUNICACIÓN / EM2



INICIO

Casimiro García-Abadillo reunió ayer a la redacción de EL MUNDO para explicarle las líneas maestras de esta nueva etapa del periódico. / FOTOS: CARLOS GARCÍA

INTERNET

«El futuro es digital, y el liderazgo de nuestra web es una seña de identidad»

RIGOR

«Compaginaremos la valentía a la hora de informar con el respeto a todos»

Nueva etapa

García-Abadillo mostró a la redacción un manajo de folios en blanco: «Os invito a escribir juntos estas páginas»

Álamo –en referencia a la película que tenemos que defender con uñas y dientes porque nos jugamos todo», desgranó, adelantando su implicación personal en la búsqueda de ingresos para la compañía.

El relevo de Ramírez por García-Abadillo muestra una apuesta por la continuidad. Así lo reflejó éste último: «La línea editorial está en la base de este periódico. Basta con mirar 25 años atrás. Somos un periódico que defiende valores democráticos; valores de centro político; liberal; aconfesional, pero que res-

peta profundamente todas las creencias religiosas», enumeró. «Y vamos a hacer un esfuerzo porque el rigor informativo sea una seña de identidad, pero también porque la valentía, nuestra valentía a la hora de informar, se compagine con el respeto a las personas y a las instituciones de las que informamos. No es una contradicción ser valiente y respetuosos».

El reloj de EL MUNDO, el mismo que se intuye a la derecha de la imagen que acompaña este texto, sigue funcionando. No se detiene. «La salida de Ramírez no es el primer paso para un cierre o una fusión. Es lo que me consta y me ha comunicado el accionista», zanjó García-Abadillo, encargado ahora de marcar el tiempo de las noticias y las exclusivas. Y aportó la receta que va a seguir estando presente en la cocina de la redacción: «EL MUNDO va a tener la misma seña de identidad que ha tenido estos 25 años: la información por encima de los intereses. ¡Qué fácil es de decir y qué difícil es de hacer, como acabamos de comprobar!», exclamó en relación a la salida de Ramírez. «Esta batalla sólo la vamos a ganar con noticias, con exclusivas, y con grandes historias».

ELMUNDO.es

► **Video:** Vea el discurso de García-Abadillo a la redacción de EL MUNDO.



POLIESPORTIU 66a GRAN GALA DE 'MUNDO DEPORTIVO'

Nadal i Belmonte, matrícula d'honor

El tennista i la nedadora repeteixen premi en la Nit de Campions barcelonina davant més de mil convidats



Javier Godó, comte de Godó, i el president Artur Mas, al costat dels grans triomfadors de la nit, Rafael Nadal i Mireia Belmonte

Ivan Tibau i Alejandro Blanco, president del Comitè Olímpic Espanyol (COE). La gala de *Mundo Deportivo* va premiar, a més, uns altres 17 esportistes, entitats i persones relacionades directament amb l'esport.

Rafael Nadal és la tercera vegada que és elegit el millor esportis-

ARTUR MAS

"L'esport ensenya que els rivals no són enemics i això val també per al país"

MULTIGUANYADORS

És el tercer guardó per al tennista balear i el segon trofeu per a la nedadora catalana

JUPP HEYNCKES

"Éts un exemple no només com a esportista sinó també com a home" (va dir de Tito Vilanova).

RAMON BALMES
Barcelona

Rafael Nadal i Mireia Belmonte es van convertir ahir a la nit en els grans protagonistes de la festa de l'esport de Barcelona organitzada per *Mundo Deportivo*. El tennista ho va ser per partida doble en ser reconegut com el millor esportista masculí del 2013 i adjudicar-se alhora el premi a l'excel·lència esportiva, el palmarès de la qual va inaugurar Vicente del Bosque en la passada edició. La nedadora de Badalona, per la seva banda, va ser elegida per segon any consecutiu la millor esportista femenina, igualant així María Cruz Díaz García, que va ser guardonada en les edicions del 1986 i el 1987.

Amb la Gran Gala de *Mundo Deportivo*, degana de la festa de l'esport a Espanya i que ahir arribava a la 66a edició, el rotatiu del

ELS GUANYADORS**MILLOR ESPORTISTA MASCULÍ**
RAFAEL NADAL

TASCA COL·LECTIVA
SELECCIONS ESPANYOLES
D'HOCQUEI PATINS,
HAMBOL I
WATERPOLO FEMENÍ

GESTA HUMANOESPORTIVA
KILIAN JORNET (CURSES I
ESQUÍ DE MUNTANYA)

ESPORTISTA MÉS
INTERNACIONAL
NEYMAR (FUTBOL)

PREMI JUAN JOSÉ
CASTILLO DE PERIODISME
MANOLO LAMA
I MANU CARREÑO

ESPORTISTA CATALÀ
MARC MÁRQUEZ,
POL ESPARGARÓ,
MAVERICK VIÑALES,

MILLOR ESPORTISTA FEMENINA
MIREIA BELMONTE

ALEXI ESPARGARÓ,
TONI BOU I LAIA SANZ
(MOTOCICLISME)

MEDICINA ESPORTIVA
DR. JAUME VILARÓ

EXTRAORDINARI REPSOL
XAVI HERNÁNDEZ (FUTBOL)

'FAIR PLAY'
ANDER HERRERA (FUTBOL)

MILLOR ENTRENADOR
TITO VILANOVA (FUTBOL)

ESPECIAL MUNDO DEPORTIVO
SELECCIONS ESPANYOLES
FEMENINES DE BÀSQUET

MILLOR DIRIGENT
ENRIQUE CEREZO I MIGUEL
ÁNGEL GIL (FUTBOL)

MILLOR AFICIÓ
SEVILLA I ESPANYOL
(FUTBOL)

ESPORTISTA D'EQUIP
NIKOLA KARABATIC
(HAMBOL)

A L'EXCEL·LÈNCIA
RAFAEL NADAL
(TENNIS)

LIDERATGE ESPORTIU
ONA CARBONELL
(NATACIÓ)

A LA FORMACIÓ
CENTRE D'ALT RENDIMENT
DE SANT CUGAT

VALORS DE L'ESPORT
FRANÇOIS PIENAAR
(RUGBI)

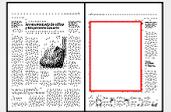
Grup Godó reunia al Palau de Congressos de Catalunya bona part de l'elit esportiva espanyola, al costat de polítics, empresaris i representants d'organitzacions esportives i socials. En total més de mil convidats.

El president de la Generalitat, Artur Mas, va presidir el lliurament de premis acompanyat de l'amfitrió, Javier Godó, comte de Godó i president del Grup Godó. Amb ells hi havia l'alcalde de Barcelona, Xavier Trias, el secretari d'Estat per a l'Esport, Miguel Cardenal, el secretari general de l'Esport, Ivan Tibau, i el director de *Mundo Deportivo*, Santi Nolla. Mas va felicitar els organitzadors i va dir també que "l'esport ensenya que els rivals no són enemics i això val també per al país".

Nadal i Belmonte van ser elegits entre un total de 17 finalistes (deu homes i set dones) per un jurat especialitzat presidit per

ta de l'any (les anteriors van ser el 2007 i el 2008). El jurat va valorar la trajectòria d'un any 2013 excepcional en què va recuperar el número u i va guanyar deu tornejos. I Mireia Belmonte, 23 anys, amb tres medalles al Mundial de Barcelona i els quatre ors a l'Europeu de piscina curta, tampoc no va presentar cap mena de dubte al jurat.

Cal destacar l'emotiu discurs que Jupp Heynckes, premiat com a millor entrenador de l'any amb Tito Vilanova, va dedicar a l'ex tècnic del Barça: "Ens has donat grans lliçons. Ets un exemple no només com a esportista sinó també com a home. Com deia la cançó de Barcelona'92, en mi tens un amic per sempre". Posteriorment, l'ex tècnic del Bayern de Múnic va deslliurar diversos presents del club alemany perquè fossin lliurats a Tito Vilanova.●



La Junta incluye la sede de Canal Sur en una venta de activos de 300 millones

Fuentes del ente critican que se oculta esta operación al consejo y los empleados

Carlos Pizá SEVILLA.

La sede central de Canal Sur Televisión, ubicación primigenia del ente público andaluz cuando se inició su constitución a finales de la década de los 80 del siglo pasado, está en venta. El *pirulí* sevillano, que pertenece a la dirección general de Patrimonio de la Junta y no a la propia RTVA, ya que se cedió por parte de TVE a la Junta antes del nacimiento jurídico de la televisión autonómica, figura en la lista de 75 propiedades que el Gobierno andaluz ha vuelto a poner en venta. El objetivo es tratar de obtener 300 millones, en una operación tipo *sale&lease back*.

La inclusión de esta sede, donde están los platós principales de informativos y programas de la cadena, no ha sido comunicada ni al consejo de administración de RTVA ni a la representación de los trabajadores, según ha podido conocer *elEconomista*. De hecho, el pasado martes 28 de enero, el día en que la Junta hizo público el listado de inmuebles en venta, se celebraba precisamente consejo de RTVA. Fuentes del propio ente sólo han señalado que la llamada de este diario es la "primera noticia" que tienen sobre este proceso de venta.

La televisión y radio de Andalucía ya lanzó en 2012 una enajenación de los inmuebles que sí posee, como la sede corporativa en la Isla de la Cartuja de Sevilla y las de las siete delegaciones provinciales. Fue un intento de obtener hasta 20 millones, en medio de la caída de la venta de publicidad, que fracasó.

Sin embargo, ese intento de venta y posterior alquiler sí se comunicó a todos los colectivos afectados, a diferencia del actual. Fuentes de la consejería de Hacienda, de la que depende Patrimonio, han explicado que este es el tercer intento de venta y que el inmueble ya estaba incluido. Sin embargo, esta es la primera vez en que la dirección exacta de la sede de Canal Sur TV aparece en dicho listado, en concreto en último lugar.



Sede de Canal Sur Televisión en San Juan de Aznalfarache (Sevilla). FERNANDO RUSO

El director da hoy detalles del cierre de 2013

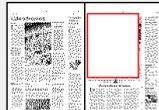
Joaquín Durán, subdirector general de la RTVA y primer directivo del ente, comparece hoy en la comisión parlamentaria de control de la radio y televisión andaluzas. Ofrecerá un primer balance del cierre de año 2013, cuando las pérdidas podrían haber alcanzado 26 millones, y de las medidas -fundamentalmente recorte de sueldos- que negocia con la plantilla para contener ese déficit anual.

Los inmuebles en venta aparecen identificados únicamente por su dirección postal en la información que la Junta ha hecho pública. En ocasiones anteriores, como en el intento de venta de 2011, la dirección que se consignó era errónea, lo que impedía identificar esas señas como las de Canal Sur TV.

Fuentes cercanas al consejo de administración del ente, además de mostrar su sorpresa por que la sede quede incluida en el listado sin haberse comunicado siquiera a ese consejo, señalan que se generan dudas en caso de que efectivamente llegue a enajenarse. En primer lugar, sobre el pago del alquiler por el uso del espacio que necesitara Canal Sur TV, ya que si lo abona la Junta sería un gasto de dinero público añadido a los 138 millones de

euros que el Gobierno regional aporta a su televisión y radio. Y si es Canal Sur quien debiera abonarlo, sólo serviría para aumentar los problemas de tesorería de la empresa, que el pasado año encaraba un déficit de 26 millones -mayor de los 22 millones inicialmente previstos- y cuyo endeudamiento para poder seguir operando se ha más que triplicado en un año -desde 25 millones en 2012 a 80 millones antes de final de 2013-.

En segundo lugar, las dudas se refieren a las posibilidades de éxito de un proceso de venta de un complejo que sólo sirve para hacer televisión. Y es que no sólo la RTVA ha fracasado a la hora de vender sedes y luego alquilarlas: TV3 tampoco pudo enajenar la de su radio en 2012 por los 10 millones previstos.



MITJANS



ALEX GARCIA

Dirigeix la reunió el president-editor de *La Vanguardia*, Javier Godó, comte de Godó, entre el director, Màrius Carol, i la directora adjunta María Dolores García. A l'esquerra del director, els directors adjunts Enric Juliana i Miquel Molina. Drets, d'esquerra a dreta, Llätzer Moix, subdirector; els adjunts al director David González, Enric Sierra i Albert Gimeno; Alex Rodríguez, director adjunt; Manel Pérez, subdirector; Isabel Garcia Pagan, subdirectora, i José Alberola, subdirector

Màrius Carol presenta el nou equip directiu

L'editor de 'La Vanguardia', Javier Godó, comte de Godó, es reuneix amb la direcció del diari

BARCELONA Redacció

L'editor de *La Vanguardia*, Javier Godó, comte de Godó, va presidir ahir la primera reunió de treball de tot el nou equip de direcció de *La Vanguardia*,

presentat pel seu director, Màrius Carol, a la sala del consell de redacció.

Als nous nomenaments, ja anunciats a mitjans de desembre per Carol, de María Dolores García i Miquel Molina com directors adjunts del diari al costat d'Enric Juliana i Àlex Rodríguez, s'hi afegeixen des d'ahir com a nous subdirectors la fins ara cap de la secció de Política, Isabel Garcia Pagan, i el redactor en cap Llätzer Moix, juntament amb Manel Pérez i José Alberola.

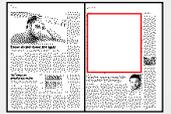
A més, Albert Gimeno s'incorpora com a redactor en cap adjunt a la direcció, càrrec que també ocupen Enric Sierra i David González.

Javier Godó va conèixer ahir de primera mà alguns dels principals projectes que el nou equip de direcció prepara per desenvolupar a *La Vanguardia* en les properes setmanes amb l'objectiu d'augmentar l'oferta d'informació amena i de qualitat que el diari fa arribar cada dia als seus lectors.

Durant la presa de possessió

de Màrius Carol com a director de *La Vanguardia*, el 17 de desembre passat, Javier Godó va recordar la necessitat que el diari mantingui "un gran paper de centralitat, objectivitat, pluralitat i fer un bon periodisme que atregui la gent, amb històries interessants i variades".

En aquesta línia, el nou equip de direcció espera presentar ben aviat als seus lectors nous continguts que facin encara més atractiva l'oferta informativa del diari.●



CIBERPAÍS

Una década de Facebook

La red social supera los 1.200 millones de usuarios con el reto de conquistar el móvil ● Pensada para relacionarse con amigos, ahora son meros contactos

ROSA JIMÉNEZ CANO
Madrid

La historia se inmortalizó, con ciertas licencias, en la película *La red social*: un chico de los suburbios de Nueva York, Mark Zuckerberg (1984), estudiante de programación, montaba una arcaica web en su propio dormitorio. Una década después cotiza en Bolsa y tiene sede en más de 50 países.

Zuckerberg es un tipo de costumbres que siempre viste igual. Ya suma más de 1.200 millones de usuarios activos, pero quiere llegar a los 5.000 millones llevando Internet a países en desarrollo. Este altruismo no es gratuito. Facebook no cobra por usarlo. Su negocio estriba en la publicidad relacionada con los gustos, amistades y opiniones de los perfiles.

Mauro F. Fuentes, director de redes sociales de Ogilvy en España, valora la madurez del proyecto, aunque con matices: "Debe generar beneficios a sus inversores. Con una tendencia plana en el crecimiento de usuarios la posición que tiene es delicada. Contentar a las marcas de las que depende a nivel publicitario y a los usuarios a la vez no es fácil". El experto insiste en que, si quiere sobrevivir, deberá apostar con firmeza por el móvil.

Ismael El-Qudsi, director de la agencia Internet República, subraya la facilidad para conectar personas del servicio: "Ha sido muy criticado porque supuestamente nos hace asociales, pero muchas veces nos acordamos de felicitar el cumpleaños a nuestros amigos gracias a que exist-



Mark Zuckerberg durante la presentación en abril de la aplicación Home. / MARCIO JOSÉ SÁNCHEZ (AP)

En 2011 lanzaron su propio celular de la mano de HTC, pero apenas tuvo éxito

te". Sin embargo, mantiene una postura crítica con estos lazos. "Nació para ser un medio de comunicación entre personas, luego fue adoptado por las empresas como herramienta de publicidad y, tras los últimos cambios, ha virado hacia una información

corporativa pagada en la que nuestros supuestos amigos ya no son tan protagonistas. Y digo supuestos, porque no hay nada más falso que un amigo en Facebook. ¿No será mejor llamarlos contactos?"

No todo han sido éxitos. Entre los fracasos más sonados han estado compras como FriendFeed, servicio competidor que después cerraron, o el intento por hacerse con Snapchat. Un cheque con más de mil millones de euros no fue suficiente para adquirirla.

Más de la mitad del tráfico de Facebook ya proviene de móvi-

les. En 2011 intentaron dar un paso importante, su propio móvil. Pronto se convirtió en una pieza de museo. En abril de 2013 nació Home, una versión de Android modificada que ponía la entrada a la red social en portada. La integración fue tal que daba miedo. No había distinción entre la agenda de Facebook y la del propio móvil. Pasado el verano cayó en el olvido. El último intento coincide con el aniversario, Paper. Una aplicación, solo disponible en Estados Unidos, salida de la mente de su diseñador estrella, Mike Matas.



Casos abiertos

El porvenir se ha vuelto demasiado previsible. Cualquier mediano observador coincidirá en que la evolución de las cosas del mundo (global y local, miméticos) hace que lo anormal sea *lo nuevo*: de ahí a lo normal, un paso. En Silicon Valley dicen que los verdaderos nazis son quienes critican a los más ricos, la minoría del 1%. Ellos dicen ser víctimas de unos pobres que (lo proclamó Margaret Thatcher) lo son "porque quieren serlo" y "no hacen nada útil a los demás". Los pobres son malísimos: si lo dicen los ricos, gentes con el prestigio que les dan quienes se inclinan (¿políticos, intelectuales?) ante ellos, ¿hay que creerles?

La creación de prestigios sociales es algo endiablado, arbitrario, fluctuante. Pero siempre hay un nexo entre toda clase de prestigios: el poder. Tener poder produce admiración. La gente de mi generación se asombra ante esta mutación de prestigios ¿los pobres son nazis y los ricos sus víctimas? Aunque seamos unos vejesterios y estemos anticuadísimos nos sorprenden tantos casos abiertos.

La directora del Fondo Monetario Internacional acaba de reco-



MARGARITA RIVIERE

La gente de mi generación se asombra ante tanta mutación de los prestigios y tanta confusión interesada

mendar al Gobierno español, tras dos años de recortes descomunales, bajar más los salarios de los trabajadores. Eso, por mucho prestigio que tuviera lo internacional, antes no lo hacía nadie. No era de recibo entrometerse en las políticas de los países, quien lo hacía se arriesgaba a recibir un mandoble político. Hoy nos preguntamos cuánto tardará *madame* Lagarde en darnos su previsible consejo —las tablas de la ley

para los pazguatos habituales— de que para que la economía vaya bien ¡hay que pagar por trabajar! ¡Claro! ¿Cómo no se le había ocurrido ni siquiera al visionario Jordan Belfort *El lobo de Wall Street*, modelo de rico feliz?

Cuando se pague por trabajar la población activa no bajará (como en 2013) en 268.000 personas sino mucho más: paro solucionado. ¿Se pondrá esa gente a ver 12 horas diarias de televisión (hoy son cuatro horas)? ¡Un festín! Con tanta gente viendo tanta televisión no habría ni que gobernar, ni hacer periodismo ¡todo sería *entertainment!* ¡Excelsa tontería! ¿Este es el camino? Caminamos.

Hay transformaciones delatoras, simbólicas. Tres periodistas españoles están secuestrados en Siria. Estos colegas son la metáfora del secuestro del periodismo en nuestro país (olvidad a Pedro J.). Ser periodista hoy es cosa de héroes, de gente culta: un caso abierto, sangrante y universal. Hay que leer *JFK caso abierto* (Philip Shenon, Debate) para tener envidia de la investigación que algunos colegas estadounidenses aún pueden hacer para ilustrarnos (aunque sea en una traducción mexicana inefecta) sobre el oficio de saber

más. Cincuenta años después, aquel asesinato sigue siendo una incógnita (en 1963 yo tenía 19 años aquel día tremendo).

Las balanzas fiscales son otro caso abierto. Sometidas a la censura política del señor Montoro —los datos no son suyos, sino nuestros, de la gente— la tentación es irresistible: ¿y si nos las inventamos? ¿A quién importa un poco más de confusión en la opaca relación entre los Gobiernos de Madrid y Barcelona y las realidades ficticias que se echan en cara? Hay confusiones premonitorias: el IVA cultural baja del 21% ¡claro! a los ricos (dinero es poder) coleccionistas de arte.

Algunas confusiones premonitorias estaban cantadas: *Inmensament classics* es el bonito eslogan de la emisora pública Catalunya Música. Pues bien ¡ya hemos convertido la sardana en un clásico! Era inevitable si tenemos a un jefe de la oposición (al Govern) que es el aliado básico del Govern. Nadie parece asombrarse de que las miles de emisoras españolas dediquen monóticamente los domingos al fútbol. Hace poco los viejos amantes de la onda media no encontrábamos ese domingo más que fútbol ¡y toros! ¿Volverá el *diario*

hablado? Los más entendidos pronostican que esta marcha hacia atrás en la historia puede llevarnos hasta la República. Y aquí todos nos ponemos serios. Tenemos hoy una Monarquía democrática que nadie esperaba y que ha resultado útil al país durante casi 40 años. En la historia de un rey como Juan Carlos pesa más todo eso que su traspies de cacerías y amistades peligrosas. Pero, lamentablemente, solo los vejesterios de mi generación podemos valorar esta historia antigua con cierto conocimiento.

Y ahí entran las nuevas generaciones: la infanta Cristina puede casarse, faltaría más, con quien le dé la gana y llevar la vida que le plazca. Pero es sorprendente cómo gente joven, como es ella, no alcanza a percibir la erosión de la Monarquía cuando la hija del Rey no sabe renunciar a sus derechos dinásticos al verse implicada (no necesariamente culpable) en prácticas impropias. La ejemplaridad es imprescindible en las monarquías democráticas. Si la Infanta, imagino, hubiera sido consciente de tal perjuicio ya habría renunciado (no como hija sino como infanta) a su rango dentro de la Familia Real. Que la Monarquía pueda llevarnos a la República ¿era previsible? Casos abiertos. ¿Contra pronóstico?

Margarita Riviere es periodista.



> FRANÇOIS CAVANNA

Padre de la prensa satírica

Fue el fundador de las legendarias revistas 'Hara Kiri' y 'Charlie Hebdo'

RAQUEL VILLAÉCIJA

Elevó la tontería a la categoría de arte impreso e informativo. «El colmo de la estupidez», como él decía, fue la fuente que inspiró al pionero francés de la prensa satírica, padre de revistas legendarias como *Hara Kiri* o *Charlie Hebdo*, esta última célebre en Francia porque azota al poder sin pudor. François Cavanna fue de los primeros en caricaturizar el lado más gris de la sociedad, en conciliar risa e información. Autodidacta y cultivado, burló a los nazis y alimentó el Mayo del 68 en una época de medios amordazados.

Bigote blanco a lo Dalí y meleva irreverente, carterero y masón, primero; referente de la pluma francesa después, publicó medio centenar de libros en los que narró su infancia de exclusión (su padre era italiano), sus gestas en la época de la Alemania nazi, su amor por la literatura y por María, una cantante ucraniana a la que dedicó una de sus obras y a los que la Segunda Guerra Mundial separó.

El que fue considerado como un «peligro para la juventud» por su pluma libre pasó la suya huyendo pero también leyendo. Con 20 años fue reclutado por el Servicio de Trabajo Obligatorio como empleado en una fábrica de armas en Berlín. Su experiencia de joven marginado y perseguido la relató en sus dos tomos más conocidos: *Les Russkoffs* y *Les Ritals*.

En las escuelas de periodismo francesas se estudia su legado. Sus publicaciones *Hara Kiri* y *Charlie Hebdo* son un referente de la prensa satírica. La primera la fundó en 1960, tras haberse iniciado como diseñador en *Zéro*. Corrían, como ahora, malos tiempos para la prensa. En un momento turbulento en el que se tomaba por loco al que se aventuraba a crear un nuevo medio, Cavanna sentó los pilares de toda una corriente periodística.

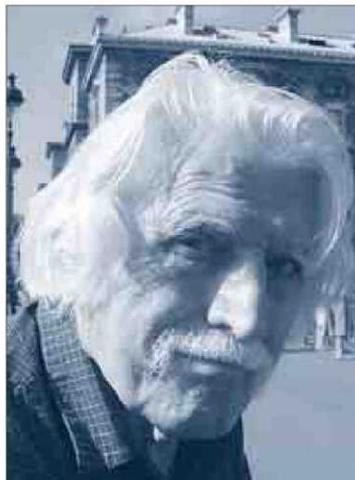
Con Georges Bernier creó *Hara Kiri*, en honor al ritual suicida japonés, «el colmo de la estupidez», para el escritor francés. El enunciado de este *journal bête et méchant* (periódico tonto y perverso) resumía la filosofía de sus

creadores: humor negro y afinado, directo a la yugular política. En torno a la redacción del medio, Cavanna y su socio educaron a toda una generación de periodistas y diseñadores, una tropa de provocadores que revolucionó el panorama mediático.

La censura guillotiné *Hara Kiri*, considerado por la prensa seria como un medio vulgar, y juzgó a Cavanna, «un peligro para la juventud». «Nos criticaban nuestro mal gusto, decían que éramos una banda de bandidos, de revolucionarios», confió el proscrito al periódico *Le Monde*.

El francés nunca se amilanó, *Hara Kiri* logró sobrevivir como semanal y a la vez creó *Charlie Hebdo*. El escritor, ecologista y situado «más a la izquierda de la izquierda», sufrió la pérdida de su hija de 18 años, víctima de sobredosis. Su guerra fue la contra los abusos de poder, pero también contra las drogas. En los últimos años luchaba contra el Parkinson mientras seguía escribiendo desde su estudio en el centro de París. Esta semana perdió la batalla en un hospital de la capital, un mes antes de cumplir 91 años.

La muerte del maestro de la ca-



EL MUNDO

ricatura coincide con la celebración estos días del festival de cómic de Angulema. Según Siné, diseñador galo que trabajó con él, François Cavanna «era todo menos 'tonto y perverso'». Todos sus discípulos han rendido homenaje al maestro, al mentor que devoraba libros mientras se indignaba, a la pluma que supo reír y hacer reír aún en los tiempos más oscuros.

François Cavanna, periodista, nació el 22 de febrero de 1923 en París y murió el 29 de enero de 2014 en la misma ciudad.



elradar



Els treballadors de TV3 es van reunir ahir en assemblea. ARA

TV3 votarà dijous i divendres si emprèn una vaga indefinida

ÀLEX GUTIÉRREZ

Els treballadors de TV3 sotmetran a referèndum dijous i divendres la proposta de vaga indefinida que promou el comitè d'empresa, com a manera de pressió per la voluntat de l'empresa d'abaixar-los el salari un 13% (i un 10% a Catalunya Ràdio, on els sous són més baixos). Ahir la plantilla va celebrar una assemblea en què es van discutir també altres mesures alternatives.

La negociació entre empresa i televisió pública ha entrat, en tot cas, en una nova fase. Ahir van rebre la notificació oficial que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha iniciat el procés per acollir-se a l'article 41 de l'Estatut dels Treballadors. "Després de la reforma laboral pactada per PP i CiU, aquest article permet la baixada unilateral de sous", explicava a aquest diari un representant dels treballadors. Recordava, a més,

que aquest mecanisme és el que es va fer servir per abaixar el sou del centenar de persones que cobraven per càrrecs de responsabilitat que ja no exercien. "Alguns dels afectats van portar el cas a judici i el van guanyar. Ara pot passar el mateix: una onada de centenars de demandes individuals, o bé una de col·lectiva".

El cronòmetre s'ha tornat a posar en marxa. El dia 20 de febrer s'iniciarà el procés, que té una durada de 15 dies. L'empresa proposa una equiparació amb el conveni del sector audiovisual espanyol. Però, segons han comunicat des de la direcció als negociadors sindicals, l'objectiu no és aplicar els sous que s'indiquen allà -molt més baixos que els actuals de TV3- sinó tenir-los com a referència a l'hora d'avaluar categories professionals, buscant aquesta rebaixa del 13%. La CCMA està obligada a reduir 26 milions d'euros en despeses aquest 2014.



Pere Lladó

L'ADÉU DE PEDRO JOTA

El propassat diumenge, **Pedro J. Ramírez** es va acomiadar com a director del diari madrileny *El Mundo*. Al llarg de tota la setmana, una vegada confirmat el seu cessament, s'han pogut llegir i escoltar tot tipus de crítiques a l'entorn del periodista que va deixar de ser ja fa molts anys un informador de la realitat quotidiana per convertir-se en un personatge mediàtic del món de la política o de l'eco-

nomia de les grans xifres.

Sota el meu punt de vista, l'adéu de Pedro Jota és una pèrdua important per al periodisme espanyol, encara que només sigui per uns mesos o uns anys. No hi ha dubte que reapareixerà ben aviat i tornarà a la seva tasca de director ja sigui en un diari o mitjà digital. Com molt bé li recordava **Luis María Ansón**: que no miri enrere i que ja comenci a preparar-se per a la seva reparició. Era el consell d'un íntim amic.

El seu comiat davant de la redacció d'*El Mundo*, en un discurs de més de mitja hora, representa la cara amable del periodista que en massa ocasions ha fet interpretacions de com voldria que fos la realitat. Ha comès errors importants, però no cal dir que sempre fou un perill per al poder establert. Llevat dels temes de terrorisme, en què ha barrejat teories conspiratives que mai no s'han pogut demostrar, Pedro Jota ha denunciat casos que de ben segur mai no s'haurien conegut.

És per això que ja fa molts anys va ser cessat per **Juan Tomás de Salas** del *Diario 16* per ordre directa del mateix **Felipe**

González. Als socialistes els feia nosa Pedro J. Ramírez de la mateixa manera que ara el poder establert a la Moncloa i a la Zarzuela ha donat ordre perquè el fulminessin de la capçalera del diari davant la publicació dels papers de **Bárceñas**, on es demostrava que molts dirigents del PP –inclos el president **Rajoy**– havien cobrat sobresous procedents dels diners que recollia el tresorer del PP de diverses donacions no gaire transparents.

Si això ja va representar a Madrid un autèntic terratrèmol, la publicació de l'entrevista amb **Corinna Sayn-Wittgenstein**, l'acompanyant del Rei en els seus viatges privats, on destapava autèntiques vergonyes de la corona, suposava la sentència de mort de Pedro Jota. Des de llavors es van encendre totes les alarmes i des d'aquells moments la majoria d'empreses de l'Ibex retiraven la publicitat d'*El Mundo*.

Fou tot un procés lent, però ben dissenyat en què els directius d'Unidad Editorial prenen aquesta decisió o bé el diari tenia els dies comptats a causa dels deutes que acumulaven i creixien a pas de gegant. El seu adéu, com a mínim, hauria de

fer reflexionar molta gent que s'omple la boca sobre la llibertat d'expressió, però que no dubta a posar la maquinària de l'Estat en favor de perseguir les opinions contràries i fer emmudir un periodista que ja no controlaven.

Però com que Pedro Jota avui és un triomfador nat en la seva professió, hi ha molta gent que, fent-se l'orni, s'ha alegrat de la seva desaparició, encara que sigui momentània.

En tot cas, els principals casos de corrupció han estat denunciats per un mitjà de comunicació que sempre ha demanat el vot per al PP des dels seus editorials. Obrir les finestres en un país com el nostre encara fa basarda i segur que encara que pogués aixecar molts odis en determinats sectors, Pedro Jota és un referent del periodisme espanyol. Una de les seves darreres aportacions fou la denúncia de les irregularitats del contracte de **Neymar** que va suposar l'adéu del president del Barça. Era una mostra més que la veritat fa por com la va tenir Felipe González en el cas Gal o ara el mateix PP o fins i tot algú de més amunt.



Las cifras

63.234
euros

percibirá la Reina como sueldo, aparte de los gastos de representación.

49.182
euros

percibirá la princesa Letizia como sueldo.

Récord de acreditaciones periodísticas para el interrogatorio de la infanta

■ El interrogatorio, el próximo sábado día 8 de febrero, de la infanta Cristina en los juzgados de Palma va a batir todos los récords de caso Nóos. Según fuentes del Tribunal Superior de Justicia de Baleares, más de 300 informadores de 80 medios cubrirán la comparecencia de la segunda hija del Rey ante el magistrado José Castro. La citación de Cristina de Borbón ha creado mucha más expectación mediática que las dos de su marido. En

febrero de 2013 fueron 200 periodistas de unos 60 medios los que esperaron a Iñaki Urdangarín. En 2012, la primera vez que el yerno del Rey declaró ante el juez, los informadores acreditados apenas llegaron a los 150.

Hasta la televisión iraní

El despliegue de periodistas extranjeros será por tanto muy numeroso, e incluirá a las principales cadenas de radio y televisio-

nes europeas, sobre todo procedentes de Francia, Portugal, Suiza y Alemania.

Entre los medios acreditados está ya la cadena estadounidense CNN, la catarí Al Jazeera e incluso la Televisión Pública Iraní, amén de la inmensa mayoría de las agencias internacionales especializadas en noticias del corazón. El periódico *The New York Times*, en esta ocasión, no cubrirá el evento, aunque ya ha anticipado su decisión de cubrir un eventual juicio.



Cristina de Borbón declara el sábado ante el juez. FOTO: EFE



Décimo aniversario / La mayor red social lanza una app para organizar noticias

Facebook aspira ahora a ser un periódico

MARÍA RAMÍREZ / Nueva York
Corresponsal

Un día de 2004 como este martes un estudiante de Harvard de 19 años colgó la página que entonces se llamaba The Facebook. En la víspera de su 10º aniversario, la mayor red social del mundo lanza ahora el proyecto que simboliza lo que quiere ser: un periódico en el móvil.

Su nueva aplicación, disponible desde este lunes en Estados Unidos, se llama Paper, divide recomendaciones y enlaces de periódicos y usuarios por secciones. Con la aplicación, la red aspira a organizar la conversación de las noticias

o el ocio para competir con Twitter o Flipboard, la aplicación a modo de *magazine* para tabletas. Paper es el producto más innovador de la unidad llamada Facebook Creative Labs, un equipo centrado ahora sobre todo en producir aplicaciones para el móvil, la prioridad establecida por Mark Zuckerberg, fundador y consejero delegado, en enero de 2012. Entonces, convocó una reunión con el nuevo lema: «mobile first» («lo primero, el móvil»).

El joven prodigio tiene claro cuál es su objetivo, pero también hace autocrítica por no haberlo entendido o puesto en práctica antes. Aquellos 12.000 usuarios en las pri-

meras 24 horas de *www.thefacebook.com* se han convertido en 1.200 millones por todo el mundo. Su red de universidades es ahora una compañía que vale 135.000 millones de dólares (unos 100.000 millones de euros). Pero Zuckerberg cree que Facebook ha ido algo despacio en los últimos años.

Según los últimos resultados, los ingresos publicitarios son por primera vez más en aplicaciones de móviles y tabletas que en la red social en el ordenador. En enero, de los más de 750 millones de personas que se conectaron a Facebook cada día, dos tercios lo hicieron desde un móvil.

En una entrevista a *Bloomberg Businessweek*, Zuckerberg admite que el cambio «no ha sido tan rápido como debería haber sido». Ahora confía en que Paper y otras nuevas aplicaciones fuera de la tradicional de Facebook compensen el tiempo perdido y sean más exito-

La nueva aplicación Paper pretende competir con Twitter y Flipboard

sas que el proyecto de lanzar un móvil o el buscador. «Una de las cosas que caracteriza a la empresa es que tenemos bastante fuerza de voluntad», dice en la entrevista.

El reto de Facebook es seguir creciendo, en particular, entre las nuevas generaciones, donde la red Snapchat está ganando audiencia. Aunque no publica datos de usuarios, varios estudios apuntan a que es más popular que Facebook entre los adolescentes estadounidenses. El año pasado, Zuckerberg intentó comprar Snapchat sin éxito por la resistencia de su fundador.

La competencia también viene de la otra gran red de compartir noticias. Este otoño, el 26% de los adolescentes en Estados Unidos escogieron Twitter como principal medio de expresión frente al 23% de Facebook.

Sigue en **página 49**



Mark Zuckerberg, creador de la red social Facebook. / REUTERS

LA RED SOCIAL, EN CIFRAS

- ▶ **10.** Facebook nace el 4 de febrero de 2004, hoy hace 10 años, en un cuarto de Harvard, como una plataforma de comunicación entre estudiantes y bajo el nombre de The Facebook.
- ▶ **1.200.** Aunque el primer día de vida la red contaba con 12.000 usuarios, en la actualidad une a un total de 1.200 millones de personas.
- ▶ **23.** El 26% de los adolescentes de EEUU escoge Twitter como principal medio de expresión frente al 23% que prefiere Facebook.
- ▶ **20.818.** Es la cifra de millones de euros que conforman la fortuna de Zuckerberg y su criatura. El pasado año, Facebook ingresó 5.832 millones de euros, de los que 1.111 millones de euros fueron beneficio neto.
- ▶ **53.** Que el lema de Zuckerberg fuera «lo primero, el móvil» cobra sentido: los anuncios en dispositivos móviles representaron el 53% de los ingresos totales de Facebook en el último trimestre de 2013.

Viene de **página 48**

En 2013, en uno de los intentos de pasarse más al móvil y de meterse en el negocio de las fotos, Facebook compró Instagram, la red de imágenes, por 1.000 millones de

dólares (unos 750 millones de euros), algo que se podía permitir una empresa con un efectivo disponible 11 veces superior.

De Instagram, Facebook intenta aprender ahora el gusto por el ano-

nimato de la red, que no obliga a utilizar el nombre completo y permite manejar con facilidad la privacidad del usuario. La aplicación de Paper no requiere así utilizar los datos de Facebook o compartir información.

Zuckerberg dice que es una manera de organizar las noticias que ya no caben en la red tradicional.

Aprovechando el aniversario, Zuckerberg intenta reflexionar sobre qué quiere ser Facebook cuando

sea mayor. «Estamos en un momento en que realmente podemos dar un paso atrás y pensar sobre las siguientes grandes cosas que queremos hacer», explica el fundador. Él no se conforma con sobrevivir, aunque sea a costa de cometer errores, como su caótica salida a Bolsa, alimentando expectativas que no se cumplieron, o los cambios continuos en la política de confidencialidad para compartir más datos de usuarios con las empresas anunciantes.

Ahora Zuckerberg también repite que quiere promocionar la expansión de internet, especialmente en móviles, en países en vías de desarrollo. Después de todo, según él, fundó Facebook no sólo como una empresa: «Facebook no fue creado originalmente como una compañía. Fue creado para cumplir con una misión social: hacer el mundo más abierto y más conectado».



TV-3 y Catalunya Ràdio se abocan a la huelga indefinida tras el fin del convenio

Los trabajadores de la CCMA votarán en referéndum si plantean un paro total

MAIOL ROGER
Barcelona

Los trabajadores de TV-3 culminaron ayer dos nuevas jornadas de huelga, convocadas con urgencia el viernes para protestar por el fin del convenio colectivo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA). Los trabajadores se plantean nuevas medidas de protesta, más contundentes: el jueves y el viernes de esta semana votarán en referéndum si convocan huelga indefinida u optan por protestas alternativas, como la combinación de paros parciales y totales con huelgas de celo. La propuesta salió de la propia asamblea de trabajadores, y el comité

de empresa detallará entre semana cómo se puede producir, así como la aplicación de un fondo de resistencia para disminuir los efectos económicos que tendría sobre los empleados. En Catalunya Ràdio, donde hubo huelga el sábado, preparan acciones similares, coordinadas con la televisión: a finales de esta semana debatirán en asamblea sumarse a la huelga indefinida, decisión que de prosperar también acabaría con una votación entre los trabajadores.

La decisión es la respuesta de los empleados a la carta que la CCMA envió ayer a los empleados: el gestor les aplicará, mientras duren las negociaciones, el convenio del sector audio-

visual. Las condiciones son "mucho peores" de las que tienen actualmente los empleados, según el comité de empresa, y la distancia será corregida con complementos para poder preservar las categorías actuales. El presidente de la CCMA, Brauli Duart, prometió el viernes mantener el convenio colectivo de la empresa mientras duraran las conversaciones. Una portavoz de la CCMA matizó que, por ley, está obligado a aplicar el del sector, puesto que el convenio colectivo caducó el viernes.

Duart puso fin al marco laboral para ganar tiempo en la negociación de un nuevo convenio: la negociación, que venía produciéndose desde marzo del

año pasado —en paralelo con el ERE que acabó con 225 personas en la calle— volverá a empezar con un plazo de resolución más corto. El día 20 de febrero la CCMA y los comités de empresa de Catalunya Ràdio y TV-3 reiniciarán las negociaciones y su duración se estima, según fuentes sindicales, entre 15 días y un mes.

Esta semana los comités de TV-3 y Catalunya Ràdio decidirán cuándo se aplicarán las movilizaciones decididas en referéndum. El objetivo es evitar una nueva bajada salarial: la propuesta de la CCMA pasa por reducir el 13% del sueldo a los trabajadores de la televisión, y el 10% a los de la radio.



Adecco y Atresmedia se unen para asesorar a los parados

Lanzan la campaña 'PlanEnfoca' a través de la televisión e internet

eE MADRID.

Tres de cada cuatro desempleados no saben trazar su plan de búsqueda de trabajo; el 80 por ciento de los currículos está incompleto o mal redactado y el 75 por ciento de los

candidatos no supera con éxito una entrevista de trabajo. Son algunos de los datos en los que se basará la nueva campaña de asesoría para la búsqueda de empleo de Adecco y Atresmedia, *PlanEnfoca*, dirigida a aconsejar en la búsqueda y reducir así el tiempo de desempleo.

El convenio entre ambas entidades se firmó ayer, en la sede del grupo de comunicación, entre la directora de Marketing y Comunicación de Adecco, Margarita Álvarez Pé-

rez de Zabalza, y la directora general corporativa de Atresmedia, Patricia Pérez.

En virtud de este acuerdo de colaboración, Atresmedia y Adecco diseñarán un plan de acciones enfocadas a que los ciudadanos puedan conocer distintos métodos y recomendaciones a la hora de optimizar la búsqueda un trabajo.

Así, entre las medidas que realizarán de manera conjunta está la creación de dos programas realiza-



Firma del acuerdo Adecco-Atresmedia.

dos por Verte –la productora de Atresmedia– para su emisión en la Sexta, que desarrollarán de forma más detallada los mensajes de *PlanEnfoca*.

A su vez, la campaña tendrá reflejo en pantalla con una serie de piezas de 15 segundos que se emitirán tanto en la Sexta como en Neox y también ofrecerán asesoría en captación de recursos humanos, con el asesoramiento de Adecco como compañía líder en el sector.



Piden dedicación exclusiva en la CCMA

El Ctesc también emitió ayer un dictamen en el que valora el anteproyecto de ley que debía permitir reducir el coste de los consejos del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) y de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). El ente que preside Josep Maria Rañé no se muestra muy partidario de permitir la dedicación parcial de los consejeros, y exige que se garantice que en el CAC haya una "dedicación suficiente" para asegurar las funciones del consejo regulador audiovisual. En el caso del holding de medios de la Generalitat, el Ctesc va más allá y pide "la dedicación exclusiva de los miembros" porque "es necesaria para garantizar el funcionamiento del gobierno del consejo y para evitar que éste quede en manos casi exclusivamente de su presidente". En este sentido, advierten de que podría ponerse en riesgo la pluaridad del consejo.



Recurren los contratos de Telefónica con Telemadrid

eE. MADRID.

Extrabajadores de Telemadrid han presentado un recurso especial de nulidad ante el Tribunal de Contratación de Madrid contra la adjudicación a Telefónica de la producción y realización de la señal de la cadena.

El julio pasado, la autonómica adjudicó definitivamente el servicio de producción a la *teleco* que preside César Alierta por 304.525 euros mensuales más IVA. Una decisión que los ex empleados quieren anular puesto que ellos también se presentaron y, según denuncian, su oferta de 160.000 euros mensuales no fue valorada. Telefónica lleva desde enero de 2013, cuando se realizó el ere de 790 personas, prestando ese servicio.



DETRÁS DE

Wuaki.tv se apunta a la caza 'offline' de los usuarios

El videoclub online Wuaki.tv, que fundó Jacinto Roca y, posteriormente, pasó a manos del gigante japonés Rakuten, ha lanzado una campaña en la calle para captar más clientes. Empezó con la publicidad en las marquesinas de autobús de Barcelona y, ahora, *comandos* de comerciales ofrecen los servicios del portal a un precio de oferta.



OFERTA

MTV desapareix de la TDT a partir del 7 de febrer

MTV s'emetrà a partir del 7 de febrer a través de la plataforma de pagament de Canal+ i desapareix de la TDT. El canvi és fruit de l'acord entre Canal+ i Viacom, propietària de l'emblemàtica marca i arrel de la reordenació dels canals de la TDT per la sentència del Tribunal Suprem, que ordenava tancar nou canals concedits el 2010. ■ REDACCIÓ



INTERNET

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/14	Manresa serà la seu dels periodistes de la Catalunya Central / Regio7	34	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
04/02/14	Democomunicació / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	36	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Manresa serà la seu dels periodistes de la Catalunya Central

Dimarts, 4 de febrer de 2014

REDACCIÓ MANRESA Els periodistes de la Catalunya Central han decidit que la futura seu de la demarcació del Col·legi de Periodistes de Catalunya en aquest àmbit sigui a Manresa. El resultat de la votació ha assignat a aquesta ciutat la seu, que si no hi ha res de nou estarà ubicada en despatxos de l'edifici de l'antiga Caixa Manresa a la Plana de l'Om. Els periodistes van fer una votació a través de correu electrònic en les darreres setmanes. La junta de govern de la institució col·legial que agrupa i representa els periodistes catalans ha de ratificar el resultat de la votació en una reunió que té previst de celebrar demà, dimecres. La creació de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes ja es va aprovar a final de l'any passat. Aquesta era una vella aspiració expressada en diverses etapes per periodistes, sobretot de l'àrea de Manresa. En aquest moment, però, va ser la mateixa institució, que presideix Josep Maria Martí, la que va impulsar els canvis legals per poder aprovar la creació de la demarcació. El col·legi ha ofert informació del procés amb reunions a Manresa, Vic i Igualada, tres de les principals ciutats de la nova demarcació (Bages, Osona, Anoia, Berguedà, Solsonès i Cerdanya). La nova junta del grup es triarà en les properes eleccions del col·legi, que se celebraran aquesta primavera.



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Democomunicació

Dimarts, 4 de febrer de 2014

El vell quin atreviment!- dilema sobre la democratització de la comunicació amb l'aparició d'internet primer i les xarxes socials després viu en una solució de perllongament etern. És bo que tothom tingui accés a publicar informació? O és perillós viure sense límits? Sí, ja! Que cadascú sigui responsable a l'hora de collir un material de qualitat, segur i honest. Però què men dieu dels youtubers? Fa poc dies vaig sentir parlar dells per primera vegada. No són periodistes. Ni mitjans amb pretensió d'influir. Però són comunicadors. I molt influents. Possiblement sense ànim de ser-ho de forma professional però alguns dells a l'estat espanyol, parlar dels Estats Units és una altra cosa-, tenen més de 4 milions de subscriptors als seus canals de Youtube. Què tenen en comú? Són joves, atrevits, ofereixen un producte qualitativament aprovable i enganxen. Es mouen amb una webcam i presumeixen d'allò de val més caure en gràcia que ser graciosos. Tenen el públic dintre 10 i 16 anys els límits són laxos- atrapat, a diari pengen vídeos de quotidianitats intrascendents i fàcilment superen el milió de visites per sessió. És cert que els missatges són generalment innocents però arriben a moltíssima gent. Per tant, no fan periodisme però tenen un potencial comunicatiu enorme. Això, que no passa de ser un divertiment més amb sumes altíssimes d'ingressos- en l'era que travessem, convida a una reflexió profunda que va més enllà de la professió periodística. Destrossa per complet els convencionalismes de la comunicació clàssica. Noves formes i nous fons. Els paradigmes clàssics sesberlen de dalt a baix perquè ja no serveix allò de la passivitat del receptor, ni del domini ideològic de grans grups corporatius, ni la voluntat de despertar una reacció única entre els receptors, ni tan sols li manca interacció els youtubers es passegen pel carrer com futbolistes o estrelles de rock, fent-se fotografies en una passió desenfrenada amb els seus seguidors. Sense voler-ho, ElRubius, Mangel o Willyrex han fet miques el que els mitjans convencionals han tardat anys a cosir i consolidar: una capacitat enorme d'influir. Els missatges són banals però totes les portes estan obertes i els anunciants estan fent girs cada vegada més a prop com si fossin voltors. Els youtubers fa anys que triomfen en el món anglosaxó i comencen a aterrar amb força en daltres espais comunicatius. A l'estat espanyol, al 2012 van créixer un 150% el número de youtubers amb contracte de col·laboració per cobrar pels seus vídeos. L'augment dels partners amb evidents interessos comercials és també exponencial.