



RECULL DE PREMSA

28/02/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
28/02/14	EL PERIODISME D'INTERÈS PÚBLIC GUANYA TERRENY AL MÉS COMERCIAL / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	5	1
27/02/14	RÀDIO OLOT HA ESTAT PREMIADA PER LA COBERTURA DEL JUDICI DE LA CARITAT / LA COMARCA D' OLOT	6	1
28/02/14	EL RIPOLLÈS JORDI ALTESA GUANYA UN PREMI DE COMUNICACIÓ LOCAL / EL 9 NOU (OSONA I RIPOLLES)	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
28/02/14	ABC VUELVE A EBITDA POSITIVO EN 2013 TRAS LA APLICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO / ABC (EDICION NACIONAL)	9	1
28/02/14	IGUALADA CLAVA ELS ULLS EN 1.100 FOTOGRAFIES / REGIO 7	10	1
28/02/14	EL JOVE RAFAEL VILARRUBIAS TREBALLAVA COM A ENCARREGAT EN UNA ADOBERIA DE LA SEVA CIUTAT, IGUALADA. EN EL SEU TEMPS LLIURE, PERÒ, FEIA FOTOGRAFIES. EXPERIMENTAVA AMB ENQUADRAMENTS I TEMPS; DESPRÉS APA / ARA (PLAY)	11	1
28/02/14	LA RAZÓN, EL ÚNICO DIARIO QUE CRECE SIGNIFICATIVAMENTE EN ENERO / LA RAZON	12	1
28/02/14	EL DIARI QUE NO VA SORTIR / EL PUNT AVUI	13	1
28/02/14	PRISA INCREMENTA UN 2,3% SUS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN / CINCO DIAS	14	1
28/02/14	MEDIASET GUANYA UN 91% MENYS PER LES COMPRES DE CUATRO I CANAL+ / ARA	15	1
28/02/14	TVE SE RESISTE A ADELANTAR EL 'PRIME TIME' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
28/02/14	LAS 'APPS' MÁS ORIGINALES DE LA FERIA / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	17	1
28/02/14	LA TELEVISIÓ PÚBLICA I LA DEMOCRÀCIA / ARA	18	1
28/02/14	C'S CREE QUE EL GOVERN VA CONTRA LA LIBERTAD DE PRENSA POR EL INFORME SOBRE PERIODISTAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	19	1
28/02/14	TABLETA, 'SMARTPHONE' E INTERNET CONVIERTEN LA TELEVISIÓN EN UNA 'APP' MÁS / CINCO DIAS	20	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
28/02/14	LAS INDEMNIZACIONES POR DESPIDO DUPLICAN LAS PÉRDIDAS DE PRISA, HASTA 648 MILLONES / EL ECONOMISTA	21	1
28/02/14	EL PAÍS AÑADE WHATSAPP PARA COMPARTIR NOTICIAS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	22	1
28/02/14	HOMS ACUSA A LA PRENSA NACIONAL DE «MILITAR» CONTRA LA SECESIÓN / ABC (EDICION NACIONAL)	23	1
28/02/14	EL CÀNON DE LA BBC, ARA A LA TELE A LA CARTA / EL PUNT AVUI	24	1
28/02/14	LISTADO DE PERIODISTAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	25	1
28/02/14	ECHENIQUE NIEGA INJERENCIAS IDEOLÓGICAS EN «CUÉNTAME» / ABC (EDICION NACIONAL)	26	1
28/02/14	LA Lliga TUTEJARÀ ELS VÍDEOS DELS GOLS I LES MILLORS JUGADES / ARA	27	1
28/02/14	DEL RIEGO DEFENSA LA FIGURA DE L'EDITOR / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	28	1
28/02/14	ACORD ENTRE LA Lliga, MEDIAPRO I TWITTER / EL PUNT AVUI	29	1
28/02/14	MEDIASET RECORTA UN 90% SU BENEFICIO DEBIDO A EXTRAORDINARIOS / CINCO DIAS	30	1
28/02/14	PRISA PIERDE 648 MILLONES TRAS REVISAR EL VALOR DE CANAL+ / EXPANSION	31	1
28/02/14	CENT PERIODISTES DE 44 MITJANS. LA COPA HA SUSCITAT MÉS INTERÈS MEDIÀTIC QUE EN ALTRES OCASIONS, I APLEGA CENT PERIODISTES DE 44 MITJANS ENTRE DIARIS, TELEVISIONS, RÀDIOS, MITJANS DIGITALS I CAPS DE P / EL 9 ESPORTIU DE CATALUNYA	32	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



MITJANS

El periodisme d'interès públic guanya terreny al més comercial

'The Guardian' i 'Mediapart', mitjans sostenibles, lideren a Europa la informació amb un periodisme d'interès públic

XAVIER MAS DE XAXÀS

Només hi ha un futur i tant *The Guardian* com *Mediapart* semblen haver-lo trobat. Els dos mitjans guanyen audiència amb un periodisme d'interès públic, compromès només amb els lectors i servit en una plataforma multimèdia, que arraona el més comercial i analògic. Tots dos, al seu torn, són sostenibles. *The Guardian*, gràcies a un patronat sense ànim de lucre, i *Mediapart*, gràcies als seus 84.000 subscriptors que paguen 90 euros l'any.

David Leigh, responsable d'investigació a *The Guardian* fins fa un any, i Edwy Plenel, cofundador de *Mediapart*, van ser ahir a Barcelona per parlar del futur del periodisme de la mà del Col·legi de Periodistes de Catalunya i de La Caixa.

Al llarg de la seva carrera, Leigh ha publicat els cables de Wikileaks i de Snowden, i ha tret a la llum l'escàndol de les escoltes telefòniques de *News of the World*, un dels tabloides de Murdoch al Regne Unit. Plenel ha publicat que Gaddafi va finançar la campanya presiden-



XAVIER GÓMEZ

Plenel, de *Mediapart*, i Leigh, de *The Guardian*

cial de Sarkozy i que Dassault –un dels homes més rics de França i propietari de *Le Figaro*– va comprar vots per guanyar una alcaldia.

Cap d'aquestes informacions no haurien arribat al públic si els dos mitjans no tinguessin independència econòmica. "Només els nostres lectors ens poden comprar", afirma la publicitat de *Mediapart*. "No hauriem resistit la pressió política sense la protecció financera del nostre patronat", reconeix Leigh. "*Mediapart* no porta publicitat però és de pagament –explica Plenel– perquè el bon periodisme té un cost, i els lectors ho entenen. Guanyem subscriptors i donem beneficis". *The Guardian* en línia té 60 milions de lectors al mes.

Leigh i Plenel coincideixen que l'únic periodisme real és el que té un interès públic, que ofereix informació pura, amb dades contrastables, segregada de l'opinió. "L'altre és entreteniment", afirma Plenel. "Pur interès comercial i polític –afegeix Leigh– que no aporta cap valor a la societat". "No serveix per defensar la democràcia i la llibertat", apunta Plenel. La tecnologia digital els ajuda. "Ens permet aprofundir molt més en els temes", afirma Plenel. "Qui pensi que la informació en línia només pot ser immediata i superficial s'equivoca molt", afegeix. Tots dos són periodistes que han demostrat l'èxit del periodisme de qualitat.●



Ràdio Olot ha estat premiada per la cobertura del judici de La Caritat



La setmana passada es van lliurar els Premis Carles Rahola, de comunicació local, convocats per la Diputació i el Col·legi de Periodistes de Girona. El Premi Miquel Diumé, al millor informatiu o divulgatiu en ràdio, es va atorgar a la cobertura informativa que va fer Ràdio Olot del judici de La Caritat. El premi al millor treball informatiu o divulgatiu en televisió va ser per al reportatge «La Fageda, una empresa social que funciona», emès al programa «Tinc una idea» de La 2, de TVE, dirigit per Miquel Peralta.





El ripollès Jordi Altesa guanya un premi de comunicació local

Ripoll/Olot El ripollès Jordi Altesa ha estat un dels premiats en la 5a edició dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local, del Col·legi de Periodistes de Girona. Altesa i el seu equip van rebre el Premi Miquel Diumé al millor treball en ràdio per la cobertura del judici de la Caritat d'Olot feta per Ràdio Olot. Entre altres coses es va destacar "la transparència dels processos judicials i la quantitat dels testimonis posats en antena".

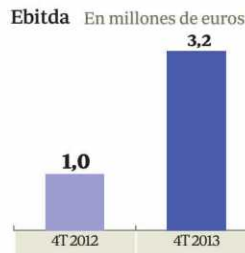
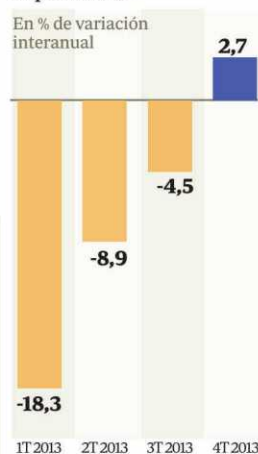
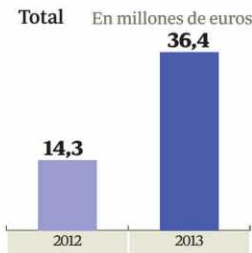
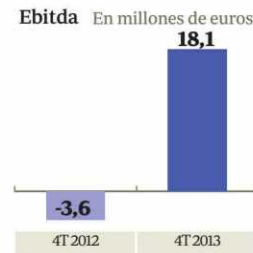


PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

**Resultados ABC****Evolución de las ventas de publicidad****Total Vocento****Variación publicidad**

Fuente: Vocento y elaboración propia

ABC

ABC vuelve a Ebitda positivo en 2013 tras la aplicación del plan estratégico

El «cash flow» de Vocento alcanzó los 3,8 millones de euros antes de extraordinarios

ABC
MADRID

ABC logró en 2013 un Ebitda (resultado bruto de explotación) positivo de 100.000 euros. Se trata del primer año desde el ejercicio de 2006 que el periódico centenario registra números negros en un contexto de caída de la actividad económica y de regresión del mercado publicitario. Pese a todo ello, ABC ha logrado ganar cuota publicitaria frente a sus competidores. En el caso de la edición en internet, el avance en estos ingresos ha sido de un 30,4% en 2013, frente a un retroceso medio del sector del 2,5%, según datos de la consultora i2p. En la edición de ABC en papel, la caída fue de un 13,4% en el conjunto del año pasado, inferior a la media del sector, que sufrió un retroceso del 14,8%, según las mismas fuentes.

Subida del 2,7% en publicidad

En todo caso, la suma de los ingresos publicitarios de la edición «online» de ABC y de la de papel arrojó ya en el cuarto trimestre de 2013 una subida de un 2,7% en relación al mismo periodo del año anterior.

Los buenos resultados se explican, fundamentalmente, por la reducción de costes acometida en los últimos ejercicios. En 2013, los gastos operativos se redujeron un 12,9%, hasta los 117,7 millones de euros.

Vocento, la matriz de ABC, cerró también el ejercicio con mejora de sus

resultados. Su Ebitda fue de 36,3 millones de euros, lo que supone más que duplicar los 14,3 millones obtenidos en el ejercicio anterior.

Además, la situación financiera del grupo ha sido reforzada a través de la firma de un crédito sindicado a cinco años, que reemplaza los actuales préstamos bilaterales y extiende los plazos de vencimiento.

En esta misma línea, el «cash flow» alcanzó cifras positivas, 3,8 millones de euros, antes de extraordinarios derivados de la reestructuración de empleo y de la entrada de caja por la venta de activos no estratégicos por 6,9

Principales magnitudes

Preparados para la recuperación

Los esfuerzos realizados por el grupo han permitido que pese a una caída de los ingresos publicitarios de casi 200 millones de euros entre 2007 y 2013 el Ebitda haya aumentado en el mismo periodo en 7,7 millones de euros. Esta evolución muestra la eficacia del plan puesto en marcha.

Nuevas iniciativas digitales

Vocento trabaja en diferentes frentes para mejorar el conocimiento del usuario y gestionar la publicación multipantalla

con los dispositivos móviles como principal motor. Entre las iniciativas de 2013 está Kiosko y más y Oferplan.

ABC apuesta por la difusión ordinaria

ABC ha apostado por la calidad rentable, con lo que ha mejorado el margen neto por venta de diarios en 4,2 millones de euros en 2013.

Préstamo sindicado de 175 millones

Vocento ha firmado un préstamo sindicado de 175,3 millones de euros que contribuirá al reforzamiento de la estructura

financiera del grupo y, además, sustituirá a la mayor parte de las líneas de financiación actuales y permitirá extender la duración de los créditos. Este nuevo préstamo mejorará la flexibilidad financiera.

Vocento dobla su Ebitda

El Ebitda de Vocento el año pasado fue de 36,3 millones de euros, lo que supone duplicar el registrado en el ejercicio anterior. Esto ha sido posible gracias a que la compañía ha logrado devolver al terreno positivo la mayoría de los negocios que hasta ahora estaban en pérdidas.

millones de euros. Estos avances se han producido en un contexto económico general adverso por lo que tienen especial relevancia.

Todo lo anterior se ha traducido en una reducción significativa de la deuda del grupo, que se situaría por debajo de la de 2012 si se incluyera la venta de Saret, realizada en diciembre del año pasado, por un total de 13,9 millones. A 31 de diciembre de 2013 la deuda era de 149,3 millones de euros, muy por debajo de la media del sector, lo que constituye una de las principales ventajas competitivas de Vocento.

La prensa regional, por su parte, ha

mejorado su rentabilidad tras aplicar medidas de control de costes. En el cuarto trimestre de 2013 el margen Ebitda alcanzó el 18,2% en comparación con el 16% del mismo periodo de 2012, y todo ello, manteniendo su liderazgo del 25% de cuota de difusión.

Mantener la caja positiva

Para este ejercicio los objetivos pasan por aumentar los ingresos digitales y la cuota de mercado. En el terreno de los costes, se mantendrá la política de austeridad y en el ámbito financiero Vocento se centrará en la generación de caja positiva.



ART I ESPAIS ■ L'Agrupació Fotogràfica d'Igualada i l'Ajuntament han renovat la confiança en el FineArt, un certamen que durant quinze dies converteix la fotografia en la protagonista cultural de la capital de l'Anoia. Sumant fotògrafs de prestigi amb noms per descobrir, igualadins i d'arreu, Igualada aprofita tots els espais (pensats o no per exposar-hi) per apropar aquest art als ciutadans. L'any passat hi van passar 10.000 persones

Igualada clava els ulls en 1.100 fotografies

► La ciutat inaugura avui la segona edició del FineArt i reuneix una setantena de fotògrafs amb noms com Man Ray i Colita

SUSANA PAZ | MANRESA

■ Man Ray (un dels artistes més importants del segle XX); Colita (un dels noms clau de la fotografia catalana contemporània) i Samuel Aranda (fotoperiodista català, guanyador del World Press Photo el 2011). Tres reclams segurs per a la segona edició del FineArt Igualada, que avui s'inaugura i que se celebrarà fins al 16 de març a la capital de l'Anoia.

Man Ray, Colita i Aranda. Però també, les imatges d'Agustí Tejedor Gomariz i Francesc Mas Solé amb el projecte *El toll de les Encantades*, a partir de la lectura de *Munta-nyes maleïdes*, de Pep Coll; les del fotoperiodista Albert Ramis, que va morir a Igualada, als 53 anys, i que va deixar un llegat del blanc i negre de la Transició; les de la jove promesa gironina Alicia Rius; les de l'històric i singular José Ortiz Echagüe (Guadalajara, 1886-Madrid, 1980) i les de Nicolas Reusens, un fotògraf d'origen suec, que exposarà macrofotografies de la natura i de les seves criatures més menudes. En total, més de 70 fotògrafs, entre els professionals, els estudiants (de les escoles de fotografia) i els autors de les col·leccions exposades que ompliran més d'una vintena de sales de la ciutat amb unes 1.100 fotografies.

Emmirallant-se en Les Rencontres d'Arles i en el Visa pour l'Image de Perpinyà, l'Agrupació Fotogràfica d'Igualada, amb la complicitat de l'Ajuntament, va decidir, l'any passat, que la capital de l'Anoia bé es mereixia un festival de fotografia. L'entitat, creada el 1929 -la segona d'aquest tipus a Catalunya i la primera de tot l'Estat que no naixia en una capital de província-, va aconseguir 10.000 visitants i les ganes de repetir la convocatòria. Ramon Muntané, coordinador de la mostra, explicava ahir que el FineArt vol «acostar la fotografia a tothom, potenciar-la com un art» en totes les seves facetes: artística, la històrica, la periodística, l'experimental... En un moment en què «l'efecte dels mòbils sembla que pot desprestigi la fotografia», el FineArt propugna recuperar a través d'unes imatges amb nom i cognoms «la gràcia del disparar». I fer-ho amb encert.

Un dels punts forts del FineArt és l'aprofitement com a sales d'ex-



Samuel Aranda, a la taula rodona inaugural, avui al Museu de la Pell

► El Museu de la Pell serà l'escenari avui, a les 18.30 h, de la inauguració del FineArt, amb l'alcalde d'Igualada, Marc Castells, i el president de l'Agrupació Fotogràfica d'Igualada, Ramon Mascaó. Una hora més tard hi haurà una taula rodona amb els fotògrafs Samuel Aranda, Pepe Encinas i Fernando Peracho, de la Galeria Valid Foto, moderada pel periodista Antoni Tortajada.

LA CASUALITAT

A la Biblioteca Central i a la revista National Geographic

► Una de les vuit macrofotografies que exposarà Nicolas Reusens a la Biblioteca Central es pot veure, també, en el número de març, de la revista National Geographic com a finalista dels Sony World Photography Award.

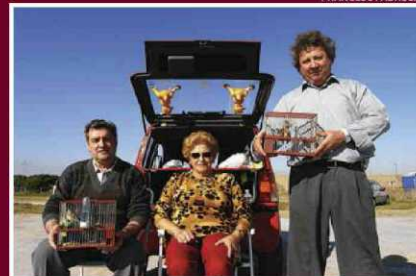
posicions d'espais no pensats per a aquest ús, en aquesta edició, per exemple, el mercat municipal (Mercat de la Masuca), la rectoria de la basílica de Santa Maria, establiments comercials tancats del barri de Sant Agustí i, per primer cop, un restaurant (Somiatriutes, antiga adoberia centenària) i La Cotonera, l'antiga fàbrica de cotó rehabilitada recentment. També, enguany s'han ofert a participar-hi tres galeries d'art, explica Muntané, com el Portal del Llevador, a través de la qual s'exposaran les fotos de Colita. La mitjana de fotografies per autor és d'una vintena, però tot depèn, explica Muntané,



«Periodisme en imatges»
► Albert Ramis exposa al carrer de Sant Agustí, 22



«La mirada feroz». Carmen Amaya a l'aeroport de Mèxic. ► Colita exposa a la sala Portal del Llevador



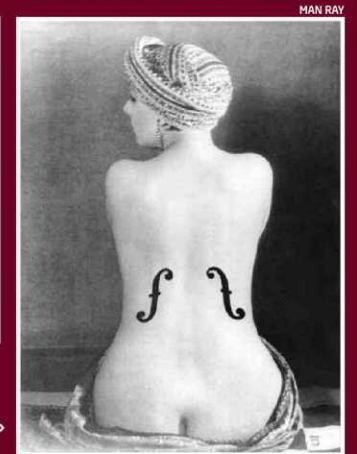
«OH LA LÀ». Família al Prat.
► Francesc Fàbregas exposa al Museu de la Pell



«Closer»
► Nicolas Reusens exposa a la Biblioteca Central



«Una passió per la crònica gràfica»
► Rafel Vilarrubias exposa a l'Adoberia



«Somni: dels objectes a les persones»
Man Ray exposa a l'Escorxador

L'ahir i l'avui dels fotògrafs igualadins

■ La nòmina igualadina al FineArt la formen Marc Vila, Manel Caballé, Jordi Camins, Manel Hidalgo i Jordi Roig, així com els històrics Joan Domingo i Rafel Vilarrubias. Marc Vila (que havia col·laborat a *Regio7*) exposa a Cal Blaiet *Ubi sunt?*, sobre la degradació del paisatge industrial; Manel Caballé, de l'Agrupació Fotogràfica d'Igualada, recorre

els espais de La Cotonera, i els del Vapor del Museu de la Pell; de Joan Domingo i Bisbal (1907-2007) es podrà veure *Johndobianes coloristes*, al carrer Sant Simplicí, 44, i del fotoperiodista Rafel Vilarrubias (1905-1953), inscrit en l'anomenada generació Leica dels grans fotògrafs catalans, *Una passió per la crònica gràfica*, a l'Adoberia. Adreces a www.fineartigualada.cat

fotògrafs, *Fotos d'ahir i avui* a la sala del Vapor del Museu de la Pell; de Joan Domingo i Bisbal (1907-2007) es podrà veure *Johndobianes coloristes*, al carrer Sant Simplicí, 44, i del fotoperiodista Rafel Vilarrubias (1905-1953), inscrit en l'anomenada generació Leica dels grans fotògrafs catalans, *Una passió per la crònica gràfica*, a l'Adoberia. Adreces a www.fineartigualada.cat



SARA ARMADA

El jove Rafael Vilarrubias treballava com a encarregat en una adoberia de la seva ciutat, Igualada. En el seu temps lliure, però, feia fotografies. Experimentava amb enquadraments i temps; després apagava els llums i encenia la bombeta vermella i feia anar papers i sals de plata. De la mateixa manera que Igualada, Vilarrubias (que acabaria sent un gran fotoperiodista) duia gravades en el seu mapa genètic tant la potent indústria de la pell de la zona com la pulsio per la fotografia (crystalitzada en una tradició notable de reporters gràfics a l'Anoia). Molts anys després d'això, i a causa de tot plegat, Igualada celebra el FineArt, un festival dedicat a la fotografia que inunda els seus carrers i que, com un ull obert al món, hi porta el passat i el present i tot l'espectre de la llum i la vida. Benvinguts a la seva segona entrega, que esclata avui i s'allargarà fins al 16 de març.

XEMENEIES ALÇADES

L'antiga fàbrica de cotó rehabilitada La Cotonera o L'Adoberia, a més de la sala cultural L'Escorxador o el Mercat de la Masuca i el Museu de la Pell, són alguns de la vintena d'espais efímers i ocasionals que allotgen els més de 30 fotògrafs i 8 escoles de fotografia que participen en el FineArt Igualada. Fins i tot

LA VIDA A TRAVÉS D'UNA LENT

Comença la segona edició del festival de fotografia FineArt Igualada. Fins al 16 de març

s'hi afegeixen un parell de carrers del barri de Sant Agustí, i el Somiatruites, un nou espai gastronòmic i cultural nascut en una vella blanqueria.

EL PLANTER IGUALADÍ

El FineArt Igualada està organitzat per l'Ajuntament d'Igualada i l'Agrupació Fotogràfica d'Igualada (AFI), una associació amb solera que va néixer el 1929 i que va ser la segona entitat associativa de Catalunya. La seva implicació en la memòria de la ciutat és molt important, i organitza premis com el Concurs Ibèric de Fotografia (ho podreu constatar en una mostra al Museu de la Pell).

Igualada ha vist néixer importants fotoperiodistes com Albert Ramis (3) (anomenat el Verso Suelto de la professió), que no dubtava a jugar-se el tipus davant dels grisos (trobareu la seva obra al carrer Sant Agustí, 22), i el ja esmentat Rafael Vi-

larrubias (6), que formaria part de l'anomenada generació Leica dels grans noms catalans de la fotografia (a L'Adoberia). També hi podreu veure les imatges de l'arxiu fotogràfic del bisetmanari *Igualada* (1942-1998), al Mercat de la Masuca, i la col·lecció d'imatges del primer terç del s. XX de l'Anoia de Josep Thomas i Lucien Roisin, avui a l'arxiu fotogràfic de l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya (Rectoria de Santa Maria).

MAN RAY I FAMÍLIA

El fotògraf surrealista dels fotogrames -imatges abstractes obtingudes sense càmera, amb objectes exposats sobre paper sensible- de les dobles exposicions; l'home que fotografiava allò que no volia pintar i, al revés, protagonitza una de les mostres imprescindibles del FineArt, *Somni: dels objectes a les persones*, a l'Escorxador. Al-

tres grans noms del festival són José Ortiz Echagüe (1), l'enginyer, pilot i empresari de l'aeronàutica que va fotografiar com ningú el Riff i també l'Espanya profunda, amb la tècnica pictorialista del carbó directe (a la Sala Municipal d'Exposicions), o l'estimada Colita i la seva mirada ferotge (Sala Portal del Llevador).

UN RAL·LI I COL·LODIÓ HUMIT

El festival arriba acompanyat d'un interessant programa paral·lel d'activitats com xerrades, projeccions, visites guiades, tallers (de retrats, nocturn, per a nens...) i demostracions de tècniques antigues com el col·lodió humit, per als practicants i curiosos.

A més a més, hi tindrà lloc també dissabte 8 de març el 1r Ral·li de Fotografia Digital, sobre tres temes que es donaran a conèixer el mateix dia (inscripcions a la seu de l'Agrupac-

ció Fotogràfica Igualada: pl. de la Creu, 18, baixos, de 9.30 a 10.30 h).

EN PRIMERA LÍNIA

Al FineArt hi són presents grans valors de la fotografia actual com Santos Moreno (4) (Premio Nacional de fotografia 2014 i Premi Catalunya de fotografia 2012), en un viatge fet en blanc i negre a l'ànima de Cuba, i Samuel Aranda, que com a reporter gràfic independent ha retratat la Primavera Àrab a Egipte, Líbia, Tunísia i el Iemen. Precisament una fotografia presa aquí -una dona abraçant el seu fill ferit- va ser guardonada pel World Press Photo 2012. Els trobareu tots dos a la sala Encavallades del Museu de la Pell. De la nova fornada, al FineArt hi destaca el treball de la gironina Alicia Rius (2) i la seva recerca de llocs abandonats (claustre de l'Escola Pia).

#ARAFINEART

Els lectors de l'ARA van poder participar en el concurs de fotografia de temàtica lliure que el diari i el FineArt van convocar a mitjans de febrer. Les obres guanyadores (5), una quinzena, triades pel director del diari i l'equip de fotografia de l'ARA, poden veure's ara en el marc del festival al Museu de la Pell.

FINEART

DIVERSOS ESPAIS (IGUALADA)
Del 28 de febrer al 16 de març
www.fineartigualada.cat

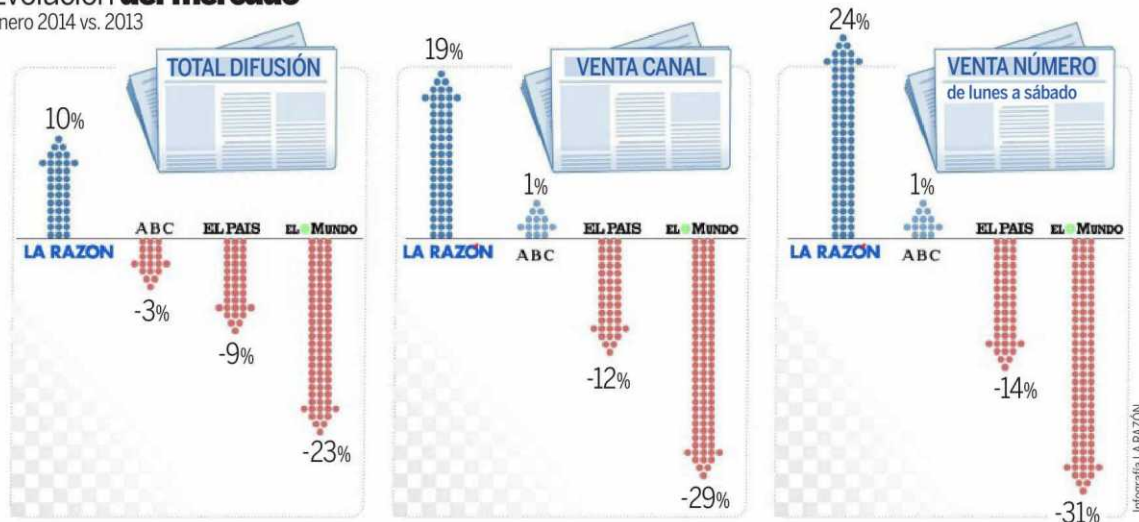


ADOLF BELÍO I SOLÉ



Evolución del mercado

Enero 2014 vs. 2013



Fuente: OJD

Infografía LA RAZÓN

LA RAZÓN, el único diario que crece significativamente en enero

El periódico experimenta una subida del 10% en difusión y del 19% en venta canal

J. Herrero/C. G. - Madrid

Si en 2013 La RAZÓN se confirmó como la única gran cabecera de tirada nacional de información general que se mantuvo respecto al año anterior frente a las significativas caídas de la competencia, el comienzo de 2014 no ha sido menos. La tendencia no sólo ha continuado, sino que se ha incrementado notablemente en comparación con los datos de los doce meses anteriores. Así lo demuestran los datos publicados por la OJD, pendientes de certificación, que reflejan cómo en enero este periódico registró una subida del 10 por ciento de la difusión total de lunes a domingo equiparada con la del mismo periodo de 2013. Una cifra que gana valor al comparar la difícil situación de otros medios y los respectivos retrocesos del resto de cabeceras. Como «ABC», que decrece en un 3 por ciento, y «El País», con un volumen de difusión que desciende en un 9 por ciento en sus ventas semanales. Aunque más señalado y especialmente significativo son los datos que arroja «El Mundo», que sufre una desviación negativa de casi un cuarto del total, un 23 por ciento.

Estos números confirman el buen hacer de LA RAZÓN en el complicado contexto en el que están inmersos los medios de comunicación, más concretamente la

prensa escrita. Pero si hay una cifra que marca la buena situación de este periódico, y que tiene buena culpa de ese 10 por ciento de incremento en la difusión total, es la venta canal –en quiosco–, que se eleva, también de lunes a domingo, en un 19% respecto a las cifras de enero de 2013. Mientras, el centenario «ABC» registra un 1 por

VENTA AL NÚMERO De lunes a sábado, LA RAZÓN aumenta un 24 por ciento, ante los descensos generalizados

ciento, 18 puntos por debajo de este periódico. Por el contrario, «El País» y «El Mundo» ceden un 12 por ciento y un 29, respectivamente.

Igualmente satisfactorias son las ventas canal que registró esta cabecera de lunes a sábado, en las que crece 5 puntos más en comparación a los buenos datos semanales para situarse en un 24 por ciento de crecimiento. Una evolución en la que de nuevo no encuentra rival, puesto que los

INCREMENTO EN LA EDICIÓN DIGITAL

El número de lectores de LA RAZÓN no sólo crece en su edición de papel, sino también en la digital. Cada vez son más los lectores de internet que han hecho de la razon.es su diario on-line de referencia. Y es que el pasado mes de enero la web del periódico contó con una audiencia de casi 1,3 millones de usuarios, lo que supone un incremento del 28,7% en relación al mismo periodo del año anterior, según los datos publicados por comScore. Este importante repunte viene a reforzar las buenas cifras obtenidas por la página web en 2013, con un crecimiento del 27%. En el primer mes de 2014, larazon.es contó con 8 millones de páginas vistas y con casi 3,8 millones de visitas, lo que representa un aumento del 76,6%.

demás o se mantienen respecto a los anteriores datos o se hunden cediendo todavía más ejemplares.

Y la otra noticia positiva que arroja el informe de la OJD es el buen estado de LA RAZÓN en todo el territorio nacional. Se mantiene con ligeras variaciones en Madrid y crece significativamente en la práctica totalidad de las provincias españolas. Destaca el caso de las cuatro provincias catalanas, encabezadas por Barcelona, que es donde más periódicos se venden y en la que las ventas canal se han multiplicado.

Un caso similar se registra en la Comunidad Valenciana, donde su edición ha ascendido las ventas por encima del 26 por ciento si se suman los ascensos de

las tres provincias, con un incremento en Valencia que alcanza el 23,8 por ciento. Más al sur, en Andalucía, LA RAZÓN sigue afianzándose en otro de los puntos con sede y registra importantes incrementos en Sevilla.



La revista 'Sàpiens' distribueix facsímils de 'La Veu de Catalunya' del dia 19 de juliol del 1936, una edició que no es va distribuir als quioscos, sinó al carrer

El diari que no va sortir

Elisabeth Roura
BARCELONA

"La matinada del 19 de juliol de 1936 un grup d'assaltants va entrar a la redacció de *La Veu de Catalunya* a punta de pistola i va manar substituir la planxa de portada per un manifest de les Joventuts Socialistes Unificades", explica l'expert en història del periodisme Josep Maria Figueres. El número 12.504 del diari no va tenir la distribució habitual; van ser els mateixos membres de les Joventuts els que van repartir els exemplars als vianants que passaven per la rambla de Catalunya.

La revista *Sàpiens* ha decidit donar a conèixer aquest exemplar perdut del diari i en distribueix facsímils gratuïts. L'editorial d'aquest número interromput ja posa de manifest el moment crític que es vivia, i assegura que "és impossible de formar un judici definitiu del que ha passat ni del que està passant". El diari demanava respecte estricta a la llei per part de tothom i se situava "al costat del govern de Casares Quiroga". Aquest número mostra no només el manifest de portada fruit de l'incident, sinó tota la informació generalista, comarcal i estrangera pre-



Capçalera de 'La Veu de Catalunya' corresponent al 19 de juliol del 1936, amb un manifest de les Joventuts Socialistes Unificades ■ REVISTA 'SÀPIENS'

vista per a aquell dia. Destaquen les seccions de literatura, art i música, així

com també el seguiment dels preus dels productes bàsics (arrossos, blats, farines, garrofos, etc.) en diverses zones de Catalunya, dins la secció d'economia i finances. A més, la publicitat que hi apareix publicada fa un retrat dels costums dels catalans dels anys trenta, amb anuncis de Vichy Catalan o de diversos remeis i productes d'estètica.

La Veu de Catalunya, fundat el 1899 per Enric Prat de la Riba, el primer

president de la Mancomunitat, va ser una publicació molt compromesa amb la defensa de la llengua i la cultura catalanes al llarg de la primera meitat del segle XX. Tenia una àmplia cobertura per tot el territori i va ser clau en l'articulació dels moviments polítics vinculats amb el catalanisme.

L'origen de Catalunya

La revista inclou aquest mes una publicació biogràfica especial sobre Ramon Berenguer IV, comte

de Barcelona i príncep d'Aragó, considerat el responsable de bastir el Principat català i establir els fonaments de la corona catalanoaragonesa després de casar-se amb Peronella d'Aragó. El dossier, escrit per la historiadora Montse Armengol i el medievalista David Garrido, fa un retrat exhaustiu de la figura del comte, del context històric i de les conquestes territorials. Un reportatge ple d'il·lustracions i mapes que escenifiquen la lluita de les tropes de Ramon Be-

renguer IV en algunes places sarraïnes d'Al-Andalus, com ara Almeria o Tortosa, o les negociacions polítiques amb Alfons VII.

Paral·lelament, el reportatge explica els orígens d'algunes de les joies del patrimoni català, com ara els monestirs de Poblet i Santes Creus o el pòrtic del monestir de Ripoll, el lloc on es troba la tomba del comte, que va ser profanada en diverses ocasions fins que el 1835 un batalló d'Isabel II va cremar-ne les restes. ■



PRISA incrementa un 2,3% sus ingresos de explotación

En el último trimestre la facturación subió un 7,1%

PRISA registró un aumento del 2,3% en sus ingresos en 2013, hasta los 2.725,69 millones de euros. La compañía alcanzó un ebitda de 296 millones.

CINCO DIAS Madrid

Grupo PRISA registró en 2013 unos ingresos de explotación de 2.725,69 millones, un 2,3% más que en 2012. La compañía alcanzó un ebitda de 296,19 millones, un 30,6% menos que en el ejercicio anterior, informó a la CNMV.

La multinacional española de comunicación explicó que el crecimiento de la facturación se debió "al buen comportamiento de los ingresos publicitarios de Latinoamérica (+2,8%)" que compensaron las caídas registradas en otros negocios. El grupo, editor de **Cinco Días**, ingresó 543,7 millones en 2013 por publicidad, un 2,3% menos; 719,1 millones por libros y formación, una cantidad ligeramente superior a la obtenida en 2012, y 122,1 millones por venta de periódicos y revistas, un 16,4% menos.

En el último trimestre del año los ingresos del grupo aumentaron un 7,1%, hasta los 714,48 millones de euros. En el mismo periodo PRISA mejoró sus ingresos por publicidad, 165,8 millones, un 7,6% más. La venta de libros y formación mejoró también entre septiembre y diciembre de 2013 respecto a los últimos tres meses de 2012, un 14,7% más, hasta los 168 millones.

En televisión de pago (Canal+), PRISA ingresó 1.166,17 millones, un 9,2% más. Sin embargo el ebitda recurrente cayó un 82,1%, hasta los 32,51 millones, "por



Instalaciones de PRISA en la localidad madrileña de Tres Cantos. PABLO MONGE

NEGOCIOS

- **Radio:** ingresos de 343 millones, un 0,1% más. La publicidad cayó en España un 5% y mejoró en América Latina un 3,4%.
- **Prensa:** ingresos de 282,49 millones, un 10,2% menos por la caída de la publicidad y de la circulación.
- **Televisión de pago:** ingresos de 1.166,17 millones, un 9,2% más. El ebitda cayó un 82,1%, hasta los 32,51 millones, por el nuevo modelo de explotación del fútbol.

el nuevo modelo de explotación del fútbol", señaló el grupo.

Los ingresos en Santillana (738,3 millones) se mantuvieron en línea con el ejercicio 2012, con una subida del 0,6%. El grupo señaló que a tipo de cambio constante, los ingresos habrían subido un

10,8%. La compañía destacó el comportamiento de sistemas de enseñanza digitales y los ingresos generados en América Latina, donde crecieron un 4,1%, destacando la evolución de Colombia (un 21,9% más), México (6,1% más), Ecuador (9,2% más) y Argentina (6,9% más). PRISA destacó que en Brasil, con un incremento en la facturación del 12,3%, a valores constantes (el impacto negativo del tipo de cambio), los ingresos en el país habrían subido un 31,3%.

La división de Radio de PRISA facturó un 0,1% más, hasta los 342,88 millones. El grupo informó de que en España su negocio de radio había registrado una caída de la publicidad del 5% frente a una mejora del 3,4% en América Latina.

El negocio de prensa del grupo cayó un 10,2%, hasta los 282,49 millones, explicado por la debilidad de la publicidad y la caída de la circulación. El ebitda ajustado ascendió a

25,08 millones, un 61,9% más. La cuota de mercado de *El País* subió hasta el 31%.

Medida Capital, en Portugal, ingresó 181,72 millones, un 1,4% menos, debido a la caída de la publicidad, aunque advirtió una mejora en los dos últimos trimestres del año.

El grupo presidido por Juan Luis Cebrián precisó en su comunicado que la comparación de los resultados de 2013 y 2012 se ve afectada por efectos extraordinarios como deterioro del fondo de comercio y las provisiones registradas al respecto, además de indemnizaciones efectuadas por reestructuraciones de personal o litigios resueltos que afectan al impuesto de sociedades. En particular, PRISA, que registró unas pérdidas totales de 648,7 millones (255 millones de pérdidas en 2012), explicó que en su división de televisión de pago se generó un deterioro del fondo de comercio de 844,6 millones de euros.

Fuerte impulso del negocio digital

En 2013, el promedio de navegadores únicos de las diferentes páginas web del grupo alcanzó los 83,7 millones, un 17% más. PRISA registró el pasado año un aumento de la publicidad digital del 10% en comparación con 2012, hasta los 37,45 millones de euros.

En total, la actividad digital del grupo alcanzó unos ingresos de 86,93 millones de euros, una subida del 43,8%. Además del alza experimentada en los ingresos por publicidad digital, PRISA des-

taó el crecimiento de los ingresos de productos digitales de Yomvi, un 143,6% más.

Al término del ejercicio pasado, el negocio audiovisual suponía el 50% de la facturación total del grupo; el de educación, el 27%; el de radio, el 13%, y el de prensa el 10%. La compañía genera el 34% de su negocio en el extranjero y el resto en España.

El grupo de comunicación destacó en su información de resultados enviado a la Comisión Nacional del Mer-

cado de Valores el acuerdo de refinanciación alcanzado con sus acreedores. En virtud de dicho acuerdo, cerrado en diciembre, PRISA logra mayor flexibilidad financiera extendiendo los vencimientos de la deuda a cinco y seis años; una línea de financiación adicional de 353 millones y mayor flexibilidad en la toma de decisiones eliminando la necesidad de unanimidad para tomar decisiones (al someter la documentación contractual a legislación inglesa).

La compañía indicó que el proceso de reducción de deuda, ligado al cumplimiento de ciertos hitos, no obliga a la venta de ningún activo en particular, ni en un momento determinado, "sino que permiten asegurarse la toma de decisiones correctas y más favorables con flexibilidad temporal (para aprovechar la recuperación del mercado).

La deuda neta total de PRISA a diciembre de 2013 ascendía a 3.227,4 millones de euros.



Mediaset guanya un 91% menys per les compres de Cuatro i Canal+

Antena 3 va tancar el 2013 millorant un 44% els beneficis

Any asimètric per als dos grups privats de televisió. Mediaset es queda el 2013 sense pràcticament beneficis mentre que els guanys d'Atresmedia en aquest exercici puguen un 44%.

ÀLEX GUTIÉRREZ

BARCELONA. Mediaset (Telecinco, Cuatro) va liderar també el 2013 el mercat publicitari televisiu, però és una victòria amb regust amarg: la xifra de beneficis s'ha desplomat dels 50,1 milions als 4,16. La caiguda, del 91%, s'explica sobretot per l'impacte de les amortitzacions de Cuatro i Canal+. En va informar ahir la companyia a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV), en una nota en què xifra els seus ingressos bruts en 802,2 milions d'euros, mentre que el 2012 va aconseguir-ne 872,8. Això suposa tenir una quota de mercat del 43,7% en el sector dels anuncis televisius. I ho va fer amb vuit canals de televisió que, sumats, assoleixen el 28,9% de l'audiència.

Segons va explicar Mediaset en un comunicat, si no es repercutissin les amortitzacions de Cuatro i Canal+, el benefici net ajustat pujaria fins als 49,3 milions, una xifra en la línia de la de l'any anterior.

Més ingressos a Atresmedia

Atresmedia també va presentar resultats. En aquest cas, marca 46 milions de beneficis, la qual cosa suposa millorar en un 44% la xifra del 2012. El grup d'Antena 3 i La Sexta sí que va aconseguir millorar el seu volum de facturació: va pujar un 11,7%, fins als 797,7 milions.

Així, Atresmedia –que té un canal menys en obert que Mediaset– va copar el 28,8% de l'audiència (tot just una dècima menys que la seva rival). I amb això va controlar el 42,6% del mercat de la publicitat televisiva (la qual cosa suposa un avanç important respecte al 35% de l'any anterior, fruit de l'absorció dels canals de La Sexta). En els comptes d'Atresmedia també s'hi sumen els resultats de la seva branca radiofònica (Onda Cero, Europa FM, Melodía FM).

En tot cas, la xifra de beneficis del grup queda lluny encara dels 93,4 milions que va poder registrar l'any 2011 o els 109,1 milions de l'any anterior. Els experts apunten a una tí-

mida recuperació del mercat televisiu per al 2014.

La situació de duopoli fa que aquests dos grans grups controlin el 86,3% del mercat, tot i que en termes d'audiència es quedin en el 57,7%. L'any es va saldar amb un augment conjunt de la seva quota. El gener del 2013 els quinze canals de les dues operadores sumaven el 55,8%. I al llarg de l'any van guanyar audiència fins a sumar el 59% al mes de desembre.

De totes maneres, tant Mediaset com Atresmedia s'enfronten a la incertesa de saber si hauran de sacrificar alguns dels seus canals petits. Una sentència del Suprem determina que Mediaset tanqui dos canals i Antena 3 tres. Govern i operadores mantenen converses per trobar una solució que permeti complir la sentència del Suprem –que actuava perquè aquestes llicències es van atorgar sense concurs– amb el mínim impacte possible per a les televisions. —



01. Paolo Vasile, conseller delegat de Mediaset. 02. José Manuel Lara, president d'Atresmedia.



ARA

L'evolució econòmica de Mediaset i Antena 3

dades en milions d'euros

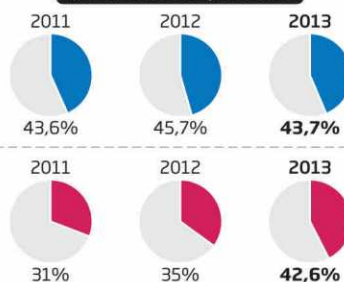


Mediaset

Telecinco
Cuatro
FdF
Divinity
Boing
Energy
La 7
La 9



Quota de mercat publicitari



Grupo Antena 3

Antena 3
La Sexta
La Sexta 3
Neox
Nova
Xplora
Nitro
Gol Televisión

Font: Mediaset i Antena 3 / Gràfic: E. Forroll



COMPARECENCIA EN EL CONGRESO

La 1 no emitirá antes su programación nocturna mientras las privadas eviten 'racionalizar' los horarios. El presidente de RTVE asegura que el canal no interviene en las tramas políticas de la serie 'Cuéntame'

TVE se resiste a adelantar el 'prime time'

EDUARDO FERNÁNDEZ / Madrid

Ayer, *Cuéntame* se vio en el Congreso, primero, y en La 1, a continuación, ya bien entrada la noche. Leopoldo González-Echenique, presidente de la corporación RTVE, negó ante la Comisión mixta de control parlamentario «la más mínima instrucción» de la cadena pública en los guiones de la veterana serie de ficción, que esta temporada se ambienta en 1982, año de la primera victoria socialista de Felipe González. «Nunca jamás ha habido la más mínima intervención», subrayó González-Echenique, consultado por una supuesta advertencia de la cadena a la productora Ganga.

Como programa de *prime time*, *Cuéntame* también estuvo presente en otra de las cuestiones abordadas por los distintos grupos parlamentarios: la *racionalización* de los horarios. España destaca entre el resto de países de la Unión Europea por obligar a los espectadores a trasnochar para seguir la programación más atractiva, un retraso de horarios especialmente perjudicial para los menores de edad. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) ha llamado la atención recientemente a TVE por el hecho de que «un programa como *MasterChef Junior*, de corte familiar y con un enorme éxito entre la población infantil, se alargue en pantalla, como ocurrió con su final, hasta la madrugada». El minuto más visto de la última edición de ese espacio tuvo lugar a las 00.10 horas, cuando llegó a congregarse a 5.387.000 espectadores.

«La corporación es sensible y le damos muchas vueltas al tema»,



Los Alcántara, protagonistas de la serie 'Cuéntame', ante el televisor. / TVE

El 66%, insatisfecho con el 'Telediario'

Dos tercios de los redactores de los 'telediarios' (66%) se declaran insatisfechos con su trabajo para la pública. Una encuesta planteada por el Consejo de Informativos de TVE al núcleo de la plantilla de los Servicios Informativos de la cadena arroja este dato sobre Torrespaña. Además, el 44,64% de los periodistas se siente presionado por sus jefes y el 39,8% considera que los temas de los que se encargan carecen

de interés y la relevancia pública que exige la Ley. El descontento se dispara en el área de Sociedad, en la que «se dan las tasas más altas de insatisfacción y de crítica», tal y como se plasma en las conclusiones del cuestionario, un documento al que ha tenido acceso EL MUNDO y que ya ha sido trasladado por el Consejo de Informativos tanto a la directiva de Julio Somoano como a los trabajadores del 'Telediario'.

aseguró González-Echenique, que dio a entender que la pública no renunciará a su trozo del pastel, ni siquiera por los niños, mientras los operadores privados no muestren disposición para adelantar el hora-

rio de máxima audiencia. Esta misma semana, según ha podido saber EL MUNDO, se ha celebrado un pleno de la Comisión Nacional para la Racionalización de Horarios Españoles, que trabaja en este sentido.

De hecho, González-Echenique marcó distancias con las privadas gracias a un informe elaborado por la propia corporación. El documento acredita que el *prime time* de La 1 concluía a las 00.00 horas en 2013.

El presidente de la pública sacó ayer pecho porque, en el presente año, el final del *prime time* no pasa de las 23.54 horas.

Según esos datos, la tendencia a pasar la noche en vela se extrema en el caso de las cadenas privadas. El *prime time* de Antena 3 acababa en 2013 a las 00.26 horas y termina a las 00.21 horas en lo que va de 2014. La nocturnidad se acentúa en el caso de Telecinco, con un horario de máxima audiencia que en 2013 alcanzaba las 01.06 horas y que en el presente año llega a las 00.58 horas. Esa cadena del grupo Mediaset emitía ayer *La voz kids*, un *talent show* protagonizado por niños que estuvo en antena hasta pasadas las 01.00 horas.

En su comparecencia en el Congreso, el presidente de RTVE también anunció un plan para controlar las contrataciones de personal y de productoras, un ajuste solicitado por el Tribunal de Cuentas. Además, González-Echenique defendió el trabajo de Toñi Moreno al frente de *Entre todos*. El pasado miércoles, la presentadora zanjó una conversación telefónica con una espectadora con la siguiente frase: «O se denuncia el maltrato o se calla una para el resto de la vida». Ante el revuelo en las redes sociales, la propia Moreno pidió disculpas a la audiencia en la franja final del programa. Ayer, preguntado sobre el fomento de conductas delictivas y el silencio al respecto de la violencia machista, González-Echenique puntualizó: «La violencia venía de la suegra, de una mujer hacia una mujer». El público pudo verlo, eso sí, sin necesidad de trasnochar, en horario de tarde.



MOBILE WORLD CONGRESS 2014

Las 'apps' más originales de la feria

Newsron agrega las noticias, pero solo la mejor y primera de cada tema, descubriendo las copias ● Cam Me realiza autorretratos de cuerpo entero

STEFANIA GOZZER
Barcelona

Cerca de 140.000 millones de descargas de aplicaciones son motivo suficiente como para que el Mobile World Congress, que finalizó ayer con récord de visitantes, le dedicara una zona al Planeta App. No es la principal atracción de la feria, pero sí que ha mostrado algunas apps singulares en un proceloso mundo de 2.000 millones de aplicaciones de las que solo el 0,01% ganan dinero. Estas fueron las más atractivas:

» **Newsron, el 'poli' del periodismo.** Este agregador quiere ser el primer Spotify de noticias. Permite al lector ver los artículos según la temática (Cultura, Deportes...) o el periódico. En menos de un minuto, la aplicación muestra un listado de noticias ordenadas por un criterio semántico. "Valora qué medio de comunicación tiene la noticia de más calidad: si da más información, si tiene fotos... Si varios diarios tienen textos similares, detecta que es una noticia de agencia y la muestra en último lugar", explica Patrick Lardi, uno de los tres fundadores. "Nuestra idea es promover el periodismo de calidad y no el corta y pega". Han recibido solicitudes de diarios como *The Guardian* para ser añadidos a la aplicación. "En 2013, el 30% de los artículos analizados eran copiados y el 40% guardaba alguna relación con otros. Solo un 30% eran realmente originales".

» **Xooloo App Kids, para compartir el móvil con niños.** Basta con un botón para que la interfaz del dispositivo cambie y

Liopa reconoce el movimiento de los labios y desbloquea el móvil

148.000 millones de descargas se harán este año en los teléfonos del mundo

las únicas aplicaciones disponibles sean las que los padres han elegido previamente. Se puede configurar para que muestre juegos, fotos y, en la versión *premium*, hasta elegir con qué otros números de teléfono tener contacto. También permite programar el tiempo de uso y, llegada la hora límite, el niño ya no tiene acceso a las aplicaciones.

» **Lok lok.** Portuguesa, pero liderada por el madrileño Guillermo Landín. Hay gente con la que queremos estar conectados



Informáticos en acción en el tren Express Imagine.

todo el tiempo, aunque no tengamos nada que decir. Con Lok lok, ya no es necesario salir de la pantalla de bloqueo del móvil para enviar señales a amigos o familiares. El primer paso es crear un grupo de personas de contacto. Teniendo el dispositivo bloqueado, basta con tocar una vez la pantalla para que se ilumine y podamos dibujar sobre ella. Una vez acabado, se hace clic en la flecha de enviar. El dibujo aparecerá en la pantalla de todos los miembros del grupo. Para borrarlo, hay que tocar

la pantalla con dos dedos. Gratuita y en Android.

» **Cam Me, la 'selfie' perfecta.** Amplía la fiebre de los *selfie* de la cara al cuerpo entero. Esta aplicación toma fotos a distancia con el móvil. Solo se ha de levantar el brazo y cerrar la mano para que el teléfono entienda que queremos una imagen. La cámara se dispara. También tiene la opción de hacer tres fotos seguidas y presentarlas a modo del clásico fotomatón. Gratuita, pero solo para iPhone.

» **Liopa, labios seguros.** En vez de teclear claves, Liopa (labios en irlandés) activa la cámara y muestra cinco dígitos combinados al azar que el usuario debe leer. Según el movimiento de los labios, la app determina si la persona que lee el código es quien debe ser. Podría utilizarse en transacciones bancarias. La aplicación utiliza 70 puntos que colorea alrededor de la imagen de la boca la primera vez que uno lee los números frente al móvil. Esta lectura le sirve para detectar la identidad del que habla.

**críticatv**
MÒNICA PLANAS - PERIODISTA

La televisió pública i la democràcia

Dimecres al 60 minuts del 33 emeti- en un reportatge sobre el tancament de la televisió pública grega, que es va produir el juny de l'any passat. L'interès d'*El senyal perdut de la democràcia* anava molt més enllà del cas concret, i és que servia per exemplificar quina és la importància de tenir uns mitjans públics per al bon funcionament de la democràcia en un país. El que impactava més, sobretot, era descobrir els constants paral·lelismes de l'ERT grega amb casos més propers, com el tancament de Canal 9 o algunes de les vagues i protestes dels treballadors que s'han produït a TV3. Era inevitable que interiorment l'espectador anés identificant problemàtiques. De fet, fins i tot feia impressió com algunes de les imatges del tancament de l'ERT, el cas dels passadissos de la televisió en el moment de la clausura, les llàgrimes dels treballadors, la solidaritat ciutadana manifestant-se... eren gairebé una clonació de les escenes que es van viure a la televisió valenciana. El reportatge no pretenia, en cap moment, vendre la tele grega com la panacea del periodisme. Al contrari. Exposava també que era un mitjà imperfecte que a vegades generava queixes dels consumidors. Però també demostrava que era positiu que això pogués



Servei interromput
Impactava descobrir
els paral·lelismes de l'ERT
grega amb casos més
propers, com Canal 9 i TV3

ser així: forma part de l'engranatge democràtic. Els mitjans com a control de poder i la ciutadania com a control de qualitat dels mitjans. El govern grec va pensar que les insatisfaccions que provocava sovint la televisió pública serien suficients perquè públicament s'acceptés de bon grat el tancament com a aparent mesura d'estalvi. Els grecs, però, no ho van veure de la mateixa manera: van entendre que aquell cop d'autoritat anava molt més enllà d'una retallada. Significava anul·lar de manera flagrant els seus drets com a ciutadans i carregar-se un mitjà que servia per observar de prop el poder i detectar-ne els abusos. El més flagrant és com s'explica que a sobre l'ERT no suposava una despesa per a l'estat sinó que, tot al contrari, aportava beneficis. I és que la tele es nodria d'una quota de 24 euros al mes que pagaven els ciutadans. Què porta un govern a eliminar un ens públic d'informació que fins i tot dóna diners? Aquí és on posa el focus el reportatge, i explica també quin és el panorama resultant en un espai mediàtic acaparat per televisions privades en l'era digital. Un control de la població que queda a mercè d'interessos comercials. Convertir els ciutadans en clients que fins i tot perden el dret a queixar-se.



C's cree que el Govern va contra la libertad de prensa por el informe sobre periodistas

Carina Mejías pide «dimisiones por la actitud censora» del Ejecutivo catalán

D. G. S. / Barcelona

La diputada de Ciutadans (C's) Carina Mejías calificó ayer de «atentado contra la libertad de prensa y la libertad de expresión» el informe encargado por el Govern para clasificar a los periodistas según su ideología que elaboró la Universidad Ramon Llull, cuya existencia desveló hace unas semanas este diario.

Durante la sesión parlamentaria de ayer, Mejías pidió al Ejecutivo catalán «dimisiones por la actitud censora y de control hacia los medios de comunicación» que denota ese estudio, y alertó de que «la política del Govern hacia los medios de comunicación es clientelar, cen-

sora y antidemocrática».

La diputada de Ciutadans también denunció «los mecanismos de censura del Govern y el entramado de subvenciones con los que la Generalitat paga silencios y premia afinidades políticas», y puso como ejemplo «los tres millones de euros de dinero público que el Govern ha regalado a medios privados para que sigan el dictado de su discurso».

Se encargó de responderle el portavoz de la Generalitat y conseller de Presidència, Francesc Homs, que insistió en que en el informe no aparece el nombre de ningún periodista –algo que ya recogía la información de este



Carina Mejías. / SANTI COGOLLUDO

diario– e insinuó que Ciutadans «confunde la libertad de expresión con los insultos» o con «la banalización del nazismo o el fascismo».

Mejías también pidió a Homs que «desmantele el Consell Audiovisual de Catalunya (CAC), porque es un organismo censor que no tiene cabida en democracia y sale muy caro a los catalanes». Además, reclamó «a los periodistas que trabajan en Cataluña» que «no pierdan su espíritu crítico ni su capacidad de expresarse libremente».



Tableta, 'smartphone' e internet convierten la televisión en una 'app' más

Yomvi lanza ofertas que se ajustan a los nuevos cambios de la industria

M. J. Barcelona

"Internet y los nuevos dispositivos móviles han convertido la televisión en una *app* más". Así lo señaló ayer en Barcelona Pablo Romero, director de Contenidos de Yomvi, la plataforma online de contenidos de pago de Canal+. En rueda de prensa con motivo del Mobile World Congress, el directivo explicó que el vídeo bajo demanda está irrumpiendo con fuerza a la hora de consumir contenidos televisivos y aseguró que con Yomvi ha quedado constatada la complementariedad de la emisión en directo con la posibilidad de ver contenidos cuando los usuarios quieran y donde quieran.

Yomvi cerró enero con 12 millones de sesiones de televisión en directo (gracias a los deportes y, muy especialmente, al fútbol), y con más de cinco millones de sesiones de vídeo a la carta (sobre todo de cine y series).

"Hay una consistencia enorme entre lo que es Yomvi y lo que se está moviendo en la industria tecnológica", insistió Romero. "Por un lado, los fabricantes de tabletas y *smartphones* están lanzando dispositivos cada vez más grandes para albergar contenidos televisivos, y los operadores están reforzando sus redes con la fibra y el 4G, que permiten consumir contenidos bajo demanda".

Para Romero, se empieza a ver un cambio muy importante en la industria de la te-

levisión. "Hasta ahora los únicos que prescribían los contenidos eran las propias cadenas de televisión, pero hoy eso está cambiando. Cada vez hay más consumo de contenidos prescritos por amigos que mandan *links*".

El directivo indicó en su charla que Yomvi ha entendido los cambios que plantea la industria y que han lanzado ofertas que se ajustan a las nuevas condiciones del mercado. "Hemos cambiado, por ejemplo, la manera de programar. En lugar de emitir un episodio por semana de una serie, hemos apostado por lanzar temporadas completas para que el usuario administre su ración televisiva". La oferta, dijo, ha tenido una "magnífica acogida" con claros casos de éxito, como el alcanzado con series como *Breaking Bad*.

Otra novedad lanzada por Yomvi es el llamado estreno en caliente. "Hemos cerrado un acuerdo con HBO [que cuenta con series de gran tirón como *Juego de tronos*] para que nuestros clientes puedan tener contenidos al día siguiente de su estreno en EE UU". Romero se mostró convencido de que todas estas nuevas propuestas de Yomvi, que "están cambiando la forma de consumir contenidos en España" permitirán "reducir la piratería". Una prueba, dijo, es que el ranking de los consumos más vistos de Yomvi coincide con los rankings de los contenidos más pirateados.



Las indemnizaciones por despido duplican las pérdidas de Prisa, hasta 648 millones

Agencias MADRID.

Prisa perdió 648,7 millones de euros el pasado año, un 154,4 por ciento más respecto a los números rojos de 255 millones de pérdidas de 2012, lastrado por las indemnizaciones de las reestructuraciones de personal y las provisiones registradas por el deterioro del fondo de comercio. El resultado bruto de explotación (ebitda) cayó también un 30,6 por ciento, hasta 296,2 millones.

Según informó ayer a la CNMV el editor de la *Cadena SER*, *El País* y *Cinco Días*, los ingresos de explotación fueron de 2.725,7 millones de euros, lo que supone un 2,3 por ciento más. Los ingresos publicitarios, que representaron un 19,9 por ciento del total de la facturación del gru-

po, cayeron un 2,3 por ciento hasta alcanzar los 543,8 millones de euros. En España, en concreto, disminuyeron un 2,4 por ciento, mientras que en Latinoamérica crecieron un 2,8 por ciento.

El conjunto de ingresos de Prisa en el mercado latinoamericano creció un 3,4 por ciento y representó el 27,7 por ciento de los ingresos del grupo (frente al 26,7 por ciento de 2012) y un 67,5 por ciento del ebitda (45 por ciento en 2012).

En cuanto a los gastos de explotación, aumentaron un 24,2 por ciento, ascendiendo a 3.526,8 millones, debido a los efectos derivados del deterioro de los activos y el nuevo acuerdo de explotación del fútbol.

Por divisiones, la televisión de pago (Canal+) elevó sus ingresos un

9,2 por ciento, debido al crecimiento en el número de abonados de otras plataformas gracias a los acuerdos de multidistribución que compensaron la caída en ingresos de abonados de satélite.

En Santillana, los ingresos fueron de 738,3 millones de euros, apenas un 0,6 por ciento más, debido al impacto negativo del tipo de cambio.

En radio, los ingresos se mantuvieron planos, en 342,88 millones de euros, debido a la menor publicidad en España y a la mejora de la publicidad en América Latina.

Los ingresos de prensa se redujeron en un 10,2 por ciento, hasta los 282,49 millones, lastrados por la debilidad de la publicidad (un 4 por ciento menos) y la caída de la circulación en un 16,3 por ciento.



EL PAÍS añade WhatsApp para compartir noticias

EL PAÍS, Barcelona

Los lectores de EL PAÍS que accedan al diario a través de su móvil iPhone podrán compartir las noticias a través del servicio de mensajería WhatsApp.

El botón verde de WhatsApp aparece en las noticias de la página web www.elpais.com junto a los iconos de redes sociales (Twitter, Facebook, Eskup, Tuenti, LinkedIn, Menéame y Google +). Cuando los lectores lo pulsen, se les abrirá directamente la agenda de contactos para que seleccionen a quien quieren enviar la información.

“Celebramos la integración con EL PAÍS. WhatsApp alcanza ya el 20% de lo que se comparte a través de la web móvil. Estamos seguros de que este servicio servirá para difundir y disfrutar de sus contenidos y noticias con las personas que importan con cercanía. WhatsApp facilita la conversación sobre lo compartido de manera sencilla y directa”, han declara-



WhatsApp en Elpais.com.

do desde el equipo de desarrollo de WhatsApp.

EL PAÍS es el primer medio español que ofrece esta opción a sus lectores, que podrán enviar el enlace a noticias, galerías fotográficas y videos a sus contactos.

La integración del botón del servicio de mensajería instantánea WhatsApp les aparecerá a todos los usuarios de iPhone que entren en la página de EL PAÍS, lo hagan a través de la versión móvil o de la clásica.

WhatsApp, que el lunes cumplió cinco años, cuenta con 450 millones de usuarios en todo el mundo; de ellos, 38 millones se encuentran en Brasil, 32 millones en México, 25 millones en España y 13 millones en Argentina, como países latinos que más emplean este servicio de mensajería instantánea. En el caso de los móviles Android no es necesario ningún botón especial porque el navegador ya permite compartir con las aplicaciones instaladas.



GOBIERNO DE CATALUÑA

Homs acusa a la prensa nacional de «militar» contra la secesión

J. GUIL BARCELONA

Durante el pleno del Parlamento catalán de ayer, el consejero de la Presidencia y portavoz de la Generalitat, Francesc Homs, arremetió contra la prensa «de Madrid», a la que acusó de «ser tributaria de la militancia a una causa», «subordinada a un principio político» y «lejos del compromiso con la libertad de expresión, el contraste de la información, el buen hacer de la Prensa». Homs aseguró

que algunos directores de medios de Madrid, sin citarlos, le han dicho «a la cara» que este es su propósito e incluso afirmó que uno de estos directores le aseguró «que por encima de la verdad hay la unidad de España».

El portavoz de la Generalitat, que también afeó que algunos hagan ruedas de prensa «con pantallas de plasma», rebatió de esta guisa una interpelación de la diputada de Ciudadanos, Carina Mejías, quien denunció

la política «clientelar», «censora» y «contra la libertad de prensa» que ejerce la Generalitat. Mejías, a diferencia de Homs, sí dio ejemplos recientes: los informes encargados por Presidencia de la Generalitat de artículos de periodistas sobre el proceso soberanista, la denuncia de la Generalitat contra columnistas —entre ellos, varios de ABC— por supuestamente incitar al odio con alusiones al nazismo y la independencia de Cataluña. O las cuantiosas subvenciones a diarios que publican en catalán. «¿Cuál es la finalidad, pagar silencios?», le inquirió la diputada de C's. Pero Homs desvió el tiro a Madrid.



Més mitjans

TAXA

El cànon de la BBC, ara a la tele a la carta

El director general de la BBC, Tony Hall, ha defensat aquesta setmana el model de cànon obligatori amb què es finança la cadena pública britànica i ha apostat per ampliar la taxa als continguts que s'emeten en diferit per internet. El 2016 caduca l'acord entre el govern britànic i la BBC que permet a la

cadena cobrar 146 lliures (176 euros) anuals a totes les llars amb tele, amb la qual cosa recapta més de 4,2 milions d'euros. Ara, s'obre la porta als que tenen ordinadors, tauletes i telèfons intel·ligents i consumeixen sèries i programes de la BBC a través del servei de tele en línia. ■ REDACCIÓ






EL APUNTE

*Listado de
periodistas*

ÀLEX SÀLMON

LO MEJOR QUE pudieron hacer los responsables del informe sobre la valoración en los medios de comunicación del proceso soberanista es quemar el trabajo de campo. Y no porque estuviera mal hecho. Seguro que los métodos académicos utilizados por Blanquerna fueron los correctos. Lo digo porque quien lo pedía era un gobierno (A) y porque existió una valoración subjetiva sobre cómo calificar a los diferentes periodistas (B). Esta relación malvada entre A y B explica la necesidad de clasificar a los analistas en cuatro opciones: soberanistas, españolistas, federalistas y sin identificar. Ese último mola.

Quiero decir que, para llegar a la conclusión de que tal o cual interpreta la realidad con una de esas cuatro denominaciones, hay que trabajar de forma nominativa. Con nombres y apellidos. De no ser así, las opiniones estarían hechas por enteleguias. Así pondríamos número a esos seres sin rostro que son los que construyen la opinión en Cataluña. Y no creo que fuera eso lo que buscaba **Francesc Homs**, o quien encargó ese informe. Hay que relatar un argumentario para clasificar. No estamos hablando de replicantes a lo *Blade Runner*. Los periodistas que analizan la realidad catalana tienen rostro y, con la mejor información posible y todas las variables oportunas, narramos la realidad. Así que, por el bien de Homs, mejor que el trabajo de campo haya desaparecido. Ya se sabe que los documentos tienen alas. Por cierto, me apunto al «sin identificar».

 @alexsalmonbcn
alex.salmon@elmundo.es



Echenique niega injerencias ideológicas en «Cuéntame»

Leopoldo González-Echenique, presidente de RTVE, compendió ayer en el Congreso, donde negó que desde la cadena se haya dado nunca ninguna indicación política a los guionistas de la serie «Cuéntame cómo pasó». Durante su comparecencia ante la comisión mixta de control parlamentario, Echenique negó que

hubiera pedido a la productora Ganga que se guardara «equilibrio» político a la hora de reflejar la victoria electoral del PSOE en 1982. «No hemos dado ninguna instrucción jamás y la productora nos ha enviado un correo en el que niega cualquier injerencia ni indicación política, ni en esta temporada ni en ninguna otra. Es falso decir que se quiere falsificar la historia», afirmó Echenique. Felipe González ya dijo hace tiempo que «Cuéntame» no llegaría a la victoria socialista del 82, añadió, y «tampoco eso se ha hecho realidad».



La Lliga tuitejarà els vídeos dels gols i les millors jugades

Un acord entre la Lliga de Futbol Professional (LFP), Twitter i Mediapro permetrà que el compte @LaLiga tuitegi vídeos i àudios de “les millors jugades, tots els gols, opinions de protagonistes i tot el que passa abans, durant i després de cada partit” de la competició, segons un comuni-

cat de la productora catalana. L’acord donarà “la màxima difusió mundial” a la Lliga i permetrà que “tots els aficionats al futbol” accedeixin més fàcilment a les novetats de la competició. Fins ara, només la NBA disposava d’un acord d’aquestes característiques amb Twitter.



Del Riego defensa la figura de l'editor

MADRID Redacció

“La societat necessita editors de premsa que entenguin el periodisme com un servei públic”. Així ho va afirmar ahir la presidenta de l'Associació de la Premsa de Madrid (APM) i periodista de *La Vanguardia*, Carmen del Riego, que va alertar del perill que corren els ciutadans si els mitjans de comunicació deixen de ser-ho i amb això abandonen la seva principal finalitat: “Explicar als ciutadans la societat en la qual viuen”.

En una conferència al Fòrum de la Nova Comunicació, Del Riego va fer una crida a fer un periodisme “que sigui això, periodisme, i no espectacle”, i a ocupar-se dels problemes dels ciutadans i no els del poder polític i econòmic. Els periodistes, va dir la periodista de *La Vanguardia*, han de fer autocrítica i analitzar les raons que han provocat que els ciutadans estiguin perdent la confiança en els mitjans de comunicació.●



DRETS

Acord entre la Lliga, Mediapro i Twitter

La Lliga de Futbol Professional (LFP) va anunciar ahir la signatura d'un acord amb Mediapro i Twitter que permetrà a tots els afeccionats accedir a través d'aquesta xarxa social a les novetats de cada jornada. A través del compte de Twitter @LaLiga s'oferiran, en formats de vídeo i àudio, les millors jugades, tots els gols, opinions dels protagonistes i tot el que passi abans, durant i després de cada partit. Segons va destacar Jaume Roures (Mediapro), s'intenta traslladar el futbol a través de totes les pantalles possibles. ■ REDACCIÓ



Mediaset recorta un 90% su beneficio debido a extraordinarios

El grupo audiovisual Mediaset, propietario de Telecinco y Cuatro, cerró con un beneficio neto de 4,2 millones de euros 2013, un 90% menos que un año antes. El motivo han sido las "amortizaciones de intangibles de Cuatro y Digital+ derivadas de la asignación definitiva del precio de adquisición de activos y pasivos de estas sociedades". El resultado de entidades valoradas por el

método de la participación implica pérdidas de 70 millones, según los datos enviados al regulador. Sin tener en cuenta esa dotación, el beneficio neto ajustado de la compañía ascendería a 49,3 millones. La cifra de negocios de Mediaset se redujo un 6%, hasta los 818 millones, mientras que el resultado de explotación se sitúa en 70,17 millones, un 43% más.



Prisa pierde 648 millones tras revisar el valor de Canal+

J.M. Madrid

Prisa registró unas pérdidas netas de 648 millones de euros en 2013, dos veces y media más que el año anterior, tras reconocer un deterioro de 844 millones en el valor contable de su participación del 56% en Canal +. La empresa justifica la revisión por el "cambio de estrategia de ciertos competidores", en referencia a la decisión de Telefónica, socio de la plataforma con un 22%, de lanzar Movistar TV, su propia televisión.

Los ingresos del grupo aumentaron un 2,3%, hasta 2.725 millones, al compensar el negocio audiovisual la caída de la prensa (16%). Sin embargo, los gastos se dispararon por los derechos del fútbol y el resultado de explotación cayó un 30%, hasta 296 millones de euros.



Cent periodistes de 44 mitjans. La copa ha suscitat més interès mediàtic que en altres ocasions, i aplega cent periodistes de 44 mitjans entre diaris, televisions, ràdios, mitjans digitals i caps de premsa. ■ J.M.