



# RECULL DE PREMSA

07/03/2014



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

40



# PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/14	ENTREVISTA EDWY PLENEL DIRECTOR DE MEDIAPART "SOM LA PROVA QUE REVOLUCIÓ DIGITAL NO VOL DIR PERIODISME SUPERFICIAL" / ARA	6	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/14	ISRAEL DERRIBA Y LEVANTA SU CADENA PÚBLICA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	8	1
07/03/14	COM MAI HO HAS VIST / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	9	1
07/03/14	LA REVOLUCIÓ DE NETFIX / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	10	1
07/03/14	EL CARRER DE LA DAMA DE LA PREMSA. A Coruña dedica un carrer a María Luz Morales, la primera dona que va dirigir un diari a Espanya, 'La Vanguardia', el 1936 / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	11	1
07/03/14	LLEGIR, PIULAR I GAUDIR / ARA	12	2
07/03/14	'LLETRA PETITA' I 'OH HAPPY DAY', GUANYADORS ALS ZAPPING / ARA	14	1
07/03/14	CÓMO SACAR PARTIDO A TWITTER / EXPANSION	15	1
07/03/14	LAS PIONERAS DEL PERIODISMO ESPAÑOL / LA RAZON	16	1
07/03/14	LA REINA ISABEL' ARRABASSA EL ZAPPING A LA MODISTA SIRA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	17	1
07/03/14	INTERNET REINVENTA LA TELE / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	18	2
07/03/14	LA TELEVISIÓ I LA VIDA MODERNA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	20	1
07/03/14	DELS 'BOOKTUBERS' AL CONSUM 'BINGE' / ARA	21	1
07/03/14	TRIERWEILER GUANYA ALA LA REVISTA 'CLOSER' / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	22	1
07/03/14	RAFAEL JORBA, PREMI SALVADOR DE MADARIAGA DE PERIODISME / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	23	1
07/03/14	EGIPTE JUTJA 20 PERIODISTES D'AL-JAZIRA PER «RECOLZAR» MURSI / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	24	1



## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/14	LA VIDA SIN SERIES Y ONKIS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	25	1
07/03/14	LA TV FRANCESA DEMANA AL GOVERN QUE LA PROTEGEIXI DE LA 'INVASIÓ' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	26	1
07/03/14	LA JUNTA DIRECTIVA DE UTECA DIMITE PARA MOSTRAR SU MALESTAR ANTE LA INCERTIDUMBRE DE LA TDT / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	27	1
07/03/14	LES GOTERES (PERIODÍSTIQUES) DEL MINISTERI DE L'INTERIOR / ARA	28	1
07/03/14	LA JUNTA DE UTECA DIMITE POR LA "INACCIÓN" DEL GOBIERNO / EXPANSION	29	1
07/03/14	UTECA CONVOCA UNA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA / LA RAZON	30	1
07/03/14	CATALUNYA RÀDIO I TV-3 SEGUEIXEN SENSE CONVENI / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	31	1
07/03/14	ÉS TÒXIC QUE ELS PERIODISTES FACIN DINERS? / ARA	32	1
07/03/14	RAFAEL JORBA, CARLOS FRANGANILLO Y RAFAEL PANADERO, GANADORES DEL PREMIO SALVADOR DE MADARIAGA / ABC (EDICION NACIONAL)	33	1
07/03/14	EL MAB EXCLUYE DE COTIZACIÓN A GRUPO NOSTRUM Y AL PERIÓDICO 'NEGOCIO' / CINCO DIAS	34	1
07/03/14	DIMITEIX TOTA LA JUNTA DE L'ENTITAT QUE APLEGA ELS CANALS PRIVATS / ARA	35	1
07/03/14	LA DIRECTIVA DE UTECA DIMITE EN PLENO COMO PROTESTA / ABC (EDICION NACIONAL)	36	1
07/03/14	BBC3 SOLO PODRÁ VERSE EN INTERNET A PARTIR DE 2015 / ABC (EDICION NACIONAL)	37	1
07/03/14	LA JUNTA DIRECTIVA D'UTECA DIMITEIX PER LA FALTA DE DECISIÓ SOBRE ELS CANALS ANUL-LATS / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	38	1
07/03/14	I UN DOCUMENTAL HABLE SOBRE LAS MUJERES PERIODISTAS / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	39	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS







# EDWY PLENEL

Director de Mediapart

**Periodisme** Mediapart és un dels pocs mitjans de comunicació francesos que guanya diners. Aquest diari 'online', fundat el 2008, és rendible gràcies als seus 84.000 subscriptors, que el financen i en garanteixen la independència periodística

## “Som la prova que revolució digital no vol dir periodisme superficial”



MARC VIDAL

Edwy Plenel és un periodista de raça. Nascut a Nantes el 1952 i criat al Carib, va completar els seus estudis superiors a Algèria abans d'instal·lar-se definitivament a París. Després d'un flirteig juvenil amb el trotskisme, Plenel es va incorporar al diari *Le Monde*, que va dirigir entre el 1996 i el 2004. Lluny de retirar-se, després d'abandonar aquesta capçalera es va llançar a l'aventura digital i el 2008 va fundar, juntament amb altres col·legues de professió, Mediapart, un diari en línia compromès amb el periodisme d'investigació. Autofinançat gràcies als seus 84.000 subscriptors, aquest mitjà de comunicació s'ha convertit en la bèstia negra dels polítics francesos després de destapar els lligams entre Gaddafi i Sarkozy, o revelar els comptes a l'estranger que van forçar l'any passat la dimissió del ministre Jérôme Cahuzac.

*New York Times* s'hi ha llançat amb èxit. Cada cop està més clar que no pots construir un mitjà de comunicació fort, independent i amb periodisme d'investigació sobre contingut gratuït.

**Ser pioner sempre és complicat. Va costar arrencar Mediapart?**

Va ser molt difícil. Vam començar 25 periodistes que van venir dels grans diaris francesos. El compromís era que els podríem pagar el sou durant tres anys i per això necessitàvem una inversió de 5 milions d'euros. Al final el nucli fundador vam acabar posant diners de la nostra butxaca. I fins al 2017 estaré pagant un crèdit! També tenim una associació d'amics que ens van finançar i als quals els anem comprant la seva part progressivament.

**O sigui que vostè paga per ser periodista...**

[Riu.] A la vida s'han d'assumir riscos! Era la manera de fer-ho, ho vam entendre així i ho vam poder fer!

**I paga per la seva independència...**

Jo vaig deixar *Le Monde* enmig d'una gran crisi d'independència del mitjà, i vaig ser molt crític per dir que el diari acabaria sent venut. I això és el que va passar! Quan vam construir Mediapart estàvem realment obsessionats per la independència periodística, que cada cop està més amenaçada a França.

**¿No hi ha periodisme independent a França?**

Sí que hi ha periodistes independents a tots els mitjans, però sempre hi ha conflictes d'interessos. Mediapart catalitza la lluita per la independència periodística amb tota la seva feina, ja que ara hi ha més revelacions a la resta de diaris.

**El manifest de Mediapart es titula *El dret de saber*. Per què?**

La llibertat de premsa no és un privilegi per exercir el periodisme, sinó un dret dels ciutadans. Els periodistes hem de tenir clar que el nostre rol és clau en un estat democràtic, hem de lluitar per la llibertat de la informació i que res ens impedeixi accedir allà on volem arribar. Això és part de l'èxit de Mediapart, el dret de saber.

**Què li passa a França que el Front Nacional està a punt de guanyar les europees?**

Fa 30 anys que ho vaig preveure! A França tenim un problema democràtic amb el presidencialisme. Votem per elegir un líder i durant cinc anys ens convertim en espectadors. Veiem corrupció, hi ha decepció, volem dir-hi la nostra, però el sistema no ho permet. A això s'hi afegeix que Sarkozy va impulsar l'agenda de l'extrema dreta, minoritària fins aleshores, agitant la por a l'estrany, al diferent. —

**Com s'ha fet un lloc Mediapart?**

Els lectors hi arriben pel soroll que generen les investigacions i revelacions que fem. És un màrqueting natural: periodisme, periodisme i periodisme. Som la prova que revolució digital no vol dir periodisme superficial, no som un flux de notícies, la immediatesa... Som un periodisme profund, documentat, que aprofita els avantatges que ofereix la web.

**Els lectors paguen i el mitjà s'autofinança...**

A Mediapart els lectors paguen per llegir però també per contribuir, aquesta és la clau per crear valor. Aquesta era la nostra convicció al principi i som una mena de laboratori d'assaig sobre aquesta qüestió. Creem valor només amb el periodisme, sense anuncis, sense magnats al darrere que ens financin, sense injeccions de diner públic, només amb la nostra feina.

**Això en un internet on tot sembla que és gratis...**

Quan vam començar el 2008 tot l'univers digital deia que la informació havia de ser lliure. Però nosaltres demostrem que si hi ha periodisme de qualitat, valor afegit, exclusives... el públic està disposat a pagar. No m'oposo a un accés lliure i democràtic als mitjans, però sí a aquesta il·lusió que podem crear periodisme gratuït de qualitat i independent gràcies a la publicitat. Això pot durar uns anys, però al final arribarà un Jeff Bezos [el propietari d'Amazon, que ha comprat el *Washington Post*] amb els seus interessos, que no tenen res a veure amb la llibertat d'informació.

**¿O sigui que aquest és el gran model de futur?**

Estic segur que anem pel bon camí. A França tots van cap al model de pagament a internet. *Le Monde* i *Le Figaro* ja ho han fet i fins i tot *The*

un llibre

'DISCURS SOBRE LA SERVITUD', D'ETIENNE DE LA BOETIE

un lloc



LA COLONNE DE JULLET, A PARIS

un documental

'SE BATTRE'



El periodista Edwy Plenel va ser a Barcelona convidat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya. RUTH MARIQOT



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS







## CON UNA PLANTILLA DE 2.000 EMPLEADOS

Ante los agujeros económicos, técnicos, políticos y de audiencia, el Gobierno se propone cerrar en 2015 el ente estatal de radiotelevisión para crear un organismo más barato que no requerirá canon

# Israel derriba y levanta su cadena pública

SAL EMERGUI / Jerusalén  
Especial para EL MUNDO

Poner el candado en la vieja y cara tienda para abrir otra más pequeña y rentable. Así se puede interpretar el anuncio lanzado ayer por el Gobierno israelí sobre el futuro del servicio público de televisión y radio. En la presentación de las conclusiones de la comisión que ha estudiado cómo tapar sus enormes agujeros económicos, técnicos, políticos y de audiencia, los ministros de Comunicaciones, Gilad Erdan, y Finanzas, Yair Lapid comunicaron el cierre el próximo año del ente estatal de radiotelevisión. De sus cenizas –prometen– nacerá un organismo que aspira a ser más barato e independiente y competir con los poderosos tiburones de la industria privada.

En el camino de esta histórica remodelación que requiere la aprobación del Parlamento, se prevé el despido de la mitad de los casi 2.000 empleados. Teniendo en cuenta la fuerza sindical, no será tan sencillo.

«Hoy iniciamos un proceso vital para salvar el servicio público. La única opción que tenemos es cerrar el actual ente de radiodifusión y crear uno nuevo de calidad basado en criterios estrictamente profesionales», proclamó Erdan haciendo temblar los cimientos de la mítica y aún muy escuchada radio Kol Israel –nacida con el Estado en el 48– y de la cadena Arutz 1, que vive su peor momento desde su primera emisión en los años 60.

«El canal ha sido víctima de una pésima gestión, nula programación, fuga de estrellas y recursos anticuados. Ojalá este plan funcione porque necesitamos una potente cadena pública ante la cantidad de *reality shows* que emiten las privadas», explica al diario EL MUNDO el periodista Eli Sa'ar, que trabajó 16 años en



Una imagen de uno de los informativos de la televisión pública israelí, que tendrá que reestructurarse. / IBA

## BBC, sin cadena juvenil

La BBC da marcha atrás. Por primera vez en su trayectoria y dentro de un plan continuado de recorte de gastos de 700 millones de libras (unos 840 millones de euros), la corporación pública británica apaga un canal. La audiencia juvenil es la perjudicada tras la decisión de cerrar BBC3, confirmada ayer por el director general del ente, Tony Hall. BBC3 se lanzó 11 años atrás, en horario vespertino y difusión digital. Con programas originales y adquisiciones externas, el canal condenado se orienta al público de entre 16 y 24 años, que tiende a descuidar el resto de los operadores. BBC3 desaparece de la parrilla sin llegar a morir: sus programas más populares se emitirán, en franjas nocturnas, por los conductos tradicionales BBC1 y BBC2. El resto de programación queda relegada al espectro electrónico. Con este recorte, estimado en 60 millones de euros anuales, BBC3 pierde su batalla particular frente a BBC4, cadena enfocada al mundo del arte y la cultura y con un perfil más maduro. / LOURDES GÓMEZ

la cadena de televisión Arutz 1.

Tras la reconstrucción, se mantendrán las ocho emisoras de la radio pública mientras la tele tendrá un canal en hebreo, otro en

árabe y uno dedicado a los niños.

Para los ciudadanos, la gran noticia se refiere a otra histórica decisión. «Dentro de un año, se anulará el canon de televisión

que se ha convertido en un símbolo en Israel. La mayoría lo ve como un pago innecesario, injustificado y que no reporta nada a cambio», anunció Erdan que cuenta con el apoyo del *premier* Benjamin Netanyahu.

En su cruzada contra el canon vigente desde los 60, el joven ministro lanzó un dardo envenenado contra la vieja cadena pública: «Los israelíes son patriotas y están dispuestos a pagar y servir a su país pero no dar cada año dinero por una televisión obsoleta e irrelevante. No permitiremos que sigan financiando los errores de una organización fracasada».

Como se trata de la 14ª comisión creada para reformar el servicio público, es legítimo dudar que las conclusiones se hagan finalmente realidad. Ram Landes, al frente del comité, no tiene dudas ya que dice que «es la prime-

ra vez que los dos ministros responsables y el jefe de Gobierno apoyan el plan».

Como en muchos países, la gran pregunta es si podrá funcionar ignorando órdenes o indirectas lanzadas por el Gobierno de turno. «El nuevo organismo público estará desconectado de la política. Los políticos no tienen nada que hacer allí. Debe haber una muralla china entre el servicio público y el poder para que éste pueda ser criticado sin temor alguno», afirma Lapid, que debe a la televisión su éxito meteórico en la política. Estrella indiscutible de la pequeña pantalla durante más de una década antes de crear un partido, se dio a conocer en el canal público. Éste, por cierto, fue dirigido en el pasado por su padre, ya fallecido.

## Sólo 'los mejores'

Como responsable de la cartera de Finanzas, Lapid adelanta que el presupuesto se reducirá en un tercio y envía un mensaje de calma a los empleados afectados por la incertidumbre: «Habéis dedicado muchos años al servicio público y pactaremos acuerdos de rescisión que garanticen vuestros derechos. Los mejores entre vosotros podrán integrarse al nuevo organismo».

«Necesitamos arreglar muchas cosas para ser un canal fuerte y atractivo, pero este anuncio nos pone tristes y nerviosos ya que no sabemos qué pasará con nosotros en un año», reconoce a este periódico con angustia la presentadora televisiva de deportes Miri Eliakim.

Sin canon, los recursos vendrán de la publicidad y el Estado. «Es la comisión más seria que recuerdo, pero si el dinero viene del Gobierno, dudo que consiga ser independiente», avisa el periodista Dan Shilon apuntando un problema universal.





## LA TELEVISIÓ DEL NOU SEGLE



▶▶ El tetracampió alemany Sebastian Vettel besa l'objectiu d'una càmera del Mundial de F-1 després de guanyar el GP de Singapur del 2011.

## Com mai ho has vist

**Telefónica ha llançat una oferta de pagament** que farà feliç tota la família facilitant-li una tele a la carta ≡ «Les noves generacions es dissenyen la pròpia graella», diu Gil, de Movistar TV

EMILIO PÉREZ DE ROZAS  
BARCELONA

Luis Velo, director general de Continguts de Movistar TV (antiga *Imagenio*), no vol saber res, «de moment», de la possibilitat que Telefónica aconseguixi el control de C+. És evident que en té prou amb el que té. I el que té és intentar omplir de contingut l'última joguina (ja existent, és clar, però amb només uns 700.000 abonats) d'una de les principals companyies espanyoles.

Velo, que té com a braç dret Sergio Gil, exreporter esportiu i estrella de l'antiga, molt antiga, TVE, està «absolutament convençut» que l'oferta –que Movistar TV va presentar oficialment dimecres passat– «serà una temptació per a milers d'espanyols». Es tracta, sens dubte, d'una autèntica «televisió a la carta» que, segons expliquen els seus programadors, satisfarà les necessitats, aficions i capritxos de tots els membres de la família. És, expliquen, «la tele del nou segle» amb el millor cine, les millors sèries dels EUA, el millor futbol i l'esport més competitiu començant per tennis, motos i F-1, a més a més

de fibra òptica, 100 megues, telèfon fix i un mòbil. I tot a partir de 75 euros (amb l'TVA inclòs).

## Un món interconnectat

«El truc», explica somrient Gil –diuen que excel·lent jugador de golf–, «és que no hi ha truc. O sí, oferir el millor, el que agrada, de la millor manera possible i, sobretot, en qualsevol tipus de suport». Gil, que utilitza molt el terme «societat en xarxa», recorda que «la Comissió per a la Banda Ampla (Broadband Commission, 2012) preveu que l'any 2020 hi haurà prop de 50.000 milions de dispositius connectats: TV, ordinador fix, portàtil, mòbil, Ipad, tauleta, GPS... Cosa que significa que cada persona tindrà ni més ni menys que sis dispositius, tots connectats».

Per qualsevol d'aquests dispositius, diu Velo, es podrà sintonitzar Movistar TV. I Gil afegeix: «L'últim informe Ericsson Mobility (2012) assenyala que van fer falta 100 anys per connectar, de diverses maneres, mil milions de persones i només 25 anys per connectar 5.000 milions dels 7.000 milions de ciutadans que hi ha a tot el món».

## el futur

## LA IMMINENT COMPRA DE C+

**TERRATRÈMOL AUDIOVISUAL**  
⇒ El mercat de la televisió de pagament a Espanya pot fer un tomb de 180 graus si finalment Telefónica compra Digital+. Es calcula que l'operadora aconseguiria el 78% de la plataforma per satèl·lit per un preu que situaria al voltant de 900 milions d'euros.

## MONOPOLI 'DE FACTO'

⇒ Si es confirma la compra, Telefónica passaria a tenir el 90% de la TV de pagament, amb els prop d'1,7 milions d'abonats de D+ i els 700.000 de Movistar TV, i la pràctica totalitat dels drets audiovisuals de l'esport i l'entreteniment premium. Aquesta situació obligaria a una actuació d'ofici de la Comissió Nacional dels Mercats i de la Competència.

Els hàbits televisius han canviat radicalment els últims 10 anys. «La nostra generació», explica Gil –una mica més gran que Velo–, «arribava a casa, s'asseia davant el televisor i esperava a veure què feien. Les noves generacions, més llestes i preparades que nosaltres, saben el que volen, com ho volen, on ho volen i quan volen veure-ho. I això és el que els oferirà pròximament Movistar TV: el que vulguin veure i en el suport que vulguin: tele, mòbil o tauleta».

## Entreteniment i esport

«Com mai ho has vist», el missatge de la reforçada plataforma de pagament de Telefónica, comptarà amb el millor entreteniment i esport d'elit, a més a més de la millor producció, realització i locució. «No és el mateix audiència que abonats, ja que aquests són molt més exigents a l'hora d'escollir tant els continguts com la seva posada en escena», indica Gil, que assenyala que Movistar TV hauria estat absolutament «impossible» sense l'evolució tecnològica viscuda per Telefónica. ≡





La revolució audiovisual ► L'èxit als EUA

# La revolució de Netflix

Responsable del 30% del trànsit dels EUA a internet, l'empresa ha innovat en fórmules i en contingut ≡ **Ha contribuït a alliberar** l'espectador i a convertir-lo en «caçador actiu»

IDOYA NOAIN  
NOVA YORK

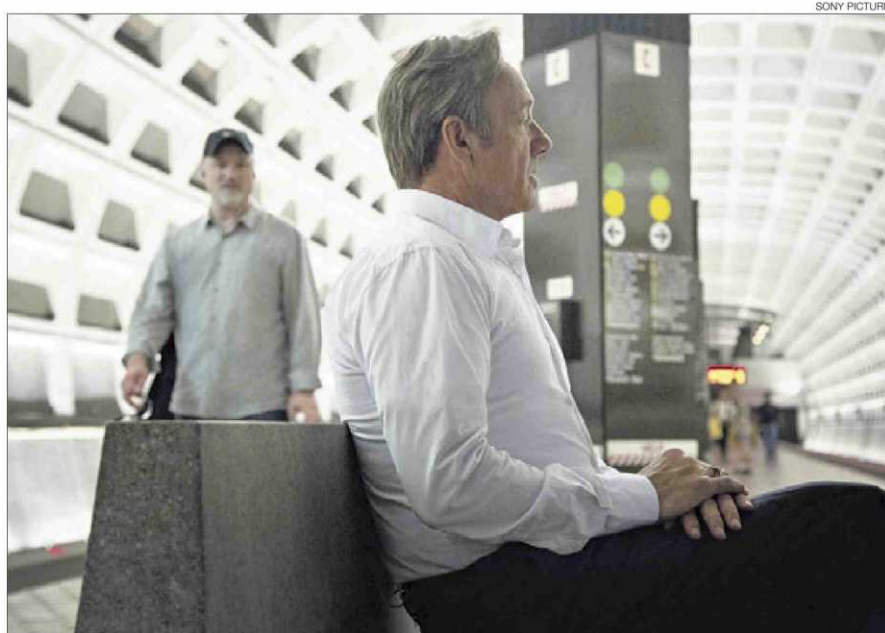
La vigília que es possessin a disposició dels usuaris d'una vegada els 13 episodis de la segona temporada de *House of Cards*, a Twitter va aparèixer el missatge. «No spoilers, per favor». No es tractava d'un compte qualsevol, sinó del de Barack Obama. Com molts altres fans de la sèrie, el president dels EUA es disposava a enfrontar un llarg cap de setmana amb una fartanera. Netflix, l'empresa que s'autodefineix com a «líder mundial de televisió per internet», s'apuntava un altre punt. I ja en són molts.

L'inquilí de la Casa Blanca és, segons sembla, un dels prop de 40 milions de clients que té en 50 països l'empresa fundada el 1997 per Reed Hastings i Marc Randolph (que la va abandonar el 2002, any en què va sortir a borsa). Va debutar enviant DVD per correu, 10 anys més tard va començar a emetre pel·lícules i sèries en *streaming* i avui, en hores punta, és responsable de més del 30% del trànsit d'internet als EUA. Els seus clients veuen mil milions d'hores al mes.

## Llibertat i hàbit

Amb seu a Los Gatos (Califòrnia), l'empresa ha encès l'espurna de la revolució digital a la televisió, tant en continguts com en fórmules. I amb l'oferta de sèries senceres d'un sol cop, per exemple, va engegar a rodar espera setmanal i horari imposat. «L'experiència lineal de la televisió està madura per ser reemplaçada», va escriure la companyia al seu últim informe anual per a accionistes.

Netflix, a més, ha eliminat tradicions com per exemple la d'episodis pilot, que no només eren cos-



►► 'HOUSE OF CARDS' ► Kevin Spacey, en una escena de la sèrie més famosa de la plataforma Netflix.

tosos sinó que feien imposicions estilístiques. Al donar més llibertat als creadors s'ha convertit en imant per a ells, que experimenten amb noves formes de narració. I inverteixen en contingut original (com *Orange is the new black* o *Arrested development*), tot i que encara està lluny d'altres creadors com HBO i segueix dependent molt per a la seva oferta dels estudis de cine i canals.

De tota manera, segueix buscant l'expansió. Amb Dreamworks, per exemple, va segellar un pacte per crear 300 hores de contingut infantil animat. I la meta no l'ha ocultat Ted Sarandos, cap de continguts de

**'House of Cards' i altres sèries han ajudat una rica «carrera d'armes en la programació»**

Netflix: «Es tracta de crear hàbit».

L'eclosió de Netflix en el món audiovisual ha generat una competició que ha injectat nova energia al mitjà. Les cadenes generalistes es van unir per frenar la competència a Hulu, i per això serveis com Amazon Prime o creadors com HBO estan invertint milions en programació i estan investigant noves tecnologies. Mike Vorhaus, de la consultora Magid Advisors, parlava recentment a *The New York Times* d'«una carrera d'armes en la programació». I Sarandos resumia la intensa competició l'any passat: «La meta és convertir-nos en HBO

abans que HBO pugui convertir-se en nosaltres».

La transformació del panorama que ha impulsat Netflix està canviant també els espectadors. Paul Saffo, que estudia el futur tecnològic a Silicon Valley, assegurava en un ampli article a *The New Yorker* dedicat a Netflix i el futur de la televisió, que s'ha acabat el prototip de telespectador que s'asseu al sofa, fa zàping i consumeix el que li posin al davant. Ara hi ha «caçadors actius», que «picotegen» i controlen què veuen i quan. I també en això Netflix ha innovat. Aplicant complexos càlculs matemàtics i estadístics, estudia l'historial, les preferències, els hàbits i els costums de visionat dels usuaris i ha desenvolupat fórmules per fer recomanacions que s'adaptin als gustos individuals.

**Té 40 milions d'usuaris en 50 països i paga per garantir la fluïdesa de l'«streaming»**

Encara que ja és present la realitat d'un món en el qual cada aparell és una pantalla, des del telèfon i la tauleta fins a l'ordinador o les consoles, Netflix intenta fer-se un lloc en les restes encara poderoses del món del cable (als EUA, els espectadors encara passen davant del televisor 39 de les seves 42 hores setmanals de consum). Però per a l'empresa, com per a la majoria d'experts i de la competència, és evident que el futur no passa per aquest lloc. Fa una setmana Netflix va firmar amb Comcast, un dels proveïdors de telecomunicacions més grans dels EUA, un acord pel qual pagarà per garantir que els seus usuaris tenen velocitat suficient en les seves connexions d'internet per a una visió fluida. El debat sobre els riscos i problemes d'un internet a dues velocitats es reobre amb força. Netflix, de moment, es garanteix l'emissió. ≡





MITJANS

A Coruña dedica un carrer a María Luz Morales, la primera dona que va dirigir un diari a Espanya, 'La Vanguardia', el 1936

# El carrer de la dama de la premsa

ANXO LUGILDE  
 A Coruña

**R**ua María Luz Morales, escriptora. La dona que va dirigir *La Vanguardia* el 1936, la primera en fer-se càrrec del comandament d'una capçalera a Espanya, té des d'ahir un carrer a la seva ciutat, A Coruña, on va néixer el 1898 i va residir fins que el 1910 la seva família es va traslladar a Barcelona. Pionera de la crítica de cinema, innovadora en el tractament de les qüestions femenines i represaliada pel franquisme, aquesta gallega era la senyora de la premsa, sobrenom que al·ludeix que va ser una de les escasses dones que es van incorporar a una redacció en el primer terç de segle i que es va convertir en la primera en arribar a un càrrec encara avui molt masculí.

El carrer María Luz Morales és al barri de Labañou, en una zona d'habitatges socials les vies dels quals portaven fins ara el nom genèric de grup María Pita. Es troba a pocs metres de l'oceà, aquest al qual ella va fer referència a la seva novel·la *Balcón al Atlántico*, com va recordar ahir l'alcalde d'A Coruña, el popular Carlos Negreira, que també va al·ludir a la militància de la periodista en el Partido Galeguista.

María Luz Morales era una dona "de centreesquerra", segons afirma el ja desaparegut



VICTOR ECHAVE / 'LA OPINIÓN DE A CORUÑA'

**Moment de l'acte d'homenatge que les autoritats municipals d'A Coruña van dedicar a Morales**

periodista Jaime Arias al documental *La gran señora de la prensa*, dirigit per Óscar Losada i que es va projectar ahir a A Coruña en el marc de l'homenatge que li rendeix l'Asociación de la Prensa amb motiu del dia internacional de la Dona.

L'homenatge de la seva ciutat natal serveix per projectar la imatge d'una dona força desconeguda a Galícia. Ara comparteix presència en la llista de carrers corunyesa amb altres

dones vinculades a la premsa com Sofia Casanova, pionera de les corresponsals de guerra, i María Victoria Fernández España, l'esposa d'un altre destacat gallec de la història de *La Vanguardia*, Augusto Assía.

Filla d'un funcionari d'Hisenda, Morales no va arribar a Catalunya fruit de l'emigració, com tants milers de gallecs, sinó com a producte de la trajectòria professional del seu pare. Va estudiar Filosofia i Lletres i va co-

mençar a exercir el periodisme en la dècada del 1920, a la revista *El hogar y la moda* i després a *La Vanguardia*.

Després del cop militar del 18 de juliol del 1936, el comitè obrer a mans del qual va quedar el diari, va elegir Morales directora amb l'aval dels seus companys. "El lloc que m'ofereixen no és per a mi", va respondre primer. Davant la insistència, va acceptar amb caràcter provisional i amb la condició d'ocupar-se només de la faceta periodística i poder desentendre's de la part política.

Durant sis mesos *La Vanguardia* va estar dirigida per una

## Una capacitat formidable

ANÀLISI

Sergio Vila-Sanjuán



Quina dona! La trajectòria de María Luz Morales (1898-1980) donaria peu a unes quantes novel·les. Nascuda a A Coruña, aviat instal·lada a Barcelona, amb poc més de vint anys es converteix en una d'aquelles grans periodistes pioneres d'abans de la guerra. Directora de la revista femenina *El hogar y la moda*, el 1923 es fa càrrec de les pàgines de cinema de *La Vanguardia* sota el pseudònim de Felipe Centeno. La

Paramount la incorpora com a assessora. Publica una de les primeres històries del cinema autòctones i adapta clàssics per a públic infantil a l'editorial Araluce ("llibres perfectes", Riquer dixit). Col·labora a *El Sol*.

Als anys trenta viu el seu gran moment. S'impliça en el Conferentia Club d'Isabel Llorach i es fa amiga de Gabriela Mistral, Keyserling, García Lorca. Dirigeix la Residència de Senyorettes Estudiantes de Barcelona, inspirada en la que impulsa a Madrid María de Maeztu. És a tot arreu. Un moment que la guerra talla en

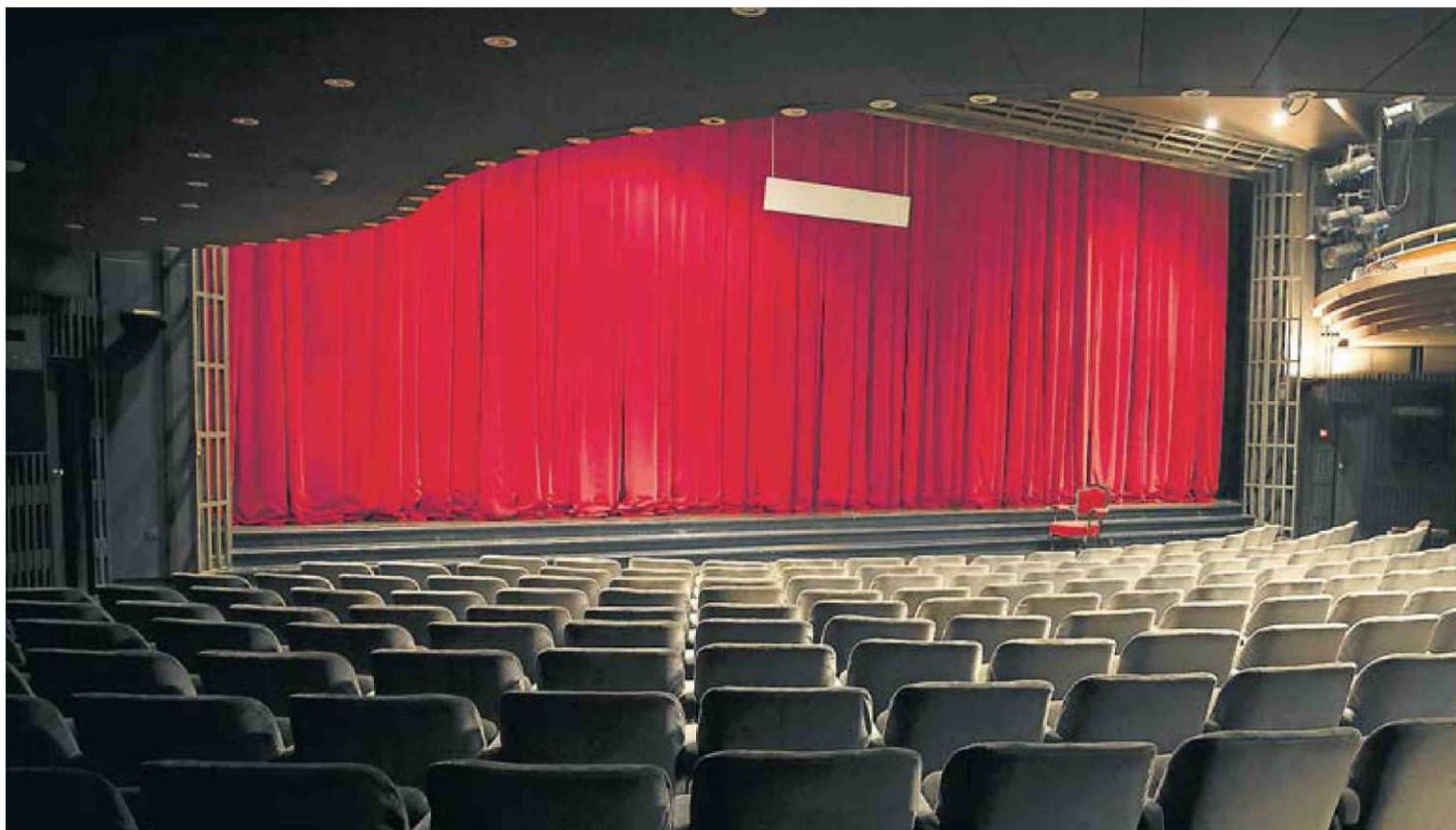
sec: expropiada *La Vanguardia*, el comitè obrer la nomena directora, tasca que exerceix uns mesos i que, acabat el conflicte, li suposa ser reclosa i la prohibició de l'exercici professional. El seu episodi més amarg.

Treballa amb pseudònim, es dedica a la moda, publica novel·les. A partir dels anys seixanta, reintegrada a la vida pública, obté reconeixements i premis, entre ells el Godó Lallana del 1973 que segella el seu retorn a aquest diari. Antonina Rodrigo i la sèrie de *La 2 Mujeres para un siglo* han reconstruït la seva formidable figura.

**Represaliada pel franquisme, va ser pionera de la crítica de cinema i va innovar en la informació de dones**

dona, fins que María Luz Morales va ser substituïda per Paulí Massip. La victòria franquista del 1939 va portar a Morales a estar quaranta dies empresonada en un convent de Sarrià i a perdre la condició professional de periodista. Iniciava així el seu exili interior, en el qual firmava textos sota el pseudònim de Jorge Marinada.●





# Llegir, piular i gaudir

Proliferen les eines per compartir a internet les valoracions sobre literatura, teatre i sèries de ficció: experts i usuaris coincideixen que la cultura compartida resulta més plaent

NEREIDA CARRILLO

**C**el·lulosa en el tacte, una xocolatina com a punt de llibre però també per lluitar contra la gravetat que vol tancar les pàgines i al costat... un teclat. Laura Borràs, directora de la Institució de les Lletres Catalanes, confessa que llegeix així. I no és l'única. La tecnologia, explica Borràs, "s'ha acabat infiltrant en gairebé tots els camps de la nostra vida". També en la lectura, en el consum compartit de televisió i sèries de ficció i en les obres de teatre que es valoren a Twitter amb l'etiqueta #postfunció. La cultura és més que mai 2.0 i per Borràs això té una explicació diàfana: compartir la cultura la fa més plaent. "La lectura és un acte solitari, íntim, personal", assegura la directora de la Institució de les Lletres Ca-

talanes. Però afegeix que estudis recents fets en adolescents confirmen que "una de les maneres de generar plaer és que comparteixin la lectura". I això precisament és el que es fa cada vegada més a les xarxes socials.

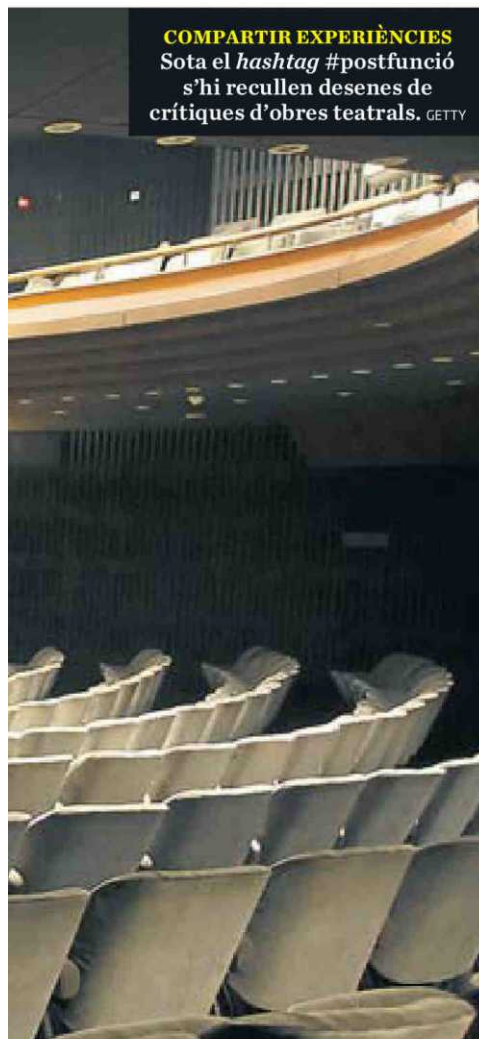
La imatge bucòlica dels nous lectors té també el seu equivalent televisiu, la dels nous espectadors que, amb peücs o manteta, jueuen al sofà, contemplan la televisió, però li fan el salt intermitentment amb una altra pantalla, la de l'*smartphone* o la tauleta. Així ho indica l'informe de 2013 de Tuitele, una empresa que analitza les converses a Twitter sobre programes de televisió. Segons el document, 1.290.697 ciutadans espanyols van comentar a temps real el desembre del 2013 els programes de televisió que visionaven. I un altre estudi, *Un año de televisión social en España*, afirma que un 32% de tots els comen-

taris a Twitter que es fan a Espanya durant el *prime time* (horari de màxima audiència televisiva) són sobre programes televisius.

## Piulem fragments

¿La gent s'aboca a la lectura dels llibres que han entusiasmat els amics que ho expliquen a Facebook? ¿Hi ha el desig que els seguidors de Twitter no facin espòilers sobre les sèries de televisió però sí que en recomanin? Per Borràs, els usuaris que expliquen les seves aventures literàries a les xarxes permeten "amplificar" la literatura i "obren les portes a d'altres perquè puguin fer el mateix camí". La literatura també s'encomana a través de la xarxa de l'ocellet. Una bona prova d'això són les fotografies de llibres i els fragments d'obres que es comparteixen amb etiquetes com ara #llegimipiulem o #piulempoesia, però també les que fan referència





**COMPARTIR EXPERIÈNCIES**  
Sota el hashtag #postfunció  
s'hi recullen desenes de  
crítiques d'obres teatrals. GETTY

a autors, alguns revisitats per alguna efemèride com ara Miquel Martí i Pol, de la mort del qual es van complir l'any passat 10 anys, o 20 en el cas de Vicent Andrés Estellés.

Igual que passa amb la lectura, la manera com es veu la televisió també ha canviat. Ho explica Anna Tous, professora de periodisme a la UAB i investigadora en ficció televisiva. De l'antic visionat familiar, s'ha evolucionat cap a dues noves formes, segons comenta. El consum audiovisual pot ser ara individual amb els *smartphones*, les tauletes o plataformes de vídeo *online*. "Cadascú -explica Tous- fa el visionat que li interessa d'una manera més privada" i després es comenta a les xarxes socials. O bé, afegeix, els amics queden per fer maratons de sèries de moda com ara *Homeland*, *Breaking bad* o *True detective*, cosa que no deixa de ser, segons Tous, "un exponent de l'auge de les sèries".

#### Miríada d'eines i perfils

La cultura compartida també té la seva expressió en múltiples plataformes i webs on es poden llistar i comentar les obres literàries i audiovisuals que s'han consumit i veure els comentaris d'amics per triar

nous passatemp cultural. Així, a Goodreads.com es poden puntuar llibres. Un total de 25 milions de persones han valorat 750 milions de llibres en una plataforma que va néixer ara fa set anys. També es comparteixen impressions als clubs de lectura virtuals. A la Institució de les Lletres Catalanes funciona el *Què llegeixes*, que inclou tres grups de lectura diferenciats per edat: el llibris, fins als 11 anys; el boli, entre els 12 i els 16, i el ploma, de 17 anys en endavant. Entre tots tres, agrupen 15.809 usuaris.

Pel que fa a sèries i televisió, hi ha eines com ara Series.ly, Qvemos o l'aplicació FOXfan, en les quals, com s'estableix a la presentació, "només es parla de sèries". I els comentaris i valoracions a la xarxa s'enriqueixen també des de molts perfils oficials de sèries, pel·lícules, programes de televisió i personatges amb els quals es crea expectativa, es recuperen continguts antics o es revelen detalls dels propers capítols; la ficció té una nova vida a la xarxa.

#### Compartir per plaer

Els experts consideren que el consum cultural compartit és més plaent i pot generar més adeptes, però influeix també en els creadors? Tous explica que els usuaris van començar a comentar continguts televisius a la xarxa o als fòrums amb *Gran Hermano*, i afegeix que aquest fenomen s'incrementa amb Facebook i Twitter. Aquesta investigadora creu que els comentaris de l'audiència sobre "personatges, trames o decisions dels guionistes" poden ser tinguts en compte però, puntualitza, "sempre amb uns límits molt establerts". Afegeix que aquest tipus d'accions poden ser més efectives si són col·lectives, amb campanyes a la xarxa, que si són "comentaris molt heterogenis on cadascú hi diu la seva".

Pel que fa a la literatura, Borràs considera que hi ha autors que fan servir les xarxes per establir "una aliança" amb els lectors, però també n'hi ha que prefereixen quedar-ne al marge. Un altre dels avantatges de la cultura compartida en xarxes socials és que permet innovar en formats, com ho va demostrar la *tuitnovel·la Serial chicken* de Jordi Cervera. També fomenta la creativitat, com es pot copsar amb l'etiqueta #microconte. Borràs subratlla que, amb les noves eines, a les xarxes la literatura viatja "lliure de fronteres i fins i tot de suport", considera que permet viure i revivir textos literaris "sense embolcall, sense vestit, com la paraula nua". La literatura compartida és paraula nua i clàssica, cel·lulosa; modernitat amb nous teclats i també plaer, per les xocolatines i els tuits. —





# ‘Lletra petita’ i ‘Oh happy day’, guanyadors als Zapping

## Teleespectadors Associats premia també Juanra Bonet per ‘Lo sabe no lo sabe’

Teleespectadors Associats de Catalunya va entregar els premis Zapping ahir a Barcelona. Algunes produccions públiques catalanes van ser les triomfadores de la nit al davant de formats d'àmbit espanyol.

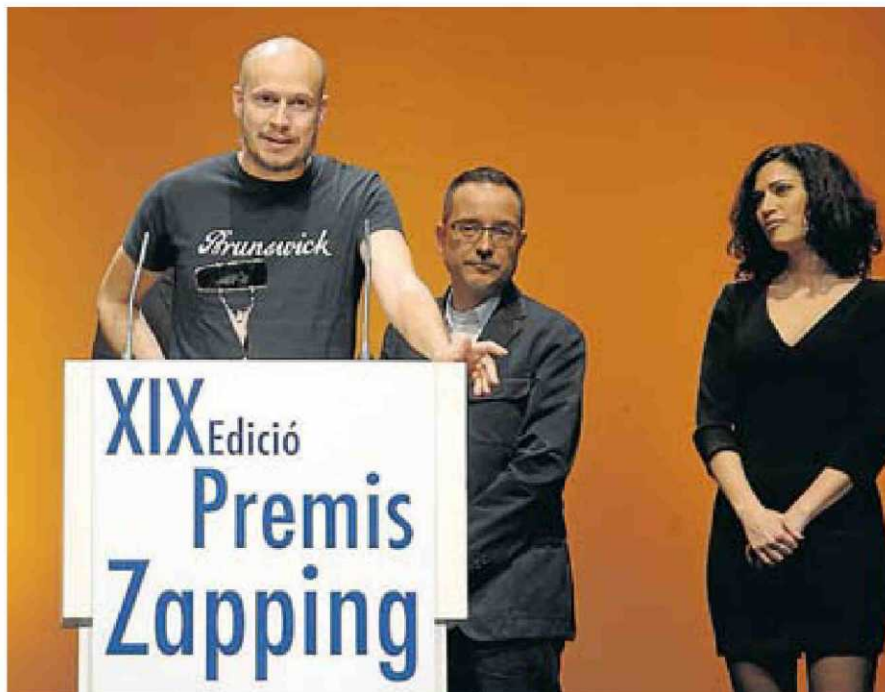
JOAN CALLARISSA

BARCELONA. Teleespectadors Associats de Catalunya (TAC) va premiar ahir a la nit a Barcelona professionals i produccions que es poden veure a la televisió a Catalunya, tant d'àmbit espanyol com només català. El premi d'actualitat informativa i entrevistes se'l va emportar el programa de La 2 *Días de cine*, un format que repassa setmanalment l'actualitat cinematogràfica espanyola i internacional, que ja fa més de vint temporades que està en antena. En aquesta categoria competien el programa de 8TV *Migdia*, presentat per Ruth Jiménez, i l'*Info K* del Super3, un informatiu pensat per al públic infantil.

Michelle Jenner va ser escollida com la millor actriu pel seu paper a la sèrie *Isabel*, produïda per la catalana Diagonal TV. Un premi que va recollir Jaume Banacolocha perquè Jenner, va dir, “està descansant després d'un paper que l'ha absorbit durant tres anys”. Adriana Ugarte –d'*El tiempo entre costuras*– i la catalana Núria Gago –coprotagonista de *Kubala, Moreno i Manchón*, també de Diagonal TV– optaven al mateix premi. La versió masculina del guardó se la va endur un company d'Ugarte a *El tiempo entre costuras*, Tristán Ulloa, davant del seu company de repartiment a la mateixa sèrie Peter Vives i del coprotagonista d'*Isabel*, Rodolfo Sancho. Ulloa va dedicar el premi “al 80% de la professió, que està a l'atur”. També va reclamar més papers per als actors de més de quaranta anys.

### Empat entre cuina i cant

Els millors programes d'entreteniment de la televisió de Catalunya són *ex aequo* dos formats emesos per televisions públiques. *MasterChef* –de La 1– i *Oh happy day* –de TV3– van superar *Lo sabe no lo sabe*, un concurs de Cuatro que no es va endur el guardó com a format però que, en canvi, va veure premiat el seu presentador, Juanra Bonet. El català va ser distingit com a millor presentador davant de la catalana



Guille Milkyway pronunciant els agraïments en recollir el premi a *Oh happy day*, un programa en què ell era jurat amb Elena Gadel, també a l'escenari. CÈLIA ATSET



**Actualitzats**  
TAC premia iniciatives a internet i videojocs des de fa dos anys

**Èxit**  
Michelle Jenner continua rebent premis pel seu paper a 'Isabel'

Mònica López, conductora d'*El tiempo* de La 1, i de Manel Fuentes, al capdavant del talent show *Tu cara me suena*. Guille Milkyway, jurat del programa musical de TV3, va fer referència en recollir el guardó a “la ment meravellosa que va pensar que un programa de corals podria triomfar entre tant soroll els dissabtes a la nit”.

En el capítol de programes divulgatius, el canal 33 va passar davant de dues candidatures de TVE. *Generació digital* va superar *Fabricando Made in Spain* i el programa de llibres *Página 2*, emès a La 2 els diumenges. La televisió local també va tenir el seu reconeixement amb el premi que va rebre *Ad libitum*, de Girona TV, que va quedar-se amb el guardó al qual optaven Vallès Oriental Televisió i Banyoles Televisió.

En la categoria de videojocs, creada fa dos anys, Sony va ser la gran premiada de la nit, ja que tant el premi d'adults com l'infantil van recaure en creacions d'aquesta companyia. *Gran turismo 6* i *Tadeo Jones: El videojuego* van ser distingits amb un premi Zapping, respectivament. En l'àmbit d'internet, el jurat va votar Didactalia com la millor proposta, davant d'Eduapps i

Tiching. Dictalia és una comunitat educativa global per a professors, pares i estudiants que ofereix recursos educatius a aquests col·lectius.

El premi especial de TAC va ser per a *Tu oportunidad*, de TVE, “per fomentar l'esperit emprenedor en un context econòmicament difícil”. El premi valors se'l va emportar el programa *Lletra petita* de TV3, per promoure, en *prime time*, més coneixement de les persones a l'hora de consumir. Va recollir el premi Juanra Bonet, que va posar en relleu la televisió pública “perquè les privades no corren riscos amb les marques” fent un programa com el que conduïa ell amb Lúcia Heredia. Samantha Vall, copresentadora de l'espai, va demanar que “els problemes de TV3 no impedeixin nous programes com *Lletra petita*”.

*El tiempo entre costuras* es va emportar el guardó dels Grups d'Anàlisi de Programes per basarse en un “relat literari autòcton”. Els tres finalistes de cada premi s'elegeixen per votació popular. El jurat escull el guanyador d'entre aquests tres finalistes. —





# Cómo sacar partido a Twitter

Las marcas pueden aprovechar las redes sociales para conocer mejor a sus clientes, comunicarse con ellos o aumentar las ventas. La clave está en 'humanizar' los mensajes y en medir cada movimiento.

E. Arrieta. Madrid

Twitter es la red social de moda. Esta plataforma ha conquistado ya a más de 240 millones de personas en el mundo por su sencillez: los usuarios publican miniposts de hasta 140 caracteres, de forma pública. El orden se establece con el uso del símbolo # (el ya famoso *hashtags*), seguido de la idea o temática bajo la que se quiera etiquetar ese contenido. También, por su inmediatez, que ha posibilitado el nacimiento del llamado *periodismo ciudadano*, con ejemplos tan paradigmáticos como la primavera árabe. Y, a diferencia de otras redes sociales, como Facebook, permite la comunicación entre marcas y personas que no necesariamente se conocen entre sí.

Estas tres particularidades convierten a Twitter en una potente herramienta, también al servicio de las empresas. Éstas deben valorar qué objetivos esperan de la *puntocom* y de qué manera integrarlos dentro de su plan global de marketing. En Twitter, es posible estar de forma orgánica (creando un perfil corporativo, gratis) y a través de publicidad (tuits, cuentas o *trending topics* patrocinados). "Lo ideal es combinar acciones y lanzar mensajes segmentados para los distintos *targets*", propone Juan Domínguez, consejero delegado de ADTZ, primera empresa en España certificada para operar con los sistemas de publicidad de Twitter.

## Objetivos

En la vía orgánica, los objetivos pueden ser variados: ganar notoriedad, acercar la marca a públicos más jóvenes, dar a conocer una nueva enseña comercial, abrir un canal de comunicación directa con los clientes o, directamente, aumentar las ventas. En este último caso, también se abren varias posibilidades: ¿quieres vender a través de Internet o acercar a los usuarios a tus establecimientos físicos?

El objetivo, sobre todo para principiantes en *social media*, puede ser simplemente escuchar y vigilar qué hace tu competencia.

"Twitter humaniza", describe Pepe López de Ayala, director de la *puntocom* en España, en relación a la cercanía que aporta poder interactuar directamente con empresas, instituciones y políticos. "Lo fundamental para que un

## Las redes sociales suponen una mayor exposición; hay que estar preparado ante una posible crisis

mensaje (ya sea gratis o pagado) funcione es que suene natural. A los usuarios les gusta tratar con personas", insiste Manuela Battaglioni, presidenta de la Asociación Española de Responsables de Comunidades Online y Profesionales del Social Media (Aerco).

## Conocimiento

Ahora bien, para sacarle el máximo provecho, "es fundamental no sólo conocer el entorno online y las características de las distintas plataformas. También, que la apuesta por estar presente en estos canales tenga un impacto en el conjunto de la organización", opina Battaglioni. Porque Internet puede ser de gran utilidad... Pero también confiere una mayor visibilidad. Conviene, así, dedicar un tiempo conociendo el funcionamiento de cada una de las redes sociales antes de dar el paso de abrir un canal propio. "Hay que estar preparado para responder ante posibles crisis", dice Battaglioni.

Esto significa establecer un responsable, "y que éste tenga autoridad suficiente para poder dirigirse a los diferentes departamentos involucrados, empezando por el de marketing", apunta Javier Godoy, socio de la consultora de estrategia digital Mind Your Group. Se trata, por ejemplo, de que una queja de un cliente a través de Twitter no sólo sea rápidamente atendida por el *community manager*, sino que sea, además, resuelta en un periodo razonable de tiempo por parte del técnico correspondiente.

## Medición de resultados

Por otra parte, sea cual sea el objetivo marcado, deberá haber siempre un retorno palpable de la inversión que, aunque indirectamente, se acabe traduciendo en ventas. "Sobre todo en campañas múltiples, puede resultar difícil evaluar los resultados de cada acción, pero eso no quiere decir que sea imposible", destaca Domínguez.

Para campañas más sencillas, una de las ventajas de Twitter (al igual que ocurre con Facebook o AdWords) es

que es muy sencillo hacer A/B testing, es decir, probar, con un presupuesto pequeño, dos formatos o mensajes distintos, y verificar cuál funciona mejor. "No existe un ROI (retorno de inversión) estándar; dependerá de la empresa, el sector, el tipo y la frecuencia de los mensajes y los objetivos marcados", señala Godoy. En todo caso, se tarda tiempo en conseguir resultados. "La magia no existe", concluye.



Pepe López de Ayala es el primer ejecutivo de Twitter en España.

## ¿Moda pasajera o tendencia?

Las redes sociales han vivido un rápido crecimiento estos años, en parte, provocado por un factor moda, inevitablemente pasajero. Pero algunas de ellas permanecerán, y en todos los casos han hecho calar una nueva aproximación a las comunicaciones, el entretenimiento e, incluso, el trabajo. La llamada Generación M (nacidos entre 1980 y 2000) están acostumbrado a una mayor agilidad y una nueva manera de interacción.





# Las pioneras del periodismo español

La 2 emite hoy el documental «Nosotras que contamos...» en horario «prime time»

Cecilia García - Madrid

A principios de los años 30 sobaban los dedos de una mano, exactamente cuatro, para contabilizar las mujeres que estaban en una redacción de pleno derecho o, dicho de otra manera, cobrando por sus artículos y con nómina. La «privilegiada» fue Josefina Carabias, que desde muy joven intuyó que se le iba a quedar muy pequeño el destino que estaba preparado para ella. Después de porfiar con su familia se licenció en Derecho en 1930, aunque un año después encontró su sitio en la revista «Estampa». A partir de ahí no se le resistió ningún género: entrevistó a Victoria Kent, a Manuel Azaña y a Valle-Inclán y realizó reportajes sobre temas tan dispares como los concursos de misses y la reforma agraria. Con la perspectiva que da el tiempo produce vértigo ver los inicios de la trayectoria de Josefina Carabias en una época especialmente convulsa de la historia de España: la II República.

## Época de cambios

Esta mujer es el hilo conductor de «Nosotras que contamos. Josefina Carabias y las pioneras del periodismo en España», un documental dirigido por Inés García Albi que hoy emite La 2, a las 21:00 horas, en «Imprescindibles». «Rompió el techo de cristal por méritos propios: utilizaba un lenguaje sencillo, no quería hacer alharacas pseudoliterarias, en sus entrevistas siempre cuidaba los detalles para acercar el entrevistado al lector – cuenta Inés García Albi, la directora del documental – y en plena República fue



De izda. a dcha., Victoria Kent, directora general de Prisiones en 1931, junto a la periodista Josefina Carabias

una adelantada, ya que ejerció el “Nuevo periodismo” cuando ni siquiera se llamaba así». Al comenzar la Guerra Civil, Josefina Carabias y su esposo, José Rico Godoy, se fueron a París. A su regreso, tras unos años de ostracismo, publicó crónicas de fútbol en el diario «Informaciones». Después, el diario la envía a Estados Unidos como corresponsal, «donde escribió unas crónicas singulares sobre el estilo de vida americano con una especial ironía», explica García Albi.

Su siguiente destino fue París, en 1958, donde ejerció de corresponsal para el periódico «Ya». Por aquel entonces empezaba a despuntar otra periodista que rompió moldes: Pilar Narvió, la primera mujer que se incorporó a la redacción del diario «Pueblo», donde

fue corresponsal en Roma y París. De regreso a España abordó todas las aristas del tardofranquismo y la Transición. Una de sus coetáneas, que también aparece en el documental, fue Pura Ramos, que cubrió el asesinato de Kennedy, la muerte de dos papas, la guerra de Dien Bien Phu... Las tres con su talento derribaron diques que parecían inexpugnables, «ya que en los 60 las féminas iban entrando en las redacciones para escribir en las secciones por aquel entonces denominadas “marías” como las de cultura y sociedad», apunta García Albi.

Carmen Sarmiento, Pilar Urbano, Victoria Prego... La Transición también significó la eclosión de las periodistas en la información política. En los 80, un grupo de ellas

– formado por la citada Urbano, Pilar Cernuda, Consuelo Álvarez de Toledo y Julia Navarro, entre otras –, crearon los populares y relevantes «Desayunos del Ritz», a los que acudieron todo el quié es quién político, social y económico de España. «Una de ellas, Carmen Rico Godoy, empezaba a ser muy célebre por las columnas en “Cambio 16” y “Diario 16”» subraya García Albi. Rico Godoy era hija de Josefina Carabias. El círculo empezaba a cerrarse... ¿o no?

«Es cierto que hemos ganado protagonismo en los medios de comunicación, pero aún nos falta acceder a los puestos directivos», reflexiona García Albi. Y es que en la actualidad en España sólo hay 18 directoras de periódicos en un total de 221 diarios.





## GALA TELEVISIVA

# La reina 'Isabel' arrabassa el Zapping a la modista Sira

## ► A més de Michelle Jenner, van tenir premi Tristán Ulloa i Juanra Bonet

I. ÀLVAREZ / S. GARCÍA  
BARCELONA

Com ja va succeir l'any passat, Televisió de Catalunya i TVE han obtingut el nombre més alt de guardons en la 19a edició dels premis Zapping, que es van entregar ahir a la nit en una gala celebrada al Palau de Congressos de Barcelona. Així, es repeteix el triomf de les televisions públiques davant canals de grups privats com Atresmedia i Mediaset, que van aconseguir menys èxits. Perquè, no ho oblidem, els premis Zapping són un reconeixement que atorga Telespectadors Associats de Catalunya (TAC) en què es valora la qualitat dels programes, independentment dels seus nivells d'audiència.

La primera sorpresa va venir a l'emportar-se Michelle Jenner el premi a la millor actriu, ja que, malgrat que va tancar el 2013 amb un Ondas pel seu paper a la sèrie *Isabel* (TVE), el fenomen que ha protagonitzat Adriana Ugarte com a modista Sira en la ficció d'A-3 TV *El tiempo entre costuras* feia pensar que seria aquesta última la que s'emportaria la distinció. Núria Gago, la detectiva de la sèrie *KMM* (TV-3), era una altra candidata.

El Zapping al millor actor va ser per a Tristán Ulloa, que es va imposar a Peter Vives, el seu company de repartiment a *El tiempo...* També es va quedar sense premi Rodolfo Sancho, d'*Isabel* (TVE). La ficció de Boomerang i Antena 3 basada en la novel·la de María Dueñas es va emportar, això sí, el premi dels Grups d'Anàlisi de Programes (GAP). El va aconseguir per «la seva aposta per una producció d'envergadura i la seva confiança en un relat literari autòcton», que ha aconseguit «innovar el panorama de la ficció espanyola». Els



CARLOS MONTAÑÉS

► L'actor Tristán Ulloa, eufòric, després de recollir ahir el premi Zapping pel seu treball a 'El tiempo entre costuras'.

### ■ EL PALMARÈS

## ELS PRINCIPALS GUARDONATS

#### ACTUALITAT INFORMATIVA

➤ *Días de cine* (La 2).

#### MILLOR ACTRIU

➤ Michelle Jenner (*Isabel*, TVE-1).

#### PROGRAMA DIVULGATIU

➤ *Generació digital* (El 33).

#### PREMI ESPECIAL TAC

➤ *Tu oportunidad* (TVE-1).

#### PREMI GRUP D'ANÀLISI

➤ *El tiempo entre costuras* (A-3).

#### MILLOR ACTOR

➤ Tristán Ulloa (*El tiempo entre costuras*, A-3 TV).

#### MILLOR PRESENTADOR

➤ Juanra Bonet (*Lo sabe, no lo sabe*, Cuatro).

#### MILLOR ESPAI DE TV LOCAL

➤ *Ad libitum* (Girona TV).

#### XOU D'ENTRETENIMENT

➤ *Ex-aequo* per a *Masterchef* (TVE-1) i *Oh happy day* (TV-3).

concursos *Masterchef* (TVE) i *Oh happy day* (TV-3) es van repartir el premi al millor programa d'entreteniment.

Juanra Bonet va ser distingit com a millor presentador per *Lo sabe, no lo sabe* (Cuatro); *Generació digital* (El 33), com a millor divulgatiu; *Días de cine*, com a millor programa d'actualitat informativa i entrevistes; el concurs *Tu oportunidad* (TVE) es va emportar el premi Especial del TAC, i *Lletra petita* (TV-3), el premi Valores.

La gala va ser presentada per Montse Busquets, Juanjo Pardo i Iván Medina i va comptar amb les actuacions del cantautor Lucas Masciano, el cor guanyador d'*Oh happy day*, DeuDeVeu, Pep Bou i el Mago Pop. ≡





L'ÈXIT DE LA TECNOLOGIA

# Internet reinventa la tele

La xarxa fa de l'espectador passiu un usuari que es dissenya la graella

El consumidor ja tria quan, amb quin dispositiu i on posa la seva TV

MANUEL DE LUNA  
BARCELONA

A veure què fan a la tele. Aquesta frase, habitual en l'espectador passiu del segle XX, està obsoleta. La irrupció d'internet en el dia a dia ha canviat la manera de veure, sentir i consumir l'entreteniment. Gràcies a la xarxa de xarxes, la música s'escolta diferent, la informació es llegeix diferent i, és clar, la tele es veu d'una altra manera: ja no ens hem de sotmetre a la dictadura de la graella. El telespectador veu el que vol, quan vol, com vol i on vol. Ja no es pot parlar del televisor, sinó de pantalles per disfrutar d'absolutament tots els continguts.

«Estem comprovant que internet fa de la televisió una aplicació més, i les noves generacions ho tenen totalment assumit, ja que deixen de banda el comandament a distància per fer el seu propi menú personalitzat. I la mateixa xarxa, que memoritza els seus gustos, els ajuda a personalitzar», explica Pablo Romero, director de continguts de Yomvi, servei de vídeo sota demanda on line de C+, i el millor exemple a Espanya de la nova manera de veure la tele.

Yomvi va néixer el mes d'octubre del 2011 amb la idea de complementar l'oferta de la plataforma per satèl·lit, i en un espai de temps de poc més de dos anys és una marca de referència en el sector. L'últim any, Yomvi va portar a terme 35 milions de descàrregues. «La nostra proposta és l'entreteniment: futbol, sèries i cine, que són els eixos de desenvolupament més clars», apunta Romero, per a qui la mobilitat és el secret de la nova tele. Un exemple: el consum en tauleta ja supera el PC a la Gran Bretanya. I aquesta realitat no se'ls escapa a les grans operadores d'internet, que ja veuen en els continguts televisius el nou gran negoci.

**MOBILITAT //** Per Romero, no és casual que al Mobile World Congress (MWC) hagin triomfat els *phablets*, telèfons mòbils de la mida d'una tauleta (de fins a 18 centímetres de diagonal) i que hi hagi un gran interès a millorar la transmissió (4G, 5G...). «Tot va cap a la imatge. Tota la indústria està a favor de la televisió», sentència.

La mobilitat dels nous dispositius és la base, però també l'impressionant control i gestió de dades que permet internet. «Els 35 milions de descàrregues del 2013 els tenim perfectament controlats i registrats -explica Romero-. Sabem què vol, com i quan cada usuari, i aques-

Passa a la pàgina següent

## Twitter incorpora a la seva oferta imatges i tots els gols de la Lliga BBVA

►► @LaLiga. Aquest és el compte de Twitter a través del qual es tindrà accés instantani a les millors jugades, els gols, les opinions dels protagonistes i tota la informació de la Lliga BBVA. Una nova demostració que el televisor, tal com està concebut, és una peça de museu.

►► L'acord, que han firmat el president de la Lliga de Futbol Professional (LFP), Javier Tebas; el CEO de Twitter, Dick Costolo, i el responsable de Mediapro, Jaume Roura, a la seu central de la coneguda xarxa de *microblogging* a San Francisco (EUA), no és una novetat: Twitter ja té un acord similar amb la Lliga NBA.

►► Convé recordar que diversos jugadors de la Lliga són dels usuaris que més seguidors tenen a Twitter. Tot està enredat.



### Oferta de les cadenes generalistes

Aplicacions i webs dels grans grups on seguir la programació en directe dels seus canals o veure'n l'oferta televisiva a la carta

**3 Televisió de Catalunya**  
WEB: [www.tv3.cat/3alacarta](http://www.tv3.cat/3alacarta)  
'APP': TV-3

ELS MÉS VISTOS

La Riera | APM? | Crackòvia

**rtve.es RTVE**  
WEB: [www.rtve.es/alacarta](http://www.rtve.es/alacarta)  
'APP': RTVE.es/Móvil

ELS MÉS VISTOS

Cuéntame... | Los misterios de Laura | TVE English

**ATRESMEDIA**  
WEB: [www.atresplayer.com](http://www.atresplayer.com)  
'APP': atresplayer

ELS MÉS VISTOS

El secreto de Puente Viejo | Tu cara me suena | El tiempo entre costuras

**MEDIASET**  
WEB: [www.mitele.es](http://www.mitele.es)  
'APP': mitele

ELS MÉS VISTOS

La que se avecina | El Príncipe | Viajando con Chester

### Plataformes de pagament

Aplicacions que, a més del paquet de canals, ofereixen:

**CANAL+ YOMVI** | **MOVISTAR TV**

SERVEIS

- TV EN DIRECTE
- TV A LA CARTA
- GRAVACIÓ DE PROGRAMES A DISTÀNCIA
- TV PER INTERNET (3G)

### I ALHORA ELS NOUS TELEVISORS S'ASSEMBLEN MÉS ALS DISPOSITIUS MÒBILS

Les TV intel·ligents ('Smart TV') incorporen aplicacions pròpies d'ordinadors i telèfons

- VIDEOCONFERÈNCIES (Skype)
- MISSATGERIA
- NAVEGADOR D'INTERNET
- JOCOS
- XARXES SOCIALS

### Més enllà del televisor

L'experiència televisiva s'estén més enllà de la pantalla i es complementa amb una multitud d'aplicacions

**Twitter**  
La xarxa social s'ha convertit en un al·licient més per seguir un programa en directe

EL MÉS TUTEJAT (Set 2012-Ago 2013)



La Voz	Tele 5
Gran Hermano 14	Tele 5
Un príncipe para Corina	Cuatro
Pulseras rojas	A-3 / TV-3
La que se avecina	Tele 5
Splash! Famosos al agua	A-3
El barco	A-3
Gandía Shore	MTV
Tu cara me suena	A-3
¿Quién quiere casarse con mi hijo?	Cuatro

Font: Tutele

### 'Segones pantalles'

'Apps' que sincronitzen amb els episodis i ofereixen contingut complementari

EXEMPLES

**FOX FAN (FOX)**

**Vive Poniente (3a temporada de 'Juego de tronos', a Canal+)**

**Hannibal (AXN)**

### Webs/aplicacions que complementen els continguts

Per seguir retransmissions al detall

**EXEMPLE**  
[www.formula1.com/](http://www.formula1.com/)

Totes les dades en temps real de les carreres de fórmula 1 (classificació, telemetria, previsió del temps...)




**CONSUMS  
SEGONS EL  
DISPOSITIU**
**1 Ordinador (PC)** Es consumeix futbol, la NBA i sèries com 'Big bang theory' i 'Juego de tronos'

**2 Tauleta** El dispositiu estrella de les sèries i del cine infantil. També s'utilitza per escoltar música

**3 'Smartphone'** Mana el directe: el 75% del consum és de TV lineal (futbol) i el 25%, vídeo en demanda

Ve de la pàgina anterior

ta immensa informació la utilitzem per ajudar-lo a buscar el que li agrada». Així, l'audiometria tradicional, amb uns 4.000 audímetres que diuen (més o menys) el que es veu a la tele, ja és antediluviana. Un exemple, la gestió de dades de Yomvi li permet saber el consum mitjà per dispositiu: qui visiona una sèrie en un televisor convencional *resisteix* una mitjana de 60 minuts (cosa que ve a durar un capítol tradicional). Si el consum es fa a través d'un ordinador de sobretaula (PC), el visionat baixa a 38 minuts. Si és una tauleta, no supera els 28 minuts, i si és un *smartphone*, el temps de visionat cau a 17 minuts de mitjana.

**ELS 'WEBEPISODIS'** // «Això no significa que no es vegi un episodi complet, sinó que l'usuari s'ho administra segons la seva conveniència: una mica a la parada del metro o de l'autobús, una altra mica a la consulta del metge...», exemplifica Romero, que afegeix que aquest tipus de consum per a dispositius mòbils explica l'aparició de la webserie, gènere que també exploten produccions de gran èxit tradicional: *The walking dead*, que té *webepisodis* de només 12 minuts.

## El visionat mitjà de sèries en un PC és de 38 minuts; a les tauletes, de 28, i de 17 als 'smartphones'

A més de mobilitat i la guia personalitzada, internet aporta tres valors més que estan trencant tots els lligams amb la tele tradicional: l'afartament, la immediatesa i el volum. L'afartament (*Binge viewing*) és estrenar /penjar a la web tota la temporada d'una sèrie (13 episodis d'una hora cada un). I així cada usuari adapta el consum al seu gust. El paradigma és *House of cards*, l'exitosa sèrie de la plataforma nord-americana Netflix. El concepte de la immediatesa (*Hot from US*) és la gairebé obligatorietat de tenir a la teva web la sèrie de moda gairebé al mateix temps que al seu país d'origen. «En l'era d'internet no pots amagar els continguts -afirma Romero-. Si no els dones al moment i amb la màxima qualitat, l'usuari ja sabrà trobar el que vol a la xarxa. És una manera de tallar el pirateig».

La tercera pota de la nova TV, el volum, és penjar tota la temporada anterior de la pròxima estrena. Així, s'ajuda a refrescar la memòria, es recupera per a qui se la va perdre en el seu moment i, de passada, es dona una notorietat extra al nou producte. Aquest és el nou punt de vista que dona internet, tot suma perquè el telespectador de nou encuny digital digui: «A veure què em baixo aquí i ara». ≡



## La revolució audiovisual ► L'opinió

**L**a pregunta seria aquesta: ¿Quin futur li espera a la televisió en l'era de la taula i el telèfon intel·ligent, els portàtils i els portables?

Sabem, des de fa molt de temps, que es consumeix molta televisió fora del cau, per internet, a través d'altres pantalles. Sabem també que les audiències de televisió viuen a cavall d'una falla generacional des del moment que els nadius digitals, aprofitant l'oportunitat que els oferia la tecnologia, van decidir fugir del despotisme de les graelles al crit de: «Volem veure el que vulguem, on vulguem, quan vulguem i tantes vegades com vulguem».

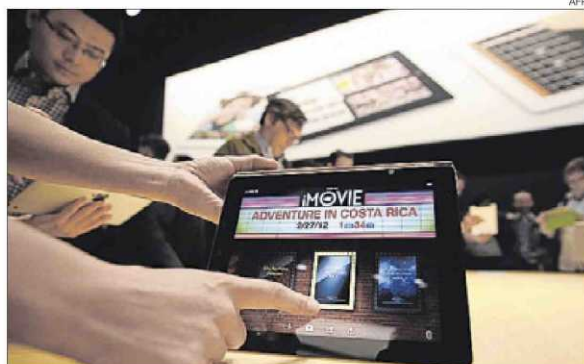
Fins ara es creia que era l'oferta la que creava la demanda en televisió i els programadors de les cadenes tradicionals, com neodèspotes il·lustrats, decidien què havíem de veure, quin dia i a quina hora, i quantes vegades ho podríem veure. El que han possibilitat els nous enginyers tecnològics és la democratització del consum televisiu.

La pantalla del televisor segueix sent la més gran de casa i segueix sent atractiva, fins i tot per als joves, sobretot pel que s'anomena «experiències de visionat», col·lectives o individuals. És insubstituïble quan es juga una final, quan s'emet l'últim capítol de la temporada d'una telesèrie, o quan es retransmet en directe segons quin

## Anàlisi

Oleguer Sarsanedas  
PERIODISTA

## La televisió i la vida moderna



►► Presentació de les noves tauletes multimèdia d'Apple, als EUA.

esdeveniment d'actualitat.

Però la vida moderna (tothom tan atrafegat) ha portat a la fragmentació del consum televisiu: les emissions es veuen no només en directe, sinó en diferit (gravació

domèstica, *podcast* o televisió a la carta) i es compagina el visionat (en directe i en diferit) amb l'ús simultani de portàtils, tauletes i telèfons intel·ligents. Es calcula que els televidents multitasca ja són

més del 60% del total, en mercats televisius madurs com els Estats Units. El mateix aparell està canviant en aquest sentit: els televisors híbrids ja permeten accedir a continguts a la carta via internet i gestionar-los amb un telèfon intel·ligent.

Que trontolli el món dels executius de les cadenes de televisió no és només culpa de la tecnologia, encara que hi tingui molt a veure. L'autèntic sisme l'ha provocat l'ascens de l'usuari: és ell qui té les eines a la mà que li permeten elegir què vol, on vol, quan vol i quantes vegades vol, i és ell qui provoca que els serveis *on demand* com Netflix li ofereixin continguts personalitzats. És ell qui es converteix al mateix temps en distribuïdor de continguts a través de les xarxes socials i també és ell qui, equipat amb *hardware* i *software* d'alt rendiment, es transforma en productor de continguts i entra en competència amb els serveis informatius de televisió tradicionals.

A tot això s'hi afegeixen problemes greus de finançament: a més fragmentació de l'atenció dels usuaris, menys inversió publicitària (pràcticament l'única font d'ingressos de les cadenes).

El futur de la televisió està, més que mai, a les mans dels usuaris. Però també d'importants nous continguts: els Amazon, Google, Apple i tots aquells que entenen les oportunitats que genera la situació.

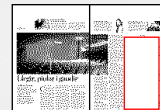
Entre els quals, en un lloc destacat, les operadores de telefonia que són, segons diversos analistes, les que acabaran tallant el bacallà.

I davant de tot això, ¿què fan les cadenes de televisió tradicionals? Les que han tingut més visió de futur, com la BBC, s'han dotat d'un projecte, han elaborat una estratègia i ja fa temps que s'estan posicionant en el nou panorama mediàtic sobre la base dels seus valors reconeguts (l'ofici, la creativitat, el criteri editorial, la producció exclusiva), redefinint el seu abast

«Es calcula que els televidents multitasca ja són més del 60% del total, en mercats televisius madurs»

com a servei públic i aliant-se amb British Telecom per oferir els seus continguts per totes les vies i en tots els dispositius. Han entès que l'ascens de l'usuari requereix models de negoci construïts al voltant de les seves necessitats i no les del canal, de la corporació a la qual pertany o dels anunciants. Les que no han tingut aquesta visió de futur, com les nostres cadenes públiques, així els va. L'evolució no perdona.





DICCIONARI

# Dels 'booktubers' al consum 'binge'



## 'Booktuber'

**Ressenyes de llibres a YouTube**  
Són persones que fan ressenyes dels llibres que han llegit a YouTube. Es tracta d'una tendència en auge sobretot entre els adolescents. Per Borràs, "és un fenomen de socialització de la lectura molt interessant perquè permet detectar els elements que han despertat l'atenció dels joves lectors" i dóna les claus per fidelitzar-los en aquesta experiència.



## Audiència social

### Mirar la televisió i tuitejar al mateix temps

Les cadenes de televisió i les productores tenen cada vegada més un ull posat en el que s'anomena l'audiència social, és a dir, de tota la gent que està veient la televisió i tuitejant al mateix temps, quin percentatge ho fa sobre un determinat programa o sèrie. És un termòmetre per mesurar si els televidents comenten o no un programa a Twitter. I si ho fan amb crítiques o lloances.



## Consum 'binge'

### Visionats maratonians

Les sèries de televisió es veien abans amb les pauses corresponents de publicitat i de manera dosificada: un capítol cada setmana. Ara internet ha canviat aquests hàbits i, a més de veure sèries sense talls publicitaris, es pot escollir el nombre de capítols. Les maratons de caps de setmana són habituals, formen part del consum *binge*, una paraula que significa justament això, afartament.





DOMINIQUE CHARRIAU / GETTY IMAGES

Valérie Trierweiler, dilluns passat, i la portada de *Closer*



# Trierweiler guanya a la revista 'Closer'

**LLUÍS URÍA**  
 París  
 Corresponsal



No és la primera vegada ni serà l'última. La revista francesa *Closer*, com la resta de la premsa del cor, ha de tenir sens dubte un pressupost anual per pagar les multes i sancions que li imposen de forma regular els tribunals per atemptar contra la vida privada de les persones i particularment dels polítics i les seves famílies. L'última condemna li va caure ahir: un jutge del tribunal de Nanterre (periferia de París) va imposar a *Clo-*

*ser* el pagament de 12.000 euros d'indemnització a Valérie Trierweiler, l'excompañya sentimental del president François Hollande, per publicar un reportatge fotogràfic de les vacances que va passar a l'illa Maurici després de la ruptura de la seva parella. La revista, que va treure imatges de Trierweiler en biquini, haurà de publicar així mateix el contingut de la decisió a la portada de forma immediata, sota l'amenaça de pagar una multa de 1.500 euros per cada dia de retard.

La sentència d'ahir pot acabar sent només l'aperitiu del plat que amenaça de ser el prin-

cipal: els 50.000 euros d'indemnització que reclama a la mateixa revista l'actriu i productora Julie Gayet, per la publicació del reportatge fotogràfic que va revelar i va demostrar l'aventura que mantenia amb François Hollande, incloent les cites secretes a la rue du Cirque, molt a prop de l'Elisi, a la qual el president arribava emmascarat amb un casc de motorista... L'aparició d'aquesta informació, que va disparar les vendes de *Closer* fins a 610.000 exemplars –el doble de l'habitual–, va provocar un sísmes a la cúpula de l'Estat i va acabar precipitant la ruptura d'Hollande amb Trierweiler.

La vista per aquesta causa es va celebrar ahir en el mateix tribunal de Nanterre. Julie Gayet, a través del seu advocat, Jean Enocchi, va denunciar la "cacerà" a què l'ha sotmès segons el seu parer l'esmentat setmanari, per la qual cosa s'ha convertit en una "presa". La directora de *Closer*, Laurence Pieau, es va defensar apel·lant a la llibertat d'informació: "Hem complert el deure de periodistes, donant una informació exacta que el públic té dret a saber", va dir. Gayet ha presentat dues demandes més. Una, contra la mateixa revista, per publicar unes fotos d'ella al volant del seu cotxe. I una altra, contra l'"assetjament" dels paparazzis, a qui acusa de posar la seva vida i la dels seus en perill.●





# Rafael Jorba, premi Salvador de Madariaga de periodisme

*Rafael Panadero i Carlos Franganillo, també guardonats*



MANÉ ESPINOSA

**Rafael Jorba, periodista de *La Vanguardia***

**MADRID** Redacció

Rafael Jorba va ser distingit ahir amb el premi de periodisme Salvador de Madariaga. Amb el periodista de *La Vanguardia*, autor de l'anàlisi setmanal sobre actualitat internacional *Cafè Europa*, també han estat premiats el cap d'internacional de la cadena Ser, Rafael Panadero (categoria de ràdio) i el corresponal de Moscou de TVE, Carlos Fran-

ganillo (categoria de televisió). El premi Salvador de Madariaga està convocat per l'Associació de Periodistes Europeus, la Representació a Espanya de la Comissió Europea i l'Oficina a Espanya del Parlament Europeu.

Segons la decisió d'aquesta vintena edició, Jorba "constitueix una referència del periodisme d'anàlisi, didàctic però profund, sobre les realitats polítiques i socials de caràcter interna-

cional i específicament de l'àmbit europeu. Els seus articles estan inspirats en la millor i més àmplia cultura europea que aposta pels valors d'integració i de la ciutadania".

El jurat del premi, presidit per l'excomissari europeu i president del Congrés dels Diputats, Manuel Marín, està format per Frankiskos Verros, ambaixador de Grècia; Carlos Yárnoz (*El País*); José Oneto (Grup Zeta); José Antonio Zarzalejos (*La Vanguardia*, *El Confidencial*); Juan Pedro Valentín (Cuatro); Juan Antonio de Heras, degà del Col·legi de Periodistes de Múrcia; Anna Bosch (Televisió Espanyola); Diego Carcedo, president de l'Associació de Periodistes Europeus (APE); Montserrat Domínguez (*Huffington Post*); Javier García (Europa Press); Rubén Amón (*El Mundo*), i Luis Ventoso (*ABC*). Han actuat com a secretaris sense vot Francisco Fonseca, de la Representació de la Comissió Europea a Espanya; Ignacio Samper, de l'Oficina d'Informació del Parlament Europeu a Espanya, i Miguel Ángel Aguilar, secretari general de l'APE. El lliurament de premis tindrà lloc el proper 21 de març a Múrcia.●





## SETGE A LA PREMSA

# Egipte jutja 20 periodistes d'Al-Jazira per «recolzar» Mursi

▶ La cadena qualifica d'«infundades i absurdes» les acusacions

ANA ALBA  
JERUSALEM

El judici contra una vintena de periodistes de la cadena de televisió qatariana Al-Jazira al Caire ha provocat protestes i indignació a nivell mundial, però les autoritats egípcies no semblen disposades a fer marxa enrere. Els periodistes, entre els quals hi ha ciutadans egipcis i estrangers, estan acusats de «recolzar i ajudar» els islamistes Germans Musulmans, moviment al qual pertany el president electe destituït Mohamad Mursi.

Els reporters, als quals també s'atribueix la difusió de notícies falses, van ser arrestats a finals de desembre, després que la Germandat fos declarada «grup terrorista» per les autoritats sorgides del cop d'Estat militar que el juliol passat va enderrocar Mursi.

El judici va començar el 20 de febrer i es va reprendre abans-d'ahir. Dels 20 acusats, 12 són jutjats en rebel·lia perquè van aconseguir sortir d'Egipte abans que s'emetés una ordre de detenció contra ells. La resta, va aparèixer dimecres davant el tribunal vestint l'uniforme blanc assignat als presos.



AP / MOHAMMED ABU ZAID

▶▶ El periodista australià Peter Greste, dimecres, durant el judici.

Entre ells hi ha Peter Greste, periodista australià i excorresponsal de la cadena britànica BBC. Al-Jazira, que qualifica les acusacions contra els reporters d'«infundades i absurdes», al·lega que només nou d'ells són treballadors seus.

**TRACTAMENT MÈDIC** // Els periodistes –entre ells n'hi ha un que necessita tractament mèdic– neguen haver donat suport als Germans Musulmans i qualifiquen el judici de «farsa». Un dels arrestats és el cap de la delegació d'Al-Jazira al Caire, l'egipci-canadenc Mohamed Fahmy, el

germà del qual va qualificar ahir el procés d'«absurd».

Fahmy, arrestat juntament amb Greste, va declarar davant el tribunal que l'havien maltractat a la presó. «He tingut l'espatlla dreta trencada durant 10 dies sense que cap metge m'atengués i dormo al terra d'una cel·la», va assegurar. «Demano que m'alliberin amb la garantia de l'Ambaixada del Canadà que no sortiré del país», va demanar. Els jutges no han atès la seva petició. Altres acusats van explicar que han estat sotmesos a «tortures psicològiques i físiques». ≡



## EL ACENTO

## La vida sin SeriesYonkis

Hace ahora cuatro años, al aprobarse la *ley Sinde* que ponía coto a la piratería digital, la plataforma más conocida de España, SeriesYonkis, pintó de negro su página y expuso un eslogan a modo de protesta: "Por la libertad en la Red. No al cierre de webs". Cuatro años después ha bastado una petición fiscal para que la misma plataforma haya cerrado por propia iniciativa todos sus enlaces. Desde el viernes, es imposible descargarse una serie o una película de sus atractivas *estanterías*. Sin más explicaciones, la famosa página ha cortado sus tentáculos, los que conducían al internauta a otras páginas de donde bajar de manera gratuita productos audiovisuales protegidos por derechos de autor que se consumían de manera masiva. ¿Qué ha pasado?

La clave está en la reciente reforma de la Ley de Propiedad Intelectual, la segunda que sufre la *ley Sinde* y que supone la última

vuelta de tuerca para frenarle los pies a las descargas ilegales.

Urgido por la industria estadounidense, uno de cuyos representantes es hoy embajador en Madrid, el Gobierno de Rajoy ha acometido más modificaciones para reducir la piratería digital, que distingue a España como uno de sus paraísos. La reforma de la ley ha sido importante, pero también un reciente dictamen del Tribunal de Justicia de la UE sobre el llamado *caso Svensson*, que considera responsables a las plataformas de enlaces

del acceso a contenidos que no respetan los derechos de autor ni piden autorización para su difusión. La estrategia, en fin, de acoso y derribo empieza a dar resultado.

Pero no son solo las leyes las que han transformado el panorama. Es creciente la conciencia social de que estas plataformas no juegan limpio. Descubrir que Kim Dotcom, el fundador de Megaupload, era multimillonario o saber que los fundadores de SeriesYonkis vendieron su página por unos diez millones de euros fue una dura prueba para

los ingenuos. Los que no pagaban por los productos que ofrecían hacían al tiempo un buen negocio gracias a la publicidad. Quizá otras plataformas se apresuren a cubrir el vacío de SeriesYonkis, pero ahora saben que hay riesgos y que carteles sobre la libertad engañan menos que antes.



SOLEDAD CALÉS





## La TV francesa demana al Govern que la protegeixi de la 'invasió'

TF-1, Canal+ i M6 avisen dels perills de les empreses d'internet

EL PERIÓDICO  
BARCELONA

L'èxit de les revolucionàries fórmules televisives que porta internet amenaça d'escombrar tot el negoci audiovisual tradicional. I aquest perill l'han vist molt clar els responsables d'empreses fins ara tan lucratives com les cadenes franceses TF-1, Canal+ i M6. És tanta la por que

tenen al desembarcament al seu país d'empreses audiovisuals com Netflix que s'han posat d'acord per firmar conjuntament una carta dirigida al Govern en què li demanen directament empara.

«Això no és una crisi econòmica de TF-1, Canal+ i M6, sinó un canvi industrial accelerat (...) que amenaça la sostenibilitat de l'actual sistema», adverteixen Nonce Paolini, Méheut Bertrand i Nicolas de Tavernost, patrons de les tres principals televisions de França, que demanen en la missiva reunir-se amb la mi-

nistra de Cultura, Aurélie Filippetti, per plantejar «proposades d'emergència» de cara a reformar el sector audiovisual. És a dir, protegir-se davant l'allau que s'acosta.

En el que sí que tenen raó els responsables de les cadenes tradicionals és que, tal com s'està replantejant el negoci de la tele amb la irrupció d'internet, no es pot mantenir un marc legislatiu que data de la dècada dels anys 80.

El desembarcament de Netflix a Europa ja és una realitat als països escandinaus, els Països Baixos i el



►► La ministra Aurélie Filippetti.

Regne Unit, on ja demostra el seu poder. A Alemanya està a punt de fer-ho, i a França segueix negociant amb les autoritats com adaptar-se a les estrictes normes d'aquest país, ja per si mateix molt proteccionistes amb la seva indústria cultural. L'exemple més clar és el de la participació en el finançament de la creació audiovisual (pel·lícules i sèries), punt que provoca polèmica entre les televisions espanyoles, però que a França tenen molt assumit. I volen que també ho assumeixi Netflix.

A Espanya encara no està clar quan podria arribar Netflix, però tot apunta que, fins que aquest país no deixi de ser un paradís de la pirateria informàtica i presenti una bona infraestructura (la implantació d'una vegada per sempre del 4G), Netflix es mantindrà a l'espera. ≡



**Audiovisual** / Critica la «inacción» del Gobierno

## La junta directiva de Uteca dimite para mostrar su malestar ante la incertidumbre de la TDT

E. M. / Madrid

La incertidumbre y la inseguridad jurídica respecto a la situación de la TDT preocupa al sector. Una sentencia del Tribunal Supremo, que el Gobierno decidió ejecutar hace un año, declaró nula la adjudicación de un múltiplex a los diferentes grupos privados audiovisuales que actuaban entonces a nivel estatal, lo que supone la desaparición

de un total de nueve canales.

Gobierno y operadores (Atresmedia, Mediaset España, Veo y Net TV) han entablado un diálogo para buscar la mejor solución al conflicto. Pero ante el paso del tiempo y el hecho de que aún no se ha formalizado en una propuesta del Ministerio de Industria, competente en la materia, la junta directiva de Uteca –la patronal que agrupa a los operadores– ha

presentado en bloque su dimisión como forma de expresar su malestar por esta ya larga incertidumbre.

La decisión se hizo pública ayer por la noche, a través de un comunicado de Uteca. La junta directiva está compuesta por el presidente, el director general y los vocales.

Uteca «considera inaceptable la inacción» del Gobierno y con esta decisión quiere «expresar su males-

tar por esta ya larga incertidumbre».

«Uteca y los grupos que la componen reafirman su unidad para defender con mayor eficacia no solo sus legítimos intereses, sino también el pluralismo informativo, la certeza del derecho y de las reglas de mercado y el mantenimiento de la posibilidad de que millones de españoles puedan continuar recibiendo una amplia oferta televisiva

que han demostrado apreciar», recoge el comunicado.

En opinión de las televisiones, la sentencia del Supremo, a la que califican de «mero vicio formal imputable a la Administración», «lesiona gravemente los intereses de los operadores, pese a que estos habían cumplido con todas y cada una de sus obligaciones, y pone en grave riesgo la continuidad de la emisión de varios canales, con la consiguiente pérdida de opciones para los espectadores y daños irreparables para la industria audiovisual española».

Uteca ha convocado una asamblea general extraordinaria para el nombramiento de las personas que hayan de ocupar los órganos de dirección.





**pareumàquines**  
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

## Les goteres (periodístiques) del ministeri de l'Interior



Al ministre de l'Interior se li acumulen casos de filtracions periodístiques aparentment sorgides del seu negociat. El precedent més il·lustre és el famós esborrany de l'informe de la UDEF sobre els comptes suïssos de Pujol i Mas: el va publicar *El Mundo* –en plena campanya electoral– i després ningú no en va reivindicar l'autoria (ni tampoc es va incorporar a cap causa; ja ho tenen els esborranys, que surten gratis d'esbombar). Un altre exemple: a mitjans de febrer, el govern va haver de sortir al pas al Congrés de la publica-

ció a *El País* d'una carta enviada per Arnaldo Otegi des de la presó al diputat David Fernández, de la CUP. L'executiu va negar que hi tingués res a veure. L'últim cas ha estat aquesta mateixa setmana. Doble pàgina a *La Razón* amb el títol "La conspiració dels 33 jutges sobiranistes". Resulta que de les 33 fotos dels magistrats que publiquen, 29 són les dels seus documents d'identitat. Els jutges han interposat demanda per vulneració de dades personals, ja que aquestes imatges són privades i, en teoria, només hi pot accedir la policia (o sigui, el ministeri).

Aquests dies, quan veig les portades d'alguns diaris sobre Ceuta i Melilla i els seus titulars tremendistes –invasió, assalt, màfies– perfectament arrengrerats amb l'argumentari d'Interior, no puc deixar de recordar aquest degoteig de presumptes filtracions. No es pot demostrar el vincle entre causa i efecte, però la suma de casos suggereix una connivència poc estètica. En el millor dels casos, Jorge Fernández Díaz no està demostrant excessiva competència controlant el seu equip. També pot ser que les filtracions siguin obra de la Verge Maria Santíssima de l'Amor. Això, almenys, explicaria que un ministeri d'un estat aconfessional –Constitució *dixit*– li concedís, el mes passat, la medalla d'or al mèrit policial.



# La junta de Uteca dimite por la “inacción” del Gobierno

**TELEVISIÓN/** Los directivos de la asociación de cadenas privadas expresan su malestar por la incertidumbre generada en la reasignación de varios canales.

**Expansión.** Madrid

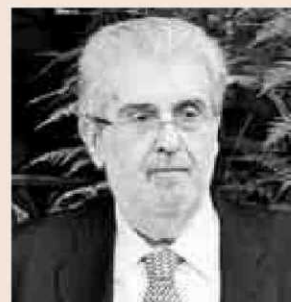
La junta directiva de Uteca, la asociación que agrupa a las cadenas privadas españolas, presentó ayer su dimisión en bloque para expresar su “malestar” por la “ya larga incertidumbre” a que somete el Gobierno al sector con su “inacción” en la resolución de la reasignación de canales.

Una sentencia del Tribunal

Supremo anula la asignación del Gobierno en 2010, “consecuencia de un mero vicio formal imputable a la Administración”, según recuerda Uteca, que agrupa los intereses de Mediaset, Atresmedia, Veo Televisión y Net TV. Esta circunstancia, “lesiona gravemente los intereses de los operadores, pese a que habían cumplido con todas sus obli-

gaciones, y pone en grave riesgo la continuidad de la emisión de varios canales”.

Según Uteca, la voluntad del Gobierno de encontrar una solución aún no se ha formalizado en una propuesta del Ministerio de Industria, “a pesar de las propuestas de solución ofrecidas por el sector y de la disposición y lealtad de los operadores”, explican.



José Manuel Lara preside Uteca.





## UTECA convoca una Asamblea General Extraordinaria

L. R. T. - Madrid

La Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA), que agrupa a los cuatro operadores de TDT en abierto de cobertura nacional, celebró ayer una reunión extraordinaria para analizar la delicada situación en la que el fallo del Tribunal Supremo pone a todo el sector, con respecto a la asignación de canales adicionales efectuada por el gobierno en el 2010. Dicha sentencia, consecuencia en reali-

dad de un mero vicio formal imputable a la Administración, lesiona gravemente los intereses de los operadores –pese a que estos habían cumplido con todas y cada una de sus obligaciones– y pone en grave riesgo la continuidad de la emisión de varios canales, con la consiguiente pérdida de opciones para los espectadores y daños irreparables para la industria audiovisual española. La voluntad del Gobierno, manifestada a los operadores, de encontrar una solución

aún no se ha formalizado en una propuesta del Ministerio de Industria, Energía y Turismo competente en la materia, a pesar de las propuestas de solución ofrecidas por el sector y de la disposición y lealtad de los operadores, basadas en el acuerdo sobre el dividendo digital alcanzado en agosto del 2012. En estas circunstancias, la Junta Directiva de UTECA considera inaceptable la inacción y ha presentado en bloque su dimisión como forma de expresar su malestar por esta ya

larga incertidumbre. La asociación ha convocado una Asamblea General Extraordinaria para el nombramiento de las personas que hayan de ocupar los órganos de dirección de UTECA.

UTECA y los grupos que la componen reafirman su unidad para defender con mayor eficacia no sólo sus legítimos intereses, sino también el pluralismo informativo, la certeza del derecho y de las reglas de mercado y el mantenimiento de la posibilidad de que millones de españoles puedan continuar recibiendo una amplia oferta televisiva que han demostrado apreciar.

**CONFLICTIVITAT**

# Catalunya Ràdio i TV-3 segueixen sense conveni

**EL PERIÓDICO**  
BARCELONA

Les plantilles de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio van fer ahir una nova aturada (de 13.30 a 18.00 hores), en protesta per la rebaixa salarial que la direcció de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) vol aplicar i en defensa d'un nou marc laboral. Entre 200 i 300 treballadors es van concentrar ahir davant la seu de la CCCMA, a la Via Augusta de Barcelona, on estava reunida la comissió negociadora. No va ser casual: ahir va finalitzar el termini de 15 dies perquè les dues parts arribessin a un preacord. Si aquest es produeix –al tancament d'aquesta edició seguia la reunió–, la negociació s'allargarà dues setmanes més.

La divergència se centra en les retallades que poden afectar el sou base i l'antiguitat, aspectes que representen «línies vermelles» per als comitès d'empresa. Una de les últimes ofertes de la direcció es va basar ahir en una rebaixa del sou base al voltant del

**El termini** de 15 dies perquè la CCMA i els comitès arribessin a un preacord es va acabar ahir

3% (a TV-3, i variable a Catalunya Ràdio), retallades en l'antiguitat i l'eliminació de la nòmina variable. En canvi, els treballadors insisteixen en la rebaixa de les remuneracions que no estan estipulades en el conveni, així com l'eliminació o regulació dels complements que no s'hi acullin, la quantia dels quals puja, segons els comitès, a més de 10 milions d'euros. *El País* va avançar ahir que aquesta xifra és d'un total de 8,87 milions d'euros, quantitat superior als 7,5 milions d'euros que la CCMA pretén obtenir de la massa salarial. Fonts del comitè d'empresa de TV-3 van assegurar a EL PERIÓDICO que aquest informe és només un «document de treball» elaborat pel comitè de vaga de Catalunya Ràdio i el seu assessor laboral i que encara no ha estat «verificat» pel comitè d'empresa de TV-3. «No són conclusions definitives, sinó una simplificació –van afegir–. I això no implica que no hagin d'aplicar-se altres mesures d'estalvi». Com, per exemple, traslladar la seu actual de la CCMA a l'edifici Imagina, on hi ha «sales buides» el lloguer de les quals s'ha d'abonar fins al 2017. =





## CRÍTICA PREMSA

ANTONI  
MARIA  
PIQUÉ

@AMPIQUE

## És tòxic que els periodistes facin diners?

**P**agar per resultats és una política de retribució habitual en nivells directius... i no tan directius. Pregunti a qualsevol comercial i s'adonarà que, en molts casos, no només n'és una part sinó gairebé tot el seu sou. Els periodistes no hi estem gens acostumats, perquè sempre hem entès que ens convé estar lluny de la contaminant responsabilitat de fer diners; si més no, considerem que un mitjà és una empresa col·lectiva en què és molt difícil destriar qui hi contribueix més.

Internet altera tot això. El seu principal tret no és la interactivitat o que el cost de reproducció és gairebé zero. És que tot, tot, tot es pot mesurar. És a dir, sí que podem saber quin o quina periodista aporta més trànsit de persones i també la qualitat d'aquest trànsit. De fet, qui no ho sap és perquè encara no ha dedicat prou recursos a esbrinar-ho. Aquesta és una de les ruptures que la xarxa produeix en el model de negoci tradicional, com ho són les possibilitats que ofereix a qualsevol periodista d'establir-se pel seu compte i guanyar-se la vida sense dependre de cap organització. Val a dir, a més, que la necessitat de fer pagar pels continguts a la web carrega sobre els periodistes una responsabilitat sobre els ingressos molt més directa que en els mitjans tradicionals. Cert, tot això té una cara fosca.

Si només es busca la quantitat i el nombre de clics, acabarem transformant el periodisme en una mena de subhasta d'escàndols, xafarderies i conyes sense substància. Si només es tracta de bombejar com més continguts millor, es perjudicarà la seva qualitat. Potser acabarem copiant-nos els uns als altres, reescriuint de manera més sensacional encara allò que algun desconegut o el competidor han publicat... Bé. Que tot això emboliqui més la troca no ens autoritza a defugir el debat: ¿en quina mesura els periodistes han de ser pagats en funció de resultats individuals? Quines mètriques són les més adients per a mesurar-ho? Si no ho resollem nosaltres, algú altre ens ho resoldrà... pitjor.



## Premio de Periodismo

### Rafael Jorba, Carlos Franganillo y Rafael Panadero, ganadores del premio Salvador de Madariaga

#### ABC MADRID

Los periodistas Rafael Panadero, Carlos Franganillo y Rafael Jorba han sido reconocidos, en sus respectivas categorías, en la XX Edición de los Premio de Periodismo Europeo Salvador de Madariaga, según se desprende del fallo del jurado de estos galardones, reunido ayer en la sede de la Asociación de Periodistas Europeos.

En concreto, el jurado ha reconocido la labor de Rafael Panadero, jefe de internacional de la Cadena Ser, en la categoría de «Radio» por su enfoque europeísta y su apuesta por convertir la información «en una cobertura cotidiana y cercana, reflejada no solo en la información diaria, sino en los especiales». Mientras, Carlos Franganillo, corresponsal en Moscú de TVE, ha sido galardonado en la categoría de Televisión por demostrar «día a día que es un excelente reportero» ya que, a juicio del jurado, «está sobre el terreno cumpliendo con el doble objetivo de entender qué ocurre y contarlo de la mejor manera posible al espectador».

En cuanto a Rafael Jorba, columnista de «La Vanguardia», el jurado estima que constituye «una referencia del periodismo de análisis, didáctico pero profundo, sobre las realidades políticas y sociales de carácter internacional y, específicamente del ámbito europeo».

El premio está convocado por la Asociación de Periodistas Europeos, la representación en España de la Comisión Europea y la Oficina en España del Parlamento Europeo.





## El MAB excluye de cotización a Grupo Nostrum y al periódico 'Negocio'

EFE Madrid

El Mercado Alternativo Bursátil (MAB) ha decidido excluir de la negociación en Bolsa las acciones de Grupo Nostrum y de *Negocio y Estilo de Vida*. La decisión de la exclusión se ha adoptado después de que ambas empresas no remitieran la información que les había requerido el MAB para poder continuar siendo negociadas y una vez agotado el plazo para presentar sus alegaciones. En concreto, el MAB ha señala-

do que la cotización de Grupo Nostrum, que debutó en noviembre de 2010, lleva suspendida desde el 4 de febrero de 2013 "por razón del incumplimiento de su deber de contestar los requerimientos de información realizados por parte del mercado" y desde "el 6 de abril de 2013 no cuenta con un asesor registrado". Por los mismos motivos ha excluido al diario *Negocio*, que saltó a Bolsa en junio de 2010. Su cotización estaba suspendida desde el 2 de marzo de 2012.



## Dimiteix tota la junta de l'entitat que aplega els canals privats

La junta directiva d'Uteca, la patronal que aplega les televisions privades espanyoles, va presentar ahir la seva dimissió en bloc. Ho va fer com a protesta per la incapacitat del ministeri d'Indústria de materialitzar una proposta relativa a la recent sentència del Suprem que les obliga a prescindir

d'un total de 9 canals de la TDT (que en el seu moment s'haurien d'haver adjudicat per concurs). Les privades consideren "inacceptable la inacció". L'entitat –fins ara presidida per José Manuel Lara– celebrà una assemblea extraordinària els pròxims dies per renovar els càrrecs.





## Conflicto TDT

# La directiva de Uteca dimite en pleno como protesta

ABC MADRID

La junta directiva de la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (Uteca) dimitió ayer en pleno después de reunirse para analizar «la delicada situación en la que el fallo del Tribunal Supremo pone todo el sector». La sentencia obligará a cerrar varios canales de TDT y los directivos de la asociación que agrupa a las cadenas privadas consideran que «la voluntad del Gobierno, manifestada a los operadores, de encontrar una solución, aún no se ha formalizado», una «inacción» que consideran «inaceptable».



## Reino Unido

# BBC3 solo podrá verse en internet a partir de 2015

### AGENCIAS LONDRES

El canal BBC3 pasará a emitirse solo por internet a partir de 2015, en una medida que forma parte de los planes de reducción de costes, según confirmó su director general, Tony Hall. Con esta decisión, los costes de la BBC3 pasarán de 90 millones de libras anuales (109,5 millones de euros) a 25 millones de libras (30,4 millones de euros), según afirmó el directivo, que no «descartó» nuevos cambios en la corporación británica BBC.





## La junta directiva d'Uteca dimiteix per la falta de decisió sobre els canals anul·lats

**COMUNICACIÓ** ► La junta directiva de la Unió de Televisions Comercials Associades (Uteca), que agrupa les cadenes de televisió privades d'àmbit espanyol, va presentar ahir la dimissió en bloc en considerar "inacceptable la inacció" del Govern espanyol respecte a la sentència del Tribunal Suprem que anul·la 9 dels actuals canals de la TDT. Les televisions privades creuen que l'anul·lació de canals es deu a "un mer vici formal imputable a l'Administració". / Redacció



## Un documental habla sobre las mujeres periodistas

**BARCELONA** • La periodista Josefina Carabias y otras pioneras españolas de esta profesión son las protagonistas del documental *No-sotras que contamos*, que se emitirá hoy en La 2, dentro del programa *Imprescindibles*. El documental se centra en la figura de Josefina Carabias, que debutó en el oficio en 1931 y fue “la primera mujer que se dedicó en cuerpo y alma al periodismo de manera profesional, es decir, viviendo de ello”, señaló la directora.





# INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/14	El periodista Edwy Plenel va ser a Barcelona convidat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya. / Ara Cat	43	1

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/14	Dimisiones en UTECA al considerar inaceptable la inacción del Gobierno sobre la TDT / PRNoticias	45	1
07/03/14	El faraònic gabinet de premsa de Botella: 59 periodistes i 3 milions d'euros en sous / Economia Digital	46	1





# Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



## El periodista Edwy Plenel va ser a Barcelona convidat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya.

**Viernes, 7 de marzo de 2014**

Edwy Plenel és un periodista de raça. Nascut a Nantes el 1952 i criat al Carib, va completar els seus estudis superiors a Algèria abans d'instal·lar-se definitivament a París. Després d'un flirteig juvenil amb el trotskisme, Plenel es va incorporar al diari Le Monde, que va dirigir entre el 1996 i el 2004. Lluny de retirar-se, després d'abandonar aquesta capçalera es va llançar a l'aventura digital i el 2008 va fundar, juntament amb altres col·legues de professió, Mediapart, un diari en línia compromès amb el periodisme d'investigació. Autofinançat gràcies als seus 84.000 subscriptors, aquest mitjà de comunicació sha convertit en la bèstia negra dels polítics francesos després de destapar els lligams entre Gaddafi i Sarkozy, o revelar els comptes a l'estranger que van forçar l'any passat la dimissió del ministre Jérôme Cahuzac. Com sha fet un lloc Mediapart? Els lectors hi arriben pel soroll que generen les investigacions i revelacions que fem. És un màrqueting natural: periodisme, periodisme i periodisme. Som la prova que revolució digital no vol dir periodisme superficial, no som un flux de notícies, la immediatesa Som un periodisme profund, documentat, que aprofita els avantatges que ofereix la web.





# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## **Dimisiones en UTECA al considerar inaceptable la inacción del Gobierno sobre la TDT**

**Viernes, 7 de marzo de 2014**

A continuación reproducimos íntegramente el comunicado que UTECA hacía llegar a los medios de comunicación, anunciando la dimisión de su junta Directiva al completo, en señal de protesta por la falta de negociación o resoluciones por parte del Gobierno para solucionar el problema de los nueve canales que una sentencia del Supremo declaraba ilegales. La Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA), que agrupa a los cuatro operadores de TDT en abierto de cobertura nacional, ha celebrado una reunión extraordinaria para analizar la delicada situación en la que el fallo del Tribunal Supremo pone todo el sector, respecto a la asignación de canales adicionales efectuada por el gobierno en el 2010. Dicha sentencia, consecuencia en realidad de un mero vicio formal imputable a la Administración, lesiona gravemente los intereses de los operadores, pese a que estos habían cumplido con todas y cada una de sus obligaciones, y pone en grave riesgo la continuidad de la emisión de varios canales, con la consiguiente pérdida de opciones para los espectadores y daños irreparables para la industria audiovisual española. La voluntad del Gobierno, manifestada a los operadores, de encontrar una solución aún no se ha formalizado en una propuesta del Ministerio de Industria, Energía y Turismo competente en la materia, a pesar de las propuestas de solución ofrecidas por el sector y de la disposición y lealtad de los operadores, basadas en el acuerdo sobre el dividendo digital alcanzado en agosto del 2012. En estas circunstancias, la Junta Directiva de UTECA considera inaceptable la inacción y ha presentado en bloque su dimisión como forma de expresar su malestar por esta ya larga incertidumbre. La asociación ha convocado una asamblea general extraordinaria para el nombramiento de las personas que hayan de ocupar los órganos de dirección de UTECA. UTECA y los grupos que la componen reafirman su unidad para defender con mayor eficacia no solo sus legítimos intereses, sino también el pluralismo informativo, la certeza del derecho y de las reglas de mercado y el mantenimiento de la posibilidad de que millones de españoles puedan continuar recibiendo una amplia oferta televisiva que han demostrado apreciar. Seguiremos Informando



## El faraònic gabinet de premsa de Botella: 59 periodistes i 3 milions d'euros en sous

**Viernes, 7 de marzo de 2014**

L'Ajuntament de Madrid doblega els treballadors del seu departament de comunicació amb la contractació de personal de confiança. Es tracta de tota una redacció multimèdia: redactors, tècnics de radi i televisió, productors, generadors de notícies multimèdia, fotògrafs, documentalistes, auxiliars, caps de secció i directors. L'equip de premsa de l'alcalde Ana Botella (PP) està compost per 59 professionals, segons revela una documentació interna de l'Ajuntament de Madrid a la qual ha tingut accés aquest diari. Els 59 treballadors cobren, en total, tres milions d'euros, segons reflecteix la partida pressupostària per a aquestes finalitats. La seva labor consisteix a transmetre als mitjans de comunicació una imatge amable de la gestió de l'ajuntament i, especialment, de la gestió d'Ana Botella. La xifra no inclou alguns treballadors de comunicació que depenen dels districtes, com Cristina Aguirre, germana de l'expresidenta autonòmica Esperanza Aguirre, que va ser contractada a dit per exercir "labors com a periodista". El sou de la germana d'Aguirre va ascendir a 42.000 euros anuals en el moment de la seva contractació fa dos anys. Els càrrecs de confiança. Dels 59 treballadors que componen l'equip de comunicació de l'alcalde, més de la meitat són càrrecs de confiança contractats per la cúpula del govern municipal, segons va poder conèixer aquest mitjà a través de fonts internes de l'ajuntament. Els funcionaris, que han obtingut les seves places i ascensos sobre la base de concursos públics, solen realitzar les notes de premsa d'assumptes poc rellevants o intrascendents per a la imatge d'Ana Botella. Els temes crítics són gestionats pel seu personal de confiança, amb càrrecs eventuals. De mitjana, l'equip de comunicació de l'alcalde obté uns ingressos anuals de 51.000 euros, un salari similar al dels assessors convencionals (els nous assessors cobren 70.500 euros). L'equip de premsa de Botella multiplica per quatre al de l'alcalde de Barcelona, amb 15 periodistes dedicats a les mateixes funcions. Estructura sobredimensionada. Els departaments de l'Ajuntament de Madrid compten amb estructures sobredimensionades, segons critica l'oposició municipal. Gran part d'elles va ser promoguda per l'exalcalde Alberto Ruiz Gallardón, amb l'ambició política de crear grans projectes de ciutat. L'augment de les dimensions del govern local, amb 29.000 empleats, els fallits projectes olímpics, la M-30, i la mudança de l'ajuntament al Palau de Cibeles van ser alguns dels projectes de Gallardón que han generat una asfíxia econòmica sense precedents per al municipi. Madrid ha de destinar ara 1.000 milions d'euros anuals a pagar deute, el triple del que destina a polítiques socials.