



RECULL DE PREMSA

02/04/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PREMSA

2

INTERNET

30



PREMSA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
02/04/14	JOSEP MARIA MARTÍ I MACARI GÓMEZ, DISTINGITS AMB LA CREU DE SANT JORDI / DIARI MES TARRAGONA	6	1
02/04/14	LA GENERALITAT DISTINGEIX CC.OO. I LA UGT AMB LA CREU DE SANT JORDI / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	7	1
02/04/14	LA GENERALITAT CONCEDEIX LA CREU DE SANT JORDI A CCOO I LA UGT / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	8	1
02/04/14	LA GENERALITAT VA DISTINGIR AHIR 27 PERSONES I 15 ENTITATS AMB LA CREU DE SANT JORDI. ENTRE ELS GUARDONATS, HI HA L'ESCRIPTOR JAUME CABRÉ, EL MONJO I HISTORIADOR HILARI RAGUER I L'ACTRIU VICKY PEÑA. / ARA	9	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
02/04/14	75 AÑOS AL SERVICIO DEL PERIODISMO / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	11	1
02/04/14	ELS FAMOSOS OMPLEN TWITTER DE PUBLICITAT OCULTA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	12	2
02/04/14	TV3 RECUPERA EL LIDERATGE AL MARÇ / ARA	14	1
02/04/14	LA MEMÒRIA FOTOGRÀFICA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	15	1
02/04/14	CRÍTICA INTERNACIONAL A L'AGRESSIÓ POLICIAL A REPORTERS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	16	1
02/04/14	HACIENDA PAGARÁ A LAS 'TELECOS' 9 MILLONES AL MES SI RETRASA SUS FRECUENCIAS / EXPANSION	17	1
02/04/14	400 NÚMEROS D'UN REFERENT CULTURAL / EL PUNT AVUI	18	1
02/04/14	QUATRE FOTÒGRAFS DENUNCIEN ALS JUTJATS AGRSSIONS PER PART DE LA POLICIA / DIARI DE GIRONA	19	1
02/04/14	MILÁ Y OTROS SEIS CORRESPONSALES CAMBIARÁN DE SEDE DESDE JULIO / ABC (EDICION NACIONAL)	20	1
02/04/14	TV3 RECUPERA LA PRIMERA POSICIÓ EN EL RÀNQUING D'AUDIÈNCIA / REGIO 7	21	1
02/04/14	'ARIADNA', LA INSIGNIA TECNOLÒGICA DE LAS PUBLICACIONES IMPRESAS DE UNIDAD EDITORIAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	22	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
02/04/14	DERECHOS DEPORTIVOS UTECA ACUSA A TVE DE ROMPER CON SUS OFERTAS EL MERCADO DEL FÚTBOL / ABC (EDICION NACIONAL)	23	1
02/04/14	8TV CONSOLIDA EL CREIXEMENT D'AUDIÈNCIA AL MARÇ / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	24	1
02/04/14	EL GOBIERNO CENTRALIZA LA COMPRA DE ESPACIOS EN LOS MEDIOS / EXPANSION	25	1
02/04/14	PRISA OFRECE 255 PLAZAS DE PRÁCTICAS EN LAS DISTINTAS EMPRESAS DEL GRUPO / CINCO DIAS	26	1
02/04/14	TVE ENVIA LORENZO MILÀ A ROMA I CARLOS FRANGANILLO ALS EUA / ARA	27	1
02/04/14	UTECA DENUNCIA LA PUJA DE TVE POR LOS DERECHOS DEL MUNDIAL DE FÚTBOL / CINCO DIAS	28	1
02/04/14	DIÁLOGOS ENTRE FOTÓGRAFOS EN EL INSTITUT FRANÇAIS / LA RAZON	29	1

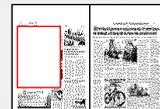


COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



REGONEIXEMENTS

Josep Maria Martí i Macari Gómez, distingits amb la Creu de Sant Jordi

El Govern guardona també l'Institut Pere Mata pels serveis prestats en l'àmbit de la salut mental

Redacció

Fins a 27 persones i 15 entitats han estat reconegudes pel Govern amb la Creu de Sant Jordi, un dels màxims distintius que lliura la Generalitat de Catalunya amb la finalitat de posar en valor la feina d'aquells que, pels seus mèrits, han prestat serveis destacats al territori. Entre els guardonats, els reusencs Josep Maria Martí i Macari Gómez.

El primer, periodista, ha ocupat fins fa pocs dies el càrrec de degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya després de deixar les regnes de la Cadena SER. La Creu de Sant Jordi subratlla la seva capacitat de descobrir nous talents i el paper al capdavant de l'emissora, que va incrementar la programació en català sota la mà de Martí. Gómez, per la seva banda, conegut artísticament com a *Mac*, ha estat un dels cartellistes cinematogràfics rellevants dins l'àmbit de Hollywood i veu així reconeguda la qualitat i la versatilitat d'una obra de projecció internacional, vinculada al record de pel·lícules mítiques.

Altres personalitats del Camp de Tarragona han rebut també enguany la Creu de Sant Jordi, com ara el farmacèutic i bioquímic tarragoní Joan Josep Guinovart, director de l'Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona i destacat en l'àmbit de la recerca sobre trastorns metabòlics causants de malalties neurodegeneratives.

Necessitats socials i cultura

Entre les 15 entitats que han estat distingides, es troba l'Institut Pere Mata, a què se li atorga el guardó per l'aportació realitzada en el camp de la salut mental, la discapacitat intel·lectual i l'atenció a les persones grans, així com pel conjunt de l'obra social de les fundacions que hi



CEDIDA

El periodista Josep Maria Martí ha estat fins fa pocs dies degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

■ El farmacèutic i bioquímic tarragoní Joan Josep Guinovart també a rebut el reconeixement

■ La Generalitat destaca la Fundació Vidal i Barraquer i l'Institut d'Estudis Penedesencs

són vinculades. També la Fundació Vidal i Barraquer, en el seu cinquantè aniversari, creada en el si de la Conferència Episcopal Tarraconense i vinculada a la Universitat Ramon Llull. Amb la Creu de Sant Jordi, el Govern vol destacar la qualitat de l'assistència que presta, en els centres de salut mental, a persones amb trastorns psicopatològics, complementada per l'aposta formativa i de recerca en els àmbits de la psicologia i la psiquiatria.



CEDIDA

El cartellista Macari Gómez és un referent al món del cinema.

Igualment, ha rebut la distinció l'Institut d'Estudis Penedesencs, per l'interès de la tasca que el centre du a terme en l'estudi, la promoció i la difusió del patrimoni cultural, històric i científic

de les comarques de l'Alt Penedès, el Baix Penedès i el Garraf. La Federació d'Ateneus de Catalunya, i l'Organització Catalana de trasplantaments són altres de les entitats guardonades.



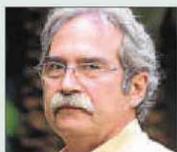
La Generalitat distingeix CC.OO. i la UGT amb la Creu de Sant Jordi

Jaume Cabré, Suso de Toro i Bleuca, director de la RAE, també guardonats

Personalitats i entitats distingides per la Generalitat



José Manuel Bleuca, filòleg



Jaume Cabré, escriptor



Xesús Miguel de Toro, escriptor



Rosa Maria Oriol, joiera



Victòria Peña, actriu



Hilari Ragner, historiador i religiós

- ▶ Xavier Benguerel, compositor
- ▶ Joana Biarnés, fotoperiodista
- ▶ Alegria Borrás, jurista
- ▶ Josep Maria Busquets, promotor cultural
- ▶ Aureli Casabona, agent comercial
- ▶ Enric Crous, directiu d'empresa
- ▶ Macari Gómez, car-

- tellista cinematogràfic
- ▶ Rosa Gratacós, pedagoga
- ▶ Joan Josep Guinovart, farmacèutic
- ▶ Joan Llord, sacerdot
- ▶ Marià-Ignasi Marrojo, fotògraf
- ▶ Josep Maria Martí, periodista
- ▶ Ricard Masó, geògraf i aparellador
- ▶ Lluís Pagès, editor

- ▶ Francesc Panyella, promotor cultural
- ▶ Enric Puig, pedagog i religiós
- ▶ Mercè Riera, promotora social
- ▶ Josep Maria Sala, metge pediatre
- ▶ Sergi Schaff, realitzador de televisió
- ▶ Lluís Martí, promotor social (pòstum)
- ▶ Joan Montanyès, actor i pallasso (pòstum)

- ▶ Casino Llagostrenc
- ▶ Confederació Sindical de la Comissió Obrera Nacional de Catalunya
- ▶ Coral El Llessamí
- ▶ Els Pescadors de l'Escala
- ▶ Federació d'Ateneus de Catalunya
- ▶ Federació Salut Mental Catalunya
- ▶ Fundació Busquets de Sant Vicenç de Paül

- ▶ Fundació d'Oncologia Infantil Enriqueta Villavecchia
- ▶ Fundació Vidal i Barraquer
- ▶ Institut d'Estudis Penedesencs
- ▶ Institut Pere Mata
- ▶ Organització Catalana de Trasplantaments
- ▶ Reial Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona
- ▶ Societat Coral Diana
- ▶ Unió General de Treballadors de Catalunya

SILVIA HINOJOSA
Barcelona

El Govern de la Generalitat va acordar ahir la concessió de la Creu de Sant Jordi d'aquest any als sindicats UGT i CC.OO., els escriptors Jaume Cabré i Suso de Toro, el director de la Reial Aca-

dèmia de la Llengua Espanyola, José Manuel Bleuca, l'actriu Vicky Peña i fins a un total de 27 persones i 15 entitats als quals la Generalitat reconeix una trajectòria d'excel·lència i, en general, els serveis prestats a Catalunya, segons va explicar ahir el conseller de Presidència, Francesc Homs.

El guardó es lliurarà previsiblement el 22 d'abril, en una cerimònia solemne al Palau de la Generalitat. A més dels esmentats, seran distingits amb el guardó el directiu del Grup Damm Enric Crous; el farmacèutic, bioquímic i director de l'Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona, Joan

José Guinovart; el cartellista cinematogràfic Macari Gómez, conegut com Mac; la pedagoga Rosa Gratacós; el fotògraf Marià-Ignasi Marrojo, que ha donat el seu fons, compost de més de 70.000 imatges, a l'Arxiu Nacional de Catalunya; el pedagog, jesuïta i secretari general de la

Fundació Escola Cristiana de Catalunya, Enric Puig; l'historiador i monjo de Montserrat, Hilari Ragner; la joiera de la firma Tous Rosa Maria Oriol, que impulsa una fundació d'obra social que porta el seu nom, i l'editor Lluís Pagès, entre d'altres.

El Govern reconeix, d'UGT i CC.OO., el 50è aniversari d'aquesta última central sindical, la tasca feta pels drets laborals i socials dels treballadors, així com la lluita contra el franquisme i el compromís de les dues entitats en la "construcció nacional de Catalunya". A més, la Generalitat destaca del gallec Suso de Toro que els seus llibres i articles "desenvolu-

El Govern destaca dels sindicats el compromís amb els treballadors i amb la construcció nacional catalana

pen una visió positiva de la identitat catalana i exploren vies de diàleg sobre la realitat política espanyola". En el cas de José Manuel Bleuca, i a més del seu treball en l'àmbit del castellà, la Generalitat també posa en relleu la seva vinculació amb Catalunya i la seva actitud receptiva vers la llengua i la cultura catalanes.

Entre les entitats guardonades aquest any, destaquen la Fundació d'Oncologia Infantil Enriqueta Villavecchia, l'Organització Catalana de Trasplantaments i la Reial Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona, que des del 1904 gestiona l'observatori Fabra, dedicat a l'astronomia i la meteorologia.●



MÀXIM RECONeixEMENT DEL GOVERN

La Generalitat concedeix la Creu de Sant Jordi a CCOO i la UGT

► Homs desvincula la distinció del suport dels sindicats al dret a decidir

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El Govern va aprovar ahir en la reunió del Consell Executiu la concessió de la Creu de Sant Jordi a CCOO i UGT. Entre els motius per atorgar-los el màxim reconeixement de la Generalitat, a més de la lluita pels drets laborals i socials, hi ha el seu «compromís continuat [...] en la construcció nacional de Catalunya». A més de posicionar-se obertament a favor de la consulta d'autodeterminació que impulsa l'Executiu de CiU, les dues centrals formen part del Pacte Nacional pel Dret a Decidir, que integren entitats socials,

institucions i partits polítics. No obstant, el portaveu de l'Executiu i conseller de Presidència, Francesc Homs, va intentar ahir desvincular les dues circumstàncies.

«Ni ara ni en governs anteriors s'ha donat per fet que els perceptors de la Creu de Sant Jordi hagin de ser progovernamentals», va afirmar Homs abans d'especificar que en el cas de CCOO, la distinció s'emmarca en el context de l'aniversari de la seva fundació. Així mateix, el conseller va subratllar que a les Creus de Sant Jordi es reflecteix la «transversalitat del país», informa **Fidel Mas-real**.

DES DEL 1981 // El màxim reconeixement de la Generalitat, creat l'any 1981, distingeix «les persones naturals o jurídiques que, pels seus mèrits, hagin prestat serveis destacats a Catalunya».

Entre les 27 persones distingides



JOAN CARLES GALLEGO
Secretari general de CCOO de Catalunya

JOSEP MARIA ÀLVAREZ
Secretari general d'UGT de Catalunya

JAUME CABRÉ
Escriptor

ROSA MARIA ORIOL
Joièra i impulsora d'una fundació d'obra social



SUSO DEL TORO
Escriptor



JOAN JOSEP GUINOVART
Director de l'Institut de Recerca Biomèdica



SERGI SCHAFF
Realitzador de TVE-Catalunya



VICKY PEÑA
Actriu

amb la Creu de Sant Jordi destaquen l'escriptor barceloní Jaume Cabré per projectar amb la seva obra «les lletres i la cultura catalana», el també escriptor Suso del Toro per la «visió positiva de la identitat catalana» i l'apel·lació al «diàleg» en els seus articles, i l'actriu Vicky Peña. Del món dels mitjans de comunicació, ha estat guardonat el periodista radiofònic Josep Maria Martí, el realitzador de TVE-Catalunya Sergi Schaff i la fotoperiodista Joana Biarnés. Ai-

xí mateix, el Govern reconeix la tasca de la joiera de la firma Tous Rosa Maria Oriol per la fundació d'obra social que porta el seu nom, el director del grup Damm, Enric Crous, i el director de l'Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona, Joan Josep Guinovart.

A títol pòstum, el Govern distingeix l'impuls i la projecció del voluntariat portats a terme pel promotor social Lluís Martí, i el talent i compromís social de l'actor i pallaso

Joan Montanyès, *Monti*.

A part de CCOO i UGT, l'Executiu d'Artur Mas ha atorgat la Creu de Sant Jordi a 13 entitats més com la Federació d'Ateneus de Catalunya, la Federació de Salut Mental, l'Organització Catalana de Trasplantaments o la Reial Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona.

Els pròxims dies, el Govern fixarà la data en què s'entregaran les distincions en una cerimònia al Palau de la Generalitat. ≡



Jaume Cabré, Hilari Raguer i Vicky Peña, Creus de Sant Jordi

CCOO, UGT i l'escriptor Suso de Toro, entre els guardonats

La Generalitat va distingir ahir 27 persones i 15 entitats amb la Creu de Sant Jordi. Entre els guardonats, hi ha l'escriptor Jaume Cabré, el monjo i historiador Hilari Raguer i l'actriu Vicky Peña.

SÍLVIA MARIMON

BARCELONA. L'escriptor Jaume Cabré no deixa de sumar premis. Si el febrer passat França li atorgava el premi Courrier International al millor llibre estranger per la novel·la *Jo confesso*, ahir va ser la Generalitat qui va reconèixer la "vàlua de la seva obra literària". Cabré va ser una de les 27 persones que va rebre la Creu de Sant Jordi, sobretot perquè, segons el Govern, amb la seva obra ha donat a conèixer Catalunya al món: "La seva escriptura, de ressons musicals, projecta les lletres i la cultura catalana amb universalitat i ambició".

Una altra Creu de Sant Jordi va ser per a la llarga i prolífica trajectòria en l'àmbit del teatre, el cinema, el doblatge i la televisió de Vicky Peña. L'actriu ha participat en una vintena de pel·lícules com *A Electra le sienta bien el luto*, *La buena vida* i *Secretos del corazón*. Al teatre hi va triomfar com la senyora Lovett a *Sweeney Todd*, i ha obtingut en diverses ocasions el Max de les arts escèniques. L'actriu, filla dels actors Felipe Peña i Montserrat Carulla, també ha mantingut sempre un gran compromís social i cultural.

El monòleg de Vicky Peña

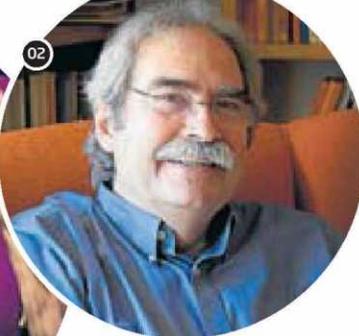
Des d'avui i fins al 20 d'abril, Vicky Peña puja a l'escenari del Teatre Lliure per posar-se a la pell d'una dona avorrida d'un suburbi de Londres que viatja a Kabul. Peña interpreta el monòleg de *Homebody/Kabul* de Tony Kushner sota la direcció de Mario Gas.

Un altre dels guardonats amb la Creu de Sant Jordi va ser l'historiador i monjo de Montserrat Hilari Raguer. La Generalitat valora sobretot el seu compromís amb la catalanitat i els estudis dedicats a Manuel Carrasco i Formiguera, el general

Domènec Batet i Unió Democràtica de Catalunya durant el període republicà. Una altra Creu de Sant Jordi va ser per a Suso de Toro. La Generalitat destaca l'activisme cívic de l'escriptor gallec a través de plataformes de reivindicació ambiental de l'escriptor, i els seus articles: "Desenvolupa una visió positiva de la identitat catalana i explora vies de diàleg sobre la realitat política espanyola", diu l'elogi del Govern.

La Generalitat va donar la Creu de Sant Jordi a títol pòstum a l'actor i pallasso Joan Montanyès, més conegut com a Monti. Mort l'any passat amb només 48 anys, aquest pallasso vital i molt trapella dalt de l'escenari va contribuir a renovar el món del circ i es va comprometre amb Pallassos Sense Fronteres.

Els sindicats UGT i CCOO també van ser guardonats. La Generalitat destaca sobretot el seu paper en la construcció nacional de Catalunya i la lluita pels drets laborals.



01. L'actriu Vicky Peña. RUTH MARIGOT
02. L'escriptor Jaume Cabré. C. CALDERER
03. L'escriptor gallec Suso de Toro.

EOSCAR CORRAL / EFE

Creus de Sant Jordi 2014

PERSONALITATS
Xavier Benguerel, compositor
Joana Blamés, fotoperiodista
José Manuel Blecua, filòleg
Alegria Borrás, jurista
Josep Maria Busquets, promotor cultural
Jaume Cabré, escriptor
Aureli Casabona, agent comercial i empresari
Enric Crous, directiu d'empresa
Suso de Toro, escriptor
Macari Gómez, cartellista cinematogràfic
Rosa Gratacós, pedagoga
Joan Josep Guinovart, farmacèutic i bioquímic
Joan Llorc, sacerdot
Marià-Ignasi Marrojo, fotògraf
Josep Maria Martí, periodista
Ricard Masó, geògraf i aparellador
Rosa Maria Oriol, joiera
Lluís Pagès, editor
Francesc Panyella, promotor cultural
Vicky Peña, actriu
Enric Puig, pedagog i religiós
Hilari Raguer, historiador i religiós
Mercè Riera, promotora social
Josep Maria Sala, metge
Sergi Schaff, realitzador de televisió
A TÍTOL PÒSTUM
Lluís Martí, promotor social
Joan Montanyès, 'Monti', actor i pallasso
ENTITATS
Casino Llagosterenc
Comissions Obreres (CCOO)
Coral Llessamí
Els Pescadors de l'Escala
Federació d'Ateneus de Catalunya
Federació de la Salut Mental Catalunya
Fundació Busquets de Sant Vicenç de Paül
Fundació Oncològica Infantil Enrriqueta Villavecchia
Fundació Vidal i Barraquer
Institut d'Estudis Penedesencs
Institut Pere Mata
Organització Catalana de Trasplantaments
Reial Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona
Societat Coral Diana
Unió General de Treballadors (UGT)



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



75 años al servicio del periodismo

La Agencia Efe conmemora su aniversario con una exposición fotográfica

Víctor Fernández

BARCELONA- Hace tres cuartos de siglo comenzaba su andadura la Agencia Efe. El Palau Robert de Barcelona celebra desde ayer la efeméride con una exposición en la que se recogen algunas de las más importantes imágenes de su archivo. Son una pequeña muestra de un fondo que consta de unos 15 millones de fotografías, testigos de acontecimientos históricos de nuestro país, desde los últimos momentos de la Guerra Civil hasta el tiempo que estamos viviendo ahora.

El presidente de la Agencia Efe, José Antonio Vera, explicó ayer que la muestra recopila «imágenes que tenemos en la cabeza o que hemos vivido». Para Vera algunas de estas fotografías se han convertido en iconos porque «han dado la vuelta el mundo, como pasa con las imágenes de la reunión de Franco y Hitler en Hendaya o las del asalto de Tejero al Congreso en el 23-F».

La exposición también sirve para celebrar el 25 aniversario del servicio en catalán de Efe. El delegado de la agencia en Cataluña y comisario del evento, Leandro Lamor, aseguró en la presentación que para el Palau Robert se ha realizado una «selección transversal de fotos, con una especial atención a la historia de Cataluña. Es la memoria colectiva del país, con acontecimientos

Arriba, a la izq., llegada de los Beatles. Arriba, a la der., Josep Pla. A la der., Marina Ginestà por Juan Guzman

como la llegada de los Beatles a Barcelona o la restauración de la Generalitat».

El recorrido se abre con una de las más célebres miradas de la Guerra Civil, la del fotógrafo Juan Guzman que captó a la miliciana Marina Ginestà en el terrado del Hotel Colón de Barcelona en los primeros momentos de la contienda. De allí pasamos a un viaje en el tiempo que nos permite asistir a la salida hacia el exilio del presidente Lluís Companys o a la retocada reunión de Hitler y Franco en Hendaya.

También podemos contemplar retratos de Josep Pla o Salvador Dalí, sin olvidar el entierro de Eugeni d'Ors o el día en el que Joan Miró pintó en la fachada del Colegio de Arquitectos de Barcelona. El retorno de Josep Tarradellas tras un largo destierro, la celebración de los Juegos Olímpicos en 1992 o el incendio del Gran Teatro del Liceo son algunos otros hechos que quedan gráficamente expuestos.

- **DÓNDE:** Palau Robert. P. de Gràcia, 107.
- **CUÁNDO:** Hasta el 18 de mayo.
- **CUÁNTO:** Entrada gratuita.

PROTAGONISTAS
La muestra reúne numerosos hechos históricos



Un momento de la visita de las autoridades



Santamaría saluda a la directora de LA RAZÓN Cataluña, Monty Parera

INAUGURACIÓN INSTITUCIONAL

La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, fue la responsable de inaugurar ayer la muestra. El acto también contó con la asistencia del ministro del Interior, Jorge Fernández; el conseller de presidencia de la Generalitat, Francesc Homs, y el presidente de la Agencia Efe, José Antonio Vera. Personalidades del mundo de la política y la cultura pudieron ver una muestra desde hoy abierta a todos los barceloneses.



JOSE LUIS ROCA

PAULA ORTIZ ADVOCADA DE L'INTERNET ADVERTISING BUREAU
«Pot haver-hi una reacció en contra»
«En publicitat, si el regulador no diu res, la indústria estira la corda i es crea una reacció més forta per part dels clients. A internet, l'usuari ja és molt madur i els anunciants busquen noves fórmules per arribar-hi»



GUILLELMO MOLINER

ENRIC MARÍN PROFESSOR DE COMUNICACIÓ DE LA UAB
«És necessària una regulació, però flexible»
«El negoci de la publicitat està canviant de forma extraordinària. La ideologia neoliberal ha fet que els poders públics hagin renunciat a una regulació dels mitjans de comunicació, que és necessària encara que ha de ser flexible»



DIARIO DE MALLORCA

LLORENÇ VALVERDE CATEDRÀTIC UNIVERSITAT BALEARS
«L'usuari pot deixar de seguir algú»
«La publicitat encoberta està prohibida per llei i, per tant, no és legítima. La solució no crec que passi per augmentar la regulació. Han de ser els mateixos usuaris els que rebutgin aquesta publicitat deixant de seguir qui la practiqui»

Els famosos omplenen Twitter de publicitat oculta

La promoció encoberta de productes a la xarxa social xoca amb la legislació

Els anunciants preparen un codi de bones pràctiques però apel·len a noves idees



'Selfie' publicitari que va tuitejar Ellen DeGeneres en els últims Oscars.

CARMEN JANÉ
BARCELONA

Un famós penja un missatge al seu compte de Twitter per celebrar un dia de platja. Fins aquí, una cosa que qualsevol podria fer. I una foto amb la marca d'una cervesa en primer pla. El que la resta d'usuaris no saben, perquè segurament no els ha passat mai, és que la marca ha pagat una quantitat al famós perquè penji aquella foto. És el nou negoci de la publicitat encoberta a Twitter, un canal cada vegada més utilitzat per crear campanyes de promoció de productes.

Els responsables de Twitter –una empresa nord-americana que viu de la publicitat de missatges, tendències o marques– estan obligats en principi a demanar als seus usuaris –almenys als nord-americans, perquè així els obliga la llei– que deixin clar que estan fent una promoció amb les etiquetes #ad (anunci) o #advertising (publicitat). Passa el mateix al Regne Unit.

A Espanya, Autocontrol –l'organisme regulador dels mateixos

reclams



Andrés Iniesta

«Encara podeu aconseguir regals de #LluviaDeAlbóndigas! @sonypictures_es anunciarà els guanyadors la setmana que ve»



Rafa Nadal

«Demuestra el teu suport a Champions Drink Responsibly i segueix @bacardichampions!»



C. Ronaldo

«La nutrició és una arma per a mi. És un honor ser part de la família herbalife. Molt per arribar»



Flo Fernández

«Estic molt content #porfincalor i quan vaig a comprar sempre cau alguna cosa fresqueta per a mi!»

anunciants – recorda que les normes de la publicitat són vàlides per a qualsevol suport i que tenen com a principi no «abusar de la bona fe de l'usuari».

La llei general de publicitat, que s'aplica també a la digital, i la de competència deslleial prohibeixen des de fa anys els anuncis encoberts, i la llei de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic (LSSICE) exigeix que s'identifiquin els missatges publicitaris «en comunicacions electròniques al començament del missatge» amb la paraula publicitat o publi.

CASOS FLAGRANTS // Davant d'això, casos com el de la campanya #porfincalor, l'estiu passat, en què diversos famosos es fotografiaven amb un iogurt i que només uns quants van identificar com a publicitat, o el de diversos jugadors del Barça que apareixien parlant de la mateixa marca de cervesa la mateixa setmana, semblen discutibles. Tot i que a Autocontrol encara no han rebut queixes formals sobre xarxes socials, afirmen, a Twitter els usuaris si que han reacci-

Error del manual del bon tuitejador

►► L'usuari de Twitter ha d'anar amb compte amb el programa i el dispositiu que utilitza perquè deixi rastre. Li pot passar com al tennista David Ferrer, que va comentar que estava configurant un telèfon des d'un mòbil d'una altra marca.

►► S'ha de comprovar també la fiabilitat de qui paga. Diversos actors

d'una sèrie de TV britànica van pactar missatges amb una marca que va resultar ser falsa. Qui els va contractar es deia Puttana Aziendale (Prostituta corporativa).

►► Els jocs per a mòbil inclouen missatges per compartir resultats a Twitter. Un d'ells se li va escapar a la ministra Fátima Báñez.

ANUNCIS
PREVISTOS
I PAGATS**1** Twitter té diversos models d'anuncis a la llista de missatges amb comptes i tuïts promocionats**2** La xarxa social obté els seus ingressos de la publicitat, però està per sota de Facebook i Youtube**3** Només el 20% d'usuaris de Twitter segueixen comptes de marques, molts per poder concursar

JORDI COTRINA

ENRIC JOVÉ DIRECTOR D'AGÈNCIA DE PUBLICITAT**«La publicitat encoberta abaixa el nivell»**

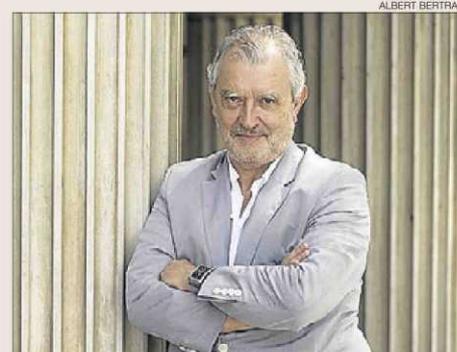
«Twitter ha de servir a un famós per relacionar-se amb els seus seguidors. La publicitat encoberta abaixa el nivell perquè a la gent no li agrada. Fa perdre seguidors i fidelitat. Es pot anunciar fent que el contingut sigui natural»



JOSEP GARCIA

JOSÉ LUIS PÉREZ TRIVIÑO PROFESSOR DE DRET DE LA UPF**«S'ha de pensar en els menors»**

«Si hi ha una convenció social per la qual es pot tafanejar en la vida d'uns personatges i que inclou publicitat, pot ser lícit, però s'ha de pensar en els menors, que no sempre tenen clar què és consell i què és publicitat pagada»



ALBERT BERTRAN

JOAQUÍN LORENTE PUBLICISTA**«Estem en una època d'entabanadors»**

«La contaminació intel·lectual dels altres sempre ha sigut la forma més eficaç d'aconseguir èxits propis en el terreny polític, social i religiós. Ara la tecnologia permet aquesta contaminació perquè estem en una època d'entabanadors consumistes»



«marca amb potes». Així opina Nacho Ballesta, de The Storytellers, bastant crític amb aquesta pràctica. «A un famós la gent l'hi retuiteja tot. Si possessin la foto d'una merda, la retuitejarien», sosté Moisés Fernández, de l'agència digital Avipp.

La secció espanyola de l'Internet Advertising Bureau (IAB), que defineix els estàndards de la publicitat on line, prepara un codi d'autoregulació per ajudar els anunciants a complir la llei, sobretot respecte de l'anomenada publicitat nativa (la que emmascara els seus continguts mimetitzant-se amb el mitjà en què els realitza) i en l'anomenat branded content (continguts generats per una marca que fan referència als seus valors però que no exalcen un producte concret).

«Ningú es creu que si un famós parla d'una marca és gratis», sosté el responsable d'una agència digital

«Es podrien llegir en aquest sentit, també, els missatges de gent que expliquen que van camí d'una feina per a una marca o els d'un futbolista que comenta que algú el patrocinarà? ¿Els han pagat per això o és una part de les seves vides que mostren als seus fans? «El primer que demano als meus clients és on posen la frontera de la seva vida privada a les xarxes socials», afirma Enric Jové, director de McCann Barcelona, que representa Rafa Nadal i Pau Gasol, entre d'altres.

Alcaraz opina que l'impacte publicitari d'un anunci a Twitter va una mica a la baixa. «És tan immediat que el 90% del que es parla no es veu. Twitter hauria de canviar el model de negoci de publicitat pura i dura i passar a cobrar per donar a les marques opinió sobre el que se'n pensa», afirma. ■

Fins a 30.000 euros per tuit

Les tarifes per publicitar marques depenen del nombre de seguidors a les xarxes socials

C. J. BARCELONA

Un personatge conegut, amb unes quantes desenes de milers de seguidors a Twitter o Facebook, pot aconseguir fàcilment que li paguin almenys 1.000 euros per un missatge que promocioni una marca. És la tarifa establerta segons les agències consultades, que amplien la forquilla des dels 100 euros que es poden pagar a un bloguer considerat influent fins als 30.000 o més que percep un personatge realment famós a Espanya, d'aquells que arrosseguen milions. Però d'aquests n'hi ha molt pocs.

El barem per a la classificació el marca, majoritàriament, el nombre de seguidors, encara que poques marques apliquen el filtre de verificar la fiabilitat d'aquests amb eines informàtiques. A Espanya, els futbolistes són els que solen arrossegar més aficionats a les xarxes socials, per sobre d'altres esportistes igualment coneguts però d'altres disciplines. Així, Gerard Piqué o Andrés Iniesta passen dels 8 milions de seguidors mentre que Rafa Nadal no arriba als 6 milions i Pau Gasol es queda en 2,5. Tots ells lluny de Cristiano Ronaldo, que en té 25 milions, amb els seus missatges en anglès.

«Per algú que surt a televisió, per exemple, es paga un mínim de 100 euros per tuit, i per un famós amb més d'un milió de seguidors en el nostre cas s'han pagat 8.000 eu-

ros per cinc tuïts. Era una model», explica Moisés Fernández, responsable de l'agència de xarxes socials Avipp, una de les poques que se centren exclusivament en famosos i que, com altres, no revela el nom dels seus representats. Nacho Ballesta, de The Storytellers, que també treballa per a futbolistes i algun cuiner premiat, calcula un barem per a un famós mitjà d'entre 1.800 i 3.000 euros.

La quantitat final també es pot tancar segons l'impacte que tingui el missatge, però això s'acostuma a pactar primer, segons indiquen les agències.

Credibilitat

La relació amb l'audiència és, en aquest sentit, molt delicada. «S'ha d'anar amb molt de compte sobre quan tuiteja un famós, sobretot si no ho fa ell. Un futbolista no pot enviar tuïts quan s'està entrenant perquè la gent no és idiota», comenta Fernández. «Un bon tuit d'una campanya de promoció ha de ser natural i poc forçat, tenir relació amb la marca i que s'adigui amb el to habitual del personatge», assegura Vilma Núñez, professora de xarxes socials o relacions públiques 2.0, com es defineix.

Però molts famosos no han sucumbit a la temptació publicitària encoberta, sobretot els que tenen més seguidors. Alejandro Sanz, líder a Espanya, sol publicitar només causes solidàries. ■

onat amb mofes o protestes.

«Crec que ningú es creu que si un famós parla d'una marca ho fa gratis. Per defecte, penses que ha cobrat», sosté Dani Alcaraz, responsable de Buzz Marketing Networks. I és que aquí hi ha un mercat que valora els missatges a les xarxes socials posant-los preu segons l'impacte que té el personatge.

«Si un post és 100% patrocinat, l'interès de la gent és menor. S'han de buscar fórmules que entrin pels ulls», afirma Joel Borràs, director ge-

neral de l'agència de màrqueting Media Base Sports, del grup Media-Pro, que representa jugadors com Andrés Iniesta, Víctor Valdés i Carles Puyol. «A Twitter no s'ha de fer el mateix que a la televisió, perquè els fans volen disfrutar de l'atleta. Si Iniesta ofereix entrades per anar a una final del Barça perquè les cedeix una marca, doncs aporta un valor afegit. La relació ha de ser pura, honesta i directa. Si trenques aquesta sintonia, la gent es queixa».

Per a d'altres, els famosos són una



TV3 recupera el lideratge al març

La pública catalana torna a ser primera, però amb l'avantatge més curt dels últims dos anys

Anàlisi

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

El lideratge ha tornat a TV3, però de manera tímida. La tempesta perfecta del febrer –vagues, nova distribució d'audiències, mals resultats del Barça, poques estrenes– va fer que la pública catalana cedís un tron que havia ocupat durant 19 mesos consecutius. Al març ha tornat a ser primera, però per poca distància.

TV3

Un avantatge de només sis dècimes respecte de Telecinco
El canal públic ha estat el més vist del març, amb un 12,5% de quota de pantalla, la qual cosa suposa millorar nou dècimes respecte als resultats del febrer (però cedir-ne vuit si es compara amb el març de l'any anterior). Els resultats de TV3 li deixen un avantatge de 0,6 punts respecte del segon classificat, Telecinco. És la diferència més petita amb què ha guanyat els últims dos anys (sempre ho feia amb marges d'entre 1,8 i 3,8 punts de *share*). TV3 també domina el rànquing de programes més vistos, 9 dels 15 més seguits, tot i que cap dels tres primers.

33 - Esport3 - 3/24

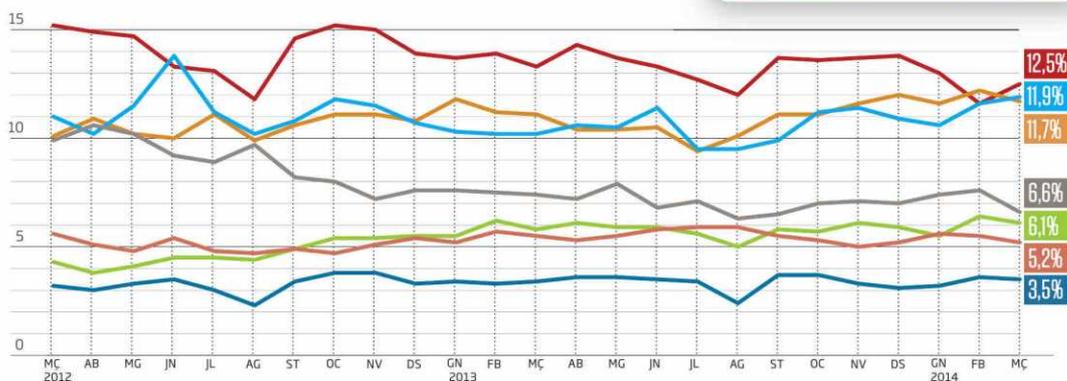
Tots els canals de la Corporació milloren resultats des del febrer
La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals ha aconseguit un resultat com a grup del 16,4%, un cop se li suma l'audiència del 33 (guanya dues dècimes fins a l'1,6%), l'Esport 3 (puja tres dècimes, fins a l'1,3%) i el 3/24 (millora una dècima i marca un 1,0%). Deixant de banda l'atípic mes de febrer, la Corporació no obtenia un resultat com a grup tan baix des de l'agost del 2013 (un mes complicat per als canals catalans, ja que les segones residències impacten negativament en els resultats d'audiència de la CCGMA).

8TV

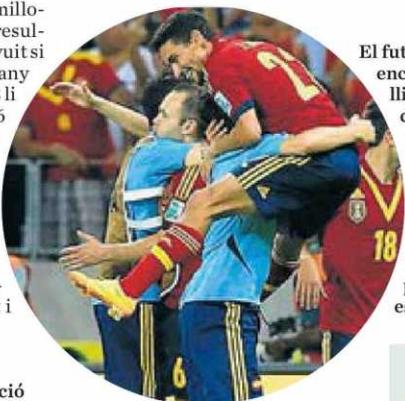
El canal privat s'estanca i acaba el març en el 3,5%
La cadena privada de Catalunya obté un 3,5% durant el març, la qual cosa implica cedir una dècima respecte al resultat del febrer. En el període gener-març d'aquest any, acu-

Audiències dels canals generalistes

En percentatge de 'share'



Font: Elaboració pròpia / Gràfic: ARA



El futbol torna a encapçalar la llista d'emissions més vistes. En aquest cas, l'amistós entre Espanya i Itàlia, seguit per 761.000 espectadors.

21,6% d'Atresmedia. El seu canal temàtic més exitós és Factoria de Ficción, que, amb un 2,7%, es converteix en el més seguit a Catalunya dels especialitzats, en sèries espanyoles en aquest cas.

Antena 3 / Atresmedia

És el grup líder a Catalunya, amb un 21,6% de l'audiència
Tot i que Antena 3 ha quedat tercera, amb un 11,7%, el grup Atresmedia té uns quants consols a mà: com a grup, és el més seguit a Catalu-

nya, ja que els seus set canals sumen un 21,6%. La Sexta, a més, es consolida com a cinquena televisió de les generalistes –en superar Cuatro– i comença a amenaçar La1. A més, el seu canal principal s'ha quedat a només dues dècimes de Telecinco.

La 1 / RTVE

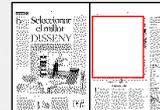
Tercera pitjor dada històrica per al canal públic espanyol
Clatellada de La 1, que es deixa tot un punt en només un mes. Tanca el març amb un 6,6%, que és la seva tercera pitjor dada històrica. Com a grup, RTVE es queda en un 11,7%. El seu millor canal temàtic és Clan, que assoleix un 1,9% de quota de pantalla.

Audiències a Espanya

Telecinco lidera, però la batalla de grup la guanya Atresmedia
Victòria salomònica en el si del duopoli. Atresmedia guanya com a grup, ja que obté un 30,2% del total de l'audiència, tot i que seguida a només una dècima per Mediaset. Però el grup de Paolo Vasile pot presumir de canal més vist, ja que Telecinco ha acabat el mes amb un 14,8%, sis dècimes més que el 14,2% obtingut per l'eterna rival, Antena 3. La 1, mentrestant, marca un 9,8%, la qual cosa la fa entrar en el temut terreny psicològic del dígit únic, en caure per sota del 10%. La Sexta queda quarta, amb un 6,8% i guanya amb comoditat Cuatro, que obté un 6,1% de mitjana mensual. FDF lidera les temàtiques per 22è mes consecutiu, amb un 3,1%.

Programes més vistos al març a Catalunya

	ESPECTADORS	SHARE
01 Futbol amistós: Espanya-Itàlia	761.000	24,9%
02 TELE CINCO 05/03	738.000	31,6%
03 La Voz Kids	711.000	27,2%
04 Cinema: 'Marvel, los vengadores'	671.000	32,0%
05 Telenotícies migdia	671.000	32,0%
06 Telenotícies vespre	660.000	20,8%
07 Crackòvia	652.000	18,4%
08 Salvados	650.000	18,8%
09 Telenotícies cap de setmana vespre	649.000	20,0%
10 Crackòvia: Especial 200	599.000	17,5%
11 El Príncipe	596.000	21,3%
12 La Riera	559.000	26,9%
13 APM7	553.000	17,7%
14 Pesadilla en la cocina	541.000	16,0%
15 La SEXTA 24/03	518.000	24,6%
16 Telenotícies cap de setmana migdia	518.000	24,6%
17 Descalç sobre la terra vermella	518.000	16,7%



L'agència Efe commemora el seu 75è aniversari amb una exposició que testimonia els esdeveniments més importants d'aquesta etapa

La memòria fotogràfica

ALBA R. RUPÉREZ
Barcelona

Són 75 anys, 75 fotografies i un homenatge als fotoperiodistes que ho han fet possible. No hi ha millor manera de rememorar els fets més transversals d'aquests últims anys, per als més veterans, o d'aprendre la història del país, per als més petits, que passejant per un jardí. Per un jardí multicolor: el del Palau Robert. Entre les ombres dels arbres i l'estrident so dels motors, intenten descansar 75 fotografies ordenades cronològicament que ofereixen una mirada a través de la història per intentar arribar al fons de la memòria d'aquells que van viure els esdeveniments més importants del país.

El motiu? La celebració del 75è aniversari de l'agència Efe. "Són imatges que quan la gent les vegi s'hi sentirà ràpidament identificada perquè els va tocar viure aquest esdeveniment, i els donarà l'oportunitat de pensar què estaven fent en aquell mateix moment", explicava el president d'Efe, José Antonio Vera.

Des de fotografies històriques o singulars fins a d'altres de populars, costumistes o fins i tot guardonades amb el premi del World Press Photo, però totes encasellades dins de la memòria col·lectiva d'aquest país i que han fet la volta al món en diferents moments de la història. El cop d'Estat del 1981, els Jocs Olímpics del 1992, l'atemptat d'Atocha del 2004, l'instant en què *la roja* es va proclamar campiona del món el 2010 o el moviment del 15-M a la plaça de Catalunya el 2011 o



XAVIER GÓMEZ

El Palau Robert acull aquesta mostra de 75 fotografies de grans moments dels últims 75 anys



X. GÓMEZ

El bany de Fraga a la platja de Palomares, el 1966

la Via Catalana són algunes de les "75 fotografies escollides de l'arxiu gràfic d'Efe d'entre més de 15 milions", segons el comissari de l'exposició i delegat de l'agència Efe a Catalunya, Leandre Amor.

Una mirada global traduïda en una exposició instal·lada avui en aquests jardins de Barcelona, que es podrà visitar fins al diumenge 18 de maig, que ja ha passat per altres ciutats com Madrid, Burgos i Logronyo, i que serà present a Llatinoamèrica i València en les seves pròximes edicions.●



VEGEU L'EXPOSICIÓ DELS 75 ANYS D'EFE CLICANT AQUI
<http://bit.ly/1jUdwBZ>



ELDIARIO.ES / J. ROBLES

► Dues imatges de les agressions que van patir els fotoperiodistes en la manifestació de dissabte a Madrid.

REPERCUSSIONS DE LA MANIFESTACIÓ DE DISSABTE A MADRID

Crítica internacional a l'agressió policial a reporters

► Els sindicats de periodistes també demanen al Govern que investigui els fets

EL PERIÓDICO
MADRID

L'Organització per a la Seguretat i la Cooperació a Europa (OSCE), de la qual formen part 57 estats europeus i d'Àsia, va qualificar ahir d'«inacceptables» les agressions de què van ser víctimes dissabte passat cinc reporters gràfics que cobrien una manifestació contra la Monarquia a Madrid, i que van ser apallissats per cossos antia-

valots de la Unitat d'Intervenció Policial (UIP) de la Policia Nacional. En la mateixa línia, l'organització internacional, que promou els drets humans, va fer una crida a les autoritats espanyoles perquè «investiguin a fons aquests seriosos atacs» i «millorin la seguretat» dels reporters que cobreixen les protestes ciutadanes.

«Qualsevol intent d'intimidat o atacar els periodistes constitueix una clara violació del dret a la informació i no pot ser tolerat», va afirmar la responsable de llibertat de premsa de l'OSCE, Dunja Mijatovic. L'experta en legislació dels mitjans de comunicació va voler destacar la importància de protegir els perio-

distes, cosa que va considerar una condició bàsica per a un entorn lliure i democràtic.

La Federació de Sindicats de Periodistes (FeSP) també es va unir a les protestes i va instar el Ministeri de l'Interior a obrir una investigació per les agressions, segons va explicar l'organització en un comunicat. «Aquestes actuacions [dels antiavalots] han suposat un salt qualitatiu en l'actitud obstruccionista que alguns agents mantenen cada vegada amb més freqüència contra els fotoperiodistes durant les protestes de la ciutadania al carrer», va lamentar la federació sindical.

Per aquest motiu, l'organització de periodistes va exigir tant al mi-

nisteri que dirigeix Jorge Fernández Díaz com a la Delegació del Govern a Madrid i els «òrgans corresponents» que investiguin a fons els fets, que exigeixin responsabilitats i impedeixin que aquestes conductes es repeteixin.

La FeSP va recordar que «tots els periodistes i fotoperiodistes tenen el mateix dret a poder accedir a la informació», independentment de la importància del mitjà al qual pertanyin. I va recalcar que si algú es fa passar per fotoperiodista sense ser-ho i es presenta a les manifestacions amb la intenció de provocar altercats, tal com alguns policies asseguren que va passar, els agents ho han d'impedir, «però no a costa de castigar els professionals o col·laboradors dels mitjans petits i alternatius». ■

WWW.

Vegeu el vídeo d'aquesta informació a www.elperiodico.cat



Hacienda pagará a las 'telecos' 9 millones al mes si retrasa sus frecuencias

DINERO PUBLICO/ Compensará a Movistar, Vodafone y Orange con 300.000 euros diarios si no les da el espectro antes de 2015.

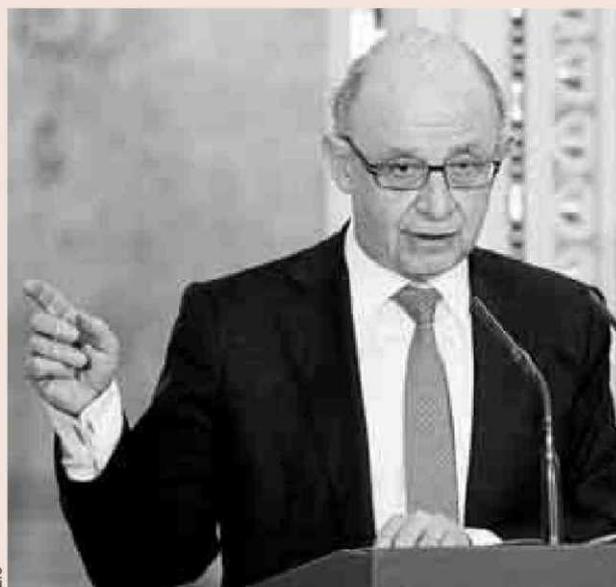
I. del Castillo. Madrid

El retraso en la liberación por parte del Gobierno del llamado dividendo digital, es decir las frecuencias radioeléctricas de la banda de 800 megaherzios que Movistar, Vodafone y Orange adquirieron en 2011, puede salirle caro al Ministerio de Hacienda.

El Gobierno se vería obligado a indemnizar a las tres operadoras con cantidades multimillonarias si las frecuencias no están disponibles en toda España a partir del 1 de enero de 2015, la fecha en que el Estado se comprometía a entregarlas a los operadores de telecomunicaciones. Estas frecuencias están ocupadas ahora por la emisión de canales de Televisión Digital Terrestre (TDT), que deben ser trasladados a otras zonas del espectro para que los operadores de telefonía las puedan usar para dar servicios de 4G.

Cálculo del Gobierno

Los tres grupos adquirieron los derechos de uso de estas frecuencias –desde 2015 a 2030– en la subasta del verano de 2011, y pagaron por ellas alrededor de 1.300 millones de euros en total. El pago se repartió en unos 450 millones cada uno en el caso de Movistar y de Vodafone y unos 400 millones en el de Orange, que se quedó con el bloque de espectro más problemático –por las posibles interferencias– y, por tanto, más barato. El coste de la indemnización que deberán recibir los operadores



Cristóbal Montoro, ministro de Hacienda.

por el retraso en la recepción de las frecuencias más allá del 1 de enero de 2015 se situaría, en la hipótesis más barata, alrededor de los 9 millones de euros mensuales, a razón de 3 millones de euros para cada uno de los tres operadores. Eso supone, aproximadamente unos 300.000 euros –unos 100.000 euros por operador– por cada día de retraso, o más de 100 millones al año.

Este coste está basado en el propio valor de las frecuencias que calculó el Ministerio de Industria en 2013 y que adoptó como base para fijar el precio que debían pagar los operadores por extender del año 2025 al 2030 la vigencia de sus frecuencias.

Este cálculo de la indemnización es conservador, porque

sólo incluye el valor de no poder usar un espectro por el que se ha pagado, pero no otros aspectos como el lucro cesante por el negocio de 4G que no se podría prestar o la incertidumbre tecnológica de planificación de la red.

El ministro de Industria, José Manuel Soria, intentó, desde el inicio de la legislatura adelantar un año la entrega de esas frecuencias desde la fecha límite fijada oficialmente, el 1 de enero de 2015. Industria pretendía incentivar el despliegue de la red 4G lo antes posible, lo que generaría actividad económica en el despliegue y mejoraría, además, la competitividad de las empresas españolas. Sin embargo, la sentencia del Tribunal Supremo, que obligó al apagado de 9

Yoigo lleva el 4G a las capitales de provincia

Yoigo, el cuarto operador móvil, ya llega con su red de 4G –que permite la conexión móvil a Internet 10 veces más rápido que con 3G– a todas las capitales de provincia y a los municipios de más de 70.000 habitantes de España.

En total, la red 4G del cuarto operador se ha desplegado en 220 municipios. Yoigo señaló ayer que, tras este esfuerzo, su red 4G cubre el 48% del territorio nacional. Yoigo está desplegando esta red en la banda de 1.800 MHz, aunque sólo usa una parte de sus frecuencias, por lo que tiene una velocidad máxima de 75 Mbps, con una media de entre 20 y 40 Mbps. Si Yoigo usase los 15 MHz de los que dispone, la velocidad máxima de bajada podría llegar a 112 Mbps.

canales de la TDT, trastocó todos los planes de Industria. El retraso en la toma de una decisión política por parte del Gobierno imposibilitó que Industria pusiera en marcha el proceso de traslado de los canales de TDT.

Queda poco tiempo

La fecha del 1 de enero de 2014 se convirtió en imposible, pero la del 1 de enero de 2015 también empieza a estar en riesgo, dado el retraso que se ha acumulado en el inicio del traslado de frecuencias. Fuentes del sector señalan que, aunque se inicie el traslado ahora mismo, en abril, el calendario para llegar a enero de 2015 está ya muy ajustado.



400 números d'un referent cultural

'L'Avenç' publica una edició especial sobre Europa, "que és on ens juguem el país"

Elisabeth Roura
BARCELONA

L'Avenç va néixer el 1881, en ple modernisme i amb una vocació de renovació cultural que ha mantingut sempre, tot i tenir una història plena d'interrupcions. Va renéixer l'any 1977 i encara avui manté el mateix esperit: "Ser una revista mensual de qualitat que funcioni com a instrument cultural", en paraules del seu director Josep M. Muñoz. *L'Avenç* celebra aquest mes els 400 números i organitza un acte a El Born Centre

Cultural, avui a les 19.00 h, amb l'escriptor Gabriel Josipovici i l'historiador Borja de Riquer.

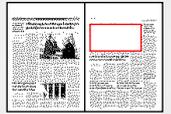
El número 400 és especial: té més tirada i més contingut, amb Europa en el punt de mira. Segons Muñoz, la revista "sempre ha estat oberta a l'exterior i ha ofert una àmplia diversitat temàtica", però dediquen aquest número a Europa perquè és "on ens juguem el país". Al llarg de la seva trajectòria, hi han publicat figures internacionals com Ibsen, Zola, Tolstoi o, més recentment, Julian Barnes, Tony Judt i Louis Stevenson. A diferència d'altres revistes culturals en llengua catalana, *L'Avenç* es basa en un model anglosaxó que ofereix



El director de 'L'Avenç' des del 1999, Josep M. Muñoz, a la redacció de la revista ■ ACN

contingut cultural, amb música, cinema i literatura, i treballa amb formats periodístics com ara l'entrevista o el reportatge.

Segons la professora de comunicació de la UAB Carme Ferré Pavia, es tracta d'una "revista de divulgació rigorosa, però amb un to amable i entretingut, poc acadèmic". Muñoz apunta que "tenen un perfil de lector que segueix les tendències culturals però busca més profunditat". A partir d'ara, el repte és seguir creixent, tot i que, segons Muñoz, les institucions han de ser "més conscients de la necessitat d'una premsa de qualitat en català i els lectors han de demostrar el seu interès". ■



Quatre fotògrafs denuncien als jutjats agressions per part de la Policia

► El fiscal general de l'Estat descarta cap relació entre els disturbis del 22-M i grups organitzats

MADRID/BARCELONA | EFE/DdC

■ Quatre fotoperiodistes van presentar una denúncia conjunta als jutjats de Madrid per denunciar que en la manifestació «Escac al Rei» de dissabte passat van patir agressions per part de la Policia i exigir que es depurin responsabilitats. Rodrigo García, Gabriel Pecot i Juan Ramón Robles van informar de la interposició d'aquesta denúncia conjunta en una roda de premsa convocada per l'Associació Nacional d'Informadors Gràfics de Premsa i Televisió (ANIGP-TV). El quart fotoperiodista que ha denunciat als jutjats agressions dels agents dissabte passat és Mario Munera.

En aquest sentit, el grup socialista al Congrés va demanar la compareixença a la Cambra Baixa del director general de la Policia, Ignacio Cosidó, per informar dels incidents a Madrid que dissabte passat van donar com a resultat que «diversos membres de la premsa van resultar agredits pels membres del Cos»

També la responsable de l'OSCE per a la Llibertat de Premsa, Dunja Mijatovic, va mostrar la seva «profunda preocupació» per l'«inacceptable» atac al grup de periodistes per part de la Policia i va sol·licitar investigar «a fons» allò succeït. La protesta va acabar en incidents, que es van saldar amb

diversos ferits i un detingut.

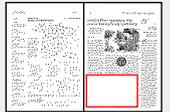
En un altre ordre de coses, el fiscal general de l'Estat, Eduardo Torres-Dulce, va considerar que no existeixen «dades» que permetin relacionar els disturbis ocorreguts en la manifestació del 22-M a Madrid amb grups de criminalitat organitzada.

Torres-Dulce, que va assistir a Barcelona a la reunió de l'Associació Internacional d'Autoritats Anticorrupció (IAACA), es va referir així als informes policials que la Fiscalia de l'Audiència Nacional ha demanat sobre la possible participació de «grups organitzats vinculats a l'independentisme radical i a l'anarco-insurreccionalis-

me» en els disturbis del 22-M.

Per part seva, el ministre d'Interior, Jorge Fernández Díaz, va visitar els antiavalots al centre policial de Moratalaz, a Madrid, per expressar-los el seu suport i el del Govern després dels disturbis del 22-M en finalitzar les Marxes de la Dignitat, que van acabar amb 67 policies ferits.

Fernández Díaz els va traslladar el seu «suport», «reconeixement» i «agraïment» als agents encarregats de garantir la seguretat i la llibertat en el desenvolupament de manifestacions. Durant la visita, el ministre va saludar un per un als agents que integren la Unitat d'Intervenció Policial.



TVE

Milá y otros seis corresponsales cambiarán de sede desde julio

ABC MADRID

La red de corresponsales de los Servicios Informativos de Televisión Española cambiará a partir del 1 de julio en media docena de delegaciones. Carlos Franganillo, actual responsable de Moscú y reciente premio Salvador de Madariaga de Periodismo, será el nuevo corresponsal en Washington, sede que Lorenzo Milá cambiará por la de Roma. Marisa Rodríguez Palop, que hasta ahora ha ocupado la delegación italiana, se hará cargo a su vez de París, en sustitución de David Picazo, quien previsiblemente volverá a la sección de Nacional, en la redacción de Madrid. Luis Pérez, por último, pasará de Bogotá a Moscú, en sustitución de Franganillo.

Asimismo, la delegación de La Ha-



vana se integrará con la agencia Efe y su actual responsable, Sagrario García-Mascaraque, se hará cargo de la corresponsalía de México. Óscar Mijallo, enviado especial en zonas de conflicto, se establecerá en Bogotá. Por último, el 1 de mayo se abrirá la corresponsalía de Río de Janeiro, con María Oña al frente.

Nuevos jefes en Informativos

Estos cambios se complementan con los nombramientos anunciados por la cadena pública en sus Servicios Informativos. Mavi Doñate será la nueva subdirectora del área de Sociedad, mientras que Ignacio Suárez Braña se hará cargo del área de Madrid, en sustitución de Raúl Díaz Jubete.

Además, a propuesta de la dirección de Informativos de Televisión Española y de Radio Nacional de España, Cristina Alcaine, hasta ahora responsable del área de Sociedad, será la nueva directora de Coordinación de Informativos de RTVE Canarias, delegación en la que ingresó en 1982.



TV3 recupera la primera posició en el rànquing d'audiència

► La televisió pública torna a ser líder a Catalunya i supera de cinc dècimes Telecinco, la segona

AGÈNCIES/DdG | BARCELONA

■ TV3 va recuperar el mes de març el lideratge d'audiència que havia perdut el febrer a conseqüència de les vagues celebrades per la plantilla. El retorn a la normalitat ha permès a la televisió pública catalana pujar nou dècimes aquest mes, de l'11,6% al 12,5%, i situar-se més de mig punt al davant de Telecinco, que ocupa la segona plaça, amb l'11,9% de quota mensual després de remuntar tres dèci-

mes. Antena 3, que havia liderat el febrer amb el 12,2% de quota, cau mig punt i se situa en tercera posició, amb l'11,7%.

De les xifres del mes de març, també destaca que La 1 de Televisió Espanyola ha tingut el tercer resultat més baix de la seva història a Catalunya, amb el 6,6% -un punt menys que fa un mes-, tot i que manté el quart lloc amb mig punt d'avantatge sobre La Sexta, que cau del 6,4 al 6,1%. El segon canal d'Atresmedia ha tornat a superar el seu principal rival, Cuatro (5,5%), i manté les nou dècimes de diferència que hi havia el febrer.

El canal del grup Godó, 8TV, s'ha situat en setena posició amb el 3,5% de *share* -una dècima menys

que el febrer-, mentre que la resta de canals catalans milloren els seus resultats: el Super3/33 creix de l'1,4 a l'1,6%, l'Esport3 passa de l'1 a l'1,3% i el 3/24 puja del 0,9 a l'1%.

Telecinco segueix líder

Pel que fa a les xifres d'audiència de tot Espanya, Telecinco ha estat la cadena més vista el març, amb el 14,8% de quota de pantalla, i per tant manté el lideratge que va recuperar el febrer, seguida d'Antena 3, que se situa darrere, amb el 14,2%, amb un augment de dues dècimes, i de la 1 de TVE, que perd sis dècimes i aconsegueix el 9,8%. La Sexta, amb el 6,8%, i Cuatro, que manté el 6,1% de quota, completen el rànquing.



Prensa / Oferta editorial

‘Ariadna’, la insignia tecnológica de las publicaciones impresas de Unidad Editorial

E. M./ Madrid
Ariadna, la insignia que ha identificado al universo digital y tecnológico de Unidad Editorial, se convierte en el sello de la información sobre este sector en todas las cabeceras impresas de este grupo. El suplemento de EL MUNDO, que

desde hace años se publica los jueves, se mantendrá el mismo día de la semana con su formato habitual. Por su parte, los diarios *Marca* y *Expansión* editarán una versión personalizada de estos contenidos, tanto en lo que se refiere a las informaciones como al diseño.

Asimismo, *Ariadna* pasará a ser la marca tecnológica en suplementos y revistas, como *Fuera de Serie* –distribuido los sábados con *Expansión* y los domingos con EL MUNDO– o *Yo Dona*, la revista femenina de EL MUNDO, que utilizará esta nomenclatura para designar su sección de-

dicada al universo digital. Otras cabeceras de Unidad Editorial, como *Telva*, irán uniéndose paulatinamente a este proyecto.

El objetivo fundamental de esta acción es coordinar la información de un sector tan dinámico y especializado como el tecnológico, y que los

lectores de las distintas publicaciones cuenten con la garantía del sello de calidad de *Ariadna*, certificado de referencia en este sector.

En 2008 *Ariadna* instituyó unos galardones que, año tras año, premian a aquellas empresas nacionales e internacionales que han destacado por su actividad en el mercado de las innovaciones tecnológicas.

Javier López Tazón, responsable del suplemento *Ariadna* de EL MUNDO, corresponsal tecnológico de Unidad Editorial, será el encargado de dirigir este proyecto transversal y multimarca.



Derechos deportivos

Uteca acusa a TVE de romper con sus ofertas el mercado del fútbol

ABC MADRID

Las cadenas privadas, agrupadas en Uteca, censuraron ayer la política de compras de TVE de derechos deportivos. La última muestra, aseguran, «es la reciente oferta realizada a la empresa CAA Eleven para adquirir los derechos de los partidos de la selección española de fútbol en la fase clasificatoria de la Eurocopa de 2016 y el Mundial de 2018». Según las privadas, TVE «se ha sumado a esta puja en un momento en el que ellas ya habían presentado ofertas para retransmitir estos eventos en abierto», cuando su emisión por par-

te de una privada «no hubiera supuesto coste alguno ni para el contribuyente ni para las arcas públicas». Las privadas afirman que así se abre una guerra de precios en la que ellas «no quieren ni pueden participar».

Por su parte, TVE asegura que tiene todo el derecho a concurrir como otro operador cualquiera y que no son ciertas las cifras que determinados canales afirman que ofrece la televisión pública. Fuentes de explicaron que la legalidad les permite concurrir a la subasta y que ni pueden ni deben renunciar a la selección española.



8tv consolida el creixement d'audiència al març

BARCELONA Redacció

La cadena de televisió 8tv, del Grup Godó, ha tancat el mes de març amb una quota de pantalla del 3,5%, segons Kantar Media. Aquesta dada suposa una millora d'una desena sobre el registre del mes de març del 2013, així com un creixement del 6,2% en termes d'audiència mitjana diària. En la consolidació del creixement hi ha tingut un paper clau el fet que hagi augmentat el nombre d'espectadors de tots els programes, sense excepció.

Així, *Migdia*, presentat per Ruth Jiménez, celebra el seu primer any d'emissió assolint un 5% de quota de pantalla, millorant d'1,1 punts la quota del març del 2013. *Arucitys*, magazine presentat per Alfonso Arús, creix un 50% en la seva última hora de programa, augmentant gairebé 2 punts el registre del 2013. Respecte a l'espai *8 al dia*, que condueix Josep Cuní, es consolida com una de les opcions informatives preferides pels catalans, amb una quota de pantalla mitjana del 6,8%, i aconsegueix el lideratge en moments puntuals amb les seves tertúlies i debats.

La cadena 8tv creix a les quatre províncies catalanes, entre les quals destaca Barcelona.●

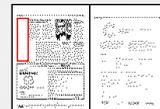


El Gobierno centraliza la compra de espacios en los medios

Expansión. Madrid

Las directoras generales de Comunicación de Moncloa, Consuelo Sánchez-Vicente, y de Racionalización y Centralización de la Contratación del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, María Luisa Lamela, se reunieron ayer con representantes del sector publicitario para avanzar en el proceso de centralización de la contratación de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios en las futuras campañas de publicidad institucional.

La centralización de la contratación se realizará mediante un Acuerdo Marco que fijará las condiciones que deberán tenerse en cuenta en todos los contratos de esta naturaleza, dejando al margen la creatividad de cada campaña y su evaluación posterior por incluir aspectos muy específicos que aconsejan un tratamiento diferenciado. Los contratos que se encuentren por debajo de un determinado importe, así como las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil, no estarán sujetas a este acuerdo. Se pretenden movilizar 77 millones de euros en los próximos años.



PRISA ofrece 255 plazas de prácticas en las distintas empresas del grupo

PRISA ha puesto en marcha su programa anual de prácticas formativas con 255 plazas disponibles en las distintas empresas de la compañía. La oferta, aplicable en España, va dirigida a estudiantes adscritos a algún centro universitario o de formación profesional.

Los perfiles más demandados son: Periodismo; Marketing/Comunicación/Publicidad/Relaciones Públicas; Administración y Dirección de Empresa; Diseño y Producción/Comunicación Audiovisual; Filología, Traducción e Interpretación, y cualquier materia relacionada con la edición editorial.

El amplio *portfolio* empresarial de PRISA (editora de **CincoDías**) ofrece gran variedad de posibilidades formativas y de desarrollo profesional junto a los mejores profesionales del sector. Para ello, el grupo mantiene un activo plan de colaboración con numerosas instituciones académicas públicas y privadas, a través de diversos convenios educativos.

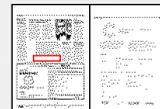
Toda la información sobre la oferta está disponible en www.prisa.com.



TVE envia Lorenzo Milà a Roma i Carlos Franganillo als EUA

TVE canviarà sis corresponents de seu a partir de l'1 de juliol. Lorenzo Milà deixarà Washington per marxar a Roma. Al seu lloc hi anirà Carlos Franganillo, que fins ara era a Moscou, una plaça vacant que ocuparà Luis Pérez, que fins ara informava sobre l'Amèrica del Sud. De Roma en marxarà

Marisa Rodríguez Palop, que a partir d'ara informarà des de París. De la capital gala en marxarà David Picazo i de Mèxic Javier Gutiérrez. Tots dos tornaran a Madrid. A Mèxic hi anirà Sagrario García-Mascaraque, que abandonarà l'Havana. María Oña inaugurarà la seu de Rio de Janeiro.



- **Uteca denuncia la puja de TVE por los derechos del Mundial de fútbol**
La Unión de Televisiones Comerciales (Uteca) ha emitido un comunicado en que denuncia la política de compras de TVE y la reciente oferta realizada a CAA Eleven por los derechos de retransmisión de los partidos de España en la clasificación del Mundial de fútbol de 2018.



Diálogos entre fotógrafos en el Institut Français

1+1=12. Encuentros de
Fotografía Contemporánea
es una serie de muestras que
ofrecerá el Institut Français
hasta el 6 de junio, donde el
diálogo entre fotógrafos será
el protagonista principal.



INTERNET

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
02/04/14	5 cuestiones básicas sobre el Periodismo Drone / Periodismo Ciudadano	33	2
02/04/14	Las casas de apuestas, al rescate de los medios: se multiplican los anuncios en todos los soportes / PRNoticias	35	2
02/04/14	El miratge / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	37	1



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

5 cuestiones básicas sobre el Periodismo Drone

Dimecres, 2 de abril de 2014

El uso de aviones no tripulados, mas conocidos como Drones , se ha convertido en un opción en aumento. Las posibilidades de acceder a terrenos difíciles, marcados por un contexto de guerra o por desastres naturales, en los que el acceso al territorio, por parte de los periodistas, resulta extremadamente conflictivo, no deja de crecer. Desde PC seguimos este fenómeno que ha sido de gran utilidad durante las revueltas de la Primavera Árabe , para grabar imágenes como las de la empresa polaca RoboKopter durante una protesta en Varsovia, o en Afghanistan . Las protestas masivas tras las elecciones disputadas en Moscú, Rusia han ofrecido nuevas oportunidades de mostrar las posibilidades de estos aparatos no tripulados, al igual que las protestas del movimiento Occupy . El uso de drones para fotografiar las manifestaciones y evitar la posible manipulación de las cifras de asistentes promovió el uso de drones en Tailandia , para grabar las protestas durante el proceso electoral en un país que ocupa el puesto 135 de 179 en el índice de Libertad de Prensa de Reporteros sin Fronteras (RsF). Mas recientemente, el New York Daily News utilizó imágenes tomadas por un avión no tripulado en su cobertura de la explosión de un edificio en Nueva York . El Periodismo Drone o Drone Journalism, ha llegado hasta las Facultades de Periodismo y Comunicación de masas y un ejemplo lo encontramos en la Universidad de Nebraska, donde se ha puesto en marcha el Drone Journalism Lab . Estos, tan solo son algunos de los numerosos ejemplos del uso de drones en periodismo pero, su uso conlleva también numerosos problemas legales de ahí que desde el IJNET , Nicole Martinelli destaque cinco cuestiones sobre la necesidad de valorar el periodismo drone en cualquier tipo de redacción periodística. 1- Los drones se han convertido ya en una herramienta de utilidad para cubrir información en sitios conflictivos , como ya hemos señalado. 2- Son una forma económica de cubrir información sobre desastres naturales, atentados, o conflictos armados . Son una herramienta barata, manejable y fácil de usar que permite conseguir fotos panorámicas de gran definición. Así lo pone de manifiesto el profesor Matt Waite de la Universidad de Nebraska, fundador del Drone Journalism Lab , en una entrevista con los Angeles Times. 3- Si quieres probar cómo funcionan estos vehículos no tripulados, señala Martinelli, es importante contar con un hacker, compañero o amigo que conozca su funcionamiento. Una empresa a tener en cuenta es RoboKopter , responsable de estas imágenes en Varsovia, Polonia, grabadas por el editor jefe de Wired, Chris Anderson, con la ayuda de un aficionado experto en su uso. El dispositivo más básico, que viene equipado con GPS, un sensor barométrico, una bolsa de transporte y dos días de entrenamiento, cuesta alrededor de 6.000 dólares EE.UU. . 4-Si no cuentas con la ayuda de ningún hackerspace , puedes echarle un vistazo a DIY Drones , una inmensa comunidad en línea de personas que trabajan con estos vehículos, de la que Anderson de Wired es fundador y colaborador habitual. 5- El uso de Drones es legal, por ahora, (por lo menos en Estados Unidos). En enero, se espera que la Administración Federal de Aviación proponga nuevas reglas

Audiència: 6.285

Ranking: 4

VPE: 23

Página: 2

Tipología: blogs

sobre pequeños aviones no tripulados . No olvides que el uso recreativo de aviones no tripulados está prohibido a más de 400 pies y cerca de zonas pobladas o aeropuertos.

Las casas de apuestas, al rescate de los medios: se multiplican los anuncios en todos los soportes

Dimecres, 2 de abril de 2014

Da igual el soporte: radio, televisión, prensa Los anuncios y publicidades de casas de apuestas -básicamente deportivas- inundan cada día los medios de comunicación. El sector Juego y Apuestas ha ido ganado cada vez más presencia en los medios, ávidos de nuevos clientes en plena crisis y sin reparos como antaño por publicitar estos negocios. Incluso algunos diarios como Marca y AS se han lanzado a la aventura de crear sus propias páginas de apuestas. Escuchas la radio deportiva y allí están. Pasas una página del periódico y los ves. Entrás en los sites de los diarios y ahí aparecen en las ventanas emergentes o en los banners tradicionales. El negocio de las casas de apuestas deportivas hace tiempo que ha llegado a los medios y su presencia ha ido en constante aumento. Por ejemplo, es frecuente que en las intensas y prolongadas retransmisiones deportivas sean varias las compañías que se anuncien. Bet 365, Betfair, Sportium, Luckia, William Hill o Bwin son sólo algunos de los nombres que suenan con asiduidad especialmente en las ondas. Para evitar entrar en contradicciones cuando en un programa se anuncia más de una de estas marcas incluso los locutores son diferentes para cada una de ellas. El negocio ha mejorado notablemente en los últimos años y está ganando terreno a marchas forzadas a otras presenciales como la Quiniela, en un 22,3% respecto a los datos de la temporada 2012/2013. Las cifras de Infoadex de Juego y Apuestas en 2013 hablan de una inversión total de 93,9 millones de euros. Por sectores, ocupa el puesto 13 de 23 en el ranking. Si descontamos el efecto de la ONCE en este sector, que invierte 37,4 millones, tenemos que la inversión total de casa de apuestas está cercana a los 57 millones de euros para todos los soportes. Un efecto que porcentualmente tiene mucho más peso en Internet. Si miramos los datos del pasado año sólo en inversión web, Juegos y apuestas en Internet Display llegó a los 8,63 millones de euros, según los datos del último . En el caso del Mobile Display esta cifra se quedó en torno a los 611.000 euros. Pero la cosa no se queda sólo en eso. Algunos diarios como Marca y AS se han lanzado a la aventura de crear sus propios sites de apuestas. La cabecera de Unidad Editorial cuenta con la Liga Poker Marca o Marca apuestas, mientras que el diario deportivo de Prisa tiene el portal Las apuestas de AS. ¿Reticencias? Esta práctica está bajo la mirada de algunos organismos como el Consejo Audiovisual de Andalucía, que según recogía en octubre El País se encuentra preocupado por el crecimiento de estas publicidades dentro del horario infantil radiofónico. También ha criticado que en estas páginas no exista un filtro para menores y que cualquier persona pueda tener acceso a realizar apuestas online. Guste o no, la inversión de las casas de apuestas es una nueva partida de ingresos en crecimiento para unos medios de comunicación aun fuertemente afectados por la crisis. No hace mucho este tipo de actividades no estaban bien vistas socialmente y su inserción publicitaria fue incluso rechazada por algunos de ellos en tiempos de bonanza. Pero ahora los tiempos son otros, con una inversión en publicidad

Audiència: 230.451

Ranking: 6

VPE: 2.358

Página: 2

Tipología: online

que ha caído a menos de la mitad en los últimos seis años. Seguiremos Informando Seguir a @carmentejon

El miratge

Dimecres, 2 de abril de 2014

Hi ha dues planxes sensacionals d'Hergé a Tintín al país de lor negre. En Dupond i Dupont condueixen un landrover pel desert i un li diu a laltre: Ei, tu Nestàs segur que anem pel bon camí?. I laltre li respon: Completament!. A la llunyania veuen unes palmeres i, quan shi acosten, és un miratge. Continuen. I veuen el vilatge de Tel Al Oued I res, un altre miratge Quan ja no sen refien, topen amb una palmera. Lendemà, amb el cotxe arreglat, segueixen i tenen tanta calor que ja veuen un llac i tot. Baixen del landrover, es treuen el vestit i la camisa i es posen un banyador d'època, agafen embranzida i de cap a laigua! Pataplof!! Diantre! Era un miratge!, diu en Dupond. Jo diria més encara, contesta lògicament en Dupont. Laltre dia alguns companys de professió, sobretot els més assedegats (els moltíssims que estan a latur) i els més idealistes (encara nhi ha), van intuir unes palmeres, allà, a la llunyania quan la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) va comptabilitzar 300 nous mitjans creats des de 2008. El subtítol era més aclaridor: dels 108 analitzats, només 1 era una S.A, abundaven els autònoms i les S.L. i el 60% tenien entre cap i tres treballadors. Quins eren els més sòlids? Us els podeu imaginar. Tots sorgits de bojós emprenedors que han comptat amb una bona butxaca fruit d'indemnitzacions dels ERO per arrencar i perdre diners (o no guanyar-ne, que ja és una victòria) durant alguns anys. Vagi per endavant que em trec el barret dels Dupond-Dupont davant daquests bojós emprenedors, perquè a la meseta estan més acostumats a buscar aigua. Però si féssim un estudi similar a Catalunya, els resultats serien encara més decebedors, perquè amb una simple repassada d'ERO o de nous mitjans que hi ha a les rodes de premsa ja és clar que no hi ha ni 300 empreses noves ni una desena de mitjans nous de les dimensions de Eldiario.es , Infolibre o Elconfidencial.es . Encara podem citar un altre estudi sobre la professió, en aquest cas a Catalunya, el que fa uns mesos va publicar el Col.legi de Periodistes, i que quantificava en 1.769 els periodistes catalans que cada dia a les 8 del matí saixequen a trencar-se la cara per aconseguir una col.laboració mentre cobren latur. Perquè, de contractes nous, no nhi ha. També hi ha 3.000 tios més que estan inscrits al Servei d'Ocupació de Catalunya que busquen feina en el camp de comunicació com a primera opció. I, last but not least, enguany a les facultats de comunicació hi ha 1.299 estudiants de periodisme que algun dia voldran treballar. Seguim? Jo, que per sort tinc feina i contracte, i sóc un puto idealista, he decidit fer una festa el pròxim 4 d'abril. És aquesta mateixa setmana i hi esteu tots convidats. Què hi celebrem? Que un dia, ara fa un any, durant uns pocs mesos, vaig intentar descobrir què és això del periodisme freelance i sumar i sumar fins arribar a una quantitat possible. Ara fa un any vaig fer una entrevista que encara no he cobrat. I aleshores men recordo del que Francisco Umbral li va dir a la periodista Joana Bonet una vegada que ella va intentar fitxar-lo per fer unes col.laboracions en una revista. Miri, senyoreta, em sembla molt bé la seva oferta, però quan li lliuri l'article, el vull cobrar. Un idealista, l'Umbral. Com els Dupond i Dupont.