



RECULL DE PREMSA

17/04/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
17/04/14	NOVEL·LA GRÀFICA O LLIBRE / EL PUNT AVUI	4	2
17/04/14	ELMUNDO.ES, MUCHO MÁS LÍDER / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	6	1
17/04/14	LA PAERIA ORGANIZA PRÁCTICAS DE PERIODISMO EN EL MERCAT DEL PLA / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	7	1
17/04/14	PERIODISMO VALIENTE, EDITORIAL / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	8	1
17/04/14	EGIPTO APRIETA SU ACOSO A LOS PERIODISTAS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	9	1
17/04/14	ELS CREADORS DE 'POCOYÓ' ENTREN EN CONCURS DE CREDITORS / ARA	10	1
17/04/14	MANGUERA SIN DUEÑO, POR DAVID TRUEBA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	11	1
17/04/14	EL BENEFICIO DE GOOGLE SUBE UN 3%, POR DEBAJO DE LO ESPERADO POR EL MERCADO / CINCO DIAS	12	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



L'evolució dels formats de còmic



Novel·la gràfica o llibre

Jaume Vidal
BARCELONA

Will Eisner, un dels grans clàssics del còmic universal, va crear el concepte de novel·la gràfica, molt abans que als anys noranta del segle passat aquesta definició es fes servir per definir el còmic lligat a l'entorn social i personal. Eisner, creador del popular personatge Spirit, però també d'unes tendres i crues històries sobre Nova York, va triar aquesta definició per diferenciar els superherois de les persones reals. Als anys vuitanta, no obstant, els superherois van fer un gran tomb i es van començar a produir obres que tractaven d'aprofundir en l'ànima humana.

El terme *novel·la* tractava de dignificar el còmic o, si més no, d'apropar-lo a un públic que l'ignorava. La definició amb què ara coneixem els llibres d'historietes va fer fortuna i ha aplegat nous lectors i també ha obert uns nous camins als creadors.

Però realment el còmic només és una novel·la amb dibuixos? Per la seva naturalesa, el còmic tam-

bé és art. Si apleguem art i edició obtindríem una altra definició que també valdria per anomenar a la historieta: llibre d'artista. Un tipus de realització que al món de l'art defineix la combinació d'art original, imatges impreses i edició poc convencional.

Dins del còmic això comença a donar-se cada cop més amb edicions singulars nascudes més per l'evolució del mitjà que d'un intent de

bloquejar el pirateig mitjançant publicacions de complicat plagi.

Un cas emblemàtic és la novetat de Chris Ware *Fabricar històries* (*Buildings*), obra publicada per Reservoir Books, que consisteix en una caixa on es troben en dife-

caracteritzat la producció de Chris Ware, un autor que, procedent de l'edició independent, ha aconseguit que les grans editorials s'acomodin estrictament a les indicacions d'edició que caracteritzen el treball d'aquest autor nascut a Omaha, a l'estat de Nebraska, el 1967. Forma part, amb Art Spiegelman i Marjane Satrapi, del grup d'autors que més ha influït en la novel·la gràfica dels anys noranta.

Fabricar històries marca un punt d'arrencada del que pot ser l'edició de còmics en un futur com a objecte i peça artística, ni que sigui de producció seriada.

D'aquest mateix autor es pot trobar a l'Editorial Planeta *Jimmy Corrigan, el chico más listo del mundo*, que presenta un singular nen/adolescent/adult de presència i hàbits estranys que podria tenir moltes connexions amb la infància un xic desestructurada del seu autor.

Una altra peça singular de cara a Sant Jordi és el llibre *La gran guerra*, de Joe Sacco. Es tracta d'un volum amb estois en què les pàgines no es passen

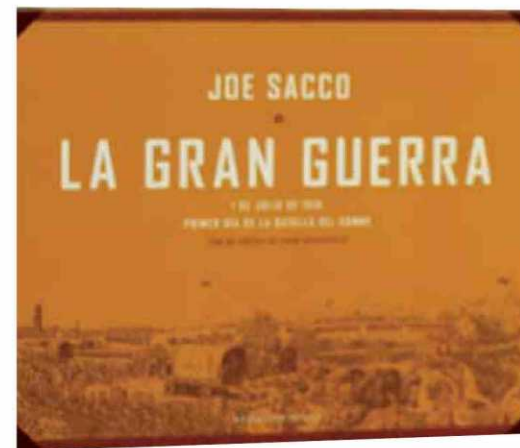
full a full sinó en forma d'acordió arribant a fer una allargada de set metres. El relat és un gran fris sense paraules en què els dibuixos expliquen un relat de la guerra de les trin-

xeres en la Primera Guerra Mundial. La història se centra en un sol dia: el primer de la batalla del Somme. També conté un fullotó amb un text explicatiu d'Adam Hochschild. Joe



rents formats diverses històries que tenen en comú que els seus protagonistes viuen en una mateixa barriada en un conjunt d'habitatges.

La caixa conté 14 publicacions en forma de llibre de tapa dura, de diari en format tabloide, *fanzines* grapats, *comic-books* fins i tot un taulell que evoca els de jocs de taula. Tot un ventall de formats que han



A dalt, una de les seqüències de vinyetes de 'Fabricar històries', de Chris Ware. A l'esquerra, una silueta de '300', de Frank Miller, i a la dreta, el llibre de Joe Sacco 'La gran guerra' ■ RESERVOIR BOOKS / NORMA EDITORIAL

Sacco és un gran coneixedor dels conflictes bèl·lics. Gairebé relats periodístics es poden considerar les seves sobres sobre l'Orient Mitjà, *Palestina: en la franja de Gaza* (Planeta DeAgostini), i sobre la guerra dels Balcanes, *Gorazde: zona protegida* (Planeta DeAgostini).

Aquesta publicació coincideix amb el centenari



d'artista?



El còmic de Chris Ware és una caixa amb diversos formats d'histories



Joe Sacco presenta una història muda de set metres d'allargada

de l'esclat de la Primera Guerra Mundial.

Edicions de luxe

L'estrena de la segona part de la pel·lícula 300, l'adaptació del gran renovador del còmic americà Frank

una de les aventures de Corto Maltès.

Aquestes edicions *king size* solen ser habituals en moltes de les reedicions de clàssics nord-americans, com és el cas dels volums que s'han dedicat a Little

luna coneixem com a tebeo.

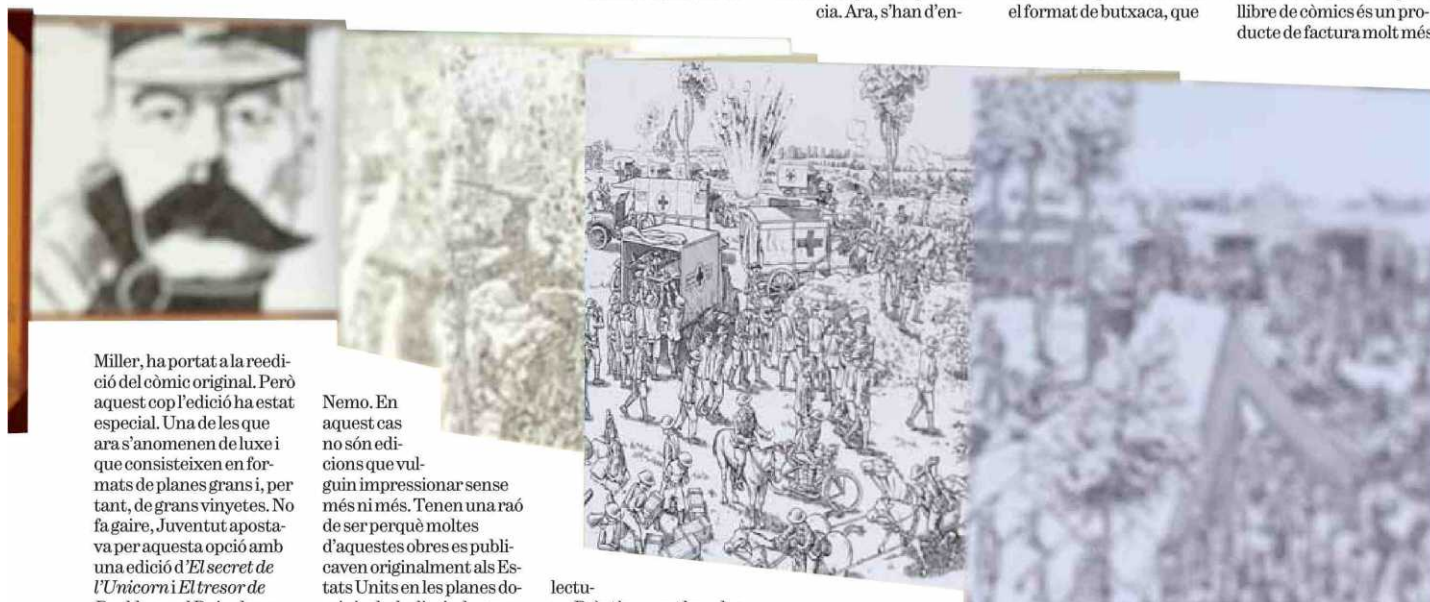
El nou còmic

Aquestes noves i sofisticades edicions tenen molt a veure amb la pujança de la novel·la gràfica que ha fet canviar els hàbits de

obstant, l'aprenentatge. Les revistes permetien la publicació de còmic de quatre pàgines que per a un autor novell representava una interessant manera d'adquirir experiència. Ara, s'han d'en-

Els anys vuitanta van marcar el declivi de les revistes de còmic i amb l'entrada dels noranta els editors van començar a experimentar amb nous formats. Es va posar de moda el format de butxaca, que

ser l'única alternativa. Les editorials independents, americanes i europees, van començar a plantejar noves formes de presentar els tebeos, el que ha portat a l'actual situació en què el llibre de còmics és un producte de factura molt més



Miller, ha portat a la reedició del còmic original. Però aquest cop l'edició ha estat especial. Una de les que ara s'anomenen de luxe i que consisteixen en formats de planes grans i, per tant, de grans vinyetes. No fa gaire, Juventut apostava per aquesta opció amb una edició d'*El secret de l'Unicorn* i *El tresor de Rackham*, el Roig, dues aventures de Tintín, que a més de guanyar en mida també recuperaven les tonalitats dels colors originals. En aquest format gegantí, Norma va publicar

Nemo. En aquest cas no són edicions que vulguin impressionar sense més ni més. Tenen una raó de ser perquè moltes d'aquestes obres es publicaven originalment als Estats Units en les planes dominicals de diaris de gran format abans que els editors les tornessin a publicar anys després en format de revista inventant-se el que en anglès s'anomena *comic-book* i a Cata-

lectura. Pràcticament han desaparegut les revistes de còmic i l'únic format que es porta és el del llibre. Si aquest factor ha fet millorar la qualitat objectual del producte ha perjudicat, no

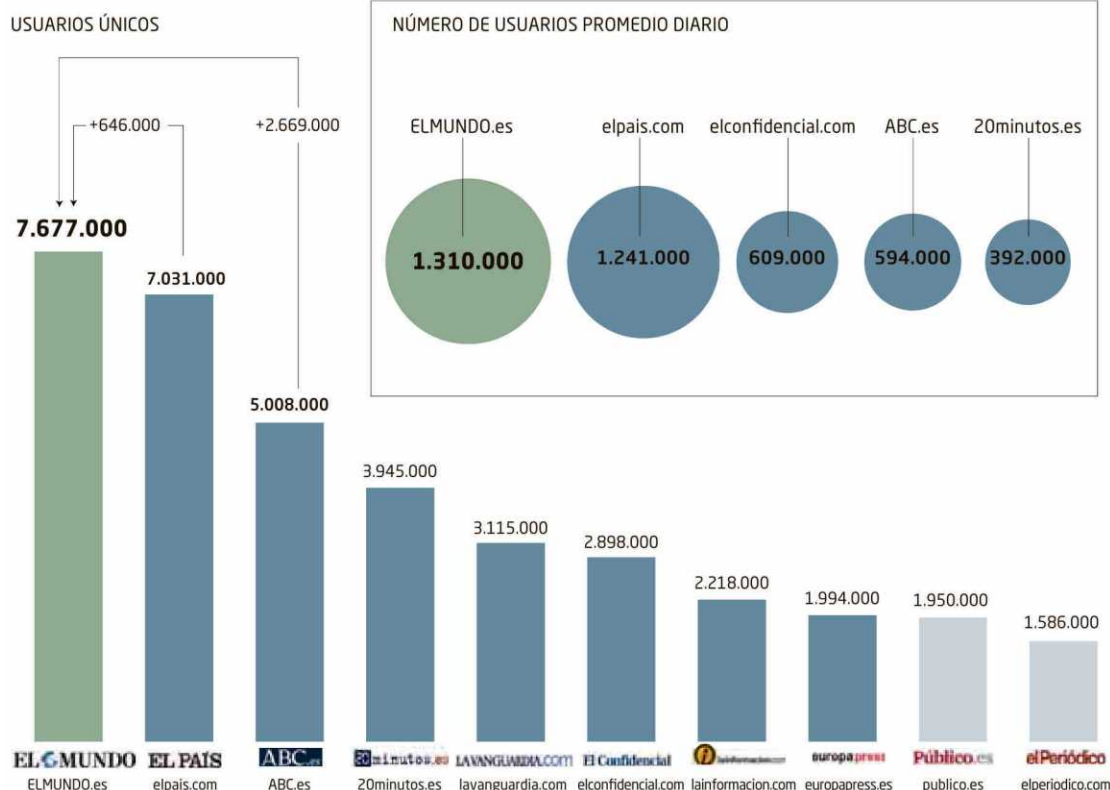
frontar a relats de 40 pàgines. El que fa que es publiquin obres de gran factura formal, però de mínim interès de contingut.

reduïa les vinyetes significativament. Va ser un rotund fracàs. També el clàssic format de mida foli que encara és viu va deixar de

acabada que el tebeo, que durant molts anys acabava al drapaire. El còmic s'ha dignificat també amb el seu embolcall. ■



■ ELMUNDO.es, líder absoluto en internet



FUENTE: Datos elaborados a partir de comScore y registros propios.

EL MUNDO

DATOS DE COMSCORE

La web de este diario sigue siendo, de manera rotunda, la más leída con 7.677.000 usuarios únicos, ampliando la distancia con 'elpais.com' (7.031.000)

ELMUNDO.es, mucho más líder

E. M. / Madrid
 Sin titubeos. Con una trayectoria firme y sólida. Respaldado por los lectores y los números. EL MUNDO es, sin ninguna duda, el líder entre la prensa española *on line*. Y, en marzo, lo fue aún si cabe un poco más. Así lo certifican los datos del medidor oficial comScore –aceptado por todo el mercado–, dados a conocer ayer y correspondientes al consumo en ordenadores.

La web del periódico de Unidad Editorial logró en marzo 7.677.000 usuarios únicos, una cifra inalcanzable para sus competidores. La ventaja con *elpais.com* en el mes de marzo se situó en 646.000 usuarios únicos, aumentando en 100.000 respecto al mes de febrero. Es decir, ha crecido un 13,6%. Esto es, la distancia entre ambas cabeceras digitales se hace aún mayor.

La ventaja se dispara mucho más si la comparación se establece con *ABC.es*. La página de información del grupo Vocento presenta un dato de 5.008.000 usuarios únicos, por lo que se sitúa a 2,6 millones de ELMUNDO.es.

La solidez de la primera posi-

ción de ELMUNDO.es queda de manifiesto en el hecho de que en marzo aumentó su número de usuarios únicos respecto a febrero en 460.000, lo que supone un crecimiento del 6,3%.

La apuesta por la información, las exclusivas, contenidos propios, reportajes en profundidad y una mayor relevancia de la imagen y los videos han contado con el respaldo de los lectores.

Desde el pasado mes de noviembre, la web de EL MUNDO ha apostado por un nuevo modelo, donde los internautas pueden disfrutar de la mejor y más amplia oferta de contenidos, ya que tienen acceso a las informaciones publicadas en la versión impresa de este diario. La remodelación digital de la web y su apuesta por un sistema de suscripciones no ha hecho sino fortalecer su tráfico en internet.

En el *ranking* de medios *on line* generalistas más leídos, dominado por ELMUNDO.es, tras *elpais.com* y *ABC.es* figura en cuarto lugar *20minutos.es*, con 3.945.000 usuarios únicos, seguido por *lavanguardia.com*, quinto, que atesora 3.115.000.

El siguiente medio en la tabla es *elconfidencial.com* (2.898.000 usuarios únicos), por encima de *lainformacion.com* (2.218.000). La octava posición es para *europapress.es*, que cuenta con 1.994.000 usuarios únicos. *Publico.es* (1.950.000 usuarios únicos) y *elperiodico.com* (1.586.000) completan esta clasificación de los 10 generalistas más leídos.

ELMUNDO.es también es líder, y de manera destacada, en el número de usuarios promedio diario. Este periódico cuenta con 1.310.000, muy por encima de los 1.241.000 de *elpais.com* y a una gran distancia de los 594.000 de *ABC.es*. De hecho, la web del periódico de Vocento ha sido superada en número de usuarios promedio diario por *elconfidencial.com*, que obtiene 609.000.

EL MUNDO sumó en marzo respecto a febrero 460.000 usuarios únicos

En quinta posición se sitúa *20minutos*, con 392.000, seguido por *lavanguardia.com* (310.000).

Marzo ha sido un mes con muchos puntos de interés y de información. El conflicto entre Rusia y Ucrania con Crimea, la entrada de inmigrantes en España por Melilla, los supuestos abusos en el colegio Valdeluz, la Liga y la Champions, el décimo aniversario de la masacre del 11-M o el fallecimiento de Adolfo Suárez fueron algunas de las noticias más destacadas. Los lectores han escogido la web de EL MUNDO para estar puntualmente informados de todas ellas.

La clara apuesta de Unidad Editorial por un modelo digital, pendiente siempre de las necesidades y demandas de los lectores, se traduce no sólo en el sólido liderazgo de ELMUNDO.es. Marca, otra de sus cabeceras de referencia, es la dominadora absoluta entre las webs de información deportiva, con 6.052.000 usuarios únicos, superando en 1,7 millones a su inmediato perseguidor, As. Por su parte, *Expansión* es uno de los referentes de la información económica, con 2.288.000.



INSERCIÓN LABORAL / PARA MEJORAR EL NIVEL DE REDACCIÓN DE LOS ALUMNOS

La Paeria organiza prácticas de periodismo en el Mercat del Pla

LLEIDA • Los jóvenes participantes en el Taller de Periodismo que organiza la concejalía de Joventut del Ayuntamiento de Lleida pudieron desarrollar ayer una jornada de prácticas en el nuevo espacio del Mercat del Pla. Durante la visita, los alumnos pudieron entrevistar al teniente de alcalde Félix Larrosa bajo la supervisión de los periodistas Mònica Borrel y Joana Soto. Este taller tiene como objetivo incentivar la práctica del periodismo y mejorar el nivel de redacción de los participantes para ponerlo en práctica con motivo de la celebración durante la próxima Fira de Titelles, donde ejercerán de reporteros acreditados. Las noticias que generen aparecerán esos días en las redes sociales.



HERMINIA SIRVENT

El grupo de alumnos del Taller de Periodismo de la Regidoria de Joventut de la Paeria, ayer en el Mercat del Pla



Periodismo valiente

El premio Pulitzer a las exclusivas del 'caso Snowden' reivindica el papel de control de la prensa

EN UN momento en que el periodismo afronta graves dificultades por los cambios culturales y las transformaciones que está sufriendo el modelo industrial que lo sustenta, la concesión del Premio Pulitzer a los diarios *The Guardian* y *The Washington Post* por las exclusivas sobre el espionaje masivo de la Agencia Nacional de Seguridad (NSA) de Estados Unidos constituye una muy oportuna y saludable reivindicación del buen periodismo. Se ha premiado la valentía de un tipo de trabajo comprometido con su principal cometido: ofrecer a la ciudadanía información veraz y contrastada y ejercer la vigilancia del poder desde el rigor y la independencia.

El jurado ha tenido en cuenta el origen y las circunstancias que han rodeado esas exclusivas, y es significativo que haya decidido premiarlas pese a que la principal fuente, el exagente de la NSA Edward Snowden, se encuentra prófugo y refugiado en Moscú tras haber sido acusado en su país de traición y espionaje. No se había premiado un trabajo basado en una filtración desde la publicación en 1971 por el diario *The New York Times* de los llamados *Papeles del Pentágono*, que demostraron que el Gobierno norteamericano había engañado reiteradamente a los ciudadanos

sobre la guerra de Vietnam. En el caso de las filtraciones de Snowden, el jurado destaca que el trabajo periodístico de investigación ha permitido abrir "un debate sobre la relación entre el Gobierno y los ciudadanos en asuntos de seguridad y privacidad". Ello ha sido posible gracias a la valentía de la fuente y al trabajo de verificación y seguimiento realizado por los medios premiados. La intervención de un periodismo profesionalmente responsable es lo que garantiza la fiabilidad de las noticias. Venga de donde venga la información, solo un periodismo comprometido con la verdad ofrece las garantías informativas que requiere el buen funcionamiento de la democracia.

Las filtraciones de Snowden pusieron de relieve hasta qué punto la esfera privada de las personas, incluida la de los más altos mandatarios, es vulnerable frente al uso perverso de unas tecnologías que permiten escudriñar cualquier tipo de comunicación. En esta sociedad en que los más enconados conflictos se dirimen a menudo en la parte oculta del entramado político y económico y el poder sucumbe con frecuencia a la tentación de traspasar toda clase de líneas rojas para lograr sus objetivos, es muy importante que la prensa ejerza con decisión su función de control.



Prensa / Elecciones

Egipto aprieta su acoso a los periodistas

FRANCISCO CARRIÓN / El Cairo
 Especial para EL MUNDO

A cinco semanas de los comicios presidenciales, la situación de la prensa es cada vez más precaria en Egipto. Los periodistas locales y extranjeros son blanco de ataques, arrestos y juicios plagados de irregularidades. El lunes, dos reporteros egipcios sufrieron heridas de bala mientras cubrían una manifestación estudiantil en la Universidad de El Cairo. El mes pasado la reportera Mayada Ashraf, de 22 años, perdió la vida durante una marcha de los partidarios del derrocado Mohamed Mursi. Testigos y compañeros culparon de la muerte a un aparato policial que lidera la campaña de represión contra islamistas y activistas laicos que ha dejado más de 3.000 muertos y 21.000 encarcelados. Esta semana, en protesta por la escalada, el sindicato nacional de periodistas ha llamado a suspender el trabajo a pie de calle. Los fotoperiodistas convocaron recientemente una jornada de huelga para denunciar el hostigamiento.

Los tribunales también aplican las mordazas. Tres reporteros extranjeros de la cadena catari Al Yazira llevan 109 días entre rejas en un proceso condenado por la comunidad internacional. El australiano Peter Greste, el egipcio con pasaporte canadiense Mohamed Fahmy y el egipcio Baher Mohamed están acusados de pertenencia o colaboración con los Hermanos Musulmanes, declarados *grupo terrorista*. «Cada día que los reporteros pasan en prisión es una prueba de que no existe prensa libre en Egipto», denuncia a EL MUNDO el activista Mohamed Lofty, representante de Amnistía Internacional en el juicio. La última vista, celebrada la semana pasada, sirvió para mostrar los vídeos presentados como pruebas por la fiscalía. «Fueron requisados en el momento de la detención de los periodistas y versan sobre el turismo en Luxor,



Una manifestante en El Cairo. / REUTERS

las elecciones presidenciales de 2012, una rueda de prensa en Kenia y un documental de Somalia emitido por la BBC. No hay absolutamente nada en ellos que sugiera que los reporteros estuviesen haciendo algo más allá de cumplir con su trabajo», explica Lofty. «Pero a pesar de que las pruebas son completamente irrelevantes, el juez decidió prolongar su arresto hasta la próxima vista del 22 de abril», concluye.



Els creadors de 'Pocoyó' entren en concurs de creditors

ARA

BARCELONA. El jutjat mercantil número 8 de Madrid ha declarat en concurs de creditors Zinkia, l'empresa creadora dels dibuixos animats infantils *Pocoyó*, després de no haver pogut arribar a un acord de refinançament amb una entitat privada titular d'un préstec de 2,5 milions d'euros. Segons ha indicat a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV), s'ha designat administrador concursal Attest Integra, a petició del jutjat i del mateix supervisor borsari.

No obstant, Zinkia continua negociant amb els seus diferents creditors i amb potencials inversors per completar alguna transacció que permeti accelerar la sortida d'aquest procés concursal i normalitzar la seva activitat tan aviat com es pugui, "ocasionant el menor dany al seu prestigi i al de les marques de què és propietària", segons ha assenyalat l'empresa.

El 26 de febrer la CNMV i el mercat alternatiu borsari van suspendre la cotització de Zinkia. Segons ha indicat recentment la companyia, el seu negoci és creixent i té expectatives suficients per confiar en una viabilitat futura. En aquest sentit, Zinkia ha subratllat que l'activitat comercial i el negoci de la societat estaven en una fase de desenvolupament i creixement que permeten afrontar el procés concursal obert "amb grans esperances d'èxit".

Zinkia va aconseguir un resultat brut d'explotació d'1,8 milions d'euros el 2013. Aquesta xifra és un 60% inferior als 4,5 milions del 2012. El descens dels resultats es deu a una caiguda de les vendes i de la concessió de llicències. —



Els ingressos de Zinkia van caure un 60% entre el 2012 i el 2013. ZINKIA



Manguera sin dueño

DAVID TRUEBA

La privatización de la gestión del canal televisivo de la comunidad autónoma de Murcia plantea un dilema complicado. Se acepta porque cumple con los pasos de un proceso conocido y perfecto. El mal uso, el desprestigio y el posterior desapego general. El mantenimiento de los puestos de trabajo, al menos a corto plazo, y la propiedad sobre unas instalaciones que han sido costosas para los ciudadanos, cuestionarían la privatización absoluta. Pero, al mismo tiempo, la idea recurrente del poder político que se sacude sus responsabilidades, que declara de manera abierta que es incapaz de gestionar sus recursos con honradez y capacidad es algo deprimente. Porque no deja de ser perverso que se concedan estos recursos a una empresa privada, cuyo ánimo natural es el de ganar dinero y hacer negocio, mientras se trata de aparentar que el servicio público saldría reforzado y airoso.

La legislatura de Rajoy comenzó en lo televisivo con aquella primera medida que fulminó el nombramiento pactado entre partidos del presidente de RTVE. En lugar de



Mariano Rajoy.

ampliar esa buena costumbre a las cadenas autonómicas, apostando por la explotación correcta de lo público, se consolidó la apuesta contraria con la ley que permitía que los canales regionales pudieran ser privatizados. Ni la nefasta gestión profesional ni el uso partidista de la televisión serían escrutados ni corregidos. La crisis publicitaria justificaría la pérdida de otro recurso nacional.

La televisión es un espacio de brutal incidencia sobre la sociedad. Condiciona nuestra vida en igual medida que el estado de las carreteras, la red de agua potable o el aire polucionado que respiramos. Incluso para quien ni la ve ni la frecuencia, su irradiación de formas y valores de comportamiento es evidente. Y, sin embargo, seguimos sin modelo. La desatendemos como si fuera una actividad privada que ni nos condiciona ni nos obliga, sobre la que no tenemos nada que exigir ni condicionar, sin terminar de entender si nos sirve a nosotros o nosotros la servimos a ella. Es utilizada por el poder político cuando precisa, sin escándalo general, pero luego es un lastre del que pretende deshacerse cuando incomoda. Y así anda regando nuestro jardín como una manguera sin dueño.



El beneficio de Google sube un 3%, por debajo de lo esperado por el mercado

CINCO DÍAS *Madrid*

Google ha sido otro de los gigantes tecnológicos estadounidenses que presentó resultados este miércoles por la noche. La compañía californiana obtuvo un beneficio neto de 3.452 millones de dólares (unos 2.499 millones de euros) entre enero y marzo, lo que supone un aumento del 3,1% respecto al mismo trimestre del año anterior. El beneficio por acción se situó en 5,04 dólares por acción. Unas cifras por debajo de lo esperado por los analistas.

En cuanto a los ingresos, Google se apuntó un incremento del 19%, gracias a que las ganancias procedentes de su publicidad online lograron compensar la caída de los precios. Con ello, el volumen de ingresos se cifró en 15.420 millones dólares, en comparación con los 12.950 millones de dólares del mismo periodo del año anterior. Además, el número de clics pagados por los consumidores en los anuncios del buscador aumentó un 26% en el primer trimestre, mientras que el coste por clic promedio generado por los anuncios se redujo un 9%.

Las acciones de Google cerraron la jornada con una subida del 2,77%, que sitúa su cotización en 563,9 dólares, aunque en el mercado fuera de hora sufrían caídas que rondaban el 5%.